



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**PLAN DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE BUFFET EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA  
COMERCIAL**

**AUTOR: DARWIN EDUARDO QUILSIMBA CASTRO**

**IBARRA, MAYO 2017**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se ha realizado con la finalidad de determinar la factibilidad y viabilidad de crear un restaurante Buffet enfocado a la población de estratos económicos medio alto y alto de la Ciudad Ibarra, Provincia de Imbabura. Para ello se realizó un diagnóstico situacional el cual ayudó a reconocer los diferentes factores como: geográfico, demográfico, económico, sociocultural y tecnológico; además de realizar la matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos determinando la oportunidad de inversión del proyecto. Posteriormente en el estudio de mercado se determinó la oferta, demanda y la demanda potencial del proyecto; esta información se obtuvo mediante las encuestas realizadas. A continuación en el estudio técnico el cual proporcionó la información de la localización del proyecto así como la materia prima y el valor de la inversión del proyecto la cual es de \$89.950,71; de las cuales el 61,09% será financiado con recursos propios y el 38,91% será financiado a través de un crédito. Consecutivamente después de analizar ingresos, costos y gastos se estructuró los estados financieros para posteriormente evaluarlos mediante los clásicos indicadores financieros, en los cuales se demuestra que el valor actual neto del proyecto es \$42.933,52 valor positivo y mayor a cero, por lo tanto se determina que el proyecto es factible; en el análisis de la tasa interna del retorno da como resultado 19,33% por lo tanto el proyecto es factible ya que es mayor que la tasa de rendimiento medio. En base al análisis de los flujos constantes la inversión se la recupera en 4 años y 1 mes, recuperándose 0.48 USD adicionales por cada dólar invertido. El restaurante buffet deberá vender 3.576 unidades para llegar a su punto de equilibrio. Finalmente la evaluación de los impactos del proyecto demuestra resultados positivos. Con toda la información que se recopiló y evaluó se demuestra la factibilidad del proyecto.

## EXECUTIVE SUMMARY

This research project has been carried out with the purpose of determining the feasibility and viability of creating a buffet restaurant focused on the population of medium and high economic strata of the City Ibarra, Province of Imbabura. For this purpose, a situational diagnosis was made which helped to recognize the different factors such as: geographical, demographic, economic, sociocultural and technological; In addition to making the matrix of Allies, Opportunities, Opportunities and Risks determining the investment opportunity of the project. Subsequently in the market study was determined the supply, demand and potential demand of the project; This information was obtained through surveys. Then in the technical study which provided the information of the location of the project as well as the raw material and value of the investment of the project which is \$89,950,71; Of which 61,09% will be financed with own resources and 38,91% will be financed through a loan. Consequently, after analyzing revenues, costs and expenses, the financial statements were structured for later evaluation using the classic financial indicators, which show that the net present value of the project is \$50,408,76 positive value and greater than zero, Determines that the project is feasible; In the analysis of the internal rate of return yields 20,91% therefore the project is feasible since it is higher than the average rate of return. Based on analysis of the constant flows, the investment is recovered in three years and 11 months, recovering an additional \$ 0.56 per dollar invested. The buffet restaurant will have to sell 3,576 units to reach its break-even point. Finally the evaluation of the impacts of the project shows positive results. With all the information that was collected and evaluated demonstrates the feasibility of the project.

### AUTORÍA

Yo, **Darwin Eduardo Quilsimba Castro**, portador de la cédula de identidad N° **100341010-5**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE BUFFET EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



---

Darwin Eduardo Quilsimba Castro

C.I. 100341010-5

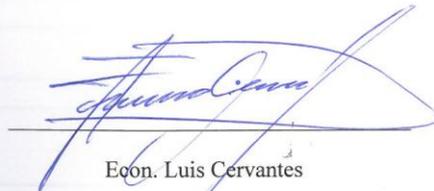
**CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado **Quilsimba Castro Darwin Eduardo**, para optar por el Título de **INGENIERÍA COMERCIAL**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE BUFFET EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

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

En la ciudad de Ibarra a los 21 días del mes de Mayo del 2017

CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN
APELLIDOS Y NOMBRES
DIRECCIÓN
E-MAIL
TELÉFONO Fijo
TÍTULO
AUTOR
FECHA
PROGRAMA
TÍTULO POR EL QUE OPTA
ASESOR/DIRECTOR



Econ. Luis Cervantes

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Darwin Eduardo Quilsimba Castro**, con cédula de ciudadanía N° **100341010-5** manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE BUFFET EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA COMERCIAL** 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.

Darwin Eduardo Quilsimba Castro

C.I. 100341010 – 5

Ibarra a los ocho días del mes de Junio del 2017

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100341010 – 5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	QUILSIMBA CASTRO DARWIN EDUARDO		
DIRECCIÓN	OTAVALO - BARRIO SAN JUAN		
E-MAIL:	<a href="mailto:dequilsimba@utn.edu.ec">dequilsimba@utn.edu.ec</a>		
TELÉFONO FIJO:	06 290 3367	TELÉFONO MÓVIL	096 903 0297
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE BUFFET EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTOR:	QUILSIMBA CASTRO DARWIN EDUARDO		
FECHA:	08/06/2017		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
PROGRAMA:	PREGRADO: X	POSGRADO:	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA COMERCIAL		
ASESOR/DIRECTOR	ECON. LUIS CERVANTES		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Darwin Eduardo Quilsimba Castro, con cédula de ciudadanía N° 100341010-5, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca Institucional con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra a los ocho días del mes de Junio del 2017



Darwin Eduardo Quilsimba Castro

C.I. 100341010 - 5

Facultado por resolución de Concejo Universitario

## DEDICATORIA

*A mi Madre Carmen, Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.*

*A mi Padre Eduardo, Por haberme enseñado el valor y el sacrificio de obtener cada uno de mis logros; también por sus ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre.*

*A mis Familiares, A mi Tío Franklin Gustavo por ser un ejemplo y fuente de motivación, ya que de él aprendí valores y disciplina que me permitieron alcanzar mis objetivos.*

*A mis Maestros, A todos y cada uno de ellos por haber compartido sus conocimientos brindarme su ayuda y consejos.*

**Darwin Quilsimba Castro**

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco a mis padres, por brindarme su apoyo incondicional por su ejemplo de constancia y perseverancia; además de todos de sus buenos consejos y confianza que permitieron seguir en el camino para alcanzar mi objetivo profesional.*

*A la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de ciencias Administrativas y Económicas, en especial a la carrera de Ingeniería Comercial y a todos mis maestros ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día, también agradezco a mis padres porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante.*

*A Don José Antonio Pupiales, por todos sus consejos y sanas opiniones que nos dió a lo largo de la carrera, por su voluntad y humildad; además de compartir sus experiencias que fueron de gran ayuda para formarnos como personas.*

*A mi asesor de tesis Econ. Luis Cervantes quien ha sido un excelente guía durante el proceso de elaboración del presente proyecto; además por haber soportado mis desaciertos en la realización de trabajo de grado ya que con su experiencia y humor siempre supo como mantenerme motivado.*

*Darwin Quilsimba Castro*

## PRESENTACIÓN

El siguiente proyecto en el que se han utilizado técnicas y herramientas para la elaboración del estudio de factibilidad para la creación de un Restaurante Buffet, con la oportunidad de implantar este negocio en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Este documento constará de siete capítulos.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Se realizó el diagnóstico situacional del Restaurante Buffet, que a través de diferentes técnicas de recolección de datos como: encuestas, entrevistas y observación directa, para luego de ser tabuladas y analizadas y poder determinar posibles riesgos que se presenten en el proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se realizó la compilación de conceptos e información teórica científica que permita analizar, precisar y sustentar las bases referentes al tema de estudio.

Capítulo III Estudio de Mercado: Se analizó los resultados arrojados de la investigación preliminar a través de encuestas y datos de fuentes primarias y secundarias; y datos de negocios similares al Restaurante Buffet; esto permitió conocer la oferta y la demanda del proyecto.

Capítulo IV Estudio Técnico: Se detalló la ubicación óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, como también los procesos que utilizará el Restaurante Buffet para brindar un servicio de calidad.

Capítulo V Estudio Financiero: Se estableció las inversiones, ingresos y egresos que generará el proyecto, los cuales se evaluaron y analizaron mediante indicadores que establecen si el restaurante es o no factible.

Capítulo VI Estructura Organizacional: En este capítulo se planteará el análisis interno administrativo y su constitución legal, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional de la nueva unidad económica.

Capítulo VII Impactos: Describirá los diferentes impactos que ocasionará la creación del Restaurante como son: económico, ambiental, comercial y empresarial que influirá en el desarrollo del presente proyecto.

## TEMA

### **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE BUFFET EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

#### ANTECEDENTES

Ibarra oficialmente Villa de San Miguel de Ibarra, llamada hasta la independencia Villa Real y Muy Leal de San Miguel de Ibarra, es una ciudad ubicada en la Zona I, Región Sierra Norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas blancas con las que se bendijo la reconstruida ciudad.

El sector alimenticio está constituido por restaurantes, cafeterías, hoteles, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos. Las Culturas indígenas y mestizas, han creado en conjunto, múltiples recetas y se han prestado durante siglos sus saberes. Desde entonces Ibarra cuenta con una múltiple gama de sabores y colores en su gastronomía.

En cuanto a alimentación el cantón cuenta con algunos sitios:

- 100 restaurantes: 1 de primera categoría, 17 de segunda categoría, 54 de tercera categoría, y 28 de cuarta categoría.
- 7 bares: 7 de tercera categoría.
- 17 fuentes de soda: 6 de segunda categoría y 11 de tercera categoría.
- 19 cafeterías: 3 de segunda categoría y 16 de tercera categoría.

En la actualidad en la ciudad de Ibarra no existe un restaurante de esta categoría, por ello se plantea estudio de factibilidad para la creación de un Restaurante Buffet en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Estos restaurantes cuentan con una "isleta" central donde se dispone todo en un solo bloque, habitualmente en dos o más alturas, debemos recoger todo lo necesario; lo que permitirá dinamizar la economía del sector, puesto que la ventaja de este tipo de establecimientos con respecto a los tradicionales es “la reducción de coste de mano de obra” brindado al cliente la sensación de que pueda comer todo lo que quiera a un precio razonable.

## JUSTIFICACIÓN

La situación económica imperante así como el incremento de los precios de buena parte de los productos, llevan a los consumidores a buscar ofertas y promociones, recurriendo a los restaurantes más económicos y, si son de buffet, mejor todavía. De ahí que la principal ventaja de los buffets sea el precio, puesto que constituye uno de los aspectos más valorados por la gente. En el caso de los buffets, la cuestión de ofrecer comida sin límites en los tiempos que corren parece tener un efecto ampliamente positivo en la clientela.

La factibilidad de realizar este proyecto tiene grandes ventajas; Ahorro de personal de servicio, ya que el personal de atención realiza el mise en place de las mesas, la reposición de los cubiertos de los clientes, el servicio de vinos, bebidas, aguas, bebidas calientes, pan y el retiro de los platos usados por los clientes además de que los clientes se sirven ellos mismo, de acuerdo a sus necesidades.

## OBJETIVO

### Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un “Restaurante Buffet” en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura; donde cada una de las personas tenga la opción de diseñar su propio menú.

### Objetivos Específicos

- Efectuar el diagnóstico situacional en el Cantón Ibarra, con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos
- Estructurar el marco teórico que permita sustentar el proyecto, mediante una investigación documental conceptual, teórica y legal.
- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la oferta, demanda, precio y comercialización del producto.
- Determinar el respectivo estudio técnico que proporcione la adecuada localización, tamaño y las inversiones que requerirá el proyecto.
- Realizar un estudio Económico y Financiero para determinar la factibilidad del proyecto.
- Implantar una adecuada estructura organizacional, desarrollando la gestión de talento humano a través de un proceso administrativo planeado que contribuya al desarrollo de la organización.
- Identificar los principales impactos que tendrá el presente proyecto en los ámbitos: social, económico, ambiental.



# ÍNDICE

## Contenido

<b>1 Diagnóstico Situacional</b> .....	26
<b>1.1 Antecedentes</b> .....	26
<b>1.2 Objetivos del Diagnóstico</b> .....	27
<b>1.2.1 Objetivo General</b> .....	27
<b>1.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	27
<b>1.3 Matriz de Relación Diagnóstica</b> .....	28
<b>1.4 Análisis de las Variables Diagnósticas</b> .....	29
<b>1.4.1 Variable Geográfica</b> .....	29
<b>1.4.2 Demográficos</b> .....	32
<b>1.4.3 Socio – Económicas</b> .....	33
<b>1.4.4 Legal y Regulatoria</b> .....	36
<b>1.4.5 Socio- Cultural</b> .....	41
<b>1.4.6 Tecnológicos</b> .....	42
<b>1.5 Elaboración de la Matriz AOR</b> .....	44
<b>1.6 Identificación de la Oportunidad de Inversión</b> .....	45
<b>2 Marco Teórico</b> .....	47
<b>2.1 Marco Teórico</b> .....	47
<b>2.2 Estudio de Factibilidad</b> .....	47
<b>2.2.1 Impactos de estudios de factibilidad</b> .....	48
<b>2.3 Diagnóstico situacional</b> .....	48
<b>2.4 Empresa</b> .....	49
<b>2.4.1 Clasificación de las Empresas</b> .....	49
<b>2.5 Restaurante</b> .....	50
<b>2.5.1 El restaurante como Empresa</b> .....	51
<b>2.5.2 Tipos de Restaurantes</b> .....	51
<b>2.6 Manipulación Higiénica de los alimentos</b> .....	52
<b>2.6.1 La higiene alimentaria en el sector de comida preparada</b> .....	52
<b>2.6.2 La cadena alimentaria en la sociedad moderna</b> .....	52
<b>2.7 Prácticas y técnicas para la elaboración de los alimentos</b> .....	53
<b>2.7.1 Carnes frescas</b> .....	53
<b>2.7.2 Congelación</b> .....	53
<b>2.8 Estudio de Mercado</b> .....	54
<b>2.8.1 Segmento de mercado</b> .....	54

2.8.2 Oferta .....	55
2.8.3 Demanda.....	55
2.8.4 Demanda Insatisfecha .....	55
2.8.5 Inflación .....	56
2.8.6 Muestra.....	56
2.8.7 Producto .....	57
2.8.8 Servicio.....	57
2.8.9 Precio .....	57
2.8.10 La Comercialización .....	58
2.9 Estudio Técnico.....	58
2.9.1 Macro Localización .....	59
2.9.2 Micro localización.....	59
2.9.3 Tamaño del proyecto.....	60
2.9.4 Inversión .....	60
2.9.5 Costos Indirectos de Fabricación .....	61
2.9.6 Gastos Administrativos .....	61
2.9.7 Gastos de Ventas .....	62
2.9.8 Gastos Financieros.....	62
2.10 Estudio Financiero .....	62
2.10.1 Ingresos.....	62
2.10.2 Egresos .....	63
2.10.3 Contabilidad de Costos.....	63
2.10.4 Elementos del Costo .....	64
2.10.5 Capital de Trabajo.....	67
2.10.6 Estados Financieros .....	67
2.11 Empresa .....	73
2.11.1 Estructura Organizacional .....	73
2.11.2 Misión .....	73
2.11.3 Visión .....	74
2.11.4 Políticas.....	74
2.11.5 Administración .....	75
2.11.6 Proceso administrativo .....	75
2.11.7 Manuales .....	77
2.12 Impactos .....	78
2.12.1 Impacto social.....	78

2.12.2 Impacto Económico .....	79
2.12.3 Impacto Ambiental .....	79
2.13 Normativa Legal.....	79
<b>3 Estudio de Mercado.....</b>	<b>80</b>
3.1 Introducción.....	80
3.2 Objetivos .....	81
3.2.1 Objetivo General .....	81
3.2.2 Objetivos Específicos .....	81
3.3 Variables e Indicadores .....	81
3.4 Matriz de Variables del Estudio de Mercado .....	82
3.5 Mecánica Operativa del Estudio de Mercado .....	83
3.5.1 Identificación del Servicio .....	83
3.5.2 Características del Servicio.....	83
3.6 Segmentación del Mercado .....	84
3.7 Muestra.....	86
3.8 Fuentes de información.....	86
3.8.1 Información Primaria .....	86
3.8.2 Información secundaria.....	87
3.9 Análisis de Resultados de las Encuestas Aplicadas .....	88
3.9.1 Resultado de las encuestas aplicadas en la ciudad de Ibarra .....	88
3.10 Identificación de la Demanda .....	102
3.10.1 Determinación de la Demanda .....	103
3.11 Identificación y Análisis de la Oferta .....	104
3.11.1 Análisis de la Competencia .....	104
3.11.2 Análisis de la Oferta .....	105
3.11.3 Crecimiento de los Establecimientos (Oferta Histórica) .....	106
3.11.4 Proyección crecimiento de los Establecimientos .....	106
3.11.5 Proyección de la Oferta por consumo de platos .....	107
3.12 Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	107
3.13 Fijación de precios .....	107
3.14 Comercialización .....	108
3.15 Conclusiones del Estudio de Mercado .....	109
<b>4 Estudio Técnico .....</b>	<b>110</b>
4.1 Objetivo del Estudio Técnico.....	110
4.2 Macro - Localización .....	110

<b>4.3 Análisis del Macro entorno</b> .....	112
<b>4.4 MICRO LOCALIZACIÓN</b> .....	112
<b>4.4.1 Factores</b> .....	113
<b>4.5 Servicios Básicos</b> .....	113
<b>4.5.1 Factores Micro localización</b> .....	114
<b>4.5.2 Matriz</b> .....	116
<b>4.5.3 Análisis del micro entorno</b> .....	116
<b>4.6 Tamaño del Proyecto</b> .....	116
<b>4.6.1 Factores</b> .....	117
<b>4.6.2 Diseño de la planta</b> .....	120
<b>4.6.3 Proceso del servicio</b> .....	121
<b>4.7 Obra Civil</b> .....	123
<b>4.8 Requerimiento de Muebles y enseres</b> .....	123
<b>4.9 Requerimiento Maquinaria y Equipo</b> .....	124
<b>4.10 Requerimiento de Equipo Tecnológico</b> .....	124
<b>4.11 Menaje Restaurante</b> .....	125
<b>4.12 Resumen de Activos Fijos</b> .....	126
<b>4.13 Costos de Producción</b> .....	126
<b>4.13.1 Materia Prima Directa</b> .....	126
<b>4.14 Requerimiento de Mano de Obra Directa</b> .....	128
<b>4.15 Costos Indirectos de Fabricación</b> .....	128
<b>4.15.1 Materiales Indirectos</b> .....	128
4.15.2 Materia Prima Indirecta .....	129
<b>4.15.3 Servicios Básicos</b> .....	129
<b>4.16 Resumen Costos Indirectos de Fabricación</b> .....	129
<b>4.17 Resumen de Costos de Producción</b> .....	130
<b>4.18 Gastos Administrativos</b> .....	130
4.18.1 Gasto Sueldos Administrativos.....	130
<b>4.18.2 Gastos Servicios Básicos Administrativos</b> .....	130
<b>4.18.3 Gastos Suministros de Oficina</b> .....	131
<b>4.18.4 Suministros de Aseo y limpieza</b> .....	131
<b>4.18.5 Resumen de Gastos Administrativos</b> .....	132
<b>4.19 Gastos de Ventas</b> .....	132
<b>4.19.1 Publicidad</b> .....	132
<b>4.20 Capital de Trabajo</b> .....	133

<b>4.21 Resumen Total de la Inversión</b> .....	133
<b>4.22 Financiamiento</b> .....	133
5 Estudio Financiero .....	134
5.1 Presentación.....	134
5.2 Objetivo General .....	134
5.3 Objetivos Específicos.....	134
<b>5.4 Presupuesto de Egresos</b> .....	135
<b>5.4.1 Costos de Producción</b> .....	135
5.5 Gastos Financieros .....	136
5.6 Depreciación.....	137
<b>5.7 Estado de Presupuesto Proyectado</b> .....	138
<b>5.7.1 Estado de Situación Financiera</b> .....	138
5.7.2 Estado de Resultados .....	138
<b>5.7.3 Estado de Flujo de Caja</b> .....	139
<b>5.8 Evaluación Financiera</b> .....	139
<b>5.8.1 Valor Actual Neto (VAN)</b> .....	139
5.8.2 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	140
<b>5.8.3 Tasa de Rendimiento Media o Tasa de redescuento</b> .....	140
<b>5.8.4 Período de Recuperación</b> .....	141
5.8.5 Relación Costo – Beneficio .....	141
<b>5.8.6 Cálculo del punto de Equilibrio</b> .....	142
6 Estructura Organizacional .....	143
<b>6.1 Denominación de la Empresa</b> .....	143
<b>6.2 Marco Legal</b> .....	144
<b>6.2.1 Razón Social</b> .....	144
<b>6.2.2 Figura Jurídica</b> .....	144
6.3 Filosofía de la Empresa.....	146
6.3.1 Misión.....	146
6.3.2 Visión .....	146
6.4 Objetivos .....	146
6.4.1 Principales Objetivos: .....	146
6.4.2 Valores.....	147
6.5 Organigrama Estructural .....	148
6.6 Descripción de las Funciones .....	149
6.6.1 Manual de Funciones .....	149

7 Impactos .....	153
7.1 Objetivo:.....	153
7.2 Impacto Económico.....	154
7.3 Impacto social .....	155
7.4 Impacto General del Proyecto.....	158
8 CONCLUSIONES .....	159
9 RECOMENDACIONES .....	161
10 BIBLIOGRAFÍA .....	163
11 LINKOGRAFÍA.....	166

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstica .....	28
Tabla 2 Ibarra: Altura, Longitud y Latitud .....	29
Tabla 3 Mapa Político Ciudad de Ibarra.....	30
Tabla 4 Cobertura de Agua Potable.....	31
Tabla 5 Cobertura de Alcantarillado .....	31
Tabla 6 Energía Eléctrica y Recolección de Desechos Sólidos.....	31
Tabla 7 Censo Poblacional Ibarra.....	32
Tabla 9 Principales Actividades Económicas Ibarra .....	33
Tabla 10 Matriz AOOD .....	44
Tabla 11 Matriz de Variables del Estudio de Mercado .....	82
Tabla 12 Segmentación por Edad Año 2010 de la Ciudad de Ibarra .....	85
Tabla 14 Porcentaje Poblacional de las Parroquias Urbanas y Rurales .....	85
Tabla 15 Tamaño de la Población del Proyecto .....	86
Tabla 16 Pregunta N. 1 Género de las Personas.....	88
Tabla 17 Pregunta N. 2 Edad Personas Encuestadas.....	89
Tabla 18 Pregunta N. 3 Lugares que Frecuentan las Personas.....	90
Tabla 19 Pregunta N. 4 Tipo de Restaurante que Visitan las Personas.....	91
Tabla 20 Pregunta N. 5 Buffet.....	92
Tabla 21 Pregunta N. 6 Demora en el Servicio .....	93
Tabla 22 Pregunta N. 7 Horario.....	94
Tabla 23 Pregunta N. 8 Calidad.....	95
Tabla 24 Pregunta N. 9 Preferencia de Comida .....	96
Tabla 25 Pregunta N. 10 Frecuencia de Visita .....	97
Tabla 26 Pregunta N. 11 Servirse su Propia Comida .....	98
Tabla 27 Pregunta N. 12 Frecuencia de visita .....	99
Tabla 28 Pregunta N. 13 Precio.....	100
Tabla 29 Pregunta N. 14 Publicidad.....	101
Tabla 30 Tasa de Crecimiento .....	102
Tabla 31 Demanda.....	102
Tabla 33 Determinación de la Demanda .....	103
Tabla 34 Competencia .....	104
Tabla 35 Análisis de la Competencia .....	105
Tabla 36 Oferta Histórica .....	106
Tabla 37 Ingresos Hoteles y Restaurantes.....	106
Tabla 38 Crecimiento de Establecimientos .....	106
Tabla 39 Proyección de la Oferta .....	107
Tabla 40 Cálculo de la Demanda Insatisfecha .....	107
Tabla 41 Proyección del Precio .....	108
Tabla 42 Cobertura Energía Eléctrica .....	114
Tabla 43 Cobertura Agua Potable y Alcantarillado.....	114
Tabla 45 Matriz Micro Localización .....	116
Tabla 46 Financiamiento .....	117
Tabla 47 Captación de la Demanda Insatisfecha.....	119
Tabla 48 Distribución de la Planta .....	119

Tabla 49 Distribución de las Instalaciones .....	120
Tabla 50 Simbología.....	121
Tabla 51 Detalle Obra Civil .....	123
Tabla 52 Muebles y Enseres .....	123
Tabla 53 Maquinaria y Equipo .....	124
Tabla 54 Equipo Tecnológico.....	124
Tabla 55 Menaje del Restaurante .....	125
Tabla 56 Resumen Activos Fijos.....	126
Tabla 57 Carne al Carbón Cuatro Pedazos .....	126
Tabla 58 Pollo a la Plancha Cuatro Pedazos .....	127
Tabla 59 Chuleta de Cerdo Cuatro Pedazos .....	127
Tabla 60 Ensalada Seis Porciones .....	127
Tabla 61 Papas.....	128
Tabla 62 Bebida.....	128
Tabla 63 Requerimiento de Mano de Obra .....	128
Tabla 64 Materia Prima Indirecta.....	128
Tabla 65 Materiales Indirectos .....	129
Tabla 66 Servicios Básicos.....	129
Tabla 67 Resumen CIF.....	129
Tabla 68 Resumen Costos de Producción .....	130
Tabla 69 Sueldo Administrativo.....	130
Tabla 70 Gasto Servicios Básicos Administrativos.....	130
Tabla 71 Suministros de Oficina .....	131
Tabla 72 Suministros de Aseo y Limpieza.....	131
Tabla 74 Resumen Gastos de Administrativos.....	132
Tabla 75 Publicidad .....	132
Tabla 76 Capital de Trabajo .....	133
Tabla 77 Resumen de la Inversión .....	133
Tabla 78 Financiamiento .....	133
Tabla 79 Presupuesto de Ingresos .....	135
Tabla 80 Costo de Producción.....	135
Tabla 82 Gastos Financieros.....	136
Tabla 83 Depreciación.....	137
Tabla 84 Estado de Situación Inicial .....	138
Tabla 85 Estado de Resultados .....	138
Tabla 86 Flujo de Caja .....	139
Tabla 87 Valor Actual Neto.....	139
Tabla 88 Tasa Interna de Retorno.....	140
Tabla 89 Tasa de Rendimiento Media.....	140
Tabla 90 Período de Recuperación .....	141
Tabla 91 Costo - Beneficio.....	141
Tabla 92 Punto de Equilibrio.....	142
Tabla 93 Manual de Funciones Gerente .....	149
Tabla 94 Manual de Funciones Chef.....	150
Tabla 95 Manual de Funciones Ayudante de Cocina.....	151
Tabla 96 Manual de Funciones Mesero.....	152

Tabla 97 Puntuación por Nivel de Impacto .....	153
Tabla 98 Impacto Económico.....	154
Tabla 99 Impacto Social.....	155
Tabla 100 Impacto Ambiental .....	156
Tabla 101 Impacto General .....	158

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa de la Provincia de Imbabura.....	29
Ilustración 2 Clasificación Estrato Económico .....	84
Ilustración 3 pregunta N. 1 Género .....	88
Ilustración 4 pregunta N. 2 Edad .....	89
Ilustración 5 pregunta N. 3 Lugares a los que Acuden con Frecuencia .....	90
Ilustración 6 pregunta N. 4 Tipo de Restaurante que Visitan las Personas.....	91
Ilustración 7 pregunta N. 5 Buffet.....	92
Ilustración 8 pregunta N. 6 Demora en el Servicio .....	93
Ilustración 9 pregunta N. 7 Horario.....	94
Ilustración 10 pregunta N. 8 Calidad.....	95
Ilustración 11 pregunta N. 9 Preferencia de Comida .....	96
Ilustración 12 pregunta N.10 Frecuencia de Visita .....	97
Ilustración 13 pregunta N. 11 Servirse su Propia Comida .....	98
Ilustración 14 pregunta N. 12 Frecuencia de Visita .....	99
Ilustración 15 pregunta N. 13 Precio.....	100
Ilustración 16 pregunta N. 14 Publicidad.....	101
Ilustración 17 Macro Localización .....	111
Ilustración 18 Ubicación del Restaurante .....	112
Ilustración 19 Diseño de la Planta .....	121
Ilustración 20 Flujograma de Procesos.....	122
Ilustración 21 Logo.....	143
Ilustración 22 Organigrama Estructural .....	148

## CAPÍTULO I

### 1 Diagnóstico Situacional

#### 1.1 Antecedentes

Ibarra la Ciudad Blanca del Ecuador, es la capital de la provincia de Imbabura, está ubicada al norte del país con una altura de 2.225 msnm y un clima templado seco. Según los últimos datos procedentes del INEC en el año 2010 la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PD y OT) del Cantón Ibarra el crecimiento poblacional total del cantón, desde el año 2001 hasta el año 2010 es del 18.21% que representan a 32.991 habitantes, de los cuales el 70.32% que representa a 23.198 habitantes crecieron en el área urbana y el 27.68% que son 9.793 habitantes se incrementaron en el área rural. Ibarra concentra la mayor población urbana de la Provincia de Imbabura, esto es el 45,49% de habitantes.

