



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA (CPA)

TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE FAST GOOD CON  
SERVICIO A DOMICILIO EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE  
IMBABURA**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA CPA

AUTORES:

**GUZMÁN GARCÍA SILVIA CAROLINA**

**VARELA SANGOQUIZA CRISTIAN XAVIER**

DIRECTOR:

**MSc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO**

Ibarra, julio 2019

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se realizó con el objetivo de determinar la factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura. En el diagnóstico situacional se realizó un análisis de la realidad del macroentorno mediante el desarrollo de variables e indicadores en el que se determinó que Ibarra al encontrarse en una zona estratégica posee condiciones favorables para el desarrollo del proyecto en cuanto a servicios básicos, mano de obra y materia prima. Posteriormente se realizó el estudio de mercado en el que se determinó la demanda potencial y la oferta existente de productos saludables, además se planteó estrategias de marketing Mix para el posicionamiento de la empresa. En cuanto al estudio técnico se estableció la producción óptima al contemplar aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles mediante la determinación de la localización apropiada, el tamaño e ingeniería del proyecto. Consecuentemente en el estudio financiero se demuestra la factibilidad económica del proyecto mediante la evaluación de indicadores financieros en los que se obtuvo que el costo de capital es de 10,44%, la tasa de rendimiento medio es del 12,26%, el valor actual neto de \$ 131.141,26 la tasa interna de retorno de 248,78%, el costo beneficio es de 1,16%, el periodo de recuperación de la inversión es de 7 meses y 6 días y el punto de equilibrio es de \$81.251,91 y en unidades 41.302 productos. Finalmente se diseñó la propuesta organizacional en la que se definió misión, visión, objetivos, estructura orgánica, a través de aspectos administrativos, legales, fiscales y laborales que garantizan el logro de los objetivos y metas planteadas.

## ABSTRACT

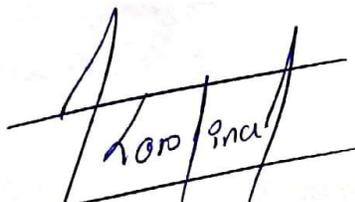
This research project was carried out with the objective of determining the feasibility of the creation of healthy fast food restaurant called Fast Good with home delivery in the Ibarra municipality, Imbabura province. In the situational diagnosis, an analysis of the reality of the macro environment was carried out through the development of variables and indicators where it was determined that Ibarra, being in a strategic area, had favorable conditions for the development of the project in terms of basic services, labor and prime material . Subsequently, the market study was carried out, in which the potential demand and the existing supply of healthy products were determined, as well as Mix marketing strategies for the positioning of the company. Regarding the technical study, the optimal production was established by contemplating the technical operational aspects necessary for the efficient use of the available resources by determining the appropriate location, size and engineering of the project. Consequently, the financial feasibility of the project is demonstrated through the evaluation of financial indicators, in which it was derived that the cost of capital is 10.44%, the average rate of return is 12.26%, the current value net of \$ 131,141.26, the internal rate of return of 248.78%, the cost benefit is 1.16%, the period of recovery of the investment is 7 months and 6 days and the breakeven point is \$ 81,251,91 and in units 41,302 products. Finally, the organizational proposal was designed in which mission, vision, objectives, organizational structure was defined, through administrative, legal, fiscal and labor aspects that guarantee the achievement of the objectives and goals set.



## AUTORÍA

Nosotros, SILVIA CAROLINA GUZMÁN GARCÍA; portadora de la cédula de ciudadanía No. 100398280-6 y CRISTIAN XAVIER VARELA SANGOQUIZA; portador de la cédula de ciudadanía No. 172608081-3, declaramos que el trabajo de grado titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE FAST GOOD CON SERVICIO A DOMICILIO EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA” es de nuestra total autoría y ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva; que los resultados de la investigación no han sido presentados para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado los derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Ibarra, 31 de enero 2020



Silvia Carolina Guzmán García

C.I. 100398280-6



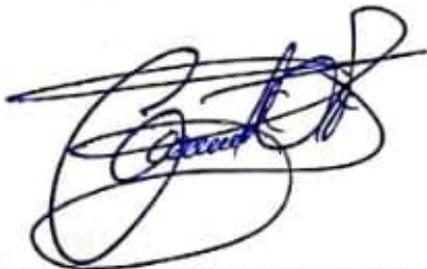
Cristian Xavier Varela Sangoquiza

C.I. 172608081-3

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los estudiantes Silvia Carolina Guzmán García y Cristian Xavier Varela Sangoquiza egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte, previo a la obtención del título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE FAST GOOD CON SERVICIO A DOMICILIO EN EL CANTÓN 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.

Ibarra, 31 de enero 2020



MSc. María Gabriela Arciniegas Romero

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hacemos la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100398280-6 172608081-3		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	GUZMÁN GARCÍA SILVIA CAROLINA VARELA SANGOQUIZA CRISTIAN XAVIER		
<b>DIRECCIÓN:</b>	IBARRA, CALLE 13 DE ABRIL E IBARRA 3-84 SECTOR HUERTOS FAMILIARES IBARRA, AV. CARCHI Y LEOPOLDO CHAVEZ		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:scguzmang@utn.edu.ec">scguzmang@utn.edu.ec</a> <a href="mailto:cxvarelas@utn.edu.ec">cxvarelas@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	255-8251	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0939501531 0990094928

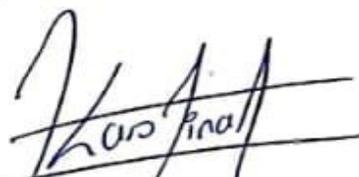
DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE FAST GOOD CON SERVICIO A DOMICILIO EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"
<b>AUTOR (ES):</b>	GUZMÁN GARCÍA SILVIA CAROLINA VARELA SANGOQUIZA CRISTIAN XAVIER
<b>FECHA:</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MSc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

## 2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 31... días del mes de enero... de 20.20...

### AUTORES:

  
Silvia Carolina Guzmán García  
C.I. 100398280-6

  
Cristian Xavier Varela Sangoquiza  
C.I. 172608081-3

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios por darme el regalo más hermoso que es la vida y por poner en mi camino a personas maravillosas que se han preocupado por mí, que me han aconsejado y me han apoyado

A mi madre por enseñarme que con esfuerzo y perseverancia todo es posible en la vida, gracias a ella he logrado llegar hasta donde estoy

A Gladys y Vicente Navarrete por ser las personas que guiaron mis primeros pasos de vida, por educarme y transmitirme sus valores

A mi prima Daisy por sus consejos, gracias a ella soy la persona que soy

A mi novio por cada palabra, cada consejo por darme su mano, por brindarme su apoyo y por ser mi complemento

A mi amiga Hazel por demostrarme que la verdadera amistad existe y por estar conmigo en los buenos y malos momentos.

Carolina Guzmán G.

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por darme la fortaleza y la sabiduría para cumplir un propósito más en mi vida*

*A mi madre por su esfuerzo y lucha constante al apoyarme para cumplir mis sueños*

*A mi familia por sus consejos, sus palabras de aliento para seguir adelante*

*A mi novio por ser la persona que me motiva a superarme cada día*

*A mis amigos y amigas por confiar en mí y darme ánimo en este proceso*

*A mi casa de estudios Universidad Técnica del Norte por permitirme formarme como profesional de excelencia*

*A mi directora de tesis Msc. Gabriela Arciniegas por ser la guía en el desarrollo de este proyecto*

*A mis docentes quien con esfuerzo y dedicación me han impartido sus conocimientos.*

*Carolina Guzmán G.*

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada con amor y cariño primero a Dios por permitirme tener la sabiduría y paciencia necesaria para alcanzar mis metas; a mis padres por darme la vida, quienes con esfuerzo y sacrificio me han guiado y orientado

A mis hermanos que me han dado ejemplo de lucha y perseverancia, fuente de motivación e inspiración

A mi novia que gracias a nuestro esfuerzo y dedicación hemos logrado todo lo que nos hemos propuesto, por sus palabras de aliento es mi motor que me ha impulsado a superarme cada día

A mis amigos y amigas quienes me alentaron a luchar por mis sueños y compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas

A todas las personas que durante tantos años estuvieron a mi lado apoyándome.

Cristian Varela S.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios a él toda mi honra por ser mi mayor fortaleza, quien me ha guiado en cada paso de mi vida

A mis padres quienes han sabido guiarme en cada momento, por sus consejos, sus valores por ser el motivo de mi lucha y para perseverar cada día

A mis hermanos quien me han aconsejado a luchar por mis sueños y jamás darme por vencido

A mi novia por su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos, por su paciencia, su tiempo y sobre todo por motivarme a ser mejor cada día

A la Universidad Técnica del Norte por permitirme formarme como profesional

A mi directora de tesis Msc. Gabriela Arciniegas por guiarme con paciencia en el desarrollo de este proyecto.

A todos mis docentes quien con paciencia me impartieron su conocimiento.

Cristian Varela S.

## **PRESENTACIÓN**

La presente investigación denominada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE FAST GOOD CON SERVICIO A DOMICILIO EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** está enfocada en brindar una propuesta de alimentación saludable con el propósito de mejorar la problemática que se vive actualmente en cuanto al incremento en los índices de sobrepeso y obesidad, mediante la elaboración de alimentos saludables, preparados con productos y endulzantes naturales.

**CAPÍTULO I:** Fundamentación Teórica, consta de un conjunto de ideas, conceptos y definiciones a partir de la investigación documental como son libros, trabajos de grado, artículos científicos, informes técnicos, artículos de periódicos, con la finalidad de sustentar el desarrollo del proyecto y proporcionar al lector información relacionada con el tema de investigación.

**CAPÍTULO II:** Procedimientos Metodológicos, en este capítulo se desarrolla los procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos de la investigación en el que se explica el tipo, los métodos, las técnicas y las variables utilizadas en el desarrollo del proyecto, mismos que aseguran la calidad y fiabilidad de los resultados.

**CAPÍTULO III:** Diagnóstico, abarca investigación documentada y revisión de bases bibliográficas que se desglosaron a partir de variables e indicadores para conocer la realidad del macroentorno en el que se desarrolla el proyecto además, se explica cada uno de los factores que influyen en el proyecto como son aliados, oponentes, oportunidades y riesgos y finalmente se presenta la oportunidad diagnóstica.

**CAPÍTULO IV:** Propuesta, el desarrollo de la propuesta inicia con el estudio de mercado en el que se determina la oferta y la demanda mediante información recopilada de fuentes primarias y secundarias como entrevistas realizadas a la competencia, encuestas aplicadas a la PEA urbana del cantón Ibarra, fichas de observación en las que se registraron los productos y precios de la competencia y estadísticas de proyecciones publicadas por el INEC además, en esta sección se encuentran definidas las estrategias de comercialización.

En el estudio técnico se detalla aspectos técnicos necesarios como la localización óptima del proyecto a nivel macro y micro, tamaño óptimo e ingeniería del proyecto además, se describe cada uno de los productos, los procesos y la capacidad de producción, así como los recursos humanos, materiales y financieros para la puesta en marcha y óptimo funcionamiento del proyecto.

En el estudio financiero se presentan los estados financieros mismos que fueron analizados mediante indicadores como costo de oportunidad, tasa de rendimiento medio, valor actual neto, tasa interna de retorno, costo-beneficio, período de recuperación de la inversión y punto de equilibrio con los cuales se determinó la factibilidad económica de la empresa.

En el estudio organizacional se especifica aspectos administrativos, legales, fiscales y laborales, se presenta el nombre de la empresa, la misión visión, objetivos, valores, políticas y posterior se define la forma de organización, se detalla los perfiles y funciones de cada puesto y finalmente se explican los aspectos legales para la puesta en marcha de la empresa.

**CAPÍTULO V:** Validación, se presenta la evaluación de resultados y la aplicación de la matriz de validación como herramienta para examinar el contenido de la información de cada capítulo que integra el estudio de factibilidad.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
ABSTRACT .....	III
AUTORÍA .....	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	V
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VI
DEDICATORIA.....	VIII
AGRADECIMIENTO .....	IX
DEDICATORIA.....	X
AGRADECIMIENTO .....	XI
PRESENTACIÓN .....	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXI
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XXVII
SIGLAS Y ABREVIATURAS .....	XXIX
INTRODUCCIÓN.....	XXXII
JUSTIFICACIÓN.....	XXXIV
OBJETIVOS.....	XXXVI
OBJETIVO GENERAL.....	XXXVI
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XXXVI
CAPÍTULO I.....	38

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	38
OBJETIVO .....	38
1.1 ALIMENTACIÓN Y ENFERMEDADES CRÓNICAS NO TRANSMISIBLES .....	39
1.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN ECUADOR .....	40
1.3 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	42
1.3.1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	42
1.3.2. ETAPAS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	43
1.4. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	43
1.4.1. MODELO DESTEP .....	44
1.5. ESTUDIO DE MERCADO .....	46
1.5.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	46
1.5.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	47
1.5.3. ANÁLISIS DE PRECIOS .....	48
1.5.4. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN .....	48
1.6. ESTUDIO TÉCNICO .....	51
1.6.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	51
1.6.2. TAMAÑO DEL PROYECTO .....	52
1.6.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	53
1.7. ESTUDIO FINANCIERO .....	55
1.7.1. INGRESOS .....	55

1.7.2.	COSTOS .....	55
1.7.3.	GASTOS.....	56
1.7.4.	DEPRECIACIÓN .....	57
1.7.5.	AMORTIZACIÓN .....	58
1.7.6.	CAPITAL DE TRABAJO .....	58
1.7.7.	ESTADOS FINANCIEROS.....	58
1.7.8.	EVALUACIÓN FINANICERA.....	59
1.8.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	62
1.8.1.	LA EMPRESA .....	62
1.8.2.	REQUISITOS NORMATIVO-LEGALES .....	66
CAPÍTULO II.....		67
1.	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS .....	67
	OBJETIVO .....	67
2.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	68
2.2.	MÉTODOS .....	69
2.1.1.	MÉTODO DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS.....	69
2.1.2.	MÉTODO INDUCTIVO DEDUCTIVO.....	70
2.1.3.	HISTÓRICO-LÓGICO .....	70
2.1.4.	MÉTODO HIPOTÉTICO DEDUCTIVO .....	70
2.1.5.	MÉTODO ESTADÍSTICO .....	71

2.2.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	71
2.2.1.	INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL .....	71
2.2.2.	ENCUESTA .....	72
2.2.3.	ENTREVISTA.....	72
2.2.4.	LA OBSERVACIÓN .....	72
2.3.	VARIABLES .....	72
CAPÍTULO III .....		73
3.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	73
	OBJETIVO .....	73
3.1.	DESARROLLO DE VARIABLES .....	74
	ANTECEDENTES DEL CANTÓN IBARRA.....	75
3.1.1.	ASPECTOS GEOGRÁFICOS .....	76
3.1.2.	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.....	78
3.1.3.	ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS .....	82
3.1.4.	ASPECTOS SOCIOCULTURALES .....	93
3.1.5.	ASPECTOS POLÍTICO-LEGALES .....	98
3.1.6.	ASPECTOS TECNOLÓGICOS.....	101
3.1.7.	ASPECTOS SECTORIALES.....	103
3.2.	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	105
3.3.	CONCLUSIÓN DIAGNÓSTICA .....	106

CAPÍTULO IV .....	108
4. PROPUESTA .....	108
OBJETIVO .....	108
4.1. ESTUDIO DE MERCADO .....	109
OBJETIVO .....	109
MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO .....	110
4.1.1. DEMANDA .....	111
4.1.2. OFERTA .....	139
4.1.3. BALANCE OFERTA – DEMANDA .....	141
4.1.4. ANÁLISIS DE PRECIOS .....	142
4.1.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX .....	144
4.1.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	148
4.2. ESTUDIO TÉCNICO .....	149
OBJETIVO .....	149
4.2.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	150
4.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO .....	154
4.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	155
4.2.4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO .....	196
4.3. ESTUDIO FINANCIERO .....	197
OBJETIVO .....	197

4.3.1.	INGRESOS.....	198
4.3.2.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	200
4.3.3.	GASTOS.....	203
4.3.4.	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	204
4.3.5.	DEPRECIACIÓN.....	205
4.3.6.	AMORTIZACIÓN.....	206
4.3.7.	GASTOS FINANCIEROS.....	206
	RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	207
4.3.8.	CAPITAL DE TRABAJO.....	208
4.3.9.	ESTADOS FINANCIEROS.....	208
4.3.10.	FLUJO DE EFECTIVO.....	211
4.3.11.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	212
4.3.12.	CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO.....	222
4.4.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	223
	OBJETIVO.....	223
4.4.1.	LA EMPRESA.....	224
4.4.2.	CONSTITUCIÓN JURÍDICA.....	249
4.4.3.	REQUISITOS LEGALES PARA EL FUNCIONAMIENTO.....	249
	CAPÍTULO V.....	255
5.	VALIDACIÓN.....	255

INTRODUCCIÓN .....	255
OBJETIVO .....	255
5.1. EQUIPO DE TRABAJO.....	256
5.2. MÉTODO DE VERIFICACIÓN .....	256
5.2.1. FACTORES PARA VALIDAR .....	257
5.2.2. MÉTODO DE CALIFICACIÓN.....	258
5.2.3. RANGO DE INTERPRETACIÓN .....	258
5.3. RESULTADOS.....	259
5.3.1. CALIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN .....	264
CONCLUSIONES.....	265
RECOMENDACIONES .....	267
BIBLIOGRAFÍA .....	268
ANEXO 1. Formato de la Encuesta.....	287
ANEXO 2. Formato de Entrevista.....	290
ANEXO 3. Formato de Ficha de Observación .....	292
ANEXO 4 Amortización del Préstamo .....	293
ANEXO 5 Reglamento Interno .....	294
ANEXO 5 Proformas.....	295
ANEXO 6 Fotografías del Trabajo de Campo .....	296
ANEXO 7 Reporte de Urkund.....	298

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de las Empresas .....	64
Tabla 2 Matriz de Relación Diagnóstica .....	74
Tabla 3 Estructura de la Población por Edades .....	79
Tabla 4 PEA Sectorial .....	80
Tabla 5 Principales Causas de Mortalidad .....	81
Tabla 6 Actividades Económicas del Cantón Ibarra .....	84
Tabla 7 Necesidades Básicas Insatisfechas Cantón Ibarra .....	88
Tabla 8 Acceso de Viviendas a la Red de Agua Potable.....	89
Tabla 9 Servicio Eléctrico por Vivienda .....	90
Tabla 10 Cobertura de Servicios de Internet .....	91
Tabla 11 Telefonía Fija por Vivienda.....	91
Tabla 12 Telefonía Móvil por Vivienda.....	92
Tabla 13 Consumo Promedio de Alimentos.....	95
Tabla 14 PEA por Rama de Actividad del Cantón Ibarra .....	104
Tabla 15 Matriz AOOD .....	105
Tabla 16 Matriz de Estudio de Mercado .....	110
Tabla 17 Proyección de la Población Urbana de Ibarra .....	112
Tabla 18 Segmentación de la Población.....	113
Tabla 19 Muestreo Estratificado.....	114
Tabla 20 Demanda Potencial en Personas .....	136
Tabla 21 Demanda Potencial en Dólares.....	137

Tabla 22 Tasa Promedio de Crecimiento Poblacional.....	138
Tabla 23 Proyección de la Demanda Potencial .....	139
Tabla 24 Identificación de la Oferta en Productos .....	140
Tabla 25 Proyección de la Oferta .....	141
Tabla 26 Balance Demanda-Aferta .....	142
Tabla 27 Identificación de Precios .....	142
Tabla 28 Tasa de Inflación .....	143
Tabla 29 Proyección de Precios.....	143
Tabla 30 Estudio de Alternativas.....	151
Tabla 31 Ponderación de Microlocalización .....	152
Tabla 32 Matriz de Microlocalización del Proyecto .....	152
Tabla 33 Nivel de Producción .....	154
Tabla 34 Simbología ANSI para Diagramas de Flujo.....	155
Tabla 35 Descripción Técnica del Crep de Avena y Frutas .....	156
Tabla 36 Flujo de Proceso Crep de Avena y Frutas .....	157
Tabla 37 Descripción Técnica del Crep Integral .....	158
Tabla 38 Flujo de Proceso Crep Integral .....	159
Tabla 39 Descripción Técnica del Waffle de Avena y Frutas.....	160
Tabla 40 Flujo de Proceso Waffle de Avena y Frutas.....	161
Tabla 41 Descripción Técnica del Wrap de Pollo y Verduras .....	162
Tabla 42 Flujo de Proceso Wrap de Pollo y Verduras .....	163
Tabla 43 Descripción Técnica Ensalada Light.....	164
Tabla 44 Flujo de Proceso Ensalada Light .....	165
Tabla 45 Descripción Técnica de Ensalada de Pollo y Vegetales.....	166

