



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

TEMA: ESTUDIO SOBRE LA DISMINUCIÓN EN LAS REMESAS ENVIADAS POR LOS MIGRANTES ECUATORIANOS EN ESPAÑA A SUS FAMILIARES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CANTÓN IBARRA EN EL AÑO 2011 PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE SOLUCIÓN SOCIOECONÓMICA MEDIANTE UN PROYECTO TURÍSTICO EN LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA.

Trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magister en
Administración de Negocios

AUTOR: Rafael Eduardo Olmedo Zumárraga

TUTOR: Eco. Estuardo Ayala

Ibarra - 2014

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico con mucho cariño a mi madre por su apoyo, confianza y sobre todo por su incondicional amor.

Rafael Olmedo

AGRADECIMIENTO

A Dios por lo que soy y tengo en mi vida, a mi madre por su preocupación y atención, al Eco. Estuardo Ayala por su dirección, a la Universidad Técnica del Norte por los conocimientos recibidos y por ser un gran reto en mi vida.

Rafael Olmedo

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Trabajo de Grado, presentado por Rafael Olmedo Zumárraga, para optar por el grado de Magister en Administración de Negocios, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación (pública y privada) y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes septiembre del 2013.

Estuardo Ramiro Ayala Velasco

C.C: 0400467981

TUTOR DE TESIS

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 de la Universidad.

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1001574472		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Olmedo Zumárraga Rafael Eduardo		
DIRECCIÓN:	Calle Tulcán y Av. 13 de abril conjunto Daniela		
EMAIL:	rolmedo@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	593 62545445	TELÉFONO MÓVIL:	593 999642576

DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	Estudio sobre la disminución en las remesas enviadas por los Migrantes Ecuatorianos en España a sus familiares en la provincia de Imbabura cantón Ibarra en el año 2011 para determinar la factibilidad de solución socioeconómica mediante un proyecto turístico en la Laguna de Yahuarcocha		
AUTOR (ES):	Rafael Eduardo Olmedo Zumárraga		
FECHA: AAAAMMDD	2014/03/21		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/>	PREGRADO	<input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Magister En Administración De Negocios		
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Estuardo Ramiro Ayala Velasco		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Rafael Eduardo Olmedo Zumárraga, con cédula de ciudadanía Nro. 1001574472, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) 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 (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 21 días del mes de marzo de 2014

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Rafael Eduardo Olmedo Zumárraga

C.C.: 1001574472

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

Yo, RAFAEL EDUARDO OLMEDO ZUMÁRRAGA, con cédula de ciudadanía Nro. 1001574472, 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 (es) del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO SOBRE LA DISMINUCIÓN EN LAS REMESAS ENVIADAS POR LOS MIGRANTES ECUATORIANOS EN ESPAÑA A SUS FAMILIARES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CANTÓN IBARRA EN EL AÑO 2011; PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE SOLUCIÓN SOCIOECONÓMICA MEDIANTE UN PROYECTO TURÍSTICO EN LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS 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.

(Firma):

Nombre: RAFAEL EDUARDO OLMEDO ZUMÁRRAGA

Cédula: 1001574472

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

ESTUDIO SOBRE LAS REMESAS ENVIADAS POR LOS MIGRANTES A SUS FAMILIARES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CANTÓN IBARRA EN EL AÑO 2011; PARA DETERMINAR LA FACTIVIDAD DE SOLUCIÓN SOCIOECONÓMICA MEDIANTE UN PROYECTO TURISTICO EN LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA.

Por: Rafael Eduardo Olmedo Zumárraga

Trabajo de grado de Maestría, aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte, por el siguiente Jurado, a los

Luis Eduardo Lara Villegas

C.C: 1000748317

Edison Benito Scacco Franco

C.C: 1001243268

Rosa Elena Rodríguez Trejo

C.C: 0400986337

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito del presente proyecto es realizar un estudio socio económico de los migrantes ecuatorianos en España y de sus familiares en la provincia de Imbabura Cantón Ibarra en el año 2011; con la finalidad de determinar una alternativa de solución mediante un estudio de factibilidad de un proyector turístico en la laguna de Yaguarcocha, para esto se ha llevado a cabo el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en el diagnóstico mediante los cuales hemos comprobado la situación actual para tener una visión clara de la actividad que se desarrolla en esta rama de servicios, para lo cual se procedió a realizar el diagnóstico situacional mediante la aplicación de instrumentos de investigación; En el segundo capítulo como en todo proyecto muestra el sustento teórico, resultado de una amplia recopilación de información bibliográfica física y virtual imprescindible para la comprensión total de nuestra propuesta a través de la consolidación de conocimientos científicos; en el tercer capítulo de la Metodología se utilizó la observación directa mediante encuestas entrevistas grabaciones y filmaciones de la muestra obtenida; en el capítulo cuatro se realizó la tabulación y análisis de los resultados obtenidos en la aplicación de los métodos de investigación los cuales son datos bases; en el capítulo quinto se desarrolló la propuesta de un proyecto turístico en la laguna de Yahuarcocha para lo cual se desarrolló un estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional del proyecto; y en su capítulo sexto tenemos los impactos de proyecto económico, social, organizacional, ético y ambiental; llegando a determinar las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

ABSTRACT

The purpose of this Project is to make a socio-economic study of the Ecuadorian immigrants in Spain and their families in Ibarra city in the province of Imbabura in 2011; in order to determine an alternative solution through a feasibility study of a touristic project in Yahuarcocha lagoon, for this reason it was carried out the analysis of the various aspects involved in the diagnosis which are tested in the current situation to have a clear view of the activity that takes place in this branch of services, firstable we proceeded to perform a situational assessment by applying research tools. In the second chapter as well as in every project, the theoretical basis is shown; these are a result of a variety of physical and virtual biographic information essential to a full understanding of our proposal through the consolidation of scientific knowledge. In chapter number three direct observation was used by survey interviews recordings and footage of the sample obtained. In chapter, four tabulation and analysis of the results obtained in the application of research methods is performed which are the database. In chapter five, a proposal for a touristic project in Yahuarcocha lagoon was developed based on technical, financial and organizational market research for this project. Finally, in chapter six the economic, social, organizational, ethical and environmental impacts are presented reaching the determinations and recommendations of this project.

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	IV
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	VI
APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR	VII
RESUMEN EJECUTIVO	VIII
ABSTRACT.....	IX
<u>1. CAPÍTULO I - ANTECEDENTES.....</u>	<u>22</u>
1.1 Situación actual del problema.....	25
1.2 Proyección del problema.	31
1.3 Planteamiento del problema.....	32
1.4 Formulación del problema	32
1.5 Objetivo general del diagnóstico	32
1.6 Objetivos específicos	33
1.7 Preguntas de investigación.....	33
1.8 Justificación	34
1.9 Viabilidad.....	35
<u>2. CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO</u>	<u>36</u>
2.1 División Internacional del Trabajo, explicación clásica, neoclásica y social.....	36
2.2 Aspectos Económicos	38
2.3 Aspectos Sociológicos	38
2.4 Aspectos Antropológicos	39
2.5 Empresa	39

2.5.1	Importancia	39
2.5.2	Clasificación.....	39
2.5.3	Microempresa.....	41
2.5.3.1	Importancia De La Microempresa.....	42
2.5.3.2	Objetivos	42
2.5.3.3	Ventajas	42
2.5.3.4	Desventajas.....	43
2.5.3.5	Características	43
2.5.3.6	Clasificación.....	43
2.6	Conceptualización De Variables Macroeconómicas	44
2.6.1	Producto Interno Bruto (Pib).....	44
2.6.2	Inflación	45
2.6.3	Desempleo.....	46
2.7	Estudio De Mercado	47
2.7.1	Producto	47
2.7.2	Oferta.....	47
2.7.2.1	Oferta Real	48
2.7.2.2	Oferta Potencial.....	48
2.7.3	Demanda	48
2.7.3.1	Demanda Efectiva o Real.....	49
2.7.3.2	Demanda Potencial.....	49
2.7.3.3	Demanda Insatisfecha.....	49
2.7.4	Precio.....	49
2.7.5	Canales De Distribución	50
2.7.6	Publicidad.....	51

2.8	Estudio Técnico	51
2.9	Tamaño Del Proyecto	51
2.9.1	Factores Que Determinan El Tamaño	52
2.10	Tecnología Y Equipos.....	52
2.11	Insumos	53
2.12	Localización	53
2.12.1	Micro-Macro Localización.....	53
2.13	Ingeniería Del Proyecto	54
2.14	Procesos Productivos	54
2.14.1	Clasificación De Los Procesos.....	55
2.15	Inversión.....	55
2.16	Estudio Financiero	56
2.16.1	Ingresos	57
2.16.2	Egresos	57
2.16.2.1	Costo De Producción.....	58
2.16.2.2	Gastos Administrativos	60
2.16.2.3	Gastos De Ventas	61
2.16.2.4	Depreciación.....	61
2.16.2.5	Gastos Financieros.....	62
2.16.3	Estados Financieros.....	62
2.16.3.1	Estado De Situación Financiera.....	63
2.16.3.2	Estado De Resultados	63
2.16.3.3	Estado De Flujo De Caja	64
2.16.4	Evaluadores Financieros	64
2.16.4.1	Valor Actual Neto (VAN)	64

2.16.4.2 Tasa Interna De Retorno (TIR).....	66
2.16.4.3 Beneficio Costo (B/C)	66
2.16.4.4 Recuperación De La Inversión	67
2.16.4.5 Punto De Equilibrio.....	67
2.17 Estructura Organizacional.....	68
2.17.1 Organización Formal.....	69
2.17.2 Organización Informal	69
2.17.3 Organización Funcional	69
2.17.4 Organización Tipo Lineal-Staff	70
2.17.5 Misión	70
2.17.6 Visión	71
2.17.7 Orgánico Estructural	71
2.17.8 Orgánico Funcional.....	72
2.18 Impactos	72
2.18.1 Impacto Económico	72
2.18.2 Impacto Social.....	73
2.18.3 Impacto Ambiental.....	74
2.19 Aplicación De Niif (Normas Internacionales De Información Financiera)	74
<u>3. CAPITULO III - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</u>	75
3.1 Enfoque Investigativo	75
3.2 Modalidad De Estudio	75
3.3 Tipo De Investigación.....	75
3.4 Población Y Muestra	75
3.4.1 Población o Universo	75
3.4.2 Muestra.....	75

3.5	Diseño De Instrumentos De Investigación	77
3.5.1	Información Primaria	77
3.5.2	Información Secundaria	77
3.6	Métodos	77
3.7	Técnicas	78
3.8	Instrumentos.....	78
3.9	Análisis de la validez y confiabilidad de los instrumentos de Recolección de Información	78
4.	<u>CAPITULO IV - ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</u>	79
4.1	Encuesta dirigida a los Consumidores	79
4.2	Conclusión general de la encuesta realizada a los consumidores	90
4.3	Encuesta dirigida a los comerciantes de tilapias de la provincia de Imbabura, sector Yahuarcocha.	91
5.	<u>CAPÍTULO V - DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</u>	103
5.1	Estudio de Mercado	103
5.1.1	Tamaño del Mercado.....	104
5.1.2	Variables e Indicadores	104
5.1.3	Matriz de Relación Estudio de Mercado.....	106
5.1.4	Identificación del Producto	107
5.1.5	Análisis de la Demanda.....	107
5.1.6	Determinación del Mercado Meta.....	109
5.1.7	Oferta Proyectada.....	110
5.1.8	Demanda Insatisfecha	113
5.1.9	Análisis y Determinación Del Precio	114
5.1.10	Demanda a captar por el Proyecto	115

5.1.11 Estrategias de Publicidad	116
5.1.12 Estrategias De Marketing Mix	117
5.2 Estudio Técnico	122
5.2.1 Tamaño del Proyecto.....	122
5.2.2 Capacidad del Proyecto.....	122
5.2.3 Localización del Proyecto	122
5.2.3.1 Macro localización	123
5.2.3.2 Micro Localización.....	124
5.2.4 Servicios Básicos	125
5.2.5 Vías de Comunicación	126
5.2.6 Factores Ambientales	126
5.2.7 Ingeniería del Proyecto	126
5.2.7.1 Infraestructura Física.....	126
5.2.7.2 Plano De Diseño De Barcaza	127
5.2.7.3 Inversiones del Proyecto	129
5.2.7.4 Inversiones Fijas.....	129
5.3 Estudio Financiero	139
5.3.1 Ingresos	139
5.3.1.1 Proyección de Ingresos para el primer año	139
5.3.2 Egresos	140
5.3.2.1 Costos Operativos.....	141
5.3.2.2 Gastos Administrativos	146
5.3.3 Gastos de Ventas	148
5.3.4 Financiamiento	149
5.3.5 Depreciaciones	149

5.3.6	Gastos por estudios y constitución.....	150
5.3.7	Resumen de Egresos	151
5.3.8	Evaluadores Financieros	151
5.3.9	Estado de Situación Inicial.....	151
5.3.10	Estado De Resultados.....	153
5.3.11	Estado de Flujo de Caja.....	155
5.3.12	Recuperación de la Inversión	156
5.3.13	Evaluación Financiera.....	156
5.3.14	Determinación de Costo Capital y Tasa de Rendimientos Medio	156
5.4	Indicadores Financieros	158
5.4.1	Valor Actual Neto	158
5.4.2	Tasa Interna de Retorno	158
5.4.3	Período de Recuperación de la Inversión.....	160
5.4.4	Costo Beneficio	163
5.4.5	Punto de Equilibrio	163
5.4.6	Resumen de la Evaluación Financiera	164
5.5	Estructura Organizativa	165
5.5.1	Razón Social.....	165
5.5.2	Marco Legal	166
5.5.3	Escritura de Constitución	166
5.5.4	Figura Jurídica.....	167
5.5.5	Conformación de la Sociedad	168
5.5.5.1	Capital Inicial	169
5.5.5.2	Requisitos de Permiso de Funcionamiento	169
5.6	Base Filosófica.....	170
5.6.1	Misión	170

5.6.2	Visión	170
5.6.3	Objetivos de “LA ISLA”	170
5.6.4	Valores de “LA ISLA”	171
5.6.5	Políticas de “LA ISLA”	172
5.6.6	Slogan – Logo	172
5.7	Estructura Organizacional.....	173
5.7.1	Organigrama Estructural	175
5.7.2	Manual De Funciones	175
6.	<u>CAPITULO VI – IMPACTOS</u>	182
6.1	Determinación de Impactos	182
6.1.1	Impacto Económico	183
6.1.2	Impacto Social.....	184
6.1.3	Impacto Organizacional	185
6.1.4	Impacto Ético	187
6.1.5	Impacto Ambiental.....	188
	<u>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</u>	193
	<u>CONCLUSIONES.....</u>	193
	<u>RECOMENDACIONES.....</u>	194
	<u>BIBLIOGRAFÍA.....</u>	195
	<u>ANEXOS.....</u>	199
	Anexo 1: Encuesta dirigida a los consumidores	199
	Anexo 2: Encuesta dirigida a los comerciantes.....	205
	Anexo 3: Planos Barcaza	210
	Anexo 4: Características motor barcaza.....	214

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Emigración Ecuatoriana según sexo, por país destino.....	23
Ilustración 2: Evolución de las remesas 1993 - 2007.....	24
Ilustración 3: Saldo migración 2007	25
Ilustración 4: Emigrantes según condición socioeconómica	27
Ilustración 5: Trabajadores ecuatorianos afiliados en alta laboral, según sector de actividad 2007	28
Ilustración 6: Fuente: Banco central del Ecuador	31
Ilustración 7: Frecuencia de Visitas a Yahuarcoha	79
Ilustración 8: Razones de visita a Yahuarcoha	80
Ilustración 9: Estadística Gusto por la Gastronomía del Sector.....	81
Ilustración 10: Gasto promedio de turista	82
Ilustración 11: Promedio de Número de personas en familia	83
Ilustración 12: Estadística de mejoras en locales de comida	84
Ilustración 13: Estadística de Conocimiento de servicio de Barcaza.....	85
Ilustración 14: Acerca de utilizar el servicio de Barcaza.....	86
Ilustración 15: Encuesta acerca de implementación de servicios	87
Ilustración 16: Encuesta acerca de la frecuencia de uso de servicios	88
Ilustración 17: Encuesta acerca del monto a pagar por el servicio de barcaza	89
Ilustración 18: Encuesta acerca de servicio brindado por comerciantes del sector	91
Ilustración 19: Encuesta, servicios que brinda el comerciante del sector	92
Ilustración 20: Encuesta, demanda del tipo de tilapia.....	93
Ilustración 21: Número de veces que compra la tilapia a la semana	94
Ilustración 22: Cantidad que se adquiere el producto semanalmente	96

Ilustración 23: Valor de la tilapia.....	97
Ilustración 24: Encuesta medios publicitarios.....	98
Ilustración 25: Temporadas de venta del producto	99
Ilustración 26: Valor promedio de los platos ofertados	100
Ilustración 27: Promedio de atención turista semanalmente.....	101
Ilustración 28: Logotipo de local	118
Ilustración 29: Cuña Radial.....	120
Ilustración 30: Hojas Volantes	121
Ilustración 31: Mapa de la Provincia de Imbabura	123
Ilustración 32: Fotografía Satelital de Yahuarcocha.....	124
Ilustración 33: Micro - Localización del Lugar	124
Ilustración 34: Plano de Diseño de Barcaza.....	127
Ilustración 35: Plano de Cortes Diseño de Barcaza	127
Ilustración 36: Diagrama de Procesos Barcaza - Restaurante.....	128
Ilustración 37: Organigrama Estructural de La Isla	175

ÍNDICE DE TABLAS INFORMATIVAS

Tabla 1: Matriz De Relación de Estudio de Mercado	106
Tabla 2: Visitas Laguna de Yahuarcoha	107
Tabla 3: Cálculo Turistas Nacionales 2012 -2016	108
Tabla 4: Cálculo Turistas Extranjeros 2012 -2016	108
Tabla 5: Proyección últimos 5 años turistas.....	109
Tabla 6: Encuestas a Comerciantes de Restaurantes.....	110
Tabla 7: Tasa de crecimiento Restaurantes Nacionales	111
Tabla 8: Número de Restaurantes	111
Tabla 9: Cálculo Oferta Proyectada	113
Tabla 10: Demanda Insatisfecha	113
Tabla 11: Análisis y Determinación de precios	114
Tabla 12: Cálculo Precio Proyectado	115
Tabla 13: Demanda a Captar por el Proyecto	115
Tabla 14: Tamaño del Proyecto	122
Tabla 15: Infraestructura	129
Tabla 16. Equipo Operativo	130
Tabla 17: Maquinaria	131
Tabla 18: Accesorios de Restaurante	132
Tabla 19: Resumen de Activos Fijos	133
Tabla 20: Diseño y Creación de Página WEB	133
Tabla 21: Activos Diferidos	134
Tabla 22: Costos Operativos	135
Tabla 23: Gastos Administrativos	136

Tabla 24: Gastos - Ventas	136
Tabla 25: Costo Unitario del menú primer año.....	137
Tabla 26: Resumen Capital de Trabajo.....	137
Tabla 27: Resumen de la Inversión del Proyecto.....	138
Tabla 28: Financiamiento del Proyecto	139
Tabla 29: Cuadro Resumen de Ingresos Proyectados	140
Tabla 30: Cuadro de costos de Materia Prima Proyectados.....	142
Tabla 31: Sueldo Unificado Mensual.....	143
Tabla 32: Proyecto del Costo de Mano de Obra Directa	143
Tabla 33: Servicios Agua.....	144
Tabla 34: Consumo de gas	144
Tabla 35: Consumo de Gasolina	144
Tabla 36: Mantenimiento Maquinaria y Equipo	145
Tabla 37: Resumen de Costos Operativos	145
Tabla 38: Sueldos Administrativos	146
Tabla 39: Proyección del Sueldo Administrativo	147
Tabla 40: Útiles de Oficina	147
Tabla 41: Mantenimiento de Computadores	148
Tabla 42: Resumen de Gastos Administrativos	148
Tabla 43: Publicidad	149
Tabla 44: Depreciaciones.....	150
Tabla 45: Gastos por Estudio y Constitución.....	150
Tabla 46: Resumen de Egresos	151
Tabla 47: Balance Situación Inicial	153

Tabla 48: Estado de Resultados Proyectados.....	154
Tabla 49: Flujo de Caja Proyectado.....	156
Tabla 50: Detalle de Recuperación de la Inversión.....	156
Tabla 51: Determinación de Costos de Oportunidad.....	157
Tabla 52: Valor Actual Neto.....	158
Tabla 53: Tasa Interna de retorno.....	159
Tabla 54: Período de Recuperación de la Inversión.....	160
Tabla 55: Punto de Equilibrio - Presupuesto.....	164
Tabla 56: Resumen de Evaluación Financiera.....	165
Tabla 57: Aporte Socios.....	168
Tabla 58: Escala de Valoración de Impactos.....	182
Tabla 59: Impacto Económico.....	183
Tabla 60: Impacto Social.....	184
Tabla 61: Impacto Organizacional.....	185
Tabla 62: Impacto Ético.....	187
Tabla 63: Categorías, componentes y parámetros del Sistema Lacustre de Battelle.....	191

1. CAPÍTULO - ANTECEDENTES

La migración es un fenómeno natural del comportamiento de las sociedades humanas y animales, relatos de grandes migraciones se las tiene desde tiempos remotos, existían tribus sedentarias, pero también existían tribus nómadas que constantemente estaban buscando mejores condiciones de vida; el antiguo testamento también relata varias migraciones masivas como la que lideró Moisés en búsqueda de tierras para que esa sociedad pueda subsistir.

Los fenómenos económicos son una de las principales causas de las migraciones, por ejemplo en el Ecuador, ha existido varias etapas de las migraciones dentro y fuera del país.

En la década de los sesenta la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) empieza a desarrollar un nuevo modelo económico para la región en el que se establece que el problema es estructural, pero principalmente existe un deterioro de los términos de intercambio entre productos locales y los productos que se importan; la CEPAL plantea el modelo de Sustitución de Importaciones, con el que se pretende producir dentro de nuestras fronteras los productos industriales que se importaba como cocinas, refrigeradoras, entre otros, es decir que se da un impulso a la industrialización de la Economía, el Ecuador empezó a implementar este modelo en las décadas de los 70s y 80s, pero el costo de oportunidad fue extremadamente alto, ya que para industrializar la economía se destinaron todos los esfuerzos hacia este objetivo y se dejó de atender y apoyar al sector agrícola del país; debido a este factor se empezó a producir sendas migraciones del campo a la ciudad, a consecuencia de que los campesinos no eran apoyados para la producción agrícola, y buscaban mejorar sus condiciones de vida buscando incorporarse a los procesos productivos industriales que estaban naciendo; sin embargo, esto no sucedió cuando llegaban a las ciudades no podían conseguir empleo, por lo que las condiciones de pobreza e indigencia se agravaron y se incrementó la mendicidad en los centros urbanos.

En el Gobierno del Dr. Oswaldo Hurtado se empezó a aplicar varias recetas del modelo Neoliberalismo con lo que se empezaron a ampliar las brechas entre ricos y pobres, en este y en los gobiernos siguientes no existía un verdadero compromiso de distribuir equitativamente la riqueza, principal causa de pobreza, hasta que en el gobierno de Jamil Mahuad se produjo una profunda crisis económica producto de varios factores internos y externos, como son una baja en el precio del petróleo, fenómeno del niño, desregularización de la banca, créditos vinculados, corrupción generalizada, entre otros factores que dieron como resultado el feriado bancario, la dolarización de la economía, con lo que los ingresos de las personas se vieron disminuidos drásticamente; esto motivó a los ecuatorianos nuevamente a emprender la aventura migratoria, a buscar nuevas y mejores fuentes de subsistencia en otros países como EEUU, Italia y en especial España como se puede observar en el grafico No 1, desde entonces el fenómeno de la migración no se ha detenido.

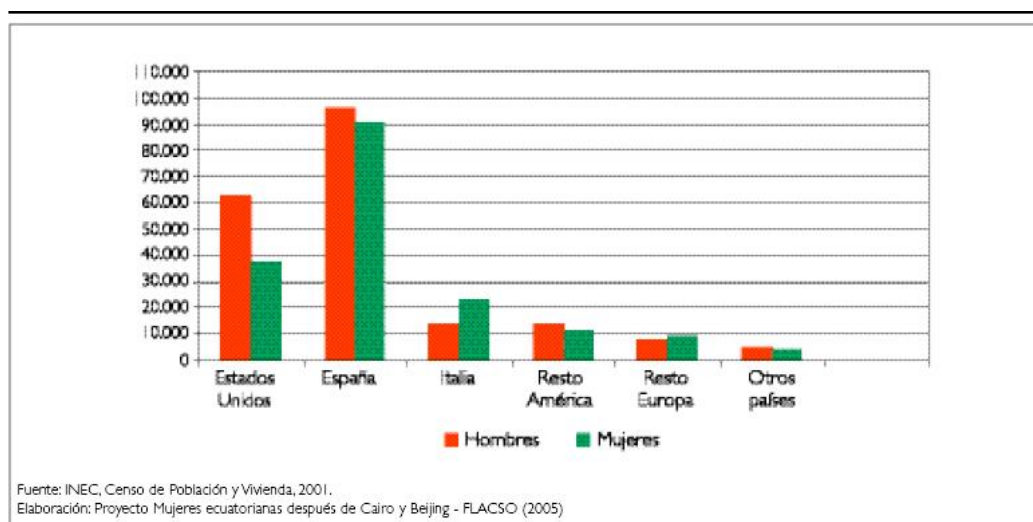


Ilustración 1: Emigración Ecuatoriana según sexo, por país destino

La migración constituye un elemento importantísimo para que el sistema de dolarización se pueda mantener, ya que la imposibilidad de emitir nuestra propia moneda la economía depende de la entrada y salida de dólares, siendo las remesas de los migrantes el tercer ingreso de dólares más importante de nuestra economía después de las exportaciones petroleras y las exportaciones de productos no

tradicionales; las remesas han ido en crecimiento tal como se muestra en el siguiente gráfico.

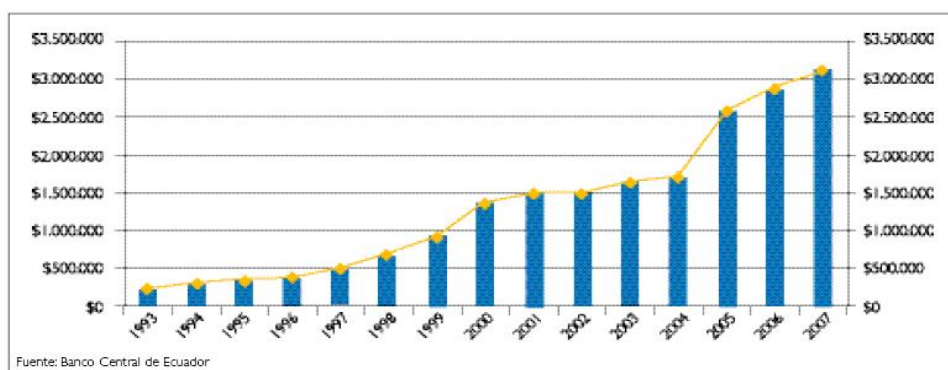


Ilustración 2: Evolución de las remesas 1993 - 2007

En todo país comienza el proceso de migración desde el campo a la ciudad con la finalidad de conseguir mayores fuentes de trabajo y progreso familiar este concepto se lo ha transmitido cambiando el entorno y es así que en los países subdesarrollados desde siempre su población ha esperanzado a migrar a países desarrollados económicamente estables como una alternativa de subsistencia y crecimiento para la persona y su familia

Esta migración obedece a factores internos de cada país, en el caso de Ecuador, se puede señalar dos lapsos migratorios, la primera a Estados Unidos y la segunda a España, esta última por la mayor crisis que soportó nuestro país, entre las razones fundamentales entre ellas están el desempleo, la falta de oportunidades de trabajo tanto formal como informal, las economías variantes, las políticas internas, la sobre protección a la clase laboral por contratos colectivos, la falta de financiamiento a proyectos productivos de apoyo tuvo su mayor índice de crecimiento a raíz del feriado bancario realizado en el mes de marzo del 2000 en la administración del Sr. Presidente de la República Dr. Jamil Mahuad época de crisis que atravesó nuestro país dejando sin empleo y sin recursos a la gran mayoría de ecuatorianos.

En el año 2002 el 80% de la población económicamente activa, estaba realizando actividades laborales precarias o se encontraba desempleada, complementando

con la creación de sistemas abusadores de subempleo como la tercerización e intermediación laboral en los cuales se encontraban el 60% del PEA.

Según el Sistema nacional de Indicadores Sociales SIISE en el año 2006 se establece porcentajes iguales de hombres y mujeres que han emigrado en un rango de edad de 18 a 29 años es decir población económicamente activa.

1.1 Situación actual del problema

Es importante realizar un análisis desde tres puntos de vista el económico, el social y el Político.

Desde el punto de vista económico el Ecuador vive un momento en lo que se refiere al fenómeno migratorio, por un lado nuestros compatriotas buscan mejores días en otros países y que este fenómeno se le conoce como EMIGRACIÓN, y de otro lado está siendo un país de destino y de nuevas oportunidades para los hermanos colombianos, peruanos, cubanos, y de otros países latinoamericanos y asiáticos, a este fenómeno se lo conoce como INMIGRACIÓN.

En todo caso más son las personas que salen y se quedan de las que ingresan o regresan, el saldo migratorio del Ecuador se lo observamos en el siguiente gráfico.

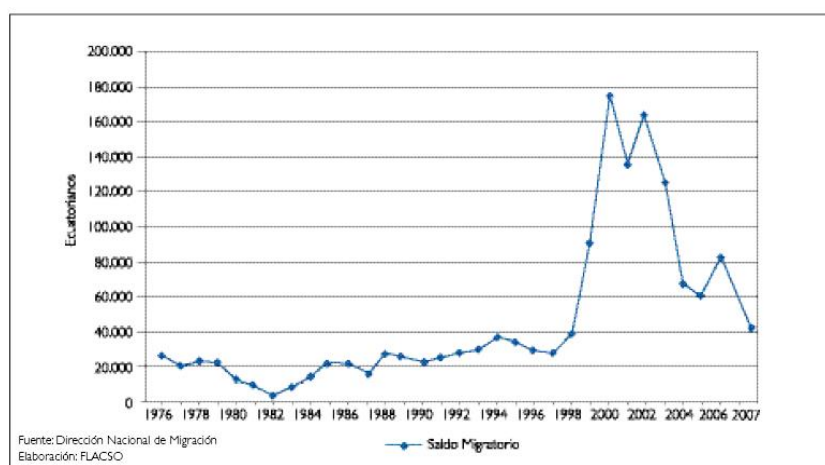


Ilustración 3: Saldo migración 2007

La crisis financiera originada en EEUU y que se convirtió en crisis económica mundial, ha provocado un incremento de los índices de desempleo en los diferentes países, entre ellos España, con lo que muchos ecuatorianos están viendo la posibilidad de regresar al país, para ello el Gobierno Nacional ha puesto en marcha un programa de apoyo para el regreso de los compatriotas, que principalmente consiste en entregar créditos productivos.

A su vez la dolarización de nuestra economía ha provocado que personas de otros países vean con ojos atractivos buscar empleo en nuestro país, ya que el dólar constituye una moneda fuerte y estable frente a otras monedas.

En cambio en la zona europea, España a través del tiempo a experimentado varias crisis económicas, siendo la crisis económica actual una de las más fuertes reflejándose principalmente en el porcentaje de desempleo, por ende en la disminución del ingreso de los trabajadores, que en el caso de los migrantes ecuatorianos se lo puede identificar claramente en la disminución económica de las remesas enviadas a sus familiares.

“España es el único país del G – 20 que permanece con tasas negativas del Producto Interno Bruto. Desde el año pasado la tasa de desempleo va en ascenso”, Revista semana, 13 de febrero del 2010.

Según criterio del Premio Nobel de economía 2008 “La mayor dificultad de la eurozona no es Grecia sino España “The new york Time blog de economía 2008.

Esta crisis económica tardará varios años en recuperarse, mejorar la productividad y que los diferentes países se encarrilen en el tren del crecimiento y desarrollo.

“Hoy por Hoy la crisis económica está garantizada como mínimo hasta el 2012, a partir de entonces todo dependerá de la solvencia en que se encuentre el sistema financiero internacional”, Manuel Llamas, columna publicada en New York Times el 07 de agosto del 2008, lo que significa que nuestros compatriotas que viajaron a España con esperanzas de ser mejores remunerados seguirán atravesando dificultades económicas que reflejarán en el apoyo a sus familias.

España ha generado un ascenso de su deuda con otros países lo que ha provocado una inestabilidad económica y por ende un deterioro de los índices de empleo, salud, bienestar social, etc. “a consecuencia del déficit se ha endeudado a un ritmo vertiginoso, hasta decir que el endeudamiento exterior de la economía española en 1998, esto es la diferencia entre los pasivos y los activos externos, era del 28.8% del PIB y que en el año 2007 ese porcentaje se elevó al 70%”, Manuel Llamas, columna publicada en New York Times, el 07 de agosto del 2008.