El Sector Agropecuario o Primario del Cantón Ibarra, concentra al 11,61% del total de la PEA y representa a 9.367 habitantes, el sector Secundario de Industria, manufactura, artesanía con el 19,38% que representa a 15.630 habitantes, el sector Terciario de servicios y comercio con el 58,02% que representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad en el última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector.

## **1.2 Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1 Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional en el cantón Ibarra con la finalidad de determinar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Analizar la ubicación geográfica de la zona de investigación.
- Analizar los aspectos demográficos del sector de estudio.
- Identificar las principales actividades económicas que se desarrollan en la ciudad.
- Determinar la tecnología utilizada para desempeñar las actividades diarias que se realizan.
- Determinar el tipo de norma que rigen la actividad.

### 1.3 Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
<i>Analizar la ubicación geográfica de la zona de investigación.</i>	Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima</li> <li>• Altitud y Latitud</li> <li>• Ubicación</li> <li>• Constitución</li> <li>• Servicios Básicos</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada	PD Y OT
<i>Analizar los aspectos socio - demográficos del sector de estudio.</i>	Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> <li>• PEA</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada Encuesta	PD Y OT
<i>Identificar las principales actividades económicas que se desarrollan en la ciudad.</i>	Socio - Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades Económicas de la Ciudad</li> <li>• Estratos Sociales</li> <li>• Nivel de Salario</li> <li>• Inflación</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada	PD y OT Libros
<i>Determinar el tipo de norma que rige la actividad.</i>	Legal-Regulatorias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RUC</li> <li>• Permisos de Funcionamiento del Ministerio de Salud</li> <li>• Permiso de Funcionamiento de los Bomberos</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada	Libros Página web
<i>Analizar el posible talento humano que sea capaz de desarrollar las actividades.</i>	Socio - Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento Humano</li> <li>• Hábitos Alimenticios</li> <li>• Gastronomía Local</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada	Páginas Web
<i>Determinar la tecnología utilizada para desempeñar las actividades diarias que se realizan.</i>	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento Tecnológico</li> <li>• Métodos de cocina</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada	Libros Páginas Web

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 1.4 Análisis de las Variables Diagnósticas

### 1.4.1 Variable Geográfica

#### 1.4.1.1 Ubicación

Capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km al noroeste de Quito y a 125 Km al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C.

*Ilustración 1 Mapa de la Provincia de Imbabura*



Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2017

#### 1.4.1.2 Altura, Longitud y Latitud

*Tabla 2 Ibarra: Altura, Longitud y Latitud*

<b>ALTURA</b>			
Mínimo	Máximo	Rango	Media
2.587,33	3.907,22	1.319,89	3.232,98
<b>LONGITUD</b>			
<b>078° 07' 0''</b>			
<b>LATITUD</b>			
<b>00° 21' N</b>			

Fuente: PD y OT IBARRA  
Elaborado por: Darwin Quilsimba

### 1.4.1.3 Clima

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina. Los anuarios meteorológicos históricos (41 años) determinan una temperatura media de 15.90° C, con una variación mínima menor a 0.3°C. Los registros promedian una temperatura máxima media entre los 20 y 25° C y una mínima media entre los 7 y 11° C.

### 1.4.1.4 Constitución

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

*Tabla 3 Mapa Político Cantón IBARRA*



Elaborado por: Darwin Quilimba  
Año: 2016

### 1.4.1.5 Servicios Básicos

La cobertura de agua potable es realizada a través de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado EMAPA-I, quien cumple un rol imponderable en la prestación de estos servicios con una cobertura promedio cantonal de 90.75 % basado en los datos del Censo 2010. La principal de utilización de la dotación de agua potable es el uso doméstico en los hogares, también satisface otras demandas como en el sector industrial, comercial, oficina, beneficencia, especial y municipal.

*Tabla 4 Cobertura de Agua Potable*

<b>UNIDAD TERRITORIAL</b>	<b>POBLACIÓN PROYECTADA ATENDIDA</b>	<b>COBERTURA DE AGUA POTABLE (%)</b>
Cantón	193.052	97,39%
Área Urbana	151.639	99,31%
Área Rural	41.413	91,31%

Fuente: Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado (EMAPA, 2014)

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Tabla 5 Cobertura de Alcantarillado*

<b>UNIDAD TERRITORIAL</b>	<b>POBLACIÓN PROYECTADA ATENDIDA</b>	<b>COBERTURA DE ALCANTARILLADO (%)</b>
Cantón	174.229	87.93%
Área Urbana	141.774	92.85%
Área Rural	32.525	71.71%

Fuente: Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado (EMAPA, 2014)

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Tabla 6 Energía Eléctrica y Recolección de Desechos Sólidos*

<b>Unidad Territorial</b>	<b>Energía Eléctrica (%)</b>		<b>Desechos sólidos (%)</b>	
	<b>Cobertura</b>	<b>Déficit</b>	<b>Cobertura</b>	<b>Déficit</b>
<b>Zona Urbana</b>	99,40%	-0,60%	94,70%	-5,30%
<b>Parroquias Rurales</b>	95,84%	-4,16%	69,01%	-30,99%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PD y OT) IBARRA

Elaborado por: Darwin Quilsimba

## 1.4.2 Demográficos

### 1.4.2.1 Población

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, de los 14' 483 499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres. Contando con un total de 139.721 habitantes en la zona urbana.

*Tabla 7 Censo Poblacional Ciudad de Ibarra*

PROYECCIÓN POBLACIONAL DEL CANTÓN IBARRA DE LOS AÑOS 2010 - 2020											
PARROQUIAS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
AMBUQUÍ	5684	5783	5882	5983	6083	6184	6285	6386	6486	6586	6685
ANGOCHAGUA	3386	3445	3505	3564	3624	3684	3744	3804	3864	3924	3983
CAROLINA	2842	2892	2942	2992	3042	3093	3143	3193	3244	3294	3343
IBARRA	144994	147518	150065	152625	155193	157762	160337	162903	165461	168009	170549
LA ESPERANZA	7641	7774	7908	8043	8178	8314	8449	8585	8719	8854	8988
LITA	3475	3536	3597	3658	3720	3781	3843	3905	3966	4027	4088
SALINAS	1807	1838	1870	1902	1934	1966	1998	2030	2062	2093	2125
SAN ANTONIO	18183	18500	18819	19140	19462	19784	20107	20429	20750	21070	21388
TOTAL	188013	191285	194588	197907	201237	204568	207907	211235	214552	217856	221149

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (REDATAM- INEC, 2014). (PD y OT. 2015)

Elaborado por: Darwin Quilsimba

### 1.4.2.2 Población Económicamente Activa

El Sector Agropecuario o Primario del Cantón Ibarra, concentra al 11,61% del total de la PEA y representa a 9.367 habitantes, el sector Secundario de Industria, manufactura, artesanía con el 19,38% que representa a 15.630 habitantes, el sector Terciario de servicios y comercio con el 58,02% que representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad en el última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector.

*Tabla 8 Población Económicamente Activa*

<b>Actividad</b>	<b>PEA</b>	<b>%</b>
Sector Agropecuario	9.367	11,61%
Sector Industrias	15.630	19,38%
Sector Servicios	46.855	58,02%
Otros	8.817	10,93%
<b>Total</b>	<b>80.669</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba

Fuente: INEC, VII población y VI vivienda Censo Nacional 2010

### **1.4.3 Socio – Económicas**

#### **1.4.3.1 Principales Actividades de la Ciudad de Ibarra**

De acuerdo a la información obtenida en el INEC en el censo realizado en el año 2010 se obtuvieron los siguientes resultados acerca de las principales actividades económicas que realizan los habitantes en la ciudad de Ibarra.

*Tabla 9 Principales Actividades Económicas de la Ciudad de Ibarra*

<b>Actividad</b>	<b>%</b>
<b>Comercio al por Mayor y Menor</b>	23,1%
<b>Industrias Manufactureras</b>	13,9%
<b>Enseñanza</b>	7,3%
<b>Construcción</b>	6,8%
<b>Transporte y Almacenamiento</b>	6,6%
<b>Actividades de Alojamiento y Servicios de Comida</b>	4,5%
<b>Actividades de la Atención de la Salud</b>	3,2%

Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

### 1.4.3.2 Estratos Sociales

Según datos obtenidos por el INEC en el censo realizado en el año 2010, los estratos económicos dentro de la sociedad ecuatoriana se basan en el siguiente análisis y los han dividido en los siguientes niveles:

Nivel A: Se encuentra el 1,9% de la población.

- Los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de Empresas.
- El 95% está afiliado o cubierto por el seguro del IESS y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 79% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro internacional, Seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

Nivel B: Se encuentra el 11,2% de la población

- El 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
- El 92% de los hogares está afiliado o cubierto por el seguro o cubierto por el seguro del IESS y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 47% de los hogares tiene seguro de la salud privada con hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

Nivel C+: Se encuentra el 22,8% de la población.

- Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan con trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.
- El 77% de los hogares está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (Seguro General, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 20% de los hogares cuenta con seguro de salud privada, seguro internacional, seguros Municipales y de Consejos Provinciales.

Nivel C-: Se encuentra el 49,9% de la población.

- Los Jefes de hogar del nivel C- se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación y máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
- El 48% de los hogares está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (Seguro General, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 6% de los hogares cuenta con seguro de salud privada, seguro internacional, seguros Municipales y de Consejos Provinciales.

Nivel D: Se encuentra el 14,9% de la población.

- Los jefes de hogar del nivel D se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
- El 11% está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (Seguro General, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.

### 1.4.3.3 Nivel de Salario

Según lo dispuesto por el Estado Ecuatoriano para el año del 2016 el salario básico unificado asciende a \$366,00 con respecto al año anterior 2015 se incrementó en un 3,39% cabe mencionar que el Nivel de Sustitución en Ralmento significativo.



Fuente: Consejo Nacional de Sueldos (CONADES)  
Elaborado por: Darwin Quilimba

### 1.4.3.4 Inflación

La inflación en el País en el año 2015 fue de 3,38% y ha tenido un comportamiento decreciente comparado con el año 2014 que fue de 3,67%. La inflación está directamente relacionada con los índices del precio al consumidor y de las materias primas que son necesarias para la producción.

## 1.4.4 Legal y Regulatoria

### 1.4.4.1 Obtener el Registro Único del Contribuyente

El Registro Único de Contribuyente (RUC) es el número de identificación personal e intransferible de todas las personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como

extranjeras que realicen alguna actividad económica en el Ecuador. El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente.

Los requisitos que se necesitan para obtener el RUC son: Copias del comprobante de pago de servicios básicos, contrato de arrendamiento, estado de cuenta bancaria, o tarjeta de crédito, patente municipal, permiso de los bomberos, escritura de compra venta del inmueble o certificado del registrador de la propiedad, presentar el original y entregar una copia de la cedula del representante legal, el original del certificado de votación del último proceso electoral. También se deben presentar originales de las certificaciones de uso de los locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, certificación de la junta parroquial más cercana al lugar de domicilio, carta de cesión de uso gratuito del inmueble.

#### **1.4.4.2 Permisos de Funcionamiento del Ministerio de Salud**

Toda microempresa que se dedique a la venta de comidas y cuyo control sanitario debe ser estrictamente regulado, deberá obtener un permiso de funcionamiento, mismo que será sujeto a lo que se establece en el reglamento Sustitutivo para Otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos Sujetos a Vigilancia y Control Sanitario, mismo que es puesto en ejecución en el Primer Suplemento del Registro Oficial No. 202, del 13 de Marzo del 2014, la cual establece lo siguiente:

##### **DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

Art. 3.- El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente.

Art. 4.- La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, otorgará el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos categorizados en este Reglamento como servicios de salud.

La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCOSA, otorgará de forma automatizada el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, a excepción de los establecimientos descritos en el inciso anterior.

#### DE LAS CONDICIONES Y REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Art. 10.- Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCOSA o de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda;
- d) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o documento que lo remplace;
- e) Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda;
- f) Certificado de Salud Ocupacional del personal que labora en el establecimiento;

- g) Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- h) Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos.

#### **1.4.4.3 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

El Departamento de Prevención del Cuerpo de Bomberos de Ibarra, es el área encargada de la aprobación y control del diseño e implementación del Sistema Contra Incendio, Sistemas Centralizado de GLP y Radio bases en función de lo establecido en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios, Ordenanzas Municipales y Normas técnicas vigentes.

Art.122.- Toda edificación que se enmarca en la Ley de Defensa Contra Incendios, es decir de más de 4 pisos, que alberguen más de 25 personas, o edificaciones de uso exclusivo de vivienda que tengan más de quinientos metros cuadrados (500 m<sup>2</sup>), proyectos para la industria, proyectos arquitectónicos y de ingeniería, en edificaciones existentes, nuevas, ampliaciones y modificaciones, sean éstas públicas, privadas o mixtas, tales como: comercio, servicios, educativos, hospitalarios, alojamiento, concentración de público, industrias, transportes, parqueaderos.

#### **1.4.4.4 Permiso Ocasional de Funcionamiento**

De acuerdo al marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del Permiso Ocasional de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos:

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

1. Solicitud de inspección del local;

2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC;
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

Art. 353.- Se emitirá PERMISO OCASIONAL DE FUNCIONAMIENTO cuando la actividad a desarrollarse no sea permanente y su validez será determinada al momento de su solicitud, que debe ser presentada en el término de cinco días (5 días) siempre y cuando se dé cumplimiento con el Art. 350 del presente reglamento.

#### **1.4.4.5 Tipos de Permiso de Funcionamiento**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

##### **TIPO A**

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

##### **TIPO B**

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de ví-veres.

##### **TIPO C**

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

## **1.4.5 Socio- Cultural**

### **1.4.5.1 Talento Humano**

Carrera de Gastronomía Universidad Técnica del Norte: La carrera de Gastronomía se crea como respuesta a una necesidad del entorno, dotar a la región uno del país con talento humano con conocimientos, habilidades y competencia en el área de la gestión de los servicios gastronómicos. Es la única institución de educación superior de carácter público (en la zona I) que oferta la carrera con título de grado, Licenciatura.

Desde el año 2001 oferta la carrera a nivel de tecnología y a partir del año 2010 lo hace como Licenciatura, la fecha de resolución para la creación de la carrera de Gastronomía por parte del Honorable Consejo Universitario de la UTN corresponde al 19-01-2010 (No. 005-HCU-UTN); este factor es una ventaja competitiva para la UTN ya que le ha permitido orientar su misión y visión hacia uno de los sectores estratégicos del país, el turismo.

Existe un gran personal capaz de prestar sus servicios y ser competitivos en el área gastronómica, por lo que para la organización se convierte en una gran ventaja contar con profesionales con habilidades en el arte culinaria.

### **1.4.5.2 Hábitos Alimenticios**

Los factores sociales y culturales influyen de manera considerable en el consumo de los alimentos. Se puede decir que la causa de un estado nutricional deficiente o de una alimentación adecuada se debe a algunos hábitos sociales y culturales. Algunos alimentos son considerados por su valor social más que por su valor nutricional; se puede decir, que la preferencia por algún tipo de alimento está basada en proporcionar cierto prestigio al

consumidor. Además, la temperatura, la humedad, la altitud y el clima, influyen en el apetito por determinados alimentos. De esta manera se configura la dieta de cada región.

## **1.4.6 Tecnológicos**

### **1.4.6.1 Crecimiento Tecnológico**

El Gobierno del Ecuador está impulsando políticas para el crecimiento tecnológico en los sectores industriales y de servicios. El sector industrial ha tenido un crecimiento del 5.11% en el año 2015, siendo un indicador saludable en la economía nacional. El cambio de la matriz productiva es una política que genera el fortalecimiento a los emprendimientos nuevos en las diferentes actividades económicas, con la finalidad de diversificar la producción, incrementar la oferta local y exportable, disminuir las importaciones en innovar la tecnología.

Según el MIPRO, la industria ecuatoriana está constituida en un 68% por las industrias de los alimentos y textiles, como cadenas tradicionales y encadenamientos productivos.

### **1.4.6.2 Métodos de Cocina**

Cocinar ha pasado de ser una mera necesidad vital, la de nuestros ancestros, para ser considerada arte. Aunque hay muchas cosas que no han cambiado, como por ejemplo el hecho de cocinar utilizando una fuente de calor, sí que hay otras que han cambiado mucho. Las tecnologías que tenemos a nuestro alcance no solo son diferentes a las de los primeros hombres que hacían fuego chocando piedras o frotando un palo, lógicamente, sino que son diferentes a las que tenían nuestros padres.

Por otro lado, tenemos nuevas herramientas que nos posibilitan manejar los ingredientes de otra forma y otras que nos permiten organizarnos en la cocina. Las nuevas

tecnológicas, también en lo que se refiere a móviles, tabletas, ordenadores; también han supuesto un nuevo paso en la evolución de la cocina, o al menos en la forma de entender la cocina.

## 1.5 Elaboración de la Matriz AOR

Tabla 10 Matriz AOR

a) **ALIADOS**

- *La clase media alta y alta son personas que trabajan en el sector Servicios de la PEA.*
- *Disponibilidad de mano de obra profesional de las distintas escuelas de gastronomía que existen en el cantón Ibarra.*
- *Proveedores de calidad en la zona, que facilitan productos agrícolas para la elaboración de los platillos.*
- *Existencia de distintos supermercados de calidad en el cantón que permite adquirir la materia prima.*

c) **RIESGOS**

- *Inestabilidad Política*
- *Subida de precios en los insumos, que son la materia prima y están expuestos a cambios climáticos y a variaciones en su cantidad y calidad.*
- *Crisis económica*
- *Falta de inversión*

b) **OPONENTES**

- Existencia de varios restaurantes de comida rápida en la ciudad a menor precio.
- Posicionamiento en el mercado.
- Personas vegetarianas que prefieren un tipo de comida distinta.
- Cultura del consumismo de los habitantes de la ciudad de Ibarra, que están acostumbrados a la comida rápida y a consumir siempre lo mismo, sin optar por probar nuevas alternativas alimenticias.

d) **OPORTUNIDADES**

- El sector servicios ocupa el mayor porcentaje de los tres sectores de la PEA.
- Existencia de un mercado mayorista, donde las personas venden su producto a menor precio.
- Tarjetas de crédito y débito que facilita las formas de pago de las personas.
- Excelente cobertura de servicios básicos en el área urbana de la ciudad.
- Distintas fiestas típicas del cantón que permite la acogida de turistas nacionales y extranjeros.

## 1.6 Identificación de la Oportunidad de Inversión

Luego de la investigación realizada a través de las variables de diagnóstico situacional; se ha podido determinar que la ciudad de Ibarra cuenta con un clima apropiado para realizar actividades agrícolas donde productos como frutas, legumbres y verduras son fáciles de conseguir; por lo que crear un restaurante Buffet de estas características que se dedique a la elaboración de distintos platos donde las personas puedan elegir por ellas mismas su propio menú, es un proyecto adecuado para aportar al sector de la industria del servicios que se dedica a brindar una forma innovadora y de calidad de armar un menú apropiado a las características de cada cliente.

Se han identificado algunos aliados que se consideran importantes para la ejecución del presente proyecto; tomando en cuenta que en la ciudad existe un clima apropiado para la producción agrícola lo que facilita encontrar proveedores de calidad, así como la existencia de escuelas de gastronomía en la zona contando con profesionales que se pueden destacar en el área culinaria.

En las oportunidades del proyecto podemos destacar que en la zona no existen restaurantes de estas características; por lo que para las personas será algo novedoso acudir a este tipo de locales en donde puedan dar lugar a armar su propio menú; además de que la ubicación es de fácil acceso y no tendrán problema en visitar el lugar; además de fortalecer la economía en el sector creando nuevas fuentes de empleo.

Entre los oponentes se encuentra el hecho de que existen restaurantes de comida rápida donde acuden muchas personas, también de tener un posicionamiento en el mercado ya que es un restaurante nuevo con distintas características.

Uno de los principales riesgos es la cultura de consumo de los habitantes de la ciudad de Ibarra ya que ellos están acostumbrados a consumir comida rápida y pueda que el restaurante no cuente con la clientela esperada para desenvolverse económicamente.

Considerando lo expuesto anteriormente se puede decir que la ejecución del proyecto es una buena oportunidad ya que se cuenta con materia prima que se puede encontrar en el sector gracias a su clima apropiado y además mencionar que en la zona se puede encontrar con personal calificado para la elaboración de los distintos platos.

## CAPÍTULO II

### 2 Marco Teórico

#### 2.1 Marco Teórico

“El “marco teórico”, es una de las fases más importantes de un trabajo de investigación, consiste en desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado. Existen numerosas posibilidades para elaborarlo, la cual depende de la creatividad del investigador.”

*LANDETA, Mónica. 2013, Ingeniería Económica y Financiera, Editorial: Trillas, México.*

El marco teórico tiene una gran importancia dentro del proyecto, ya que es donde se sustentan las bases conceptuales del tema seleccionado.

#### 2.2 Estudio de Factibilidad

“Es el análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar, es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables.”

*CÓRDOBA, Marcial. 2011, Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

El Estudio de Factibilidad es el análisis económico de una inversión, además sirve de instrumento en el proyecto para la toma de decisiones.

### **2.2.1 Impactos de estudios de factibilidad**

“Toma en cuenta los efectos que producen un proyecto en el medio donde a de operar. Dichos efectos son naturalmente de diversos tipos y van desde modificación, por lo tanto hay que estimar las ventajas y desventajas que producen a la región o al país donde se presenta”.

*HERNÁNDEZ, Álvaro. 2004, Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación, Editorial Trillas, México.*

Los impactos de estudio de factibilidad se dan en el sector denominado localización del proyecto, donde estos impactos se determinan a través de variables e indicadores y pueden ser en diferentes ámbitos como: social, económico, cultural, ambiental.

### **2.3 Diagnóstico situacional**

“Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o el proceso, en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la misión. Es a la vez una mirada sistemática y contextual, retrospectiva, descriptiva y evaluativa.”

*MESA, Manuel. 2012, Fundamentos de Marketing, Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

Es un estudio general de todas las características del proyecto donde se establecen prioridades para resolver problemas y utilizando de manera efectiva cada uno de los recursos necesarios.

## **2.4 Empresa**

“La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”

*BRAVO, Mercedes. 2013, Contabilidad General, Editorial: Escobar Impresores, Quito – Ecuador.*

La empresa es una entidad dedicada a la satisfacción de las necesidades mediante el proceso administrativo, lo que le permite desenvolverse en el mercado.

### **2.4.1 Clasificación de las Empresas**

*IBIDEM* “Existen algunos criterios para clasificar las empresas; por su naturaleza que son industriales, comerciales y de servicios; por el sector al que pertenecen que son: públicas, privadas y mixtas; y por la integración que son: unipersonales y pluripersonales.”

Las empresas se crean como un grupo social que a través de la administración de recursos del trabajo y capital cubren ciertas necesidades de una comunidad, produciendo bienes y servicios.

#### **2.4.1.1 Empresas Industriales**

*IBIDEM* “Empresas industriales son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.”

Las empresas industriales se caracterizan por llevar a cabo procesos de transformación de insumos en productos finales que tienen valor agregado.

### **2.4.1.2 Empresas Comerciales**

“Empresas comerciales son aquellas que se dedican a la compra – venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.”

*BRAVO, Mercedes. 2013, Contabilidad General, Editorial: Escobar Impresores, Quito – Ecuador.*

Las empresas comerciales cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores

### **2.4.1.3 Empresas de Servicio**

*IBIDEM* “Empresas de servicio son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.”

Existen distintos tipos de empresas las cuales dependiendo de su actividad pertenecen a cada uno de los sectores, permitiendo desarrollarse de manera ordenada en el mercado.

## **2.5 Restaurante**

“ Una verdadera organización profesional, con recursos técnicos, humanos, materiales y financieros que deben administrarse adecuadamente, valorando la importancia de las actividades de finanzas, producción y mercadotecnia.”

*DURÁN, Carlos. 2012, El Restaurante como Empresa, Editorial: Trillas, México.*

Por lo tanto se tiene entendido que un restaurante es un ente económico que tiene como objetivo satisfacer las necesidades alimenticias de los usuarios, utilizando de manera efectiva los recursos con el propósito de tener los mejores resultados.

### **2.5.1 El restaurante como Empresa**

“El restaurante como microempresa, se basa en el inicio de actividades con un capital pequeño generalmente aportado por un pequeño grupo de emprendedores, o grupo familiar, donde se concentra por lo menos la mitad del patrimonio en una sola persona. Y su administración es fundamentalmente empírica es decir a base de la experiencia adquirida en la materia, rara son las ocasiones donde se aplique los principios administrativos.”

*DURÁN, Carlos. 2012, El Restaurante como Empresa, Editorial: Trillas, México.*

Al iniciar un negocio de estas características por lo general las personas que dan paso a esto son familiares o amigos con distintas habilidades y conocimientos, las cuales les permiten que se desarrollen en el mercado; además existe mayor solidaridad para enfrentar los problemas que se pudieran ocasionar en las actividades.