Tabla 46 Flujo de Proceso Ensalada de Pollo y Vegetales .....	167
Tabla 47 Descripción Técnica Sánduche.....	168
Tabla 48 Flujo de Proceso Sánduche.....	169
Tabla 49 Descripción Técnica del Smoothie Natural .....	170
Tabla 50 Flujo de Proceso Smoothie Natural.....	171
Tabla 51 Descripción Técnica de los Jugos Naturales .....	172
Tabla 52 Flujo de Procesos Jugo Natural .....	173
Tabla 53 Balance de Mano de Obra .....	174
Tabla 54 Descripción de la Planta .....	175
Tabla 55 Maquinaria y Equipo de producción .....	177
Tabla 56 Muebles y Enseres de Producción.....	178
Tabla 57 Muebles y Enseres de Oficina .....	179
Tabla 58 Equipos de Computación.....	180
Tabla 59 Inversión Intangible.....	181
Tabla 60 MPD Crepe de Avena y Frutas.....	182
Tabla 61 MPD Crepe Integral .....	182
Tabla 62 MPD Waffle de Avena y Frutas .....	183
Tabla 63 MPD Wrap de Pollo y Vegetales.....	183
Tabla 64 MPD Ensalada Light .....	184
Tabla 65 MPD Ensalada de Pollo y Vegetales.....	184
Tabla 66 MPD Sánduche.....	185
Tabla 67 MPD Smoothie .....	185
Tabla 68 MPD Jugo Natural.....	185
Tabla 69 Resumen de Mteria Prima Directa .....	186

Tabla 70 Mano de Obra Directa .....	186
Tabla 71 Materia Prima Indirecta.....	187
Tabla 72 Menaje y Utilería.....	188
Tabla 73 Remuneración del Personal Administrativo.....	189
Tabla 74 Publicidad.....	189
Tabla 75 Remuneración del Personal de Ventas .....	190
Tabla 76 Suministros de Ofina.....	190
Tabla 77 Suministros de Limpieza .....	191
Tabla 78 Servicios Básicos.....	191
Tabla 79 Arriendo.....	192
Tabla 80 Uniformes.....	192
Tabla 81 Distribución de Costos y Gastos.....	193
Tabla 82 Días de Operación .....	193
Tabla 83 Capital de Trabajo .....	194
Tabla 84 Inversión Total.....	195
Tabla 85 Financiamiento .....	195
Tabla 86 Proyección de Ingresos.....	199
Tabla 87 Proyección de Materia Prima Directa.....	200
Tabla 88 Tasa Promedio de Inflación Salarial.....	201
Tabla 89 Proyección de Costos de Mno de Obra Directa.....	201
Tabla 90 Costo Unitario de Mano de Obra Directa.....	202
Tabla 91 Proyección de CIF .....	202
Tabla 92 Costo Unitario CIF .....	203
Tabla 93 Proyección de Gastos Administrativos.....	203

Tabla 94 Proyección de Gastos de Venta .....	204
Tabla 95 Precio de Venta.....	204
Tabla 96 Depreciación de Activos.....	205
Tabla 97 Amortización .....	206
Tabla 98 Costos de Financiamiento.....	206
Tabla 99 Amortización del Crédito .....	207
Tabla 100 Resumen de Costos y Gastos.....	207
Tabla 101 Capital de Trabajo .....	208
Tabla 102 Estado de Situación Financiera .....	209
Tabla 103 Estado de Resultados.....	210
Tabla 104 Impuesto a la Renta Personas Naturales 2019.....	211
Tabla 105 Flujo de Efectivo .....	211
Tabla 106 Costo de Capital .....	213
Tabla 107 Tasa Interna de Retorno.....	215
Tabla 108 Costo Beneficio .....	216
Tabla 109 Periodo de Recuperación de la Inversión .....	218
Tabla 110 Punto de Equilibrio.....	219
Tabla 111 Punto de Equilibrio en Unidades .....	220
Tabla 112 Resumen de Indicadores Financieros .....	221
Tabla 113 Procesos Estratégico-Planificación Estratégica.....	229
Tabla 114 Proceso Operativo-Atención al Cliente .....	231
Tabla 115 Proceso Operativo-Preparación.....	233
Tabla 116 Proceso Operativo-Entrega a Domicilio.....	235
Tabla 117 Proceso de Apoyo-Gestión de Talento Humano .....	237

Tabla 118 Equipo de Trabajo .....	256
Tabla 119 Factor para Validar .....	257
Tabla 120 Rangos de Interpretación .....	258
Tabla 121 Porcentaje de Calificación .....	259
Tabla 122 Matriz de Validación Directora de Tesis .....	260
Tabla 123 Matriz de Validación Oponente 1.....	261
Tabla 124 Matriz de Validación Oponente 2.....	262

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estudio de Factibilidad.....	43
Figura 2. Estructura del Análisis de Mercado .....	46
Figura 3. Partes del Estudio Técnico .....	51
Figura 4. Estudio Financiero .....	55
Figura 5. Clasificación de las Empresas.....	63
Figura 6. División Política Administrativa del Cantón Ibarra.....	77
Figura 7. Evolución del SBU.....	82
Figura 8. Inflación Mensual del IPC .....	83
Figura 9. Tasa de Empleo Adecuado.....	86
Figura 10. Tasa de Subempleo .....	87
Figura 11. Tasa de Desempleo .....	87
Figura 12. Consumo de Comida Chatarra .....	115
Figura 13. Frecuencia de Consumo de Comida Chatarra.....	116
Figura 14. Motivo de Consumo de Comida Chatarra.....	116
Figura 15. Problemas de Salud.....	117
Figura 16. Enfermedades.....	118
Figura 17. Dieta.....	118
Figura 18. Recomendación o Prescripción de Dieta.....	119
Figura 19. Oferta de Comida Rápida Saludable.....	119
Figura 20. Identificación de la Oferta.....	120
Figura 21. Calidad de Productos.....	121
Figura 22. Aceptación Fast Good.....	121

Figura 23. Disposición a Pagar.....	122
Figura 24. Productos o Menú de Preferencia .....	123
Figura 25. Frecuencia de Consumo .....	124
Figura 26. Personas con las que Acude a Restaurantes .....	124
Figura 27. Aspectos Importantes de un Restaurante .....	125
Figura 28. Servicios Adicionales.....	126
Figura 29. Medios Publicitarios.....	126
Figura 30. Macrolocalización .....	150
Figura 31. Microlocalización.....	153
Figura 32. Plano del Restaurante .....	175
Figura 33. Isologo.....	225
Figura 34. Mapa de Procesos.....	228
Figura 35. Flujograma de Planificación Estratégica.....	230
Figura 36. Flujograma de Atención al Cliente .....	232
Figura 37. Flujograma de Preparación .....	234
Figura 38. Flujograma de Entrega a Domicilio .....	236
Figura 39 Flujograma de Gestión de Recursos Humanos .....	238
Figura 40. Organigrama Estructural .....	239
Figura 41. Amortización del Préstamo .....	293
Figura 42. Proforma 1.....	295
Figura 43. Proforma 2.....	295
Figura 44. Aplicación de la encuesta.....	296
Figura 45. Aplicación de la Encuesta .....	296
Figura 46. Aplicación de la Entrevista .....	297

## **SIGLAS Y ABREVIATURAS**

<b>SIGLAS</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
AOOR	Amenazas, Oponentes, Oportunidades y Riesgos
EEA	Actividad Emprendedora de Empleados
TEA	Actividad Emprendedora Temprana
ARCSA	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
ART	Artículo
BCE	Banco Central del Ecuador
BPM	Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos
CRE	Constitución de la República del Ecuador
CONAFIPS	Corporación de Finanzas Populares y Solidarias
CFN	Corporación Financiera Nacional
C/B	Costo-Beneficio
CIF	Costos Indirectos de Fabricación
DESTEP	Demográfico, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ecológico y Político
ENSANUT	Encuesta Nacional de Salud y Nutrición
ECNT	Enfermedades Crónicas no Trasmisibles
FEC	Flujo de Efectivo Corriente
FODEMIPYME	Fondo de Desarrollo de la Micro Pequeña y Mediana Empresa
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
FNG	Fondo Nacional de Garantías
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado

HSVP	Hospital San Vicente de Paul
IVA	Impuesto al Valor Agregado
IPC	Índice de Precios al Consumidor
IEPS	Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
ANSI	Instituto Nacional Estadounidense de Estándares
IESS	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
LOEPS	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria
MOD	Mano de Obra Directa
MOI	Mano de Obra Indirecta
MPD	Materia Prima Directa
MPI	Materia Prima Indirecta
MIES	Ministerio de Inclusión Económica y Social
MSP	Ministerio de Salud Pública
MESSE	Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador
NBI	Necesidades Básicas Insatisfechas
NIC	Norma Internacional de Contabilidad
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
OMS	Organización Mundial de la Salud
OPS	Organización Panamericana de la Salud
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
PRI	Período de Recuperación de la Inversión
PD y OT	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

PEA	Población Económicamente Activa
PJ	Policía Judicial
PIB	Producto Interno Bruto
PMA	Programa Mundial de Alimentos
RISE	Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano
RUC	Registro Único de Contribuyente
SBU	Salario Básico Unificado
SRI	Servicio de Rentas Internas
SEPS	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
TAE	Tasa Activa de Emprendimiento
TIR	Tasa Interna de Retorno
UM	Unidades Monetarias
VAN	Valor Actual Neto
VCE	Valor Comercial Esperado
VPN	Valor Presente Neto
WEF	World Economic Forum

## **INTRODUCCIÓN**

La alimentación es uno de los factores que con más intensidad condiciona no sólo el bienestar físico, sino la salud, el rendimiento y la productividad de las personas, es así que una alimentación saludable y equilibrada es la clave para el correcto funcionamiento del organismo y el desarrollo de las actividades diarias.

En el contexto mundial, diversos estudios han demostrado la fuerte asociación entre el consumo de alimentos ultraprocesados y las enfermedades crónicas no transmisibles. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2015) afirma que los cambios expresados en el régimen alimentario de la población en general se han caracterizado por la producción y el consumo de bebidas y alimentos de alta densidad energética, a esto se asocia la inactividad física que junto a las constantes innovaciones tecnológicas dan como resultado una sociedad con principios sedentarios.

En las últimas décadas la transición en el comportamiento alimentario a nivel mundial ha generado impacto sobre el desarrollo de Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT), entre ellas enfermedades cardiovasculares, cáncer o diabetes. García (2015) afirma: “La mortalidad, morbilidad y discapacidad atribuidas a las principales enfermedades no transmisibles representan actualmente alrededor del 60% de todas las defunciones y se prevé que puedan llegar al 73% en 2020”.

En Latinoamérica se está experimentando un fenómeno que se conoce como transición nutricional que asociado a los cambios socioculturales y económicos conllevan a un proceso de transformación en el patrón alimentario, lo que consiste en reemplazar alimentos tradicionales por otros con alto contenido de grasa, sal y azúcar.

El subdirector de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura Berdegú (2017) afirma: “En Latinoamérica la mala alimentación mata más que el narcotráfico o el crimen organizado debido a la desnutrición o consumo excesivo de productos poco saludables”.

En Ecuador el codirector del Instituto de Investigación en Salud y Nutrición manifiesta que los hábitos alimentarios se han modificado conforme a una cultura alimentaria globalizadora, en el que las personas argumentan que no tienen el tiempo suficiente para preparar sus alimentos, convirtiéndose esta la variable en un factor determinante para no adquirir hábitos de consumo saludables y optar por consumir alimentos no preparados en casa.

En Imbabura las estadísticas de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT, 2014) indican que el sobrepeso y la obesidad se presentan en adultos de 19 a 59 años en un 62,8%; en un 25,9%, en adolescentes de 12 a 19; un 29,9%, en niños de 5 a 11 años; y, en un 8%, en infantes de 0 a 5 años.

Ibarra es una ciudad con una variada gastronomía que se ha enfocado en la preparación y consumo de platos típicos de acuerdo con sus costumbres y tradiciones, misma que se ha visto afectada por Food Trucks que surgen de la idea de países europeos y algunos países de Latinoamérica como nuevas alternativas para vender comida rápida en las esquinas, afuera de bares o discotecas, o sectores de mayor afluencia.

Mediante el estudio del presente tema se determinará la factibilidad de la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, a través de una propuesta de alimentación saludable que contribuya a mejorar el estado nutricional de la población.

## **JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad, como manifiesta la Organización Mundial de la Salud una de las grandes preocupaciones a nivel mundial en salud pública, se ve focalizada al aumento de los índices de sobrepeso y obesidad en la población, estos trastornos se han visto asociados a la inactividad física y los cambios alimentarios experimentados en los últimos años.

En el Ecuador el alto consumo de comida “chatarra” muestra una problemática para la salud de los ecuatorianos al ocasionar enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, enfermedades cardiovasculares y cáncer, es por esta razón, que el Estado a través de La Constitución de la República del Ecuador (CRE, 2008) busca garantizar el derecho de las personas a una alimentación saludable, que se refleja en el Art. 13: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”.

El estudio de factibilidad para la creación del restaurante de comida rápida saludable se alinea al Plan Nacional de Desarrollo Todo una Vida 2017-2021 a través de su Eje 1 “Derechos para Todos Durante Toda la Vida”, objetivo 1 “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas” mediante la política 1.3. “Combatir la malnutrición, erradicar la desnutrición y promover hábitos y prácticas de vida saludable, generando mecanismos de corresponsabilidad entre todos los niveles de Gobierno, la ciudadanía, el sector privado y los actores de la economía popular y solidaria, en el marco de la seguridad y soberanía alimentaria”.

La Ley Orgánica de Salud establece en su Art. 16: El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes, esta política estará especialmente orientada a prevenir trastornos ocasionados por deficiencias de micronutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios.

El Ministerio de Salud Pública a través de sus funcionarios, conscientes de la transición alimentaria nutricional por la que ha pasado la población ecuatoriana, enfatiza la importancia de intervenir en las problemáticas de salud relacionadas a la nutrición y alimentación, para ello, se ha establecido el Acuerdo Ministerial 026 que reconoce la responsabilidad nutricional para restaurantes y cafeterías a nivel nacional que han implementado criterios de promoción de la salud enfocados en la atención e información de los clientes.

Ante la problemática que se vive en la actualidad como resultado de los malos hábitos alimentarios y las diversas campañas comunicacionales, en la actualidad las personas buscan mejorar su calidad de vida al preocuparse por su salud y alimentación, lo que se ha convertido en una tendencia mundial que se llevará a cabo con mayor intensidad en el futuro.

Es así como mediante el estudio de factibilidad se pretende determinar las posibilidades que puede generar el desarrollo de un proyecto de emprendimiento en el sector de alimentos, en particular en el subsector de comidas rápidas, a partir del desarrollo de una idea moderna que contribuya a la sociedad mediante la satisfacción de las necesidades de las personas al momento de buscar una comida rápida y saludable.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Sustentar mediante bases legales, teóricas, técnicas y bibliográficas el estudio de factibilidad con la finalidad de respaldar la información, comunicar de manera clara y precisa las ideas desarrolladas e interpretar los resultados obtenidos.
- Determinar los referentes metodológicos para el desarrollo de la propuesta para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra provincia de Imbabura que permitan asegurar la calidad y fiabilidad de los resultados.
- Realizar un diagnóstico técnico situacional relacionado con la creación de un restaurante de comida rápida saludable, a través de un enfoque descriptivo de carácter cuantitativo, con la finalidad de identificar la oportunidad de la propuesta de negocio.
- Analizar las condiciones de mercado mediante un enfoque cuantitativo y descriptivo a través de la recolección de datos de fuentes primarias y secundarias para determinar la demanda potencial, la oferta existente, el precio del producto y las estrategias de comercialización.

- Establecer la producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles mediante la determinación de la localización apropiada, el tamaño e ingeniería del proyecto para obtener el servicio deseado.
- Determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de operación y el monto de los ingresos en cada uno de los periodos de vida útil del proyecto para evaluar la viabilidad y rentabilidad de la inversión.
- Diseñar la propuesta organizacional a través del estudio de aspectos administrativos, legales, fiscales, y laborales para iniciar la nueva unidad productiva con la finalidad de garantizar el logro de los objetivos propuestos.
- Validar el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura mediante la evaluación de resultados y la aplicación de la matriz de validación para determinar el grado de factibilidad del proyecto.

## **CAPÍTULO I**

### **1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

En este capítulo se presenta un conjunto de ideas, conceptos y definiciones a partir de la investigación documental como son libros, trabajos de grado, artículos científicos, informes técnicos, artículos de periódicos, entre otros, con la finalidad de sustentar el desarrollo del proyecto y proporcionar al lector información relacionada con el tema de investigación.

La fundamentación teórica se desarrollará a través de tres subclasificaciones: alimentación y enfermedades crónicas no transmisibles en el Ecuador en la que se analiza el problema de investigación a través de estudios académicos y científicos, actividades emprendedoras en Ecuador para conocer la situación del emprendimiento como un eje en el cual se sustentará la propuesta de emprendimiento, al considerar estadísticas globales del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y descripción técnica del estudio de factibilidad para dar a conocer al lector cómo se desarrolla cada uno de los capítulos del proyecto de factibilidad.

### **OBJETIVO**

Sustentar mediante bases legales, teóricas, técnicas y bibliográficas el estudio de factibilidad con la finalidad de respaldar la información, comunicar de manera clara y precisa las ideas desarrolladas e interpretar los resultados obtenidos.

## **1.1 ALIMENTACIÓN Y ENFERMEDADES CRÓNICAS NO TRANSMISIBLES**

La realidad del Ecuador, en relación con la alimentación y nutrición se asemeja al panorama mundial. El Ministerio de Salud Pública (MSP, 2018) asegura: “Las últimas décadas se encuentran enmarcadas por una transición epidemiológica y nutricional que ha tenido como resultado el continuo incremento del sobrepeso y obesidad en todos los grupos de edad”.

Las personas se ven obligadas a mantener un estilo de vida sedentario, continuo y repetitivo debido a la excesiva carga laboral, disminución del tiempo para alimentarse o preparar los alimentos lo que ocasiona graves problemas en la salud. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018) sostiene: “El ritmo de vida también afecta a la buena alimentación, ahora se consumen más alimentos hipercalóricos, con más grasas, más azúcares y más sal; hay personas que no comen suficientes frutas, verduras ni fibra dietética”

Los patrones alimentarios se han modificado debido al estilo de vida actual, el crecimiento de la industria alimentaria, la pérdida de tradiciones agrícolas y culturales y por la disminución de la actividad física, como resultado se ha evidenciado un incremento en las enfermedades crónicas no trasmisibles. La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT, 2017) afirma: “En Ecuador el 29,9 % de niños entre 5 a 11 años tienen sobrepeso y obesidad, este dato incrementa al 62,8 % en adultos (de 19 a 59 años)” causante de las muertes en el Ecuador.

Ante la problemática que se vive en Ecuador el Gobierno busca impulsar el consumo de alimentos nutritivos, saludables y balanceados, por esta razón promueve programas para el desarrollo de emprendimientos que aporten con el cambio de la matriz productiva y a su vez fortalezcan los objetivos del Plan de Desarrollo toda una Vida, situación favorable para el desarrollo del proyecto.

## **1.2. ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN ECUADOR**

Los ecuatorianos cada vez son más competitivos con referencia a otros países de Latinoamérica debido, a que deciden iniciar su idea de negocio con la finalidad de incrementar los ingresos para sus hogares y generar fuentes empleo.

El Ecuador presenta una Tasa Activa de Emprendimientos (TAE) del 31,8% para el año 2016 es decir, que 3 de cada 10 adultos inician un negocio; indicador que es superior al de países de la región como Colombia, Perú y Chile que presenta un TAE del 27.3%, 25.1%, y 24.1% respectivamente. (Luis et al., 2018, p. 19)

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018) afirma: “El clima emprendedor se mantiene relativamente estable y con una puntuación media” (pág. 20). Es así como, en el 2017, cerca de 3 millones de adultos en el país pusieron en marcha un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29,6% de la población entre 18 y 64 años (El Universo, 2018). La idea de un negocio hoy en día toma fuerza en la mente de las personas, la creación de una idea de emprendimiento fuerte y sostenible toma mayor participación en las familias ecuatorianas y es un mecanismo de ingresos para el hogar.

Es así como Ecuador se posicionó por sexto año consecutivo como líder en la región en el índice de TEA, los factores que influyen a los emprendimientos se destacan: educación y formación en la educación superior, infraestructura comercial y profesional, acceso a infraestructura física, y normas sociales y culturales, en apoyo financiero. (GEM, 2018, p. 20)

Al tener una idea sólida de negocio los ecuatorianos optan por emprender por oportunidad antes que por necesidad lo que se ha convertido en una fuente de sostenibilidad económica para el país sin embargo contar con una idea y llevarla a cabo no es suficiente puesto que muchos de los negocios en su primer año de operación se han visto forzados a cerrar por desconocimiento legal o barreras económicas. GEM (2018) afirma:

En el 2017 la proporción de la TEA que emprende por oportunidad supera a los de necesidad (57.31% vs. 42.33%), índice más alto en todo el periodo estudiado para Ecuador, la tasa de cierre de negocios no ha variado respecto al 2016, pero sigue siendo más baja además otro factor a considerar es la generación de empleo el cual es relativamente bajo. (p.10)

Ecuador es considerado uno de los países emprendedores de Latinoamérica sin embargo la facilidad para acceder a créditos de emprendimiento es compleja. Cahuasqui (2018) afirma:

Ecuador se ubica por debajo del promedio regional y de las economías de eficiencia, las barreras para financiar la creación de MiPymes en el Ecuador son grandes, no es fácil para el emprendedor encontrar financiamiento para este fin, por tal razón más de la mitad de los emprendedores financian sus microempresas con recursos propios. (p.20)

Ecuador se encuentra en el cuadrante de alta Actividad Empresarial Total (TEA) y baja Actividad Emprendedora de Empleados (EEA) junto con países como Perú y Guatemala. Los principales motivos de cierre de negocios son problemas de financiamiento y la falta de rentabilidad, principales razones de discontinuación por cierre o por abandono en el 2017. Para los negocios en la TEA este porcentaje fue de 27% y para los establecidos 25% (GEM, 2017).