Desde el punto de vista social cabe varios análisis, porque si bien es cierto la migración se da por la falta de empleo, también no es menos cierto que los grupos sociales migran con el objetivo de buscar un crecimiento económico familiar más acelerado, es decir, existe una cantidad de migrantes importante en estratos sociales no vulnerables tal cual se lo muestra en el grafico No 4, existen muchas personas que abandonan trabajos en el Ecuador para ir a buscar trabajo en otros países.

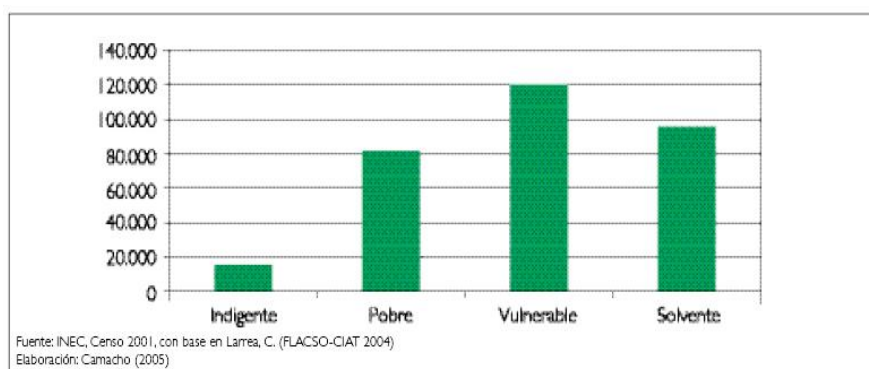


Ilustración 4: Emigrantes según condición socioeconómica

Existen factores sociales que motivan la migración, pero también existen consecuencias sociales de la migración, las familias se separan, quedan los hijos al cuidado de abuelos y familiares cercanos, por la separación familiar aumenta el alcoholismo, la drogadicción, bajo rendimiento de jóvenes y niños en los colegios y escuelas, entre otras secuelas sociales.

De otro lado también existen consecuencias sociales de quienes migran, ya que las condiciones de vida en los países de destino son muy difíciles, debido a que en los países europeos todavía existen secuelas de racismo, y no todos los que migran pueden conseguir empleo, por lo que se ven obligados, especialmente las mujeres a prostituirse, y a vivir en condiciones infrahumanas.

Las condiciones en las cuales se encuentran nuestros compatriotas por tener el carácter de ilegales, determinan una paga distinta y una no siempre prestación de servicios sociales a los cuales tienen derecho menoscabando su economía individual y reflejando en sus economías familiares radicadas en nuestro país. Los ecuatorianos se desenvuelven en las actividades que se indican en el siguiente gráfico.

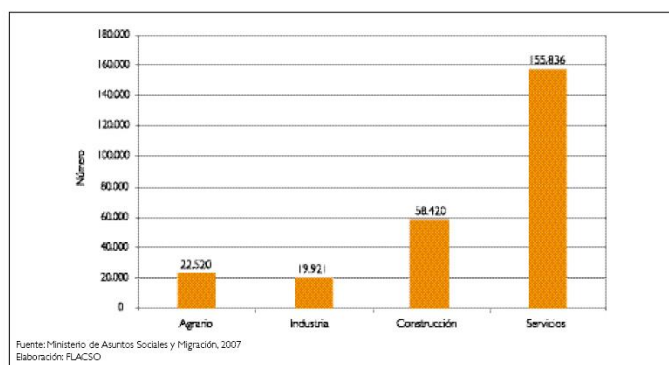


Ilustración 5: Trabajadores ecuatorianos afiliados en alta laboral, según sector de actividad 2007

A más de los problemas económicos se presentan problemas sociales de integración poblacional, incremento de grupos ocupacionales clandestinos, incremento delincriminal, desempleo, xenofobia, racismo, diferencias de creencias religiosas, falta de políticas internas en España referentes a la inmigración, modelos económicos sociales internos referentes a la integración social de los migrantes, las encuestas del INEC 2006-2007 ofrece información sobre el nivel de educación de los migrantes señalando que el 49,7% tienen educación secundaria, el 22,4% educación superior y el 32,1% tienen educación menor a la secundaria; cabe señalar que el nivel de instrucción no es un factor

decisivo de relación laboral por considerar que es mano de obra no legalizada, utilizada principalmente en trabajos netamente de campo o servicios, como la agricultura, construcción o empleadas domésticas, cuyos ingresos económicos no son retribuidos en su totalidad ni cubiertos por beneficios de ley.

Según el último informe de la Agencia de Derechos Fundamentales de UE, (Unión Europea) presentado en agosto del 2007, “solo existe cinco países que no tienen leyes u organismos la discriminación racial, siendo uno de ellos España.”

Desde el punto de vista político se puede manifestar que los diferentes gobiernos no han tenido una verdadera voluntad de incentivar el regreso, ya que como se ha dicho las remesas de los migrantes constituye un elemento importante para el sostenimiento de la dolarización, pero en función de esto, el sacrificio social no compensa el bienestar económico de un país.

En cambio en los países de destino existe mucha voluntad política para evitar el incremento de la migración, aunque el Gobierno Español ha analizado la regularización de la mano de obra ilegal en su país sin llegar a establecer leyes concretas; En EEUU se promueve leyes como las del Estado de Arizona en la que se criminaliza la condición de la migración, y que además son atentatorias contra los derechos humanos, al parecer estos países se olvidan que se levantaron con el capital que infamemente explotaron de nuestras tierras y con mano de obra latinoamericana, cabe indicar que existe una contradicción en el modelo de libertad que ellos propugnan y que imponen, ya que esas libertades son de movilidad de bienes, de movilidad de capitales, de libertad de mercado, etc., pero cuando se trata de movilidad humana están a punto de construir un nuevo muro de Berlín.

“La migración es percibida como el tercer problema social en España (según el 34% de los entrevistados) en el año 2006 se registró 4000 agresiones por racismo o xenofobia, la actitud hostil de la población española hacia la migración aumentó del 8.6% al 32% de 1997 al 2009, y sigue aumentando por la crisis económica por la que atraviesa ese país”

Pese a la iniciativa del Estado Ecuatoriano de respeto a los derechos del migrante mediante tratados y convenios internacionales, en España todavía existe la explotación de la mano de obra por la falta de reconocimiento de beneficios sociales a los cuales tiene derecho un trabajador migrante.

En la actualidad existe un crecimiento de migrantes ecuatorianos en todas las zonas geográficas de España generando mano de obra barata para ese país.

Existen canales formales para el envío de remesas las cuales facilitan el registro de transferencias internacionales vinculadas con la migración, siempre será difícil ponderar su importancia, según datos obtenidos de la cartilla de migración Ecuador – España de mayo del 2005 “ Dos terceras partes de todas las remesas llegan al Ecuador a través de agentes de transferencia internacional como es Western Unión, menos de una quinta parte es transferida a través de bancos o cooperativas de ahorro y el resto llega a través de vías informales como el correo o encomiendas individuales”.

La fuga de profesionales de nuestro país de igual manera por la falta de oportunidades de empleo se ven en la alternativa de viajar a España en donde realizan trabajos en su gran mayoría no acordes con su preparación académica y de baja retribución económica lo que plantea un problema de falta de solvencia en el pago de deudas adquiridas más aun de presupuestos familiares y de inversión a futuro.

En la provincia de Imbabura, de enero a marzo de 2012, se recibieron USD 11.9 millones de remesas, monto inferior en 9.6% al registrado en el cuarto trimestre de 2011 (USD 13.1 millones) y menor en 8.6% respecto al primer trimestre de 2011 (USD 13.0 millones). Las ciudades de Ibarra y Otavalo son las principales beneficiarias de remesas al representar en conjunto el 99.7% del flujo recibido por esta provincia. Además, participaron de este flujo, en una proporción marginal,

Atuntaqui, San Pablo del Lago y Cotacachi.

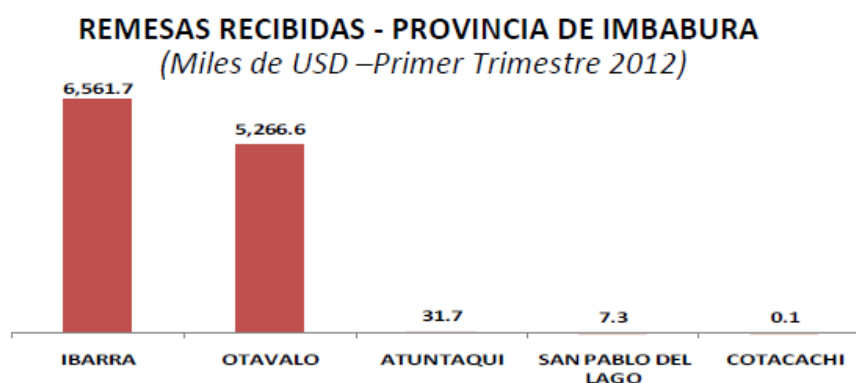


Ilustración 6: Fuente: Banco central del Ecuador

1.2 Proyección del problema.

La década del siglo XXI acentúa fantasmas existentes en Europa obviamente afectando a España, los ataques de Al Qaeda a Madrid generó mayor asentamiento a la crisis racial y religiosa de culturas ajenas a las Españolas especialmente a los latinos y musulmanes expresiones transformadas en proyectos de leyes contra migrantes presentadas por partidos radicales de este país.

La crisis racial es más notoria en la población de 14 a 22 años según estadísticas de la policía que se encuentran registrada, la mayor cantidad de denuncias en escuelas centros de diversión a los cuales acuden los jóvenes, mismos que cada día van en aumento.

La crisis económica ha generado una tasa del 14% del desempleo con incidencia de crecimiento generando reducción de salarios y de prestación de servicios sociales incidiendo en una pérdida del poder adquisitivo de la moneda Euro con respecto al Dólar Americano estos factores se reflejan e inciden en el comportamiento de la población solicitando al Estado la promulgación de leyes que amparen al trabajador español y que se prohíba la contratación de trabajadores no legalizados.

El análisis de la Crisis económica vista por el INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS analiza que la tasa de migrantes en España se reduciría del 1.2% en el 2008 al 0.3% en el 2010.

Con estos antecedentes las y los Ecuatorianos residentes en España se encuentran limitados en su campo de trabajo ya restringidos anteriormente, siendo este muy reducido, factor que incide directamente en el envío de sus remesas a sus familiares como el número de las mismas reflejando la crisis económica de España en Ecuador por cada uno de sus hogares e integrantes.

Hay que resaltar que es importante establecer y fomentar políticas de apoyo al migrante para su retorno al país, considerando que no solo tiene efectos económicos sino también sociales y políticos. Esto puede plasmarse a través de impulso de proyectos productivos con el aporte tanto del estado como de los migrantes reflejados en su lugar de origen.

1.3 Planteamiento del problema

El objeto de esta investigación se va a centrar en la situación socioeconómica que viven los migrantes ecuatorianos en España y sus familiares en la provincia de Imbabura cantón Ibarra en el año 2011; por la recesión económica que atraviesa España con la finalidad de brindar alternativas de solución de una reinserción laboral al país, brindando alternativas de solución con la creación de un proyecto productivo rentable y factible de ejecución.

1.4 Formulación del problema

Se puede determinar la situación socioeconómica de los migrantes ecuatorianos en España y sus familias en la Provincia de Imbabura cantón Ibarra en el año 2011?

Se puede mediante un proyecto productivo utilizar las remesas enviadas por los migrantes Ecuatorianos en España a sus familias radicadas en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra en el año 2011?

1.5 Objetivo General Del Diagnóstico

- Realizar un diagnóstico socioeconómico de los migrantes en España y sus familias en el cantón Ibarra en el año 2011.

- Realizar un Estudio de factibilidad para la creación de un proyecto productivo turístico en la Laguna de Yahuarcocha con la finalidad de reinsertar laboralmente al migrante y su familia, mejorando su nivel socioeconómico en la provincia de Imbabura Cantón Ibarra en el año 2011.

1.6 Objetivos Específicos

- Identificar los sectores económicos afectados por la crisis en España en las cuales trabajan los migrantes ecuatorianos.
- Identificar la calidad de vida que tiene el ecuatoriano migrante en España y sus familiares en la provincia de Imbabura cantón Ibarra en año 2011.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda, precios, comercialización y publicidad del servicio de restaurante y paseos en barcaza.
- Realizar un estudio técnico para establecer el tamaño, la infraestructura tecnológica, inversión y talento humano requeridos para la operación del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad o no del proyecto.
- Diseñar la organización de la microempresa.
- Analizar los posibles impactos que generará la nueva unidad productiva.

1.7 Preguntas De Investigación

- Se puede identificar los sectores económicos afectados por la crisis en España, en las cuales trabajan los migrantes ecuatorianos?
- Se puede identificar la calidad de vida que tiene el ecuatoriano migrante en España y sus familiares en la provincia de Imbabura cantón Ibarra en año 2011?

- Se puede mediante un estudio de mercado determinar la demanda, precios, comercialización y publicidad del servicio de restaurante y paseos en barcaza en la laguna de Yahuarcocha?
- Se puede mediante un estudio técnico establecer el tamaño, la infraestructura tecnológica, inversión y talento humano requeridos para la operación del proyecto turístico de restaurante y paseos en barcaza en la laguna de Yahuarcocha?.
- Se puede mediante un estudio financiero determinar la viabilidad o no del proyecto turístico de restaurante y paseos en barcaza en la laguna de Yahuarcocha?.
- Se puede diseñar la organización de la microempresa del proyecto turístico restaurante y paseos en barcaza en la laguna de Yahuarcocha?.
- Se puede analizar los posibles impactos que generará la nueva unidad productiva del proyecto turístico de restaurante y paseos en barcaza en la laguna de Yahuarcocha?.

1.8 Justificación

En los tiempos actuales la economía europea y más específicamente la economía Española está viviendo momentos de serias dificultades motivadas por las crisis económicas y financieras irlandesa y griega principalmente, en vista que España está en la unión europea tiene como común denominador el Euro como moneda nacional, por lo que la crisis de los países antes mencionados están influyendo de una forma importante a toda la zona.

La crisis económica que está atravesando España genera ciertos efectos en algunas variables macroeconómicas como son el PIB (Producto Interno Bruto), inflación y Desempleo; lo que ha desencadenado, además una crisis social, ya que la política económica del gobierno español se ha enfocado en la austeridad del sector público, lo que puede ocasionar una profundización de la crisis.

España ha sido desde hace varios años un destino principal para los migrantes ecuatorianos, ya que se comparte un mismo idioma lo que facilita o facilitaba la

inserción laboral de los compatriotas. Es por eso que la crisis económica española ha desencadenando el desempleo entre las comunidades migrantes, entre ellas la comunidad ecuatoriana, por lo que, mucho de los ecuatorianos se están aprestando o están planificando su retorno al Ecuador en el corto y mediano plazo.

Por otra parte la política del gobierno ecuatoriano, es la de apoyar e impulsar proyectos productivos para las personas que regresan y así generar una reinserción en el amito socio económico del Ecuador.

En este sentido, este proyecto cobra vital importancia, al dotar de un instrumento técnico – administrativo para aquellas personas que han regresado o bien para los familiares de los migrantes que siguen en el Ecuador, y que necesitan darle un destino productivo a los ahorros generados por los migrantes, a través de la inversión en pequeñas y medianas empresas, tal como propone el presente proyecto.

1.9 Viabilidad

Con los antecedentes expuestos se puede determinar que el presente proyecto es viable, ya que además, los ingresos y la capacidad de crédito de los migrantes y el apoyo del gobierno en este sentido, facilita el direccionamiento tanto de los ahorros como de la capacidad de crédito hacia este tipo de proyectos.

Cabe indicar que para decidir sobre la factibilidad del proyecto se posee varios indicadores o evaluadores financieros como el VAN, TIR, Costo beneficio, Punto de Equilibrio, los mismo que serán calculados y analizados en el capítulo correspondiente.

2. CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1 División Internacional Del Trabajo, Explicación Clásica, Neoclásica Y Social

La división del trabajo está relacionada en general con el desarrollo de la industria y en general del capitalismo, y en términos generales trata de la especialización y aumento de la productividad del trabajo, ya que el trabajador se concentra en una parte del proceso productivo y no en todo, lo que mejora y aumenta la productividad del trabajo ya que dichos trabajos son más sencillos; cuando las labores del trabajador son más sencillas, este se concentra mejor y no pierde esta concentración con tareas más complejas.

Pero esta división del trabajo va más allá y trasciende a una división internacional del trabajo, que es un proceso que se da a nivel mundial, y esa especialización del trabajo se da en regiones o países mediante la explotación o producción de determinados bienes.

Adam Smith y Davis Ricardo exponentes de la escuela clásica del pensamiento económico, fueron los primeros en interesarse y explicar este fenómeno económico, es así que se manifiesta: “En un sistema de comercio absolutamente libre, cada país invertirá naturalmente su capital y su trabajo en empleos tales que sean lo más beneficiosos para ambos. Esta persecución del provecho individual está admirablemente relacionada con el bienestar universal. Distribuye el trabajo en la forma más efectiva y económica posible al estimular la industria, recompensar el ingenio y por el más eficaz empleo de las aptitudes peculiares con que lo ha dotado la naturaleza, al incrementar la masa general de la producción, difunde el beneficio general y une a la sociedad universal de las naciones en todo el mundo civilizado con un mismo lazo de interés e intercambio común a todas ellas. Es este principio el que determina que el vino se produzca en Francia y Portugal, que los cereales se cultiven en América y en Polonia, y que Inglaterra produzca artículos de ferretería y otros” (Ricardo, año 1817: pag. 102).

Según esta manifestación se atribuye ciertas condiciones naturales a los países para facilitar la división internacional del trabajo, es así que, varios países se van especializando, conjuntamente con su mano de obra, en la producción de bienes industrializados y otros países se van especializando en la producción de bienes primarios.

Estas tesis son vueeltas a analizar por la escuela neoclásica y que está directamente relacionado con el neoliberalismo, y los aspectos antes mencionados por la escuela clásica trasciende en el análisis de competitividad a través de ventajas comparativas y ventajas competitivas.

Desde el punto de vista de la escuela social se analiza este fenómeno en el sentido de que la división internacional del trabajo divide al mundo en dos partes, una agrupada en unos cuantos países dedicados a producir bienes industrializados y otro grupo donde se encuentran la mayoría de países que se dedican a la producción de bienes primarios, que dotan de insumos a las grandes economías para que sean agregadores de valor, este fenómeno recae en lo que se denomina deterioro de los términos de intercambio que en términos de comercio internacional es la diferencia de valor relativo entre los bienes primarios y los bienes industrializados, es decir que los países que producen materia prima tienen que destinar mayores esfuerzos para equiparar sus importaciones de bienes industrializados para tratar de mantener una balanza comercial positiva.

(Ana María Aragonés, Aída Villalobos, María Teresa Correa, 2005) “El autor demuestra que las políticas migratorias, aún tienen un fuerte sesgo de influencia desde la ciudadanía nacionalista, prevaleciendo por encima de la perspectiva de los derechos humanos. De ahí que concluya afirmando que los inmigrantes indocumentados son un grupo totalmente expuesto al maltrato, la explotación y la violación de sus derechos básicos y así como de su dignidad, situación que no se resuelve, aun cuando existan gran número de tratados internacionales de derechos humanos ...”

2.2 Aspectos Económicos

La División internacional de trabajo genera la fragmentación o descomposición de una actividad productiva en sus tareas más elementales y su reparto entre diferentes personas, según su fuerza física, habilidad y conocimientos. El aumento de la producción que se deriva de la puesta en práctica del principio de la división del trabajo se debe, según Adam Smith, seis causas principales:

- Aumenta la habilidad y destreza de los trabajadores.
- Ahorra la pérdida de tiempo de pasar de una tarea a otra.
- Facilita la invención y el uso de grandes máquinas que abrevian considerablemente el trabajo y le permiten a un hombre realizar la labor de muchos.
- Mejora la competitividad de las empresas
- Mejora y aprovecha las ventajas comparativas y competitivas en términos de comercio internacional.
- Dinamiza el intercambio de bienes y servicios entre los países especializados en producir uno u otro bien.

2.3 Aspectos Sociológicos

Sin embargo de los beneficios y perjuicios que, desde el punto de vista económico pueden darse, también existe una serie de impactos desde el punto de vista social.

La división del trabajo puede derivarse también en una división de la sociedad en clases o categorías sociales, ya que la división puede darse en función de habilidades manuales e intelectuales y que están relacionadas con la retribución del trabajo.

También puede darse una división del trabajo por sexos.

Genera excedentes productivos que son apropiados por el dueño del capital trascendiendo en explotación de una clase sobre otra.

Al ser el trabajo repetitivo no incentiva al trabajador a superarse.

2.4 Aspectos Antropológicos

Se manifiesta desde este punto de vista que el hombre por naturaleza va desarrollando una división natural del trabajo, en el sentido de satisfacción de sus necesidades, ya que en este afán van aprovechando las capacidades naturales de hombres y mujeres para la realización de actividades económicas, es decir que, por ejemplo el hombre se va especializando en actividades como la cacería y la pesca, en cambio las mujeres se van especializando en actividades como la recolección la agricultura y la ganadería. En fin el ser humano desde su origen trabaja para satisfacer sus necesidades, aprovecha las potencialidades que poseen como personas clanes o tribus.

2.5 Empresa

(Joaquín Rodríguez Valencia, 2010)“La empresa es el ente donde se crea riqueza. Permite que se ponga en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros, técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, con base en los objetivos fijados por la dirección general – interviene en diferentes grados y los motivos económicos, sociales y de servicio”

Por lo tanto la empresa es una organización en función de la búsqueda de un objetivo fundamental, que la maximización de los beneficios , ingresos, los mismos que se obtendrán de la combinación de factores productivos para la producción de bienes y servicios.

2.5.1 Importancia

La existencia de una empresa es de vital importancia para quienes la conforman, ya que su naturaleza es obtener una rentabilidad y satisfacer la demanda del consumidor, aportando en el desarrollo económico de la sociedad.

2.5.2 Clasificación

(José Luis González Núñez, 2010) Uno de los principales objetivos al clasificar las empresas según el tamaño, consiste en verificar la existencia de relación entre eficiencia y tamaño y aclarar de esta forma la existencia o no de un tamaño óptimo.

- **Por Sectores Económicos**

Extractivas: Dedicadas a explotar recursos naturales.

Servicios: Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad

Comercial: Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.

Agropecuaria: Explotación del campo y sus recursos.

Industrial: Transforma la materia prima en un producto terminado.

- **Por Su Tamaño**

Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

Mediana: Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

Pequeña: Se dividen a su vez en:

Pequeña: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.

Micro: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

Famiempresa: Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

- **Por El Origen Del Capital**

Pública: Su capital proviene del Estado o Gobierno.

Privada: Son aquellas en que el capital proviene de particulares.

Economía Mixta: El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

- **Por El Número De Propietarios**

Individuales: Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.

Sociedades: Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común.

- **Por La Función Social**

Con Ánimo de Lucro: Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.

Trabajo Asociado: Grupo organizado como empresa para beneficio de los integrantes E.A.T (Empresas Asociativas de Trabajo)

Sin Ánimo de Lucro: Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.

Economía Solidaria: A este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia.

2.5.3 Microempresa

(Miguel Chorro, 2010), “En el caso de la pequeña empresa, se considera a una “persona natural o jurídica que opera en el mercado productivo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, con establecimiento fijo...”

Analizado la definición, la microempresa es un pequeño negocio que ayuda en el desarrollo de una ciudad, un país, ya que ésta genera fuentes de empleo y que tiene como objetivo seguir creciendo hasta convertirse en una gran empresa y satisfacer las necesidades de la sociedad en general. La microempresa y los microempresarios tienen una gran responsabilidad ante el desarrollo de nuestro país, pero también el gobierno debe dar mucha atención, ya que el objetivo de una microempresa es dejar de serlo.

2.5.3.1 Importancia de la Microempresa

El sector micro empresarial representa el 60% de la población económicamente activa y aporta entre el 10 y el 15% de valor agregado bruto nacional. Por lo tanto es parte constitutiva e importante del aparato productivo nacional.

2.5.3.2 Objetivos

- Buscar nuevos mercados, reunir y generar fondos para un buen funcionamiento.
- Satisfacer las necesidades del consumidor brindando productos y servicios de buena calidad.
- Crear microempresas sustentables con mínimo costo financiero.
- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades.
- Promover la cultura emprendedora, generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica.
- Cumplir con las leyes tributarias para de esta forma ayudar al crecimiento del país.
- Pagar deudas a los acreedores.

2.5.3.3 Ventajas

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.

- Ayuda a fomentar el ahorro y la inversión.
- Sus productos y/o servicios son de mayor consumo por que los costos son bajos y novedosos.
- Pueden llegar a mercados donde la mediana y gran empresa no llega.
- Contribuye al empleo de personas discapacitadas físicamente, por edad o por dificultad para conseguir empleo.

2.5.3.4 Desventajas

- Utilizan tecnología ya superada.
- Dificultad de acceso a crédito.
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

2.5.3.5 Características

- La administración de la microempresa es realizado por el propietario.
- Son generalmente unipersonales.
- Cuenta con capital reducido.
- El Campo de Operación es local.
- Su comercio es formal.
- El crecimiento se da reinvertiendo sus utilidades
- Se dedican en su mayoría al comercio

2.5.3.6 Clasificación

- **Por la Actividad que Realiza**

Micro empresas industriales: Son las que transforman las materias primas en forma total o parcial hasta obtener un producto final para ofrecerlo al público.

Micro empresas comerciales: Son las que venden productos elaborados por otras empresas, es decir son intermediarias entre el productor y el consumidor.

Micro empresas de servicio: Son las que realizan atención al cliente para vender servicios sean estos profesionales o de asistencia.

- **Por la constitución legal**

Individuales: Aquellas que están conformadas por una sola persona.

De Sociedad: Cuando están constituidas por más de una persona, que por medio de un acuerdo dan su aporte monetario, profesional o material para su creación.

2.6 Conceptualización de Variables Macroeconómicas

2.6.1 Producto Interno Bruto (PIB)

(Aurelio Valdéz Caro, UNMSM, 2006)“.. Define al PIB como la suma del valor agregado generado en las distintas actividades económicas que participan en la actividad productiva del país: $PBI = \sum VAB$; esta es una visión del PBI desde la perspectiva de la oferta”

(Aurelio Valdéz Caro, UNMSM, 2006) “Un segundo procedimiento para determinar la magnitud del PBI, es el denominado método del gasto, el mismo que consiste en cuantificar independientemente el consumo de las familias, incluyendo el consumo de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (C), el consumo del gobierno o consumo público (G), la formación bruta de capital o inversión (FBK), las exportaciones de bienes y servicios (X) y, las importaciones de bienes y servicios (M) de tal manera que el PBI resulta por agregación de estos conceptos: $PBI = C + G + FBK + X - M$; esta es una visión del PBI desde de la perspectiva de la demanda agregada”

- **Medición**

El PIB se lo puede medir desde dos ámbitos:

PIB = Consumo de las familias (C) + Consumo de las Empresas (I) + Consumo del Gobierno (G) + Exportaciones netas (Xn)

PIB = Sueldos, salarios y otras rentas del trabajo + Intereses, alquileres u otras rentas derivadas de la propiedad + Impuestos Indirectos + Depreciación + Beneficios.

También para su medición y cálculo se debe tomar en cuenta:

PIB nominal: Es la producción de bienes y servicios valorada a precios de mercado.

PIB real: Producción de bienes y servicio valorado a precios constantes.

Del análisis del PIB real y PIB nominal se desprende el deflactor del PIB que mide el nivel actual de precios en relación al nivel de precios del año base, es decir mide el incremento del PIB nominal atribuido al incremento de precios y no al incremento de la producción.

$$\text{deflactordelPIB} = \frac{\text{PIBnominal}}{\text{PIBreal}} \times 100$$

2.6.2 Inflación

(José Luis Sampedro, Carlos Berzosa, 2012) “Por inflación se entiende una disminución del poder adquisitivo del dinero medido de ordinario por un índice de precios”

(Aurelio Valdéz Caro, UNMSM, 2006) “...La inflación, requieren de un instrumental expresado a precios corrientes como a precios constantes, en este punto, las cuentas nacionales a precios constantes, ofrece el instrumental necesario para el análisis del crecimiento económico, el comportamiento de los precios y fluctuaciones económicas”

La inflación es un indicador que genera una pérdida del poder adquisitivo de las personas, es decir que con el mismo ingreso, o manteniéndose el ingreso constante, por la inflación cada vez alcanza para comprar menos productos, y por tanto disminuye la satisfacción de las necesidades familiares.

- **Medición**

Para la medición de la Inflación, primero es necesario conocer sobre el IPC (Índice de Precios al Consumidor), que es un indicador del costo total de bienes y servicios comprados por un consumidor representativo

En el Ecuador quien se encarga de su medición es el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo).

Pasos para calcular el IPC (Índice de Precios al consumidor):

1. Se fija la canasta
2. Se hallan los precios
3. Se calcula el costo de la canasta
4. Se elige un año base y se calcula el índice
5. Se calcula la tasa de inflación

2.6.3 Desempleo

El término desempleo alude a la falta de trabajo. Un desempleado es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo. Esta situación se traduce en la imposibilidad de trabajar pese a la voluntad de la persona.

El desempleo es uno de los indicadores macroeconómicos que más siente la sociedad, ya que el no poseer trabajo implica la imposibilidad de obtener ingresos para la satisfacción de las necesidades, en el caso de nuestro país, el desempleo ha generado otro problema social como es la migración, ante la imposibilidad de encontrar un trabajo en nuestro país, las personas intentan encontrar esas oportunidades fuera del país.

- **Medición**

La tasa de desempleo es el cociente entre el número de personas desempleadas y la población económicamente activa (ocupados o buscando empleos), expresado como porcentaje.

$$\text{Tasa de desempleo} = (\# \text{ desempleados} / \text{PEA}) \times 100$$

2.7 Estudio de Mercado

Secretaría de Economía, (2011). “El mercado puede ser un lugar físico y también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos”.

El mercado es un lugar físico; permite determinar el éxito o el fracaso de un bien o servicio a través de la obtención de información de fuentes primarias y/o secundarias.

2.7.1 Producto

(Pilar Párraga García, Francisco Carrero Sandoval, Andrés Nieto Salinas, José Andrés López Yepes, María Feliz Madrid Garré, 2004), “Un producto es cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad o deseo (incluye el término servicio). El término producto es aquel elemento que dentro de la empresa permite conjugar las necesidades del consumidor y el cumplimiento de los objetivos de la empresa”.

(Philip Kotler, 2002), “Tres posibles divisiones de productos: físico (tangibles), ampliado (tangibles, más servicios añadidos al mismo) y genérico (producto que es el beneficio que el comprador espera recibir)”.

Por lo tanto Producto es cualquier objeto o servicio que puede ser ofrecido a un mercado, para satisfacer un deseo o una necesidad de los consumidores.

2.7.2 Oferta

(Michael Parkin, 2006), “Una oferta implica más que contar con los factores y la tecnología para producir algo, los factores y la tecnología constituyen los límites de lo que es posible producir. Pueden producirse muchas cosas útiles, pero no se producen a menos que su producción arroje un beneficio”.

(Michael Parkin, 2006), “Oferta es la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes”.

MILLER, Roger (2002). pág. 22. “La cantidad ofrecida de un bien o servicio, es el monto que los productores planean vender durante un período dado a un precio específico. La cantidad ofrecida no es necesariamente la misma cantidad que de hecho se venderá. Algunas veces la cantidad ofrecida es mayor que la cantidad demandada, así que la cantidad comprada es menor a la cantidad ofrecida”.

2.7.2.1 Oferta Real

MARCIAL L. Luis J. (2009) pág. 14. “Prestaciones de servicio o bien que se entrega, independiente de la calidad de la prestación del bien o las reales necesidades de la población (número de personas atendidas)”

2.7.2.2 Oferta Potencial

MARCIAL L. Luis J. (2009) pág. 14. “Cantidad de prestaciones o bienes que se puede entregar potencialmente, tomando en cuenta los recursos físicos y humanos con que se cuenta (capacidad existente)”.

La comparación entre la oferta real y oferta potencial permite establecer las limitaciones presentes por el recurso humano disponible y/o por los recursos físicos (equipamiento, infraestructura).

2.7.3 Demanda

(Isabel María Rosa Díaz, Francisco Javier Rondán Cataluña, Enrique Carlos Díez de Castro, 2013), “Cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en unas condiciones determinadas y en un período dado”

(Philip Kotler, 2006), “La demanda de mercado de un producto es el volumen total susceptible de ser adquirido por un grupo de consumidores definido en un área geográfica determinada, durante un período establecido, en un entorno de marketing concreto y bajo un programa de marketing específico”.