### **2.5.2 Tipos de Restaurantes**

#### **2.5.2.1 Restaurante Buffet**

*IBIDEM* “A mediados de la década de los 70"s apareció en los hoteles la tendencia de los restaurantes exclusivos para buffets. Esta modalidad ha servido de gran ayuda para poder alimentar agrades grupos de turistas en los hoteles con servicios de "Todo Incluido". Estos comedores, en los hoteles de playa son de gran dimensión y para colocar las bandejas con los diferentes tipos de alimentos constan de varios dis-plays especiales con calentadores y refrigeradores integrados para mantener los alimentos a la temperatura adecuada.”

Existen distintos tipos de restaurantes, esto se debe a la exigencia de los clientes que se ha dado en el paso del tiempo; por lo que se han desarrollado procesos, técnicas y

procesos que sean adecuados y de esta manera realizar las distintas actividades sin tener problemas en el desarrollo de cada una de las funciones desempeñadas en los restaurantes.

## **2.6 Manipulación Higiénica de los alimentos**

### **2.6.1 La higiene alimentaria en el sector de comida preparada**

“La introducción de controles de calidad y salubridad de los alimentos por parte de gremios y de las autoridades sanitarias y reguladoras del comercio ayudan a implantar la higiene alimentaria, la sanidad ambiental y la aplicación de las técnicas modernas de tratamiento por calor, la refrigeración y el control de parásitos.”

*SEGURA, Manuel. 2010, Manipulador de Comidas Preparadas, Editorial: Club Universitario, San Vicente (Alicante) – España.*

La higiene alimentaria es indispensable ya que comprende todas las medidas necesarias para garantizar la inocuidad sanitaria de los alimentos, manteniendo a la vez el resto de cualidades que les son propias, con especial atención al contenido nutricional.

### **2.6.2 La cadena alimentaria en la sociedad moderna**

*IBIDEM* “Está formada por una serie de etapas desde suministro de alimentos frescos y elaborados hasta el punto de venta o servicio al consumidor. Esto incluye desde los productores de alimentos, los encargados del almacenamiento, la transformación de los productos, el transporte y venta de los mismos.”

El sistema de la cadena alimentaria está compuesta por una serie de etapas que van desde la producción de alimentos hasta la venta o servicio del consumidor.

## **2.7 Prácticas y técnicas para la elaboración de los alimentos**

Las medidas preventivas que se relacionan con las prácticas de manipulación correcta de los alimentos se detallan a continuación:

### **2.7.1 Carnes frescas**

“Se deben mantener en refrigeración sin tener contacto con sus jugos. Las carnes frescas y troceadas procederán de mataderos, e industrias autorizadas y serán transportadas a temperatura regulada. El aspecto de las carnes frescas debe ser de color brillante y no pegajoso, sin olores anómalos. La limpieza de restos de las carnes se hará con un paño no lavándose.”

*SEGURA, Manuel. 2010, Manipulador de Comidas Preparadas, Editorial: Club Universitario, San Vicente (Alicante) – España.*

La manipulación de la carne es importante en un restaurante ya que esta debe estar totalmente limpia de bacterias para poder servir al consumidor un producto de calidad, Es importante utilizar tablas de cortar y cuchillos diferentes para los distintos alimentos, o lavar los utensilios cuando se cambia de una materia prima a otra.

### **2.7.2 Congelación**

*IBIDEM* “La carne debe mantenerse a temperatura regulada durante su transporte y almacenamiento de 18 grados centígrados sin interrupción de la cadena de frío. Un producto que se haya congelado y descongelado sufrirá un daño en su calidad, que se pueden percibir a través de la observación visual y tacto, como formación de escarcha y oscurecimiento de la carne.”

La manipulación y cuidado de las carnes tiene una gran importancia, ya que se debe cuidar la higiene en cada uno de los pasos del proceso para mantener la calidad en las carnes y poder brindar al cliente un producto con atributos excelentes características.

## **2.8 Estudio de Mercado**

“Es la forma de obtener información sobre las actividades, deseos y necesidades de los consumidores; la naturaleza y presentación del producto sobre las condiciones de los competidores, con el fin de elaborar criterios para la toma de decisiones en torno a la comercialización del bien o servicio.”

*FLÓREZ, Juan. 2010, Proyectos de Inversión para Pymes, Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

El estudio de mercado es un método o una serie de técnicas que permiten descubrir, visualizar y analizar el potencial comercial que tendrá un negocio o producto.

### **2.8.1 Segmento de mercado**

“Los segmentos de mercado son grupos de consumidores con estilos de vida, estatus económico e intereses similares, como las familias jóvenes con hijos.”

*SCULLY & COBB, Debra & Kate. 2012, Predicción de Tendencias del Color de la Moda, Editorial: Gustavo Gill, Barcelona – España.*

La segmentación del mercado es cada vez más recomendable a medida que aumenta la competencia del mercado, de esta manera la empresa podrá adaptar mejor su oferta para satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más efectiva.

### **2.8.2 Oferta**

“La oferta es la cantidad de un bien o servicio que los productores planean vender durante un período dado a un precio específico.”

*RAMOS, Minerva. 2012, Principios de Microeconomía, Editorial: Pearson Educación S.A, Madrid – España.*

Es la cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo y a un precio determinado.

### **2.8.3 Demanda**

*IBIDEM* “La demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores planean comprar durante un período de tiempo dado y a un precio específico.”

La demanda es la cantidad de demanda de producto que los consumidores desean adquirir dentro de una economía. Es importante tener en cuenta que el modelo de la oferta y la demanda sólo se aplican a los mercados competitivos, es decir, a los mercados en los que hay muchos compradores y vendedores y todo están tratando comprar y vender productos similares.

### **2.8.4 Demanda Insatisfecha**

“Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto, dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.”

*ARBOLEDA, Germán. 2013, Proyectos Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia; Editorial: Alfaomega, México.*

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

### **2.8.5 Inflación**

“La inflación es un fenómeno económico que se caracteriza por el incremento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicio que produce la economía de un país. En esencia, se debe hablar de inflación solo cuando la mayoría de los precios aumenta constantemente y no cuando algunos aumentan en forma aislada. La inflación ocasiona que el poder adquisitivo o poder de compra del dinero disminuya.”

*AGUIRRE, Héctor. 2013, Ingeniería Económica Básica, Editorial: Cengage Learning, México.*

Es el proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; la cual causa una subida continua de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos.

### **2.8.6 Muestra**

“Selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto” (Baca, 2013).

La muestra es una proporción significativa de la población la cual nos ayuda de manera más eficiente la recolección de datos para luego ser analizados a nivel macro.

### **2.8.7 Producto**

“El productos son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones”

*CASTRO, Jany. 2009, Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio (Cuarta Edición), Editorial: McGrawHill, Bogotá – Colombia.*

Producto es todo bien tangible o intangible que la oferta pone a disposición de la demanda, además este se ofrece en el mercado ya sea para el consumo o la satisfacción del cliente o consumidor.

### **2.8.8 Servicio**

"Actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades"

*KOTLER & ARMSTRONG, Philip & Gary. 2012, Marketing, Editorial: Pearson Educación, México.*

Se refiere al conjunto de actividades con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores, es decir todo lo que se ofrece al público y recibir una rentabilidad por este.

### **2.8.9 Precio**

“El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa.”

*ANZOLA, Sérvulo. 2010, Administración de Pequeñas Empresas, Editorial: McGraw – Hill, México.*

Se refiere a la asignación monetaria que adquiere un bien o un servicio, las decisiones para determinar los precios ya sean de bienes o servicios viene determinado por un análisis de costos del producto o servicio y para alcanzar a una rentabilidad.

### **2.8.10 La Comercialización**

“La mayoría de los recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.”

*KOTLER & ARMSTRONG, Philip & Gary. 2012, Marketing, Editorial: Pearson Educación, México.*

Se la puede definir como la herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarias para llevar los productos desde el fabricante hasta el lugar donde el cliente lo requiera en las cantidades precisas.

### **2.9 Estudio Técnico**

“Estudio técnico se refiere, a aquella parte del estudio del proyecto que se relaciona con la ingeniería; es decir; con la participación de los ingenieros que describen las actividades de estudio de instalación, equipamiento y de requerimientos de recursos materiales para la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.”

*CÓRDOBA, Marcial. 2011, Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado; La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto.

### **2.9.1 Macro Localización**

“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la Macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”

*FLÓREZ, Juan. 2010, Proyectos de Inversión para Pymes, Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto.

### **2.9.2 Micro localización**

*IBIDEM* “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes.”

La micro localización es la zona terrestre donde nos indica el lugar específico, características y particularidades donde el proyecto será implementado a diferencia de la macro localización que esta nos indica la zona en un concepto macro.

### **2.9.3 Tamaño del proyecto**

“Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.”

*SAPAG, Chain. 2008, Proyectos de Inversion, Formulación y Evaluación, Editorial: Pearson Education, México.*

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado.

### **2.9.4 Inversión**

“Está formado por aquellos bienes tangibles que es necesario adquirir inicialmente y durante la vida útil del proyecto, para cumplir con las funciones de producción, comercialización, y distribución de los productos.”

*ARAUJO, David. 2012, Proyectos de Inversión; Editorial: Trillas, México.*

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica financiera y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuenta, a la mejor alternativa.

### **2.9.5 Costos Indirectos de Fabricación**

“Se llama indirecto porque no forma parte material sino subjetiva del producto o servicio, pues son gastos y causaciones indispensables en el proceso de fabricación o prestación del servicio, siendo su participación importante en la conformación del costo de producción o de prestación de servicios.”

*RODRIGUEZ, Ricardo. 2012. Costos Aplicados en Hotelería, Alimento y Bebidas; Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

Los costos indirectos de fabricación comprenden los bienes naturales semielaborados o elaborados de carácter complementario, así como servicios personales, públicos, generales y otros insumos para la terminación adecuada del producto final.

### **2.9.6 Gastos Administrativos**

“En este rubro se agregan las erogaciones para el pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoría interna, compras almacenes y demás sectores, así como otras destinadas a la adquisición de papelería, servicios de electricidad de las áreas antes mencionadas, servicio telefónico y mantenimiento del equipo de oficina entre otros.”

*ARAUJO, David. 2012, Proyectos de Inversión; Editorial: Trillas, México.*

Los gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo.

### **2.9.7 Gastos de Ventas**

“Estas erogaciones incluyen el pago a comisionistas a los agentes de venta, viáticos, materiales de promoción y publicidad, gastos de distribución y comunicaciones por teléfono que son necesarias para efectuar, promover y cerrar las operaciones de venta.”

*CÓRDOBA, Marcial. 2011, Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

Los gastos de ventas son aquellos rubros de promoción que se destinan para enfocar el producto al mercado.

### **2.9.8 Gastos Financieros**

*IBIDEM* “Se entiende como gastos financieros todas aquellas comisiones e intereses cobrados por los bancos o cualquier otra entidad por utilizar su dinero prestado o servicios de tipo financiero.”

Los gastos financieros son aquellos en que incurre una organización para la obtención de financiación. Los más característicos son las comisiones de préstamos y los intereses de préstamos y bonos.

## **2.10 Estudio Financiero**

### **2.10.1 Ingresos**

“Son todas las entradas o ingresos de dinero que recibe la institución o empresa, a cambio de sus productos o servicios, ya sea de contado o crédito.”

*HERNANDEZ & HERNANDEZ, Abraham & Abraham. Formulación y Evaluación de proyectos de Inversion, Editorial: Edamsa Impresiones S.A, México.*

Estos ingresos hacen referencia a todas las entradas económicas, que recibe una persona, familia, entidad u organización a cambio de transacciones de bienes o servicios.

### **2.10.2 Egresos**

“Constituyen todos los desembolsos económicos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales, etc. Incluye tanto las pérdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la actividad.”

*BRAVO, Mercedes. 2013, Contabilidad General, Editorial: Escobar Impresores, Quito – Ecuador.*

Son egresos de capital monetario que una persona u organización deben pagar por artículos o servicios que contraen, los egresos o gastos dependen de los desembolsos a lo que se encuentra dirigido, tales como sueldos, compra de materiales para producción, pago de servicios: agua, luz, teléfono, internet.

### **2.10.3 Contabilidad de Costos**

“Es la técnica especializada de la contabilidad que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueren inherentes a su producción.”

*ZAPATA, Pedro. 2007, Contabilidad de Costos, Editorial: McGraw-Hill Interamericana, Colombia.*

La contabilidad de costos es un sistema de información empleado por la empresa para determinar, registrar, controlar, analizar e interpretar toda la información relacionada con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento de la entidad.

#### **2.10.4 Elementos del Costo**

##### **2.10.4.1 Materia Prima**

“Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en un estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien.”

*ZAPATA, Pedro. 2007, Contabilidad de Costos, Editorial: McGraw-Hill Interamericana, Colombia.*

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

##### **2.10.4.2 Mano de Obra**

*IBIDEM* “Se denomina la fuerza creativa del hombre, de carácter físico intelectual, requerida para transformar con la ayuda de máquinas, equipos o tecnología los materiales en productos terminados”

La mano de obra es muy importante dentro de las organizaciones productivas ya que esta es todo esfuerzo físico o intelectual de las personas, que emplean para la producción de bienes o servicios.

#### **2.10.4.2.1 Mano de Obra Directa (MOD)**

“Son los salarios, prestaciones y obligaciones correspondientes de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente en productos terminados.”

*ZAPATA, Pedro. 2007, Contabilidad de Costos, Editorial: McGraw-Hill Interamericana, Colombia.*

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio.

#### **2.10.4.2.2 Mano de Obra Indirecta (MOI)**

*IBIDEM* “Son los salarios, prestaciones y obligaciones correspondientes de todos los trabajadores que incurren en la producción indirectamente por ejemplo los salarios de los administrativos.”

Se conoce como mano de obra a la persona o personas que intercambian cualidades o condiciones físicas por un sueldo o salario, esta engloba a personas que son capaces de poner sus conocimientos en la producción de un bien o servicio.

#### **2.10.4.3 Costos Indirectos de Fabricación**

“Se llama indirecto porque no forma parte material sino subjetiva del producto o servicio, pues son gastos y causaciones indispensables en el proceso de fabricación o prestación del servicio.”

*RODRIGUEZ, Ricardo. 2012. Costos Aplicados en Hotelería, Alimento y Bebidas; Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero contribuyen y forman parte del costos de producción por ejemplo la mano de obra indirecta y materiales indirectos, luz y energía , arrendamiento, depreciación, mantenimiento, seguro, prestaciones sociales, incentivos, tiempo ocioso, etc

#### **2.10.4.4 Costos Variables**

“Es aquel cambio en total en proporción a los cambios en el nivel relacionado del volumen o actividad total”

*HORNGREN, HARRISON & OLIVER, Charles, Walter & Suzanne. 2010, Contabilidad, Editorial: Pearson Educación, México.*

Como su nombre lo indica, el costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable.

#### **2.10.4.5 Costos Fijos**

*IBIDEM* “Es aquel que permanece sin cambios en total por un período dado pese a grandes cambios en el nivel relacionado con la actividad o volumen totales.”

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. Un costo fijo, es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga.

### **2.10.5 Capital de Trabajo**

“Es la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Su importancia estriba en que las empresas deben conocer las necesidades de efectivo para hacer frente a sus gastos; así como la frecuencia de estos gastos. Por eso debe planear el monto de los créditos, pensando en los gastos y en las ventas esperadas, de tal forma que no haya una liquidez excesiva ya que esto repercutirá en las utilidades de la empresa, ya sea por los pagos de intereses o tener un dinero ocioso.”

*HERNANDEZ & HERNANDEZ, Abraham & Abraham. Formulación y Evaluación de proyectos de Inversion, Editorial: Edamsa Impresiones S.A, México.*

Se lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente.

### **2.10.6 Estados Financieros**

“Los estados financieros resumen los datos de las transacciones en una forma que es de utilidad para la toma de decisiones.”

*HORNGREN, HARRISON & OLIVER, Charles, Walter & Suzanne. 2010, Contabilidad, Editorial: Pearson Educación, México.*

Un estado financiero es un documento en el que se conoce la situación actual del usuario al término del ejercicio fiscal. En él se estipulan los ingresos, gastos y ganancias que se tuvieron a lo largo de un periodo determinado.

### **2.10.6.1 Estado de Resultados**

“El estado de resultados presenta un resumen de los ingresos y gastos de una entidad durante cierto periodo, como un mes, un trimestre o un año.”

*HORNGREN, HARRISON & OLIVER, Charles, Walter & Suzanne. 2010, Contabilidad, Editorial: Pearson Educación, México.*

Es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

### **2.10.6.2 Estado de Situación de Flujo de Efectivo**

*IBIDEM* “El estado de flujo de efectivo presenta el efectivo que ingresa a la empresa y el efectivo que sale de la misma durante un periodo, además informa el incremento o el decremento netos en efectivo durante un periodo y el saldo efectivo final.”

El objetivo del flujo de efectivo es básicamente determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión.

### **2.10.6.3 Estado de Situación Patrimonial**

“El estado de situación patrimonial o balance general expone, en un momento determinado el activo, pasivo y el patrimonio neto de un ente. Muestra la cantidad de recursos económicos de la empresa a un momento determinado.”

*BRAVO, Mercedes. 2013, Contabilidad General, Editorial: Escobar Impresores, Quito – Ecuador.*

El estado de situación patrimonial es un informe financiero global de la organización que muestra los activos, pasivos y patrimonio adquiridos en determinado periodo de tiempo.

#### **2.10.6.4 Depreciación**

“Una vez que inicia las operaciones en la planta industrial, la inversión fija comienza a depreciarse la depreciación es ocasionada por el desgaste a causa del uso y el paso del tiempo, la obsolescencia de la planta debido a las innovaciones tecnológicas y finalmente el periodo de vida que se le asigne al proyecto original.”

*ARAUJO, David. 2012, Proyectos de Inversión; Editorial: Trillas, México.*

La depreciación contable indica la cantidad que el activo disminuye cada año, se calcula dividiendo el coste total del bien entre el número de años.

#### **2.10.6.5 Amortización**

*IBIDEM* “Es una carga que se genera al llevar a cabo la inversión diferida, de tal forma que la empresa tiene la facultad que le otorga la Ley del Impuesto sobre las rentas de recuperar dicha inversión durante varios periodos. Los periodos de amortización de la inversión diferida dependen de la cantidad máxima estipulada y permitida en la misma ley.”

La amortización es el proceso financiero referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero mediante pagos periódicos, para cancelar la deuda adquirida por la organización mediante una institución financiera.

### 2.10.6.6 Tasa de Rendimiento Media

“La tasa mínima atractiva de retorno es aquella a la cual la firma siempre puede invertir porque tiene un alto número de oportunidades que generan ese retorno siempre que se comprometa a una cantidad de dinero en una propuesta de inversión”

*Recuperado de: Turmero Astros, I. (5 de Septiembre de 2005). monografias.com.*

*Recuperado el 15 de Diciembre de 2016, de monografias.com:*

*<http://www.monografias.com/trabajos102/criterios-seleccionar-tmar-y-determinacion-ter/criterios-seleccionar-tmar-y-determinacion-ter.shtml>*

Esta tasa de rendimiento media o conocida también conocida como TMAR es una tasa promedio que mide la relación que existe entre el flujo de fondos netos y la inversión inicial neta.

### 2.10.6.7 Valor Actual Neto

“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual.”

*SAPAG, Chain. 2008, Proyectos de Inversion, Formulación y Evaluación, Editorial: Pearson Education, México.*

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

El valor actual neto es una técnica que se utiliza para evaluar todas las entradas y gastos que se incurren en el proyecto proyectado al futuro pero a la actualidad es decir

actualizar a todos su rubros a valores presentes y diagnosticar si un proyecto es rentables o no es rentable cuando es mayor que 0 o igual a 0.

### 2.10.6.8 Tasa Interna de Retorno

“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.”

*FONTAINE, Ernesto. 2008, Evaluación Social de Proyectos, Editorial Pearson Educación, México.*

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left( \frac{VAN T_i}{VAN T_i - VAN T_s} \right)$$

$$TIR = Tasa\ menor + (Diferencia\ entre\ tasas) \left( \frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$$

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. En el contexto de ahorro y préstamos a la TIR también se le conoce como la tasa de interés efectiva.

### 2.10.6.9 Costo/Beneficio

“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.”

*SAPAG, Chain. 2008, Proyectos de Inversion, Formulación y Evaluación, Editorial: Pearson Education, México.*

Es una herramienta financiera que compara la relación entre los ingresos y egresos, la cual indica el beneficio por cada dólar invertido.

### 2.10.6.10 Periodo de recuperación de la Inversión

“Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”

*FLÓREZ, Juan. 2010, Proyectos de Inversión para Pymes, Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

Es un instrumento de análisis financiero que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

### 2.10.6.11 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total.”

*NUÑEZ, Rafael. 2007, Manual de Evaluación de Proyectos de Inversion (Primera Edición) Editorial: Trillas, México.*

$$PEQ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{P_v - C_{vu}}$$

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

Es una herramienta de análisis financiero que permite hacer referencia donde el nivel de ventas de los costos fijos y variables están cubiertos es decir donde su beneficio es =0, es el punto donde sus costos y gastos se cruzan.

## **2.11 Empresa**

“Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”

*BRAVO, Mercedes. 2013, Contabilidad General, Editorial: Escobar Impresores, Quito – Ecuador.*

Una empresa es una unidad económica, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios

### **2.11.1 Estructura Organizacional**

“La estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones como niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.”

*HERNANDÉZ & HERNANDÉZ, Abraham & Abraham. Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión, Editorial: Edamsa Impresiones S.A, México.*

Las empresas requieren de una estructura para crecer y ser rentables. El diseño de una estructura organizacional ayuda a la alta gerencia a identificar el talento que necesita ser añadido a la empresa.

### **2.11.2 Misión**

“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una

empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece en el mercado.”

*WHELEN & HUNDER, Thomas & David. 2007. Administración Estratégica y Política de Negocios (Décima Edición ed.), Editorial: Pearson Educación, México.*

La misión es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. El impacto de la misión esta determinado por varios elementos como el compromiso con la misión, que sea compartida por la mayoría de los funcionarios y que se sientan identificados.

### **2.11.3 Visión**

*IBIDEM* “En la visión se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz.”

La visión de una organización o empresa son los objetivos planteados a largo plazo de la institución lo que quieren llegar a ser utilizando recursos de forma eficaz y eficiente

### **2.11.4 Políticas**

“Las políticas se las define como las directrices o caminos generales que se deben seguir para la toma de decisiones. Son conocidos como los límites para cualquier decisión. Estas son lineamientos que vienen desde niveles jera jicos superiores es decir criterios generales de ejecución.”

*SAPAG, Chain. 2008, Proyectos de Inversion, Formulación y Evaluación, Editorial: Pearson Education, México.*

Es aquella práctica que se ocupa de gestionar, de resolver los conflictos colectivos y de crear coherencia social, y su resultado son decisiones obligatorias para todos.

### **2.11.5 Administración**

“La administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar las metas de la organización con eficiencia y eficacia.”

*JONES, Gareth. 2008, Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones (Quinta Edición ed.), Editorial: Pearson Education, México.*

La administración es un conjunto de procesos para uso eficiente de los recursos además estos procesos: planificación, organización, dirección y control; se encuentran encaminados al logro de los objetivos planteados por una organización o empresa.

### **2.11.6 Proceso administrativo**

“El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.”

*KOONTZ, Harold. 2008, Administración una Perspectiva Global y Empresarial (Décimo Tercera Edición ed.), Editorial: MacGraw – Hill, México.*

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.

### **2.11.6.1 Planeación**

“La planeación es la primera función administrativa, por ser una base para las demás. Además, la planeación es la función administrativa que define cuáles son los objetivos a seguir y qué se debe hacer para alcanzarlos. Se trata de un modelo teórico para la acción futura. Comienza con la definición de objetivos y detalla los planes para lograrlos de la mejor manera posible.”

*CHIAVENATO, Idalberto. 2009, Introducción a la teoría general de la administración (Séptima Edición ed.), Editorial: McGraw – Hill, México.*

La planeación empresarial permite que la organización tome parte importante en la formación de su futuro, permitiendo emprender actividades y participar de ellas para controlar su destino.

### **2.11.6.2 Organización**

*IBIDEM* “Organizar es el proceso de establecer el uso ordenado de todos los recursos del sistema administrativo.”

La que se diseña la estructura de la organización atrayendo personas idóneas a la organización y creando condiciones y sistemas en los cuales el trabajo de cada quien y cada cosa, contribuyan a las metas y objetivos de la organización.

### **2.11.6.3 Dirección**

*IBIDEM* “Una vez definida la planeación y establecida la organización, resta hacer que las cosas avancen y sucedan. Este es el papel de la dirección: accionar y dinamizar a la empresa.”

La dirección está relacionada con la acción y tiene que ver con las personas. Está directamente relacionada con la actuación de los recursos humanos.

#### **2.11.6.4 Control**

“Es la fase del proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño y toma la acción correctiva cuando se necesita, de este modo, el control es proceso esencial regulador”

*CHIAVENATO, Idalberto. 2009, Introducción a la teoría general de la administración (Séptima Edición ed.), Editorial: McGraw – Hill, México.*

Básicamente el Proceso Administrativo que forma parte de toda empresa consta de las distintas tareas que tienen que realizarse para el Orden y Crecimiento de una compañía, realizándose además una sectorización de los trabajos en distintas Áreas Especializadas, y logrando que cada una de ellas no funcione como entes autónomos, sino que se realicen Acciones Conjuntas para poder alcanzar la realización de un Objetivo Administrativo, que es propuesto justamente por la administración misma.

#### **2.11.7 Manuales**

“Los Manuales son los instrumentos normativos que contienen en forma breve, clara, descriptiva y explícita información referente a la historia, fundamento legal y administrativo, objetivos generales y/o específicos, atribuciones, funciones, políticas, normas generales y/o específicas de operación, estructura orgánica y organigrama, así como la descripción narrativa y gráfica de los procedimientos de una Dependencia, Unidad Administrativa, Órgano Desconcentrado, Órgano Político-Administrativo o Entidad.”

*KOONTZ, Harold. 2008, Administración una Perspectiva Global y Empresarial (Décimo Tercera Edición ed.), Editorial: MacGraw – Hill, México.*

Instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución.

## **2.12 Impactos**

“Es el resultado de los efectos de un proyecto empresarial”

*ARBOLEDA, Germán. 2013, Proyectos Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia; Editorial: Alfaomega, México.*

Los impactos son todas las transformaciones que ocurren en el macro y micro entorno causados por actividades tanto administrativas como ejercicio de proyectos así como de naturaleza, estos impactos pueden ser negativos como positivos todo depende del punto de vista del observador.

### **2.12.1 Impacto social**

*IBIDEM* “Parte de la evaluación económica, a la cual se hacen ajustes basados en el objetivo nacional de redistribución a los sectores de la población de menos ingresos.”

El impacto social concede todos los cambios que se pueden hacer en los planes nacionales en beneficio a los sectores vulnerables.

### **2.12.2 Impacto Económico**

*IBIDEM* “Utiliza los precios económicos también llamados precios de eficiencia o precios sombra o precios de cuenta”

Es todo impacto que incide en la economía del sector, donde se implementara el proyecto esto se refiere a la dinamización de la economía.