### **1.3. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

Valarezo, Delgado, & Vérez (2016) en su artículo Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión manifiesta:

El estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles. (p.2)

#### **1.3.1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

Pacheco (2015) en su libro El Proyecto de Inversión como Estrategia Gerencial menciona que el estudio de factibilidad es:

Una condición para el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar; es decir, preguntar “qué”, lo cual una vez definido, verifica la factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura, tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar. (p.18-19)

La factibilidad es una fase de la etapa de preinversión que consiste en el estudio detallado de la mejor alternativa de solución para orientar a la toma de decisiones de implementar, rechazar o reformular el proyecto en términos económicos, financieros, técnicos, de mercado y organizacionales, asociados a reducir costos y riesgos para alcanzar los beneficios económicos deseados.

### 1.3.2. ETAPAS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Las etapas del estudio de factibilidad profundizan la investigación y sirven de apoyo para los inversionistas en la toma de decisiones, se inicia con el desarrollo del diagnóstico del entorno, posterior a esto se realiza el estudio de mercado, técnico y financiero para concluir con el estudio organizacional.

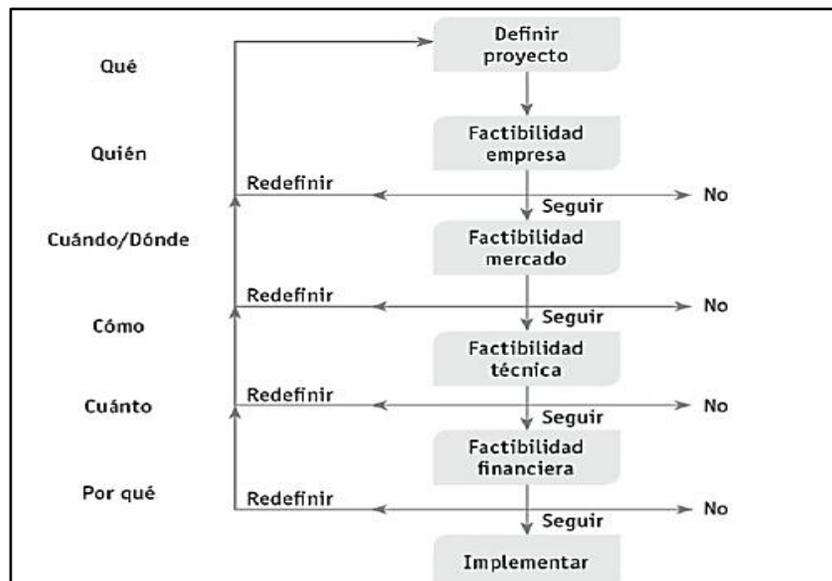


Figura 1. Estudio de Factibilidad (Pacheco & Pérez, 2018)

### 1.4. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El diagnóstico es la primera etapa en el proceso de investigación, consiste en analizar la situación actual del entorno en la que se desarrollará el proyecto. Carbonel (2015) señala: “El diagnóstico no es una fotografía del momento. es un análisis de los antecedentes, la situación actual y las posibles repercusiones. No es solo recolectar información, sino que es necesario analizar e interpretar dicha información” (p.57).

### **1.4.1. MODELO DESTEP**

Herramienta que permite examinar los factores externos del entorno que pueden afectar a la empresa; para este análisis es recomendable hacer uso del modelo DESTEP también conocido como análisis PEST, PESTEL, PESTLE en el que se analiza los aspectos del sector a nivel macro. Mulders (2014) sostiene: “El modelo DESTEP significa demográfico, económico, sociocultural, tecnológico, ecológico y político” (p.170). Cabe recalcar que para analizar el entorno existe una variedad de factores que pueden ser adaptados conforme al enfoque del proyecto, estos factores pueden ser legales, sociales, socioeconómicos, sociopolíticos, entre otros.

- **FACTORES DEMOGRÁFICOS**

Los factores demográficos están relacionados con el estudio de la población según su estado y distribución en un momento determinado, algunos ejemplos son la estructura de la población por edades y género, educación, ingresos, estado civil, tasa de natalidad y mortalidad (Parra, López, & Ramírez, 2019).

- **FACTORES ECONÓMICOS**

Los factores económicos afectan el poder de compra de los clientes potenciales y el costo del capital para las empresas, sin duda es una variable siempre a contemplar. Estos son algunos aspectos económicos para evaluar tasas impositivas, tasas de interés, tasa de inflación, tasas de crecimiento económico, condiciones de financiamiento, Producto Interno Bruto PIB, disponibilidad de mano de obra calificada, costos de materia prima, índices de precios, situación de la balanza de pagos, empleo, subempleo y desempleo. (Paris, 2018, p.143-144)

- **FACTOR SOCIOCULTURAL**

Se refiere a todas aquellas expresiones que se consideran normales y son creadas como un hábito derivado de una forma de pensar y actuar. Mulders (2014) afirma: “Los factores socioculturales están relacionados con los estándares y variables de una sociedad” (p.172). Algunos ejemplos son nuevas tendencias en el estilo de vida, moda, hábitos y conductas, salud, religión, tradiciones, gastronomía y cultura.

- **FACTOR TECNOLÓGICO**

La tecnología es un factor determinante de la capacidad competitiva de la empresa. “La aparición de productos tecnológicamente avanzados conduce a la empresa, bien a la renovación de los productos que actualmente fabrica, o a su desaparición, sustituyéndolos por otros más acordes con las exigencias competitivas” (Parra et al., 2019, p.33). Algunos ejemplos son el impacto de las nuevas tecnologías, innovación y desarrollo local y regional, la organización del trabajo asociado a los procesos, calificación del personal, la maquinaria y equipo, la automatización de los procesos en el sector y el acceso a laboratorios de análisis e investigación.

- **FACTOR POLÍTICO-LEGAL**

Son legislaciones y regulaciones aprobadas por el Gobierno que pueden tener o no una influencia en la empresa. Paris (2018) manifiesta: “Cuando se considera factores políticos tenemos que evaluar el impacto de todo cambio político o legislativo que pueda afectar nuestros negocios” (p.142). Algunos ejemplos obtenidos de diversas fuentes son campañas sociales, facilidades para la creación de negocios, tratados comerciales, protección a la propiedad industrial e intelectual, legislación tributaria y laboral.

## 1.5. ESTUDIO DE MERCADO

En el estudio de mercado se determina si el producto o servicio que se va a fabricar o vender será aceptado en el mercado y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos. Gómez (2016) explica:

El estudio de Mercado constituye la primera etapa de todo proyecto de inversión el cual consiste en una serie de técnicas y procedimientos útiles para obtener y analizar la información referente a la demanda oferta precios y comercialización de un bien o servicio. (p.3)

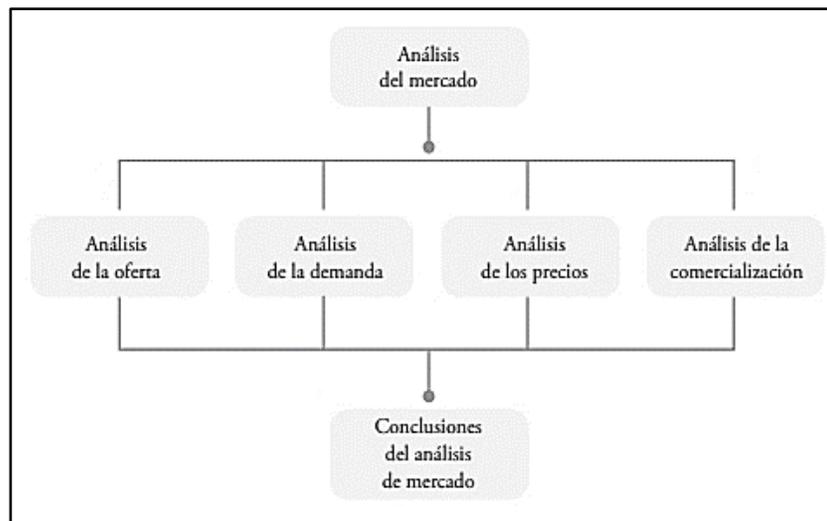


Figura 2. Estructura del Análisis de Mercado (Baca, 2013)

### 1.5.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Baca (2016) menciona: “El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición. del mercado un bien o un servicio” (p.56).

## **1.5.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Baca, 2016, p.30)

- **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación de mercado se genera mediante un proceso que se inicia con la macrosegmentación y continua con la microsegmentación de los mercados. Flórez (2015) expresa: “Segmento de mercado es una porción de clientes potenciales que poseen características comunes entre sí y que representa mayor potencial de ventas para el proyecto” (p.99).

- **MERCADO META**

Es el segmento de mercado al cual se dirige la empresa con la finalidad de obtener resultados óptimos. Thompson (2019) menciona: "Es aquel segmento de mercado que la empresa decide captar, satisfacer o servir, dirigiendo hacia él su programa de marketing; con la finalidad, de obtener una determinada utilidad o beneficio".

- **DEMANDA POTENCIAL**

Es la cantidad estimada que se expresa en unidades físicas o monetarias para el supuesto en que el esfuerzo comercial sea al máximo. Gama (2019) afirma: “La demanda potencial es la hipótesis del volumen máximo de posibles compradores de un producto o servicio en un mercado determinado”.

- **DEMANDA INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha se presenta cuando la demanda es mayor a la oferta. Vázquez (2019) afirma: “Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto”.

- **DEMANDA OBJETIVA**

López (2014) menciona: "Es la estimación de la cuantía real de la demanda de un bien en un momento determinado y a un precio dado, para una población de consumidores específica, en término de sus unidades de comercialización”.

### **1.5.3. ANÁLISIS DE PRECIOS**

La determinación de los precios comerciales del producto es un factor muy importante, pues servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro. También servirá como fundamento para la comparación entre el precio comercial y el precio probable al que se pudiera vender en el mercado el producto. (Baca, 2016, p.92)

### **1.5.4. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN**

En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación de producto o servicio, el crédito a los consumidores la asistencia técnica a los usuarios, así como los mecanismos de promoción y publicidad. (Flórez, 2017, p.71)

En el marketing Mix tradicional se identifican cuatro elementos que son producto, precio, plaza y promoción, al tratarse el proyecto de un servicio producido y consumido de forma simultánea, se incluirá las tres P adicionales que han sido adaptadas al marketing de servicios personas, evidencia física y procesos (Prado & Pascual, 2018).

- **PRODUCTO**

Philip Kotler (como cito Soria, 2017) en su libro Plan de Marketing Empresarial define al producto como:

Todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que puede satisfacer un deseo o una necesidad. Para el experto, el producto abarca objetos físicos, servicios, personas, sitios, ideas u organizaciones. (p.53)

- **PRECIO**

El precio constituye una poderosa herramienta competitiva y es, además, la única pe del marketing Mix que aporta ingresos a la empresa. No solo consiste en la cantidad de dinero que el consumidor paga por comprar el producto, sino que también incluye todo aquello que el consumidor sacrifica para adquirirlo. (Rodríguez & Ammetler, 2018, p.133)

- **PLAZA**

Rosas (2016) comenta: “La Plaza engloba todo lo que tiene que ver con la distribución de nuestro producto, canales, ubicación, en definitiva dónde lo vamos a vender o dónde prestaremos y comercializaremos nuestros productos o servicios”.

- **PROMOCIÓN**

Blank (como cito Urrutia et al., 2019) “La promoción consiste en incentivar las ventas a través de promoción por descuentos, los cuales se realizan con aquel cliente que adquiera en gran volumen del producto; esto aplicará para cualquier consumidor a nivel nacional, local, y regional” (p.14).

- **PERSONAS**

“Esta P hace referencia a la formación que reciben los empleados a fin de mejorar y fortalecer los valores de la empresa, la cultura de comunicación tanto interna como externa para conectar con el consumidor de manera oportuna” (E. Peralta, 2017).

- **EVIDENCIA FÍSICA**

Prado & Pascual (2018) en su libro de Marketing Industrial y de Servicios comenta:

En esta P se incluye tanto el ambiente en el que se presta servicio, a través del cual se lleva a cabo la interacción entre cliente y empresa, como cualquier otro componente de carácter tangible que permita y facilite tanto la ejecución del servicio como la comunicación. (p.26)

- **PROCESOS**

La última P del marketing Mix de servicios analiza los procedimientos, mecanismos y flujo de actividades que son necesarias para que la empresa pueda prestar el servicio. Por tanto, se analizarán tanto el procedimiento de prestación del servicio como los sistemas de operaciones que se lleven a cabo. (Prado & Pascual, 2018, p.90)

## 1.6. ESTUDIO TÉCNICO

Padilla (2017) afirma: “El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado” (p.106).



Figura 3. Partes del Estudio Técnico (Baca, 2016)

### 1.6.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para determinar el sitio preciso en el que se localizará el proyecto se debe identificar un área global y posterior a esto definir una zona específica mediante el análisis de criterios que permitan minimizar costos para obtener mayores utilidades. Pacheco (2015) menciona:

La localización se refiere a encontrar el lugar apropiado para ubicar la planta de producción, la cual debe encontrarse cerca de los proveedores, lo que facilita la transportación de la materia prima y que esté próxima al mercado para vender los productos terminados. (p.108)

- **MACROLOCALIZACIÓN**

La macrolocalización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. (Padilla, 2017, p.119)

La finalidad de la macrolocalización es encontrar la ubicación más favorable para el proyecto, mediante un estudio preliminar en el que se identifiquen indicadores relevantes como la disponibilidad de mano de obra, materia prima, servicios básicos, vías de acceso, entre otros, de tal manera que este análisis permita disminuir los costos de inversión.

- **MICROLOCALIZACIÓN**

Para elegir el sitio preciso en el que se ubicará el proyecto se deben estudiar varias alternativas, posterior a esto se deben valorar las alternativas y finalmente escoger la ubicación que incluya la mayoría de los factores relevantes. Luna (2016) afirma: “La microlocalización consiste en elegir una zona y dentro de ésta, el sitio preciso en el que se ubicará el proyecto, se debe contemplar las dimensiones y características técnicas del terreno, obras físicas, inventario, equipos, maquinaria, herramientas e instalaciones” (p.142).

### **1.6.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto se define por la capacidad de producción de bienes o servicios durante un periodo determinado, utilizando términos como: unidades o valor de los bienes productivos, cantidad de materias primas utilizadas, número de obreros o empleados, monto del capital utilizado y unidades especiales. (Rendón, 2014, p.90)

- **FACTORES CONDICIONANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO**

Carbonel (2015) manifiesta: “Los factores a tener en cuenta para fijar el tamaño del proyecto son la demanda de mercado “demanda insatisfecha”, la tecnología, la disponibilidad de materia prima e insumos, la capacidad de financiamiento o endeudamiento, entre otros factores” (p.118).

### **1.6.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Luna (2016) afirma: “En la ingeniería del proyecto, se busca dar solución a todo lo referente a la instalación, acción, descripción del proceso, adquisición de maquinaria, equipo y herramientas; distribución óptima y la organización que habrá de tener la planta productiva”(p.142).

- **DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO**

Es recomendable elaborar una ficha técnica, en la que se describa en qué consiste el producto o servicio y las cantidades y cualidades que este posee. Flórez (2015) manifiesta: “Se trata de describir el producto o productos, indicando su nombre técnico, su nombre comercial, su composición, la forma de presentación, de almacenamiento y transporte, su vida útil estimada, y todas las características que permita conocerlo y diferenciarlo” (p.196).

- **IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS**

Se selecciona un proceso y al proceso escogido se le determinan sus fases principales, su secundaria, los requerimientos de equipos, los recursos materiales y humanos que éste demanda. En la medida de lo posible, la descripción debe estar complementada con diseños, gráficos, diagramas de flujo y todo aquello que permita un mejor conocimiento de la opción técnica seleccionada. (Flórez, 2017, p.88)

- **SELECCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

Para la compra de equipo, maquinaria, herramienta y demás materiales, se deben considerar una serie de factores, para una mejor decisión. Es importante considerar que, al elegir, se cuente con información que ayude a comparar varios equipos, maquinaria, herramientas y materiales que se definen en cuadros comparativos. (Luna, 2016, p.147)

- **SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA**

Padilla (2017) “Se deben cuantificar los volúmenes y especificar características de las materias primas e insumos requeridos anualmente, en consideración a las especificaciones técnicas del producto a elaborar y el programa de producción previsto” (p.131).

- **SELECCIÓN DE PERSONAL**

Padilla (2017) “En este ítem se debe indicar la mano de obra necesaria para operar la nueva planta, discriminada en mano de obra directa, indirecta y el personal administrativo y presentar la escala de sueldos y salarios para el personal” (p.131).

- **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

Para la distribución óptima de la planta se debe considerar diferentes aspectos como la distancia mínima de recorrido, aprovechamiento del espacio, seguridad y bienestar para los trabajadores. Baca (2016) afirma: “Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (p.120).

## 1.7. ESTUDIO FINANCIERO

Sapag (como lo cita Rojas, 2015) afirma: “La sistematización del estudio financiero consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos” (p.50).

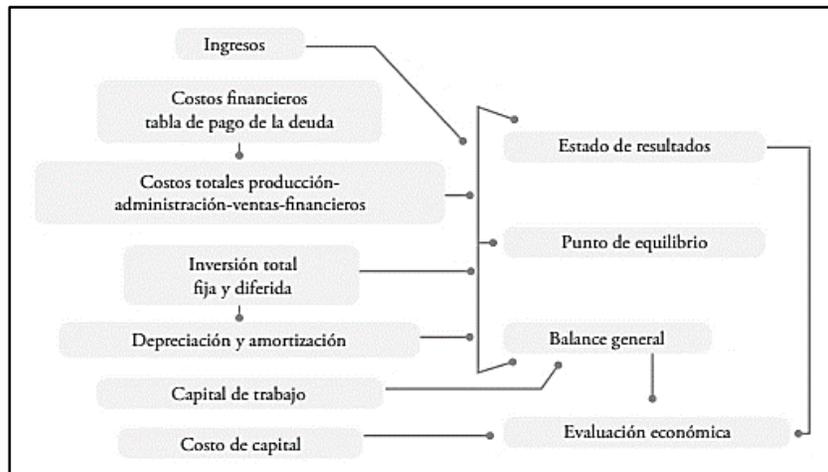


Figura 4. Estudio Financiero (Baca, 2016)

### 1.7.1. INGRESOS

Son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de este patrimonio. (García & Ortiz, 2015, p.50)

### 1.7.2. COSTOS

Los costos son valores que requiere un proceso de producción para elaborar un producto. Polo (2017) manifiesta: “Son erogaciones y causaciones efectuadas en el área de producción, necesarios para fabricar un artículo o prestar un servicio, cumpliendo así con el desarrollo del objeto social propuesto por la empresa y debe generar un beneficio económico futuro” (p.17).

- **MATERIA PRIMA DIRECTA**

Bañuelos, Zwaiman, & García (2018) expresa: “Las materias primas y los materiales son artículos que se transforman para elaborar bienes de consumo u otros artículos que se convertirán en artículos terminados o en componentes de productos” (p.23).

- **MANO DE OBRA DIRECTA**

La mano de obra directa es aquella que interviene en el proceso de producción. Bañuelos et al., (2018) manifiesta:

La mano de obra directa es aquella que puede identificarse plenamente con los productos o servicios. Como en el caso de la materia prima, se debe establecer el tiempo e importe incurrido para cuantificar la mano de obra consumida en la producción. (p.24)

- **CIF**

“Lo integran todas aquellas erogaciones que siendo necesarias para lograr la producción de un artículo o de un servicio no es posible determinar en forma precisa la cantidad que corresponde a la unidad producida o al servicio prestado” (Polo, 2017, p.112).

### **1.7.3. GASTOS**

Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos que dan como resultado decrementos en el patrimonio, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio. (Filgueira, 2017, p.97)

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Mendoza (2017) afirma: “Son todos aquellos que se originan en el área administrativa, cualquiera que sea su concepto, tales como salarios, arriendos, depreciaciones, servicios públicos del área de administración” (p.166).

- **GASTOS DE VENTA**

Vite (2017) expresa: “Los gastos de venta representan el precio de costo de las erogaciones efectuadas por el departamento de ventas, con la finalidad de incrementar y desarrollar el volumen de las ventas” (p.64).

- **OTROS GASTOS**

Son los relacionados con la obtención de fondos para las operaciones de la empresa; estos gastos incluyen los intereses que la empresa debe pagar por los préstamos recibidos, así como los gastos relacionados con el otorgamiento de crédito a los clientes. (Mendoza, 2017, p.166)

#### **1.7.4. DEPRECIACIÓN**

El Reglamento a la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (2015) conforme a la depreciación de activos fijos expresa:

Se realizará de acuerdo con la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual, instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual, vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual y equipos de cómputo y software 33% anual. (art.28 inciso 6a)

### **1.7.5. AMORTIZACIÓN**

Es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión NIC 38 (2016) “La amortización es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo intangible durante los años de su vida útil” (p.11).