La oferta y demanda constituyen la Ley del Mercado y son las que determinan el precio. Cuando la oferta es mayor a la demanda los precios tienden a bajar y cuando la oferta es menor a la demanda los precios tienden a subir.

2.7.3.1 Demanda Efectiva o Real

Marcial L. Luis J. (2009) pág. 11. “La demanda totalmente cierta. Estará constituida por la que es atendida por el mercado, en relación al precio y la capacidad de pago de los consumidores y se refleja en la solicitud de servicios.

2.7.3.2 Demanda Potencial

Marcial L. Luis J. (2009) pág. 11. “La demanda potencial del proyecto está relacionada con las características de la política de donde se deriva el proyecto, esto es la capacidad para llegar a la población en la entrega de un bien o servicio que tiene el proyecto”. Está relacionada con la población afectada.

2.7.3.3 Demanda Insatisfecha

Marcial L. Luis J. (2009) pág. 11. “Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte”.

Aquella parte de la Demanda planeada en términos reales en que éste excede a la Oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse Compra efectiva de Bienes y servicios.

2.7.4 Precio

(Pilar Párraga García, Francisco Carrero Sandoval, Andrés Nieto Salinas, José Andrés López Yepes, María Feliz Madrid Garré, 2004), “es un atributo del producto, lo que hay que pagar por él”.

Por lo tanto el precio es el valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el beneficio que resulta de tener o usar el producto o servicio.

Es el valor monetario que está dispuesto a pagar el comprador por la adquisición de un bien, producto o servicio-

Comercialización

“La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

La comercialización es el conjunto de actividades que se toman en cuenta para sacar los productos elaborados por la empresa, al mercado de una manera rápida y eficiente, con precios bajos y que la calidad prevalezca.

2.7.5 Canales De Distribución

(Amada Martínez, Rebecca A. Lee, Diana Chaparro, Sandra páramo, 2003), “Los canales de distribución se definen como el grupo de personas y empresas que participan en el tránsito de un producto, desde el productor hasta el consumidor final. Los canales de distribución incluyen al productor, al consumidor final y a cualquier intermediario – como son los detallistas y los mayoristas”

Son las actividades necesarias y el camino a seguir para que el producto llegue hasta el consumidor final.

Los canales de comercialización son acciones necesarias que ayudan a llevar los diferentes productos y servicios hacia el mercado, para que los consumidores puedan adquirirlo de acuerdo a sus necesidades.

2.7.6 Publicidad

(Mariola García - Uceda, 2011), “Publicidad es el conjunto de medios y técnicas empleados para promover un producto o una gama de productos en una superficie de venta...”.

La Asociación Americana de Estudio de Mercado. “Propaganda es cualquier forma pagada de prestación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”.

Publicidad es dar a conocer el producto, bien o servicio a través de medios de comunicación en forma directa, es el primer acto de la venta.

2.8 Estudio Técnico

(María Fernanda Castillo, 2007), “El estudio de la viabilidad técnica evaluó si era físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto”.

Se realiza finalizado el estudio de mercado, para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto. El proyecto de inversión muestra en su estudio técnico todas las maneras para elaborar un producto o servicio, su proceso, la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada; identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio; crear un plan estratégico que permite pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación.

En este estudio, se describe el proceso se va a usar y cuánto costará todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

2.9 Tamaño Del Proyecto

Sapag, Nassir y Reinaldo (2004) pág. 73. “La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta”.

En el tamaño del proyecto se determina las herramientas y máquinas, el espacio físico necesario para una adecuada operación, además se cuantifica las necesidades de mano de obra. El tamaño del proyecto en última instancia permite estimar la capacidad a instalarse para realizar la producción de bienes y servicios.

2.9.1 Factores que determinan el tamaño

- **Demanda potencial insatisfecha.**

El primer factor que limita principalmente la capacidad de la instalación de la planta de producción es la demanda potencial insatisfecha de acuerdo a las cifras obtenidas en el estudio de mercado. Esta demanda no es cubierta por los productores existentes. La capacidad instalada no dependerá necesariamente de la demanda potencial insatisfecha, sino también de otros factores.

- **Capacidad instalada y disponibilidad de capital.**

Para iniciar las operaciones de una unidad productiva, lo más importante es la disponibilidad de capital, ya que sin la disponibilidad de los recursos económicos necesarios las buenas ideas y los mejores proyectos para mejorar las condiciones de vida de la familia y la población quedarán solo en ideas o proyectos.

La optimización del proceso de producción estará en función de la infraestructura básica, y ésta a su vez está en función de la capacidad financiera del inversionista.

2.10 Tecnología Y Equipos

Universidad internacional. Ensayo de tecnología (2010, Febrero 24). La tecnología es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas,

conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas.

El factor tecnológico es fundamental en el proceso productivo, en este trabajo se utilizará objetos necesarios para poder implementar un restaurante; pero también métodos de organización y técnicas.

2.11 Insumos

“El término insumo se utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se pueden denominar como materias primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos. El recurso a ciertos insumos siempre tiene que ver con actividades productivas que tienen por fin la realización de otro bien más complejo y que implica un mayor proceso de elaboración. Cuando el insumo es utilizado en combinación con otros insumos más o menos complejos para la elaboración de otro tipo de productos, dejan de considerarse como tales ya que han perdido sus características esenciales”

El insumo, por lo tanto, se utiliza en una actividad productiva que tiene como objetivo la obtención de un bien más complejo o diferente tras la realización de un proceso productivo.

2.12 Localización

Chain Nassir (2007) pág. 107, dice: “La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona; y el de la micro localización que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto”

Es el lugar geográfico en el cual se va a implementar el proyecto. Para su determinación se identifica y analiza las fuerzas locales y nacionales con el fin de que el resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

2.12.1 Micro-Macro Localización

- **Macro localización.**

Es decidir la zona en general donde se instalará la empresa o negocio.

- **Micro localización.**

Es elegir el punto preciso dentro de la macro-zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

2.13 Ingeniería Del Proyecto

Se refiere al estudio que se relaciona con la etapa técnica y con la participación de ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, se describe aspectos como producto, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, cantidad de materia prima recursos humanos, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil.

Se divide en:

- Ingeniería Especializada.
- Ingeniería Civil

2.14 Procesos Productivos

Los procesos Productivos son una Secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto (bienes o servicios).

Esta definición “sencilla” no lo es tanto, pues de ella depende en alto grado la productividad del proceso.

Generalmente existen varios caminos que se pueden tomar para producir un producto, ya sea este un bien o un servicio. Pero la selección cuidadosa de cada uno de sus pasos y la secuencia de ellos ayudarán a lograr los principales objetivos de producción.

- Costos (eficiencia)
- Calidad
- Confiabilidad

- Flexibilidad

Una decisión apresurada al respecto puede llevar al “caos” productivo o a la ineficiencia.

Se recomienda nunca tomar a la ligera la determinación de un proceso productivo.

2.14.1 Clasificación de los Procesos

Los procesos se pueden clasificar:

- **Según el tipo de flujo del producto**

1. En Línea
2. Intermitente
3. Por proyecto

- **Según el tipo de servicio al cliente**

1. Fabricación para inventarios
2. Fabricación para surtir pedidos

La selección de cada una de estas clasificaciones es estratégica para la empresa, pues unas elevan los costos, otras pueden mejorar la calidad, otras mejoran el servicio rápido al cliente y otras permiten atender cambios rápidos de productos.

2.15 Inversión

Estrictamente, es aquella parte de la producción que no se destina al Consumo inmediato sino a la producción de nuevos Bienes de Consumo o de nuevos bienes de Capital.

En este sentido es equivalente a la acumulación de activos físicos.

El fin de la Inversión es mantener e incrementar la producción de Bienes de Consumo, para lo cual es necesario reponer el Stock de capital que se gasta en el proceso de producción, además de incrementar dicho Stock.

De aquí surge la distinción entre inversión bruta e Inversión neta.

La primera es igual a la inversión total; es decir, aquella parte del Producto que repone e incrementa el Stock de Capital existente.

La Inversión neta es igual a la inversión bruta menos la Depreciación, o reposición del capital gastado en la producción. Vale decir, es equivalente al incremento neto en el Stock de Capital.

Desde el punto de vista de los agentes económicos individuales, comúnmente suele llamarse Inversión a la acumulación de Riqueza en cualquiera de sus formas, como adquisición de bonos, Acciones, propiedades, hipotecas, entre otras.

Esta Inversión financiera es distinta de la inversión real, entendida como formación de Capital real.

La Inversión financiera se refiere a la transferencia de la Propiedad de títulos o activos financieros.

2.16 Estudio Financiero

“La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”, www.econlink.com.ar.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

2.16.1 Ingresos

(Rafael D. Martínez, 2009), “Será ingreso todo aumento de recursos obtenido como consecuencia de la venta de productos comerciales o por la prestación de servicios, habituales o no, además de los beneficios producidos en un ejercicio económico”.

En latín *ingressus*, ingreso es la acción de ingresar o el espacio por donde se entra.

El ingreso es la razón de las empresas existen y son a menudo un factor determinante de una acción de precio.

Los ingresos también pueden clasificarse en ordinarios y extraordinarios. Los ingresos ordinarios son aquellos que se obtienen de forma habitual y consuetudinaria; por ejemplo el salario de un trabajador que se ocupa en un trabajo estable, o las ventas de una empresa a un cliente que compra periódicamente o de forma habitual. Los ingresos extraordinarios son aquellos que provienen de acontecimientos especiales; por ejemplo un negocio inesperado por parte de una persona o una emisión de bonos por parte de un gobierno.

2.16.2 Egresos

Zapata, Pedro (2008) pág. 312, argumenta: “Son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que, al ser usados, consumidos o utilizados, proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de una renta. Ciertos gastos son indispensables para el funcionamiento de la empresa, otros resultan necesarios e incluso algunos son prescindibles”.

El concepto de egresos, de todas maneras, se encuentra muy asociado a la contabilidad. Se denomina egresos a la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización, mientras que los ingresos permiten nombrar al dinero que entra.

Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio. El gasto supone un

desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. El pago de un servicio (por ejemplo, de conexión a Internet) y el arrendamiento de un local comercial son algunos de los gastos habituales que forman parte de los egresos de las empresas.

Las inversiones y los costos, por su parte, también supone el egreso de dinero. Sin embargo, se trata de desembolsos que se concretan con la esperanza de que se traduzcan en ingresos en el futuro. Al comprar una materia prima, una compañía realiza un gasto (el dinero egresa de su caja), pero, al transformar dicha materia, se convierte en un producto terminado que generará ingresos con su venta. La lógica empresarial implica que estos ingresos deben superar los egresos para obtener rentabilidad.

El flujo de efectivo es un estado contable que permite llevar el control de los movimientos de efectivo y equivalentes. Se trata de una manera de supervisar cuánto dinero egresa de la empresa y cuánto ingresa, lo que ayuda a la planificación. Una compañía necesita tener controlados sus egresos para poder hacer frente a sus obligaciones operativas.

2.16.2.1 Costo de Producción

Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios, etc).

A los tres elementos del costo de producción de un artículo manufacturado se denominan: costos del producto, porque se incorporan al valor de los productos fabricados, a través de cuentas de activo y se aplican a los resultados mediata y

paulatinamente conforme se venden tales productos, situación que puede ocurrir en el periodo de fabricación y contabilización posterior al periodo durante el cual se incurrieron los costos del producto.

A la suma de materia prima directa y mano de obra directa se conoce como COSTO PRIMO y a la suma de mano de obra directa y cargos indirectos de fabricación se conoce como COSTO DE CONVERSIÓN.

Los costos del periodo son desembolsos hechos durante el mismo periodo de contabilización del ejercicio. No se adicionan al valor de los productos fabricados, sino que se cargan directamente a cuenta de resultados, estos costos son causados por todo lo que se haga adicionalmente con el fin de poder vender los productos fabricados como: los costos de almacenaje, costos de entrega de la mercancía, costos de administración de la empresa, estos costos están clasificados en:

- Costos de Distribución.
- Costos de Administración.

El costo total está integrado por la suma del costo de producción y de costos de distribución, los tres anteriores y otros costos adicionales. (CP + GA + GV + GF +D).

Costos Variables o directos: son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa. Son aquellos cuya magnitud fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga destajo, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas.

Costos fijos o periódicos: Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta. Resultan constantes dentro de un margen determinado de volúmenes de producción o venta. Ejemplos: depreciaciones (método en línea recta), primas de seguros sobre las propiedades, rentas de locales, honorarios por servicios, entre otros.

Costos semivariables: son aquellos que tienen una raíz fija y un elemento variable, sufren modificaciones bruscas al ocurrir determinados cambios en el volumen de producción o venta. Como ejemplo de estos: materiales indirectos, supervisión, agua, fuerza eléctrica,...

Características de los costos variables o directos:

No existe costo variable si no hay producción de artículos o servicios.

La cantidad de costo variable tenderá a ser proporcional a la cantidad de producción.

El costo variable no está en función del tiempo. El simple transcurso del tiempo no significa que se incurra en un costo variable.

- **Características de los Costos Fijos**

Tienden a permanecer igual en total dentro de ciertos márgenes de capacidad, sin que importe el volumen de producción lograda de artículos o servicios.

Están en función del tiempo.

La cantidad de un costo fijo no cambia básicamente sin un cambio significativo y permanente en la potencia de la empresa, ya sea para producir artículos o para prestar servicios.

Estos costos son necesarios para mantener la estructura de la empresa.

2.16.2.2 Gastos Administrativos

Chiliquinga, Manuel (2007) pág. 10, argumenta: “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.”

Los gastos de administración son los gastos necesarios que se asocian a la gestión, administrativo, y las funciones generales de una organización que no puede aplicarse directamente a alguna categoría de gasto relacionado con la operación.

2.16.2.3 Gastos de Ventas

(Noriega Editores, 2002), “Gastos de ventas, en el caso de los restaurantes son aquellos egresos que se efectúan para tratar de incrementar las ventas. Como ejemplo tenemos: publicidad, comisiones sobre ventas (en algunos casos), promociones, gastos de reparto (en el caso de existir servicio a domicilio), artículos promocionales, anuncios espectaculares, etcétera.”

Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas. Como ejemplo se citan: fletes, sueldos y Comisiones de vendedores. Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los Gastos por este concepto.

Es uno de los tipos de gastos de funcionamiento y es un costo del período que hay que tomar en cuenta necesariamente.

2.16.2.4 Depreciación

El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio. Para la contabilidad, la depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad. Una deducción anual de una porción del valor de la propiedad y/o equipamiento.

También se puede definir como un método que indica el monto del costo imputable al gasto, que corresponda a cada periodo fiscal.

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un activo por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil, al final lo lleva a ser inutilizable.

Al utilizar un activo, este con el tiempo se hace necesario reemplazarlo, y reemplazarlo genera una erogación, la que no puede ser cargada a los ingresos del período en que se reemplace el activo, puesto que ese activo generó ingresos y significó un gasto en más de un periodo, por lo que mediante la depreciación se distribuye en varios periodos el gasto inherente al uso del activo, de esta forma solo se imputan a los ingresos los gastos en que efectivamente se incurrieron para generarlo en sus respectivos periodos.

2.16.2.5 Gastos Financieros

Son aquellos gastos que incurre una persona para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas.

Son los gastos cobrados por las entidades financieras a los que recurren a utilizar financiación ajena, tales como intereses, comisiones de apertura, etc.

2.16.3 Estados Financieros

(María de la Luz Campos Huerta, 2010), “...los estados financieros deberán contener información: Cuantitativa: los estados financieros básicos proporcionan una visión acerca de las operaciones de la empresa y su posición financiera del período, datos comparativos de los dos últimos años y trayectoria de los últimos cinco años; Cualitativa: una opinión de la administración sobre el desempeño de las operaciones de la empresa en el año y de años anteriores y sus perspectivas futuras”.

(María de la Luz Campos Huerta, 2010), “Los estados financieros deben ser capaces de transmitir información sobre la situación financiera de la empresa, de los resultados de sus operaciones y los cambios en su situación financiera del

período contable, la cual satisfaga al usuario general en la empresa y le brinde la posibilidad de formarse un juicio..”.

2.16.3.1 Estado De Situación Financiera

(María de la Luz Campos Huerta, 2010), “Es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. El estado de situación financiera no pretende presentar el valor del negocio, sino únicamente presenta el valor para el negocio de sus recursos y obligaciones cuantificables, ya que no se cuantifica los elementos esenciales tales como el recurso humano, el producto, la marca, el mercado, el crédito comercial, etcétera”.

Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable. Se formula de acuerdo con un formato y un criterio estándar para que la información básica de la empresa pueda obtenerse uniformemente como por ejemplo: posición financiera, capacidad de lucro y fuentes de fondeo.

El estado de situación financiera, también llamado balance general, es el medio que la contabilidad ha utilizado para mostrar el efecto acumulado de las operaciones que se han efectuado en el pasado. Nos muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos con los que cuenta la empresa para las futuras operaciones, así como los derechos que existen sobre los mismos y que aparecen bajo el nombre de pasivos y capital contable.

2.16.3.2 Estado de Resultados

(María de la Luz Campos Huerta, 2010), “Es un estado financiero que muestra los ingresos, los flujos generados por el negocio, costos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante en el período”.

Estado de Ganancias y Pérdidas el Estado de Resultado o Estado de Ganancias y Pérdidas, es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o

pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo. Desde el punto de vista financiero, reviste una importancia fundamental el determinar la correspondencia de ingresos, costos y gastos en diferentes períodos. El Estado de Resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos, cuyos saldos deben ser cerradas al finalizar el ejercicio contable. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

Este estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso de la misma. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

2.16.3.3 Estado De Flujo De Caja

JORDI, Febrero 2012 | 8 Páginas “El Flujo de Caja Proyectado es un informe financiero que muestra a futuro el efectivo que la empresa generará y utilizará en las actividades de operación, financiación e inversión, para esto se necesitan los futuros ingresos y egresos de efectivo que realizará la empresa para un periodo de tiempo determinado”

Todas las empresas, independientemente de la actividad a que se dediquen, necesitan de información financiera confiable, una de ellas es la que proporciona el Estado de Flujos de Efectivo, el cual muestra las entradas y salidas de efectivo por actividades de operación, inversión y financiamiento, lo que servirá a la gerencia de las empresas para la toma de decisiones.

2.16.4 Evaluadores Financieros

2.16.4.1 Valor Actual Neto (VAN)

(Paul R. Krugman, 2006), “El valor presente neto de un proyecto es el valor presente de los ingresos actuales y futuros menos el valor presente de los costos actuales y futuros”

(Patricio Bonta Mario Farber, 2002), “El VAN (valor actual neto) nos da una idea de significatividad de la inversión mediante el descuento del flujo de fondos a una tasa predeterminada”.

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas”-

Dicho en otras palabras es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual, es decir, actualizar mediante una tasa todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

$$VAN = \frac{FE\ 1}{(1+r)^1} + \frac{FE\ 2}{(1+r)^2} + \frac{FE\ 3}{(1+r)^3} + \frac{FE\ 4}{(1+r)^4} + \frac{FE\ 5}{(1+r)^5}$$

Criterios de Decisión:

Si el $VAN > 0$, se acepta el proyecto.

Si el $VAN < 0$, se rechaza el proyecto.

Si el VAN es mayor que \$0, la empresa ganará un rendimiento mayor que su costo de capital, tal acción debe mejorar el valor del mercado de la empresa y por lo tanto los ingresos de los propietarios.

2.16.4.2 Tasa Interna De Retorno (TIR)

(Patricio Bonta Mario Farber, 2002), “La tasa interna de retorno (o rentabilidad) es aquella tasa de interés que hace = 0 el valor actual de un flujo de beneficios netos al final de la vida útil del proyecto o en cualquier otra fecha en que se lo evalúe”.

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

La tasa interna de retorno es aquella que permite conocer la rentabilidad que genera la inversión al final de su periodo de recuperación.

Su cálculo se realiza sacando el VAN superior e inferior; es decir que debe dar una VAN positivo y un negativo, para luego comparar los datos obtenidos.

$$TIR = TRI + \left[(TRS - TRI) \frac{VANI}{(VANI - VANS)} \right]$$

2.16.4.3 Beneficio Costo (B/C)

Hernández, Alejandro (2008) pág. 119, afirma: “consiste en dividir el valor actual entre el valor inicial. Si el resultado del cociente es mayor o igual a uno, el proyecto se considera viable y se acepta. Caso contrario se rechaza.”

Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el coste son exitosos, caso contrario fracasan.

Con el análisis de la relación costo - beneficio se otorgan valores menores, iguales o mayores; esto quiere decir lo siguiente:

$C/B > 1$ significa que los ingresos son mayores que los gastos; entonces el proyecto es aconsejable.

$C/B = 1$, significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyecto es indiferente.

$C/B < 1$; esto quiere decir que los ingresos son menores que los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

$$a) \text{BeneficioCosto} = \frac{\sum \text{IngresosActualizados}}{\sum \text{EgresosActualizados}}$$

$$b) \text{BeneficioCosto} = \frac{\sum \text{FlujosNetosActualizados}}{\text{Inversión}}$$

2.16.4.4 Recuperación De La Inversión

(María Iborra, Ángels Dasí, Consuelo Dolz, Carmen Ferrer, 2006), “El plazo de recuperación es el período de tiempo que transcurre desde la inversión inicial hasta que los flujos de caja permiten recuperar el coste o desembolso de la inversión. En base a este criterio las mejores inversiones son las que tienen un plazo de recuperación más corto”

La recuperación o retorno de la inversión, se obtiene a partir de dos perspectivas. La primera consta de la parte operativa y estratégica y la segunda, de la liquidación teórica del plan de negocios.

En el análisis de una inversión, es el período de recuperación, o años que se necesitan para que los flujos de caja de la inversión igualen el capital invertido.

2.16.4.5 Punto De Equilibrio

(Noriega Editores, 2002), “El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual los ingresos (ventas) son exactamente iguales a los egresos (costos y gastos). Existen diferentes fórmulas para calcular el punto de equilibrio. Algunas

proporcionan el resultado en unidades (clientes, hablando de restaurantes) y otras en nivel de ventas (dinero)”

Hernández Abraham, 2008, Pag.127, manifiesta: “El punto de equilibrio consiste en predeterminar un importe, en el cual, la empresa no sufra perdidas ni obtenga utilidades, es decir, el punto en donde las ventas son iguales a los costos y a los gastos.”

Para este autor el punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero no gana dinero, pero tampoco pierde, logra cubrir sus costos , pero si aumenta las ventas logra ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá un beneficio caso contrario generará perdidas.

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Dónde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

2.17 Estructura Organizacional

Mintzberg, Mayo (2011), afirma La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado en forma de matriz.

Este autor afirma que la estructura organizacional se define como la forma en la cual una organización o empresa es organizada o se encuentra estructurada los puestos.

2.17.1 Organización Formal

Es la organización basada en una división del trabajo racional, en la diferenciación e integración de los participantes de acuerdo con algún criterio establecido por aquellos que manejan el proceso decisorio. Es la organización planeada.

Es generalmente aprobada por la dirección y comunicada a todos a través de manuales de organización, de descripción de cargos, de organigramas, de reglas y procedimientos.

2.17.2 Organización Informal

Es la organización que emerge espontánea y naturalmente entre las personas que ocupan posiciones en la organización formal y a partir de las relaciones que establecen entre sí como ocupantes de cargos.

Se forma a partir de las relaciones de amistad o de antagonismo o del surgimiento de grupos informales que no aparecen en el organigrama, o en cualquier otro documento formal.

Constituye la forma estructural más simple y antigua, pues tiene su origen en la organización de los antiguos ejércitos y en la organización eclesiástica de los tiempos medievales. El nombre organización lineal significa que existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad entre superior y subordinados. De ahí su formato piramidal. Cada gerente recibe y transmite todo lo que pasa en su área de competencia, pues las líneas de comunicación son estrictamente establecidas. Es una forma de organización típica de pequeñas empresas o de etapas iniciales de las organizaciones.

2.17.3 Organización Funcional

Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones. Muchas organizaciones 'de la antigüedad utilizaban el principio funcional para la diferenciación de actividades o funciones. El principio funcional separa, distingue y especializa: Es el germen del Staff.

2.17.4 Organización Tipo Lineal-Staff

En la organización línea-staff, existen características del tipo lineal y del tipo funcional, reunidas para proporcionar un tipo organizacional más complejo y completo. En la organización línea-staff coexisten órganos de línea órganos de ejecución y de asesoría órganos de apoyo y de consultoría manteniendo relaciones entre sí. Los órganos de línea se caracterizan por la autoridad lineal y por el principio escalar, mientras los órganos de staff prestan asesoría y servicios especializados.

Este tipo de organización línea-staff es el resultado de la combinación de los tipos de organización lineal y funcional, buscando incrementar las ventajas de esos dos tipos de organización y reducir sus desventajas.

2.17.5 Misión

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

Complementando ésta definición, citamos un concepto de los autores Thompson y Strickland que dice: "Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el f negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir"

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque en donde consta la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas

2.17.6 Visión

(Publicaciones Vértice S.L., 2008), “La visión de la empresa constituye el conjunto de representaciones, tanto efectivas como racionales, que un individuo o un grupo de individuos asocian a una empresa o institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones de dicho grupo de individuos, como reflejo de la cultura de la organización en las percepciones del entorno”.

Según Arthur Thompson y A. J. Strickland: “El simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar”.

En síntesis, la visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado...

2.17.7 Orgánico Estructural

(Publicaciones Vértices S.L., 2008), “Estructura es la forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto o bien de un sistema bajo coordinaciones particulares de tiempo y lugar, se dice que existe una estructura cuando una serie de elementos se integran en una totalidad que presentan propiedades específicas como un conjunto, y cuando además las propiedades de los elementos dependen

(en una medida variable) de los atributos específicos de la totalidad. Por otra parte una organización es una forma de repartir trabajo y/o responsabilidades entre diferentes personas de forma estructurada y con una intención previamente delimitada”.

2.17.8 Orgánico Funcional

(Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional, 2005), “El concepto de orgánico funcional tradicional es el de “definir, delimitar y jerarquizar la naturaleza y ámbito de la funciones y responsabilidades de cada de las unidades administrativas, para regular las relaciones de dependencia, interdependencia y coherencia funcional”

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o compuestos de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar, es establecer líneas de autoridad de arriba hacia abajo a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato. Esto permite ubicar las unidades administrativas en relación con las que son subordinadas en el proceso de la autoridad.

Este orgánico funcional está determinado según las funciones que realizan cada uno por diagramas de bloques.

2.18 Impactos

2.18.1 Impacto Económico

(Blanca Esther Libera Bonilla, 2007), Afirma, “Los impactos económicos también están definidos con cierta precisión. Se dispone de indicadores normalizados para considerar la balanza de pagos de tecnología, el comercio de bienes de alta tecnología y, principalmente, la innovación tecnológica. Este se da por los

recursos gastados en la investigación, o también por los recursos que se generaran después de realizar la investigación”

El impacto económico se define como lo gastado en la realización del proyecto y los ingresos económicos que generara el mismo cuando ya se encuentre en ejecución

2.18.2 Impacto Social

(Blanca Esther Libera Bonilla, 2007), “Afirma El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones”

2.18.3 Impacto Ambiental

(Grethel Aguilar Rojas, Alejandro Iza, 2009), “Impacto ambiental es toda “alteración significativa de los sistemas naturales y transformados y de sus recursos, provocada por acciones humanas (...). Los impactos se expresan en las diversas actividades y se presentan tanto en ambientes naturales como en aquellos que resultan de la intervención y creación humana”. Por otra parte se indica que el impacto ambiental debe interpretarse en sentido amplio, puesto que incluye los posibles efectos sociales y económicos negativos, pero también los positivos, así como los efectos sobre el patrimonio cultural y paisajístico”.

(María de la Luz Campos Huerta, 2010)El impacto ambiental que produzca la ejecución del proyecto es la en si la forma en la cual afecta al medio ambiente en el cual se desarrolla la ejecución del proyecto.

2.19 Aplicación de NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera)

- **La NIIF 1**

Son Normas Internacionales de Información Financiera, fue emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad en junio de 2003; Sustituyó a la SIC-8. Aplicación, por Primera Vez, de las NIC como Base de Contabilización (Emitida por el Comité de Interpretaciones en julio de 1998).

3. CAPITULO III - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque Investigativo

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo, con predominio de lo numérico, estadístico-matemático; se utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación establecidas previamente y como ya dijimos se usó la estadística para establecer patrones de comportamiento en una muestra de una población.

3.2 Modalidad de Estudio

Para el estudio de mercado se aplicó el siguiente procedimiento.

3.3 Tipo de Investigación

Dado el propósito, es una investigación descriptiva-propositiva por cuanto se recolectaron datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del objeto de estudio y, en razón de que se pretende solucionar un problema a través de una propuesta se puede decir que es una investigación propositiva.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población o Universo

De acuerdo a los objetivos de la investigación, se seleccionó una población constituida por las personas que visitan los restaurantes de Yahuarcocha establecida por varios estratos sociales y edades.

3.4.2 Muestra

Muestra de la población de turistas que visitan la Laguna de Yahuarcocha.

Para este trabajo de investigación se aplicó el sistema de muestreo de población finita ya que según estadísticas del portal municipal y la Empresa de Economía Mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y.) 20000 personas visitan Yahuarcocha, al respecto la siguiente fórmula:

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

Lo cual: N = Tamaño de la muestra

d² = Varianza

Z = Critico o tipificado

e = Error

Determinación de los datos:

- Error(e)5%
- Nivel de confianza (Nc)95% $\rightarrow 0,95/2 = 0,475 \rightarrow Z = 1,96$
- Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25 por que se trabaja correcto es decir:
 - P= Probabilidad de ocurrencia $\Rightarrow 0,5$ de éxito
 - Q= Probabilidad de no ocurrencia $\Rightarrow 0,5$ de fracaso
 - $d^2 = P \cdot Q$
 - $d^2 = 0,5 \cdot 0,5$
 - $d^2 = 0,25$
- Población (N)1200

Aplicación:

$$n = \frac{(20000) (0,5)^2 (1,96)^2}{(20000-1) (0,08)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$
$$n = \frac{(20000) (0,25) (3,8416)}{(20000-1) (0,0064) + (0,25) (3,8416)}$$

n= 148,89

3.5 Diseño de Instrumentos de Investigación

3.5.1 Información primaria

Para la presente investigación, es decir, para alcanzar los objetivos del estudio y responder las preguntas directrices, se diseñó dos tipos de instrumentos de recolección de información, una encuesta cuestionarios para clientes reales y potenciales y una ficha de observación para evaluar el comportamiento del mercado

Cabe recalcar que para el diseño de dichos instrumentos se partió de la elaboración de la Matriz de operacionalización de variables, antes indicada, observando a siguiente secuencia:

3.5.2 Información secundaria

Las fuentes secundarias de información fueron útiles sobre todo para la construcción del marco teórico y, también información de estas fuentes que fue indispensable para orientar el trabajo investigativo y la propuesta.

3.6 Métodos

Para la elaboración del marco teórico se utilizó el método teórico a través de la investigación bibliográfica, el método empírico – analítico para la investigación

de campo que permitió identificar las relaciones esenciales y características fundamentales del objeto de estudio.

El método inductivo, sirvió para hacer generalización esa partir de datos particulares, permitiendo llegar a conclusiones ampliativas que van más allá de las premisas, en otras palabras, el método inductivo permite justificar información nueva.

3.7 Técnicas

Como ya se indicó las técnicas utilizadas fueron las siguientes:

Encuestas: Se aplicó a una determinada muestra tanto de clientes reales como de potenciales.

3.8 Instrumentos

- Formularios de encuestas
- Formulario de entrevista
- Ficha de recolección de información bibliográfica
- Fichas de observación
- Grabadora para la entrevista
- Cámara fotográfica

3.9 Análisis de la Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Recolección de Información

El análisis de la confiabilidad y validez de los instrumentos constituyó un paso previo a la aplicación de los mismos. Así, en lo referente a la validez, se consultó a dos personas expertas en el tema de investigación y marketing, respecto a la pertinencia de las preguntas del cuestionario, para requerir su opinión sobre la redacción, con la finalidad de evitar expresiones ambiguas que afecten la estructura interna del instrumento en cuestión.

En el análisis de confiabilidad, se aplicó una prueba piloto a 20 personas, cuyas respuestas permitieron determinar la claridad y consistencia interna del cuestionario.