### **2.12.3 Impacto Ambiental**

“Busca asegurar que el proyecto no traerá consigo impactos negativos sobre el medio ambiente.”

*ARBOLEDA, Germán. 2013, Proyectos Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia; Editorial: Alfaomega, México.*

Es el impacto negativo en el medio ambiente es el efecto que causa por la implementación de nuevos proyectos que no cuenten con el manejo de políticas ambientales.

### **2.13 Normativa Legal**

- ✓ Ley de Régimen Tributario Interno
- ✓ Ley de Compañías
- ✓ Ley de Seguridad Social
- ✓ El Código de Trabajo
- ✓ El Ministerio de Relaciones Laborales
- ✓ El Ministerio de Salud Pública

## CAPÍTULO III

### 3 Estudio de Mercado

#### 3.1 Introducción

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

En el presente capítulo se estudiarán los diferentes elementos y factores que intervienen en el mercado de los restaurantes en donde se sirve comida Buffet, en la actualidad el análisis y estudio de mercado tiene mucha importancia para el desarrollo de un proyecto para determinar su nivel de éxito así como se podrá desenvolver con la competencia; además es un instrumento que nos permite tomar decisiones y elaborar estrategias para llegar a los futuros clientes.

La idea de este proyecto surgió de la necesidad de mejorar el servicio de comida en la ciudad de Ibarra debido ya que actualmente no existen restaurantes de estas características, por lo tanto tuvo la idea de efectuar el proyecto de un restaurante donde se pueda observar una mejor calidad del producto y una calidad de servicio innovadora.

Esta investigación fue realizada mediante un trabajo de campo utilizando diferentes herramientas de recolección de datos, una herramienta utilizada es la encuesta la cual fue aplicada a la ciudadanía Ibarreña sobre las preferencias y gustos de consumo a la hora de comer; esto servirá como base de información confiable y razonable que permitirá fijar parámetros que delimiten la demanda, la oferta, y precios del servicio que se ofrece.

De esta manera se determinará la factibilidad del presente estudio a ser implementado, analizando y seleccionando las mejores estrategias para conseguir la aceptación del servicio propuesto.

## **3.2 Objetivos**

### **3.2.1 Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, precios en la ciudad de Ibarra mediante un estudio de mercado a través de una investigación de campo.

### **3.2.2 Objetivos Específicos**

- Detallar el servicio que se va a ofrecer.
- Analizar la demanda de clientes que están dispuestos a adquirir el servicio.
- Establecer un precio de venta adecuado, que este acorde con la competencia y la capacidad económica de los futuros clientes.
- Conocer la oferta de los servicios del restaurante
- Determinar estrategias de comercialización para posicionarse en el mercado.

## **3.3 Variables e Indicadores**

- Servicio
  - Características del servicio
  - Identificación del servicio.
  - Servicios sustitutos
- Demanda
  - Frecuencia de compra
  - Demanda actual

- Oferta
  - Competencia
- Precios
  - Análisis del precio
  - Precio de venta
  - Determinación del precio
- Comercialización
  - Canales de distribución
  - Estrategias de Marketing
  - Presentación del producto.

### 3.4 Matriz de Variables del Estudio de Mercado

*Tabla 11 Matriz de Variables del Estudio de Mercado*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
Detallar el servicio que se va a ofrecer.	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del Servicio,</li> <li>• Identificación del Servicio,</li> <li>• Servicios Sustitutos.</li> </ul>
Analizar la demanda de clientes que están dispuestos a adquirir el servicio.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de compra,</li> <li>• Demanda Actual</li> </ul>
Establecer un precio de venta adecuado, que este acorde con la competencia y la capacidad económica de los futuros clientes.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de la Competencia</li> </ul>
Conocer la oferta de los servicios del restaurante.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del precio,</li> <li>• Precio de Venta,</li> <li>• Determinación del precio.</li> </ul>
Determinar estrategias de comercialización para posicionarse en el mercado.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de Distribución,</li> <li>• Estrategias de Marketing,</li> <li>• Presentación del Servicio</li> </ul>

Elaborado por: Darwin Quilimba  
Año: 2016

### **3.5 Mecánica Operativa del Estudio de Mercado**

#### **3.5.1 Identificación del Servicio**

El sistema de buffet puede ser descrito como una combinación interesante entre una cena y un cocktail. La característica principal es que se trata de un auto servicio de comida por parte de los comensales y que su presentación suele ser vistosa.

El servicio de buffet muchas veces incorpora preparaciones de comidas en el momento. En mesas separadas, varios cocineros realizan platos calientes, sarteneando verduras, hongos, carnes preparando al instante. En este caso, y por razones de seguridad, las porciones son servidas a los comensales por los mismos cocineros.

El servicio de buffet es una atractiva propuesta para reuniones no tan multitudinarias, que permite disfrutar de buena gastronomía en una reunión o fiesta sin que la comida tenga tanto protagonismo, sino que acompañe al evento de una manera discreta y práctica.

#### **3.5.2 Características del Servicio**

##### **3.5.2.1 Servicio de Restaurante**

El buffet es una comida con autoservicio. El propio comensal es quien debe servirse los alimentos que quiera. A diferencia de otro tipo de comidas, una de las ventajas, es que permite una gran libertad a las personas para moverse y sentarse donde quiera. Los alimentos presentados deben ser sencillos de servir y fáciles de comer.

### 3.5.2.2 Servicio de Eventos

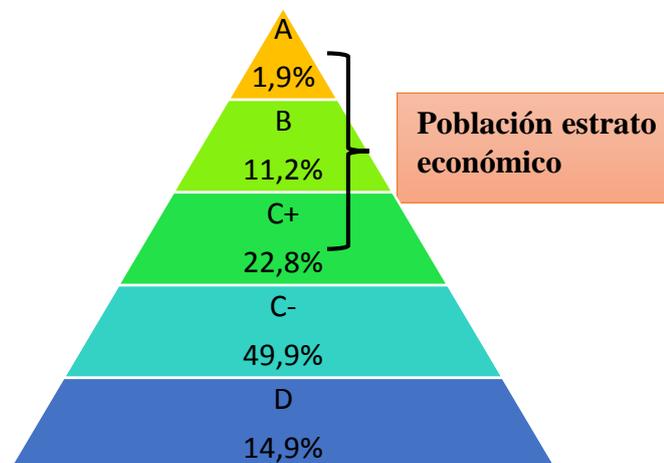
Todos los alimentos de los que se dispondrá deben ser presentados en el buffet, generalmente se estila un mínimo de ocho platos. Se coloca ya sea en mesas rectangulares si van a ser servidas por meseros o bien, tipo imperial si los invitados serán quienes dispongan de los alimentos. Se debe tener mucho cuidado de contar con las mesas necesarias según el número de invitados para evitar las largas filas en una sola. El cuchillo está prohibido pues todo debe poderse servir con cuchara y tenedor.

Los alimentos deben ser presentados respetando un orden, siempre considerando que el invitado se sirve comenzando de izquierda a derecha. Deben establecerse zonas para distintos grupos de alimentos: zonas de ensaladas, de pescados, de carnes, de platos fríos, de postres.

### 3.6 Segmentación del Mercado

El mercado meta al cual va dirigido el servicio es la población que se encuentra dentro de los estratos económicos medio alto y alto de la ciudad de Ibarra en edades comprendidas entre los 25 a 60 años de edad.

*Ilustración 3 Clasificación Estrato Económico*



Elaborado por: Darwin Quilimba  
Año: 2016

*Tabla 12 Segmentación por Edad año 2010 de la Ciudad de Ibarra*

<b>GRUPOS DE EDAD</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	
De 25 a 29 años	7.758	8.251	
De 30 a 34 años	6.922	7.728	
De 35 a 39 años	6.073	6.842	
De 40 a 44 años	5.507	6.463	
De 45 a 49 años	5.037	5.767	
De 50 a 54 años	4.477	5.294	
De 55 a 60 años	3.648	3.951	
<b>TOTAL</b>	<b>39.422</b>	<b>44.296</b>	<b>83.718</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (REDATAM-INEC, 2014). (PD y OT, 2015)

Elaborado por: Darwin Quilsimba

Existe un total de 83.718 personas entre hombres y mujeres que comprende las edades de 25 a 60 años de la ciudad de Ibarra; según el censo poblacional realizado por el INEC en el año 2010.

*Tabla 13 Proyección Hombres y Mujeres de la Ciudad de Ibarra al Año 2016*

<b>Año</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Hombres	39.422	39.821	40.631	41.877	43.598	45.849	48.705
Mujeres	44.296	44.744	45.654	47.055	48.989	51.518	54.726

Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Realizando la proyección al año 2016 la cantidad de hombres es de 48.705 y un total de mujeres de 54.726

*Tabla 14 Porcentaje Poblacional de las Parroquias Urbanas y Rurales*

	<b>2016</b>	
Parroquias Urbanas	160.337	77,12%
Parroquias Rurales	47.570	22,88%
<b>Total</b>	<b>207.907</b>	<b>100%</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (REDATAM-INEC, 2014). (PD y OT, 2015)

Año: 2016

En el cantón Ibarra el 77,12% de personas corresponden a las parroquias urbanas, información que será de gran ayuda para calcular el tamaño de población para el proyecto.

Tabla 15 Tamaño de la Población del Proyecto

<b>Población 25 a 60</b>	<b>Cantidad</b>	<b>% Urbano</b>	<b>Total</b>	<b>% Socio-Económico</b>	<b>Total</b>
Hombres	48.705	77,12%	37.561	35,90%	13.484,5
Mujeres	54.726	77,12%	42.205	35,90%	15.151,48
					<b>28.336</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

### 3.7 Muestra

El cálculo de la muestra se determinó a través de la siguiente formula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma}$$

#### DONDE:

n= Tamaño de la Muestra.

N=Tamaño de la Población

Z= Nivel de Confianza.

E=Margen de Error.

δ=Varianza.

$$n = \frac{28.336 \cdot 1.96 \cdot 0.25}{(28.336 - 1) \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{13.884,64}{71,80}$$

$$n = 193$$

### 3.8 Fuentes de información

#### 3.8.1 Información Primaria

- Encuesta: Este procedimiento descriptivo el cual nos ayudó a recopilar información fue aplicado a los ciudadanos de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra.

- Observación Directa: Este un instrumento de recolección de información es muy importante ya que nos permite determinar la conducta y comportamiento de los usuarios.

### 3.8.2 Información secundaria

La información secundaria se la obtuvo de libros, revistas especializadas, INEC, e internet.

### 3.9 Análisis de Resultados de las Encuestas Aplicadas

#### 3.9.1 Resultado de las encuestas aplicadas en la ciudad de Ibarra

Género

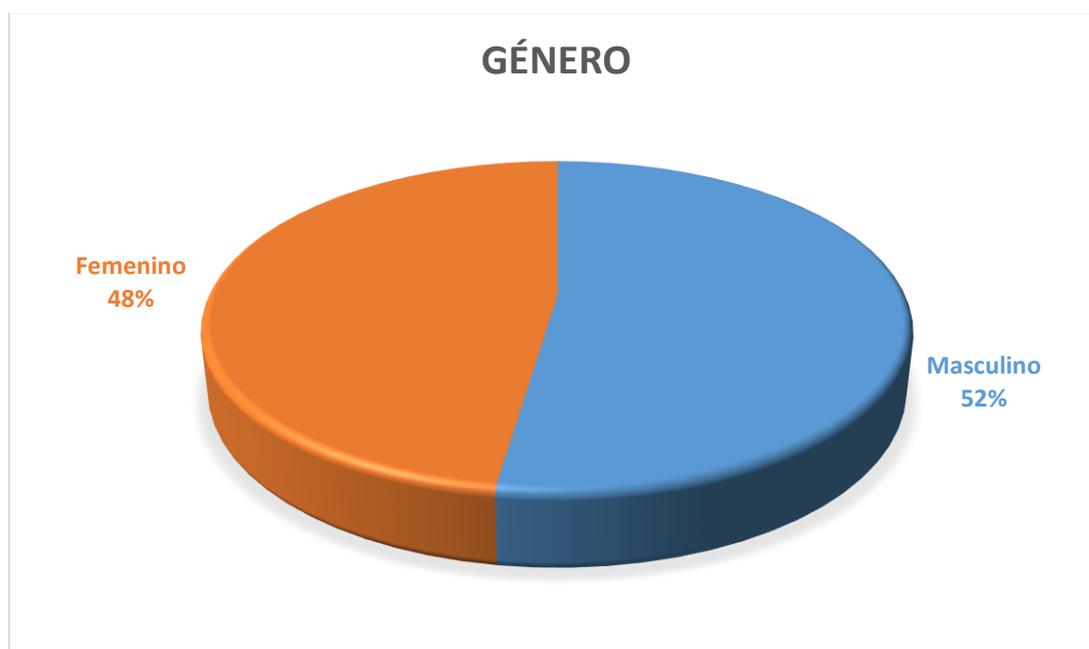
*Tabla 16 Pregunta N.1 Género de las Personas*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	101	52%
Femenino	92	48%
<b>Total</b>	<b>193</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 4 Pregunta N.1 Género*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: De todas las personas a las que se realizó la encuesta en la ciudad de Ibarra, podemos notar que el mayor porcentaje es de género masculino, ocupando un porcentaje mayor a la mitad.

Edad

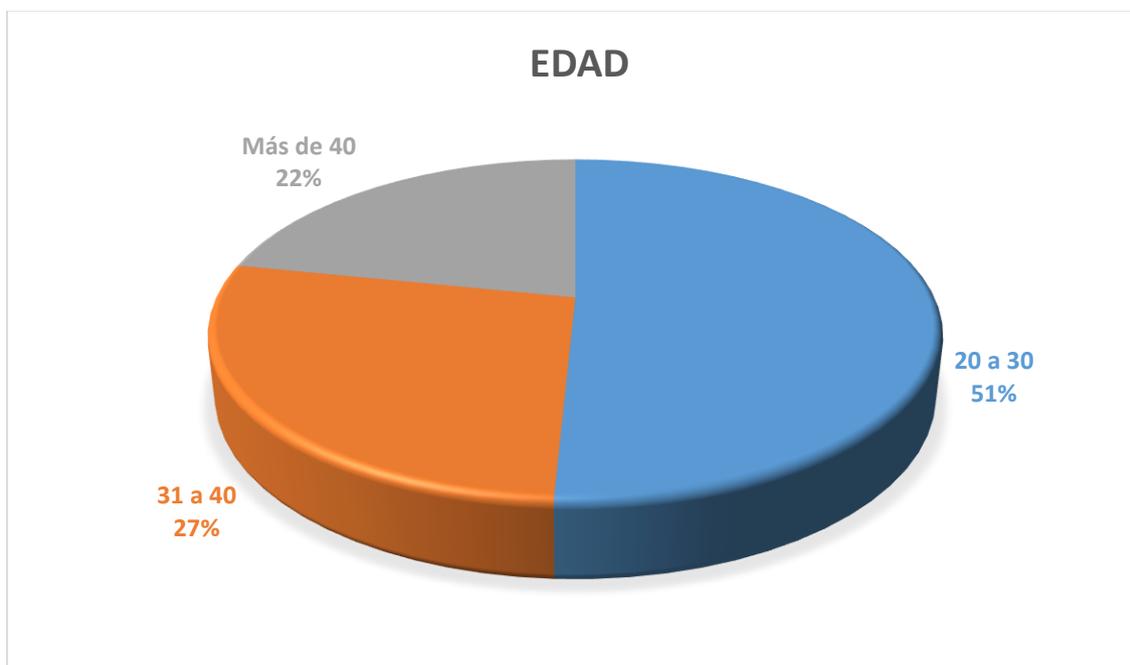
*Tabla 17 Pregunta N.2 Edad Personas Encuestadas*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
25 a 30	98	51%
31 a 40	53	27%
Más de 40	42	22%
TOTAL	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 5 Pregunta N. 2 Edad*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: El mayor porcentaje de personas encuestadas se encuentra entre las personas que tienen 20 a 30 años; una población joven que frecuenta estos lugares con mayor regularidad y con porcentajes menores podemos encontrar a personas que comprenden edades desde los 31 años de edad hasta más de 40 años.

Pregunta 3: ¿Qué lugares frecuenta Ud. cuándo sale los fines de semana?

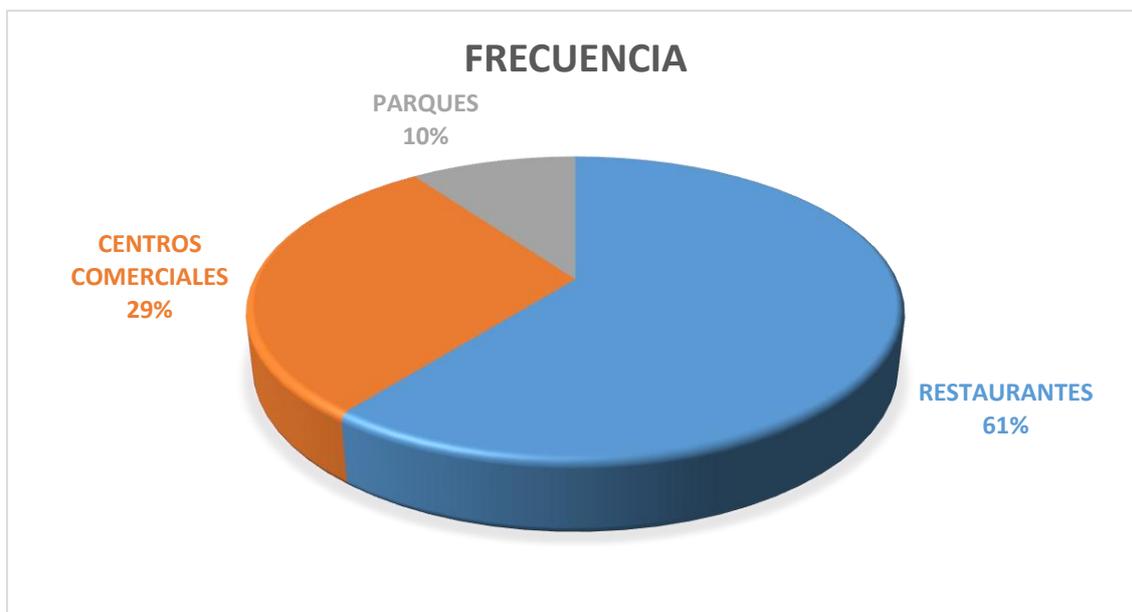
*Tabla 18 Pregunta N.3 Lugares que Frecuentan las Personas*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Restaurantes	117	61%
Centros comerciales	57	29%
Parques	19	10%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 6 Pregunta N. 3 Lugares a los que Acuden con Frecuencia los Fines de Semana*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: Como podemos notar una gran cantidad de personas encuestadas prefiere salir los fines de semana a restaurantes, ya que cada una de estas personas visita estos lugares por salir de la rutina diaria que tienen en sus domicilios.

Pregunta 4: ¿A qué tipo de restaurante le gusta acudir a Ud. normalmente?

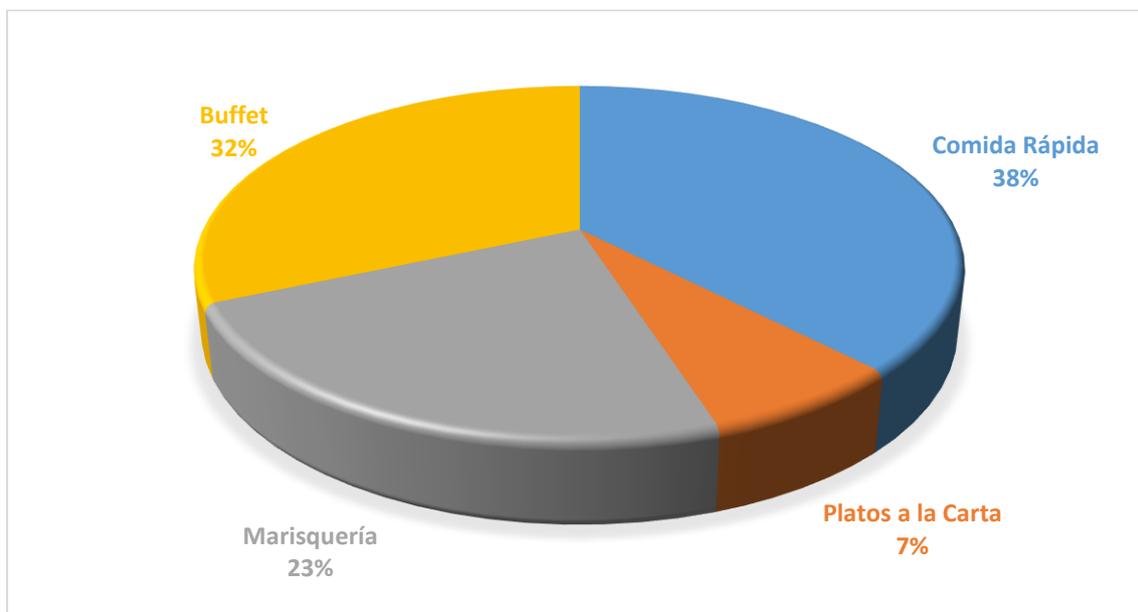
*Tabla 19 Pregunta N. 4 Tipo de Restaurante que Visitan las Personas*

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Comida Rápida	73	38%
Platos a la Carta	14	7%
Marisquería	45	23%
Buffet	61	32%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 7 Pregunta N. 4 Tipo de Restaurante que Visitan las Personas*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: A la hora de elegir un plato de comida las personas prefieren en su mayoría degustar comida rápida, pero podemos darnos cuenta que el Buffet tiene una gran acogida por parte de las personas.

Pregunta 5: ¿Ha oído Ud. de algún restaurante Buffet en la ciudad de Ibarra?

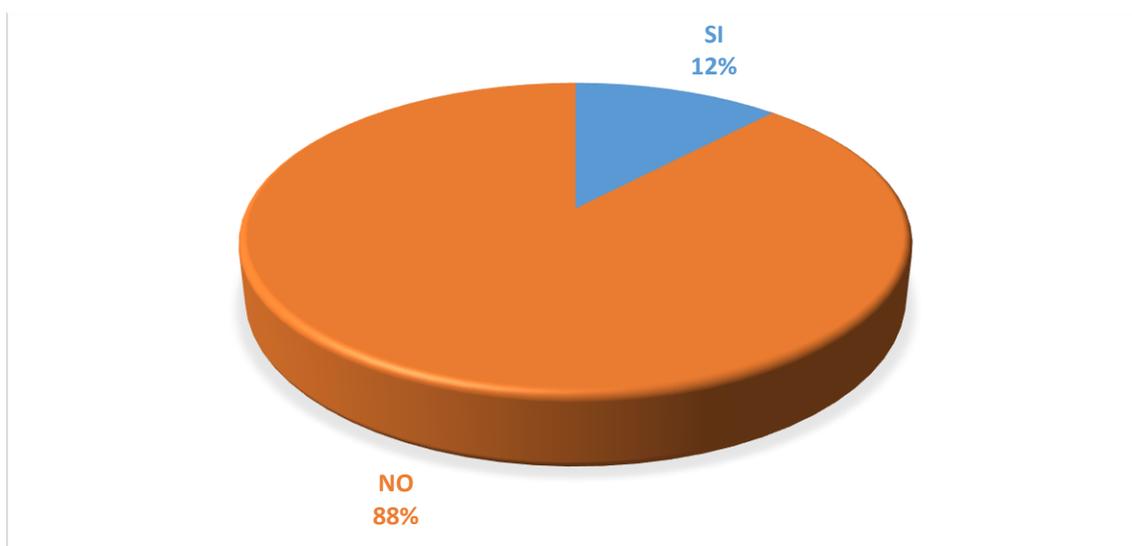
*Tabla 20 Pregunta N. 5 Buffet*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	12%
No	169	88%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 8 Pregunta N. 5 Buffet*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: Al observar la información obtenida en la pregunta N. 5 de la encuesta, se puede notar que existe un gran porcentaje de personas encuestadas con conocimiento de lo que es un Restaurante Buffet.

Pregunta 6: ¿Qué tiempo se demoran en servirle su pedido en los restaurantes que frecuenta?

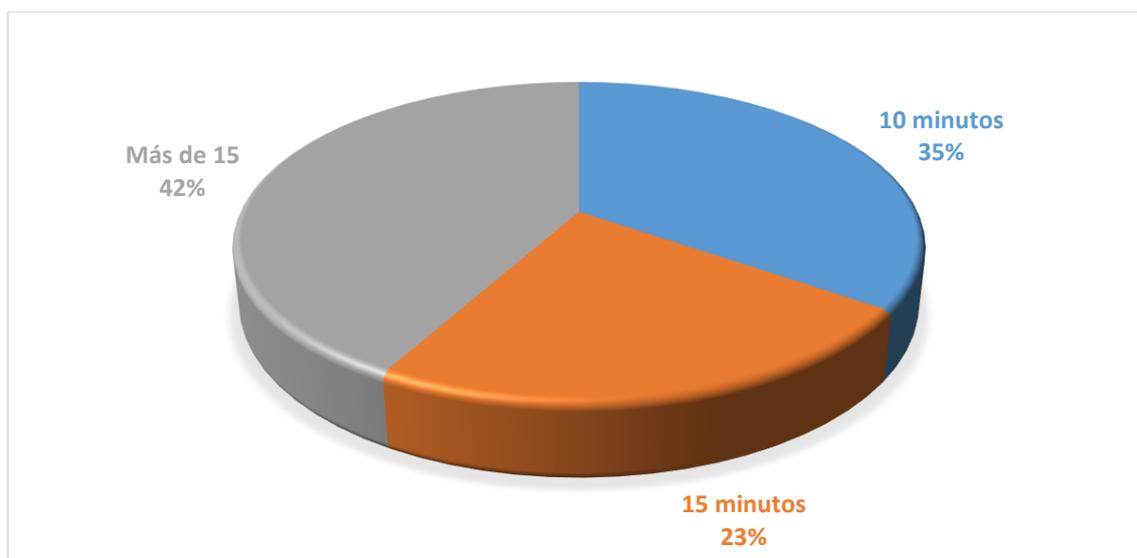
*Tabla 21 Pregunta N.6 Demora en el Servicio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
10 minutos	67	35%
15 minutos	45	23%
Más de 15	81	42%
TOTAL	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 9 Pregunta N.6 Demora en el Servicio*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: A la hora de servir la comida el tiempo es un factor importante, en las encuestas se obtuvo como resultado que una gran cantidad de personas encuestadas les sirven su comida en más de 15 minutos; en el restaurante Buffet al prepararse su propia comida los comensales se demorarán menos del tiempo señalado.

Pregunta 7: ¿Cuál es el horario de su preferencia para acudir a los restaurantes, en un fin de semana?