### **1.7.6. CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo es el dinero requerido para el proyecto esto dependerá de los costos y gastos necesarios para producir un bien o servicio y ejecutar el proyecto. Flórez (2015) afirma: “El conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes” (p.125).

### **1.7.7. ESTADOS FINANCIEROS**

La Norma Internacional de Contabilidad (NIC 1, 2016) conforme a la presentación de estados financieros expresa:

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la entidad. El objetivo de los estados financieros con propósitos de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de la entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que se les han confiado. (p.2)

- **BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA**

Es un estado que muestra la situación financiera de la empresa en un momento determinado, contiene los activos o propiedades de la sociedad y su aplicación, así como los pasivos y su procedencia en un periodo determinado, es decir, muestra de dónde procede el capital y cómo se invierte. (Pedraza, 2014, p.83)

- **ESTADO DE RESULTADOS**

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Baca, 2016, p.190)

- **ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

El estado de flujo de efectivo es aquel en el que se registra las entradas y salidas de dinero. La NIC 7 (2016) conforme a su presentación expresa:

La información acerca de los flujos de efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez. (p.3)

### **1.7.8. EVALUACIÓN FINANICERA**

Izar (2016) menciona: “Dentro de las técnicas consideradas para evaluar económicamente los proyectos, están la del periodo de recuperación (PR), la tasa interna de retorno (TIR), y el del valor actual neto (VAN)” (p.163).

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Baca, 2016, p.221)

$$VAN = -I_0 + \frac{\Sigma FNE}{(1 + i)^n}$$

**FNE** = Flujos Netos de Efectivo

**i** = Tasa de rendimiento medio TRM

**I<sub>0</sub>** = Inversión Inicial

- **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La TIR permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocio antes de iniciar cualquier inversión. Si esta tasa llena las expectativas del inversionista, hará que el plan de negocio sea una realidad, pero si, por el contrario, este no colma las expectativas financieras del inversionista, no invertirán en el plan de negocio. (Flórez, 2015, p.284)

$$TIR = Ti + \left[ (Ts - Ti) * \left( \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right) \right]$$

**VAN Ti** = VAN con tasa inferior

**Ti** = Tasa inferior

**VAN Ts** = VAN con tasa superior

**Ts** = Tasa superior

- **TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)**

“Es la tasa que incorpora en su cálculo la dispersión de la distribución de las probabilidades de obtener los flujos de efectivo planeados, incorpora el riesgo de la variación en la inflación y la variación del costo de capital” (Rodríguez, 2018, p.50).

$$\mathbf{TMAR} = \textit{Tasa de inflación} + \textit{riesgo de la inversión}$$

- **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)**

El PRI señala el tiempo en que se recuperará la inversión a través de los flujos de efectivo correspondientes a cada año si se recupera en un tiempo menor a uno o dos años el proyecto es factible, si supera tres a cuatro generará incertidumbre si se debe invertir (Flórez, 2015).

$$\mathbf{PRI} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

**a** = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

**b** = Inversión Inicial

**c** = Flujos de efectivo acumulado del año inmediato anterior en que se recupera la inversión

**d** = Flujo de efectivo del año en que se recupera la inversión

- **COSTO-BENEFICIO**

Permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio y compararla con los costos en los que se busca incurrir durante su ejecución. Esto permite determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa. (Flórez, 2015, p.284)

$$\mathbf{C/B} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN egresos}}$$

- **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio es el punto muerto en donde los niveles de ventas o ingresos cubren los costos fijos y variables del proceso de producción. Baca (2016) afirma:

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.(p.187)

$$Q = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

## **1.8. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamento que regularán las actividades durante el período de operación. (Meza, 2017, p.31)

### **1.8.1. LA EMPRESA**

En el Código de Comercio (2019) menciona: “Empresa es la unidad económica a través de la cual se organizan elementos personales, materiales e inmateriales para desarrollar una actividad mercantil determinada” (art. 14).

- **CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS**

Munch (2014) expresa: “Los grandes avances científicos, tecnológicos y económicos han propiciado el surgimiento de una gran diversidad de empresas” (p.192).

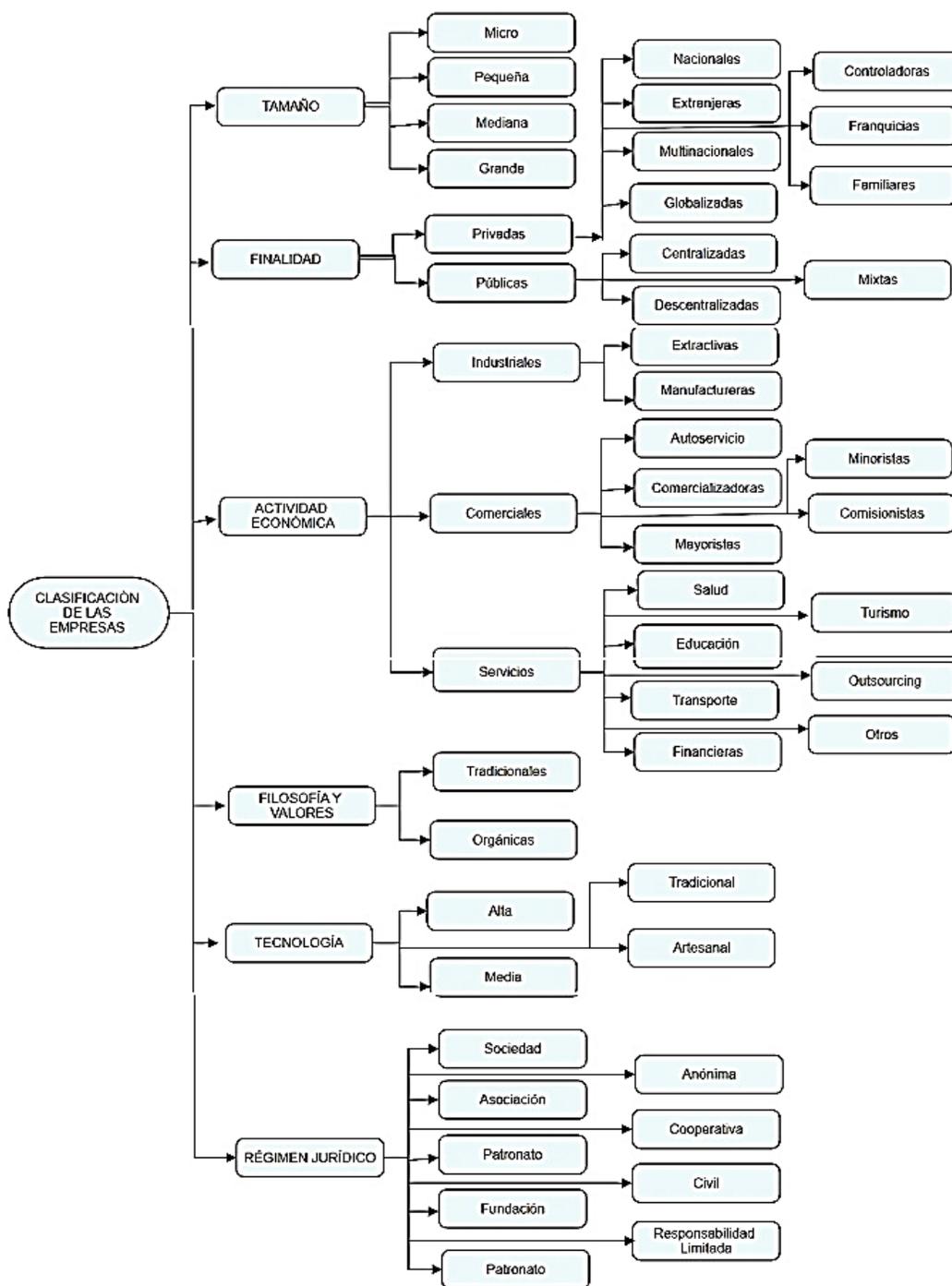


Figura 5. Clasificación de las Empresas (Munch, 2014)

La Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (2019) acogió: “Mediante resolución, la clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente”, conforme a la siguiente tabla:

Tabla 1  
*Clasificación de las Empresas*

<b>Variables</b>	<b>MicroEmpresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Mediana Empresa</b>	<b>Grandes Empresas</b>
<b>Personal ocupado</b>	De 1 - 9	De 10 - 49	De 50 - 199	≥ 200
<b>Valor bruto de ventas anuales</b>	≤ 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000	> 5.000.000
<b>Monto de activos</b>	Hasta US\$ 100.000	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.999	≥ 4.000.000

Fuente: (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019)

- **NOMBRE DE LA EMPRESA**

El nombre del negocio deberá ofrecer al público su idea y naturaleza; asimismo se deberá proyectar la imagen y concepto que se quiera ofrecer. Es importante tratar de encontrar un nombre que ofrezca una imagen corporativa y que no lo limite en el futuro. También se deberá diseñar un logotipo que corresponda al concepto de su negocio. (Rodríguez, 2018, p.13)

- **MISIÓN**

La misión se considera un elemento fundamental porque transmite la razón de ser y la esencia de la empresa Rodríguez (2018) comenta: “La respuesta a las siguientes preguntas podrá ayudar en la formulación: ¿Para que existe?, ¿Para quién?, ¿Cómo lo hace? y ¿Con qué lo hace?” (p.14-15). Es fundamental que la misión sea difundida a todas las áreas de la empresa, por lo tanto su contenido debe ser coherente.

- **VISIÓN**

Es el enfoque a futuro de la empresa con un horizonte de tiempo definido. Prieto (2018) menciona: “La visión debe responder como mínimo a las preguntas ¿qué queremos crear?, ¿qué queremos formar?, ¿qué queremos lograr?, ¿qué queremos ser? Y ¿qué huella queremos dejar?”(p.100).

- **VALORES CORPORATIVOS**

Pérez & González (2019) mencionan: “Los valores son aquellos presupuestos éticos sobre situaciones imaginarias o reales con los cuales la empresa se siente más vinculada, tanto por su grado de afinidad como por su utilidad personal o social” (p.74) .

- **POLÍTICA DE LA EMPRESA**

Prieto (2018) manifiesta: “Toda unidad productora de bienes y servicios, para ser efectiva, productiva y competitiva debe saber qué hace, hacia dónde va y cuáles son sus fortalezas y debilidades en esto consiste precisamente la política empresarial.” (p.89).

- **ORGANIGRAMA**

La estructura de los organigramas es variable, en posición vertical, se inicia con la dirección en la parte superior, la ejecutiva en los niveles medios y la operativa en nivel inferior. Horizontal, contiene los cargos según la especialización de las funciones. (Álvarez & Sánchez, 2014, p.192)

- **MANUAL DE FUNCIONES**

“Como herramienta de gestión, un manual constituye un medio para comunicar las decisiones institucionales sobre la organización, las políticas y los procedimientos” (Huamán, Vidal, & Rios, 2015, p.278).

- **REGLAMENTO INTERNO**

El reglamento interno es el instrumento constituido por políticas donde se establece y regula las obligaciones y prohibiciones de los trabajadores para establecer un vínculo laboral entre empleador y trabajador (Torres, 2018).

### **1.8.2. REQUISITOS NORMATIVO-LEGALES**

Torres (2015) expresa: “Son las exigencias del macroentorno que hay que cumplir para obtener los permisos de funcionamiento” (p.125). Por exigencias del macroentorno se refiere a requisitos del Servicio de Rentas Internas (SRI), los requisitos Municipales y normativa medioambiental.

## **CAPÍTULO II**

### **1. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS**

En este capítulo se describen los procedimientos metodológicos como son tipos, métodos y técnicas de investigación, que serán de apoyo para proyecto. La metodología se desarrollará a través de una investigación descriptiva con enfoques cuantitativo y cualitativo para interpretar las elecciones y gustos alimentarios

En cuanto a los métodos se utilizará análisis y síntesis para descomponer el objeto de estudio, método deductivo e inductivo, a fin de conocer las características específicas y globales para el proyecto; histórico y lógico para relacionar los antecedentes y la metodología con la factibilidad y método sistemático y estadístico para establecer los procedimientos en cuanto al manejo de datos e información.

Las técnicas e instrumentos que se empleará son la observación para recolectar información sobre los precios y productos que ofrece la competencia; la encuesta que será aplicada a la muestra seleccionada y la entrevista que se la realizará a la competencia para determinar estrategias de diferenciación y posicionamiento.

### **OBJETIVO**

Determinar los referentes metodológicos para el desarrollo de la propuesta para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra provincia de Imbabura que permitan asegurar la calidad y fiabilidad de los resultados.

## **2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El proyecto se enmarca en una investigación de carácter descriptivo. Dos Santos (2017) explica: "La investigación descriptiva, como indica su nombre, describe las características de los objetos, personas, grupos, organizaciones y entornos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis"(p.31). En definitiva, para determinar la factibilidad del proyecto se investigará acerca de las características del tema de estudio mediante la realización de un diagnóstico situacional.

Posterior se seleccionará a los sujetos de la investigación a los que se aplicará la encuesta como instrumento de investigación con la finalidad de describir la realidad de los hechos, sus opiniones y características generales a través de la interpretación y análisis de la información.

La investigación se realizará en la ciudad de Ibarra y se orientará desde los enfoques cualitativo y cuantitativo debido a que el objeto de estudio elegido, la alimentación, es diverso. Cada uno de los enfoques aportará a la comprensión teórica para el análisis de la información.

La investigación cualitativa permite de forma rápida llegar a situaciones y contextos sociales como grupos y comunidades, por su diseño flexible enfrenta de forma ágil a las poblaciones objeto de estudio, en donde lo subjetivo e interioridad de los autores y protagonismo se asume como fuente de conocimiento (Tamayo, 2014, p.47).

El enfoque cualitativo permitirá recopilar e interpretar la información sobre el problema de estudio, con el propósito de obtener un conocimiento más profundo acerca de las necesidades y expectativas de los consumidores para la creación del restaurante.

El enfoque cuantitativo se orienta fundamentalmente a la medición de variables y sus relaciones, por lo cual deben ser verificadas para establecer la prueba de hipótesis y validar de esta forma las teorías anunciadas al tener como objetivo de estudio problemas de ciencias físicas, naturales y la realidad social. (Tamayo, 2014, p.47)

El enfoque cuantitativo se lo utilizará con fines de medición, al investigar sobre un problema de la realidad social para obtener datos estandarizados a partir de la selección de una muestra representativa con la finalidad de conocer las características del mercado y sus aspectos para ser generalizados.

## **2.2. MÉTODOS**

Zarzar (2015) menciona: “El método es un camino, un procedimiento, una forma de hacer algo, una serie de pasos que hay que seguir para alcanzar un resultado” (p.80). Cada uno de los métodos de investigación se emplearán para direccionar el objeto de estudio con la finalidad de establecer un procedimiento comprensible en el desarrollo de la factibilidad para la creación de un restaurante de comida saludable.

### **2.1.1. MÉTODO DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS**

Navarro (2014) menciona: “El análisis consiste en descomponer un objeto de estudio al separar cada parte del todo para estudiarla de manera individual y la síntesis consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad”(p.195). El análisis se utilizará para descomponer el objeto de estudio en sus partes, y la síntesis para integrarlo como un fenómeno general, como un todo único.

### **2.1.2. MÉTODO INDUCTIVO DEDUCTIVO**

Este método se pondrá en práctica en el estudio de factibilidad para transitar de sus características específicas hasta su caracterización general y su visión global. Caballero (2014) manifiesta:

Inductivo es aquella orientación que va de los casos particulares a lo general; es decir, que parte de los datos o elementos individuales y por semejanza se sintetiza y se llega a un enunciado general y deductivo es aquella orientación que va de lo general a lo específico; es decir, que parte de un enunciado general del que se va desentrañando partes o elementos específicos. (p.83)

### **2.1.3. HISTÓRICO-LÓGICO**

El método histórico lógico trata de la experiencia pasada; se presenta como una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos del pasado, con orientación que va del pasado al presente para proyectarse al futuro, por lo general la etapa de tiempo proyectada al futuro equivale a la extensión estudiada (Tamayo, 2014).

Este método se utilizará para la búsqueda de los antecedentes teóricos y metodológicos relacionados con estudio, con la finalidad de conocer hasta dónde se ha llegado en investigaciones anteriores, cuáles son los aciertos y los desaciertos y qué ha quedado pendiente de solución.

### **2.1.4. MÉTODO HIPOTÉTICO DEDUCTIVO**

Mejía, Novoa, Ñaupas, & Villagomez (2014) manifiesta: “Consiste en ir de la hipótesis a la deducción para determinar la verdad o falsedad de los hechos, procesos o conocimientos” (p.44). Este método servirá para el planteamiento de la propuesta de solución adelantada al problema de investigación.

### **2.1.5. MÉTODO ESTADÍSTICO**

Este método se empleará para el estudio y el procesamiento de la información recopilada mediante la aplicación de las técnicas y los instrumentos de investigación. Reinaga (como se citó Loya, 2017) expresa:

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación. (p.33)

## **2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Las técnicas descriptivas sirven para recolectar datos y verificar una hipótesis entre estas encontramos la observación, encuesta, entrevista o análisis de contenido. Sirven de base para construir los instrumentos de investigación, conducción de experimentos, observación y control de variables dependientes, independientes y extrañas (Mejía et al., 2014).

### **2.2.1. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

“La investigación documental permite “contextualizar” el fenómeno a estudiar, estableciendo relaciones diacrónicas y sincrónicas entre acontecimientos actuales y pasados; lo cual posibilita hacer un “pronóstico” comprensivo e interpretativo de un suceso determinado” (Yuni & Urbano, 2014, p.100). Esta investigación será aplicada para el desarrollo del diagnóstico situacional y fundamentación teórica en base a documentos físicos y digitales.

### **2.2.2. ENCUESTA**

Eyssautier (2016) expresa: “Consiste en invitar a un grupo de personas a contestar una serie de preguntas de un cuestionario, estas son cuidadosamente preparadas tomando en cuenta el problema que se investiga y la hipótesis que se quiere comprobar” (p.164). Las encuestas como herramienta de investigación serán desarrolladas en el estudio de mercado y aplicadas a la PEA urbana del cantón Ibarra.

### **2.2.3. ENTREVISTA**

Yuni & Urbano (2014)“Esta técnica permite que los personas puedan hablar de sus experiencias, sensaciones, ideas” (p.81). La entrevista como herramienta de investigación será aplicada a la competencia para determinar estrategias de diferenciación y posicionamiento.

### **2.2.4. LA OBSERVACIÓN**

Eyssautier (2016) afirma: “Sirve de fuente de información al investigador quién recoge directamente los datos de las conductas observadas” (p.168). Como método empírico la observación se realizará para recolectar información sobre los precios y productos que ofrece la competencia.

## **2.3.VARIABLES**

Sampieri, Fernández, & Baptista (2017) manifiesta: “Es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p.105). Para analizar cada una de las variables descritas será necesario agregar indicadores de cada una de ellas, lo que permitirá una mejor comprensión de la investigación.

## **CAPÍTULO III**

### **3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

En este capítulo se aborda el diagnóstico mediante la investigación documentada y revisión de bases bibliográficas que se desglosaron a partir de variables e indicadores para conocer la realidad del macroentorno donde se desarrollará el proyecto. Se considera las variables como son aspectos geográficos, en la que se analiza ubicación, límites, organización territorial, clima y vías de acceso; en lo demográfico, se examina el número de habitantes y la estructura poblacional; socioeconómicos, se considera la tasa de inflación, actividades que generan mayores ingresos, empleo, subempleo, desempleo y pobreza; socioculturales, se determina las nuevas tendencias alimenticias, hábitos, gastronomía y enfermedades crónicas no transmisibles; político-legal, se analiza leyes de fomento empresarial, entidades de financiamiento y programas de apoyo microempresarial; tecnológico, se examina la innovación tecnológica y en el aspecto sectorial se considera la Población Económicamente Activa del sector servicios que permitirán reconocer la oportunidad diagnóstica.

#### **OBJETIVO**

Realizar un diagnóstico técnico situacional relacionado con la creación de un restaurante de comida rápida saludable, a través de un enfoque descriptivo de carácter cuantitativo, con la finalidad de identificar la oportunidad de la propuesta de negocio.

### 3.1.DESARROLLO DE VARIABLES

Tabla 2  
Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	INFORMANTE
Analizar la situación geográfica del cantón Ibarra	Geográfica	Ubicación Límites Geográficos Superficie Organización territorial Clima Vías de acceso	Secundaria	PD y OT cantón Ibarra y Página Web del GAD
Investigar los aspectos demográficos del Cantón Ibarra	Demográfica	Número de Habitantes Estructura de la Población PEA por sectores económicos Principales causas de Mortalidad	Secundaria	INEC y PD y OT cantón Ibarra
Estudiar la situación socio-económica de la ciudad de Ibarra	Socio-Económica	Tasa de Inflación Principales actividades que generan ingresos Disponibilidad de Productos Agrícolas Empleo, subempleo y desempleo Pobreza Servicios Básicos	Secundaria	PD y OT cantón Ibarra, página Web del GAD, BCE
Determinar los aspectos socio-culturales que influyen en la alimentación de los ibarreños	Socio-Cultural	Tendencias Alimentarias Hábitos Alimentarios Gastronomía Enfermedades Crónicas no Transmisibles	Secundaria	PD y OT cantón Ibarra, Encuesta ENSANUT, Revistas electrónicas y MESSE
Determinar las condiciones políticas y legales que inciden en la creación de un negocio	Político-Legal	Leyes de Fomento Microempresarial Entidades que financian los emprendimientos Programas que apoyan al emprendimiento	Secundaria	CRE, PND, LOEPS, MSP y MIES
Determinar las condiciones tecnológicas que limitan el desarrollo empresarial	Tecnológica	Innovación tecnológica Automatización de Procesos	Secundaria	Global Information Technology Report
Reconocer el sector al que pertenece la propuesta de negocio	Sectorial	PEA sector servicios Tasa de crecimiento sectorial	Secundaria	PD y OT cantón Ibarra

## **ANTECEDENTES DEL CANTÓN IBARRA**

Ibarra es una ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que cohabitan variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura, es el asentamiento poblacional de mayor jerarquía en la agenda zonal Zona 1. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra (PD Y OT, 2015).