4. CAPITULO IV - ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Encuesta dirigida a los Consumidores

1. ¿Con qué frecuencia visita usted el sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
Semanal	70	46,67
Quincenal	45	30,00
Mensual	24	16,00
Trimestral	11	7,33
Total	150	100,00

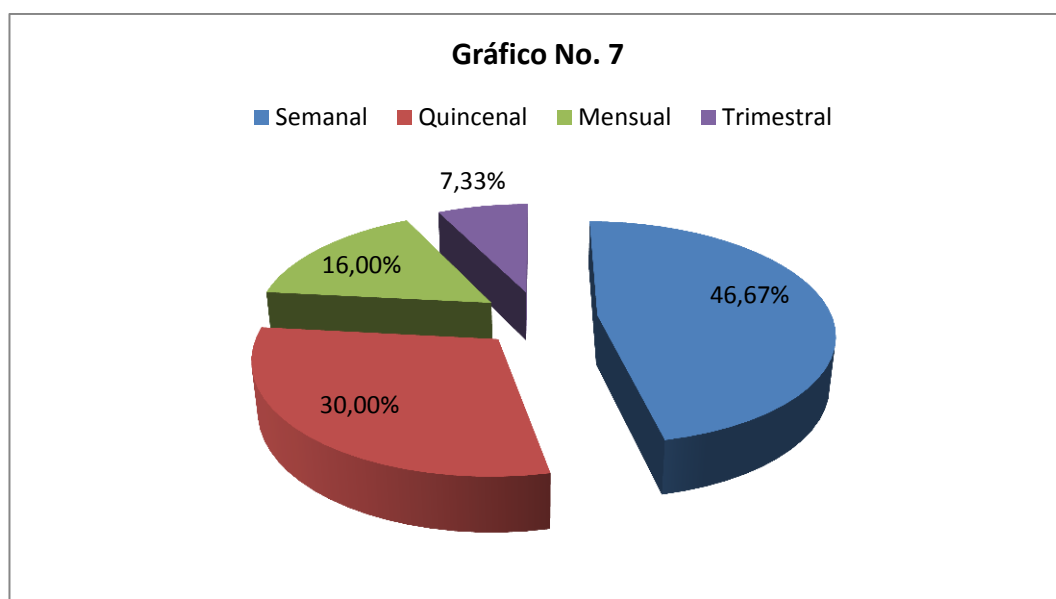


Ilustración 7: Frecuencia de Visitas a Yahuarcocha

Análisis

Con la información obtenida de las encuestas realizadas a los consumidores se tiene que la mayoría frecuentan cada semana y cada quince, permitiendo tener una ventaja por la concurrencia de personas.

2. ¿Cuál es la razón de su visita al sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
Gastronomía	81	54,00
Deportes acuáticos	43	28,67
Discotecas	26	17,33
otros	0	0,00
Total	150	100,00

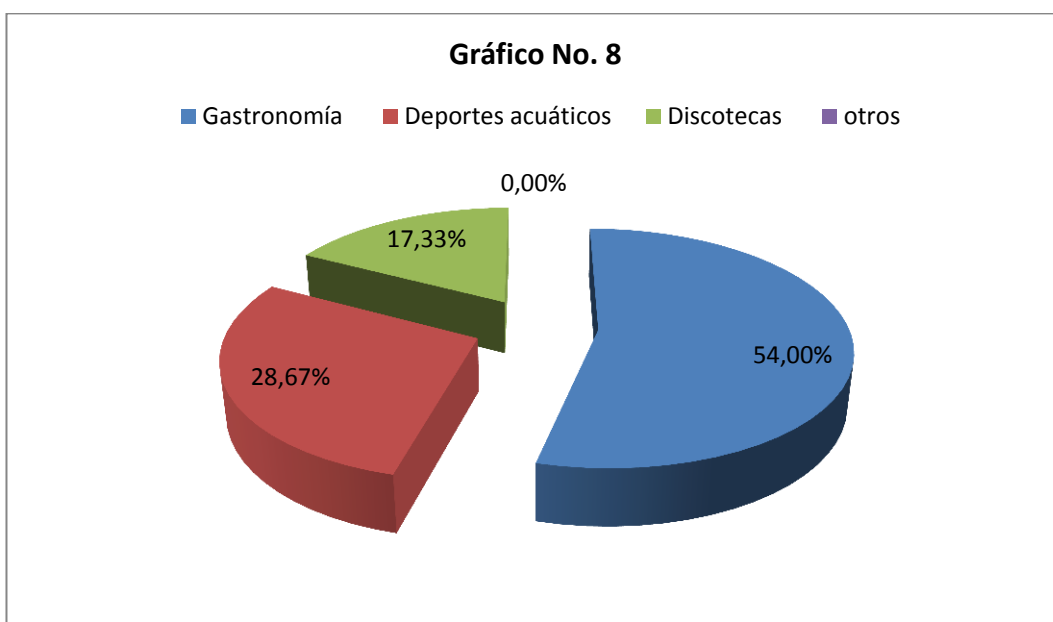


Ilustración 8: Razones de visita a Yahuarcocha

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas se inclinaron por la opción primera, es decir la gastronomía seguidamente de los deportes acuáticos, de esta manera certificando que el servicio que se va a brindar tiene bastante acogida.

3. ¿Le gusta la gastronomía del sector?

Concepto	Frecuencia	%
Si	140	95
No	10	5
Total	150	100,00

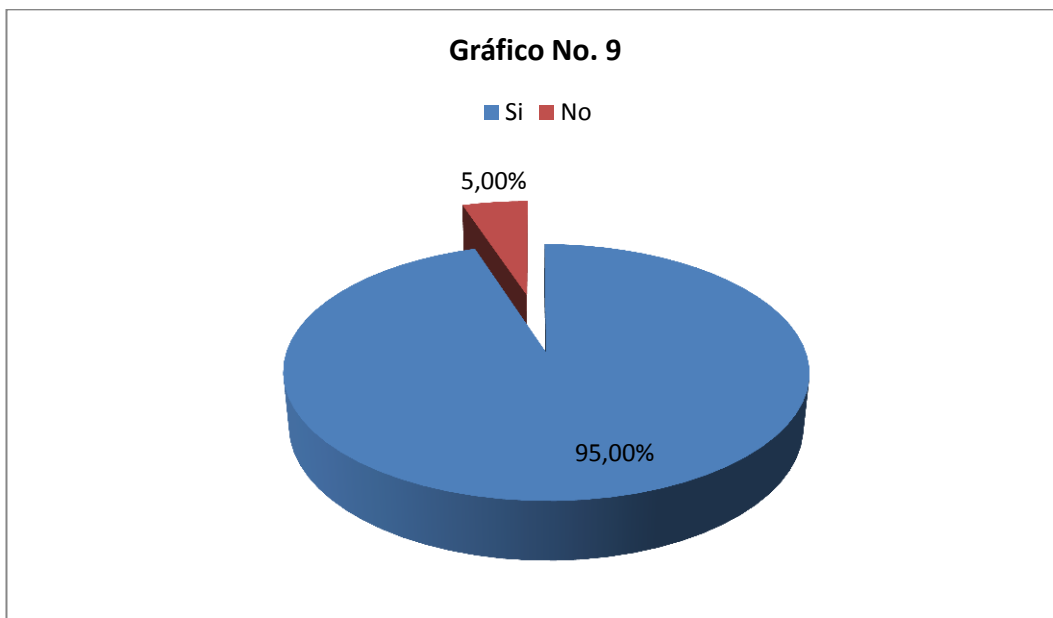


Ilustración 9: Estadística Gusto por la Gastronomía del Sector

Análisis

El 95% de los encuestados se refiere a que el sector tiene un factor muy relevante como es la gastronomía, viendo en ello una oportunidad para implementar el servicio.

4. ¿Cuánto es su gasto promedio en alimentación que realiza en cada visita al sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
De 0 a 2	6	4,00
De 2.01 a 5	31	20,67
De 5.01 a 10	68	45,33
De 10.01 en adelante	45	30,00
Total	150	100,00

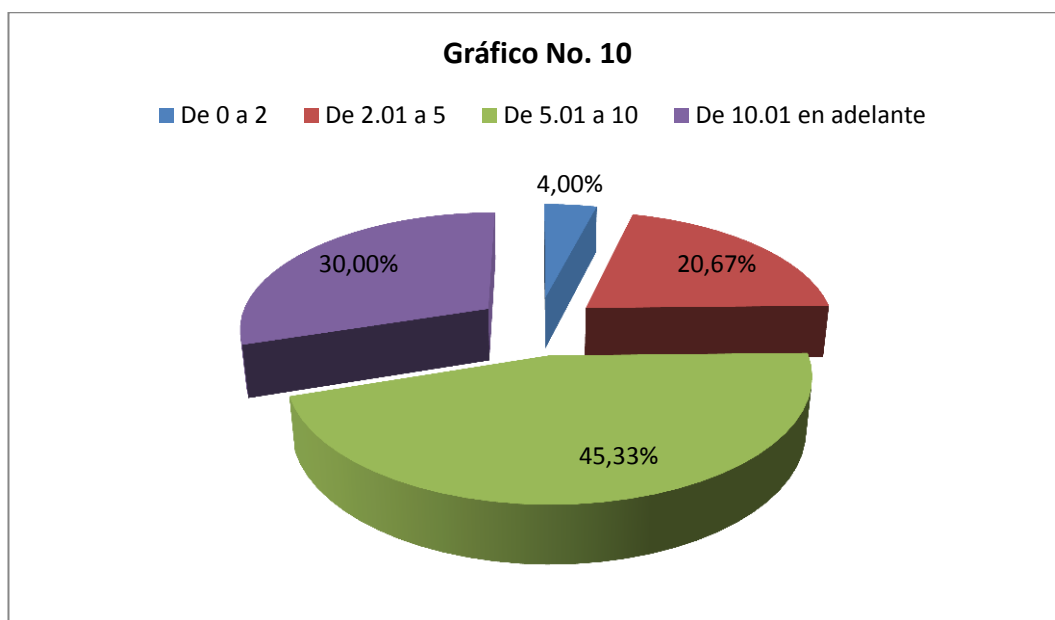


Ilustración 10: Gasto promedio de turista

Análisis.

De las encuestas realizadas se determina que la mayor cantidad de visitantes que su gasto más de \$ 10, seguidamente de las personas que gastan entre \$ 5 y \$ 10. Esto permite tener una visión muy clara de los gastos de las personas que visitan el lugar.

5. ¿Con cuántas personas visita el sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
Menor o igual a tres	45	30,00
Entre cuatro y cinco	80	53,33
Igual o más de seis	25	16,67
Total	150	100,00



Ilustración 11: Promedio de Número de personas en familia

Análisis.

Por la información obtenida, se puede determinar que la mayor parte de los encuestados seleccionaron la tercera opción que van más o igual a 5 personas, esto permite observar que hay una gran número de personas que visitan el lugar.

6. ¿Qué aspectos le gustaría que se mejore por parte de los propietarios de locales de comida?

Concepto	Frecuencia	%
Atención	20	13,33
Espacio físico	114	76,00
Decoración	10	6,67
Salubridad	6	4,00
Total	150	100,00

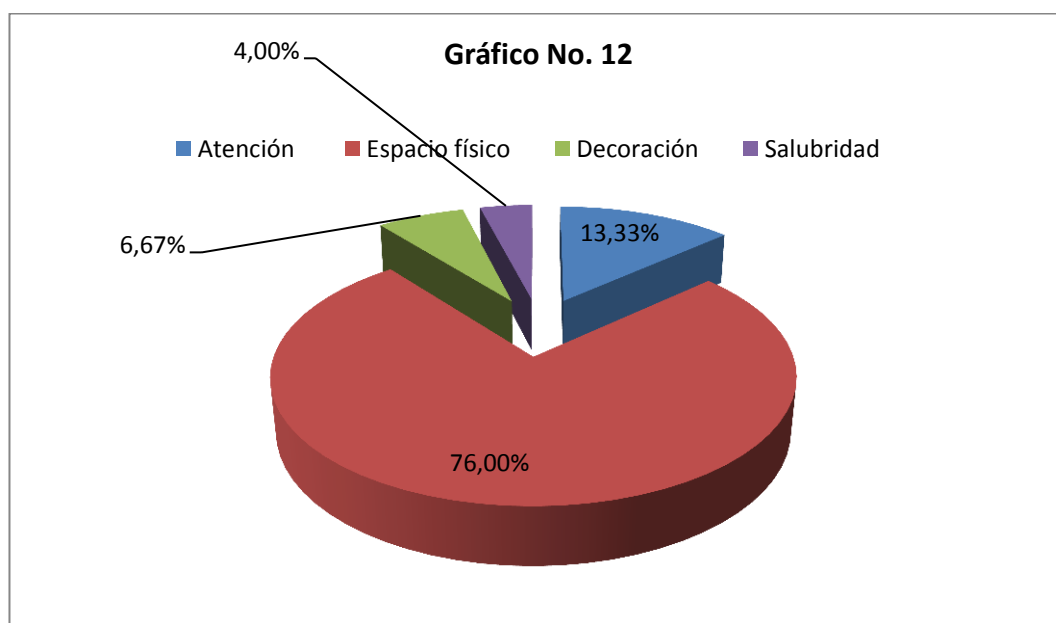


Ilustración 12: Estadística de mejoras en locales de comida

Análisis.

Según el gráfico se puede determinar que la mayoría de los encuestados se refiere a una mejora o ampliación del lugar donde se brinda el servicio de alimentación.

7. ¿Conoce cuál es el servicio de barcaza?

Concepto	Frecuencia	%
Si	5	3,33
No	145	96,67
Total	150	100

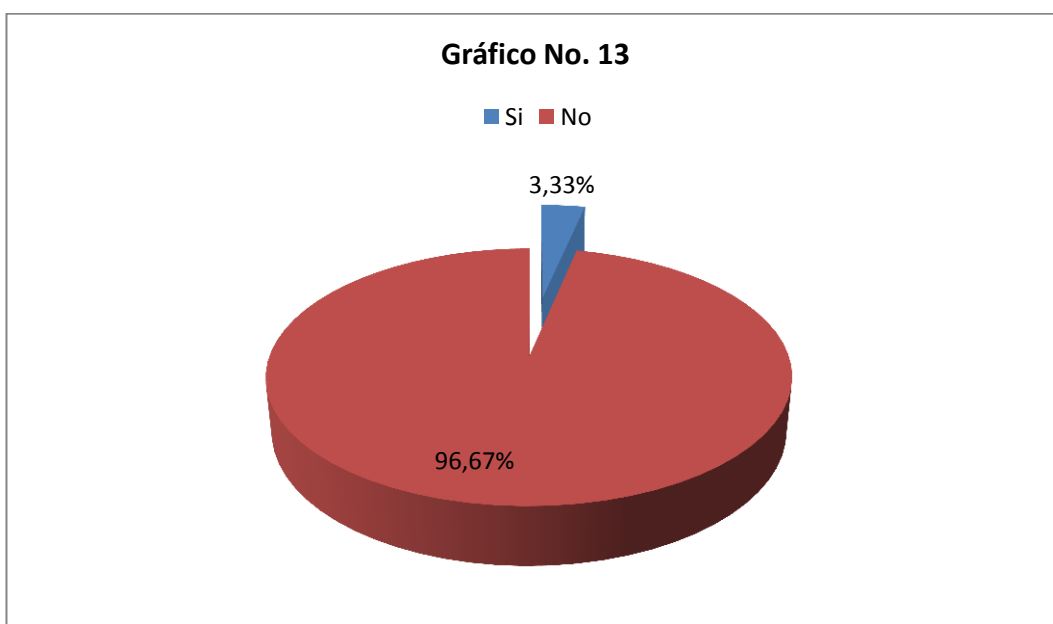


Ilustración 13: Estadística de Conocimiento de servicio de Barcaza

Análisis.

De la información obtenida a través de las encuestas, se determina que la mayoría de las personas no conocen el servicio de la barcaza; lo que se transforma en una oportunidad para fortalecer el turismo ya que la barcaza se constituirá en un nuevo atractivo turístico en la laguna.

8. Si Yahuarcocha le ofreciera servicio de barcaza con los implementos necesarios para su seguridad y personal de apoyo Usted lo utilizaría

Concepto	Frecuencia	%
Si	147	98
No	3	2
Total	150	100

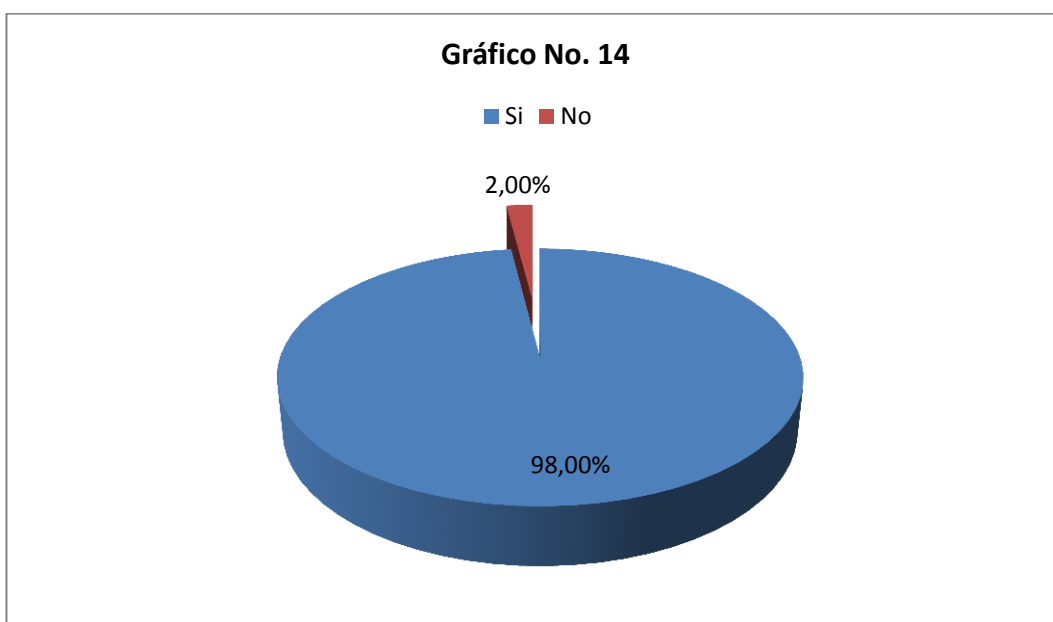


Ilustración 14: Acerca de utilizar el servicio de Barcaza

Análisis.

Según el cuadro se puede afirmar que casi la totalidad de encuestados sí utilizarían el servicio de barcaza, garantizando ingresos potenciales que permitan ampliar la cobertura del servicio.

9. ¿Qué le gustaría que en este servicio se implemente para su recorrido?

Concepto	Frecuencia	%
Bar	59	39,33
Discoteca	45	30,00
Sala de Sesiones	21	14,00
Sala de Conferencias	25	16,67
Total	150	100



Ilustración 15: Encuesta acerca de implementación de servicios

Análisis.

La mayoría de encuestados opta por dos alternativas, el bar y la discoteca como principal actividad de recreación, esto se da porque es un ambiente diferente para todos quienes hagan uso del servicio.

10. ¿Con que frecuencia utilizaría el servicio de la barcaza en caso de que se implementara?

Concepto	Frecuencia	%
Semanal	75	50,00
Quincenal	46	30,67
Mensual	15	10,00
Trimestral	14	9,33
Total	150	100

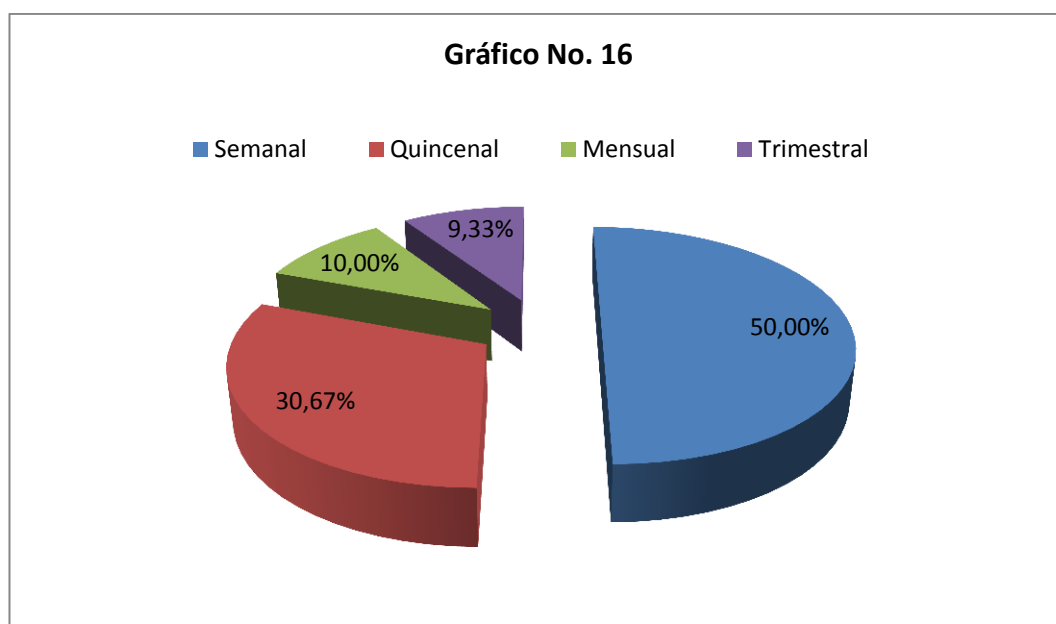


Ilustración 16: Encuesta acerca de la frecuencia de uso de servicios

Análisis

Por los datos obtenidos, se puede notar que la mayoría de encuestados responde de manera favorable a las visitas semanales y quincenales, garantizando la concurrencia permanentemente de las personas.

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de la barcaza?

Concepto	Frecuencia	%
2.00 USD	99	66,00
2,50 USD	36	24,00
3,00 USD	15	10,00
Total	376	100

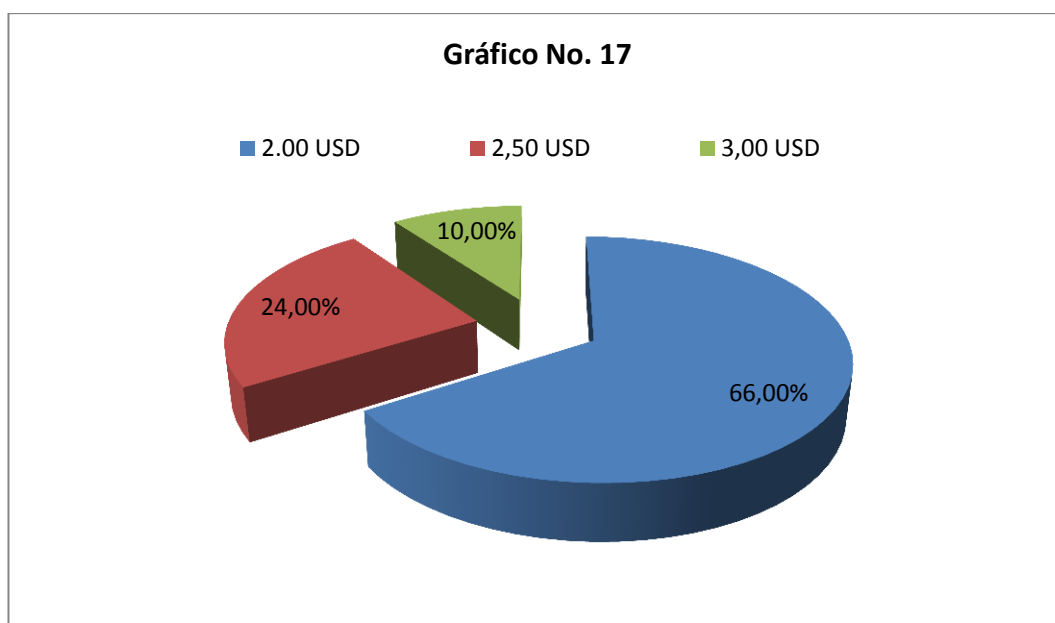


Ilustración 17: Encuesta acerca del monto a pagar por el servicio de barcaza

Análisis

Con respecto a esta inquietud, los encuestados se inclinaron a favor de la opción primera, es decir la equivalente a dos dólares; pero seguido del valor de dos dólares cincuenta; lo que hace prever la predisposición para la utilización del servicio.

4.2 Conclusión general de la encuesta realizada a los consumidores

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas denotamos que existe un potencial de consumidores de los servicios de barcaza y restaurante en Yahuarcocha, ya que los resultados muestran que el 98% tienen aceptación a los servicios de barcaza y restaurante en Yahuarcocha, y visualizando también que se tiene una visita en su mayoría de forma semanal de turistas a la laguna de Yahuarcocha, predominando que van en grupos en su mayor porcentaje formado de cuatro a cinco personas da una población de aceptación muy alta.

Se determinó mediante las encuestas que la tarifa para el servicio de barcaza sería de 2 USD y para el servicio de restaurant un menú que óciele de 5 USD cinco a 10 USD diez.

4.3 Encuesta dirigida a los comerciantes de tilapias de la provincia de Imbabura, sector Yahuarcocha.

1. ¿La actividad principal de su negocio se dedica a?

Venta de tilapia ()

Platos típicos de la zona ()

Otros ()

Alternativas	Frecuencia	%
Venta de Tilapia	70	66
Platos Típicos	25	24
Otros	11	10
TOTAL	106	100

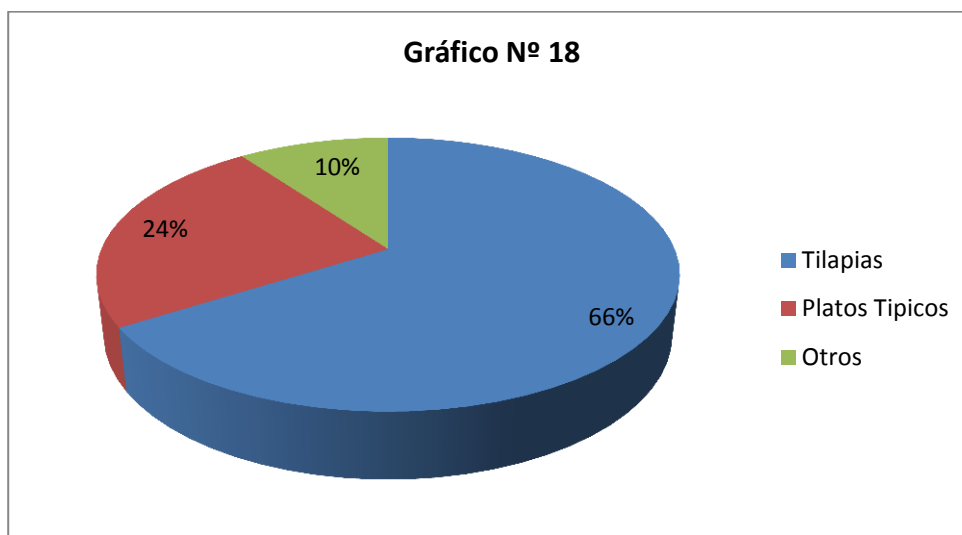


Ilustración 18: Encuesta acerca de servicio brindado por comerciantes del sector

Análisis

Con respecto a la actividad económica que predomina en la zona tenemos que un 66 % por ciento de los locales encuestados se dedican a la venta de la tilapia, quedando en segundo lugar la venta de platos típicos como caldo de gallina y otros.

2. ¿Su proveedor le ofrece todo lo necesario cuando compra sus productos?

Todo	()
Casi todo	()
Muy poco	()
Nada	()

Alternativas	Frecuencia	%
Todo	43	40
Casi Todo	60	57
Muy poco	3	3
Nada	0	0
TOTAL	106	100

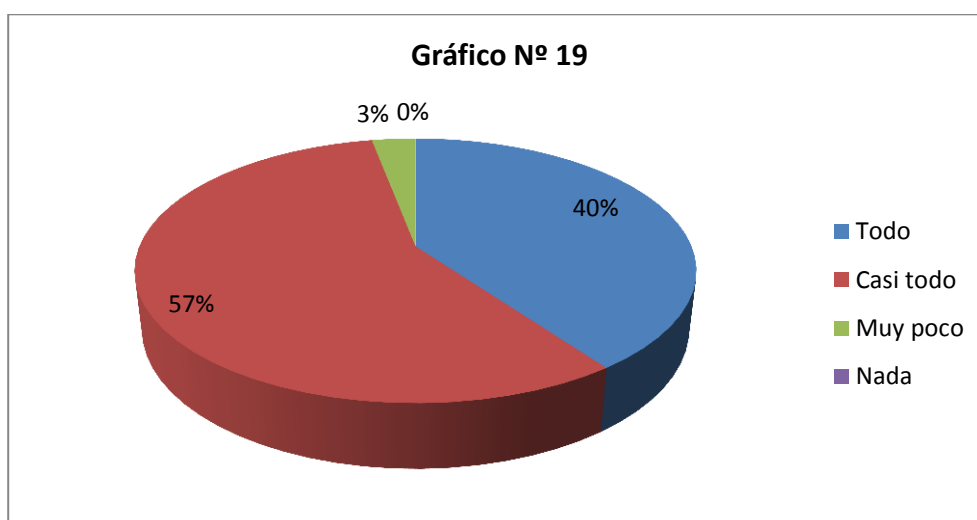


Ilustración 19: Encuesta, servicios que brinda el comerciante del sector

Análisis.

Tenemos que un 57% los proveedores proveen casi todo a los comerciantes de tilapia de la zona y un 40% dice que les proveen de todos los productos necesarios, tenemos además un 3% que dice que compra a pequeños proveedores de forma muy esporádica

3. ¿Cuál es la variedad de tilapia de mayor demanda?

Tilapia negra ()

Tilapia roja ()

Alternativas	Frecuencia	%
Tilapia negra	40	38
Tilapia roja	66	62
TOTAL	106	100

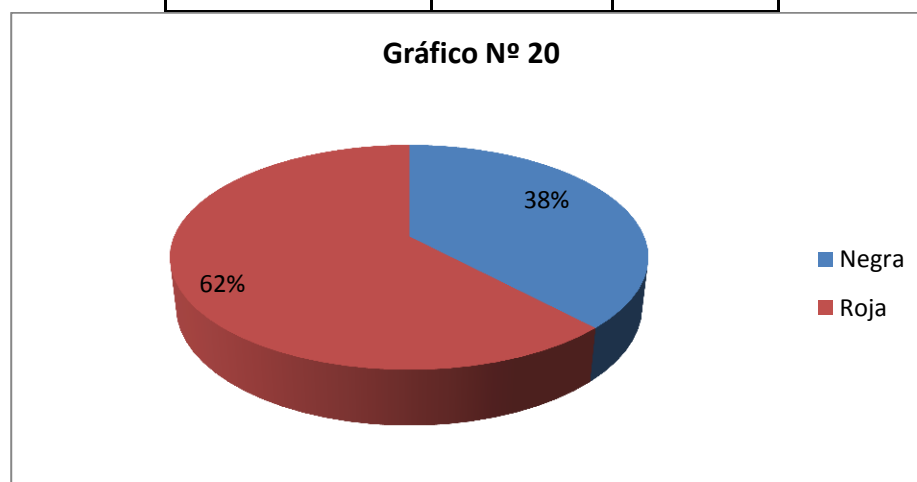


Ilustración 20: Encuesta, demanda del tipo de tilapia

Análisis

En cuanto a la variedad de tilapia más preferida por los consumidores se ha determinado que en un 62% el cliente prefiere la tilapia roja y en segundo lugar la negra con un 38%.

4. ¿Cuántas veces adquiere la tilapia a la semana?

Una vez ()

Dos veces ()

Tres veces ()

Alternativas	Frecuencia	%
Una vez	25	24
Dos veces	70	66
Tres veces	11	10
TOTAL	106	100

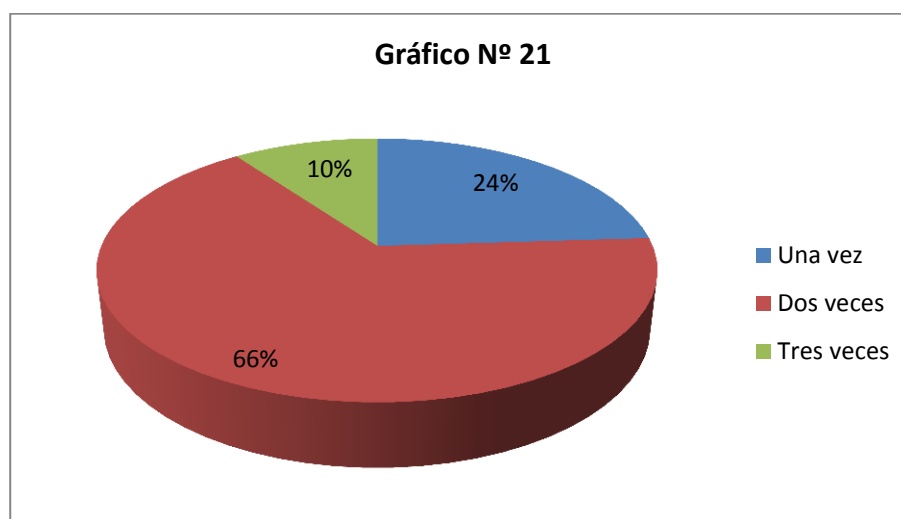


Ilustración 21: Número de veces que compra la tilapia a la semana

Análisis

La frecuencia con la que los comerciantes adquieren el producto en su mayoría con un 66% se determinó que adquieren dos veces en semana, seguidos de un 24% que adquiere una sola vez en semana.