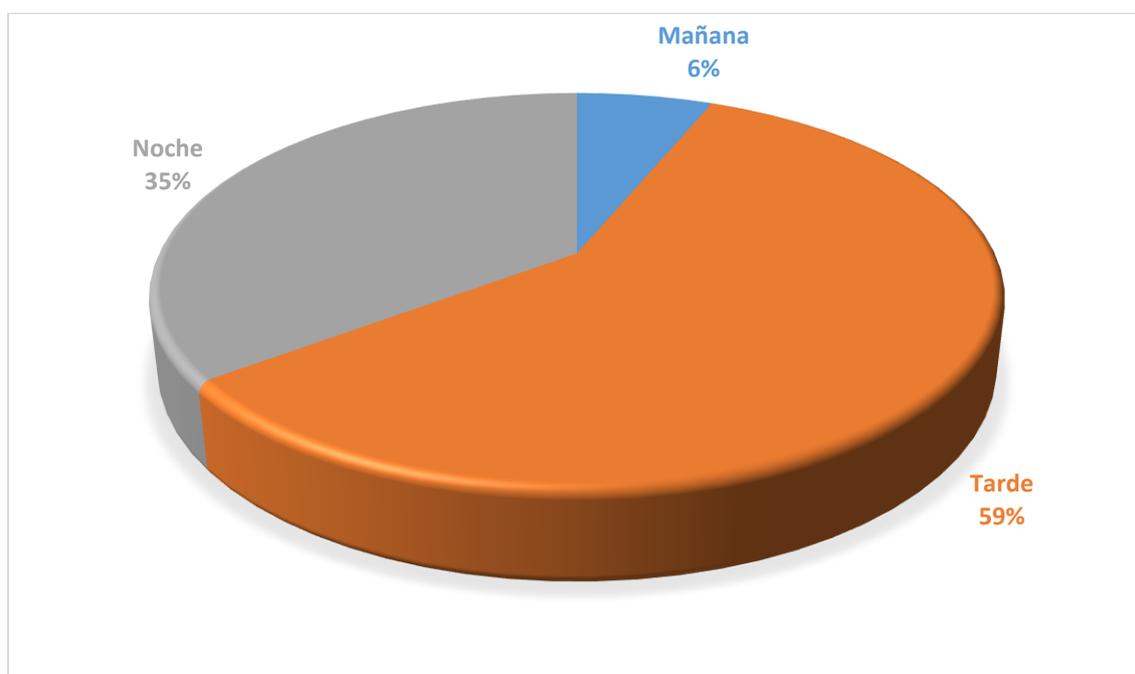
*Tabla 22 Pregunta N. 7 Horario*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	12	6%
Tarde	113	59%
Noche	68	35%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 10 Pregunta N. 7 Horario*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: A la hora de comer la hora también es un elemento que influye, un gran porcentaje de personas encuestadas prefiere servirse los alimentos en la tarde.

Pregunta 8: ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?

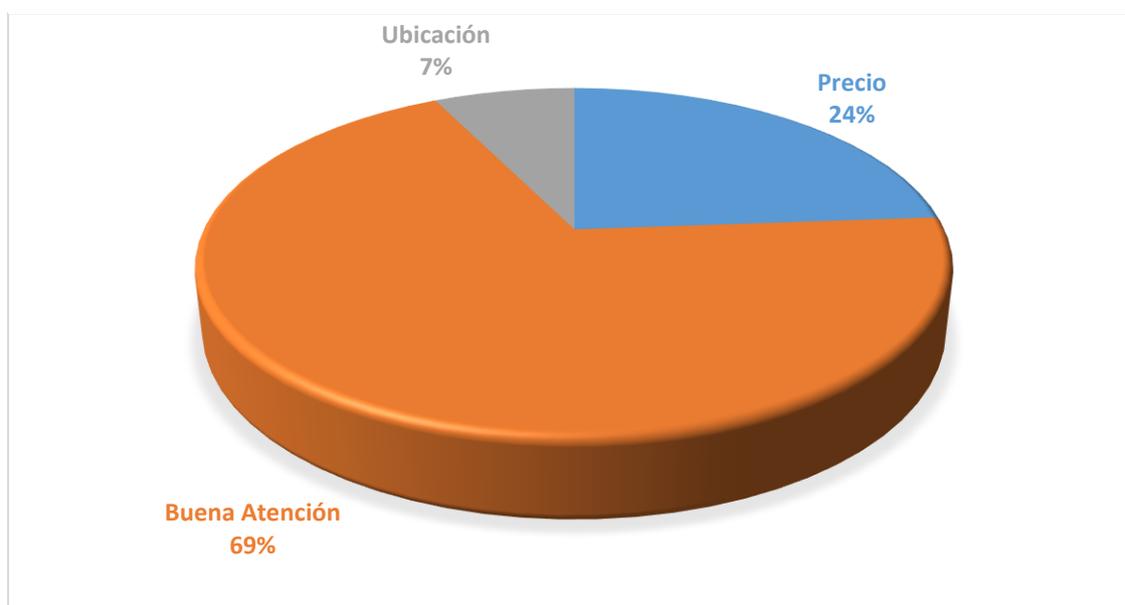
*Tabla 23 Pregunta N. 8 Calidad*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precio	46	24%
Buena Atención	133	69%
Ubicación	14	7%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 11 Pregunta N. 8 Calidad*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: La calidad de la buena atención es lo que la mayoría de las personas encuestadas buscan en un buen restaurante, ya que un buen ambiente en un restaurante hace que las personas sugieran a otras que el restaurante es bueno.

Pregunta 9: ¿Tiene preferencia por las comidas de alguna región en especial?

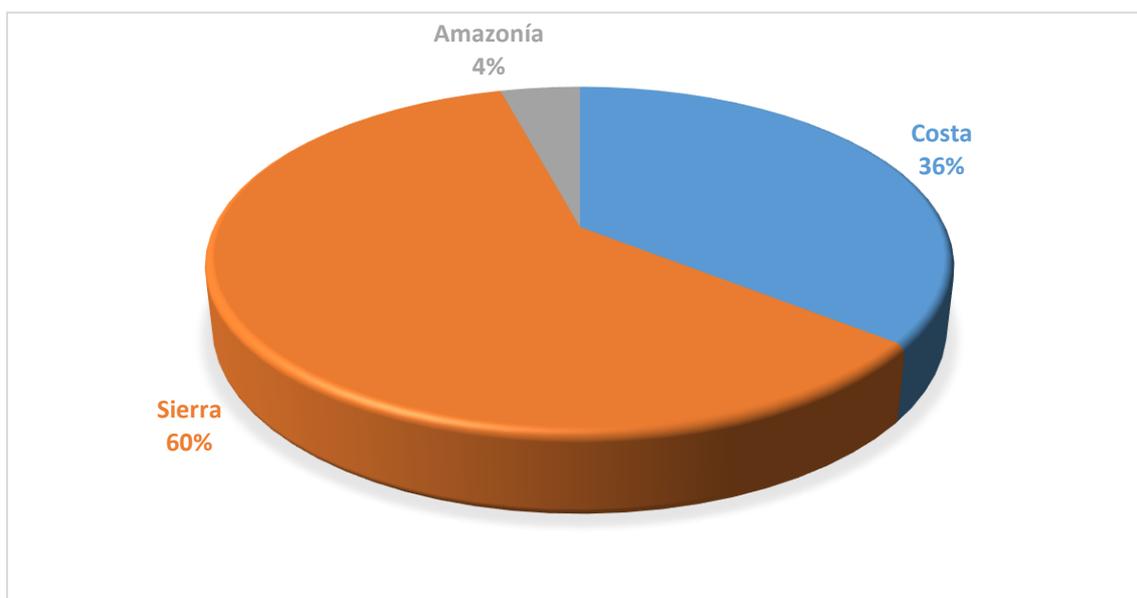
*Tabla 24 Pregunta N.9 Preferencia de Comida*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Costa	69	36%
Sierra	116	60%
Amazonía	8	4%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 12 Pregunta N.9 Preferencia de Comida*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: Los gustos y preferencias de las personas de la zona son diferentes pero en gran cantidad les gusta degustar de la comida típica de la Región Sierra.

Pregunta 10: ¿Con qué frecuencia acude Ud. A los restaurantes?

*Tabla 25 Pregunta N. 10 Frecuencia de Visita*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos los días	35	18%
Dos veces a la semana	26	13%
Fines de semana	115	60%
Una vez al mes	17	9%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 13 Pregunta N. 10 Frecuencia de Visita*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: Como resultado de la pregunta obtuvimos que en gran parte de personas encuestadas, prefieren acudir a los Restaurantes en fines de semana; ya que en esos días es donde las personas dispone de más tiempo.

Pregunta 11: ¿Le gustaría acudir a un restaurante Buffet en donde Ud. pueda servirse su propia comida?

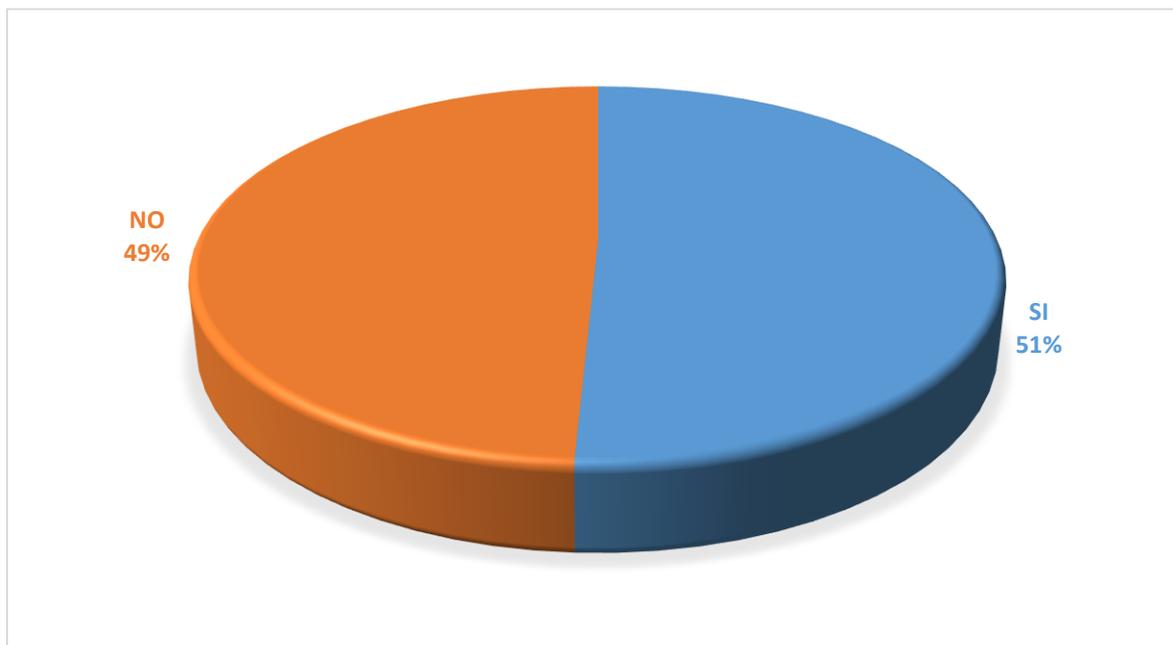
*Tabla 26 Pregunta N. 11 Servirse su Propia Comida*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	51%
No	95	49%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 14 Pregunta N. 11 Servirse su Propia Comida*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: Se puede notar que una gran cantidad de personas encuestadas prefieren servir y armar un plato a su gusto.

Pregunta 12: ¿Con qué frecuencia acudiría un restaurante buffet de estas características donde pueda servirse lo que Ud. desee?

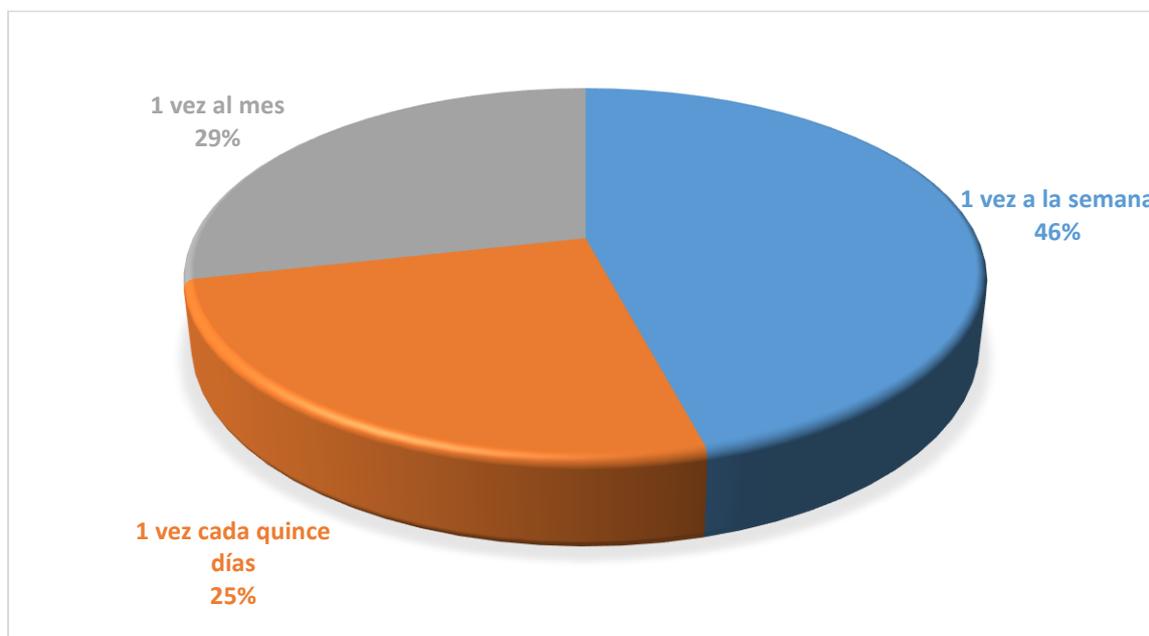
*Tabla 27 Pregunta N. 12 Frecuencia de Visita*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 Vez a la semana	45	46%
1 Vez cada quince días	25	26%
1 Vez al mes	28	29%
Total	98	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 15 Pregunta N. 12 Frecuencia de Visita*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: La pregunta N. 12 tiene relación con la pregunta N.11, ya que todas las personas que respondieron que “sí” podrán responder la pregunta N.12, de la cual obtuvimos la siguiente información, el total de personas le gustaría acudir a un Restaurante Buffet, pero en un mayor porcentaje les gustaría acudir una vez a la semana.

Pregunta 13: ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar por el servicio de Buffet?

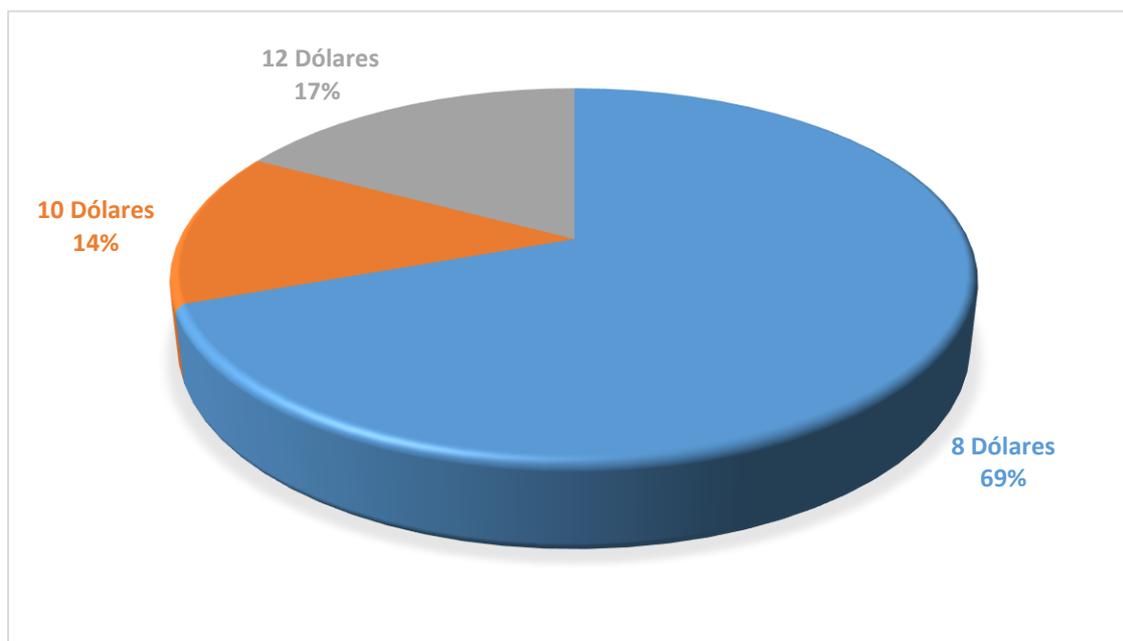
*Tabla 28 Pregunta N. 13 Precio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
8 Dólares	134	69%
10 Dólares	26	13%
12 Dólares	33	17%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 16 Pregunta N. 13 Precio*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2017

Análisis: Una gran cantidad de las personas encuestadas, estuvo de acuerdo que el precio más cómodo para este tipo de restaurante es la cantidad de \$8 por persona.

Pregunta 14: ¿Cómo le gustaría estar informado acerca de promociones de un restaurante?

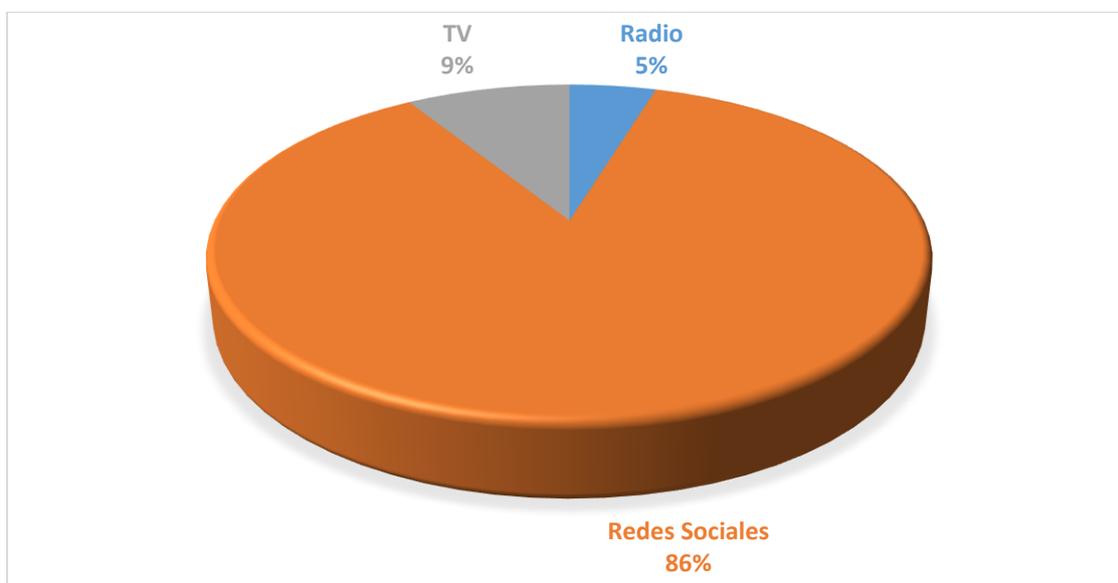
*Tabla 29 Pregunta N. 14 Publicidad*

<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Radio	9	5%
Redes Sociales	167	87%
TV	17	9%
Total	193	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta Diciembre 2016

Elaborado por: Darwin Quilsimba

*Ilustración 17 Pregunta N. 14 Publicidad*



Elaborado por: Darwin Quilsimba

Año: 2016

Análisis: En la actualidad las redes sociales se convirtieron en fuente de información muy importante ya que la mayoría de las personas tiene un Smartphone en sus manos o el internet esta disponible muchos de los domicilios; por lo que es una herramienta muy importante para mantener informados a los clientes.

### 3.10 Identificación de la Demanda

De acuerdo a la estratificación realizada por el INEC, el 1.9% de la población se encuentra en el estrato alto, el 11.2% en el estrato medio alto y el estrato medio correspondiente al 22,8%, por lo que se tomó el 35,9% de la población urbana de la ciudad de Ibarra, para establecer la tasa de crecimiento de la demanda.

*Tabla 30 Tasa de Crecimiento*

<b>Año</b>	<b>Población de estrato medio, medio alto y alto, Área urbana de Ibarra</b>	$i = \frac{Qn}{Qo} - 1$
<b>2005</b>	16.746	
<b>2006</b>	17.429	0,04
<b>2007</b>	18.212	0,04
<b>2008</b>	18.951	0,04
<b>2009</b>	19.649	0,04
<b>2010</b>	20.293	0,03
<b>2011</b>	21.003	0,03
<b>Total</b>		0,037

Fuente: INEC, Proyección por cantones, Periodo 2001 – 2010

Elaborado por: El Autor

Según los datos obtenidos de los pobladores, se obtuvo una tasa de crecimiento en los años respectivos de 0.037, para proceder a calcular las proyecciones respectivas de la demanda se aplicará esta tasa de crecimiento; además para el cálculo de la demanda se multiplico los 28.336 personas por el porcentaje de personas que acuden con frecuencia los fines de semana a los restaurantes, que es el 51% pregunta número 11 de la encuesta dirigida a los consumidores, obteniendo una demanda de 14.451 posibles consumidores.

*Tabla 31 Demanda*

<b>Población 2016</b>	<b>Edades</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Demanda</b>
28.336	24 - 60 años	51%	14.451

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

### 3.10.1 Determinación de la Demanda

*Tabla 32 Determinación de la Demanda*

28.336	14.451	HOMBRES	52%	7.515
		MUJERES	48%	6.937

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

*Tabla 33 Segmentación por Género*

HOMBRES					
HOMBRES	7.515	Una vez a la Semana	46%	3.457	179.752
		Una vez cada quince días	26%	1.954	50.799
		Una vez al mes	29%	2.179	26.151
TOTAL					256.702
MUJERES					
MUJERES	6.937	Una vez a la Semana	46%	3.191	165.925
		Una vez cada quince días	26%	1.804	46.892
		Una vez al mes	29%	2.012	24.140
TOTAL					236.956
Total Demanda					493.658

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

Para determinar la demanda utilizamos los datos de la pregunta N.1 y segmentamos por género, luego de haber segmentado procedemos a utilizar la información de la pregunta N.12 para multiplicar los valores correspondientes y así poder calcular la demanda total.

*Tabla 34 Proyección de la Demanda*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda por Año	493.658	511.924	550.507	613.902	709.928

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Para realizar la proyección de la demanda se ha utilizado la tasa de crecimiento poblacional histórico del Cantón Ibarra, la cual corresponde al 3,7%; se ha seleccionado

este porcentaje debido a que el mercado meta en su composición, se encuentra integrado mayoritariamente por los habitantes de la ciudad de Ibarra, razón por la cual se ha considerado pertinente realizar los cálculos respectivos a partir de este dato.

### 3.11 Identificación y Análisis de la Oferta

En el análisis de la oferta se hace relación entre la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual. Para ella cabe definir algunas características como: estructuras de costos, calidad y presentación de los productos, sistemas de comercialización entre otros.

#### 3.11.1 Análisis de la Competencia

*Tabla 35 Competencia*

<b>Restaurantes</b>	<b>Dirección</b>	<b>Características Generales</b>	<b>Servicio</b>
<b>El Chaparral</b>	Centro Comercial la Plaza	Dimensión: Mediano Aspecto: Agradable	Carnes a la parrilla, Costillas BBQ, Chuletas, Filetes de Pollo
<b>La Parrilla del Tío Jessy</b>	Av. Cristóbal de Troya 6-181 - Redondel de Ajaví	Dimensión: Mediano Aspecto: Agradable	Carnes a la Parrilla
<b>La Tablita del Tártaro</b>	C.C. La Plaza Shopping Center Local # c06, Av. Mariano Acosta C.C. Laguna Mall	Dimensión: Amplio Aspecto: No muy agradable	Carnes al Carbón.
<b>La Super Parrillada</b>	Cristóbal de Troya 6-70 y Roldós, av. Atahualpa 15-54 y Juan Francisco	Dimensión: Amplio Aspecto: Confortable	Carnes al Carbón. Parrilladas, Pinchos

Bonilla

<b>Donde el Argentino</b>	Plaza de la Ibarreñidad local # 4	Dimensión: Mediano Aspecto: Cómodo	Carnes a la Parrilla
<b>El Tablon de Willy</b>	Pedro Moncayo 4-39 y Sucre	Dimensión: Mediano Aspecto: Agradable	Parrilladas, Carnes al carbón
<b>Pincho Loco</b>	José Mejía Lequerica 10-11 y Julio Saldumbide, Sánchez y Cifuentes 19-115 y Carlos Emilio Grijalva, Pedro Moncayo 4-62 y sucre	Dimensión: Mediano Aspecto: Confortable	Pinchos

Fuente: Catastros 2015 Ibarra  
Elaborado por: Darwin Quilsimba

### 3.11.2 Análisis de la Oferta

Se ha analizado los diferentes restaurantes de la ciudad de Ibarra utilizando la técnica de observación directa obteniendo los siguientes datos:

*Tabla 36 Análisis de la Competencia*

<b>Restaurantes</b>	<b>Venta de platos Semanalmente</b>	<b>Venta de platos Anualmente</b>
<b>El Chaparral</b>	320	16.640
<b>La Parrilla del Tío Jessy</b>	780	40.560
<b>La Tablita del Tártaro</b>	620	32.240
<b>Pincho loco</b>	350	18.200
<b>El Tablón de Willy</b>	120	6.240
<b>Donde el Argentino</b>	235	12.220
<b>La Super Parrillada</b>	750	39.000
<b>Otros</b>	635	33.020
<b>Total</b>		<b>198.120</b>

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: El Autor

### 3.11.3 Crecimiento de los Establecimientos (Oferta Histórica)

Tabla 37 Oferta Histórica

Años	HOTELES Y RESTAURANTES	$i = \frac{Qn}{Qo} - 1$
2011	92	
2012	101	0,10
2013	112	0,11
Total		0,10

Fuente: PD Y OT Ibarra

Elaborado por: El Autor

Según los datos obtenidos de los establecimientos hoteles y restaurantes, se obtuvo una tasa de crecimiento en los años respectivos de 0.10, para proceder a calcular las proyecciones respectivas de la oferta se aplicará esta tasa de crecimiento.

Tabla 38 Ingresos Hoteles y Restaurantes

Tipo	Clasificación	2010			
		Nro. Act.	%	Ingresos Totales	%
H	Hoteles y Restaurantes	995	16,01	14.821.859	2,22
		2013			
		Nro. Act.	%	Ingresos Totales	%
		1300	12,33	26.042.255	2,83

Fuente: PD Y OT Ibarra

Elaborado por: El Autor

### 3.11.4 Proyección crecimiento de los Establecimientos

Tabla 39 Crecimiento de Establecimientos

Años	Crecimiento de los Establecimientos
2013	112
2014	123
2015	136
2016	149
2017	164
2018	180
2019	198
2020	218

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PD y OT) Ibarra

Elaborado por: Darwin Quilimba

Como se observa el crecimiento en el número de locales de 995 actividades turísticas catastradas para el 2010 y para el 2013, 1300 actividades que significa un crecimiento del 30,6% representados en 305 negocios, por otro lado se tiene el incremento del 25% que significaron 300 puestos de trabajo en estas actividades.