La gastronomía de Imbabura es privilegiada, al estar asentada en los 2.205 msnm, tiene el influjo de las montañas (habas, mellocos, papas, sobre los 3.000 msnm); los valles cálidos, como el del Chota (yuca, fréjol, plátanos, sobre los 1.500 msnm), o incluso más abajo, sobre los 650o msnm, como Lita, de donde provienen la papaya y guanábana para los helados de paila. (Morales, 2015)

Según El Telégrafo (2016) en la calle Olmedo existen locales comerciales que muestran la diversidad culinaria de la provincia de Imbabura, empanadas de morocho, humitas, quimbolitos, chicha de jora, fritada, choclos asados con queso, caldo de gallina criolla, pan de leche, arrope y helados de paila, son algunas de las preparaciones que degustan los turistas que llegan a esta ciudad.

En la actualidad, con la aparición de los nuevos negocios y los denominados Food Trucks cada vez son más los locales que ofrecen comida rápida, “es así que comer hamburguesas, waffles, hot dogs, chuzos, crepes, tacos, pizza, entre otras se ha convertido en una nueva tendencia que genera gran demanda” (Miranda, 2017). Situación que llama la atención de los consumidores quienes buscan constantemente cosas nuevas a un precio asequible.

La alimentación de los ibarreños ha cambiado paulatinamente. Se han notado cambios en la manera en que se alimentaban nuestros antepasados, con relación a lo que se presenta en la actualidad. La alimentación moderna es menos natural debido al excesivo consumo de alimentos procesados, dejando de dar importancia al consumo de alimentos llamados “sanos”.

### **3.1.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS**

En cuanto a los aspectos geográficos se investiga cómo está organizado el cantón Ibarra y las oportunidades que brinda en cuanto a la localización del proyecto, clientes y distribución de productos.

#### **UBICACIÓN**

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD Ibarra, 2019a) en su portal web sobre la ubicación del cantón expresa:

El cantón Ibarra se encuentra en la región norte del Ecuador, pertenece a la provincia de Imbabura, está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, capital de la república a 126 Km, a 135 Km. de la frontera con Colombia, y a 185 Km. de San Lorenzo, en el Océano Pacífico.

#### **LÍMITES GEOGRÁFICOS**

Según (PD y OT, 2015) los límites del cantón Ibarra son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

#### **SUPERFICIE**

PD y OT (2015) “La ciudad de Ibarra tiene una superficie aproximada de 1162,22 Km<sup>2</sup>, la superficie de la zona urbana es de 41.68 km<sup>2</sup> y la de la zona rural de 1.120,53 km<sup>2</sup>”.

## ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

GAD Ibarra (2019)“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”.

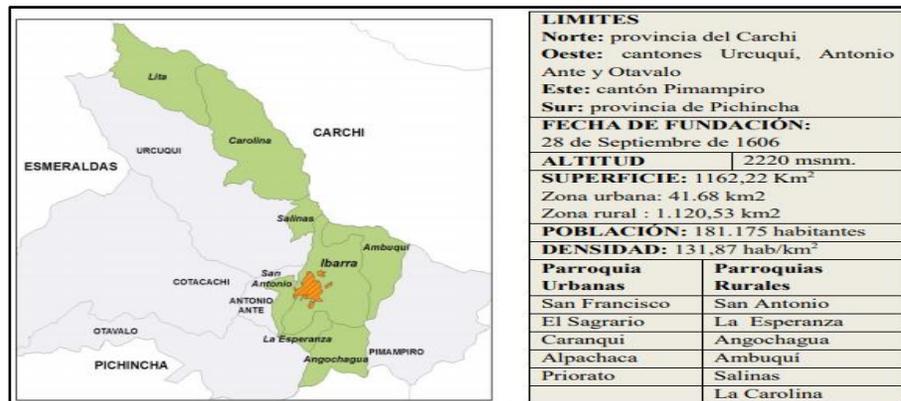


Figura 6. División Política Administrativa del Cantón Ibarra. (PDyOT, 2015)

## 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. GAD Ibarra (2019) manifiesta:

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. Los vientos promedios son del orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s, como mínimos.

“La variación de la precipitación a diferentes alturas se presentan épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, con dos épocas de sequía adicionales en los meses de abril y noviembre. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial” (PD y OT, 2015).

## **VÍAS DE ACCESO**

La red vial cantonal está conformada por vías urbanas compuestas por calles, pasajes y avenidas, que se articulan con vías estatales y provinciales de primer orden, vías inter cantonales e inter parroquiales de segundo orden; y caminos vecinales rurales de tercer orden, que no disponen de condiciones adecuadas para la movilidad de bienes y personas, debido al eventual y fortuito mantenimiento vial que reciben. (PD y OT, 2015)

Ibarra ciudad a la que siempre se vuelve, ubicada en una zona estratégica, con una diversidad de climas, además, es una ciudad étnica y cultural, donde se encuentran presentes pueblos y nacionalidades, es un ambiente plácido por la calidez de su gente y sus paisajes ensoñadores que atraen turistas locales, nacionales y extranjeros.

### **3.1.2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS**

En referencia a los aspectos demográficos se detalla el tamaño, la estratificación, las principales causas de mortalidad y la evolución futura de la población a través de datos y proyecciones estadísticas.

## **NÚMERO DE HABITANTES**

Según el VII censo nacional de población realizado INEC (2010) expresa: “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”.

El INEC (2010-2020) afirma: “Ecuador para el año 2019 cuenta con 17'267.986 habitantes, de los cuales 7'733.725 pertenecen a la Sierra y tan solo 470.129 personas de la región pertenecen a la provincia de Imbabura y 217.856 habitantes en la ciudad de Ibarra”.

## ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN

La población de la provincia de Imbabura, según las proyecciones del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018) se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Tabla 3  
*Estructura de la Población por Edades*

<b>ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN IMBABUREÑA, SEGÚN GRUPOS DE EDAD</b>										
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
< 1 año	9.286	9.261	9.223	9.188	9.153	9.120	9.087	9.057	9.027	8.995
1 - 4	37.083	36.858	36.664	36.493	36.360	36.236	36.105	35.978	35.853	35.732
5 - 9	46.223	46.342	46.334	46.216	46.007	45.762	45.526	45.300	45.097	44.928
10 - 14	44.256	44.872	45.418	45.882	46.247	46.500	46.623	46.620	46.506	46.292
15 - 19	40.114	40.897	41.674	42.430	43.149	43.816	44.425	44.968	45.426	45.792
20 - 24	35.210	35.911	36.627	37.357	38.104	38.862	39.625	40.372	41.100	41.797
25 - 29	30.937	31.595	32.254	32.918	33.589	34.268	34.956	35.657	36.372	37.100
30 - 34	27.487	28.124	28.775	29.432	30.091	30.749	31.411	32.075	32.741	33.413
35 - 39	24.738	25.258	25.802	26.373	26.972	27.597	28.241	28.897	29.565	30.232
40 - 44	22.362	22.852	23.334	23.820	24.316	24.823	25.348	25.895	26.468	27.067
45 - 49	19.650	20.225	20.786	21.328	21.849	22.355	22.851	23.342	23.831	24.329
50 - 54	16.627	17.176	17.746	18.328	18.914	19.499	20.076	20.636	21.181	21.706
55 - 59	14.083	14.448	14.852	15.296	15.778	16.292	16.835	17.400	17.978	18.560
60 - 64	12.215	12.437	12.677	12.941	13.236	13.563	13.924	14.323	14.760	15.235
65 - 69	10.425	10.626	10.832	11.040	11.252	11.471	11.701	11.947	12.213	12.506
70 - 74	8.412	8.576	8.756	8.947	9.145	9.349	9.558	9.770	9.985	10.201
75 - 79	6.346	6.425	6.525	6.645	6.782	6.935	7.103	7.285	7.478	7.677
80 y más	8.203	8.036	7.944	7.909	7.924	7.978	8.081	8.215	8.376	8.567
<b>TOTAL</b>	<b>415.667</b>	<b>421.930</b>	<b>428.235</b>	<b>434.556</b>	<b>440.882</b>	<b>447.190</b>	<b>453.492</b>	<b>459.754</b>	<b>465.975</b>	<b>472.148</b>

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

## PEA POR SECTORES ECONÓMICOS

Según Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PD y OT, 2015) sobre la PEA por sectores económicos manifiesta:

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 la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector.

Tabla 4  
*PEA Sectorial*

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PEA</b>	<b>%</b>
SECTOR AGROPECUARIO	9367	11,61
SECTOR INDUSTRIAS	15630	19,38
SECTOR SERVICIOS	46855	58,02
OTROS	8817	10,93
TOTAL PEA	80669	99,9

Fuente: (PD y OT, 2015)

## PRINCIPALES CAUSAS DE MORTALIDAD

Adhanom (como se citó El Telégrafo, 2018) expresa: “Las enfermedades no transmisibles son las principales causas de muerte en el mundo. En 2016 fueron responsables de casi 40 millones de fallecimientos, lo que representa tres cuartas partes de todos los decesos en el mundo”

El panorama a nivel del Ecuador no es distinto al que se vive a nivel mundial. El Comercio (2018) expresa:

En el año 2017, la enfermedad isquémica del corazón fue la principal causa de muerte en hombres y mujeres, con un total de 7404 defunciones; en segundo lugar se ubicó la diabetes mellitus, luego las enfermedades cerebro vasculares, influenza y neumonía, entre otras

La realidad que se vive conforme a las principales causas de mortalidad en el Ecuador ha sido una situación que no ha cambiado desde los años 2014 al 2017 siendo las enfermedades crónicas no transmisibles las que predominan con una tasa de mortalidad elevada en referencia a otras enfermedades como se detalla a continuación:

Tabla 5  
*Principales Causas de Mortalidad*

<b>PRINCIPALES CAUSAS DE MORTALIDAD GENERAL ECUADOR 2014</b>	
<b>AGREGACIONES</b>	<b>VALOR</b>
I20-I25 Enfermedades isquémicas del corazón	29,32%
E10-E14 Diabetes Mellitus	23,38%
I60-I69 Enfermedades cerebrovasculares	23,17%
I10-I15 Enfermedades hipertensivas	22,09%
J10-J18 Influenza y neumonía	21,53%
V00-V89 Accidentes de transporte terrestre	9,98%
K70-K76 Cirrosis y otras enfermedades del hígado	9,80%
N00-N39 Enfermedades del sistema urinario	8,90%
J40-J47 Enfermedades crónicas de las vías respiratorias inferiores	8,65%
C16 Neoplasia maligna del estómago	8,63%
P00-P96 Ciertas afecciones originadas en el período prenatal	8,51%
I50-I51 Insuficiencia cardíaca, complicaciones y enfermedades mal definidas	7,68%

Fuente: (INEC, 2014)

### 3.1.3. ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS

En referencia a los aspectos socioeconómicos se detalla la situación económica del país a través de datos estadísticos que muestran los índices de inflación, empleo, desempleo, subempleo, pobreza, cobertura de servicios básicos y actividades que generan mayor ingreso.

#### SALARIO BÁSICO UNIFICADO

El Ministro de Trabajo Ledesma (2018) expresa: “El incremento salarial para 2019, el Salario Básico Unificado se estableció en USD \$394.00, que representa un incremento de USD \$8 en referencial al año anterior, este aumento equivale al 2,073%, considerando variables de inflación proyectada y productividad laboral”.

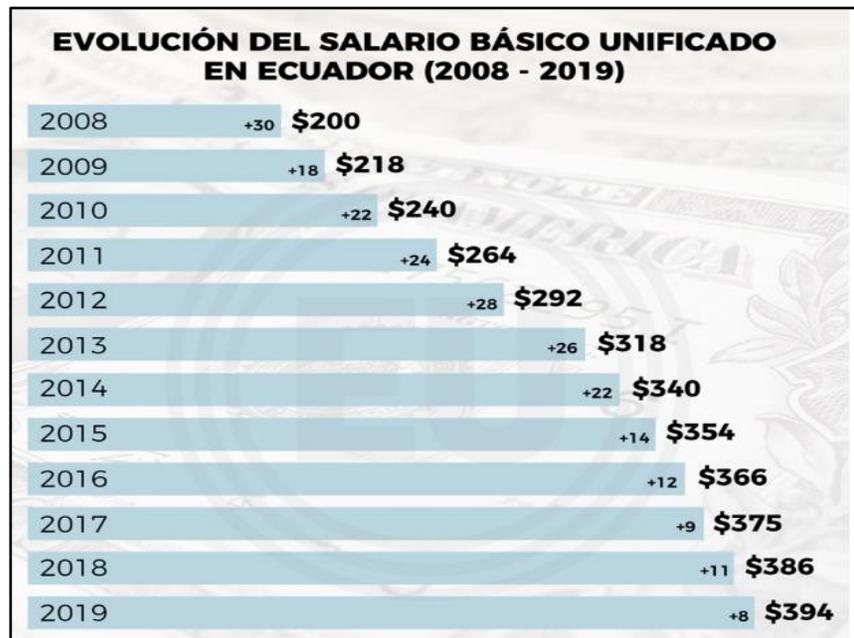


Figura 7. Evolución del SBU (Ledesma, 2018)

## TASA DE INFLACIÓN

Según la Dirección Nacional de Análisis Macroeconómico del Banco Central del Ecuador (BCE, 2019) presenta:

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de marzo de 2019 registró una variación mensual negativa de 0.21%. En 7 de las 12 divisiones de bienes y servicios cuya ponderación agregada fue 73.64% se registraron valores negativos, siendo transporte y alimentos y bebidas no alcohólicas las agrupaciones de mayor variación. En las restantes 5 divisiones que ponderan 26.36% el resultado fue positivo, siendo bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes la agrupación de mayor variación.

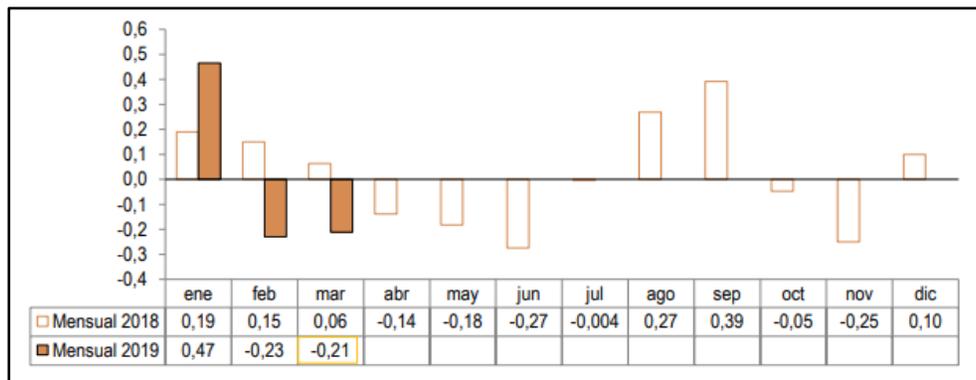


Figura 8. Inflación Mensual del IPC (BCE, 2019)

## PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE GENERAN MAYORES INGRESOS

Se visualiza el número y porcentaje de negocios catastrados, la clasificación en la que se encuentran y el nivel de ingresos que generan. “El 54,95% de los negocios se clasifican como actividades “G” comercio al por menor y mayor de productos diversos incluidos automotores y son 3.415 casos que generan el 73,33% de los ingresos registrados en el cantón”(PD y OT, 2015).

El 16,01% de los negocios se clasifican como actividades “H” Hoteles y Restaurantes representan 995 casos que generan el 2,22% de los negocios registrados en el cantón, siendo esta actividad la quinta que genera mayores ingresos para el país, misma que va en aumento.

Tabla 6  
*Actividades Económicas del Cantón Ibarra*

Tipo	Clasificación	2010			
		Nro. Act.	%	Ingresos Totales	%
A	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	17	0,27	10.127.969	1,51
B	Pesca				
C	Explotación de minas y canteras.	7	0,11	1.677.181	0,25
D	Industrias manufactureras.	580	9,33	40.550.546	6,06
E	Suministros de electricidad, gas y agua.	1	0,02	574.825	0,09
F	Construcción.	6	0,1	5.157.660	0,77
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.	3415	54,95	490.281.277	73,33
H	Hoteles y restaurantes	995	16,01	14.821.859	2,22
I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones.	142	2,28	28.927.833	4,33
J	Intermediación financiera.	52	0,84	48.840.350	7,3
K	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.	296	4,76	11.858.002	1,77
L	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	2	0,03	687.701	0,1
M	Enseñanza.	36	0,58	839.225	0,13
N	Actividades de servicios sociales y de salud.	266	4,28	9.445.620	1,41
O	Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios.	400	6,44	4.830.627	0,72
<b>TOTAL</b>		<b>6.215</b>	<b>100</b>	<b>668.620.676</b>	<b>100</b>

Fuente: Rentas Municipales- GAD IBARRA-2013, Equipo Técnico (PD y OT, 2015)

## **DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS**

Los Ibarreños pueden encontrar una variedad de productos agrícolas en la denominada Feria de la Mata a la Mesa, misma que es impulsada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, en el marco del Plan Toda Una vida, el cual promueve estas ferias con el objetivo de que los ciudadanos puedan acceder a productos agrícolas frescos a precios justos. (Lazo, 2019)

En el mercado Amazonas de Ibarra, las hortalizas y legumbres se expenden a precios económicos así lo afirma El Comercio (2010) en el que expresa:

Un atado de cebolla cuesta USD 0,60. Los productos de temporada como el tomate riñón se vende en 10 centavos la unidad, cada zanahoria en 5 centavos, una paiteña en 10 centavos y tres lechugas en USD 1. Otro producto barato es el pimiento: las seis unidades valen 50 centavos.

En el mercado mayorista se puede encontrar una diversidad de productos agrícolas que provienen del Carchi e Imbabura los cuales son distribuidas a diferentes lugares del Ecuador como Quito, Guayaquil, Riobamba, Esmeraldas e incluso al Oriente. Desafortunadamente los compradores manifiestan que existe una constante variación de precios, debido a que son establecidos por los mismos vendedores.

Vaca (2019) gerente general del Mercado Mayorista explica: “El incremento de algunos productos poseen una dinámica de costos además, detalla que la mercadería llega en camionetas o automóviles por lo que la venta al consumidor representa un alza por el tema de combustibles”.

Los precios de los víveres, hortalizas, frutas y varios alimentos de la canasta familiar varían cada semana en los distintos mercados de la ciudad. El diario El Telégrafo (2011) comenta:

Los productores y expertos en temas agrícolas opinan que esto se debe a que la cadena de comercialización que hay en el país es extensa. Los pequeños agricultores, en la mayoría de los casos, desconocen cuánto cuestan sus productos en los mercados y supermercados.

## EMPLEO

De acuerdo al INEC (2019) en su Boletín Técnico ENEMDU sobre el empleo bruto en Ecuador expresa:

Entre junio 2018 y junio 2019, la tasa de empleo bruto no presentó variación estadísticamente significativa a nivel nacional y ni por área de residencia. A nivel nacional el empleo bruto se ubicó en 63,9%, a nivel urbano fue de 59,8%, mientras que en el área rural fue de 73,2%. (p.7)

En junio de 2019, la tasa de empleo adecuado a nivel nacional fue de 37,9%, a nivel urbano de 47% y a nivel rural de 20,5%.

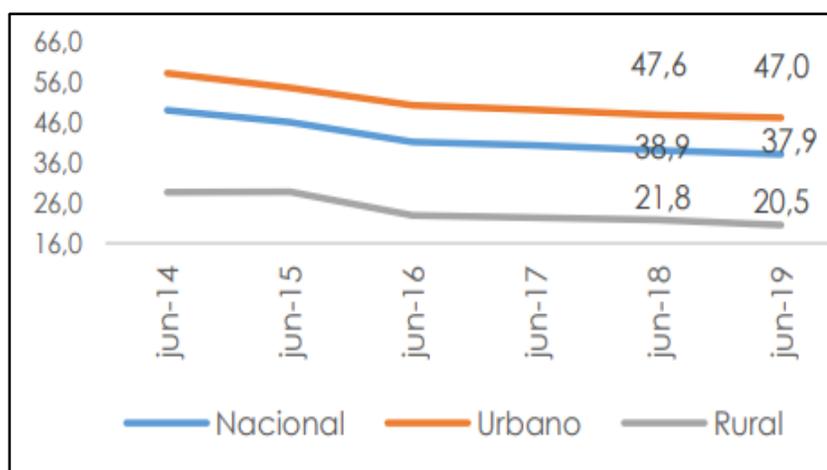


Figura 9. Tasa de Empleo Adecuado (ENEMDU, 2019)

## SUBEMPLEO

Según INEC (2019) en su Boletín Técnico ENEMDU sobre el empleo bruto en Ecuador junio a nivel nacional “La tasa de subempleo fue de 20,3%, en el área urbana 19,1% y en el área rural

22,5% . Entre junio de 2018 y el mismo mes de 2019, esta tasa no presentó variaciones significativas” (p.8) .