5. ¿En qué cantidad usted compra el producto semanalmente?

- 1 a 50 libras ()
- 51 a 100 libras ()
- 101 a 150 libras ()
- 151 a 200 libras ()
- 201 libras en adelante ()

Alternativas	Frecuencia	%
1 a 50 libras	30	28
51 a 100 libras	40	38
101 a 150 libras	25	24
151 a 200 libras	5	5
201 en adelante	6	5
TOTAL	106	100

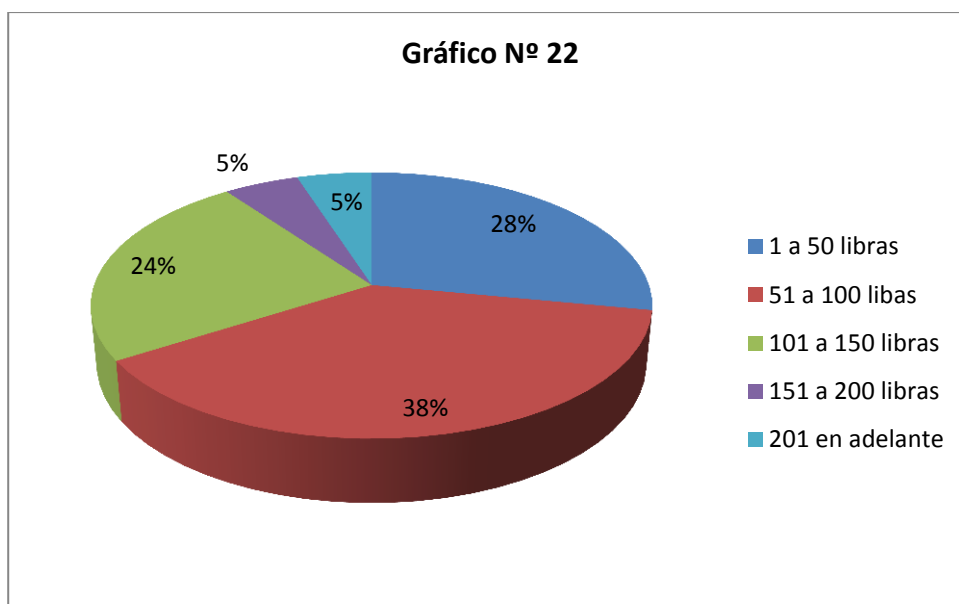


Ilustración 22: Cantidad que se adquiere el producto semanalmente

Análisis

En lo referente a la cantidad de producto que adquieren los comerciantes tenemos que la mayoría adquirí de 51 a 100 libras semanal seguidos de un 28% que compra hasta 5ª libras.

6. ¿Cuánto paga usted por la libra de tilapia?

0.85 a 0.90 USD ()

0.91 a 0.95 USD ()

0.96 a 1.00 USD ()

1.01 a 1.05 USD ()

Alternativas	Frecuencia	%
0.85 a 0.90	20	19

0.91 a 0.95	20	19
0.96 a 1.00	30	28
1.01 a 1.05	36	34
TOTAL	106	100

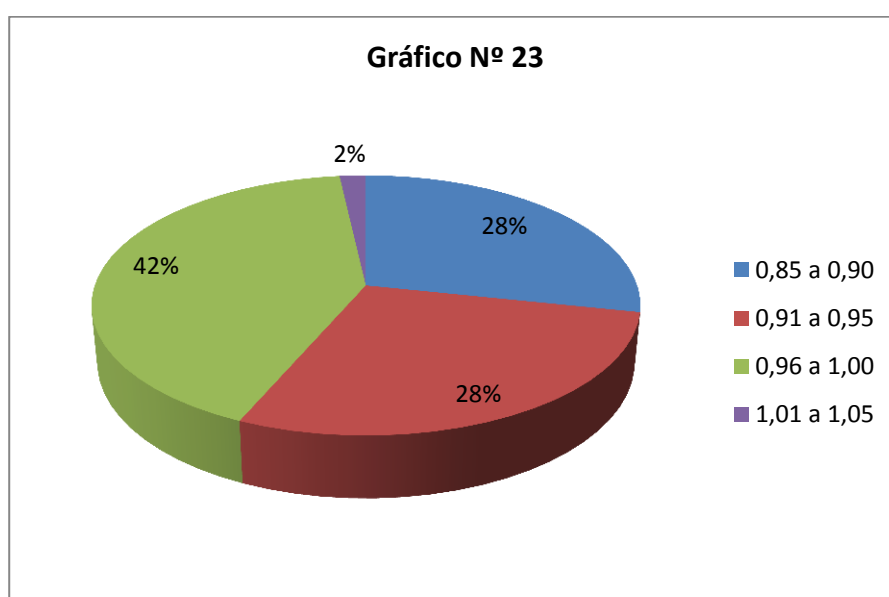


Ilustración 23: Valor de la tilapia

Análisis

En cuanto al precio que los comerciantes pagan por la libra de tilapia tenemos que nos han confirmado que un 42% paga de 0.96 a 1,00 dólares por libra seguido de un 28% que pagan de 0.91 a 0.95 centavos por libra

7. ¿Por qué medios le gustaría que se difundiera la comercialización de tilapia?

Prensa escrita ()

Televisión ()

Radio ()

Internet

()

Alternativas	Frecuencia	%
Prensa escrita	50	47
Televisión	25	24
Radio	25	24
Internet	6	5
TOTAL	106	100

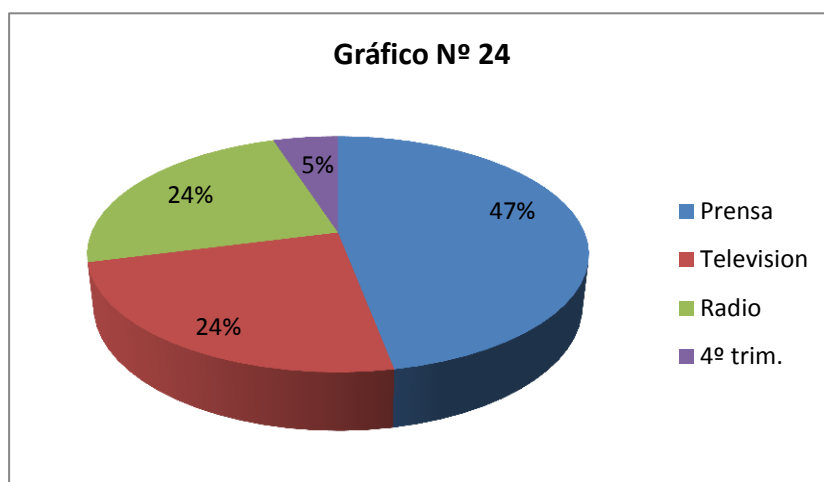


Ilustración 24: Encuesta medios publicitarios

Análisis

De los resultados obtenidos se determinó que un 47% prefiere la prensa escrita para anunciarse, seguidos de un 24% que prefiere la radio y tv. Para anunciar sus productos.

8. ¿En qué temporada existe mayor venta del producto?

Enero – Abril ()

Mayo – Agosto ()

Septiembre – Diciembre ()

Alternativas	Frecuencia	%
Enero - Abril	19	18
Mayo – Agosto	75	71
Septiembre - diciembre	12	11
TOTAL	106	100

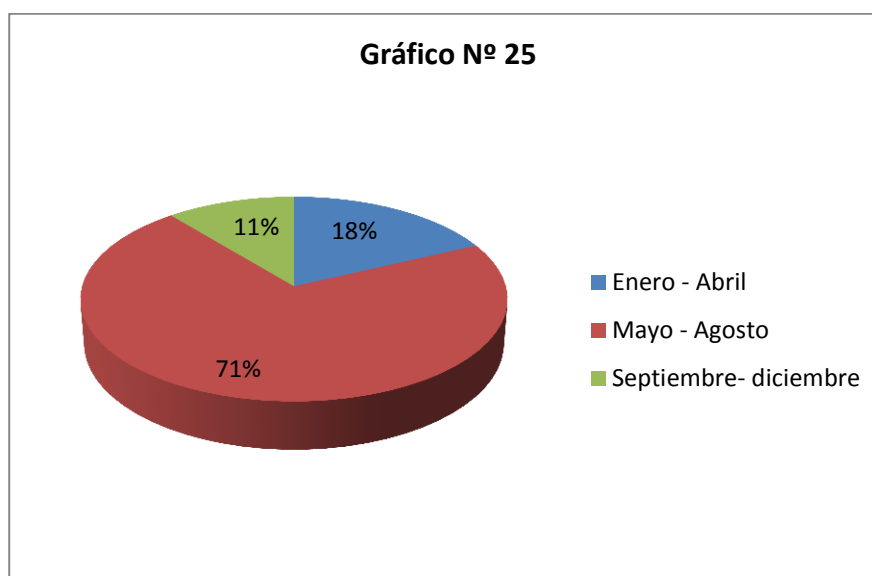


Ilustración 25: Temporadas de venta del producto

Análisis

Mo resultado se ha obtenido que los meses en los cuales se incrementa la venta de la tilapia es de mayo a agosto con un 70%

9. ¿Cuál es el valor promedio de los platos que usted oferta?

- De 2 a 3 USD ()
 De 3 a 5 USD ()
 Superior a 5 USD ()

Alternativas	Frecuencia	%
2 a 3 USD	20	19
3 a 5 USD	60	57
Superior a 5	46	24
TOTAL	106	100

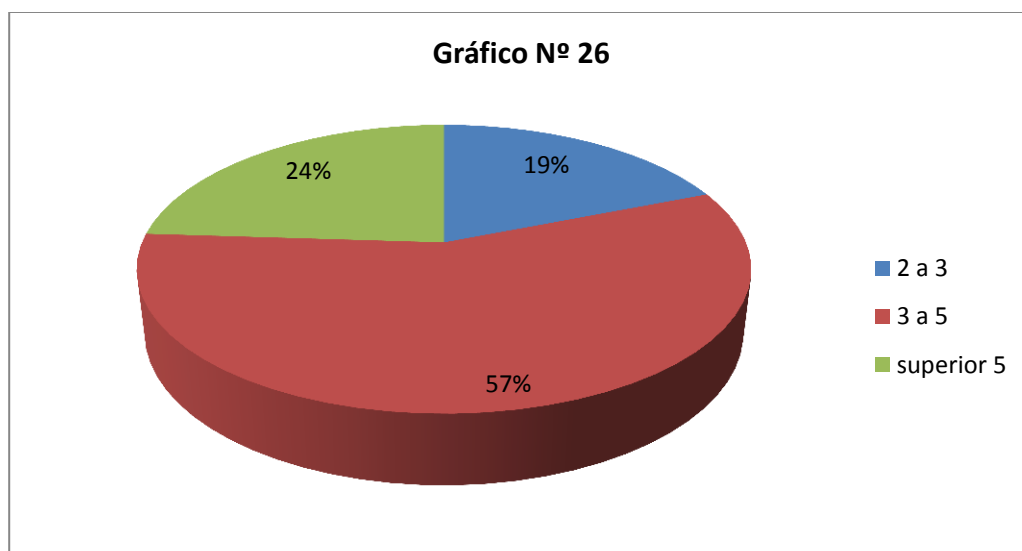


Ilustración 26: Valor promedio de los platos ofertados

Análisis

Con respecto a los precios de los platos que ofertan los comerciantes de tilapia de la zona de Yahuarcocha se ha determinado que su precio oscila de tres a cinco dólares. Seguido de un 24% de los que supera los 5 dólares.

10. ¿Cuántos turistas atiende como promedio semanal en su local?

- De 50 a 60 ()
- De 70 a 80 ()
- De 90 a 100 ()
- De 100 a 190 ()

Alternativas	Frecuencia	%
De 50 a 60	7	7
De 70 a 80	11	10
De 90 a 100	28	26
De 100 a 190	60	57
TOTAL	106	100

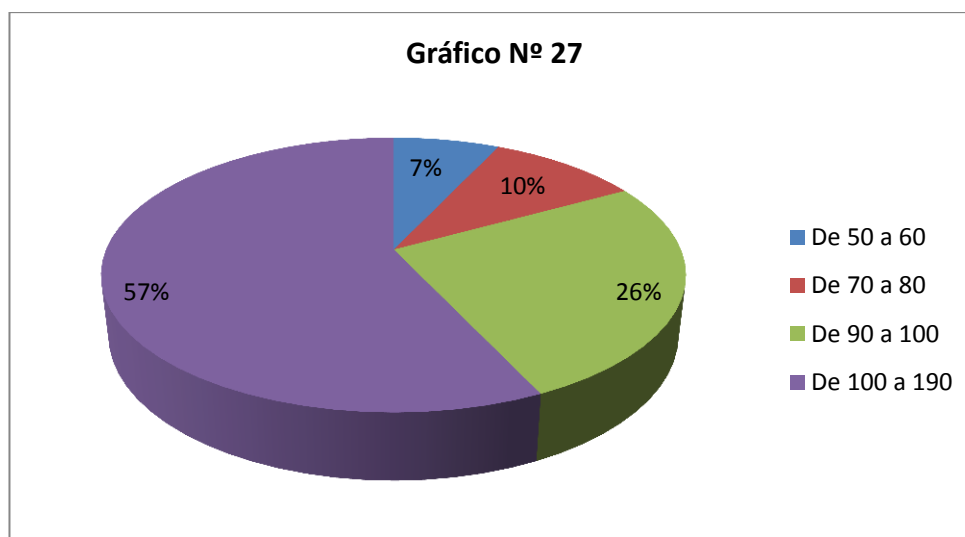


Ilustración 27: Promedio de atención turista semanalmente

Análisis

Lo que respecta a la cantidad de turistas que los locales atienden semanalmente tenemos que el 57% atienden de 100 a 190 semanales lo que nos indica que

tenemos un buen flujo de turistas.

5. CAPÍTULO V - DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Plan de negocio para implantar un restaurante y barcaza en el sector de Yahuarcocha de la ciudad de Ibarra

5.1 Estudio de Mercado

El análisis de mercado es el estudio cuidadoso y objetivo de los datos acerca de problemas vinculados con la comercialización de los servicios. Dicho análisis es importante ya que permite conocer que es lo que está sucediendo en el mercado actual, y además ayuda a que las empresas tomen las mejores decisiones de inversión evitando de esta manera el tener que cometer errores que le cueste al inversionista grandes cantidades de dinero.

Entre los objetivos del Estudio de Mercado se puede mencionar los siguientes:

- **Objetivo General**

Obtener información acerca de las necesidades del mercado real y potencial para poder ofrecer y brindar servicios acordes a los requerimientos de los clientes y establecer la oferta y demanda del área de intervención, para determinar la demanda insatisfecha y la aceptación del proyecto por parte de los turistas.

- **Objetivos Específicos**

Los objetivos específicos que persigue todo Estudio de Mercado son:

- Determinar el tipo de servicios que el proyecto va a ofrecer.
- Determinar el mercado total del área de intervención
- Segmentar el mercado según el número de turistas que visitan la Laguna de Yahuarcocha
- Identificar a los clientes
- Establecer el precio de restaurante y barcaza

- Estudiar el comportamiento de la competencia.

5.1.1 Tamaño del Mercado

El estudio de mercado de esta investigación comprende a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la laguna de Yahuarcocha. Dato que se obtuvo del departamento de estadísticas del Ministerio de Turismo de Imbabura de acuerdo con el último censo año 2008.

5.1.2 Variables e Indicadores

Identificación de Variables

- Variable Demanda
- Variable Oferta
- Variable Precio
- Variable Comercialización

Indicadores o Sub- Aspectos

Variable Demanda

- Tipo de actividad
- Proveedor
- Entrega de materia prima
- Cantidad de consumo
- Frecuencia de consumo
- Marca
- Necesidades de consumo
- Calidad del servicio
- Servicio personalizado

Variable Oferta

- Tiempo en la actividad
- Tipo de producto
- Infraestructura
- Cantidad ofertada
- Proveedores
- Marcas
- Frecuencia
- Atención al cliente

Variable Precio

- Precios del proveedor
- Precio de venta
- Asignación de precios
- Política de precio

Variable Comercialización.

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza
- Ubicación estratégica

5.1.3 Matriz de Relación Estudio de Mercado

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	INFORMANTE
Realizar un estudio de mercado que permita determinar oferta, demanda, precios, comercialización y publicidad del servicio de paseos en barcaza.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de actividad • Proveedor • Entrega de materia prima • Cantidad de consumo • Frecuencia de consumo • Necesidades de consumo • Calidad del servicio • Servicio personalizado 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Encuesta Observación directa	Dueños de locales de comidas Turistas
Identificar la oferta del producto en el área de influencia del proyecto.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Tipo de producto • Infraestructura • Cantidad ofertada • Proveedores • Frecuencia • Atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Entrevista Observación directa	Dueños de locales de comidas
Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad y precios del proyecto.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precios del proveedor • Precio de venta • Asignación de precios • Política de precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Encuesta Entrevista	Dueños de locales de comidas Comercializadores de insumos
Diseñar la organización de la microempresa	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Publicidad • Plaza • Ubicación estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Encuesta Entrevista	Dueños de locales de comidas Comercializadores de insumos

Tabla 1: Matriz De Relación de Estudio de Mercado
Elaborado por El autor

5.1.4 Identificación del Producto

Los productos se ve van a ofertar con este proyecto son dos

- Servicio de paseo en barcaza.
- Servicio de restaurant barcaza “LA ISLA”.

5.1.5 Análisis de la Demanda

Turistas Nacionales y Extranjeros que visitaron la Laguna de Yahuarcocha año 2012

Detalle	Número
Turistas Nacionales	16.535
Turistas Extranjeros	3.465
Total Turistas	20.000

Tabla 2: Visitas Laguna de Yahuarcocha

Fuente: Portal Municipal y la Empresa de Economía Mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y.) 20000

Elaborado por: El Autor

Para obtener un dato actualizado en cuanto al número de turistas nacionales y extranjeros que han visitado la laguna de Yahuarcocha en los últimos años, se procede a proyectar al número de turistas nacionales y extranjeros del año 2012 utilizando la tasa de crecimiento turística del 7,2% tasa obtenida del Ministerio de Turismo de un diagnóstico del sector turístico nacional e internacional, y se realiza mediante la siguiente fórmula:

$$M = C(1 + i)^n$$

En donde:

M= Cantidad proyectada

C= Cantidad año 2012

i = Tasa de crecimiento

n = Años que se va a proyectar

TURISTAS NACIONALES PROYECTADOS 2012-2016

Años	Turistas Nacionales
2012	16.535
2013	18.286
2014	19.943
2015	22.352
2016	24.707

Tabla 3: Cálculo Turistas Nacionales 2012 -2016
Elaborado por: El Autor

TURISTAS EXTRANJEROS PROYECTADOS 2012-2016

Años	Turistas Extranjeros
2012	3.465
2013	3.714
2014	3.981
2015	4.268
2016	4.575

Tabla 4: Cálculo Turistas Extranjeros 2012 -2016
Elaborado por: El Autor

En los siguientes años se calculó de la misma manera, dando como resultados los siguientes:

**RESUMEN DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS
PROYECTADOS PERIODOS 2012 – 2016**

Años	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
2012	16.535	3.465	20.
2013	18.286	3.714	22.
2014	19.943	3,981	24.
2015	22.352	4.268	26.
2016	24.707	4.575	29.

Tabla 5: Proyección últimos 5 años turistas
Elaborado por: El Autor

5.1.6 Determinación del Mercado Meta

- **Análisis de la Oferta**

Para determinar la Oferta, se utilizó la información obtenida de las entrevistas aplicadas a los propietarios de los restaurantes, se realiza considerando la cantidad de turistas que se atiende en dichos negocios en el año.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

CANTIDAD DE TURISTAS QUE SE ATIENDEN ANUALMENTE

Restaurante	Semana	Promedio Semana	Mes	Año
Rincón Familiar	75 -90	83	332	3984
Los secretos de la Abuela	60-80	70	280	3360
La diosa de la tilapia	150 -190	175	700	8400
La súper tilapia	50- 75	62	248	2976
Casona de los lagos	100 - 150	125	500	6000
TOTAL		515	2060	24720
PROMEDIO		103	512	4944

Tabla 6: Encuestas a Comerciantes de Restaurantes

Elaborado por: El Autor

5.1.7 Oferta Proyectada

En cuanto a la determinación de la Oferta proyectada, se toma como referencia la oferta actual de los Locales de Yahuarcochay se calcula considerando la tasa de crecimiento de restaurantes a nivel nacional información obtenida del Ministerio de Turismo, así:

TASA DE CRECIMIENTO RESTAURANTES A NIVEL NACIONAL ECUADOR (2010)

Años	Catastro	Tasa Crecimiento
2012	3058	6,25%
2013	3213	5,07%
2014	3399	5,79%
2015	3615	6,35%
2016	3829	5.8%
		35.12%

Tabla 7: Tasa de crecimiento Restaurantes Nacionales
 Fuente: Ministerio de Turismo
 Elaborado por El Autor

$$\frac{\sum \text{Tasa de crecimiento restaurantes}}{\text{N. de años}}$$

$$\frac{35.12}{5}$$

$$7,02 \%$$

Determinada la tasa de crecimiento restaurantes promedio, se procede a calcular el número de restaurantes para los siguientes años, para ello se toma como base al número total de restaurantes que actualmente existe y son un número de 106, se aplica la siguiente fórmula:

$$M = C(l + i)^n$$

En donde:

M= Cantidad proyectada

C= Cantidad oferta actual

i = Tasa de crecimiento

n = Años que se va a proyectar

**CALCULO NÚMERO DE RESTAURANTES PROYECTADOS
 APLICADOS TASA DE CRECIMIENTO**

Años	Oferta Proyectada
2012	78
2013	83
2014	87
2015	93
2016	97

Tabla 8: Número de Restaurantes

Fuente: Cálculos Matemáticos
Elaborado por: El autor

Una vez determinados el número de restaurantes para los siguientes años proyectados procedemos a multiplicar por la cantidad de turistas que se atienden anualmente promedio así:

Años	Restaurantes	Número de Turistas	Oferta Proyectada
2012	78	4944	38.5632
2013	83	4944	39.5520
2014	87	4944	41.5296
2015	93	4944	44.4960
2016	97	4944	64.3840

Tabla 9: Cálculo Oferta Proyectada
 Fuente: Cálculos Matemáticos
 Elaborado por: El autor

5.1.8 Demanda Insatisfecha

La determinación de la demanda insatisfecha se la realizó en base a la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada anteriormente obtenidas, así:

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2012	16.535	38.563	0
2013	18.286	39.552	57.838
2014	19.943	41.529	61.472
2015	22.352	44.496	66.848
2016	24.707	64.384	89.091

Tabla 10: Demanda Insatisfecha
 Fuente: Cálculos Matemáticos
 Elaborado por: El autor

5.1.9 Análisis y Determinación Del Precio

Para el Análisis y determinación de precios, así como el establecimiento del precio actual de platos por persona, se lo realiza en base a la información otorgada por los cinco restaurant, los más cercanos al lugar donde estará ubicado la barcaza restaurant a crearse, de los cuales se logró la siguiente información:

No.	Detalle	Precios y Platos
1	Rincón Familiar	4,00
2	Los Secretos de la Abuela	5,00
3	La Diosa de las Tilapias	3.5,00
4	La Super Tilapia	5,00
5	Casona de los lagos	6,00
TOTAL		24,50
PRECIO PROMEDIO		4,90

Tabla 11: Análisis y Determinación de precios

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: El autor

Una vez determinado el precio promedio de plato por persona, en base a la información de los cinco restaurantes ofertantes, se procede a realizar a determinar el precio proyectado de los mismos servicios que entregará el nuevo restaurant a crearse.

En este cálculo se toma el precio promedio determinado anteriormente, y se le aplica el porcentaje de inflación anual correspondiente al mes de diciembre del 2012 que es 5,41%, dato tomado del Banco Central del Ecuador y se lo determina de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$M = C(1 + i)^n$$

En donde:

M= Cantidad proyectada

C= Precio promedio para el 2013

i = Tasa de crecimiento

n = Años que se va a proyectar

Años	Precio Proyectado
2013	5.15
2014	5.40
2015	5.67
2016	5.95
2017	6.25

Tabla 12: Cálculo Precio Proyectado
Elaborado por: El autor

5.1.10 Demanda a captar por el Proyecto

La demanda a captar por el proyecto tiene relación con la capacidad de la barcaza restaurant, por tanto se satisface aproximadamente en un 26% a la demanda insatisfecha, en el inicio de las operaciones.

Año	Demanda Insatisfecha En No. De Turistas	Demanda A Captar Por El Proyecto
2013	0	0
2014	83212	61972
2015	197942	176702
2016	316928	295688
2017	416399	395159

Tabla 13: Demanda a Captar por el Proyecto
Fuente: Estudio de mercado y técnico
Elaborado por: El Autor

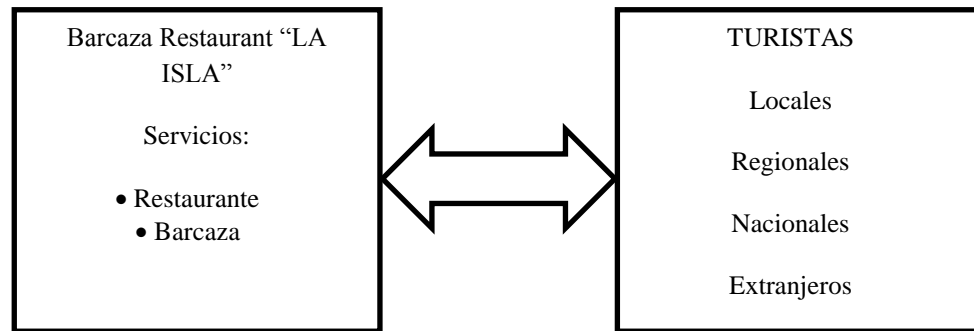
5.1.11 Estrategias de Publicidad Estrategias de Comercialización

Canales de distribución

Para la comercialización de los servicios barcaza restaurant “La isla” se utilizará dos tipos de canales.

- **Canal directo:** Se da cuando el turista llega directamente a las instalaciones y puede solicitar información de los servicios a través de la recepcionista.

CANAL DIRECTO



Elaborado por: El Autor

- **Canal indirecto:** consiste en realizar un trabajo a través de intermediarios de servicios turísticos, tales como: agencias de viajes, agencias de turismo, instituciones públicas y privadas.

CANAL INDIRECTO



Elaborado por: El Autor

5.1.12 Estrategias De Marketing Mix

Con la finalidad de dar a conocer los servicios que ofrece barcaza restaurant “La Isla” se ampliará ciertas técnicas publicitarias como son: radio, prensa, entre otros, mismo que se encuentran dentro del presupuesto del restaurant

Estás herramientas publicitarias servirán como guía para captar nuevos clientes que tendrá, a través de la persuasión e incentivo hacia sus clientes para crear fidelidad en ellos.

- **Producto (Servicio)**

El servicio como producto es muy importante para el éxito de barcaza restaurant. Al igual que con los bienes, los clientes exigen servicios de calidad que les brinden beneficios y satisfacciones. Ya que estos se usan por sus beneficios y las necesidades que cubren, sin olvidar la calidad.

La estrategia de servicios, tiene que ver con el desarrollo de la imagen del restaurante, para esto primeramente, se le ha dado un nombre al establecimiento el cual se denominará: Barcaza Restaurant “LA ISLA”, como también se diseñará un logo con su respectivo slogan, que tendrán la finalidad de identificar con el turista.



Ilustración 28: Logotipo de local
Elaborado por: el Autor

- **Precio**

La fijación de precios tiene un papel vital para el logro de los objetivos organizacionales, en vista de que esto afecta a todos los componentes de la organización y es un factor determinante para la obtención de la rentabilidad esperada. Como estrategia en los precios se tiene previsto lo siguiente:

Precios de descuentos por el número de visitantes, como también en días de feriados.

Para las instituciones educativas se aplicaran precios más accesibles.

- **Plaza**

El restaurant contará con una ubicación estratégica en Yahuarcocha lo que es una ventaja competitiva, debido a que facilita al visitante su descanso cerca del corazón comercial y económico de la ciudad.

- **Promoción y Publicidad.**

Promoción.

- Como apertura de barcaza restaurant, a los primeros clientes se les otorgará un menú completamente gratis.
- También para grupos estudiantiles o familiares se realizará descuentos especiales.
- Para las personas que realicen las reservaciones del salón se les otorgará las bebidas gratis.

Publicidad.

- Se empelará espacios publicitarios en la radio con mayor sintonía dando a conocer sus servicios.

BARCAZA “LA ISLA”

Se pone a sus órdenes con una decoración excepcional que lo transportará a un ambiente de romanticismo, elegancia y relajación.

Brindando atención y servicio personalizado que lo hará sentir como en una isla.

Servicios:

- Áreas de descanso
- Salón de restaurant
- Parqueadero
- Servicio de jugos naturales

ESTAMOS UBICADOS EN EL SECTOR DE YAHUARCOCHA

Ilustración 29: Cuña Radial

Elaborado por: El Autor

- También se empleará hojas volantes para dar a conocer al público en general de la creación de una nueva barcaza restaurant en la región de Yahuarcocha.

Barcaza restaurant "LA ISLA"



Buen Gusto y Confort
Mejor servicio
Personalizado



Yahuarcocha – Imbabura
Ecuador

Ilustración 30: Hojas Volantes

Elaborado por: El autor

- Se dará a conocer no solamente a nivel nacional sino también internacional a través de la creación de una página web, en donde podrán realizar sus reservaciones por este medio.

5.2 Estudio Técnico

5.2.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto está dado por la capacidad atención que tiene el restaurant a crearse y se describe de la siguiente manera:

Número De Mesas	No. De Personas	Total No. De Personas Por Mesa
15 dobles	2	30
4familiares	6	24
5 individual barra	1	5
24 mesas		59

Tabla 14: Tamaño del Proyecto
Fuente: Cálculos Matemáticos

Elaborado por: El autor

5.2.2 Capacidad del Proyecto

Tamaño de proyecto = N. de personas por mesa * 30 días * 12 meses

Tamaño de proyecto = 59 * 30* 12

Tamaño de proyecto = 21.240 personas anual

5.2.3 Localización del Proyecto

Villa de San Miguel de Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles y portugueses en la villa. También es muy común la frase "Ciudad a la que siempre se vuelve" por su pintoresca campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes.

Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura, la pintura, el teatro y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona.

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura (Ecuador) y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador.

5.2.3.1 Macro localización

En cuanto a la macro localización de la barcaza restaurant, se puede señalar que su ámbito territorial tendrá domicilio en el Cantón de Ibarra - Provincia de Imbabura.

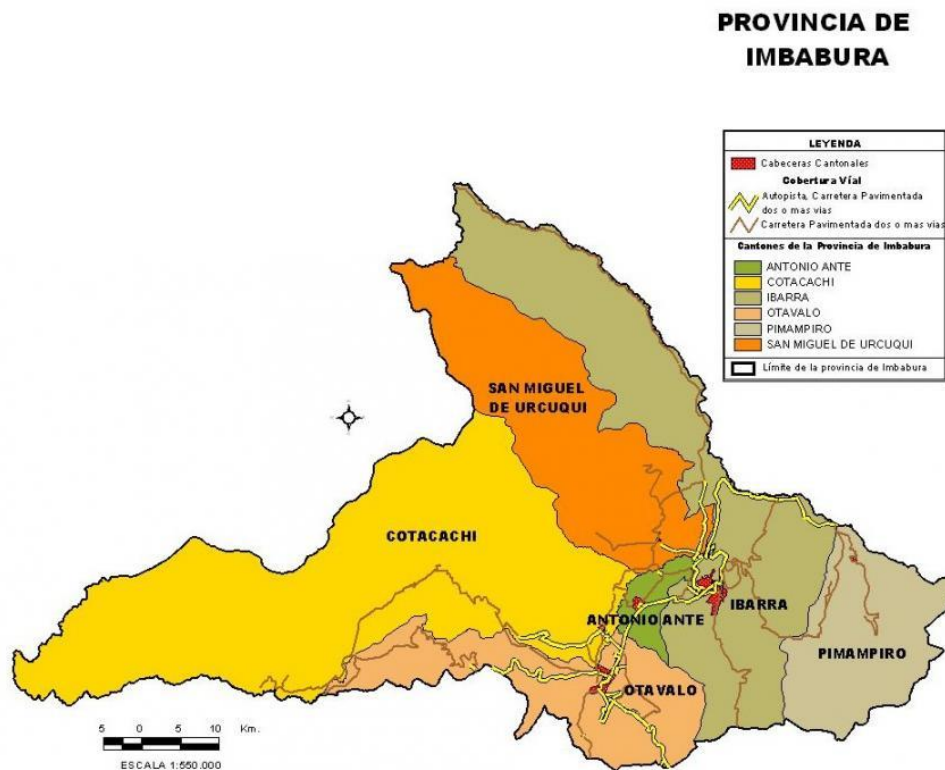


Ilustración 31: Mapa de la Provincia de Imbabura
Fuente: Instituto Geográfico Militar



Ilustración 32: Fotografía Satelital de Yahuarcocha

Fuente: maps.google.es

5.2.3.2 Micro Localización

Una vez identificado el sector a través de la macro localización, se puede establecerla micro localización exacta en donde se va a ubicar la nueva unidad productiva y es en el área del Muelle Bar, esto debido a las siguientes condiciones:



Ilustración 33: Micro - Localización del Lugar

- Ubicación estratégica del sector
- Condiciones de seguridad
- Aspectos ambientales
- Servicios básicos
- Vías de acceso en buen estado
- Amplitud del lugar

Es uno de los principales atractivos turísticos del Ecuador, ubicada a 3 Kms de la ciudad de Ibarra, a una altura de 2190 metros sobre el nivel del mar. Yahuarcocha tiene una importancia histórica debido a los estudios realizados por algunos investigadores, quienes manifiestan que existe una amplia y aún no explorada evidencia arqueológica, por lo que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural declaró a Yahuarcocha como la tercera laguna sagrada del país.