### 3.11.5 Proyección de la Oferta por consumo de platos

*Tabla 40 Proyección de la Oferta*

<b>Año</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Oferta por Plato	198.120	217.932	263.698	350.982	513.872

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

Para la proyección de la oferta se han utilizado los datos de crecimiento de los establecimientos de servicio de alojamiento y servicio de comida de la ciudad de Ibarra que es del 0,1%

### 3.12 Determinación de la Demanda Insatisfecha

*Tabla 41 Cálculo de la Demanda Insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>D.I</b>
<b>1</b>	493.658	198.120	295.538
<b>2</b>	511.924	217.932	293.992
<b>3</b>	550.507	263.698	286.809
<b>4</b>	613.902	350.982	262.920
<b>5</b>	709.928	513.872	196.055

Elaborado por: Darwin Quilisimba  
Año: 2016

### 3.13 Fijación de precios

En este estudio se determinarán los precios en base a la competencia y a los datos recopilados en la encuesta (Pregunta No. 10), donde el precio para acceder al local será

de \$8 la proyección de precios se hace con el 1,12% de la inflación estimada según el Banco Central del Ecuador, este es el indicador más recomendable.

*Tabla 42 Proyección del Precio*

<b>Año</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Precio de Venta	8,00	8,40	8,82	9,26	9,72

Elaborado por: Darwin Quilisimba  
Año: 2016

*Tabla 43 Costos y Gastos*

Costos de Producción	<b>40.406,55</b>		
G. Administrativos	14.804,89		
G. de Ventas	2.088,00		
G. Financieros	3.641,74		
<b>TOTAL</b>	<b>60.941,18</b>		

$$= \frac{\$ 60.941,18}{9216 \text{ unidades al año}} = \$6,61$$

Elaborado por: Darwin Quilisimba  
Año: 2016

Con el resultado obtenido de del costo unitario como restaurante se pretende incrementar un 20% del costo actual para establecer el precio de \$8.

### **3.14 Comercialización**

El restaurante realizara la publicidad a través de la radio, obsequiando pases de cortesía, para que los consumidores asistan y degusten la variedad de platos que ofrece el local, además mantendremos informados a todos los comensales de todas las promociones y ofertas del local.

A través del análisis del mercado del servicio del Restaurante Buffet es necesario implementar una estrategia de promoción para dar a conocer el servicio, tratando de lograr un buen posicionamiento, la misma que se detalla a continuación:

- Se realizara un diseño de trípticos dando a conocer el Restaurante y los servicios que se oferta
- Se promocionará el servicio a través de radio y de portadas en la prensa local.
- Se diseñara una página web para que los visitantes puedan conocer las características del Restaurante y las variedades de platos a la carta que son ofertados.

### **3.15 Conclusiones del Estudio de Mercado**

Una vez realizado el estudio tanto de la demanda como de la oferta del servicio, se concluye que existe un mercado potencial a satisfacer, lo cual es un indicador favorable para la creación del restaurante buffet.

La competencia no ofrece la opción de armar un propio menú al cliente, por lo que el restaurante buffet presenta una gran ventaja en comparación con los demás restaurantes de la zona.

El precio del servicio se estableció en base a encuestas y análisis de la competencia, un precio razonable y accesible para las personas y que puede competir con los locales que ofrecen servicios similares al restaurante buffet.

Tiene mucha importancia la publicidad de nuestro servicio, es por eso que mantendremos contacto con nuestros clientes por medio de las redes sociales para que se mantengan informados de las promociones y ofertas del local.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 Estudio Técnico**

El Estudio Técnico trata del proceso de la producción de un bien o servicio. Pretende resolver las siguientes interrogantes: cuándo, dónde, cómo, con qué y cuánto se va a producir el producto planteado en el proyecto y todos los aspectos técnicos operativos y de funcionamiento para el mismo, de manera que se utilicen de forma ordenada y se optimicen los recursos disponibles.

#### **4.1 Objetivo del Estudio Técnico**

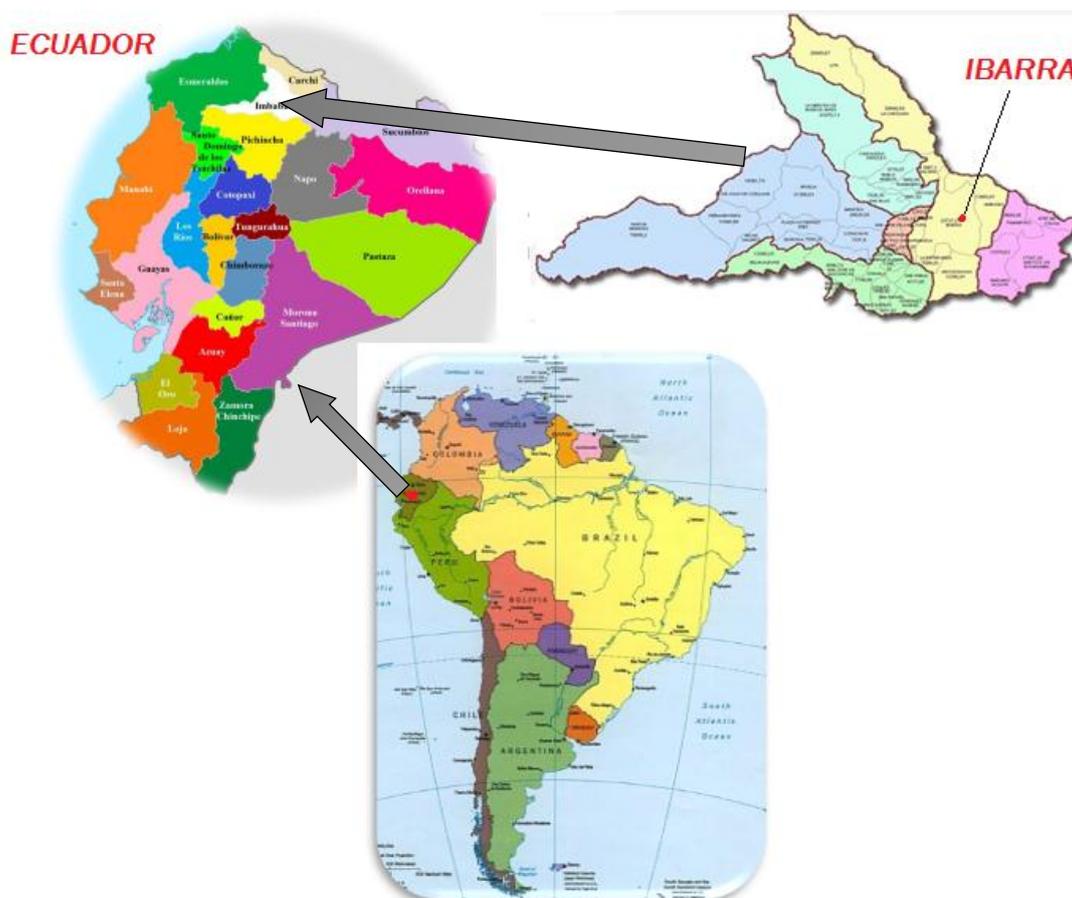
Realizar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño del proyecto y las inversiones que requerirá el mismo.

#### **4.2 Macro - Localización**

La Macro localización, tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas para la ubicación del restaurante; la región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

Ecuador es un país andino, ubicado sobre la línea ecuatorial por lo que el país se encuentra en los dos hemisferios. Está limitada al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico y su territorio está dividido en 24 provincias.

Ilustración 18 MACRO LOCALIZACIÓN



Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

La Provincia de Imbabura es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al norte del país, en la zona geográfica conocida como región interandina o sierra, principalmente sobre la hoya de Chota en el este y en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste. Su capital administrativa es la ciudad de Ibarra, la cual además es su urbe más grande y poblada.

Imbabura cuenta con una variedad de climas que va desde el clima cálido tropical del Valle del Chota hasta el intenso frío de los páramos de los volcanes Imbabura y Cotacachi, todo dentro de una misma provincia y a corto tiempo de viaje.

### 4.3 Análisis del Macro entorno

Tanto la Materia Prima como la Mano de Obra, son factores los cuales son fáciles de conseguir en el cantón es una gran ventaja para el restaurante tener estos dos elementos en el medio donde se va a desenvolver el negocio, por otra parte el Recurso Financiero esta en la posibilidad de que el proyecto sea aceptado por la entidad BanEcuador ya que ayuda al cambio de la matriz productiva, en cuanto a servicios básicos se refiere la zona Urbana de la ciudad de Ibarra cuenta con una gran cobertura lo que permitirá el funcionamiento del negocio sin ningún problema.

### 4.4 MICRO LOCALIZACIÓN

En donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio será en el la Avenida Simón Bolívar y Obispo Mosquera en el centro de la ciudad, donde existe mucha afluencia de personas.

*Ilustración 19 Ubicación del Restaurante*



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Darwin Quilsimba

#### **4.4.1 Factores**

##### **4.4.1.1 Disponibilidad de Materia Prima**

Para el abastecimiento de la materia prima e insumos necesarios para ofrecer el servicio de restaurante buffet, tendremos como proveedores a los diferentes mercados de la zona, así como los supermercados ubicados en el cantón; ya que Ibarra cuenta con una gran variedad y calidad de productos.

##### **4.4.1.2 Disponibilidad de Mano de Obra**

Toda la mano de obra requerida para el proyecto debe cumplir con el perfil adecuado que tengan conocimientos y experiencia en la cocina, nutrición, atención al cliente, planificación, organización además de poder hacer estrategias de publicidad y conocimiento financiero. Para todo esto el cantón Ibarra cuenta con profesionales de las distintas universidades del Cantón los cuales cuentan con conocimientos y la experiencia para poder formar un buen equipo de trabajo.

Todos estos elementos son indispensables para armar el restaurante para que el cliente se sienta a gusto y cómodo en el local.

#### **4.5 Servicios Básicos**

El sector centro de la ciudad cuenta con un servicio de calidad de agua, luz eléctrica, alcantarillado, internet y telefonía los cuales son indispensables para el buen funcionamiento del local y que el restaurante pueda desempeñar sus actividades diarias sin problemas.

*Tabla 44 Cobertura Energía Eléctrica*

Unidad Territorial	Energía Eléctrica (%)		Desechos sólidos (%)	
	Cobertura	Déficit	Cobertura	Déficit
<b>Zona Urbana</b>	99,40	-0,60	94,70	-5,30
<b>Parroquias Rurales</b>	95,84	-4,16	69,01	-30,99

Fuente: PD y OT IBARRA

Elaborado por: El Autor

*Tabla 45 Cobertura Agua Potable y Alcantarillado*

Unidad Territorial	Agua Potable (%)		Alcantarillado (%)	
	Cobertura	Déficit	Cobertura	Déficit
<b>Zona Urbana</b>	94,62	-5,38	91,83	-8,17
<b>Parroquias Rurales</b>	77,17	-22,83	53,05	-46,95

Fuente: PD y OT IBARRA

Elaborado por: El Autor

Como podemos notar en las tablas la zona urbana tiene una cobertura excelente en lo que se refiere a servicios básicos, por lo que el restaurante podrá desempeñar sus actividades diarias con normalidad y sin ningún tipo de inconveniente.

#### **4.5.1 Factores Micro localización**

##### **4.5.1.1 Costo de Transporte**

Al tener la cercanía con los mercados donde se realizara la compra de la materia prima el costo de transporte no será elevado, dependiendo de la distancia en donde se adquiera la materia prima, el costo del transporte tendrá una variación; además el acceso al mercado se lo puede hacer a pie ya que uno de los mercados que nos abastecerá de materia prima queda a pocos metros del lugar donde se realizará la actividad económica.

##### **4.5.1.2 Costo de la materia Prima**

Cuando la materia prima se adquiere en una cantidad elevada los propietarios de los puestos de venta realizan una rebaja de precios en el producto, lo que resulta beneficioso comprar la mercadería necesaria para el negocio al por mayor.

#### **4.5.1.3 Vías de comunicación**

En comunicaciones, tenemos telefonía fija y celular, CNT es una corporación nacional que resulta de la aplicación de la nueva normativa Ley de Comunicación y presta servicios de telecomunicaciones como el operador privado más grande de la Sierra en telefonía fija y actualmente con el servicio móvil e internet.

El índice de Densidad Telefónica expresa el número de líneas telefónicas por cada 100 habitantes que para el caso de Ibarra, fue de 9 líneas por cada 100 habitantes haciendo relación a datos de la provincia

#### **4.5.1.4 Vías de acceso**

Cuenta con excelentes vías de acceso donde hay mucha personas caminando por el lugar, lo que permite que el lugar sea conocido; además hay líneas de autobuses que pasan cerca del establecimiento lo que lo hace accesible y fácil de llegar.

#### **4.5.1.5 Cercanía con el Mercado Meta**

Al encontrarse en el centro de la ciudad el Restaurante que está dirigido a la sociedad media alta y alta del Cantón dada la cercanía este mercado puede acceder fácilmente al proyecto inclusive si debe transportar puedo hacerlo mediante el transporte público.

#### **4.5.1.6 Clima**

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

## 4.5.2 Matriz

### 4.5.2.1 Matriz factores Micro - Localización

Tabla 46 Matriz Micro - Localización

Variable	3	2	1	TOTAL
Costo de Transporte	X			
Disponibilidad de Materia Prima	X			
Disponibilidad de Mano de Obra		X		
Servicios Básicos	X			
Proximidad con el Mercado	X			
Vías de comunicación	X			
Vías de Acceso	X			
Cercanía del mercado meta	X			
Clima		X		
Total	21	4	0	25
	$x = (25/10)$ $x = 2,5$			

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

### 4.5.3 Análisis del micro entorno

El presente proyecto tiene grandes ventajas al estar ubicado en el centro de la ciudad ya que tiene cercanía con su mercado meta; además de tener vías de acceso excelentes lo que permitirá al cliente llegar con facilidad al destino, el costo de transporte no es elevado ya que los principales mercados y supermercados se encuentran cerca del lugar del proyecto.

## 4.6 Tamaño del Proyecto

Para las necesidades del proyecto se arrendará un local de 120m<sup>2</sup> donde se adecuará el área de administración y producción de acuerdo a las necesidades del proyecto.

Para iniciar con las actividades se ha considerado un horario de cuatro días a la semana (Jueves, Viernes, Sábado y Domingo) des las 14.00 hasta las 21.00.

#### 4.6.1 Factores

##### 4.6.1.1 Financiamiento

*Tabla 47 Financiamiento*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio	54.950,71	61,09%
Financiamiento	35.000,00	38,91%
Total	89.950,71	100,00%

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

##### 4.6.1.2 Disponibilidad de Materia Prima

Ecuador tiene la suficiente cantidad de carne para satisfacer el consumo de sus habitantes. Cada año se procesan alrededor de 220.000 toneladas métricas, que se obtienen del millón de reses faenadas en camales formales, de acuerdo con la Federación Nacional de Ganaderos.

Según la Asociación de Ganaderos del Litoral se producen al año 300 millones de libras de carne. Se destinan 1 760 000 cabezas de ganado para la producción.

Seis provincias de la Costa concentran la mayor cantidad de población de ganado de carne. Manabí lidera el top de la producción: el 40% del total de sus reses va para el procesamiento de carne. Esta provincia junto con Loja, Pichincha, Azuay, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Carchi son las que más consumen carne, según datos oficiales.

La Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria muestra que los habitantes de esas provincias consumieron 203.195 cabezas de ganado en el 2013. La investigación también revela que en Cotopaxi, Pichincha, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Chimborazo y Azuay se compraron 263.107 cabezas de ganado vacuno. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en Ecuador la población ganadera es de 5,2 millones. De esa cifra, el 50,64% se concentra en la Sierra.

En la provincia del Carchi se concentra la mayor producción de papa con el 28,2% del total nacional, teniendo una superficie (Ha) plantada de 49.371 y cosechada 47. 302, dando una producción de 345.922 dando un total en ventas de 301.579; convirtiéndose en una ventaja por la cercanía de la provincia de Imbabura del Carchi.

#### **4.6.1.3 Acceso a la tecnología**

Los principales proveedores de equipo y maquinaria son: EQUIDENCA que cuenta con sucursales en Quito; Guayaquil y Cuenca; METALICAS LOZADA HNOS ubicado en la ciudad de Quito; EQUI Y FRIGO, ECOSERV ubicados en la ciudad de Quito, entre otros distribuidores que facilitaran la maquinaria necesaria y ayudaran en la optimización de recursos y un mejor proceso productivo para prestar el servicio.

#### **4.6.1.4 Disponibilidad de Mano de Obra**

Para la mano de obra se tendrá en cuenta a los estudiantes universitarios de los diferentes establecimientos, ya que ello tienen conocimientos adecuados y técnicos que ayudará en los proceso de la elaboración de los distintos platos. Como claro ejemplo tenemos a los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte.

#### 4.6.1.5 Capacidad Instalada

Para determinar la capacidad instalada se lo ha realizado de la siguiente manera, de la demanda insatisfecha anual que corresponde a 185.120 platos al año se pretende tomar el 4,98% además ir creciendo de acuerdo la tasa de crecimiento de restaurantes y hoteles que es 0,10% cada año.

*Tabla 48 Captación de la Demanda Insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>% Captación</b>	<b>Captación por Años</b>
<b>1</b>	295.538	3,12%	9.216

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Como objetivo empresarial se ha decidido captar el 3,12% de la demanda insatisfecha con el objetivo de mantener en orden los procesos y ofrecer un producto de calidad a los clientes.

*Tabla 49 Proyección de la Demanda a Cubrir*

<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Demanda a Cubrir</b>	9.216	9.557	10.277	11.461	13.253

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.6.1.6 Distribución de la Planta

En todo proyecto es importante conocer las instalaciones físicas con las que contará dentro del mismo, estas deben ser de acuerdo a los requerimientos del servicio a ofertar.

Áreas

*Tabla 50 Distribución de la Planta*

<b>Áreas del Proyecto</b>	<b>Detalle</b>
Cocina	Parrillas, Alineado y Planchas

---

Bodegas	Bodega de alimentos, Bodega de implementos de aseo, Área de almacenamiento de cilindros
Salón	Mesas
Baños	Baños Femeninos y Masculinos
Oficina	Oficina Dpto. Administrativo

---

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.6.1.7 Distribución de las instalaciones

El local tiene un área de 120m<sup>2</sup> los que serán distribuidos de la siguiente manera:

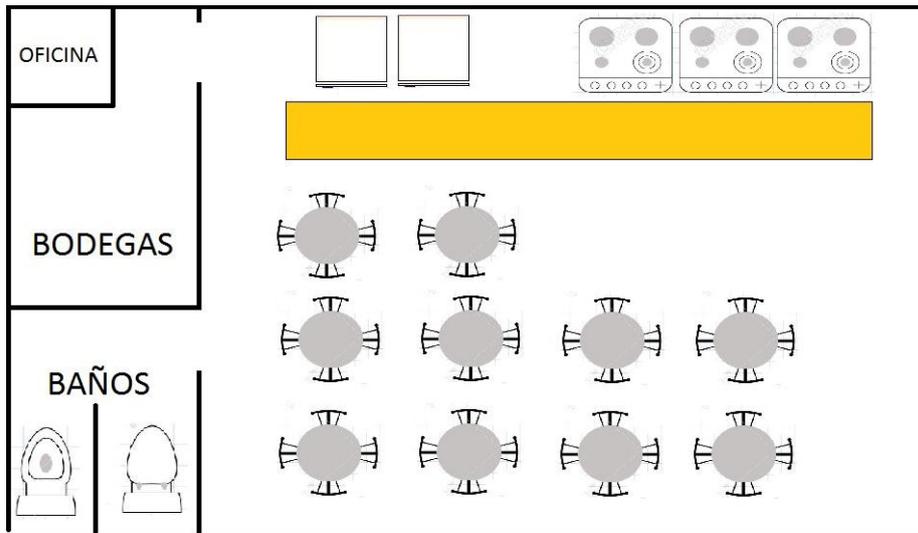
*Tabla 51 Distribución de las Instalaciones*

ÁREA	Total en m <sup>2</sup>
Restaurante	20m <sup>2</sup>
Oficina	100m <sup>2</sup>
Total	120m <sup>2</sup>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.6.2 Diseño de la planta

Ilustración 20 DISEÑO DE LA PLANTA



Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

### 4.6.3 Proceso del servicio

Los procesos permiten que las actividades se realicen de manera lógica y ordenada, un proceso está estructurado por pasos, mismo que deben ser ejecutados de acuerdo a como están establecidos.

#### 4.6.3.1 Simbología

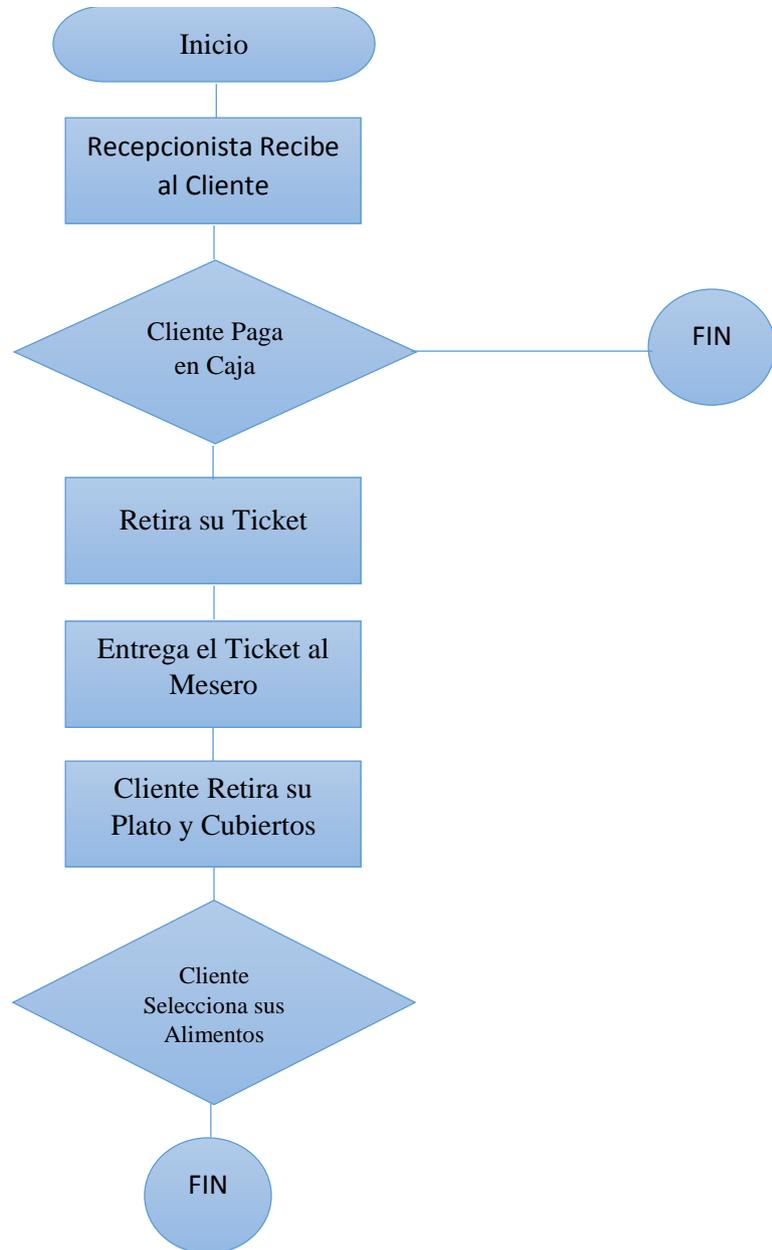
Tabla 52 Simbología

ACTIVIDADES	SIMBOLOGÍA
Operación	
Transporte	
Documentación	
Selección Alternativa	
Inspección	

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

## 4.6.3.2 Flujograma de Proceso de Atención al Cliente

Ilustración 21 FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

## 4.7 Obra Civil

*Tabla 53 Detalle Obra Civil*

<b>Detalle</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>Valor por m<sup>2</sup></b>	<b>Total</b>
Obra Civil	120	291,67	35.000

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

El apoyo financiero será para cubrir en su totalidad todos los detalles que impliquen la obra civil.

## 4.8 Requerimiento de Muebles y enseres

Para el funcionamiento del Restaurante es importante contar con muebles y enseres que permitan al cliente contar con los elementos necesarios para su satisfacción, además que ayudaran a brindar un servicio de calidad.

*Tabla 54 Muebles y Enseres*

<b>Área</b>	<b>Concepto</b>	<b>No.</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Cocina	Estantería para vajilla y utensillos	1	700	700
	Mueble para ollas	1	400	400
Bodega de alimentos	Mesa	2	150	300
Bodega Utensillos	Estantería Grande	1	500	500
<b>Total</b>				<b>1900</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.9 Requerimiento Maquinaria y Equipo

Tabla 55 Maquinaria y Equipo

Área	Departamento	Concepto	No.	Valor Unitario	Valor Total
Operativa	Cocina	Cocina Industrial con plancha y parrilla asadora	1	5.500	5.500
		Lava Vajillas	2	850	1.700
		Parrilla Grill al carbón	1	500	500
		Congelador	2	820	1.640
		Mostrador de comida caliente (buffet)	1	4.000	4.000
		Máquina comercial de cortar carne	1	240	240
		Dispensador de bebidas frías	1	1.200	1.200
		Refrigerador	2	720	1.440
		<b>Total</b>			

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.10 Requerimiento de Equipo Tecnológico

Tabla 56 Equipo Tecnológico

Área	Concepto	No.	Valor unitario	Valor Total
Salón	Televisor Samnsug LED 48" Smart Tv	1	850	850
	Televisor Diggio LED 42" Smart Tv	1	500	500
	Sistema de seguridad	1	2.680	2.680
Oficina	Computadora de Escritorio Intel Core i7	1	800	800
	Caja Registradora	1	720	720
	Laptop HP 14" Intel core i3	1	650	650
	impresora Cannon	1	100	100
<b>Total</b>				<b>6.300</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.11 Menaje Restaurante

Tabla 57 Menaje del Restaurante

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Total</b>
Cucharas de Aluminio (12u)	4 cajas	25,20	100,80
Platos Planos (12u)	4 cajas	150,25	601,00
Vasos (12u)	6 cajas	35,18	211,08
Cuchillos profesionales (4u)	3 cajas	60,45	181,35
Espátulas de Aluminio (4u)	2 cajas	35,27	70,54
Temporizadores de cocina	2	15,43	30,86
Tablas para picar	6	12,30	73,80
Cubiertos Suizos (4 piezas)	60 cajas	13,46	807,60
Olla #40	2	120,00	240,00
Olla #50	2	180,00	360,00
Juego de Ollas Alemanas (15 piezas)	1	359,00	359,00
Tenazas (4u)	2 cajas	14,66	29,32
Pinzas (4u)	3 cajas	16,84	50,52
Manteles	12	25,00	300,00
Uniformes	5	120,00	600,00
Coladores (4 piezas)	2	6,18	12,36
Abre Latas	3	12,74	38,22
Cucharones (4u)	2	9,86	19,72
Bandejas de Aluminio (4u)	2	45,63	91,26
Jarras	6	15,20	91,20
Lavacaras de Aluminio	8	15,00	120,00
Sartenes (6u)	2	68,32	136,64
Delantales	10	10,00	100,00
Saleros	40	1,50	60,00
Ralladores	6	6,98	41,88
Botella Misura (4u)	2 cajas	16,25	32,50
Recipiente para condimentos (4u)	4	3,50	14,00
Tanques de GAS	4	60,00	240,00
Extractor de Olores	4	25,00	100,00
Basureros	6	25,00	150,00
Mesas	10	750,00	7.500,00
Recogedores de basura	4	5,00	20,00
<b>Total</b>			<b>12.783,65</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 4.12 Resumen de Activos Fijos

*Tabla 58 Resumen Activos Fijos*

<b>Detalle</b>	<b>Valores</b>
Maquinaria y Equipo	16.220
Requerimiento de Mobiliario	1.900
Obra Civil	35.000
Menaje Restaurante	12.783,65
Equipo de Computación	6.300
<b>Total</b>	<b>72.203,65</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 4.13 Costos de Producción

Los costos de producción son aquellos en los que la empresa incurre para el servicio propuesto en el proyecto, comprende lo siguiente:

### 4.13.1 Materia Prima Directa

En este Rubro se encuentran detallados los distintos elementos con los que va a contar para la elaboración del plato.