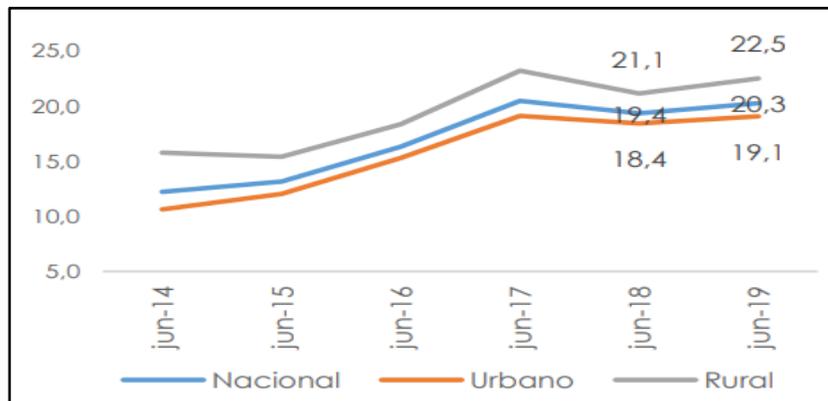


Figura 10. Tasa de Subempleo (ENEMDU, 2019)

## DESEMPLEO

Para octubre El Universo (2019) expresa: “El desempleo en Ecuador llegó al nivel más alto en los casi tres últimos años. El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) publicó la cifra oficial actual de 4,9%” a pesar de este indicador INEC, (2019) afirma:

En junio de 2019, la tasa de desempleo a nivel nacional fue de 4,4%, a nivel urbano esta tasa se ubicó en 5,6%, y a nivel rural en 2,3%. Las variaciones tanto a nivel nacional, urbano y rural respecto a junio de 2018 no fueron estadísticamente significativas. (p.6)

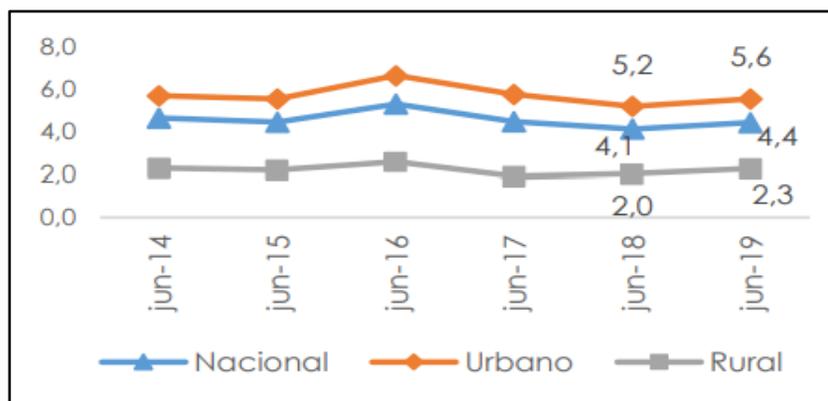


Figura 11. Tasa de Desempleo (ENEMDU, 2019)

## POBREZA

En el país la pobreza se mide de acuerdo con las Necesidades Básicas Insatisfechas, (NBI) y a los ingresos económicos. INEC (2019) afirma:

La pobreza por ingresos a nivel nacional en junio de 2019 se ubicó en 25,5% en comparación al 24,5% de junio de 2018; a nivel rural pasó de 43,0% a 43,8%, una variación de 0,9 puntos porcentuales y la pobreza urbana en junio de 2019 fue de 16,8%, mientras que en junio de 2018 se ubicó en 15,9%, una variación de 1,0 p.p.

Tabla 7  
*Necesidades Básicas Insatisfechas Cantón Ibarra*

NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS CANTÓN IBARRA					
Año	1990	2001	2010		
Parroquia	Indicador	Total	Total	Total	Total
Ambuquí	Pobreza por NBI (Hogares)	92,43	89,15	83,40	
Ambuquí	Pobreza por NBI (Personas)	93,28	91,04	85,38	
Angochagua	Pobreza por NBI (Hogares)	99,26	97,39	92,63	
Angochagua	Pobreza por NBI (Personas)	99,53	97,88	92,18	
Carolina	Pobreza por NBI (Hogares)	98,83	96,34	93,83	
Carolina	Pobreza por NBI (Personas)	99,54	97,05	95,94	
La Esperanza	Pobreza por NBI (Hogares)	88,57	90,29	75,85	
La Esperanza	Pobreza por NBI (Personas)	89,28	91,89	79,02	
Lita	Pobreza por NBI (Hogares)	98,20	92,45	88,16	
Lita	Pobreza por NBI (Personas)	98,49	94,15	90,05	
Salinas	Pobreza por NBI (Hogares)	81,33	82,19	52,87	
Salinas	Pobreza por NBI (Personas)	82,97	82,34	53,23	
San Antonio	Pobreza por NBI (Hogares)	77,28	69,25	44,77	
San Antonio	Pobreza por NBI (Personas)	78,72	71,51	47,57	
Ibarra, Cabecera Cantonal	Pobreza por NBI (Hogares)		46,37	27,79	
Ibarra, Cabecera Cantonal	Pobreza por NBI (Personas)		50,91	31,24	

Fuente: (PD y OT, 2015)

Aunque Imbabura es la provincia en la que el índice de pobreza es menor en la Zona 1, en el sector rural no se ha logrado solucionar las necesidades básicas, que tienen que ver con la cobertura de agua potable, alcantarillado, condiciones de vida, vivienda y escolaridad, principalmente. (PD y OT, 2015)

## SERVICIOS BÁSICOS

Según Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PD y OT, 2015) sobre la cobertura de servicio básicos en Ibarra expresa:

La cobertura de agua potable es realizada a través de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado EMAPA-I, la cual posee 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 8  
*Acceso de viviendas a la red de agua potable año 2010*

UNIDAD TERRITORIAL	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS QUE DISPONEN ACCESO A AGUA POTABLE	
		NÚMERO	%
Cabecera Cantonal	36976	34985	94.62
Ambuquí	1466	666	45.43
Angochagua	923	818	88.62
Carolina	738	202	27.37
La Esperanza	1697	1450	85.44
Lita	730	310	42.47
Salinas	463	336	72.57
San Antonio	4528	4356	96.20
<b>TOTALES</b>	<b>47521</b>	<b>43123</b>	<b>90.75</b>

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE). (PD y OT, 2015)

En la cobertura de energía eléctrica a nivel cantón Ibarra por viviendas de acuerdo con PD y OT (2015) indica:

La cobertura promedio de servicio eléctrico a nivel cantonal es del 98.60 % de acuerdo con la relación de las viviendas que disponen de suministro eléctrico, lo cual demuestra que existe una dotación eficiente de la infraestructura necesaria para el servicio eléctrico tanto en el sector urbano como en el rural.

Tabla 9  
*Servicio eléctrico por vivienda*

UNIDAD TERRITORIAL	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS QUE DISPONEN ELECTRIFICACIÓN	
		NÚMERO	%
Cabecera Cantonal	36976	36754	99.40
Ambuquí	1466	1391	94.88
Angochagua	923	891	96.53
Carolina	738	695	94.17
La Esperanza	1697	1612	94.99
Lita	730	617	84.52
Salinas	463	457	98.70
San Antonio	4528	4443	98.12
<b>TOTALES</b>	<b>47521</b>	<b>46860</b>	<b>98.60</b>

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE). (PD y OT, 2015)

En referencia a la cobertura de internet de acuerdo los datos del Censo de Población y Vivienda del año 2010 (como se citó en el PD y OT, 2015) expresa:

El promedio de las viviendas que disponen de servicio de internet a nivel cantonal es el 13.18%, esto se debe a dos circunstancias una la gestión y la otra el aspecto socioeconómico; puesto que existe un déficit en la infraestructura para el suministro de internet especialmente en el sector rural y otro los costos por concepto de contratación de planes de servicio mensual.

Además el estado ecuatoriano a través de los GAD's busca cubrir las necesidades de conectividad de internet como medio de comunicación a los usuarios (PD y OT, 2015).

Tabla 10  
*Cobertura de Servicio de Internet*

UNIDAD TERRITORIAL	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS QUE DISPONEN INTERNET	
		CANTIDAD	%
Cabecera Cantonal	37981	5882	15,49
Ambuquí	1478	47	3,18
Angochagua	925	16	1,73
Carolina	746	9	1,21
La Esperanza	1709	33	1,93
Lita	738	12	1,63
Salinas	473	23	4,86
San Antonio	4616	393	8,51
<b>TOTALES</b>	<b>48666</b>	<b>6415</b>	<b>13,18</b>

Fuente: (PD y OT, 2015)

La cobertura de telefonía fija en la ciudad de Ibarra de acuerdo con los datos Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador en el PD y OT (2015) expresa: “El porcentaje más alto de viviendas que accede a este servicio se localizan en la ciudad de Ibarra, cubriendo el 50.73% de las viviendas y a nivel de todo el GAD municipal es 46.91%” .

Tabla 11  
*Telefonía Fija por Vivienda*

UNIDAD TERRITORIAL	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS QUE DISPONEN TELEFONÍA FIJA	
		CANTIDAD	%
Cabecera Cantonal	37981	19268	50,73
Ambuqui	1478	389	26,32
Angochagua	925	200	21,62
Carolina	746	234	31,37
La Esperanza	1709	390	22,82
Lita	738	53	7,18
Salinas	473	190	40,17
San Antonio	4616	2106	45,62
<b>TOTALES</b>	<b>48666</b>	<b>22830</b>	<b>46,91</b>

Fuente:(SIISE). (PD y OT, 2015)

Sin embargo en referencia a la cobertura de telefonía móvil en el cantón ha incrementado en los últimos años de acuerdo al PD y OT (2015) manifiesta:

El uso de la telefonía móvil ha reemplazado el uso del teléfono fijo en el GAD de Ibarra, este servicio predomina en las parroquias rurales, donde sus habitantes tienen mayor ocupación de este servicio que el convencional, debido a la cobertura que ofrecen.

El promedio a nivel cantonal de viviendas que disponen de servicio de telefonía móvil es de 81.63 %, el número de residencias en las parroquias rurales que disponen del servicio de telefonía fija se ve duplicado con las residencias que cuentan con el servicio celular.

Tabla 12  
*Telefonía Móvil*

UNIDAD TERRITORIAL	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS QUE DISPONEN TELÉFONO CELULAR	
		CANTIDAD	%
Cabecera Cantonal	37981	32733	86,18
Ambuqui	1478	940	63,60
Angochagua	925	468	50,59
Carolina	746	282	37,80
La Esperanza	1709	994	58,16
Lita	738	415	56,23
Salinas	473	401	84,78
San Antonio	4616	3491	75,63
<b>TOTALES</b>	<b>48666</b>	<b>39724</b>	<b>81,63</b>

Fuente: (PD y OT, 2015)

El PD y OT (2015) menciona: “Existe la cobertura de empresas de telefonía, de entre las cuales la empresa pública Corporación Nacional de Telecomunicaciones E. P., presenta una cobertura de todos estos medios de conectividad en todas las parroquias urbanas y rurales del cantón”

### **3.1.4. ASPECTOS SOCIOCULTURALES**

En los aspectos socioculturales se detalla la cultura de la sociedad ibarreña con la finalidad de conocer los hábitos y tendencias alimentarias y las consecuencias que se derivan de una inadecuada alimentación.

#### **TENDENCIAS ALIMENTARIAS**

Históricamente la alimentación de los ecuatorianos se ha basado en combinaciones de carbohidratos. Según León (2018), embajador gastronómico del Ecuador en la Asociación Mundial de Sociedades de Chefs, “En Latinoamérica, antes de la llegada de los españoles no teníamos hábitos de consumo de proteína animal fue con el arribo de los ejércitos y clérigos que se incluyó a cerdos y vacas, con sus derivados en la alimentación”.

La forma de alimentarnos surge como consecuencia de cambios personales, económicas y políticas que modifican la cultura y los patrones alimentarios heredados por la familia. Zura (2018) expresa:

Con la globalización han llegado empresas transnacionales de comida de fácil acceso y muchas veces más baratas que los alimentos sin procesar, sin tomar en cuenta que estos alimentos tienen carencias de nutrientes y desplazan los sabores alimentarios ancestrales, como efecto se existe una transformación de la cultura alimentaria, propiciando la pérdida de las raíces culinarias de los distintos países.

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018) afirma: “El ritmo de vida también afecta a la buena alimentación. “Ahora se consumen más alimentos hipercalóricos, con más grasas, más azúcares y más sal. Hay personas que no comen suficientes frutas, verduras ni fibra dietética”

El consumo de gaseosas, bebidas energizantes y jugos con azúcar añadida, en la población ecuatoriana de 10 a 19 años a escala nacional, fue del 81.5%, mientras que el consumo de snacks (galletas, papas fritas, bocaditos de maíz) fue del 50.5%. La prevalencia de consumo en cadenas de restaurante de comida rápida (papas fritas, hamburguesas, salchipapas, hot dogs, pizza, etc.) es del 64.0% en el mismo grupo de edad (ENSANUT, 2014).

Como parte de una política para mejorar la salud y disminuir las afectaciones que se derivan del excesivo consumo de alimentos con altos niveles de azúcar, sal y grasas “El Gobierno y organismos internacionales presentaron guías alimentarias que orientan a elegir y consumir alimentos que permitan mejorar hábitos alimenticios y promover un estilo de vida más saludable” (Peralta, 2018).

En la actualidad, como resultado En mab Hotelero “*Global Food and Drink Trends* (2018) afirma: “Cada vez más consumidores buscan ingredientes, productos y combinaciones de alimentos y bebidas que brinden beneficios nutricionales, físicos o emocionales que mejoren sus prioridades de autocuidado”.

## **HÁBITOS ALIMENTARIOS**

Ecuador se encuentra en una transformación progresiva de los hábitos alimentarios. La Organización Panamericana de Salud (OPS, 2019) expresa: “Hemos pasado del consumo de alimentos naturales o mínimamente procesados a los alimentos ricos en grasas procesadas, sal o azúcares simples, que ha llevado a una transición o acumulación epidemiológica caracterizada por la doble carga de la malnutrición”.

“El consumo elevado de alimentos poco nutritivos, con alto contenido de grasa, azúcar y sal, son algunos de los factores que caracterizan a los ecuatorianos” (Bolaños, 2017). Por otro lado Anda (2017) menciona: “El pan, el arroz blanco y las gaseosas son los productos alimenticios que más consumen los hogares ecuatorianos es una tendencia que al menos se mantiene desde el 2007”

Tabla 13  
*Consumo Promedio de Alimentos*

<b>GRUPO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO</b>
Carnes y embutidos	Aves, pescados, mariscos, carnes rojas, y embutidos como la salchicha, jamón, mortadela y similares.	El consumo de carnes y embutidos aumenta progresivamente conforme se incrementa la edad, y disminuye a partir de los 51 años. Los hombres consumen en promedio mayor cantidad de carnes y embutidos que las mujeres para todos los grupos etarios.
Panes y cereales	Arroz, maíz, cebada, avena, trigo, harinas, pan, fideos, amaranto, quinua y similares	En promedio, los ecuatorianos consumen 240 gramos al día de panes y cereales. Su consumo aumenta progresivamente hasta los 30 años, y luego decrece ligeramente. Los hombres son los que consumen mayor cantidad de panes y cereales que las mujeres para todos los grupos etarios.
Lácteos y derivados	Leche, el yogur y el queso	El consumo de lácteos y derivados decrece progresivamente conforme aumenta la edad. En el periodo de niñez de las personas su consumo oscila los 180-215 ml por día; en la adolescencia desciende a un promedio de 167-194 ml por día; mientras en los adultos 140-183 ml por día.
Frutas y verduras	Manzana, naranja, tomate de árbol, sandía, piña, pera y similares y verduras como brócoli, coliflor, tomate riñón, lechuga, acelga, espinaca, zanahoria, y similares.	Los ecuatorianos comprendidos en edades 1 a 59 años apenas alcanzan a consumir unos 183 g. Mientras las mujeres son las que más prefieren la ingesta de este tipo de productos.

Fuente: (J. C. Bolaños, 2017)

Los hábitos alimentarios varían según el grupo de edad en los resultados, de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT, 2014) se observa:

En la población de 10 a 19 años se presentan hábitos de consumo de alimentos procesados como gaseosas y otras bebidas, comida rápida, y snacks de sal y de dulce además, se evidencian prácticas de dieta y autopercepción del peso corporal y en adultos de 20 a 59 años se muestran las frecuencias de consumo de comidas preparadas fuera de casa y hábitos en el consumo de sal.

Afortunadamente, en el contexto del área rural todavía se mantiene una cultura alimentaria basada en los productos agrícolas. Valero, et al. (2015) expresa: “Una persona con cierta discapacidad, que vive en un entorno rural distante de áreas urbanas y con dificultad para conseguir transporte habitual, puede verse obligado a seguir una alimentación basada en la producción local y poco más, al menos de forma habitual”.

En general “el 50% de la población consume una dieta energética, con productos que tienen como único objetivo combatir la sensación de hambre, aunque no aporten positivamente a la salud” (Touchette, 2019), representante del PMA en Ecuador.

Los hábitos alimentarios, la nutrición y el nivel de la actividad física no solo afectan a la salud en el presente, sino que determinan el riesgo de contraer en el futuro enfermedades crónicas relacionadas con la alimentación, que destruyen el organismo de las personas y pueden causar la muerte.

## **GASTRONOMÍA**

Ecuador es un país diverso reconocido por su flora y vegetación, que permite a los ecuatorianos disfrutar de una alimentación rica y balanceada”. Sarmiento, et al. (2015) expresa:

La mayor parte de la gastronomía hoy vigente en Ecuador está estrechamente relacionada con las manifestaciones culinarias ancestrales, nativas y criollas, y esta unidad ha de verse como parte de la herencia cultural el núcleo desde donde se retroalimentan las distintas expresiones que conforman la identidad cultural del país, en un entorno tendiente a mejorar las condiciones de salud y nutrición de la población.

La gastronomía es uno de los aspectos que caracterizan a Ibarra, existen un sin número de sitios donde propios y extraños pueden degustar los más sabrosos platos típicos como empanadas de morocho, fritadas, tortillas con chorizo entre otros y para el postre están los deliciosos helados de paila, el arrope de mora, las nogadas que por su sabor es imposible dejar de consumirlos.(Salazar, 2015)

El Telégrafo (2016) manifiesta: “Las fritadas Doña Zita son tradicionales; cocinadas con ajo, cebolla y sal, acompañadas de queso, choclo, mote, papa y maduro, junto con el ají de pepas de zambo o de maní, en uno de los alimentos característicos del país”.

En los alrededores de la laguna de Yahuarcocha existen restaurantes en los que se puede degustar como entrada los chochos con tostado, y como plato principal las deliciosas tilapias roja y negra preparadas al horno o fritas, acompañadas de papas cocinadas, patacón o yuca además se puede encontrar caldos de gallina y empanadas de queso y plátano (Matango, 2016).

## **ENFERMEDADES CRÓNICAS NO TRANSMISIBLES**

La obesidad y el sobrepeso han sido valoradas como una epidemia mundial, el estado nutricional está asociado no solo a variables económicas, sino también a las culturales, como son: el impacto que han tenido países desarrollados en cuanto al estilo de vida y hábitos especialmente al consumo de comida rápida y al sedentarismo.

Los cambios en el estilo de vida modifican los patrones alimentarios, tanto en el tipo de alimentos que consumimos como en su forma de preparación. Los alimentos tradicionales y naturales han sido reemplazados por comidas rápidas, esto es evidente en Ecuador donde las principales causas de muerte se relacionaron con los factores de riesgo de las denominadas Enfermedades Crónicas no Transmisibles (ENT).

De acuerdo con Cangás (2018), principal del Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador (MESSE). “Ecuador enfrenta graves problemas de salud pública relacionadas con los malos hábitos alimenticios. Esta crisis se caracteriza por la prevalencia de sobre peso y obesidad, que en este momento afecta al 62% de las personas mayores de 20 años”.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición del Ecuador (ENSANUT, 2014), “en nuestra provincia la obesidad y sobrepeso se presenta en el 8,1% de los niños menores de 5 años. 29,9% de 5 a 11 años, 26% de 12 a 19 años y el 62% de 19 a 60 años”.

En Ibarra la diabetes es una enfermedad metabólica que se encuentra latente en la ciudad Blanca, enfermedad en la que los niveles de glucosa, azúcar, de la sangre están muy altos, en el Hospital San Vicente de Paúl, HSVP, en medicina interna ingresan de cinco a seis casos de este tipo por lo que al año se tendría un total de 1 680 pacientes. (Bolaños, 2019)

### **3.1.5. ASPECTOS POLÍTICO-LEGALES**

En referencia a los aspectos político-legal se detalla las leyes, programas y entidades que puedan tener influencia en cuanto a la creación del negocio y se evalúa el impacto de los cambios políticos que afecten al desarrollo del proyecto.