Yahuarcocha es un vestigio vivo de los tiempos posglaciales, con una antigüedad mínima de 12.000 años.

Yahuarcocha tiene un espejo de agua de 257 hectáreas con un perímetro navegable de 7970 m., una profundidad máxima de 8 m y es considerada como laguna eutrófica.

Actualmente la laguna se ha convertido en uno de los principales centros turísticos de la provincia de Imbabura, rodeada de miradores naturales y un entorno de cultivos y terrenos de indígenas.

Además cuenta con el Autódromo Internacional José Tobar, que es el escenario de competencias automovilísticas internacionales, carreras menores, y entrenamiento permanente de pilotos nacionales y extranjeros.

5.2.4 Servicios Básicos

El proyecto se surte de agua, energía eléctrica de forma autosuficiente por medio de planta eléctrica y bidones de agua.

5.2.5 Vías de Comunicación

Las vías de acceso al Yahuarcocha son de primer orden, asfaltadas y conectan a la ciudad con la laguna y también con los demás cantones de Imbabura.

5.2.6 Factores Ambientales

Es uno de los principales atractivos turísticos del Ecuador, ubicada a 3 Kilómetros de la ciudad de Ibarra, a una altura de 2190 metros sobre el nivel del mar. Yahuarcocha tiene una importancia histórica debido a los estudios realizados por algunos investigadores, quienes manifiestan que existe una amplia y aún no explorada evidencia arqueológica, por lo que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural declaró a Yahuarcocha como la tercera laguna sagrada del país.

5.2.7 Ingeniería del Proyecto

5.2.7.1 Infraestructura Física

En la nueva unidad productiva es un proyecto para ayudar a los familiares de los migrantes que se han visto disminuidas sus remesas y con este fin en el proyecto que se va a ofrecer dos servicios; el primero se trata de brindar al turista el servicio de restaurante a través de los platos típicos de Yahuarcocha, el restaurante tendrá una capacidad de 60 personas con una dimensión de 7 x 5 m²; y por otro lado el servicio de paseo por la laguna utilizando como medio de transporte la barcaza con una capacidad de 60 personas y una dimensión de 8 x 12 m²; este recorrido durará un tiempo promedio de 60 minutos

5.2.7.2 Plano De Diseño De Barcaza

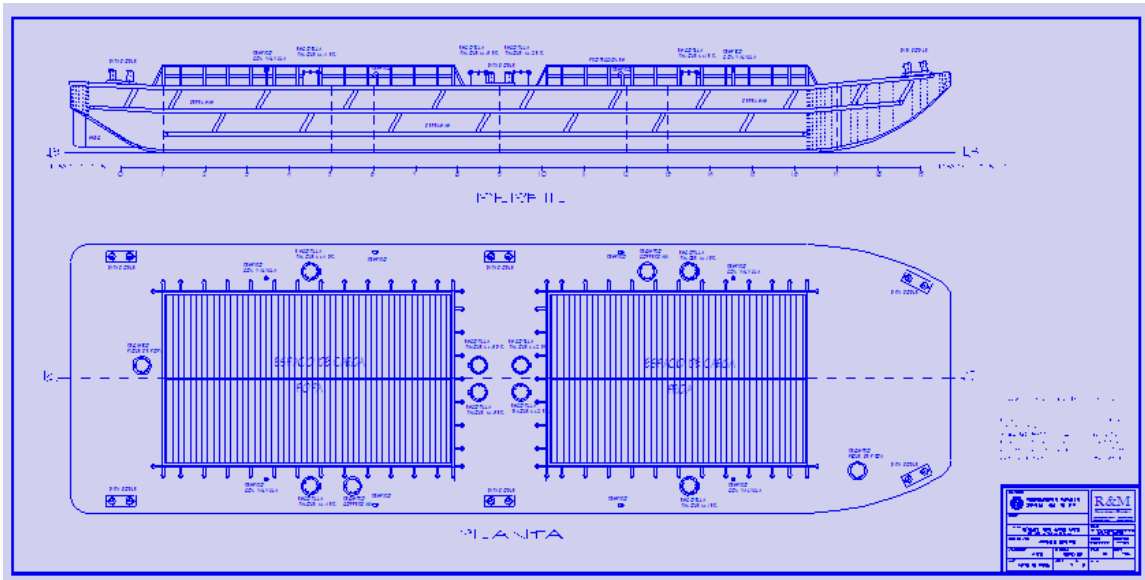


Ilustración 34: Plano de Diseño de Barcaza
Elaborado por: El Autor.

PLANO DE CORTES DISEÑO DE BARCAZA

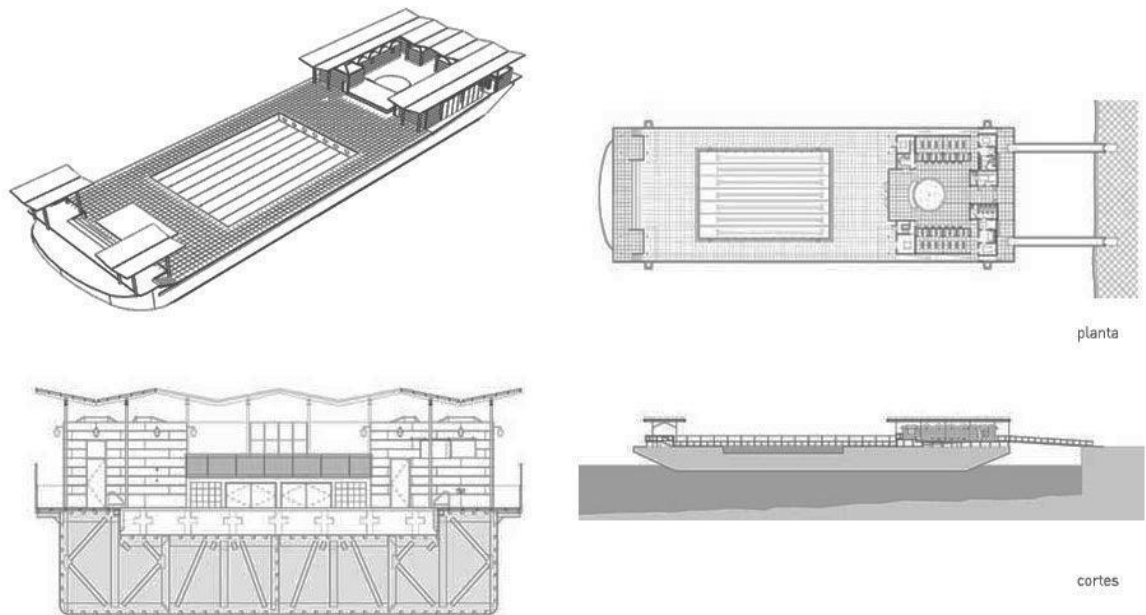


Ilustración 35: Plano de Cortes Diseño de Barcaza

DIAGRAMA DE PROCESO –BARCAZA RESTAURANTE

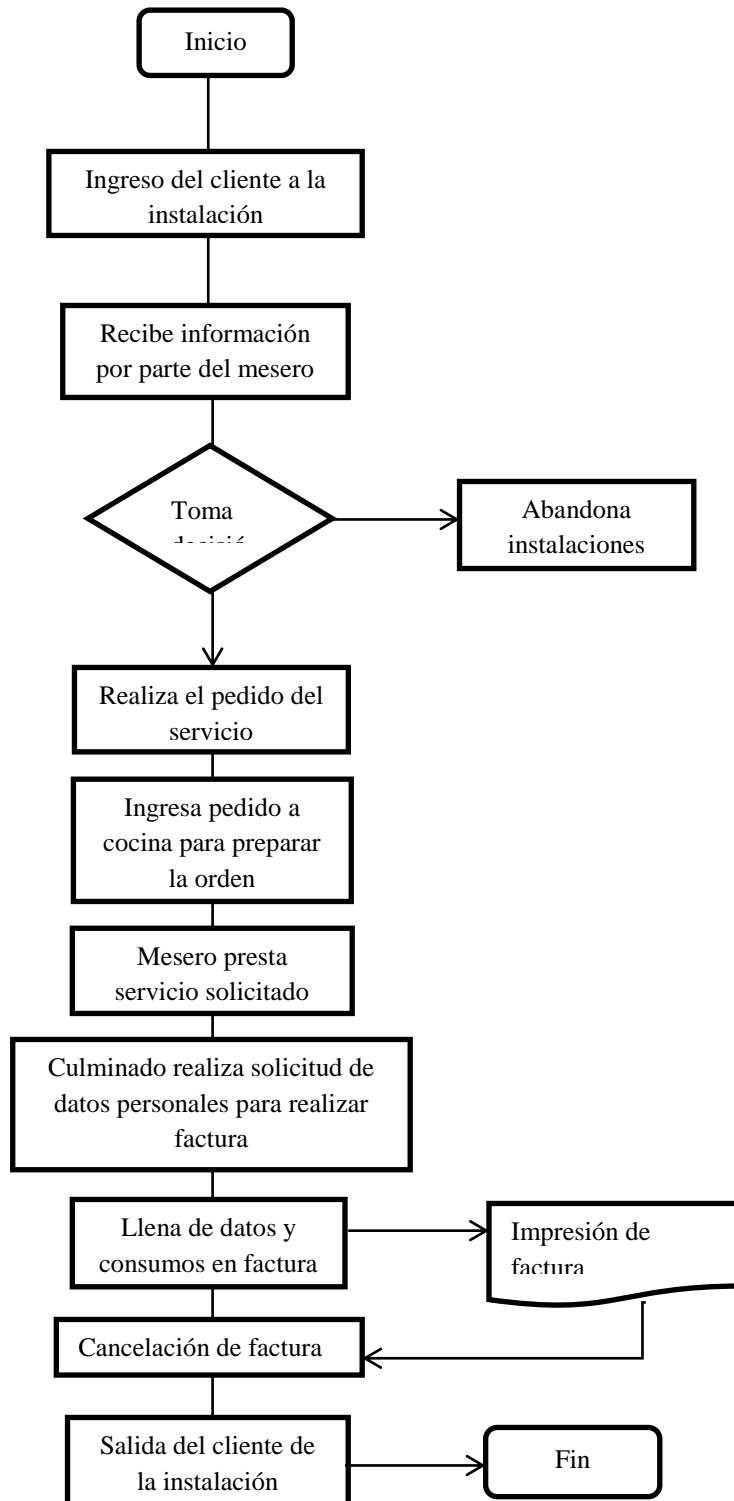


Ilustración 36: Diagrama de Procesos Barcaza - Restaurante

5.2.7.3 Inversiones del Proyecto

Para llevar a cabo el proyecto se necesita las siguientes inversiones

5.2.7.4 Inversiones Fijas

Para la implementación de barcaza restaurant “La Isla”, es necesario contar con la siguiente propiedad, planta y equipo:

- **Infraestructura**

Para la operatividad de barcaza restaurant “La Isla” la construcción de las instalaciones acorde al servicio a brindarse.

INFRAESTRUCTURA

Descripción	Cantidad M2	V. Unitario	V. Total
Administración	3	180,00	540,00
Restaurante	60	120,00	7.200,00
Cocina	4	180,00	720,00
Baños	2	145,00	290,00
Bodega	4	115,00	460,00
Ingreso	2	100,00	200,00
Recreación	15	60,00	900,00
TOTAL INFRAESTRUCTURA			\$ 10.310,00

Tabla 15: Infraestructura
Fuente: Ing. Civil
Elaborado por: El autor

- **Equipo Operativo**

Dentro del equipo operativo se encuentra:

EQUIPO OPERATIVO

Descripción	Cantidad M2	V. Unitario	V. Total
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Computador portátil	1	700,00	700,00
Impresoras	1	100,00	100,00
Escáner	1	200,00	200,00
Teléfono fax	1	115,00	115,00
ÁREA DE SERVICIOS			
Televisor LCD	1	480,00	480,00
Mini Componente	1	300,00	300,00
Extintores de incendio	1	60,00	60,00
ÁREA DE RESTAURANTE			
Caja registradora	1	380,00	380,00
Televisor LCD	1	480,00	480,00
Cocina	1	400,00	400,00
Horno a Gas	1	650,00	650,00
Refrigeradora	1	780,00	780,00
Vitrina frigorífica	1	900,00	900,00
Cafetera	1	50,00	50,00
Licuadaora	1	70,00	70,00
Gas industrial	2	80,00	160,00
TOTAL EQUIPO OPERATIVO			\$ 5.825,00

Tabla 16: Equipo Operativo
Fuente: Almacén La Ganga y Japón

Elaborado por: El Autor

MAQUINARIA

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Motor Suzuki 140 tx	1	3.500,00	3.500,00
Motor de generación eléctrica	1	500,00	500,00
TOTAL MAQUINARIA			\$ 4.000,00

Tabla 17: Maquinaria
Fuente: Almacén Fibras del pacifico

Elaborado por: El Autor

ACCESORIOS DEL RESTAURANTE

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Mesas plásticas	15	13,30	200,00
Sillas	60	2,50	139,80
Vasos de vidrio	60	0,45	27,00
Vasos de plástico	20	0,95	19,00
Juego de reposteros de plástico	1	10,00	10,00
Recipiente para azúcar	1	3,50	3,50
Tina para pescado	1	3,00	3,00
Jarras de plástico	8	2,64	21,12

Remesas enviadas por los Migrantes Ecuatorianos en España

Pinzas	2	2,50	5,00
Freidor metálico	1	1,00	1,00
Platos pequeños de porcelana	12	0,65	7,80
Platos grandes para servir	60	2,50	150,00
Bandejas	20	4,50	90,00
Juego de cuchillos	1	12,24	12,24
Exprimidores metálicos	5	3,76	18,80
Limpiones	3	0,50	1,50
Paila de acero	1	46,50	46,50
Juego de ollas	1	33,75	33,75
Ajiceras	6	1,25	7,50
Saleros	6	0,25	1,50
Tenedor para carne	60	0,70	42,00
Cuchillo para carne	60	0,80	48,00
Cuchillo para la ensalada	60	0,60	36,00
Cuchara para sopa	60	0,30	18,00
Cuchara para el postre	60	0,25	15,00
Cuchara para café y té	60	0,25	15,00
TOTAL ACCESORIOS RESTAURANT			\$ 973,01

Tabla 18: Accesorios de Restaurante

Fuente: Almacén Mi Vajilla

Elaborado por: El Autor

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Descripción	V. Total
Infraestructura "Barcaza"	10.310,00
Equipo Operativo	5.825,00
Accesorios de Restaurant	973,01
Maquinaria	4.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 21.108,01

Tabla 19: Resumen de Activos Fijos

DISEÑO Y CREACIÓN - PAGINA WEB

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Página- Web.	1	600,00	600,00
Sub Total			\$ 600,00

Tabla 20: Diseño y Creación de Página WEB

ACTIVOS DIFERIDOS

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Planos Diseño de Barcaza	1	500,00	500,00
Gastos de Constitución	1	1.500,00	1.500,00
Página- Web.	1	600,00	600,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 2.600,00

Tabla 21: Activos Diferidos

- **Capital de Trabajo**

Está compuesto por los requerimientos de recursos necesarios para la operatividad del proyecto, hasta cuando los ingresos generados por el mismo solventen los costos y gastos de operación. En este caso se ha tomado en cuenta los costos operativos para un periodo de un mes

COSTOS OPERATIVOS

Descripción	Anual	Mensual
Materia Prima	17.004,00	1.417,00
Mano De Obra	30.072,26	2.506,02
Servicios De Agua	432,00	36,00
Consumo De Gas	300,00	25,00
Consumo De Gasolina.	1.440,00	120,00

Mantenimiento Maquinaria Y Equipo	144,00	12,00
TOTAL	49.392,26	4.116,02

Tabla 22: Costos Operativos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El autor

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	V. Total (Mes)
Gerente	500,00
Contador	400,00
Chef	450,00
Ayudante de Cocina	380,00
Mesero	380,00
Personal de Barcaza	380,00
Sub Total	\$ 2.490,00
Aporte patronal	302,54
Décimo tercero	207,50
Décimo Cuarto	170,00
TOTAL MANO DE OBRA	\$ 3.170,04
Mantenimiento de Computación	12,00

Útiles de Oficina	19,23
Gasto luz, agua	35,00
Gasto Teléfono e Internet	65,00
Impuestos y Patentes	15,00
Sub Total	\$ 146,23
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.316,27

Tabla 23: Gastos Administrativos

GASTOS VENTAS

Promoción Publicidad	1	150	150
TOTAL GASTOS DE VENTAS			\$ 150,00

Tabla 24: Gastos - Ventas
Fuente: Cálculos Matemáticos

Elaborado por: El autor

COSTO UNITARIO DEL MENÚ PRIMER AÑO

Rubros	Cantidad	V. Unitario	Total
Tilapia (libras)	12.000	1,05	12600
Tomate riñón (cajas)	24	12,00	288
Papa (quintal)	60	10,00	600
Limón Sutil (quintal)	2	70,00	140
Limón Miller (quintal)	6	20,00	120
Maíz (quintal)	8	70,00	560

Aceite (canecas)	68	22,00	1496
Condimentos (litros)	240	2,50	600
Sal (quintal)	8	75,00	600
TOTAL MENU ANUAL			17.004,00

Tabla 25: Costo Unitario del menú primer año

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: El autor

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

Concepto	Valor Mensual
Costo De Producción	3.576,32
Gastos Administrativos	3.316,27
Gastos De Ventas	150,00
Total Capital De Trabajo	\$ 7.042,59

Tabla 26: Resumen Capital de Trabajo

Fuente: Investigación directa

Elaborado:El Autor

Se realiza el cálculo del capital de trabajo solo para tres meses, toda vez que el restaurant barcaza inicie sus operaciones, se financiará de sus ingresos.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

Concepto	Aporte Propio

Propiedad Planta Y Equipo	21.108,01
Activo Diferido	2.600,00
Capital De Trabajo	7.042,59
Total Inversión Del Proyecto	\$ 30.750,60

Tabla 27: Resumen de la Inversión del Proyecto

Fuente: Investigación directa

Elaborado:El Autor

El financiamiento para la creación de barcaza restaurant, se la realizará de la siguiente manera: 100% aporte con capital propio.

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Descripción	Valor	Porcentaje
Propia	30.750,60	100%
Inversión Total	30.750,60	100%

Tabla 28: Financiamiento del Proyecto

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: ElAutor

5.3 Estudio Financiero

En esta parte se encuentra toda la información financiera como: inversiones, ingresos, costos, gastos, estados proforma, los cuales son la base para aplicar la respectiva evaluación y determinar si el proyecto es factible, cuyos resultados ayudan a la correcta toma de decisiones de los socios.

5.3.1 Ingresos

Los ingresos se encuentran representados por la venta de los servicios de la barcaza restaurant. Mediante el estudio de mercado se pudo identificar el nivel de preferencia por los servicios, datos que sirvieron para plantear el pronóstico de ingresos.

5.3.1.1 Proyección de Ingresos para el primer año

Como se puede observar en el cuadro siguiente se encuentra, la dinámica del número de turistas para los servicios, con su respectivo precio unitario en cual crece en base a la inflación del 4,16% registrada en el año 2012. Según el INEC.

Para determinar la cantidad de personas que utilizarán el servicio de barcaza en los próximos años se ha considerado un crecimiento del 10%

CUADRO RESUMEN DE INGRESOS PROYECTADOS

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR BARCAZA:					
Cantidad de Turistas	20.000	22.000	24.200	26.620	29.282
Precio por persona	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77
Ingreso Total por Barcaza	30.000,00	34.372,80	39.382,98	45.123,44	51.700,64
INGRESO POR RESTAURANT					
Cantidad de Consumo	12.000,00	13.200,00	14.520,00	15.972,00	17.569,20
Precio por menú	4,50	4,69	4,88	5,09	5,30
Ingreso Total por Restaurant	54.000,00	61.871,04	70.889,36	81.222,20	93.061,14
TOTAL INGRESOS POR AÑO	84.000,00	96.243,84	110.272,34	126.345,64	144.761,78

Tabla 29: Cuadro Resumen de Ingresos Proyectados

Fuente: Estudio Financiero

5.3.2 Egresos

En esta parte se encuentran detallados los egresos que se realizarán para brindar un servicio de calidad. Estos crecen con la inflación del 4,16%, registrada en el año 2012, según el INEC, excepto los sueldos operativos que se encuentran proyectados al 9,9% cada año según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años, según el Banco central.

5.3.2.1 Costos Operativos

Son todos los costos tanto directos como indirectos que están relacionados específicamente con la actividad.

- **Materia prima (menú)**

En los costos operativos, la materia prima se estableció tomando en cuenta el número de turistas al año y el nivel de preferencia por el restaurante, por ende representan el número de menús que necesita preparar.

El costo unitario de cada menú se estableció mediante un análisis de los componentes de cada uno, los cuales crecen al ritmo de la inflación del 2012 que es del 4,16%

CUADRO DE COSTOS DE MATERIA PRIMA PROYECTADOS

Rubros / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tilapia (libras)	12.000,00	13.188,00	14.493,61	15.928,48	17.505,40
Precio (libra)	1,05	1,09	1,14	1,19	1,24
Valor	12.600,00	14.423,45	16.510,79	18.900,21	21.635,41
Tomate riñón (cajas)	24,00	26,38	28,99	31,86	35,01
Precio	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
Valor	288,00	329,68	377,39	432,00	494,52
Papa (quintal)	60,00	65,94	72,47	79,64	87,53
Precio	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
Valor	600,00	686,83	786,23	900,01	1.030,26

Remesas enviadas por los Migrantes Ecuatorianos en España

Limón Sutil (quintal)	2,00	2,20	2,42	2,65	2,92
Precio	70,00	72,91	75,95	79,10	82,40
Valor	140,00	160,26	183,45	210,00	240,39
Limón Miller (quintal)	6,00	6,59	7,25	7,96	8,75
Precio	20,00	20,83	21,70	22,60	23,54
Valor	120,00	137,37	157,25	180,00	206,05
Maíz (quintal)	8,00	8,79	9,66	10,62	11,67
Precio	70,00	72,91	75,95	79,10	82,40
Valor	560,00	641,04	733,81	840,01	961,57
Aceite (canecas)	68,00	74,73	82,13	90,26	99,20
Precio	22,00	22,92	23,87	24,86	25,90
Valor	1.496,00	1.712,50	1.960,33	2.244,02	2.568,78
Condimentos (litros)	240,00	263,76	289,87	318,57	350,11
Precio	2,50	2,60	2,71	2,83	2,94
Valor	600,00	686,83	786,23	900,01	1.030,26
Sal (quintal)	8,00	8,79	9,66	10,62	11,67
Precio	75,00	78,12	81,37	84,75	88,28
Valor	600,00	686,83	786,23	900,01	1.030,26
Total Costo materia prima	17.004,00	19.464,79	22.281,71	25.506,28	29.197,51

Tabla 30: Cuadro de costos de Materia Prima Proyectados

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

SUELDO UNIFICADO MENSUAL

Descripción	V. Total Mensual
Chef	450,00
Ayudante de Cocina	380,00
Mesero	380,00
Cajero recepcionista	380,00
Conductor de Barcaza	380,00
Total SBU	1.970,00

Tabla 31: Sueldo Unificado Mensual
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El autor

PROYECCIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Básico Unificado	23.640,00	25.980,36	28.552,42	31.379,10	34.485,64
Aporte Patronal IESS (12,15%)	2.872,26	3.303,10	3.798,56	4.368,35	5.023,60
Fondos de Reserva		2.541,89	2.923,17	3.361,65	3.865,90
Décimo Tercero	1.970,00	2.265,50	2.605,33	2.996,12	3.445,54
Décimo Cuarto	1.590,00	1.828,50	2.102,78	2.418,19	2.780,92
Total sueldos operativos	30.072,26	37.124,99	42.693,74	49.097,80	56.462,47

Tabla 32: Proyecto del Costo de Mano de Obra Directa
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

• **Costos Indirectos de Operación**

Estos costos se establecieron tomando en cuenta los servicios a brindar, los cuales crecen en base a la inflación identificada anteriormente.

SERVICIOS AGUA

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad bidones	288	331	381	438	504
Precio	18,00	20,70	20,70	20,70	20,70
Total	432,00	496,80	571,32	657,02	755,57

Tabla 33: Servicios Agua
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

CONSUMO DE GAS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consumo de gas	300,00	345,00	396,75	456,26	524,70
Total	300,00	345,00	396,75	456,26	524,70

Tabla 34: Consumo de gas
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

CONSUMO DE GASOLINA

Descripción	Valor Total Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consumo de gasolina extra	120,00	1.440,00	1.656,00	1.904,40	2.190,06	2.518,57
Total	120,00	1.440,00	1.656,00	1.904,40	2.190,06	2.518,57

Tabla 35: Consumo de Gasolina
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

- **Mantenimiento Maquinaria y Equipo**

Para mantener el correcto funcionamiento de la maquinaria y equipo se necesita destinar un rubro, para realizar el respectivo mantenimiento.

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento de equipo	144,00	165,60	190,44	219,01	251,86
Total	144,00	165,60	190,44	219,01	251,86

Tabla 36: Mantenimiento Maquinaria y Equipo
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El autor

RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	17.004,00	19.464,79	22.281,71	25.506,28	29.197,51
Mano De Obra	30.072,26	37.124,99	42.693,74	49.097,80	56.462,47
Servicios De Agua	432,00	496,80	571,32	657,02	755,57
Consumo De Gas	300,00	345,00	396,75	456,26	524,70
Consumo De Gasolina.	1.440,00	1.656,00	1.904,40	2.190,06	2.518,57
Mantenimiento Maquinaria Y Equipo	144,00	165,60	190,44	219,01	251,86
Total	49.392,26	59.253,18	68.038,35	78.126,42	89.710,67

Tabla 37: Resumen de Costos Operativos
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

Los costos operativos para el primer año de funcionamiento son de \$ 49.392,26 y para el quinto año es de \$ 89.710,67

5.3.2.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos corresponden a las erogaciones de dinero que se efectuarán por concepto de administración barcaza restaurant, están proyectados anualmente según la tasa de crecimiento del 4,16 % del 2012, excepto los sueldos administrativos que se encuentran al 9,9% según la tendencia del sueldo básico.

- **Sueldos Administrativos**

Son los pagos de los sueldos del área administrativa.

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Personal	V. Total Mensual	V. Año 1
Gerente	500,00	6.000,00
Contadora	400,00	4.800,00
TOTAL	900,00	10.800,00

Tabla 38: Sueldos Administrativos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Básico Unificado	10.800,00	11.869,20	13.044,25	14.335,63	15.754,86
Aporte Patronal	1.204,20	1.509,03	1.735,38	1.995,69	2.295,05

Fondos de Reserva		1.161,27	1.335,46	1.535,78	1.766,15
Décimo Tercero	900,00	1.035,00	1.190,25	1.368,79	1.574,11
Décimo Cuarto	954,00	1.097,10	1.261,67	1.450,91	1.668,55
TOTAL	13.858,20	16.671,60	18.567,01	20.686,81	23.058,71

Tabla 39: Proyección del Sueldo Administrativo

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

ÚTILES DE OFICINA

Personal	Cantidad	V. Unitario	V. Total Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resma de papel bond	18	3,50	5,25	63,00	72,45	83,32	95,82	110,19
Carpetas	40	0,50	1,67	20,00	23,00	26,45	30,42	34,98
Caja de clips	2	1,00	0,17	2,00	2,30	2,65	3,04	3,50
Cuadernos	5	1,25	0,52	6,25	7,19	8,27	9,51	10,93
Facturero	15	8,50	10,63	127,50	146,63	168,62	193,91	223,00
TOTAL			18,23	218,75	251,56	289,30	332,69	382,60

Tabla 40: Útiles de Oficina

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El autor

- **Mantenimiento Computación**

Para el buen funcionamiento del equipo de cómputo se realizará el mantenimiento.

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento de computación	144	165,6	190,44	219,006	251,8569
TOTAL	144,00	165,60	190,44	219,01	251,86

Tabla 41: Mantenimiento de Computadores

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

- **Resumen Gastos Administrativos**

El resumen de gastos administrativos se presenta a continuación:

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	13.858,20	16.671,60	18.567,01	20.686,81	23.058,71
Útiles de Oficina	218,75	251,56	289,30	332,69	382,60
Mantenimiento de computación	144,00	165,60	190,44	219,01	251,86
TOTAL	14.220,95	17.088,76	19.046,75	21.238,50	23.693,16

Tabla 42: Resumen de Gastos Administrativos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: EL Autor

Los gastos administrativos ascienden a \$14.220,95 para el primer año y para el quinto año de funcionamiento de barcaza restaurant es \$ 23.693,16

5.3.3 Gastos de Ventas

Los gastos de venta corresponden al dinero destinado para la publicidad que se efectuará para hacer conocer el servicio, el cual crece según la inflación.

- **Publicidad**

Para dar a conocer el servicio que brindará la barcaza se ha destinado recursos para efectuar la publicidad.

PUBLICIDAD

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prensa escrita	279,96	321,95	370,25	425,78	489,65
Radio	559,92	643,91	740,49	851,57	979,30
Hojas volantes	139,92	160,91	185,04	212,80	244,72
TOTAL	979,80	1.126,77	1.295,79	1.490,15	1.713,68

Tabla 43: Publicidad
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: El Autor

5.3.4 Financiamiento

Para la implementación del proyecto se necesita una inversión de USD. 30.070,56 dólares. El cual será cubierto en su totalidad por los inversionistas.

5.3.5 Depreciaciones

Para obtener la depreciación se aplicó los porcentajes en base a la ley:

DEPRECIACIONES

Descripción	% Depreciación	Valor A Depreciar	Depreciación Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	5%	10.310,00	42,96	515,52	515,52	515,52	515,52	515,52
Equipo operativo	10%	4.600,00	38,33	459,96	459,96	459,96	459,96	459,96
Maquinaria	10%	12.000,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
TOTAL		26.910,00	181,29	2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48

Tabla 44: Depreciaciones
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.3.6 Gastos por estudios y constitución

GASTOS POR ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN

Descripción	V. Total
Planos Diseño de Barcaza	500,00
Gastos de Constitución	1.500,00
TOTAL	2.000,00

Tabla 45: Gastos por Estudio y Constitución
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.3.7 Resumen de Egresos

El cuadro siguiente muestra un resumen de los egresos que tendrá el proyecto en su vida útil.

RESUMEN DE EGRESOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Producción	49.392,26	59.253,18	68.038,35	78.126,42	89.710,67
Gastos Administrativos	14.220,95	17.088,76	19.046,75	21.238,50	23.693,16
Gastos en Ventas	979,80	1.126,77	1.295,79	1.490,15	1.713,68
Gastos de Depreciación	2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48
Gastos por Estudios y Constitución	2.000,00	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS	68.768,49	79.644,19	90.556,37	103.030,56	117.292,99

Tabla 46: Resumen de Egresos
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Los egresos totales en el primer año ascienden a \$ 68.768,49 y en el quinto año son de \$117.292,99

5.3.8 Evaluadores Financieros

Una vez plantea las inversiones, ingresos y egresos se establecieron los siguientes balances financieros.

5.3.9 Estado de Situación Inicial

Este balance representa la situación financiera de “La isla” al inicio de sus actividades, reflejada en los activos y pasivo

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.