*Tabla 59 Carne al Carbón Cuatro Pedazos*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad por porción (gr) y (ml)</b>	<b>Precio unidad por cada gramo</b>	<b>Total</b>	<b>Valor de la unidad</b>
Carne	453,592	0,0055	2,49	
Cebolla	250	0,00085	0,21	
Sal	12	0,0006	0,01	
Ajo	10	0,0083	0,08	
Zanahoria	150	0,00125	0,19	
Salsa BBQ	50	0,005475	0,27	
Aceite	5	0,002288	0,01	
Pimienta	10	0,0083	0,08	
Orégano	10	0,01	0,10	
<b>Total</b>			<b>3,45</b>	<b>0,86</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Tabla 60 Pollo a la Plancha Cuatro Pedazos

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad por porción (gr) y (ml)</b>	<b>Precio unidad por cada gramo</b>	<b>Total</b>	<b>Valor de la Unidad</b>
Pollo	453,592	0,0033	1,50	
Sal	15	0,0006	0,01	
Ajo molido	10	0,0083	0,08	
Orégano	10	0,015	0,15	
Aceite	15	0,002288	0,03	
<b>Total</b>			<b>1,77</b>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Tabla 61 CHULETA DE CERDO CUATRO PEDAZOS

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad por porción (gr) y (ml)</b>	<b>Precio unidad por cada gramo</b>	<b>Total</b>	<b>Valor de la Unidad</b>
Chuleta de cerdo	453,592	0,0055	2,49	
Sal	10	0,0006	0,01	
Ajo molido	10	0,0083	0,08	
Aceite	10	0,002288	0,02	
Pimienta	10	0,0083	0,08	
<b>Total</b>			<b>2,69</b>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

tabla 62 Ensalada Seis Porciones

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad por porción (gr) y (ml)</b>	<b>Precio unidad por cada gramo</b>	<b>Total</b>	<b>Valor de la Unidad</b>
Lechuga	400	0,00075	0,3	
Choclo dulce	425	0,00468	1,99	
Zanahoria	200	0,00125	0,25	
mayonesa	60	0,006	0,36	
<b>Total</b>			<b>2,90</b>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Tabla 63 Papas

Detalle	Cantidad por porción (gr)	Precio unidad por cada gramo	Total	Valor de la Unidad
Papas	400	0,00016	0,064	0,023
Sal	10	0,0006	0,006	
<b>Total</b>			<b>0,07</b>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Tabla 64 Bebida

Detalle	Cantidad por porción (gr) y (lt)	Precio unidad por cada gramo	Total	Valor de la Unidad
Agua	12	0,00048	0,00576	0,21
Sun- Tea	400	0,02411	9,64400	
Azúcar	360	0,00154	0,55440	
<b>Total</b>			<b>10,20</b>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.14 Requerimiento de Mano de Obra Directa

Tabla 65 Requerimiento de Mano de Obra

Personal	Cant.	Sueldo	SubTotal	13. Sueldo	14. Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS	Total Mensual	Total Anual
Chef	1	500	500	41,67	31,25	20,83	60,75	654,50	7.854
Ayudante de cocina	1	380	380	31,67	31,25	15,83	46,17	504,92	6.059,04
<b>Total</b>									<b>13.913,04</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.15 Costos Indirectos de Fabricación

##### 4.15.1 Materiales Indirectos

Tabla 66 Materiales Indirectos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Servilletas Personalizada	1.000	0,07	70,00
Detergente de cocina	8	2,5	20,00
Esponjas de Cocina	10	1	10,00
Toallas de Cocina	5	3	15,00
Gas	3	2,8	8,40
<b>Total</b>			<b>123,40</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 4.15.2 Materia Prima Indirecta

Tabla 67 Materia Prima Indirecta

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total (Mes)	Total Anual
Comino	600	gramos	0,0063	3,78	45,36
Culantro	4	atado	1	4,00	48,00
Salsa BBQ	700	gramos	0,005475	3,83	45,99
Cebolla	0,3	quintal	16	4,80	57,60
Mayonesa	700	gramos	0,006	4,20	50,40
Huevos	2	cubetas	3,5	7,00	84,00
Orégano	2.000	gramos	0,015	30,00	360,00
Ajo Molido	2.000	gramos	0,0083	16,60	199,20
Pimienta	2.000	gramos	0,0083	16,60	199,20
<b>Total</b>				<b>90,81</b>	<b>1.089,75</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 4.15.3 Servicios Básicos

Tabla 68 Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Valor total	Total Anual
Agua Potable	20	metros cúbicos	0,2	4	48
Energía Eléctrica	800	KW/H	0,091	72,8	873,6
<b>Total</b>				<b>76,8</b>	<b>921,6</b>

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

## 4.16 Resumen Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 69 Resumen CIF

Detalle	Valor
MPI	1089,75
Materiales Indirectos	1480,80
Servicios Básicos	921,6
MOI	6059,04
<b>Total CIF</b>	<b>9551,19</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.17 Resumen de Costos de Producción

*Tabla 70 Resumen Costos de Producción*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
MPD	16.942,32
CIF	9.551,19
MOD	13.913,04
<b>Total</b>	<b>40.406,55</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.18 Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se detallan los sueldos que son destinados al personal del área administrativa financiera del proyecto, además se tomará en cuenta los servicios básicos que requerirá cada área.

##### 4.18.1 Gasto Sueldos Administrativos

*Tabla 71 Sueldo Administrativo*

<b>Personal</b>	<b>Cant.</b>	<b>Sueldo</b>	<b>SubTotal</b>	<b>13. Sueldo</b>	<b>14. Sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte IESS</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Gerente	1	500	500	41,67	31,25	20,83	60,75	654,50	7854

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

##### 4.18.2 Gastos Servicios Básicos Administrativos

*Tabla 72 Gasto Servicios Básicos Administrativos*

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Agua Potable	3	Metros Cúbicos	0,20	0,60	7,20
Energía Eléctrica	160	KW/H	0,09	14,56	174,72
Teléfono	600	Minutos	0,02	14,40	172,80
Internet	1	Plan	27,36	27,36	328,32
<b>Total</b>			<b>27,68</b>	<b>56,92</b>	<b>683,04</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

### 4.18.3 Gastos Suministros de Oficina

Tabla 73 Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor total	Valor total Anual
Carpetas	5	Unidad	6,00	30,00	30,00
Archivadoras					
Papel bond	2	resmas	4,50	9,00	108
Ésferosx24	1	caja	4,85	4,85	58,2
Lápicesx12	1	caja	2,00	2,00	24
Tinta para sellos	2	unidad	1,20	2,40	2,40
tinta para impresora	2	unidad	15,00	30,00	30,00
sellos	2	unidad	25,00	50,00	50,00
Grapadora	2	unidad	5,20	10,40	10,40
Perforadora	1	unidad	4,80	4,80	4,80
Cuadernos	6	unidad	1,00	6,00	6,00
Clips	1	caja	0,75	0,75	9,00
Caja de grapas 6/6	2	caja	1,25	2,50	30,00
Saca grapas	1	unidad	1,00	1,00	1,00
Silla giratoria	1	unidad	60,00	60,00	60,00
Basureros	1	unidad	7,35	7,35	7,35
Archivador	1	unidad	60,00	60,00	60,00
Teléfono	1	unidad	50,00	50,00	50,00
<b>Total</b>			<b>249,90</b>	<b>331,05</b>	<b>541,15</b>

Elaborado por: Darwin Quilimba  
Año: 2016

### 4.18.4 Suministros de Aseo y limpieza

Tabla 74 Suministros de Aseo y Limpieza

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor Total Mensual	Valor total Anual
Escobas	4	unidad	1,50	6,00	6,00
Trapeador	3	unidad	1,50	4,50	4,50
Cloro Liquido	2	Galón	3,12	6,24	74,88
Desinfectantes	2	Galón	2,50	5,00	60,00
Ambientales	6	unidad	2,30	13,80	165,60
Jabon liquido	3	Galón	2,76	8,28	99,36

Gel antibacterial	2	Galón	10,00	20,00	240,00
Estropajos	12	unidad	0,25	3,00	36,00
Fundas de basura	3	paquete	0,75	2,25	27,00
Limpia vidrios	2	Litro	1,80	3,60	43,20
Guantes	18	Unidad	1,50	27,00	27,00
Papel higiénico	5	Paquete	1,00	5,00	60,00
Mallas para el cabello	20	unidad	1,25	25,00	300,00
<b>Total</b>				<b>129,67</b>	<b>1.143,54</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

#### 4.18.5 Resumen de Gastos Administrativos

*Tabla 75 Resumen Gastos Administrativos*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Mano de Obra	7854
Servicios básicos	466,20
Arriendo	4800,00
Suministros de oficina	541,15
Suministros de aseo y limpieza	1143,54
<b>Total</b>	<b>14.804,89</b>

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

#### 4.19 Gastos de Ventas

##### 4.19.1 Publicidad

*Tabla 76 Publicidad*

<b>Detalle</b>	<b>Radio</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Diario (3 veces)</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Publicidad Radio	EXA 93.9	3,5	10,5	42	504
Publicidad TV	UTV	6	18	72	864
	Fábrica TV	5	15	60	720
<b>Total</b>				<b>174</b>	<b>2088</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 4.20 Capital de Trabajo

*Tabla 77 Capital de Trabajo*

<b>Capital Trabajo</b>	<b>Valor Anual</b>
Costos de Producción	40.406,55
Gastos Administrativos	14.804,89
Gastos de Ventas	2.088,00
SUBTOTAL	57.299,44
Imprevistos (5%)	2.864,97
<b>TOTAL</b>	<b>15.597,06</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 4.21 Resumen Total de la Inversión

*Tabla 78 Resumen de la Inversión*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Activos Fijos	72.203,65
Gastos de Constitución	2.150
Capital de trabajo	15.597,06
<b>Total</b>	<b>89.950,71</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 4.22 Financiamiento

*Tabla 79 Financiamiento*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio	54.950,71	61,09%
Financiamiento	35.000,00	38,91%
<b>Total</b>	<b>89.950,71</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## CAPÍTULO V

### 5 Estudio Financiero

#### 5.1 Presentación

El presente capítulo presenta los aspectos financieros operativos para el uso eficiente de los recursos disponibles proyectados a cinco años para la producción del servicio que se requiere ofrecer al cliente, el cual analizará todos los rubros económicos, además planteará escenarios tales como estados de situación inicial, estado de flujo de efectivo, estado de resultados que permitan determinar los indicadores para la factibilidad de implantación e implementación de este proyecto; además es importante demostrar los indicadores que permitan la viabilidad del proyecto tales como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Período de recuperación de la Inversión, Relación Costo – Beneficio y el respectivo punto de Equilibrio.

#### 5.2 Objetivo General

Efectuar un estudio financiero para determinar la factibilidad económica del proyecto, a través de los indicadores financieros.

#### 5.3 Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el presupuesto de Ingresos proyectados a cinco años.
- ✓ Determinar el presupuesto de Costos y Gastos proyectados a cinco años.
- ✓ Realizar el estado de situación Inicial.
- ✓ Realizar el Estado de Resultados proyectado a cinco años.
- ✓ Realizar el estado de Flujo de Efectivo
- ✓ Determinar la Tasa de Rendimiento Media o Tasa de Redescuento
- ✓ Determinar el Valor Actual Neto
- ✓ Determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR)

- ✓ Determinar la Relación Costo – Beneficio
- ✓ Determinar el Punto de Equilibrio

#### 4.4 Presupuesto de Ingresos

*Tabla 80 Presupuesto de Ingresos*

<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Cantidad	9216	9557	12265	16325	23901
Precio/unidad	8,0	8,40	8,82	9,26	9,72
Total \$	73.728,00	80.278,73	108.177,45	151.167,08	232.318,20

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

El presupuesto de ingresos se calculó en base a la capacidad de platos que se venderán en el primer año 2017, un número de 9.216 platos además de la proyección del precio que se hizo con el 1,12% de inflación.

#### 5.4 Presupuesto de Egresos

##### 5.4.1 Costos de Producción

*Tabla 81 Costo de Producción*

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
MPD	16.942,32	17.145,62	17.351,37	17.559,59	17.770,30
CIF	9.551,19	9.665,80	9.781,79	9.899,17	10.017,96
MOD	13.913,04	14.079,99	14.248,95	14.419,94	14.592,98
Total	40.406,55	40.891,42	41.382,12	41.878,71	42.381,25

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 5.5 Gastos Financieros

Tabla 82 GASTOS FINANACIEROS

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Intéres	\$3.641,74	\$2.989,33	\$2.259,99	\$1.444,64	\$533,12
Capital	\$5.532,03	\$6.184,43	\$6.913,77	\$7.729,13	\$8.640,64

Elaborado por: El Autor  
Año: 2016

## 5.6 Depreciación

Tabla 83 Depreciación

<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>=V. AC - V. RES</b>	<b>% Dep.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Maquinaria y equipo	16.220	1.622,00	14.598,00	10%	1.459,80	1.459,80	1.459,80	1.459,80	1.459,80
Mubles y Enseres	1.900	190,00	1.710,00	10%	171,00	171,00	171,00	171,00	171,00
Obra Civil	35.000	3.500,00	31.500,00	20%	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00
Equipos de Computación	6.300	630,00	5.670,00	33,33%	1.889,81	1.889,81	1.889,81	0,00	0,00
Menaje Restaurante	12.783,65	1.278,37	11.505,29	20%	2.301,06	2.301,06	2.301,06	2.301,06	2.301,06
<b>TOTAL</b>	<b>72.203,65</b>	<b>7.220,37</b>	<b>64.983,29</b>		<b>12.121,67</b>	<b>12.121,67</b>	<b>12.121,67</b>	<b>10.231,86</b>	<b>10.231,86</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 5.7 Estado de Presupuesto Projectado

### 5.7.1 Estado de Situación Financiera

Tabla 84 Estado de Situación Inicial

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo Fijo	
Caja/ bancos	15597,06		
Subtotal	15597,06	Préstamo Bancario	35000,00
<b>Activos fijos</b>			
Obra Civil	35000,00		
Menaje Restaurante	12783,65		
Equipo de Computación	6300,00	CAPITAL	
Maquinaria y Equipo	16220,00	Capital social	54950,71
Muebles y enseres	1900,00		
Subtotal	72203,65	Subtotal	54950,71
Gastos de Constitución	2150,00		
<b>Total de activos</b>	<b>89950,71</b>	<b>Total pasivo + capital</b>	<b>89950,71</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

### 5.7.2 Estado de Resultados

Tabla 85 Estado de Resultados

Detalle	1	2	3	4	5
Ventas	73.728,00	80.278,73	10.8177,45	151.167,08	232.318,20
(-) Costos de Producción	40.406,55	40.891,43	4.1878,71	43.404,51	45.525,73
Utilidad Bruta Projectada	<b>33.321,45</b>	<b>39.387,30</b>	<b>66.298,74</b>	<b>107.762,57</b>	<b>186.792,47</b>
G. Administrativos	14.804,89	14.970,70	15.138,38	15.307,93	15.479,38
G. de Ventas	2.088,00	2.111,39	2.158,95	2.232,30	2.334,00
G. Financieros	3.641,74	2.989,33	2.259,99	1.444,64	533,12
Depreciación	12.121,67	12.121,67	12.121,67	10.231,86	10.231,86
G. Preoperativos		0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Operacional	665,15	7.194,21	34.619,76	78.545,84	158.214,11
(-) 15% Part. Trabajadores	99,77	1.079,13	5.192,96	11.781,88	23.732,12
Utilidad Neta	565,38	6.115,08	29.426,80	66.763,97	134.481,99
(-)22% Impuesto a la renta	124,38	1.345,32	6.473,90	14.688,07	29.586,04
Utilidad Neta	<b>441,00</b>	<b>4.769,76</b>	<b>22.952,90</b>	<b>52.075,90</b>	<b>104.895,96</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

### 5.7.3 Estado de Flujo de Caja

Tabla 86 Flujo de Caja

<b>Inversion Inicial</b>	<b>89950,71</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Utilidad Neta		441,00	4.769,76	22.952,90	52.075,90	10.4895,96
Depreciación		3.235,16	3.235,16	3.235,16	32.35,16	3.235,16
Amortización Intangible		861	861	861	861	861
Valor en Libros						
<b>TOTAL</b>		<b>4.537,16</b>	<b>8.865,92</b>	<b>27.049,06</b>	<b>56.172,06</b>	<b>10.8992,12</b>
<b>INGRESOS</b>						
Egresos						
Capital préstamo		2.370,87	2.650,47	2.963,05	3.312,48	3.703,13
Valor de Desecho						
Total Egresos		2.370,87	26.50,47	2.963,05	3.312,48	3.703,13
<b>Flujo Neto</b>		<b>2.166,29</b>	<b>6.215,45</b>	<b>24.086,01</b>	<b>52.859,58</b>	<b>10.5288,99</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

### 5.8 Evaluación Financiera

#### 5.8.1 Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 87 VALOR ACTUAL NETO

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO EFECTIVO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>FE * FREC.</b>
<b>1</b>	2.166,29	0,919	1.991,62
<b>2</b>	6.215,45	0,845	5.253,57
<b>3</b>	24.086,01	0,777	18.717,05
<b>4</b>	52.859,58	0,714	37.764,80
<b>5</b>	105.288,99	0,657	69.157,18
		<b>Valor Presente</b>	132.884,23
		<b>(-) Inversion Inicial</b>	89.950,71
		<b>VAN</b>	<b>42.933,52</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 5.8.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 88 TASA INTERNA DE RETORNO

<b>INV. INICIAL</b>		<b>- 89.950,71</b>
<b>FLUJOS EFECTIVO</b>	AÑO 1	2.166,29
	AÑO 2	6.215,45
	AÑO 3	24.086,01
	AÑO 4	52.859,58
	AÑO 5	105.288,99
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>19,33%</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 5.8.3 Tasa de Rendimiento Media o Tasa de redescuento

Tabla 89 TASA DE RENDIMIENTO MEDIA

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Tasa de rendimiento</b>	<b>Valor Ponderado</b>
Capital Propio	54950,71	61,090%	5,02%	3,07%
Capital Financiado	35000,00	38,910%	11,57%	4,50%
	89950,71	100%	17%	7,57%
		89950,71		
Costo de Capital		7,57%		
Inflación		0,0112		
TMAR	$(1+CK)(1+inflacion)-1$			
TMAR	$(1+0,08934)(1+0,0112)-1$			
TMAR		0,087733865		
TMAR		8,77%		

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

### 5.8.4 Período de Recuperación

Tabla 90 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
1	2.166,29	2.166,29	2.166,29
2	6.215,45	6.215,45	8.381,74
3	24.086,01	24.086,01	32.467,75
4	52.859,58	52.859,58	85.327,33
5	105.288,99	105.288,99	190.616,31
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>			<b>4 AÑOS, 1 MES</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

### 5.8.5 Relación Costo – Beneficio

Tabla 91 COSTO - BENEFICIO

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FE * FREC.
1	2.166,29	0,919	1.991,62
2	6.215,45	0,845	5.253,57
3	24.086,01	0,777	18.717,05
4	52.859,58	0,714	37.764,80
5	105.288,99	0,657	69.157,18
<b>Valor Presente</b>			<b>132.884,23</b>
<b>(-) Inversion Inicial</b>			<b>89.950,71</b>
<b>VPN</b>			<b>42.933,52</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

$$\frac{\text{Valor Presente}}{\text{Inversión Inicial}} = \frac{132.884,23}{89.950,71} = \$1,48$$

## 5.8.6 Cálculo del punto de Equilibrio

Tabla 92 PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS DE PRODUCCIÓN	Valor mensual	valor anual	costo fijo	costo variable	gasto fijo	gasto variable
<b>MOD</b>	1.159,42	13.913,04	13.913,04			
<b>MPD</b>	1.411,86	16942,32		16942,32		
<b>CIF</b>	795,93	9551,19	955,12	8596,07		
<b>Subtotal</b>	3.367,21	40.406,55	14.868,16	25.538,39		
<b>Gastos OPERATIVOS</b>						
<b>Gastos</b>						
<b>Administrativos</b>						
<b>Sueldos y Salarios</b>	654,5	7854	7854			
<b>Gasto Arriendo</b>	400	4800			4800	
<b>Energía Eléctrica</b>	14,56	174,72				174,72
<b>Teléfono e Internet</b>	41,76	501,12			501,12	
<b>Agua</b>	0,6	7,2			7,2	
<b>Suministros de Oficina</b>	730,6	730,6				730,6
<b>Aseo y limpieza</b>	0,00	0,00				0,00
<b>Subtotal</b>	1842,02	14067,64	7854,00	25538,39	5308,32	905,32
<b>Gasto de Ventas</b>						
<b>Gasto Publicidad</b>	174	2088			626,4	1461,60
<b>Subtotal</b>	174	2088			626,4	1461,60
<b>Total</b>	<b>5.383,23</b>	<b>56.562,19</b>	<b>22.722,16</b>	<b>51.076,78</b>	<b>5934,72</b>	<b>2366,92</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Fijo: \$28.656,88

Variable: \$ 53.443,70

Unidades por año: 9216

Precio: \$8

Costo Variable Unitario: \$5,80

$$PEQ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{PV - CVu} = \frac{\$28.656,88}{\$8 - \$5,80} = 3.576$$

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{CVu}{\text{Precio}}} = \frac{\$28.656,88}{1 - \frac{\$5,80}{\$8}} = \$28.656,15$$

## CAPÍTULO VI

### 6 Estructura Organizacional

La Estructura Organizacional es el análisis de la empresa, es decir es el estudio de cada una de las partes o elementos que la conforman las cuales deben estar en un orden específico. La estructura deberá ser relativamente duradera y divide el trabajo y los mecanismos de coordinación que se realizan dentro de la empresa. Además se encarga de la división de las funciones, puestos y de niveles de toma de decisiones.

#### 6.1 Denominación de la Empresa

El nombre por la cual el Restaurante Buffet se hará conocer dentro de la zona es un nombre, ya que este nombre tiene características que van de acuerdo con la descripción del proyecto.

El servicio tendrá una marca de identificación dentro del mercado, esto ayudará a la caracterización de la empresa dentro de la zona de estudio; además de un slogan “Sabor y placer, sin límites”.

*Ilustración 22 LOGO*



## **6.2 Marco Legal**

### **6.2.1 Razón Social**

La razón social de la empresa “Restaurante Buffet, Don Eduardo” será una empresa dedicada a brindar el servicio de alimentación, en donde los comensales podrán armar su propio menú. De conformidad a lo prescrito con la ley de propiedad intelectual. Dichas marcas comerciales se solicitará al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida de las denominaciones para eliminar riesgos de utilización indebida de logotipo protegido.

### **6.2.2 Figura Jurídica**

Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada

Constitución

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Restaurante Buffet Don Eduardo, será una entidad de carácter privado legalizada como Compañía de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama “gerente propietario”.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente - propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente - propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa desee incluir.

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuvieren formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a fin de que en el mismo deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución. La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

### **Permisos y obligaciones adicionales**

El cumplimiento legal que debe presentar la microempresa productora y comercializadora de miel de remolacha, debe responder a los siguientes trámites y obligaciones:

- Registro único de contribuyente

- Patente municipal
- Registro sanitario
- Registro de marca
- Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos
- Permiso ambiental

### 6.3 Filosofía de la Empresa

#### 6.3.1 Misión

“RESTAURANTE BUFFET, DON EDUARDO” es una empresa especializada en la preparación de varios tipos de carne brindando un servicio de calidad, agregando valor superior mediante la selección personal del menú que elija cliente para que así disfruten de nuestro trabajo.

#### 6.3.2 Visión

“RESTAURANTE BUFFET, DON EDUARDO”, En 5 años pretende convertirse en una empresa reconocida a nivel provincial como un restaurante original, sólido, profesional, con calidad humana y principios éticos, capaz de desarrollar en cada uno de nuestros colaboradores; su capacidad creativa a favor del cliente.

### 6.4 Objetivos

#### 6.4.1 Principales Objetivos:

- Ofrecer un servicio y una calidad de producto que nos caracterice por la excelencia y nos diferencie de la competencia.
- Mantener la calidad del servicio y del producto ante todo.

- Contar un personal idóneo, tanto en su aspecto como en sus conocimientos y capacidades.
- Lograr un ambiente de trabajo en equipo y capacitar al personal en todos los aspectos.
- Mantener los precios y un nivel de venta promedio.

#### 6.4.2 Valores

Los principios éticos y morales forman parte de la conducta y comportamiento dentro de la organización en la que desempeñan sus funciones, por lo que se convierten en la base fundamental en la que gira la empresa.

- a) Compromiso:** asumir con profesionalismo y seriedad el trabajo a realizar dentro de la empresa para su funcionamiento y cumplimiento de metas y objetivos.
- b) Ética:** Se promoverá el trabajo ligado a los principios morales y las buenas costumbres para mantener las relaciones estables con los clientes internos y externos del negocio.
- c) Excelencia:** lograr la excelencia en calidad del producto, servicio, procesos, ambiente laboral y relaciones con el entorno comercial, social y ambiental.
- d) Honestidad:** Trabajo con transparencia, siendo razonables y justos con los clientes y trabajadores de la microempresa de acuerdo a las normas legales y del negocio.
- e) Respeto:** Promover el trato educado y digno respetando la diversidad e igualdad de las personas para que las relaciones sean estables, creando una buena comunicación y un desempeño efectivo laboral. Pues el respeto es la esencia de las relaciones humanas y el trabajo en equipo.
- f) Responsabilidad Ambiental:** Valor representado en el cuidado, recuperación y sostenimiento del ecosistema. Aplicación de procesos de producción respetuosos

con el medio ambiente e inculcando en la comunidad una cultura de cuidado ambiental, frenando el cambio climático.