### **LEYES DE FOMENTO MICROEMPRESARIAL**

La Constitución de la República del Ecuador (CRE, 2008) en el capítulo sexto sección primera en Formas de organización de la producción y su gestión. menciona: “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas”(art.319).

El Plan Nacional de Desarrollo Todo una Vida (2017) a través de su Eje 1 “Derechos para Todos Durante Toda la Vida”, objetivo 1 “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas” mediante la política 1.3 expresa:

Combatir la malnutrición, erradicar la desnutrición y promover hábitos y prácticas de vida saludable, generando mecanismos de corresponsabilidad entre todos los niveles de Gobierno, la ciudadanía, el sector privado y los actores de la economía popular y solidaria, en el marco de la seguridad y soberanía alimentaria.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS, 2014) para dinamizar la economía del país busca:

Impulsar el desarrollo de emprendimientos inclusivos y sustentables como parte de los subsistemas que interactúan en la economía del país, acompañados de un marco institucional como la creación del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), la Corporación de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS) y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

## **ENTIDADES QUE FINANCIAN LOS EMPRENDIMIENTOS**

BanEcuador (2019) con el objetivo de fortalecer los proyectos de emprendimiento proporciona créditos con montos desde \$500 a \$50.000, pago personalizado de acuerdo con el flujo de caja de cada proyecto, plazo hasta 5 años, período de gracia hasta 5 años de acuerdo con tabla de plazos por destino de inversión y una tasa reajutable del 15% Comercio y Servicios.

Banco del Pacífico (2019) otorga créditos a emprendimientos innovadores con productos, servicios o que busquen expandirse nacional o internacionalmente. Los créditos van desde \$2500 con una tasa de 8,5% a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), o del Fondo Nacional de Garantías (FNG), da créditos para emprendedores hasta \$100.000. No hay una cantidad mínima establecida.

## **PROGRAMAS QUE APOYAN AL EMPRENDIMIENTO**

El Ministerio de Industrias y Productividad, a través del Programa de Fondo de Desarrollo de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (FODEMIPYME, 2019), tiene como objetivo: “Contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas de manera asociada o en forma individual que son productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional”.

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria manifiesta (2019) expresa: “Impulsar la Economía Popular y Solidaria a través de la promoción, fomento y proyección de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, acceso a los activos productivos, con el fin de contribuir al buen vivir”.

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) a través del programa (Emprende Ecuador, 2019) afirma:

Apoya a ciudadanos apasionados por la creación de negocios con potencial de crecimiento, innovadores o altamente diferenciados, y con gran capacidad de incursionar en el ámbito internacional. Las ideas deben nacer con la visión y ambición de convertirse en negocios con ventas de, al menos, USD 100.000 en el primer año de funcionamiento.

El Ministerio de Salud Pública (MSP,2018) contempla: “El lanzamiento del nuevo Plan Intersectorial de Nutrición 2018-2022. Este incentivará el regreso a la culinaria tradicional de Ecuador y se garantizará la educación saludable para prevenir la mala alimentación”.

Los programas que promueve el Gobierno permiten el desarrollo de emprendimientos que aporten con el cambio de la matriz productiva y a su vez fortalezcan el objetivo del plan de desarrollo toda una vida el cual debe garantizar y contribuir alimentación sana y vida saludable.

### **3.1.6. ASPECTOS TECNOLÓGICOS**

En cuanto a los aspectos tecnológicos se tratará acerca del acceso a la innovación tecnológica y cómo Ecuador se encuentra en cuanto a competitividad mundial en tecnología para la automatización de procesos.

### **INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**

De acuerdo con el World Economic Forum (WEF, 2018) sobre la innovación tecnológica en Ecuador y Latinoamérica expresa:

La competitividad de la región sigue siendo frágil y podría verse amenazada por una serie de factores, entre ellos un mayor riesgo de proteccionismo comercial de Estados Unidos; las repercusiones de la crisis económica y humanitaria de Venezuela; la incertidumbre política a raíz de las elecciones en las mayores economías de la región y la amenaza de catástrofes naturales, es así que en Ecuador la falta de inversión en tecnología ha provocado que muchos negocios y emprendimientos retrasen sus procesos o adquieran tecnología de otros lugares a costos elevados.

La tecnología en Ecuador es escasa y por esta razón ha surgido grandes consecuencias con el tema del desarrollo y no ha podido avanzar al mercado competitivo a nivel mundial González & Romero (2018) manifiestan:

Ecuador se encuentra en una gran desventaja a comparación con otros países como lo es Estados Unidos, debido a la desventaja y sobre todo en la dependencia de estos, pues nos brindan la tecnología que nosotros carecemos. Hoy en día todo gira alrededor de la tecnología; los avances tecnológicos nos ayudan a facilitarnos con los procesos de elaboración los hacen con mayor rapidez y eficacia que con la mano de obra, y abaratando así el costo de producción, es decir la productividad y competitividad de las empresas.

## **AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS**

El Foro Económico Mundial (2018) ente que mide el nivel de competitividad de un país a nivel mundial afirma:

Ecuador se encuentra en el puesto 86 del ranking de competitividad mundial, de los 140 países analizados, índice que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad, este indicador muestra que en este último año la situación, ha empeorado debido a que la puntuación respecto al informe de 2017 en el que se obtuvo 55,86 bajo a 55,85 puntos, por ende Ecuador aún no logra vincular las tecnologías de la información y comunicación en los modelos empresariales, lo que no permite la generación de procesos innovadores y desarrollos tecnológicos.

### **3.1.7. ASPECTOS SECTORIALES**

En cuanto a los aspectos del sector servicios se estudiará a través del análisis de la PEA del sector y la tasa de crecimiento sectorial, con la finalidad de conocer las ventajas y desventajas que este presenta.

#### **TASA DE CRECIMIENTO SECTORIAL**

La CFN (2017) entidad que mide la participación de cada sector económico y del Sub sector de Elaboración de alimentos y bebidas en el País expresa:

En el año 2016 suma USD 3.229,67 millones, con una participación en el total del PIB de 4,67%, representa el 38,0% del sector manufacturero (excepto refinación de petróleo) y el 4,7% del total del PIB. En el año 2016 evidencia un decrecimiento del 1,4% respecto al año 2015, mientras que en este año a pesar de evidenciar un crecimiento de 1,9%, es menor respecto al año 2014 que estuvo en el orden del 5,7%.

#### **PEA SECTOR SERVICIOS**

Conforme a los resultados del censo Económico publicado por el (INEC, 2010) para las actividades de alojamiento y servicios de comida “existen 1841 establecimientos y en cuanto a personal ocupado existen 4292 personas que se encuentran trabajando”

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2015) indica que el sector terciario de servicio y comercio es el más representativo a nivel cantonal así lo afirman datos del INEC:

El 58,02%, con sus principales actividades de “comercio al por mayor y menor”, enseñanza, administración pública y transporte, esto evidencia la tendencia de crecimiento a la zona urbana con el establecimiento de locales, infraestructura educativa y red vial dentro del casco urbano,

haciendo que los tipos de ocupación de la población a nivel cantonal sea el de trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado.

Tabla 14  
*PEA por Rama de Actividad del Cantón Ibarra*

<b>PEA SECTOR SERVICIOS</b>		
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PEA</b>	<b>%</b>
Comercio al por mayor y menor	16.571	20,5420
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3.213	3,9829
Administración pública y defensa	4.453	5,5201
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.336	1,6562
Enseñanza	5.207	6,4548
Actividades de la atención de salud humana	2.277	2,8226
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1.744	2,1619
Actividades de los hogares como empleadores	2.889	3,5813
Actividades financieras y de seguros	898	1,113
Actividades inmobiliarias	95	0,1178
Artes, entretenimiento y recreación	506	0,6273
Información y comunicación	1.326	1,6438
Transporte y almacenamiento	4.724	5,8560
Otras actividades de servicios	1.564	1,9388
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	52	0,0645
<b>SUBTOTAL</b>	<b>46.855</b>	<b>58,02</b>

Fuente: (PD y OT, 2015)

### 3.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Con la información obtenida en el diagnóstico se realizará el análisis y construcción de la matriz AOR el cual, permitirá determinar la oportunidad diagnóstica para la creación de un restaurante.

Tabla 15  
Matriz AOR

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidad de productos agrícolas y de fácil acceso</li> <li>• Suficiente personal activo para contratar</li> <li>• Excelente cobertura de servicios básicos en el área urbana de la ciudad.</li> <li>• Vías de acceso de primer orden</li> <li>• Entidades financieras que facilitan el acceso a créditos para emprendimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monopolización de empresas transnacionales</li> <li>• Influencia que ejerce la publicidad de comida chatarra en las decisiones de compra de los consumidores</li> <li>• Fácil acceso a la comida chatarra por su bajo costo y reducido tiempo de entrega</li> <li>• Influencia que ejercen los grupos sociales en la elección de comida chatarra</li> <li>• Altos costos de adquisición de tecnología</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leyes que respaldan hábitos y prácticas de vida saludable</li> <li>• Programas que impulsan a la creación de negocios con potencial de crecimiento</li> <li>• Gran participación del sector alimentario en la economía del cantón</li> <li>• Influencia de la comida saludable en la salud física, mental y emocional</li> <li>• Aumento de turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Ibarra</li> <li>• Cambio en las tendencias alimentarias a nivel mundial hacia alimentos saludables y sostenibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas tendencias de consumo traídas por la globalización</li> <li>• Fluctuación de precios de productos agrícolas</li> <li>• Recesión económica que vive el país</li> <li>• Incremento en la tasa de inflación</li> </ul>

### **3.3. CONCLUSIÓN DIAGNÓSTICA**

Posterior a la realización del diagnóstico situacional y el análisis de variables e indicadores se determinó que Ibarra al encontrarse ubicada en una zona estratégica posee una variedad de microclimas que hacen posible la diversidad de productos agrícolas y el fácil acceso a la materia prima, además cuenta con vías de acceso de primer orden y excelente cobertura de servicios básicos.

Por otro lado, se identifica que la actividad de hoteles y restaurantes es una de las principales actividades económicas, debido a que concentra el 3,98% de la Población Económicamente Activa, aliado fundamental para la puesta en marcha del negocio, con referencia a la disponibilidad de mano de obra calificada y la generación de fuentes de empleo.

Es fundamental mencionar que la gastronomía ibarreña es uno de los principales atractivos para los turistas locales, nacionales y extranjeros, sin embargo, en los últimos años se ha visto afectada por el incremento de cadenas de comida chatarra que han influido en el estilo de vida y los hábitos de alimentación de los ibarreños, por su fácil acceso, bajo costo y reducido tiempo de entrega, por esta razón se establecerá estrategias que permitan fomentar una alimentación saludable.

Ante el incremento de Enfermedades Crónicas No Trasmisibles a nivel mundial relacionadas con los inadecuados hábitos alimentarios, las personas se encuentran cada vez más preocupadas por el cuidado de la salud y su apariencia física; aspectos fundamentales que afirman que las tendencias alimentarias a nivel mundial apuntan a un crecimiento de alimentos saludables y sostenibles.

Cabe resaltar la iniciativa de Gobierno del expresidente Rafael Correa de establecer acuerdos para dar solución a la problemática asociada a la mala alimentación como por ejemplo, el Acuerdo No.0001-10 en el 2010, en el cual, prohíbe la venta de alimentos con altos contenidos de grasa, azúcar y sal en bares escolares, asimismo el Acuerdo No. 00004522 en el 2014 que determina normas para el etiquetado tipo semáforo en donde señala el contenido de los productos.

Sin dejar de lado, que el Gobierno actual para mejorar la salud y disminuir las afectaciones que se derivan del excesivo consumo de alimentos con altos niveles de azúcar, sal y grasas, poner a disposición guías alimentarias que orientan a elegir y consumir alimentos para mejorar hábitos alimentarios y promover un estilo de vida más saludable.

Finalmente, otro de los aspectos esenciales para el desarrollo del proyecto es la ayuda que brinda el Gobierno a través de programas que impulsen la creación de microemprendimientos con potencial de crecimiento y que fortalezcan el cambio de la matriz productiva mediante la generación de fuentes de empleo.

En consecuencia, por lo antes mencionado se considera pertinente aprovechar la oportunidad que brinda el entorno para desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. PROPUESTA**

En este capítulo se aborda el desarrollo del estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio organizacional, que permiten determinar la factibilidad para la creación del restaurante de comida rápida saludable.

La propuesta se orienta en brindar una opción de alimentación saludable con el propósito de mejorar la problemática que se vive actualmente, mediante la elaboración de alimentos saludables preparados con productos y endulzantes naturales.

El desarrollo de la propuesta inicia con el estudio de mercado, en el que se determina la oferta, la demanda y se plantean las estrategias de comercialización, una vez identificadas las condiciones favorables para su ejecución se realiza el estudio técnico y financiero a fin de dar a conocer la viabilidad técnica y económica del proyecto y finalmente se presenta la propuesta organizacional que define la estructura del negocio.

### **OBJETIVO**

Determinar la factibilidad de mercado técnica, financiera y organizacional para la creación del restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón de Ibarra provincia de Imbabura.

#### **4.1. ESTUDIO DE MERCADO**

En el desarrollo del presente estudio se recolectó y analizó datos referentes al mercado y a la competencia, mediante la combinación de un trabajo de campo y la revisión de información de fuentes secundarias.

Para recabar información de fuentes primarias se hizo uso de técnicas de recolección de datos como son entrevistas, las cuales fueron realizadas a la competencia, encuestas aplicadas a la Población Económicamente Activa perteneciente al sector urbano del cantón Ibarra, además se elaboró fichas de observación para registrar los productos y precios de la competencia.

Por otro lado, se realizó una revisión de fuentes secundarias, principalmente de las estadísticas y proyecciones publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos como apoyo para la segmentación de mercado y principalmente para la proyección de la oferta y la demanda.

Mediante la ejecución de este estudio se identifica la aceptación de la comida rápida saludable por el mercado, al determinar el número estimado de demandantes, la oferta existente, el análisis de precios y las estrategias de comercialización.

#### **OBJETIVO**

Analizar las condiciones de mercado mediante un enfoque cuantitativo y descriptivo a través de la recolección de datos de fuentes primarias y secundarias para determinar la demanda potencial, la oferta existente, el precio del producto y las estrategias de comercialización.

## MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 16

*Matriz de Estudio de Mercado*

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
Determinar la demanda objetivo de productos saludables en el Cantón Ibarra	Demanda	Demanda Potencial	Primaria	Encuesta	Consumidores
		Demanda Proyectada	Secundaria	Información Documental	INEC
		Demanda Insatisfecha Demanda Objetivo	Primaria	Encuesta	Consumidores
Identificar la oferta existente de productos saludables en el Cantón Ibarra	Oferta	Oferta Real	Primaria	Encuesta, Entrevista y Fichas de Observación	Consumidores/Competencia
		Oferta Proyectada	Secundaria	Información Documental	CFN
Establecer estrategias de marketing Mix para el proyecto	Producto	Características del Producto		Encuesta/ Información Documental	Consumidores, Libros y Artículos Científicos
		Variedad	Primaria/Secundaria		
	Calidad	Primaria/Secundaria		Encuesta/ Información Documental	Consumidores, Libros y Artículos Científicos
	Diseño		Primaria/Secundaria		
	Precio	Precios del Mercado		Primaria/Secundaria	Encuesta/ Información Documental
		Proyección de precios			
	Disposición a Pagar	Primaria/Secundaria	Encuesta/ Información Documental	Consumidores, Libros y Artículos Científicos	
	Plaza				Primaria/Secundaria
	Promoción	Canales de Distribución	Primaria/Secundaria	Encuesta/ Información Documental	
		Medios Digitales			
Medios Impresos	Primaria/Secundaria	Encuesta/ Información Documental	Consumidores, Libros y Artículos Científicos		
Personas				Reclutamiento y selección del personal	Primaria/Secundaria
	Capacitación al personal				
Motivación del personal	Primaria/Secundaria	Encuesta/ Información Documental	Consumidores, Libros y Artículos Científicos		
Evidencia Física				Diseño y apariencia del local	Primaria/Secundaria
	Señalización del establecimiento				
Vestuario del personal	Primaria/Secundaria	Encuesta/ Información Documental	Consumidores, Libros y Artículos Científicos		
Procesos				Eficiencia de los procesos	Secundaria

#### **4.1.1. DEMANDA**

Con el propósito de determinar la demanda del proyecto y conocer la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir durante un periodo determinado a un precio específico se realiza el procedimiento que se detalla en esta sección.

#### **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación de mercado se realizó mediante un proceso de macro y microsegmentación; para la macrosegmentación se tomó en cuenta criterios en función del mercado objetivo y las necesidades que se va a satisfacer, en cuanto a la microsegmentación se desagregó en variables como se detalla a continuación:

#### **VARIABLES DE SEGMENTACIÓN**

Con respecto a la segmentación de mercado se ha considerado variables geográficas y demográficas que permiten dividir al mercado en una serie de subgrupos con características similares con la finalidad de determinar el mercado meta.

#### **SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA**

En cuanto a la segmentación geográfica se tomó en cuenta las proyecciones de datos poblacionales publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010-2020), en la que se observó que Ecuador para el año 2019 cuenta con 17'267.986 habitantes, de los cuales 7'733.725 pertenecen a la Sierra y tan solo 470.129 personas de la región pertenecen a la provincia de Imbabura; al considerar que el proyecto será desarrollado en el cantón Ibarra se toma como referencia 217.856 habitantes, de los cuales 148.613 pertenecen a la zona urbana de Ibarra que está

compuesta por las parroquias Alpachaca, Priorato, Sagrario, San Francisco y Caranqui como se detalla a continuación:

Tabla 17

*Proyección de la Población Urbana de Ibarra*

<b>PARROQUIAS URBANAS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Alpachaca	14.174	14.457	14.747	15.041	15.342	15.649	15.962	16.281	16.607
Priorato	7.234	7.379	7.526	7.677	7.830	7.987	8.146	8.309	8.476
Sagrario	41.367	42.194	43.038	43.899	44.777	45.673	46.586	47.518	48.468
San Francisco	48.308	49.274	50.260	51.265	52.290	53.336	54.403	55.491	56.601
Caranqui	15.757	16.072	16.394	16.721	17.056	17.397	17.745	18.100	18.462
<b>TOTAL</b>	<b>126.840</b>	<b>129.377</b>	<b>131.964</b>	<b>134.604</b>	<b>137.296</b>	<b>140.042</b>	<b>142.843</b>	<b>145.699</b>	<b>148.613</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra (PD Y OT, 2015)

## SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

En el segmento se consideró únicamente a la PEA del sector urbano del cantón Ibarra debido a que el sector rural aún mantiene su alimentación basada en la producción local. Los datos fueron obtenidos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU, 2019) en el que se observa que la Tasa de Participación Bruta (TPB) en el sector urbano llegó a 45,8% a nivel nacional.

## MERCADO META

Con respecto a la determinación del mercado meta se tomó en cuenta la variable de segmentación geográfica, al considerar los habitantes a nivel país, región, provincia, ciudad y parroquia además la variable demográfica conforme a los datos del año 2019, en la que se obtuvo

como resultado 68.065 habitantes pertenecientes a la Población Económicamente Activa de la zona urbana del cantón Ibarra.

Tabla 18  
*Segmentación de la Población*

<b>SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA</b>	<b>%</b>	<b>NÚMERO</b>
País: Ecuador	100%	17.267.986
Región: Sierra	44,79%	7.733.725
Provincia: Imbabura	6,08%	470.129
Ciudad: Ibarra	46,34%	217.856
Parroquia: Urbana	68,22%	148.613
<b>SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA</b>	<b>%</b>	<b>NÚMERO</b>
PEA (urbana)	45,80%	68.065

R: 68.065 habitantes pertenecientes a la Población Económicamente Activa de la zona urbana del cantón Ibarra

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010-2020)

## CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para la aplicación de la encuesta se calculó la muestra a través de la siguiente fórmula: tamaño de la población 68.065, varianza 0,5, nivel de confianza 95% equivalente a 1,96 y margen de error esperado 5% (0,05) como se desarrolla a continuación:

### Datos:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población = 68.065

$\sigma$  = Varianza = 0,5

Z= Nivel de confianza =95%=1,96

$\ell$  = Error = 5% = 0,05

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

$$n = \frac{68.065 * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(68.065 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = 382,01$$

$$n \approx \mathbf{382 \text{ personas}}$$

Del cálculo realizado se obtuvo una muestra de 382 personas ibarreñas pertenecientes a la Población Económicamente Activa de la zona urbana del cantón Ibarra, a quienes se aplicó la encuesta como instrumento de investigación para determinar los datos necesarios en el desarrollo del estudio de mercado.

Se empleó muestreo estratificado con la finalidad de aplicar las encuestas a los subgrupos de forma proporcional en función a la población de cada una de las parroquias urbanas del cantón Ibarra como se detalla a continuación:

Tabla 19  
*Muestreo Estratificado*

<b>PARROQUIAS</b>	<b>POBLACIÓN URBANA 2019</b>	<b>PEA URBANA 2019</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ENCUESTAS</b>
Alpachaca	16.607	7606	11%	43
Priorato	8.476	3882	6%	22
Sagrario	48.468	22198	33%	125
San Francisco	56.601	25923	38%	145
Caranqui	18.462	8455	12%	47
<b>TOTAL</b>	<b>148.613</b>	<b>68065</b>	<b>100%</b>	<b>382</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra (PD Y OT, 2015)

## INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación empleados para el estudio de mercado fueron encuestas aplicadas a Población Económicamente Activa de la zona urbana del cantón Ibarra, entrevistas realizadas a la competencia y fichas de observación para registrar los productos y precios de la competencia.