ACTIVOS:		PASIVOS:	
ACTIVOS CORRIENTES:	\$7.042,59	PRÉSTAMO BANCARIO	0,00
Caja – Bancos	7.042,59		
ACTIVOS FIJOS:	\$21.108,01	PATRIMONIO:	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	21.108,01	CAPITAL.	\$30.750,60
ACTIVOS DIFERIDOS	\$2.600,00		
TOTAL ACTIVOS...	\$30.750,60	TOTAL PAS + PAT.	\$30.750,60

Tabla 47: Balance Situación Inicial

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

5.3.10 Estado De Resultados

El estado de resultados representa la posición económica de “La Isla”.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	84.000,00	96.243,84	110.272,34	126.345,64	144.761,78
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	49.392,26	59.253,18	68.038,35	78.126,42	89.710,67
(=) UTILIDAD BRUTA	34.607,74	36.990,66	42.233,99	48.219,22	55.051,11
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	14.220,95	17.088,76	19.046,75	21.238,50	23.693,16
(-) GASTOS DE VENTAS	979,80	1.126,77	1.295,79	1.490,15	1.713,68
(-) DEPRECIACIONES	2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48
(-) AMORTIZACIONES DIFERIDAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) UTILIDAD OPERATIVA	17.231,51	16.599,65	19.715,98	23.315,08	27.468,79
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	2.584,73	2.489,95	2.957,40	3.497,26	4.120,32
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	14.646,78	14.109,70	16.758,58	19.817,82	23.348,47
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	3.222,29	3.104,13	3.686,89	4.359,92	5.136,66
(=) UTILIDAD NETA	11.424,49	11.005,57	13.071,69	15.457,90	18.211,81

Tabla 48: Estado de Resultados Proyectados

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

En el primer año de actividades la utilidad neta proyecta es de \$11.424,49 USD y en el quinto año \$18.211,81 USD.

5.3.11 Estado de Flujo de Caja

El flujo de caja representa la dinámica del proyecto, tanto entradas y salidas de efectivo.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN	- 30.750,60					
UTILIDAD OPERACIONAL		17.231,51	16.599,65	19.715,98	23.315,08	27.468,79
(+) DEPRECIACIÓN		2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48	2.175,48
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-2.584,73	-2.489,95	-2.957,40	-3.497,26	-4.120,32
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		-3.222,29	-3.104,13	-3.686,89	-4.359,92	-5.136,66
(+) RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN						7.387,80
FLUJO NETO	- 30.750,60	13.599,97	13.181,05	15.247,17	17.633,38	27.775,09

Tabla 49: Flujo de Caja Proyectado

5.3.12 Recuperación de la Inversión

DETALLE DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Detalle de Activos	Valor de Activos	% de recuperación	Valor de recuperación 5to año
Propiedad Planta Y Equipo	21.108,01	35%	7.387,80
TOTAL			7.387,80

Tabla 50: Detalle de Recuperación de la Inversión

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Para el quinto año se recuperará la inversión de \$ 7.387,80 USD que es el resultado del 35% del valor de activos.

5.3.13 Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto para esto se aplicó evaluadores que toman en cuenta el valor de dinero en el tiempo como son: el TIR, el VAN, PRI, C/B. y PEq.

5.3.14 Determinación de Costo Capital y Tasa de Rendimientos 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 al 4,16% y la tasa activa del 8, %.

DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD.

Inversiones	C. Propio	Tasa pasiva		
	C. Financiado	Tasa activa		
Inflación	4,16%			
Propio	\$ 30.070,56	Tasa pasiva	8%	
Financiado	\$ -	Tasa activa		
Total Inversión	\$ 30.070,56			
Descripción	Valor	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio	30.070,56	100	8	800
Capital Financiado	-	0	12	0
Total:	\$ 30.070,56	100	20	800,00
TOTAL COSTO DE OPORTUNIDAD				8,00

Costo de capital	0,080
Inflación	4,16
Fórmula:	
Trd= (1+ck)(1+i)-1	
TRM	0,145
TRM	12,49
TRM	1,1249

Tabla 51: Determinación de Costos de Oportunidad

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Tasa de rendimiento medio para obtener esta tasa se aplicó la siguiente fórmula es de 12,49 %

5.4 Indicadores Financieros

5.4.1 Valor Actual Neto

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores absolutos a tiempo real, teóricamente para decidir si el proyecto es factible, se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

$$\text{VAN: } -\text{II} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^n}$$

Periodo	Flujo Neto	Factor De Descuento	Flujo Neto Actualizado
0	-30.750,60	1,0000	-30.750,60
1	13.599,97	1,1249	12.089,94
2	13.181,05	1,2654	10.416,50
3	15.247,17	1,4234	10.711,43
4	17.633,38	1,6012	11.012,35
5	27.775,09	1,8012	15.420,05
VAN			28.899,68

Tabla 52: Valor Actual Neto

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

5.4.2 Tasa Interna de Retorno

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos relativos o porcentuales que devuelve una inversión en un periodo de tiempo.

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

TASA INTERNA DE RETORNO.

Periodo	Flujo Neto	Factor De Descuento (Tasa Inferior 41%)	Flujo Neto Actualizado
0	-30.750,60	1,0000	-30.750,60
1	13.599,97	1,4100	9.645,37
2	13.181,05	1,9881	6.629,97
3	15.247,17	2,8032	5.439,16
4	17.633,38	3,9525	4.461,28
5	27.775,09	5,5731	4.983,79
VAN (TASA INFERIOR)			408,97

Tabla 53: Tasa Interna de retorno

Periodo	Flujo Neto	Factor De Descuento (Tasa Superior 42%)	Flujo Neto Actualizado
0	-30.750,60	1,0000	-30.750,60
1	13.599,97	1,4200	9.577,44
2	13.181,05	2,0164	6.536,92
3	15.247,17	2,8633	5.325,06
4	17.633,38	4,0659	4.336,93
5	27.775,09	5,7735	4.810,76
VAN (TASA SUPERIOR)			-163,49

Fuente: Flujos Netos

Elaborado por: El Autor

$$\text{VAN POSITIVO } T_{ri} = 408,97$$

$$\text{VAN NEGATIVO } T_{rs} = -163,49$$

$$\text{TIR} = T_i + (T_s - T_i) \quad \text{VAN } T_i$$

$$\text{VAN } T_i - \text{VAN } T_s$$

$$\text{TIR} = 41,71\%$$

Una vez aplicada la función TIR en el presente proyecto, se obtiene como resultado una tasa interna de retorno del (41,71%), pues con este resultado se tendrá un proyecto viable y aceptable, en otras palabras el resultado final de esta operación es superior a la tasa de rendimiento medio o valor ponderado, por lo tanto la inversión es atractiva.

5.4.3 Período de Recuperación de la Inversión TIEMPO DE RECUPERACIÓN.

Período	Flujo Neto	Factor De Descuento	Flujo Neto Actualizado	Flujo Neto Actualizado Acumulado
0	-30.750,60	1,0000	-30.750,60	
1	13.599,97	1,1249	12.089,94	12.089,94
2	13.181,05	1,2654	10.416,50	22.506,44
3	15.247,17	1,4234	10.711,43	33.217,87
4	17.633,38	1,6012	11.012,35	44.230,22
5	27.775,09	1,8012	15.420,05	59.650,27
VAN			28.899,68	171.694,75

Tabla 54: Período de Recuperación de la Inversión

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: El Autor

Detalle del cálculo del período de recuperación de la inversión:

$$\begin{aligned} \text{PRI} &= \text{INVERSIÓN} - \text{F.N. ACUMULADO 3 AÑOS} \\ \text{PRI} &= 30.750,60 \qquad \qquad \qquad 33217,87 \qquad \qquad =2467,28 \\ \text{F.N. MENSUAL} &= \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{F.N. ACTUALIZADO AÑO 3} - \\ & \text{F.N. ACTUALIZADO AÑO 2} \\ \text{F.N. MENSUAL} &= \frac{33217,87 - 22506,44}{\qquad \qquad \qquad} 10.711,43 \end{aligned}$$

Por lo que:

PRI =	10711,43	.-----	1 AÑO
	2467,28	.-----	x

$$\text{PRI} = 2467,27 \times 1 / 10711,43 = 0,23 \text{ AÑOS}$$

PRI = 2,23 AÑOS

PRI = 2 AÑOS, 2 MESES Y 22 DIAS

El comportamiento de los flujos de caja del proyecto refleja, que se recupera la inversión en 2 años, 2 meses, 22 días; por lo que se considera que es un tiempo prudente, ya que se ha previsto recuperar la inversión en máximo cinco años.

5.4.4 Costo Beneficio

$$C/B = \frac{\Sigma FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{59.650,27}{30.750,60}$$

$$C/B = 1,94$$

EL resultado de la función financiera es que por cada dólar sacrificado, se generará USD 1,94 dólares de Ingresos, por lo que se tendrá un adecuado retorno de la inversión

5.4.5 Punto de Equilibrio

Consiste en determinar el nivel operativo donde se igualan los ingresos con los egresos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Fijos	Valor
Sueldos administrativos	13.858,20
Mantenimiento computación	144
Útiles de oficina	218,75
Publicidad	979,8
Depreciación	2.175,48
Gastos de estudios y constitución	2.000,00

Total	19.376,23
COSTOS VARIABLES	
Materia prima	17.004,00
Mano de obra	30.072,26
Servicios agua	432,00
Consumo de gasolina	300,00
Consumo de gas	1.440,00
Mantenimiento equipo	144,00
Total	49.392,26

Tabla 55: Punto de Equilibrio - Presupuesto

Fuente: Presupuesto

Elaborado por: El Autor

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE\$ = \frac{19.376,23}{1 - \frac{49.392,26}{84.000,00}}$$

$$PE\$ = 47.030,04$$

Para que la unidad productiva no pierda ni gane debe tener un ingreso de \$ 47.030,04 dólares. Desde ese nivel de ingreso en adelante comienza a tener beneficios.

5.4.6 Resumen de la Evaluación Financiera

RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Evaluador	Criterio De Evaluación	Valor	Resultado
TRM =		12,49%	
VAN =	VAN > 0	28899,68	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	41,71%	Aceptable
PRI =	2 años, 2 meses 22 días		Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,94	Aceptable

Tabla 56: Resumen de Evaluación Financiera

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: El Autor

Del capítulo se puede manifestar que el proyecto es factible en los escenarios analizados, para su ejecución se necesita realizar ajustes de presupuesto por los escenarios son cambiantes.

El detalle del cálculo económico financiero se encuentra en los anexados del presente Proyecto.

5.5 Estructura Organizativa

5.5.1 Razón Social

La Barcaza Restaurant al crearse según su actividad es una empresa de prestación de servicios de turismo y alimentación. Su razón social estará dada por el nombre de “LA ISLA”, el mismo que ha sido seleccionado por el sector en el que se va a ubicar la laguna de Yahuarcocha.

5.5.2 Marco Legal

La “LA ISLA”, estará constituido como una sociedad anónima, para poder cumplir con el objetivo principal del proyecto, de que el mismo se pueda conformar legalmente por dos o más inversionistas migrantes de España que envían sus remesas a familiares de la ciudad de Ibarra que aporten con capital propio para el proyecto. Tendrá su domicilio en la ciudad de Ibarra. Se constituirá mediante una escritura pública, que deberá ser inscrita en el Registro Mercantil, con lo cual adquirirá su personalidad jurídica.

5.5.3 Escritura de Constitución

- Los datos de identidad de los otorgantes.
- La voluntad de fundar la sociedad.
- Los bienes o derechos que cada socio aporte o se obligue a aportar indicando el número de acciones atribuidas en pago.
- La cuantía de los gastos de constitución.
- Los estatutos sociales.
- Los datos de identidad de las personas que se encarguen en un primer momento de la administración.
- El representante legal de la sociedad.

Su denominación Social, estará dada por el nombre de la empresa seguida de las palabras Sociedad Anónima o de su abreviatura S.A.”, así: “LA ISLA S.A.”

- Los estatutos sociales de dicha sociedad anónima contendrán:
- La denominación de la sociedad
- El objeto social
- La duración de la sociedad
- La fecha en que sus operaciones darán comienzo

- El domicilio social
- El capital social, todo lo relativo a las acciones
- La estructura del órgano al que se le confía la administración de la sociedad y cuanto afecte a los administradores de la misma.
- El modo de deliberar y adoptar sus acuerdos los órganos colegiados de la sociedad
- La fecha de cierre del ejercicio social
- Las posibles restricciones a la libre transmisibilidad de las acciones
- El régimen de las prestaciones accesorias, en caso de establecerse
- Los derechos especiales que en su caso se reserven los fundadores o promotores de la sociedad
- La participación en la utilidad de los socios fundadores.

5.5.4 Figura Jurídica

La barcaza restaurant “LA ISLA”, estará constituido como una Sociedad Anónima, y deberá cumplir con los requerimientos mínimos y obligatorios para su funcionamiento deberá contar con los permisos de funcionamiento emitidos por la Municipalidad de Ibarra, la Cámara de Comercio, el Servicio de Rentas Internas, entre otras.

- **Domicilio**

El domicilio será la República del Ecuador, provincia de Imbabura. Cantón Ibarra, en sector de la laguna Yahuarcocha.

- **Objeto**

La barcaza restaurant se dedicará a la prestación de servicios de turismo y alimentación.

- **Apertura de la Cuenta**

Para la creación de LA ISLA, se abrirá una cuenta de integración de capital, en beneficio de la misma.

- **Escritura Pública**

Seguidamente de la apertura de la cuenta, el Gerente deberá acudir ante un notario y hacer una Escritura de Constitución.

- **Aprobación**

Esta Escritura Pública se la presenta ante un juez de lo civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.

- **Oposición**

Si cualquier persona que se siente afectada con la constitución de la empresa tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, cuya oposición se presentará ante el Juez.

- **Inscripción**

Luego de la autorización del Juez Civil, el Gerente debe realizar la respectiva inscripción en el Registro Mercantil.

- **Representante legal**

Su representante legal, será el Gerente.

5.5.5 Conformación de la Sociedad

LA ISLA estará formado por dos socios, cuya aportación es:

Aportación Socios

Nº Socios	Aportación	% De Aportación
	15035	50%
Socio 2	15035	50%

TOTAL	30070.00	100%
-------	----------	------

Fuente: Cálculos Matemáticos

Elaborado por: El Autor

5.5.5.1 Capital Inicial

La sociedad anónima “LA ISLA”, se constituirá con un capital de, 30.270,37 de los cuales el 100 % será aporte de los socios.

5.5.5.2 Requisitos de Permiso de Funcionamiento

5.5.5.2.1 Obtención del registro único de contribuyentes

- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Recibo del pago de agua, luz o teléfono.

5.5.5.2.2 Obtención de Patente Municipal

- Copia de cédula y certificado de votación.
- Apellidos y nombre del propietario del predio donde funciona la actividad económica.
- Copia del RUC.

5.5.5.2.3 Declaración Juramentada de Inicio de Actividades

- Escritura de constitución
- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Informe de la Inspección

5.6 Base Filosófica

“LA ISLA”, es una empresa de servicios, que se encarga de la prestación de servicios de restaurant y paseo en barcaza, su lema “UNA AVENTURA GASTRONÓMICA SIN IGUAL”, y cuenta con personal capacitado y precios cómodos. Combinando: experiencia, responsabilidad, conocimiento y entusiasmo para generar resultados efectivos que hagan sentir al cliente como si estuviera en casa.

5.6.1 Misión

Somos el destino del viajero, clientes o turista que viene a cumplir su sueño de conocer la maravillosa ciudad Blanca y sus alrededores y de las personas que quiere descansar después de haber concluido sus actividades y negocios, brindando a nuestros clientes una atención de calidad.

5.6.2 Visión

En el 2016 seremos la mejor barcaza restaurant de Yahuarcocha, buscaremos el liderazgo dentro del grupo del mismo nivel, ubicándonos como el preferido de los turistas, obligados al mejoramiento y capacitación continua, para dar el mejor servicio a los turistas nacionales como extranjeros, buscando el desarrollo económico con responsabilidad social.

5.6.3 Objetivos de “LA ISLA”

1. Ofrecer un excelente servicio a cada uno de nuestros clientes.
2. Crear un nuevo concepto de turismo por medio de la implementación de un programa de satisfacción a clientes.
3. Posicionarnos como la empresa N. 1 en la laguna de Yahuarcocha y a nivel nacional.
4. Asegurar nuestra rentabilidad y permanencia en el mercado.

5.6.4 Valores de "LA ISLA"

Respeto: En la barcaza restaurante la "LA ISLA", valoraremos y reconoceremos a las personas. Propiciando el buen trato y las buenas relaciones dentro y fuera de él.

Excelencia: En la barcaza restaurante "LA ISLA", trabajaremos buscando los mayores estándares de desempeño y calidad en el servicio para contribuir con el bienestar y confort de los turistas nacionales y extranjeros cumpliendo los objetivos de la empresa.

Sabiduría sinónimo de humildad: En la barcaza restaurante "LA ISLA", recibiremos sugerencias y

Opiniones que ayuden a mejorar nuestros servicios, reconoceremos nuestras debilidades y nos comprometemos a aprender de ellas.

Responsabilidad: En la barcaza restaurante "LA ISLA", seremos responsables del bienestar, tranquilidad y buen trato de los turistas y seremos responsables a su vez, del desarrollo de la Empresa, ambos ligados estrictamente a un buen crecimiento social, económico y ambiental de nuestra ciudad.

Compromiso: obligación contraída, palabra dada en "LA ISLA", daremos nuestra palabra que el servicio que ofreceremos será de altísima calidad ya que esa es nuestra razón de ser.

Honestidad: Recto, Honrado, Razonable, Justo.

La atención que distinguirá a "LA ISLA", es un trato honesto ante todo, buscando especialmente que nuestros turistas tenga una diversión agradable.

Ética: El respeto total a nuestros valores es la base de nuestra empresa.

Humildad: Tomaremos la actitud de no presumir nuestros logros sin reconocer que hemos llegado hasta ahí gracias a nuestros clientes y empleados. Y que nuestro propósito en “LA ISLA”, es el servicio.

Amor por el trabajo: Fomentaremos en cada uno de nuestros colaboradores el amor por lo que hacen, para que así se garantice el perfecto servicio a nuestros clientes.

Actitud de servicio: Los que conformamos la barcaza restaurante “LA ISLA”, tendremos la actitud de estar siempre dispuestos a servir a nuestros clientes.

Además nuestros valores son exigencias diarias tales como el Orden, la Limpieza, Puntualidad, Responsabilidad, Honradez, y Amor al trabajo.

5.6.5 Políticas de “LA ISLA”

- Entre las políticas del “LA ISLA”, se puede mencionar las siguientes:
- Todos nuestros clientes deben de ser recibidos con la educación y el respeto que se merecen;
- Es obligación de recibir a los clientes amablemente y con una sonrisa;
- La barcaza restaurante no se hace responsable por perdidas de objetos personales dentro de las instalaciones por descuido de sus dueños;
- No se permite el acceso a las instalaciones a vendedores ambulantes;
- Cualquier daño causado al mobiliario o instalaciones será pagado por la persona responsable;
- No se cobrará entrada a los niños menores de 3 años;
- Solo se permitirá fumar en las áreas destinadas para ese fin.

5.6.6 Slogan – Logo

El logotipo se utiliza para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador. Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo que sirve a una persona, empresa, institución o producto como representación y presencia en el mercado. Constituye la representación tipográfica del nombre de la marca, constituye la identidad visual de una empresa o institución. El logotipo del “LA ISLA”, es el siguiente:



El diseño del logo usado es sencillo, pero llamativo a la vista de los clientes contiene principalmente los colores; negro, blanco, rojo y azul; representa un pez, una barca y un instrumento musical

5.7 Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la “LA ISLA”, estará detallado claramente tanto en el organigrama estructural y el organigrama de posición de personal, mientras que en lo referente a la organización funcional se adjunta un manual de funciones elaborado específicamente para esta organización. El organigrama estructural propuesto tendrá como finalidad representar la estructura administrativa del “LA ISLA”, en este se detallará cada uno de las áreas que formarán la organización y las relaciones que las ligan entre ellas, a su vez. El organigrama de posición de personal, tendrá por objeto

indicar a más de los órganos, las personas que ocupan los diferentes niveles de la organización. El manual de funciones es importante, ya que permitirá definir la estructura del restaurant.

5.7.1 Organigrama Estructural

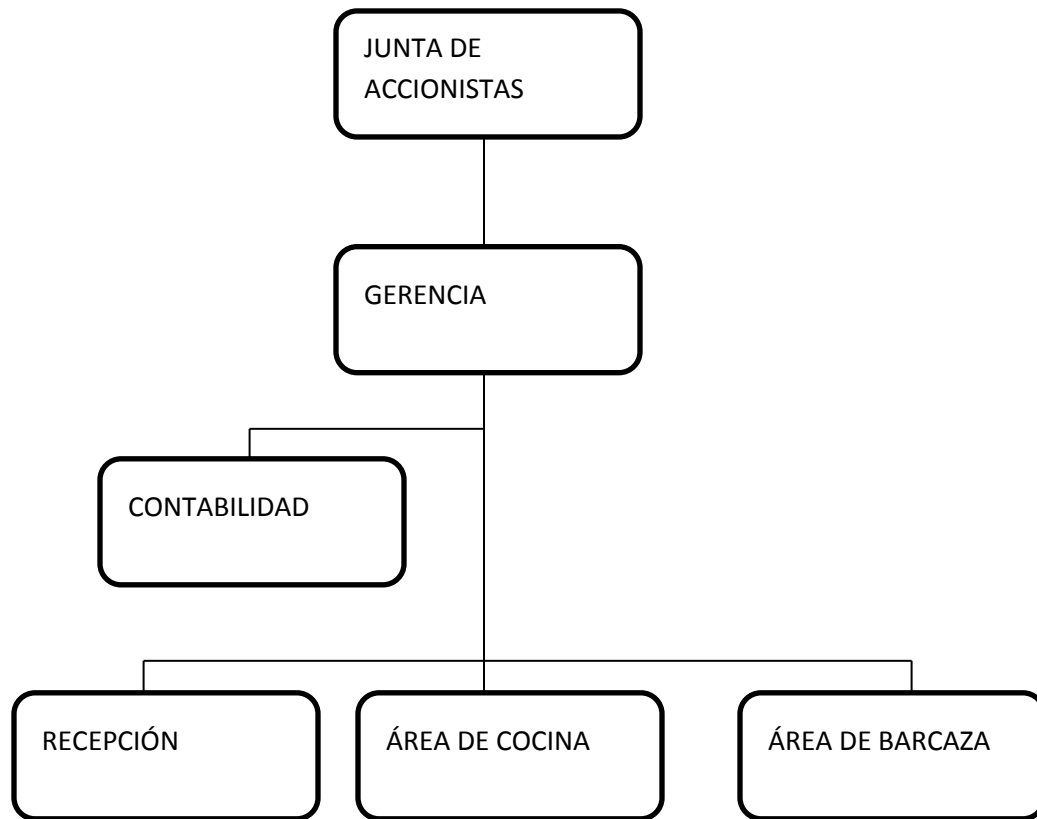


Ilustración 37: Organigrama Estructural de La Isla

5.7.2 Manual De Funciones

Este manual está realizado con la finalidad de conocer cada una de las funciones y responsabilidades de cada uno de los puestos de trabajo con la finalidad de contar con una herramienta administrativa que permita un adecuado funcionamiento.

Manual De Funciones

Junta De Accionistas

Naturaleza

Es el mayor nivel jerárquico de la Sociedad y son quienes determinan las políticas, objetivos, metas y estrategia a seguir de los asuntos propios de su competencia.

Funciones:

- Entre las funciones que debe cumplir la Junta de Accionistas del “LA ISLA” tenemos:
- Cumplir y hacer cumplir el Reglamento Interno.
- Revisar los proyectos, sugerencias o inquietudes generadas por el gerente y los empleados.
- Aprobar las cuentas anuales, la aplicación de resultados y la aprobación de la gestión.
- Conocer y aprobar el Plan operativo.
- Conocer y resolver sobre los estados financieros e informes presentados
- Determinar el aumento o reducción del capital social.
- Conocer y resolver sobre la distribución de excedentes
- Realizar la adquisición de activos operativos
- Garantizar el correcto funcionamiento de los servicios ofrecidos.
- Evaluar el comportamiento de las finanzas de LA ISLA y revisar las propuestas para su mejoramiento.
- Asistir a las reuniones convocadas.

Área Administrativa

Gerente

Naturaleza del cargo:

Se encarga de la administración de los trabajadores y de los recursos económicos de la Sociedad.

Requisitos mínimos:

Instrucción: Título de Tercer Nivel en Administración de Empresas

Experiencia: 2 año en funciones afines.

Capacitación: Curso básico de inglés

Edad: Tener una edad entre 20 y 35 años.

Funciones:

- Cumplir y hacer cumplir el Reglamento Interno de “LA ISLA”;
- Revisar los proyectos, sugerencias o inquietudes generadas por la Junta General y los trabajadores;
- Evaluar el comportamiento de todos los empleados de “LA ISLA” y proponer cambios para su mejoramiento;
- Garantizar el correcto funcionamiento de los servicios ofrecidos por “LA ISLA”;
- Ser el representante legal ante reclamos laborales;
- Revisar las sanciones impuestas a los empleados de “LA ISLA”
- Facturas, entregar inventario, llevar un informe de contabilidad e inventario del movimiento del día;
- Autorizar el pago de los compromisos adquiridos por “LA ISLA” y que se hubieren recibido a satisfacción.
- Acatar las demás funciones escritas en el Reglamento Interno de “LA ISLA”

Recepcionista

Naturaleza Del Cargo:

La Recepcionista es la encargada de la atención al usuario y la que proporciona la información necesaria tanto a los clientes;

Requisitos Mínimos:

Instrucción: Título de Bachiller

Experiencia: 1 año en funciones afines

Capacitación: Cursos de Relaciones Humanas; curso básico de inglés.

Edad: Tener una edad entre 20 y 35 años.

Funciones:

- Tener siempre una buena presentación y un vocabulario formal, generoso y carismático;
- Estar siempre a disposición para las inquietudes o sugerencias de los clientes;
- Acatar las órdenes de sus superiores con respeto y responsabilidad;
- Cumplir las demás funciones escritas en el Reglamento Interno de la Sociedad “LA ISLA”.

Contador

Naturaleza Del Cargo:

El Contador es la persona responsable del correcto registro de todas las transacciones económicas contables y financieras en las que incurra “LA ISLA”

Requisitos mínimos:

Instrucción: Licenciatura en Contabilidad o Auditoría

Experiencia: Experiencia mínima de 3 años

Capacitación: Cursos Inherentes al cargo

Funciones:

- Responder directamente por el manejo adecuado de toda la información financiera de la Empresa y del personal de su dependencia;
- Realizar la apertura de libros de contabilidad.

- Establecer un sistema de contabilidad.
- Registrar los movimientos financieros del “LA ISLA”
- Presentar la información en los respectivos estados financieros para la toma de decisión
- Elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la entidad
- Organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la Empresa y del personal de su departamento
- Elaborar las nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes para fiscales
- Elaborar la presentación de los documentos contables en general
- Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones diarias de la Empresa
- Elaborar las declaraciones de Renta y Complementarios para presentar los respectivos informes tributarios
- Especificar las normas contables a seguir en la empresa
- Generar informes sobre la situación financiera y económica de la entidad
- Apoyar y asesorar en la solución de problemas y necesidades contables y todas las dependencias de la Empresa
- Acatar las demás inherentes al cargo que le sean asignadas.

Área de barcaza

Conductor de la barcaza

Naturaleza del cargo:

Es la Persona encargada de controlar, conducir y mantener la barcaza.

Requisitos Mínimos:

Instrucción: Bachiller en mecánica automotriz.

Experiencia: Experiencia laboral mínimo 1 año.

Capacitación: Cursos de Relaciones Humanas, curso de inglés básico

Edad: Tener una edad entre 20 y 35 años.

Funciones:

- Dirige coordina y supervisa el manejo de la barcaza y el control de rutas;
- Vela por el cumplimiento de las leyes y reglamentos que regulan la laguna;
- Velar por el buen mantenimiento de la embarcación y equipos;
- Recibe y controla los tiques de abordaje;
- Informa a las autoridades sobre trabajos y mantenimientos;
- Controla el suministro de combustibles a la embarcación;
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo reportando cualquier novedad;
- Las demás actividades inherentes que le sean asignado.

Área de cocina

Cocinero

Naturaleza del cargo: Será la persona encargada solicitar los insumos necesarios del área y preparar los alimentos pedidos por los clientes

Requisitos mínimos:

Instrucción: Título de Bachiller

Experiencia: 2 años en funciones a fines

Capacitación: Cursos de Cocina

Edad: Tener una edad entre 20 y 35 años.

Funciones:

- Prepara listado de requerimientos del área;

- Solicitar y preparar el los alimentos y material necesario para el día siguiente.
- Comunicar cualquier incidencia o situación anormal que observe en el área;
- Cumplir las normas de higiene y atención al cliente;
- Realizar aquellas tareas que por necesidades imprevistas se deban efectuar.

6. CAPITULO VI – IMPACTOS

6.1 Determinación de Impactos

En la determinación de los Impactos, se considera los efectos que produce en los aspectos económico, social, organizacional y ético, la implementación de la barcaza restaurant a crearse.

Mediante la elaboración del análisis de impactos se pretende:

- Determinar las áreas a analizarse
- Seleccionar numéricamente los niveles de impactos de acuerdo a la siguiente tabla

Escala de Valoración

Impactos	Escala De Valoración.
Impacto Positivo Alto	3
Impacto Positivo Medio	2
Impacto Positivo Bajo	1
No hay Impacto	0
Impacto Negativo Bajo	-1
Impacto Negativo Medio	-2
Impacto Negativo Alto	-3

Tabla 58: Escala de Valoración de Impactos

Elaboración: El Autor

- En cada área se debe determinar una serie de indicadores que representen el campo investigado.

- A cada uno de los indicadores se asigna numéricamente una ponderación positiva o negativa, dependiendo del nivel de incidencia que tenga dicho indicador.
- Realizamos la suma de los niveles de impacto por área y dividimos para el número de indicadores, de esta manera se determina el nivel de impacto del área.
- Además se hace necesario, describir bajo la matriz, una breve argumentación.

6.1.1 Impacto Económico

Impacto Económico

INDICADORES \ NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de ingresos							X
Incentivo de Inversión							X
Generación de Impuestos							X
Efecto multiplicador							X
SUMA						4	12

Tabla 59: Impacto Económico
Elaborado por; El Autor

$$\text{Nivel de Impacto económico} = \frac{\sum \text{Numero de Indicadores}}{12}$$

$$\text{Nivel de Impacto económico} = \frac{4}{12}$$

$$\text{Nivel de Impacto económico} = 3$$

Análisis:

La matriz expuesta obtuvo un cifra de 3, que refleja un impacto alto positivo. Con la implementación del proyecto, se generará ingresos económicos tanto para los propietarios de “LA ISLA”, como para el recurso humano que forma parte de esta

empresa. Además se podrá incentivar a los migrantes que retornan a la ciudad en una nueva forma de invertir el dinero y así mejorar los ingresos económicos. Con la creación de este nuevo negocio, se estará generando impuestos al Estado a través del pago de las Obligaciones Tributarias. Al poner en marcha la propuesta, se permitirá además realizar actividades comerciales con empresas o personas que están relacionadas con este tipo de negocios, tales como los comerciantes, proveedores, transportes locales entre otros, incrementando el desarrollo del sector turístico del cantón Ibarra y por ende de la provincia de Imbabura.

6.1.2 Impacto Social

Impacto Social

INDICADORES \ NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo							X
Mejorar la calidad de vida							X
Desarrollo local							X
SUMA							9

Tabla 60: Impacto Social

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\sum}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$9$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = 3$$

Análisis:

La matriz expuesta puede obtener un cifra de 3, que refleja un impacto alto positivo. La creación de LA ISLA, generará Nuevas fuentes de trabajo para los habitantes del cantón Ibarra, permitiendo de esta manera la disminución de la tasa de desempleo. Además permitirá mejorar la calidad de vida de las personas que formarán parte de dicha empresa a crearse, quienes contarán con un sueldo y beneficios acorde a su trabajo, incentivándolos a optar por el trabajo cercano, evitando de esta manera la migración.

6.1.3 Impacto Organizacional

Impacto Organizacional

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Clima organizacional								X
Servicio de calidad								X
Recurso humano satisfecho								X
Clientes y Turistas satisfechos								X
SUMA								12

Tabla 61: Impacto Organizacional

$$\text{Nivel de Impacto Organizacional} = \frac{\sum}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Organizacional} = \frac{12}{4}$$

Nivel de Impacto Organizacional = 3

Análisis:

La matriz expuesta puede obtener un cifra de 3, que refleja un impacto alto positivo. Una buena organización es la base fundamental para el bienestar de un negocio, tener claramente definidas las funciones, responsabilidades y derechos facilita el control y manejo del recurso humano, y permite además entregar a los clientes y turistas nacionales y extranjeros un servicio de hospedaje de calidad.

Contar con un recurso humano satisfecho es la garantía de entregar un buen servicio, es necesario dotar de los implementos de trabajo necesario, establecer remuneraciones y beneficios de acuerdo con la ley y hacer sentir al personal como parte integrante de LA ISLA.

Siendo una sociedad que brinda servicio de restaurant, es su responsabilidad que el cliente, turista nacional y extranjero reciba un buen servicio, haciéndole sentir como en su casa, con cordialidad ya que un cliente satisfecho es la mejor recomendación.