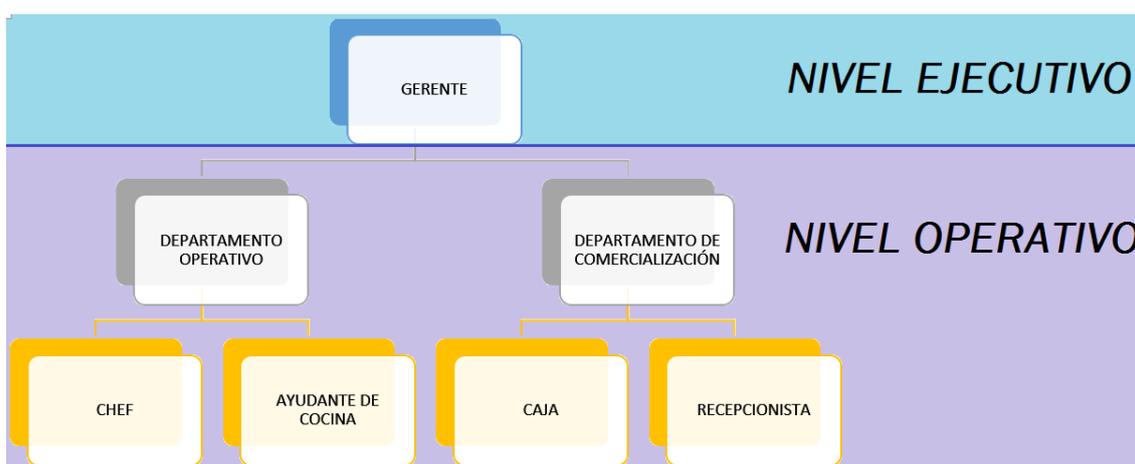
- g) Responsabilidad Social:** Contribuir al desarrollo social, y económico de nuestros clientes para mejorar la calidad de vida.

### 6.5 Organigrama Estructural

El organigrama tiene como objetivo presentar, de forma clara, objetiva y directa, la estructura jerárquica de la empresa. Desde el Gerente, pasando por los distintos departamentos operativos y de comercialización, todos los cargos y funciones están ahí para contribuir a agilizar procesos y reducir barreras entre la empresa y agentes externos, como proveedores y socios. La estructura orgánica está compuesta por los siguientes niveles:

- Nivel Ejecutivo
- Nivel Operativo

*Ilustración 23 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL*



Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 6.6 Descripción de las Funciones

### 6.6.1 Manual de Funciones

Tabla 93 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Unidad Administrativa	Ejecutivo
Cargo	Gerente
Objetivo del cargo	Optimizar y organizar eficiente y eficazmente los recursos del restaurante
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Es responsable de la gestión administrativa y financiera de la empresa, deberá formular los planes de acción, ejecutarlos y verificar su cumplimiento, así como seleccionar y dirigirlo.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la empresa judicial y extrajurídicamente en lo administrativo.</li> <li>• Dirigir la gestión administrativa y financiera de la empresa.</li> <li>• Formular políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con todos los procesos. Cumplir y hacer cumplir los estatus legales establecidos.</li> <li>• Coordinar, supervisar, controlar y monitorear los procesos empresariales.</li> <li>• Realiza otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> <li>•</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
Nombrar y remover al personal administrativo y operativo de acuerdo a las necesidades y requerimiento de la empresa y de conformidad a las disposiciones legales vigentes. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales vigentes.	
<b>PERFIL</b>	
Formación	Educación Superior.
Especialidad	Ingeniero Comercial, Contador o carrera afines.
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia en cargo similares.
<b>PERSONALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Orden.</li> <li>• Habilidad para interrelacionarse.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>• Habilidad administrativa y experiencia contable.</li> </ul>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Tabla 94 MANUAL DE FUNCIONES CHEF

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Unidad Administrativa	Operativo
Cargo	Jefe de Cocina – Chef
Objetivo del cargo	Planificar y coordinar las actividades para la preparación de alimentos de calidad.
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Planificar, dirigir, organizar y controlar las actividades de producción, en este proyecto a la preparación de alimentos.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir y controlar la ejecución del proyecto.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir las política establecidas en su área</li> <li>• Coordinar el trabajo con la producción para cumplir los requerimientos del cliente.</li> <li>• Aprobar, supervisar y controlar la compra y almacenaje de materia prima e insumos necesarios para la producción.</li> <li>• Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener actualizado los procesos de cocina.</li> <li>• Dirigir los procesos de cocina.</li> <li>• Realizar otras funciones asignadas en base a su cargo.</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
Formación	Educación Superior.
Especialidad	Gastronomía.
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargo similares.
<b>PERSONALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocación del servicio.</li> <li>• Discreción y honestidad comprobadas.</li> <li>• Capacidad para resolver conflictos rápidamente.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>• Habilidad para interrelacionarse.</li> <li>• Liderazgo.</li> </ul>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Tabla 95 MANUAL DE FUNCIONES AYUDANTE DE COCINA

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Unidad Administrativa	Operativo
Cargo	Ayudante de cocina
Objetivo del cargo	Colaborar en las actividades de cocina de acuerdo a los requerimientos.
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Prepara los alimentos con la coordinación del Chef siguiendo las especificaciones dadas de manera ágil y oportuna.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaborar con el jefe de cocina en cuanto a procedimientos relacionados con la compra, almacenamiento, inventario y manejo de alimentos.</li> <li>• Apoyar en los procesos de cocina.</li> <li>• Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar sobre la disposición de materia prima, suministros e implementos necesarios para la compra.</li> <li>• Ayudar en la planificación de actividades en el área de cocina</li> <li>• Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
Formación	Bachiller
Especialidad	Bachiller
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
<b>PERSONALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discreción y honestidad</li> <li>• Vocación del servicio</li> <li>• Capacidad de trabajo en Equipo</li> <li>• Capacidad organizativa y creativa</li> <li>• Habilidad para interrelacionarse</li> </ul>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

Tabla 96 MANUAL DE FUNCIONES MESERO

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Unidad Administrativa	Operativo
Cargo	Mesero
Objetivo del cargo	Colaborar en las actividades de atención al cliente de acuerdo a los requerimientos del chef y la cajera.
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Constituye una pieza clave ya que es quien está en contacto directo con el comensal todo el tiempo, debe tener buena disposición para atender al cliente de manera eficiente, eficaz y con buena actitud.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar una atención personalizada y dar la bienvenida a los clientes.</li> <li>• Sugerir las diferentes opciones de la carta.</li> <li>• Entrega de la vajilla</li> <li>• Retiro de la vajilla</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el orden, la limpieza y la buena imagen del salón.</li> <li>• Control de la limpieza del área de servicio de restaurante.</li> <li>• Recepción de sugerencias y quejas de los clientes</li> <li>• Conocimiento cabal de la estructura organizacional de la empresa.</li> <li>• Realizar otras funciones asignadas en base a su cargo.</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
Formación	Bachiller
Especialidad	Bachiller
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
<b>PERSONALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discreción y honestidad</li> <li>• Vocación del servicio</li> <li>• Capacidad de trabajo en Equipo</li> <li>• Capacidad organizativa y creativa</li> <li>• Habilidad para interrelacionarse</li> </ul>	

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## CAPÍTULO VII

### 7 Impactos

#### 7.1 Objetivo:

Identificar los principales impactos que se incurra al realizar el proyecto en los ámbitos: económico, social y ambiental.

Para identificar el nivel de impacto se realizará una matriz con las respectivas valoraciones para cada uno de los indicadores correspondientes a los impactos, en la matriz se señalará una valoración desde -3 a3, después de valorar cada indicador se divide el total para el número de impactos.

*Tabla 97 PUNTUACIÓN POR NIVEL DE IMPACTO*

<b>Puntuación</b>	<b>Significado</b>
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	Neutro
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2016

## 7.2 Impacto Económico

Tabla 98 IMPACTO ECONÓMICO

<i>Indicador Económico</i>	<b>Nivel de Impacto</b>							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<i>Inversión</i>						X		2
<i>Producción</i>							X	3
<i>Ingresos</i>						X		2
<i>Total</i>						4	3	7

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2017

$$\frac{\sum Total}{Número de Indicadores} = \frac{7}{3} = 2,33 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Análisis:

**Inversión:** Podemos notar que al realizar el proyecto, este dará como resultado un nivel de rentabilidad y de liquidez aceptables, por lo que necesitaremos de un gran movimiento de clientes para que el negocio se puede desenvolver y desarrollar de manera eficiente en el mercado.

**Producción:** La producción es un factor importante a la hora de la elaboración de los distintos platos, aquí interviene el aprendizaje y conocimiento del personal; por lo que cada uno de ellos desempeñarán las funciones necesarias para brindar un servicio de calidad.

Ingresos: El resultado de este indicador, da como resultado obtención de ingresos sustentables donde todos y cada una de las personas que son miembros del negocio puedan beneficiarse con este servicio y con esto puedan cubrir las necesidades diarias.

### 7.3 Impacto social

Tabla 99 IMPACTO SOCIAL

<b>Indicador Social</b>	<b>Nivel de Impacto</b>							<b>Total</b>
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
<i>Empleo</i>						X		2
<i>Relaciones Familiares</i>							X	3
<i>Calidad de Vida</i>							X	3
<b>Total</b>						2	6	<b>8</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2017

$$\frac{\sum Total}{Número de Indicadores} = \frac{8}{3} = 2,67 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

#### Análisis:

**Empleo:** La importancia de la gestión del talento humano debe estar orientada, a producir satisfacción en la gente; por lo que generar el proyecto abrirá plazas de trabajo y por ende generando empleo; El talento humano de la actualidad deben convertirse en personas preparadas para asumir los cambios organizacionales que las economías globales le exigen; por lo que conforme la empresa vaya creciendo se necesitará mayor demanda de mano de obra.

**Relaciones Familiares:** Se pretende sociabilizar con las personas el desarrollo del proyecto lo que permitirá desarrollarnos de manera más efectiva en la sociedad y así tener colaboración y participación activa de las personas involucradas, dando lugar a

promover la unión familiar y lazos de amistad ya que será un centro donde podrán disfrutar de momentos agradables.

Calidad de Vida: Mediante la ejecución del proyecto se generará beneficios para los miembros involucrados; tanto de manera interna y externa, de esta manera su nivel de vida será mejor.

### Impacto Ambiental

Tabla 100 IMPACTO AMBIENTAL

<i>Indicador Ambiental</i>	<i>Nivel de Impacto</i>							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<i>Clasificación de Desechos</i>						X		2
<i>Contaminación</i>						X		2
<i>Manejo de Olores</i>							X	3
<i>Salud Personal</i>							X	3
<i>Total</i>						4	6	10

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2017

$$\frac{\sum Total}{Número de Indicadores} = \frac{10}{4} = 2,50 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

### Análisis:

Clasificación de Desechos: Los residuos en la cocina son todos aquellos productos, envases, alimentos, desperdicios, que no tienen un uso directo para la actividad de nuestro negocio, la clasificación de desechos es indispensable ya que se utilizarán materias primas orgánicas y otros recursos inorgánicos indispensables para la elaboración de los distintos platos; estos deberán ser clasificados de acuerdo a la norma.

Contaminación: Los recipientes de residuos serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y preferentemente con fundas plásticas en su interior. Deberán ser vaciados regularmente de acuerdo a los días y horarios establecidos para la recolección municipal o su delegado. Los residuos orgánicos obtenidos se recogerán en recipientes plásticos tapados y en buen estado, fuera de áreas de preparación de alimentos y atención al cliente.

Manejo de Olores: Debido a la actividad, presencia de muchas personas, alimentos, cocina, platos preparados que salen a la sala, uso muy frecuente de los baños públicos, etc. incrementan la presencia de olores y/o sensación de ambiente cargado. Esto hace que la imagen del comercio se deteriore; por lo que para el manejo de olores, serán muy importantes los ductos de aire que estarán instalados y adecuados en el restaurante para de esta manera se mantenga limpio un buen porcentaje de aire en el local.

Salud Personal: Muchos empleados de restaurantes cometen el error de descuidar la limpieza e higiene con la intención de atender más rápido a los clientes. Se debe considerar una higiene total, no solo en la cocina, sino en todo el restaurante; por lo que hay que tener en cuenta que cuando un cliente visita un restaurante, toma en cuenta incluso el olor que percibe en el mismo. Se debe implementar un plan de limpieza constante de los baños, se debe monitorear que los platos, vasos y cubiertos vayan absolutamente limpios.

1. Limpieza del piso cada 30 minutos.
2. Supervisión de la limpieza del área de cocina cada 60 minutos.
3. Limpieza constante de las mesas sin importar el hecho de que hayan sido usadas o no (por el polvo o similares).
4. Limpieza del baño o baños cada 30 minutos.
5. Evitar acumulación de platos sucios lavando conforme vayan siendo utilizados.

6. Mantener las instalaciones libres de plaga con el apoyo de empresas especializadas en el tema.
7. Correcta manipulación de los alimentos.
8. Uso de guantes a la hora de manipular los ingredientes más delicados.
9. Limpieza de vasos y platos asegurando que no tengan restos de polvo o similares a pesar de que se encuentren lavados.

#### 7.4 Impacto General del Proyecto

*Tabla 101 IMPACTO GENERAL*

<b>Indicador Económico</b>	<b>Nivel de Impacto</b>							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<i>Impacto Económico</i>						X		2
<i>Impacto Social</i>						X		2
<i>Impacto Ambiental</i>						X		2
<b>Total</b>						6		<b>6</b>

Elaborado por: Darwin Quilsimba  
Año: 2017

## 8 CONCLUSIONES

- En base al diagnóstico situacional se pudo establecer que existen aliados los cuales serán de gran ayuda para el proyecto ya que tenemos proveedores de calidad y talento humano profesional; además de oportunidades las cuales permitirán que el negocio desarrolle sus actividades normalmente.
- Para una mejor comprensión del desarrollo del proyecto es importante tener clara la base teórica y científica de temas a tratar dentro del proyecto, el marco teórico ayudó a sustentar y fortalecer el conocimiento para desarrollar de mejor manera el proyecto.
- Con el análisis de la investigación de mercado se pudo determinar la frecuencia con la que las personas del cantón acuden a los restaurantes; además de la orientación del mercado a los estratos medio alto y alto de la ciudad de Ibarra.
- En el estudio Técnico se identificó el tamaño, localización y demás requerimientos técnicos que conllevan al adecuado funcionamiento del proyecto; se pudo determinar que existen los recursos necesarios para poner en ejecución el proyecto
- Al realizar el estudio financiero se logró conocer la inversión inicial, para luego evaluar con distintos aspectos y así determinar la factibilidad del proyecto, esto mediante indicadores financieros que ayudaron a sustentar que el proyecto es factible.
- En la estructura organizacional se dio forma a la empresa, desarrollando un manual con especificaciones para cada miembro activo y de esta manera desempeñar las actividades diarias, también se analizó y se dio nombre al restaurante así como plantear la misión y su visión con el propósito de cada miembro cumpla con su objetivo y alcanzar la meta.

- Cada una de las organizaciones genera impacto sean estos positivos o negativos, cada uno de los impactos mencionados anteriormente generarán expectativas en el desarrollo económico, social y además mediante el cumplimiento de las normas ambientales se logrará reducir la contaminación que genere el proyecto.

## 9 RECOMENDACIONES

- a) Realizar un diagnóstico Situacional con toda la información necesaria que se pueda encontrar, con el propósito de determinar los principales oportunidades y aliados que puede ofrecer el proyecto; además de que se promueva la creación de microempresas en el sector con el fin de dinamizar la economía local.
- b) Recolectar toda aquella información en donde se sustenten las bases teóricas ya que nos da un panorama sobre el estado de conocimiento en el que se encuentra nuestra temática de investigación; además de realizar un análisis y reflexión hecha a las fuentes bibliográficas revisadas sobre el problema planteado.
- c) Los Restaurantes en la actualidad han ido evolucionando de la mano con la tecnología, por lo que para emprender en negocios de estas características es una buena estrategia charlar con dueños locales de comida donde tuvieron éxito, así se podrá comprender de mejor manera las estrategias usadas para atraer a los clientes.
- d) Antes de elaborar un presupuesto de costos y gastos debemos tener muy en cuenta cada detalle que será necesario para el proyecto, así se podrá identificar de mejor manera cada uno de los elementos necesarios y esto permitirá un uso eficiente de tiempo y recursos.
- e) Elaborar un estudio financiero detallado y con todos sus elementos en donde se pueda interpretar cada uno de los resultados obtenidos.
- f) La responsabilidad de recurso Humano incluye formar a los gerentes del restaurante sobre los asuntos de las relaciones con el empleado, como dirigir las sugerencias del empleado sugerencias y sus preocupaciones; es por eso que es importante la selección y reclutamiento de personal. Por lo que el administrador

a través de una serie de procesos tendrá la obligación de elegir el personal idóneo para que el restaurante se desenvuelva en su actividad económica diariamente.

- g) Se debe tener mucha importancia y tomar como una prioridad los impactos ambientales y económicos negativos, con el objetivo de minimizarlos o si hay manera de eliminarlos.

## 10 BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE, Héctor. 2013, *Ingeniería Económica Básica*, Editorial: Cengage Learning, México.

ARAUJO, David. 2012, *Proyectos de Inversión*; Editorial: Trillas, México.

ARBOLEDA, Germán. 2013, *Proyectos Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia*; Editorial: Alfaomega, México.

ANZOLA, Sérvulo. 2010, *Administración de Pequeñas Empresas*, Editorial: McGraw – Hill, México.

BRAVO, Mercedes. 2013, *Contabilidad General*, Editorial: Escobar Impresores, Quito – Ecuador.

CASTRO, Jany. 2009, *Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio (Cuarta Edición)*, Editorial: McGraw - Hill, Bogotá – Colombia.

CÓRDOBA, Marcial. 2011, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Editorial Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.

CHIAVENATO, Idalberto. 2009, *Introducción a la teoría general de la administración (Séptima Edición ed.)*, Editorial: McGraw – Hill, México.

DURÁN, Carlos. 2012, *El Restaurante como Empresa*, Editorial: Trillas, México.

FLÓREZ, Juan. 2010, *Proyectos de Inversión para Pymes*, Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.

FONTAINE, Ernesto. 2008, *Evaluación Social de Proyectos*, Editorial Pearson Educación, México.

*HERNÁNDEZ, Álvaro. 2004, Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación, Editorial Trillas, México.*

*HERNANDEZ & HERNANDEZ, Abraham & Abraham. Formulación y Evaluación de proyectos de Inversion, Editorial: Edamsa Impresiones S.A, México.*

*HORNGREN, HARRISON & OLIVER, Charles, Walter & Suzanne. 2010, Contabilidad, Editorial: Pearson Educación, México.*

*JONES, Gareth. 2008, Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones (Quinta Edición ed.), Editorial: Pearson Education, México.*

*KOTLER & ARMSTRONG, Philip & Gary. 2012, Marketing, Editorial: Pearson Educación, México.*

*KOONTZ, Harold. 2008, Administración una Perspectiva Global y Empresarial (Décimo Tercera Edición ed.), Editorial: MacGraw – Hill, México.*

*LANDETA, Mónica 2013, Ingeniería Económica y Financiera, Editorial Trillas, México.*

*MESA, Manuel. 2012, Fundamentos de Marketing, Editorial Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

*NUÑEZ, Rafael. 2007, Manual de Evaluación de Proyectos de Inversion (Primera Edición) Editorial: Trillas, México.*

*RAMOS, Minerva. 2012, Principios de Microeconomía, Editorial: Pearson Educación S.A, Madrid – España.*

*RODRIGUEZ, Ricardo. 2012. Costos Aplicados en Hotelería, Alimento y Bebidas; Editorial: Ecoe Ediciones, Bogotá – Colombia.*

*SAPAG, Chain. 2008, Proyectos de Inversion, Formulación y Evaluación, Editorial: Pearson Education, México.*

*SCULLY & COBB, Debra & Kate. 2012, Predicción de Tendencias del Color de la Moda, Editorial: Gustavo Gill, Barcelona – España.*

*SEGURA, Manuel. 2010, Manipulador de Comidas Preparadas, Editorial: Club Universitario, San Vicente (Alicante) – España.*

*WHELEN & HUNDER, Thomas & David. 2007. Administración Estratégica y Política de Negocios (Décima Edición ed.), Editorial: Pearson Educación, México.*

*ZAPATA, Pedro. 2007, Contabilidad de Costos, Editorial: McGraw-Hill Interamericana, Colombia.*

## 11 LINKOGRAFÍA

- Enciclopedia Financiera. (s.f.). *Enciclopedia Financiera*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2016, de <http://www.encyclopediafinanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos-pdf5/bases-conceptuales-gestion-del-servicio-buffet-restauracion/bases-conceptuales-gestion-del-servicio-buffet-restauracion.shtml#programaca>
- Nuñez, E. (s.f.). *FundaPYMES.com*. Recuperado el Noviembre de 2016, de FundaPYMES: <http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- [https://www.protocolo.org/social/la\\_mesa/el\\_buffet\\_que\\_es\\_y\\_cuando\\_se\\_hace.htm](https://www.protocolo.org/social/la_mesa/el_buffet_que_es_y_cuando_se_hace.htm)
- Velasco, A. (3 de Septiembre 2013). *Prezi*. Recuperado de: [https://prezi.com/obzxwb9s\\_1sq/copy-of-metodos-de-coccion/](https://prezi.com/obzxwb9s_1sq/copy-of-metodos-de-coccion/)
- <http://e.viagourmet.com/ojo-critico/notas/servicio-de-buffet-que-es.html>

# ANEXOS

## Anexo 1. Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

INGENIERÍA COMERCIAL

La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información para determinar si es factible o no la creación de un restaurante Buffet en la ciudad de Ibarra.

## 1. Género

Masculino Femenino 

## 2. Edad

20 a 30 31 a 40 Más de 40 

## 3. : ¿Qué lugares frecuenta Ud. cuándo sale los fines de semana?

RESTAURANTES CENTROS COMERCIALES PARQUES 

## 4. ¿A qué tipo de restaurante le gusta acudir a Ud. normalmente?

Comida Rápida Platos a la Carta Marisquería

## Buffet

5. ¿Ha oído Ud. de algún restaurante Buffet en la ciudad de Ibarra?

SI

NO

6. ¿Qué tiempo se demoran en servirle su pedido en los restaurantes que frecuenta?

10 minutos

15 minutos

Más de 15

7. ¿Cuál es el horario de su preferencia para acudir a los restaurantes, en un fin de semana?

Mañana

Tarde

Noche

8. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?

Precio

Buena Atención

Ubicación

9. ¿Tiene preferencia por las comidas de alguna región en especial?

Costa

Sierra

Amazonía

10. ¿Con qué frecuencia acude Ud. a los restaurantes?

Todos los días

Dos veces a la semana

Fines de semana

Una vez al mes

11. ¿Le gustaría acudir a un restaurante Buffet en donde Ud. pueda servirse su propia comida?

SI

NO

12. ¿Con qué frecuencia acudiría un restaurante buffet de estas características donde pueda servirse lo que Ud. desee?

1 vez a la semana

1 vez cada quince días

1 vez al mes

13. ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar por el servicio de Buffet?

8 Dólares

10 Dólares

12 Dólares

14. ¿Cómo le gustaría estar informado acerca de promociones de un restaurante?

Radio

Redes Sociales

TV



## Anexo 2. Amortización del Financiamiento

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>Capital</b>	<b>35.000,00</b>			
<b>Interés</b>	<b>11,20%</b>			
<b>Plazo (años)</b>	5 CAPACIDAD			
<b>Cuota</b>	<b>\$764,48</b>			
<b>Banco</b>	<b>BAN ECUADOR</b>			
	<b>Fecha</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>
1	01/07/2016	\$764,48	\$326,67	\$437,81
2	31/07/2016	\$764,48	\$322,58	\$441,90
3	30/08/2016	\$764,48	\$318,46	\$446,02
4	29/09/2016	\$764,48	\$314,29	\$450,19
5	29/10/2016	\$764,48	\$310,09	\$454,39
6	28/11/2016	\$764,48	\$305,85	\$458,63
7	28/12/2016	\$764,48	\$301,57	\$462,91
8	27/01/2017	\$764,48	\$297,25	\$467,23
9	26/02/2017	\$764,48	\$292,89	\$471,59
10	28/03/2017	\$764,48	\$288,49	\$475,99
11	27/04/2017	\$764,48	\$284,04	\$480,44
12	27/05/2017	\$764,48	\$279,56	\$484,92
			\$3.641,74	\$5.532,03
13	26/06/2017	\$764,48	\$275,03	\$489,45
14	26/07/2017	\$764,48	\$270,47	\$494,01
15	25/08/2017	\$764,48	\$265,86	\$498,62
16	24/09/2017	\$764,48	\$261,20	\$503,28
17	24/10/2017	\$764,48	\$256,50	\$507,98
18	23/11/2017	\$764,48	\$251,76	\$512,72
19	23/12/2017	\$764,48	\$246,98	\$517,50
20	22/01/2018	\$764,48	\$242,15	\$522,33
21	21/02/2018	\$764,48	\$237,27	\$527,21
22	23/03/2018	\$764,48	\$232,35	\$532,13
23	22/04/2018	\$764,48	\$227,39	\$537,09
24	22/05/2018	\$764,48	\$222,37	\$542,11
			\$2.989,33	\$6.184,43
25	21/06/2018	\$764,48	\$217,31	\$547,17
26	21/07/2018	\$764,48	\$212,21	\$552,27

27	20/08/2018	\$764,48	\$207,05	\$557,43
28	19/09/2018	\$764,48	\$201,85	\$562,63
29	19/10/2018	\$764,48	\$196,60	\$567,88
30	18/11/2018	\$764,48	\$191,30	\$573,18
31	18/12/2018	\$764,48	\$185,95	\$578,53
32	17/01/2019	\$764,48	\$180,55	\$583,93
33	16/02/2019	\$764,48	\$175,10	\$589,38
34	18/03/2019	\$764,48	\$169,60	\$594,88
35	17/04/2019	\$764,48	\$164,04	\$600,44
36	17/05/2019	\$764,48	\$158,44	\$606,04
			\$2.259,99	\$6.913,77
37	16/06/2019	\$764,48	\$152,78	\$611,70
38	16/07/2019	\$764,48	\$147,08	\$617,41
39	15/08/2019	\$764,48	\$141,31	\$623,17
40	14/09/2019	\$764,48	\$135,50	\$628,98
41	14/10/2019	\$764,48	\$129,63	\$634,85
42	13/11/2019	\$764,48	\$123,70	\$640,78
43	13/12/2019	\$764,48	\$117,72	\$646,76
44	12/01/2020	\$764,48	\$111,68	\$652,80
45	11/02/2020	\$764,48	\$105,59	\$658,89
46	12/03/2020	\$764,48	\$99,44	\$665,04
47	11/04/2020	\$764,48	\$93,23	\$671,25
48	11/05/2020	\$764,48	\$86,97	\$677,51
			\$1.444,64	\$7.729,13
49	10/06/2020	\$764,48	\$80,65	\$683,83
50	10/07/2020	\$764,48	\$74,26	\$690,22
51	09/08/2020	\$764,48	\$67,82	\$696,66
52	08/09/2020	\$764,48	\$61,32	\$703,16
53	08/10/2020	\$764,48	\$54,76	\$709,72
54	07/11/2020	\$764,48	\$48,13	\$716,35
55	07/12/2020	\$764,48	\$41,45	\$723,03
56	06/01/2021	\$764,48	\$34,70	\$729,78
57	05/02/2021	\$764,48	\$27,89	\$736,59
58	07/03/2021	\$764,48	\$21,01	\$743,47
59	06/04/2021	\$764,48	\$14,07	\$750,41
60	06/05/2021	\$764,48	\$7,07	\$757,41
			\$533,12	\$8.640,64