6.1.4 Impacto Ético

Impacto Ético

NIVEL DE IMPACTO INDICADORES							
	-2	-1	0	1	2	3	
Fortalecer el compañerismo							X
Asumir responsabilidades							X
Fomentar la unión solidaridad							X
Honestidad y Respeto							X
TOTAL							12

Tabla 62: Impacto Ético

$$\begin{aligned} \text{Nivel de Impacto Ético} &= \frac{\Sigma}{\text{Numero de Indicadores}} \\ &= \frac{12}{4} \\ \text{Nivel de Impacto Ético} &= 3 \end{aligned}$$

Análisis:

La matriz expuesta puede obtener un cifra de 3, que refleja un impacto alto positivo. Dentro de las instalaciones de “LA ISLA”, se practicará algunos valores, los mismos que deberán ser empleados en cada una de las actividades que realiza todo el recurso humano de esta empresa. Se fortalecerá el compañerismo entre todo el personal, incentivará el asumir responsabilidades asignadas y fomentará la unión y la solidaridad en el ambiente laboral y fuera de él, desempeñar las funciones, tareas y responsabilidades asignadas con eficiencia, eficacia, creando un equipo de trabajo en armonía.

6.1.5 Impacto Ambiental

Con el objetivo de cumplir con la normativa ambiental vigente en nuestro país, en primer lugar, se determinará en el Catalogo de Caracterización Ambiental Nacional descrito en el Acuerdo Ministerial 006 del 18 de febrero de 2014, la categoría de estudio ambiental al que pertenece el presente proyecto, que se definirá por un estudio ambiental Categoría II.

Para determinar los impactos ambientales de los sistemas lacustres se implementará el Sistema de Evaluación Ambiental de Battelle Columbus, por cuanto se detalla a continuación se detalla los parámetros ambientales a considerarse en el estudio ambiental de este proyecto.

Cuadro 1. Categorías, componentes, y parámetros de Sistema Lacustre de Battelle.		
-1	-2	-3
Categorías	Componentes	Parámetros
Ecología	Especies y poblaciones	1. Consumidores terrestres
		4. Especies de plagas terrestres
		6. Pesca comercial acuática
		7. Vegetación natural acuática
		8. Especies de plagas acuáticas
		9. Pesca deportiva
		10. Aves acuáticas
	Hábitats y comunidades	11. Índice de cadena trófica terrestre
		14. Diversidad de especies terrestres
		15. Índice de cadena trófica acuática
		17. Características de la cubeta lacustre
		18. Diversidad de especies acuáticas
	Ecosistemas	Solamente descriptivo
Contaminación	Agua	20. DBO
		21. Oxígeno disuelto
		22. Coliformes fecales
		23. Carbón inorgánico
		24. Nitrógeno inorgánico
		25. Fósforo inorgánico
		26. Pesticidas
		27. pH
		28. Variación de caudal

		29. Temperatura	
		30. Sólidos disueltos totales	
		31. Substancias tóxicas	
		32. Turbidez	
	Aire		33. Monóxido carbono
			34. Hidrocarburos
			35. Óxidos de nitrógeno
			36. Partículas
			37. Oxidantes fotoquímicos
			38. Dióxido de azufre
	39. Otros		
Ruido	42. Ruido		
Estética	Tierra	44. Aspecto y características topográficas	
	Aire	46. Olor y aspecto and visual	
		47. Sonidos	
	Agua	48. Apariencia	
		49. Interfase de tierra y agua	
		50. Olor y materiales flotantes	
		51. Área húmeda	
	Biota	53. Animales domésticos	
		54. Animales silvestres	
		55. Diversidad de tipos de vegetación	
		56. Variedad entre los tipos de vegetación	
	Objetos producidos por el hombre	57. Objetos producidos por el hombre	
	Composición		
		58. Efecto	

Interés humano	Paquetes educativos/científicos	59. Singularidad
		60. Arqueológicos
		61. Ecológicos
		62. Geológicos
		63. Hidrológicos
	Paquetes históricos	64. Estilos y arquitectura
		65. Eventos
		66. Personas
		67. Religiones y cultura
	Culturas	70. Otros grupos étnicos
		71. Grupos religiosos
	Modo o atmósfera	72. Inspiración
		73. Solitud
		74. Misterio
75. Comunción con la naturaleza		
Patrones de vida	76. Oportunidades de empleo	
	78. Interacción social	

Tabla 63: Categorías, componentes y parámetros del Sistema Lacustre de Battelle

Conclusiones del Impacto Ambiental

De acuerdo al análisis realizado del presente proyecto, en cuanto al aspecto ambiental se considera indispensable un adecuado manejo de los desechos sólidos generados, como también de las especificaciones técnicas del motor fuera de borda y el generador eléctrico, los cuales deberán mantener sus especificaciones técnicas dentro de los límites máximos permisibles de la legislación ambiental vigente, en cuanto a emisiones gaseosas, de ruido y emisiones, además del manejo de desechos peligrosos como los aceites lubricantes y combustible.

Necesariamente se debe realizar un Plan de Contingencias en donde se considerarán todas las eventualidades, estableciendo equipos mínimos de seguridad como también procedimientos a seguir en caso de emergencia.

Para la valoración de los impactos ambientales se contratará un profesional ambiental, quién realizara los estudios de campo y análisis con laboratorios acreditados, para cumplir con los requerimientos del Ministerio del Ambiente, conforme a la legislación ambiental vigente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Los migrantes Ecuatorianos en España se encuentran atravesando una crisis socioeconómica una la más fuerte en los últimos cuarenta años, la cual está afectando a sus familias residentes en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura-
2. La parte conceptual de un trabajo de investigación es fundamental que se encuentre debidamente sustentada y con un léxico de fácil comprensión para el lector, lo que permitirá que en el transcurso de la lectura le permita comprender el desarrollo del trabajo.
3. Considerando la situación socio cultural de las personas a las cuales se quería investigar en relación a la oferta, la demanda, el precio y la comercialización del servicio de alimentación en el sector de la laguna de Yahuarcocha; la observación directa fue el método utilizado para lo cual fue necesario reforzarlo utilizando herramientas de investigación como son las encuestas y la entrevistas, que permitieron la tabulación y análisis de la información.
4. En el sector de la laguna de Yahuarcocha existen aproximadamente 106 establecimientos dedicados a brindar servicios de alimentación, los cuales atienden a unos 20.000 turistas tanto nacionales como extranjeros en el año, teniendo como plato tradicional la Tilapia frita cuyo costo por palto promedio es de USD 4.50 dólares, contando con abastecimiento continuo de insumos.
5. Los índices financiero obteniendo como la Tasa de Retorno Medio es del 12.49%; el Valor Actual Neto es de USD 28.899,68; la Taza Interna de Retorno es del 41.71%; el Período de Recuperación de la Inversión es de 2 años 2 meses 22 días; y el Beneficio Costo es de 1.94; índices que demuestran que el proyecto es aceptable, rentable y sostenible.
6. Los impactos económicos, sociales, organizacionales, éticos y ambientales considerados en este estudio determina que el impacto a obtener es alto positivo, lo que determina que la o las personas que inviertan en este proyecto tendrán una

adecuada organización estructural con un personal de altos principios éticos personales e institucionales generando ingresos adecuados a lo invertido y cuyo impacto ambiental no es nocivo al medio ambiente.

RECOMENDACIONES

1. El gobierno Ecuatoriano y los centros de formación académica tienen la obligación de generar alternativas de solución a la reinserción laboral en el país de los compatriotas migrantes en España a través de proyectos productivos rentables.
2. El uso de la tecnología permite una fácil inserción al aprendizaje sobre temas conceptuales a investigar, más aun la Universidad Técnica del Norte cuenta con una biblioteca virtual la cual facilita la investigación.
3. Se tiene que considerar los datos obtenidos de la aplicación de los métodos de investigación utilizados en este trabajo, como fuente base para la toma de decisiones a ser aplicados en el análisis financiero del proyecto productivo.
4. Para que la barcaza restaurante tenga el éxito deseado debe contar a mas de brindar un servicio de calidad un valor agregado que consiste en el paseo turístico en la barcaza con una video charla cultural del sector, así como es necesario la creación de una página web, en la cual se dará a conocer los beneficios de visitar la laguna de Yahuarcocha y la barcaza restaurante la ISLA.
5. Del análisis de los indicadores económicos se puede determinar que el proyecto productivo presentado es aceptable, rentable y sostenible volviéndose atractivo a la inversión del migrante en nuestro País.
6. La o las personas que decidan invertir en este proyecto tendrán que para su puesta en marcha considerar la normativa legal a la fecha.

Bibliografía

- Abraham Gutiérrez. (2004). Curso de Técnicas de investigación . Quito: Editorial Didáctica.
- Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional. (2005). Identidad y Ciudadanía de las Mujeres. Quito: Ediciones Abya - Yala.
- Amada Martínez, Rebecca A. Lee, Diana Chaparro, Sandra páramo. (2003). Postcosecha y mercadeo de Hortalizas de clima frío bajo prácticas de producción sostenible. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge tadeo Lozano .
- Ana M. Enrique, M. Gabriela Madroñero, Francisca Morales, Pere Soler. (2008). La Planificación de la Comunicación empresarial. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ana María Aragonés, Aída Villalobos, María Teresa Correa. (2005). Análisis y Perspectivas de la Globalización . México D.F: Plaza y Vladéz .
- Aurelio Valdéz Caro, UNMSM. (2006). Introducción a las Cuentas Nacionales - Conceptos y Aplicaciones. Lima: Editorial Supergráfica E.I.R.L.
- Bernardo López - Pinto Ruiz, Marta Mas Machuca, Jesús Viscarri Colomer . (2010). Los Pilares del Marketing. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Blanca Esther Libera Bonilla. (2007). Obtenido de Acimed: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/
- Cámara Provincial de Turismo - CAPTUR. (2006). Obtenido de CAPTUR: http://www.captur.com/indi_turisticos.html
- Contabilidad Y Dirección. (2011). Nuevas Tendencias en financiación empresarial. España: Profit Editorial.
- Fernando Guzmán Castro. El Estudio Económico - Financiero y la Evaluación en proyectos de la Industria Química. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Gabriel Baca Urbina. (2001). Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición. México.
- Grethel Aguilar Rojas, Alejandro Iza. (2009). Derecho Ambiental en Centroamérica, Tomo I. Bonn - Alemania: Diseño Editorial S.A.

- ILPES. (2006). Guía para la Presentación de Proyectos. México: Siglo XXI editores.
- Ilustre Municipio de Ibarra. (2014). Ibarra Puro Encanto. Obtenido de Ibarra Puro Encanto:
http://touribarra.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=127%3Alaguna-de-yahuarcocha&catid=99%3Asitios-naturales&Itemid=138&lang=es
- Ingrid Guerra-López, Ph.D. (2007). Evaluación y Mejora Continua. Indiana: acid - free paper.
- Isabel María Rosa Díaz, Francisco Javier Rondán Cataluña, Enrique Carlos Díez de Castro. (2013). Gestión de Precios . Madrid: ESIC Editorial.
- Joaquín Rodríguez Valencia. (2010). Administración de Pequeñas y Medianas Empresas. 6ta Edición.
- José Luis González Núñez. (2010). Empresa: marco conceptual y técnicas de gestión por áreas funcionales. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- José Luis Sampedro, Carlos Berzosa. (2012). La Inflación al alcance de los ministros.
- José Orozco. (2010). Contabilidad General - Teoría y Práctica. Quito: Productora de Publicaciones.
- Leonel Vidales Rubí. (2003). Glosario de términos financieros, contables, administrativos, económicos, computacionales y legales. Baja California: Plaza y Vladéz.
- Luis Calderón. (2007). Modelos en Diseños de Investigación. México: Editorial MC Graw Hill.
- Manuel Chilibingua Jaramillo. (2007). Costos, Primera Edición. Ibarra.
- María de la Luz Campos Huerta. (2010). Compendio para el Estudio de las Finanzas corporativas básicas de las Universidades, 1era Edición. México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- María Fernanda Castillo. (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. México: Pearson Educación.

- María Iborra, Ángels Dasí, Consuelo Dolz, Carmen Ferrer. (2006). Fundamentos de Dirección de Empresas, Conceptos y habilidades directivas. Thomson.
- Mariola García - Uceda. (2011). Las claves de la Publicidad, 7ma Edición. Madrid: ESIC Editorial.
- Michael Parkin. (2006). Microeconomía, Séptima Edición . México: Pearson Educación.
- Miguel Chorro. (2010). Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas: El caso de El Salvador. Financiamiento del Desarrollo , 225.
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2012). Obtenido de www.cancilleria.gob.ec: <http://cancilleria.gob.ec/la-diplomacia-ciudadana-al-servicio-de-las-personas-migrantes/>
- Ministerio de Turismo. (2010). Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/>
- Noriega Editores. (2002). Control de Costos y Gastos en los Restaurantes. México D.F.: Imusa.
- Patricio Bonta Mario Farber. (2002). 199 Preguntas sobre Marketing y publicidad. Bogotá: Editorial Norma.
- Paul R. Krugman. (2006). Microeconomics, Español. New York: Worth Publisher.
- Philip Kotler. (2006). Dirección de Marketing, Duodécima Edición. México: Pearson Educación.
- Philip Kotler. (2002). Dirección de marketing. Conceptos esenciales. México: Pearson Educación.
- Pilar Párraga García, Francisco Carrero Sandoval, Andrés Nieto Salinas, José Andrés López Yepes, María Feliz Madrid Garré. (2004). Administración de Empresas. Volumen IV. Sevilla: Editorial MAD.
- Posso Yépez, M. Á. (2011). Proyectos, Tesis y Marco Lógico. Quito: Noción Imprenta.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). Dirección Estratégica. Málaga: Editorial Vértice.

- Publicaciones Vértices S.L. (2008). Estructuras Organizativas. Málaga: Editorial Vértice.
- Rafael D. Martínez. (2009). Manual de Contabilidad para PYMES. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Servicio de Rentas Interna. (2010). Obtenido de www.sri.gob.ec: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Simón Andrade. Diccionario de Economía, Tercera Edición.

Anexos

Anexo 1: Encuesta dirigida a los consumidores

1. ¿Con qué frecuencia visita usted el sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
Semanal		
Quincenal		
Mensual		
Trimestral		
Total		

2. ¿Cuál es la razón de su visita al sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
Gastronomía		
Deportes acuáticos		
Discotecas		
otros		

Total		
--------------	--	--

3. ¿Le gusta la gastronomía del sector?

Concepto	Frecuencia	%
Si		
No		
Total		

4. ¿Cuánto es su gasto promedio en alimentación que realiza en cada visita al sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
De 0 a 2		
De 2.01 a 5		
De 5.01 a 10		
De 10.01 en adelante		
Total		

5. ¿Con cuántas personas visita el sector de Yahuarcocha?

Concepto	Frecuencia	%
Menor o igual a tres		
Entre cuatro y cinco		
Igual o más de seis		
Total		

6. ¿Qué aspectos le gustaría que se mejore por parte de los propietarios de locales de comida?

Concepto	Frecuencia	%
Atención		
Espacio físico		
Decoración		
Salubridad		
Total		

7. ¿Conoce cuál es el servicio de barcaza?

Concepto	Frecuencia	%

Si		
No		
Total		

8. Si Yahuarcocha le ofreciera servicio de barcaza con los implementos necesarios para su seguridad y personal de apoyo Usted lo utilizaría

Concepto	Frecuencia	%
Si		
No		
Total		

9. ¿Qué le gustaría que en este servicio se implemente para su recorrido?

Concepto	Frecuencia	%
Bar		
Discoteca		
Sala de Sesiones		

Sala de Conferencias		
Total		

10. ¿Con que frecuencia utilizaría el servicio de la barcaza en caso de que se implementara?

Concepto	Frecuencia	%
Semanal		
Quincenal		
Mensual		
Trimestral		
Total		

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de la barcaza?

Concepto	Frecuencia	%
2.00 USD		
2,50 USD		
3,00 USD		

Remesas enviadas por los Migrantes Ecuatorianos en España

Total		
--------------	--	--

Anexo 2: Encuesta dirigida a los comerciantes

Dirigida a los comerciantes de tilapias de la provincia de Imbabura, sector Yahuarcocha.

1. ¿La actividad principal de su negocio se dedica a?

Venta de tilapia ()

Platos típicos de la zona ()

Otros ()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Venta de Tilapia		
Platos Típicos		
Otros		
TOTAL		

2. ¿Su proveedor le ofrece todo lo necesario cuando compra sus productos?

Todo ()

Casi todo ()

Muy poco ()

Nada ()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Todo		
Casi Todo		
Muy poco		

Nada		
TOTAL		

3. ¿Cuál es la variedad de tilapia de mayor demanda?

Tilapia negra ()

Tilapia roja ()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Tilapia negra		
Tilapia roja		
TOTAL		

4. ¿Cuántas veces adquiere la tilapia a la semana?

Una vez ()

Dos veces ()

Tres veces ()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Una vez		
Dos veces		
Tres veces		
TOTAL		

5. ¿En qué cantidad usted compra el producto semanalmente?

1 a 50 libras	()
51 a 100 libras	()
101 a 150 libras	()
151 a 200 libras	()
201 libras en adelante	()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 a 50 libras		
51 a 100 libras		
101 a 150 libras		
151 a 200 libras		
201 en adelante		
TOTAL		

6. ¿Cuánto paga usted por la libra de tilapia?

0.85 a 0.90 USD	()
0.91 a 0.95 USD	()
0.96 a 1.00 USD	()
1.01 a 1.05 USD	()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
0.85 a 0.90		
0.91 a 0.95		
0.96 a 1.00		
1.01 a 1.05		

TOTAL		
--------------	--	--

7. ¿Por qué medios le gustaría que se difunda la comercialización de tilapia?

Prensa escrita ()

Televisión ()

Radio ()

Internet ()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Prensa escrita		
Televisión		
Radio		
Internet		
TOTAL		

8. ¿En qué temporada existe mayor venta del producto?

Enero – Abril ()

Mayo – Agosto ()

Septiembre – Diciembre ()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Enero - Abril		
Mayo – Agosto		
Septiembre - diciembre		

TOTAL		
--------------	--	--

9. ¿Cuál es el valor promedio de los platos que usted oferta?

- De 2 a 3 USD ()
 De 3 a 5 USD ()
 Superior a 5 USD ()

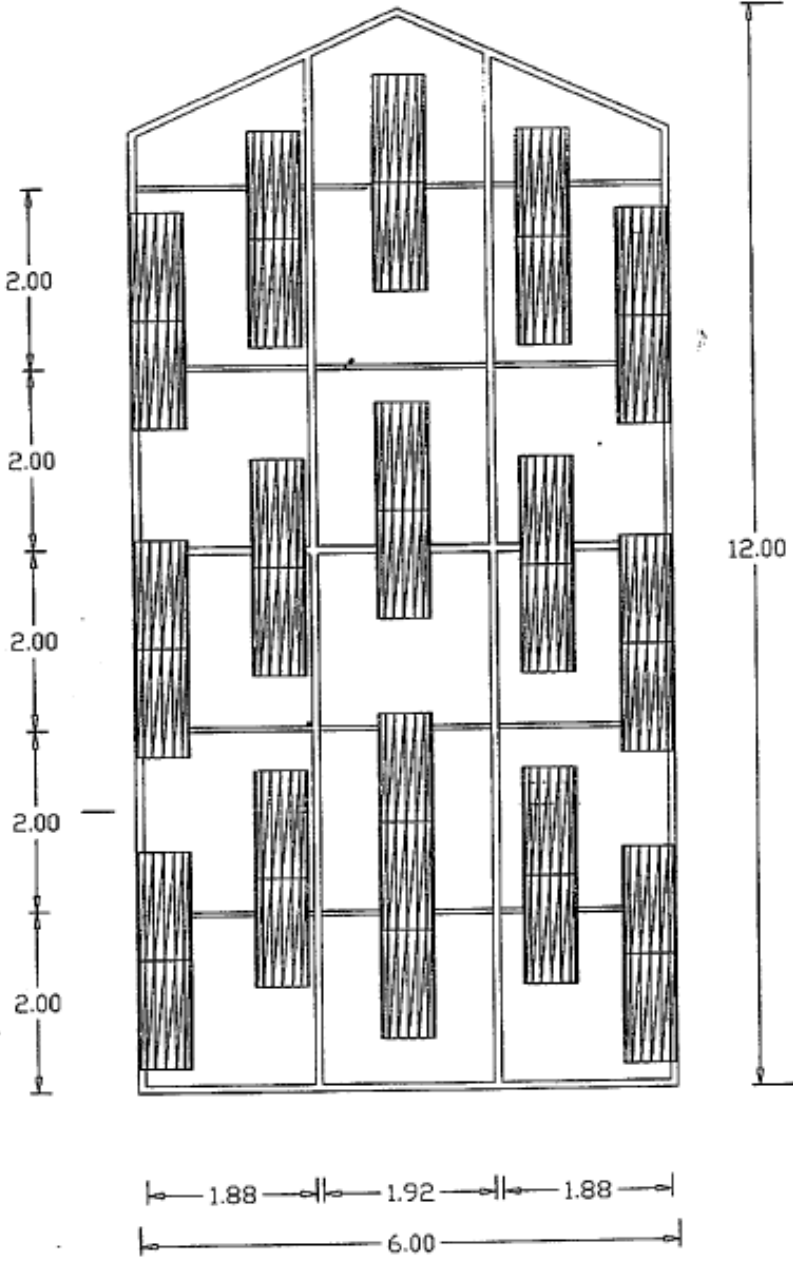
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
2 a 3 usd		
3 a 5 usd		
Superior a 5		
TOTAL		

10. ¿Cuántos turistas atiende como promedio semanal en su local?

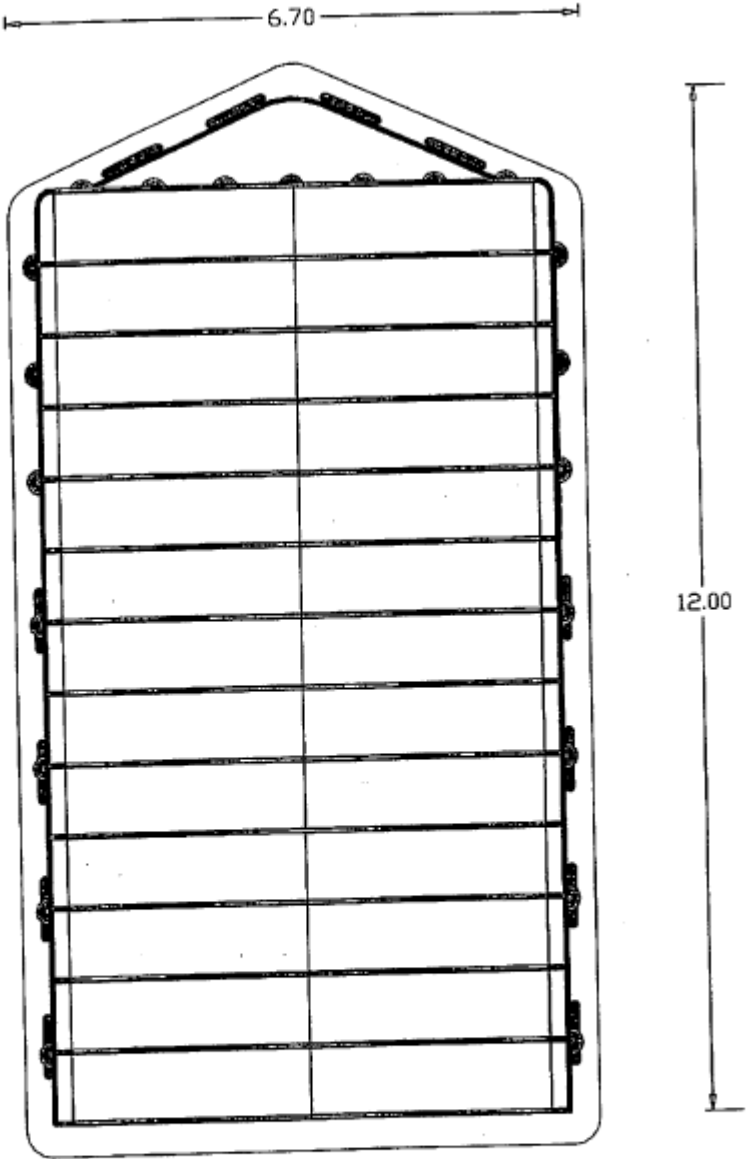
- De 50 a 60 ()
 De 70 a 80 ()
 De 90 a 100 ()
 De 100 a 190 ()

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
De 50 a 60		
De 70 a 80		
De 90 a 100		
De 100 a 190		
TOTAL		

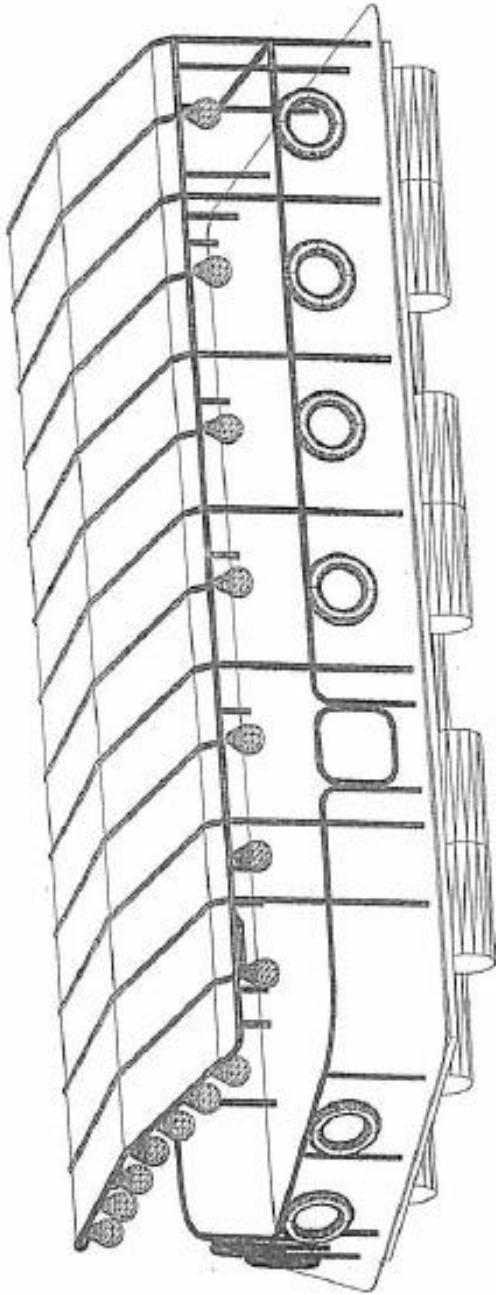
Anexo 3: Planos Barcaza



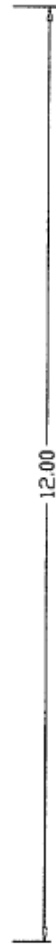
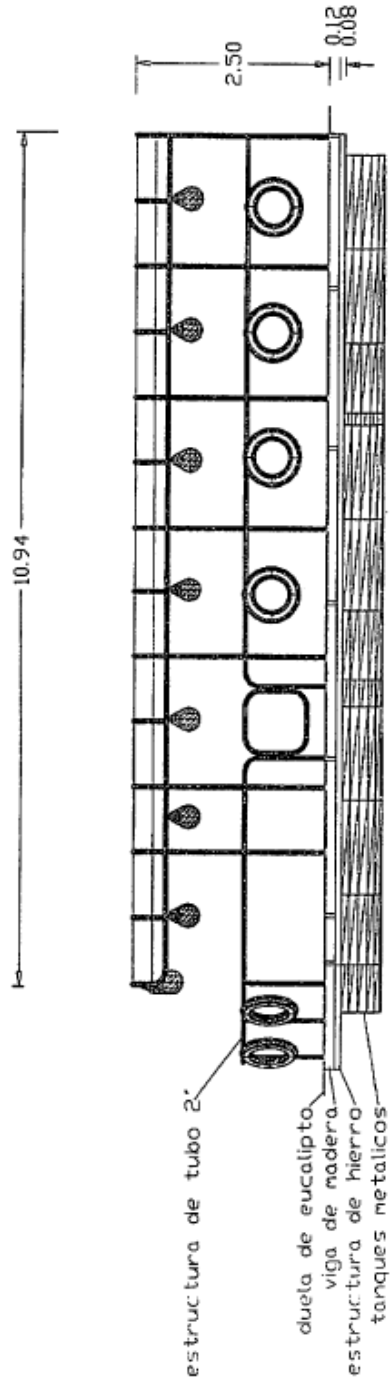
planta de tanques



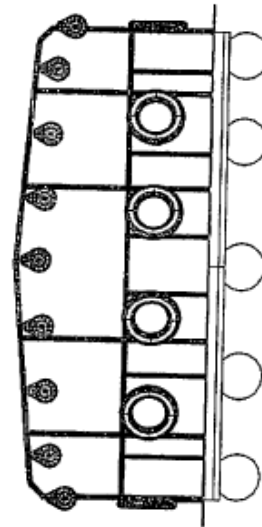
implantacion



vista perspectiva



vista lateral



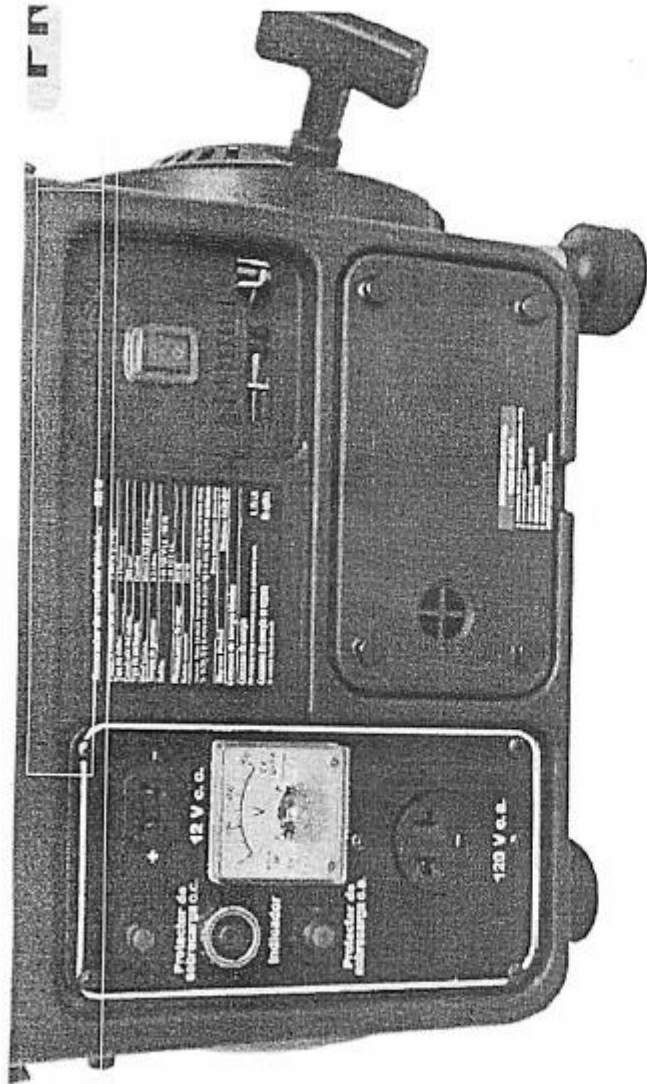
vista frontal

Anexo 4: Características motor barcaza

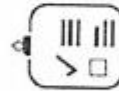


Características:

Motores fuera de borda marca Suzuki DF-140 de 140HP de 4 tiempos. Pata larga (25 pulgadas) completos con cables y manómetros: Inyección multipunto secuencial electrónica de combustible Suzuki Lean, Sistema de Control de Consumo de Combustible Sistema de reducción de marcha de 2 etapas. Driveshaft Offset Limitador de sobre-revoluciones Alerta de baja presión de aceite Sistema de encendido a base de transistores. Cadena de Distribución Sistema de enfriamiento en base a agua fresca. Compensación hidráulica y de inclinación Limite de inclinación Sistema Anticorrosión Suzuki SPECS: Recommended Transom Height (inches) L: 20 X: 25 Starting System Electric Weight LBS L: 396 X: 407 Engine Type DOHC 16-Valve Fuel Delivery System Multi Point Sequential Electronic Fuel Injection No. Of Cylinders 4 Piston Displacement inches (cc) 124.7 (2044) Bore X Stroke Inches (mm) 3.40 x 3.50 (86 x 88) Maximum Output HP 140 Operating Range (RPM) 5600-6200 Steering Remote Choke N/A Oil Pan Capacity quarts (liter) 5.8 (5.5) Ignition System Solid State Electronic Ignition Alternator 12V 40A Trim Position Power Trim and Tilt Gear Ratio 2.59:1 Standard Propeller Optional See Dealer Propeller Selection 15 - 26



Dimensión de Caja:
39 x 32 x 33 cm
Peso: 25 kg



Incluye: Generador, 1 Clavija, Cables de Conexión, Desarmador, Llave para bujías, manual y póliza de garantía



País de O
China