- **ENCUESTA**

Las encuestas de tipo personal y electrónicas fueron aplicadas a 382 ibarreños de la PEA de la zona urbana del cantón Ibarra, a través de un cuestionario previamente estructurado en el que se planteó una variedad de preguntas con el propósito de recopilar información útil para el proyecto.

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

#### 1) ¿Consume comida rápida no saludable (chatarra)?

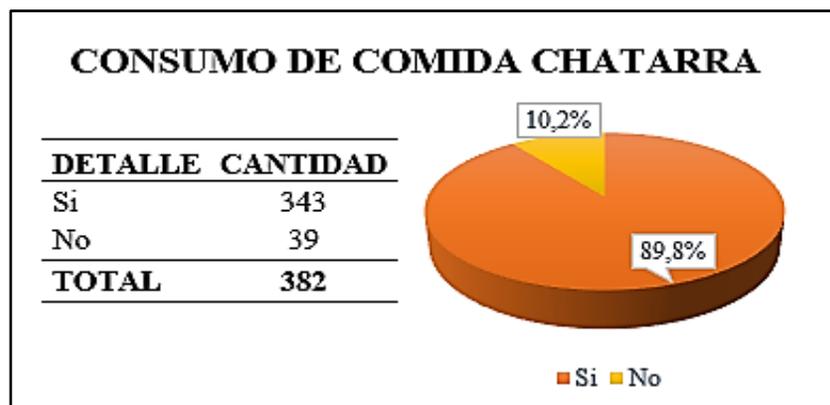


Figura 12. Consumo de Comida Chatarra

El 89,8% de población encuestada consume comida chatarra y tan solo el 10,2% no lo hace por motivos de salud o cuidado de la apariencia física; como es evidente la mayoría de la población consume comida no saludable, situación que puede ser aprovechada como una oportunidad para el desarrollo del proyecto al plantear estrategias enfocadas en una adecuada alimentación y dieta balanceada.

### 1.1) Seleccione la frecuencia de consumo semanal

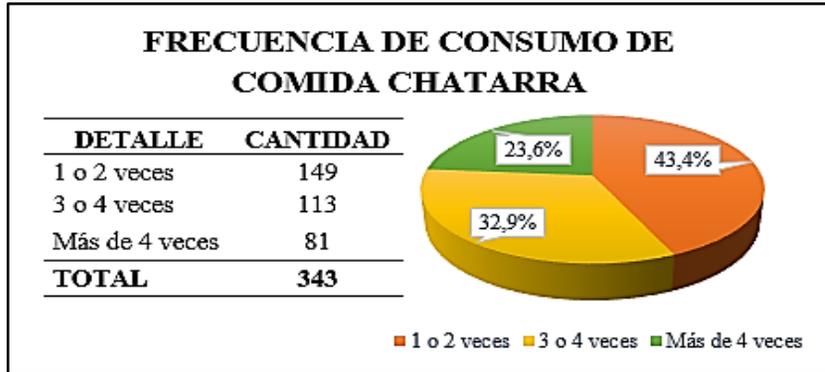


Figura 13. Frecuencia de Consumo de Comida Chatarra

Del 89,8% de la población encuestada que afirmó que consume comida chatarra el 23,6% menciona que su consumo es mayor a cuatro veces por semana, circunstancia que permite orientar las estrategias a mejorar los hábitos alimentarios de las personas.

### 1.2) ¿Por qué motivo lo hace?

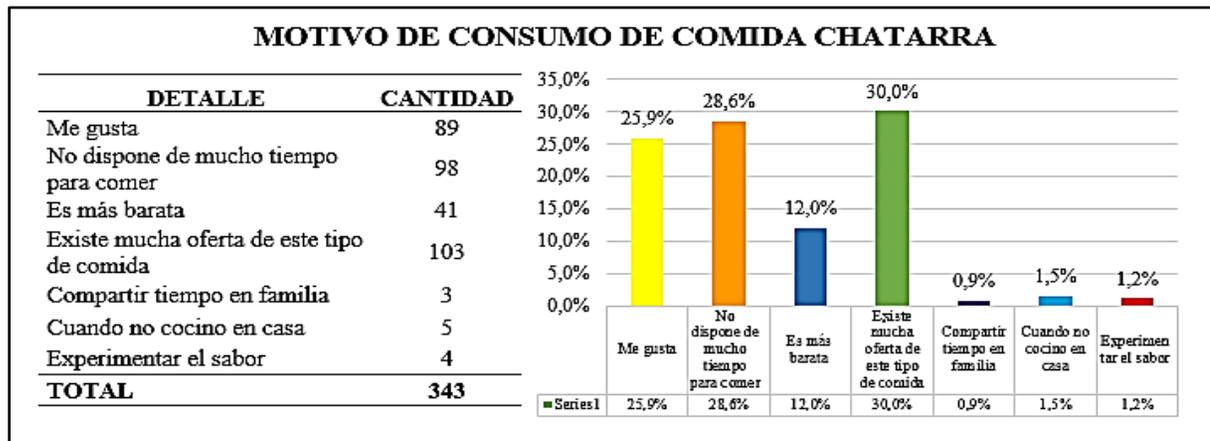


Figura 14. Motivo de Consumo de Comida Chatarra

Del 89,8% de la población encuestada que afirmó que consume comida chatarra el 30% expresa que el motivo es porque existe mucha oferta de este tipo de comida, lo que se corrobora con la información obtenida del diario El Norte que menciona: “En lo que va del año se ha dado un incremento de puestos de comida rápida por lo que comer en las calles sea vuelto parte de la sociedad que busca un sitio de precios cómodos y de fácil acceso”

No disponer de mucho tiempo para comer es otro de los motivos que mencionan los encuestados en un 28,6% situación que se debe a una excesiva carga laboral o inadecuada gestión del tiempo; además, los datos indican en un 25,9% que el motivo es porque les gusta, lo que se afirma con la investigación realizada en el documental Food Inc de Robert Kenner en el que afirma: “Las personas estamos programadas para desear alimentos con alto contenido de sal, grasa y azúcar”, por otro lado en un 12% las personas señalan que la comida chatarra es más barata en comparación con los alimentos saludables.

Entre las otras opciones mencionadas por los encuestados se observa que los motivos del consumo de comida chatarra son compartir tiempo en familia, cuando no cocinan en casa o por experimentar el sabor. La información obtenida en esta interrogante contribuye al desarrollo de estrategias en cuanto al posicionamiento del producto en el mercado.

**1.3) ¿El consumo de este tipo de comida le ha ocasionado algún problema en su salud?**

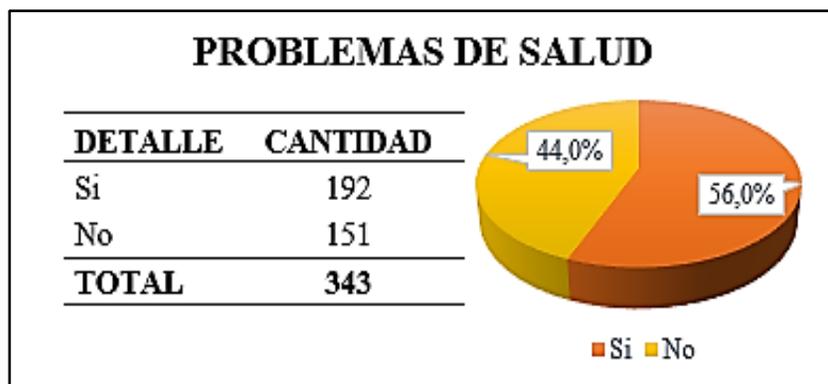


Figura 15. Problemas de Salud

Del 89,8% de la población encuestada que afirmó que consume comida chatarra el 56% manifiesta que le ha ocasionado problemas en su salud y el 44% mencionan lo contrario, como se observa en el gráfico la mayor parte de la población encuestada tiene problemas en su salud debido al consumo de comida chatarra.

### 1.3.1) ¿Qué problema de salud le ha ocasionado?

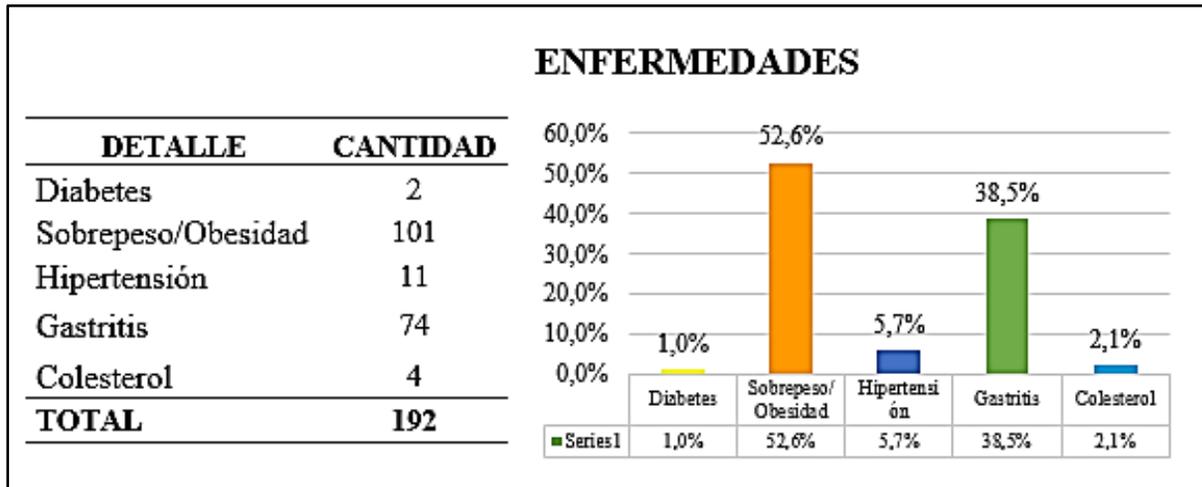


Figura 16. Enfermedades

Del 56% de la población que mencionó que el consumo de comida chatarra le ha ocasionado problemas en su salud se visualiza que la enfermedad más representativa en un 52,6% es el sobrepeso y obesidad problemática que se afirma con el último sondeo realizado por la ENSANUT que informa: “En Ecuador el 29,9 % de niños entre 5 a 11 años tienen sobrepeso y obesidad, este dato incrementa al 62,8 % en adultos de 19 a 59 años”. Mediante la información obtenida en esta interrogante es posible elaborar estrategias atribuidas al producto.

### 2) ¿Sigue algún tipo de dieta?

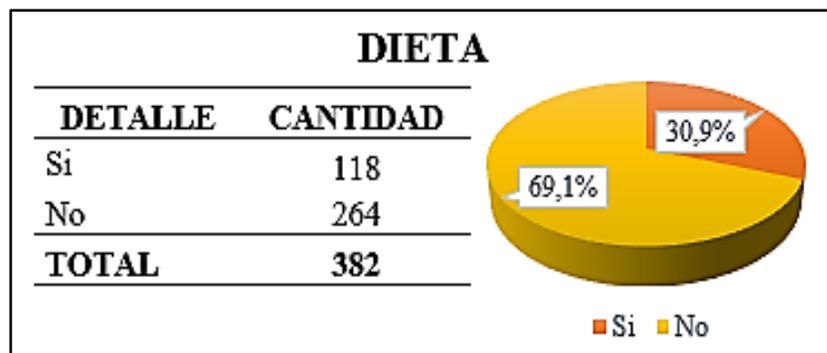


Figura 17. Dieta

El 69,1% de población encuestada no realiza ningún tipo de dieta y tan solo el 30,9% sí lo hace por motivo de salud, necesidad de perder peso, embarazo o cuidado de la apariencia física.

## 2.1) ¿Quién le prescribió o recomendó?

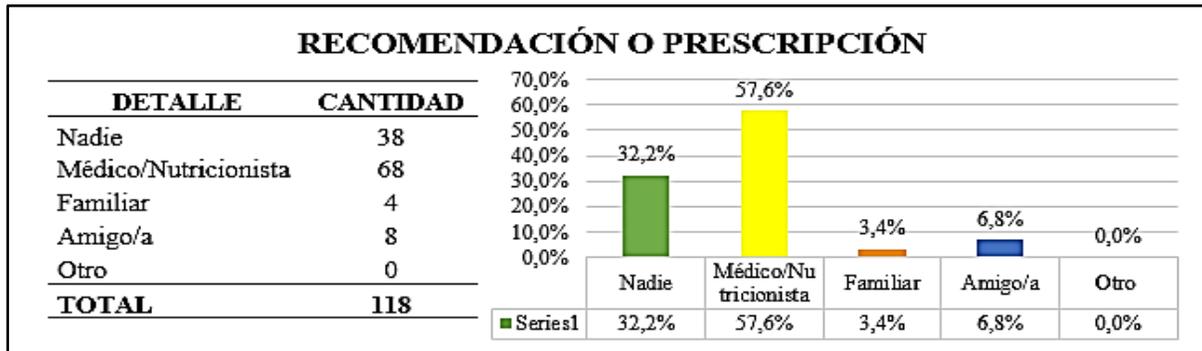


Figura 18. Recomendación o Prescripción de Dieta

Del 30,9% de los encuestados que afirmaron que siguen algún tipo de dieta el 57,6% asevera que fue prescrita por un médico o nutricionista y el 32,2% menciona que nadie le recomendó, su motivo es necesidad de bajar de peso o cuidar su apariencia física. La OMS como sugerencia menciona que una dieta adecuada se debe combinar con ejercicio aeróbico para evitar el sedentarismo y enfermedades. Mediante la información obtenida es posible elaborar estrategias atribuidas al producto, promoción y publicidad.

## 3) ¿Ha visitado algún restaurante de comida RÁPIDA SALUDABLE ubicado en la ciudad de Ibarra?

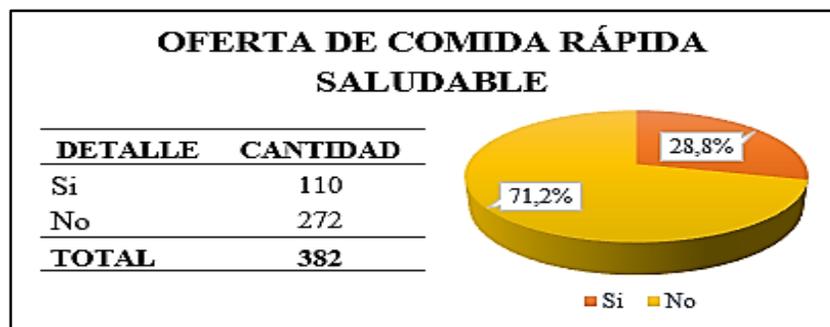


Figura 19. Oferta de Comida Rápida Saludable

El 71,2% de población encuestada no ha visitado ningún restaurante de comida rápida saludable ubicado en Ibarra y tan solo el 28,8% sí lo ha hecho. Mediante la interrogante se identifica a la oferta existente en la ciudad.

## Identificación de la Oferta

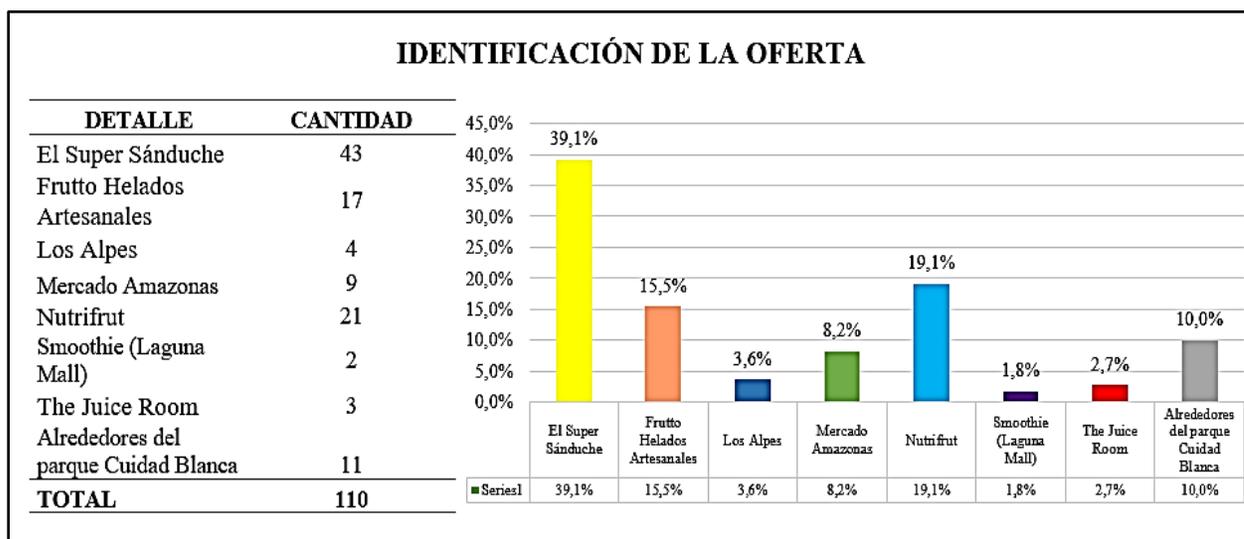


Figura 20. Identificación de la Oferta

Del 28,8% de la población que mencionó que sí ha visitado algún restaurante de comida rápida saludable ubicado en Ibarra, El Super Sánduche con un 39,1% es el lugar más visitado por los encuestados debido a que en su menú ofrece combos light.

Nutrifrut es otro de los lugares que visitan los encuestados en un 19,1% por su variedad de jugos naturales y sánduches elaborados con salsas de yogur natural además, en un 15,5% Frutto Helados Artesanales es visitado por sus helados con contenido bajo en azúcar y ensaladas light, sin dejar de lado que frecuentan en un 10% los alrededores del parque Ciudad Blanca para servirse jugos naturales después de realizar sus actividades físicas.

Con la información proporcionada por los encuestados mediante la interrogante se logra identificar los lugares más frecuentados a los que se les denomina competencia directa, para la posterior realización de las entrevistas y fichas de observación, información relevante para el análisis de precios y establecimiento de estrategias.

### 3.1) ¿Cómo califica la calidad de los productos que ofrece?

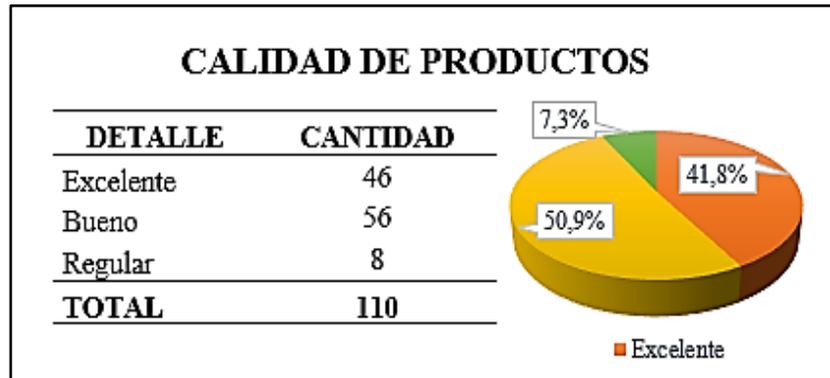


Figura 21. Calidad de Productos

Del 28,8% de la población que mencionó que sí ha visitado algún restaurante de comida rápida saludable ubicado en Ibarra el 50,9% califica la calidad de los productos como excelentes, el 41,8% como buenos y tan solo el 7,3% como regulares. Como se puede visualizar la mayor parte de la población encuestada califica a los productos de forma positiva situación indispensable en cuanto al planteamiento de estrategias de diferenciación.

### 4) ¿Le gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable?

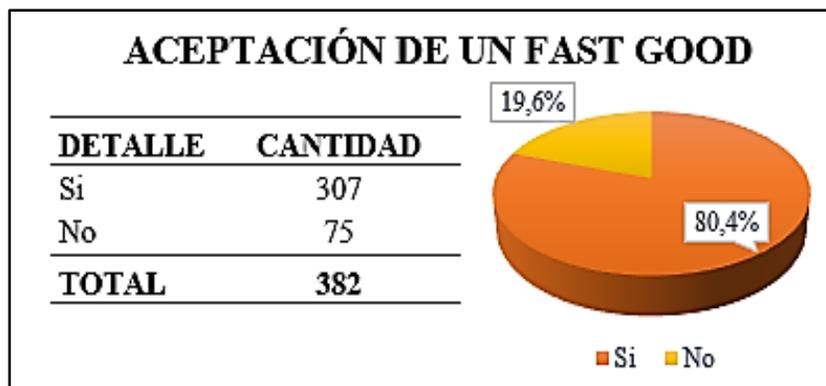


Figura 22. Aceptación Fast Good

La mayor parte de la población encuestada con un 80,4% afirma que le gustaría que exista un restaurante de comida rápida saludable que brinde productos de calidad, sanos y en un reducido tiempo de entrega. Mediante la interrogante se determina un indicador fundamental para la determinación de la demanda potencial en personas.

## 5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos?

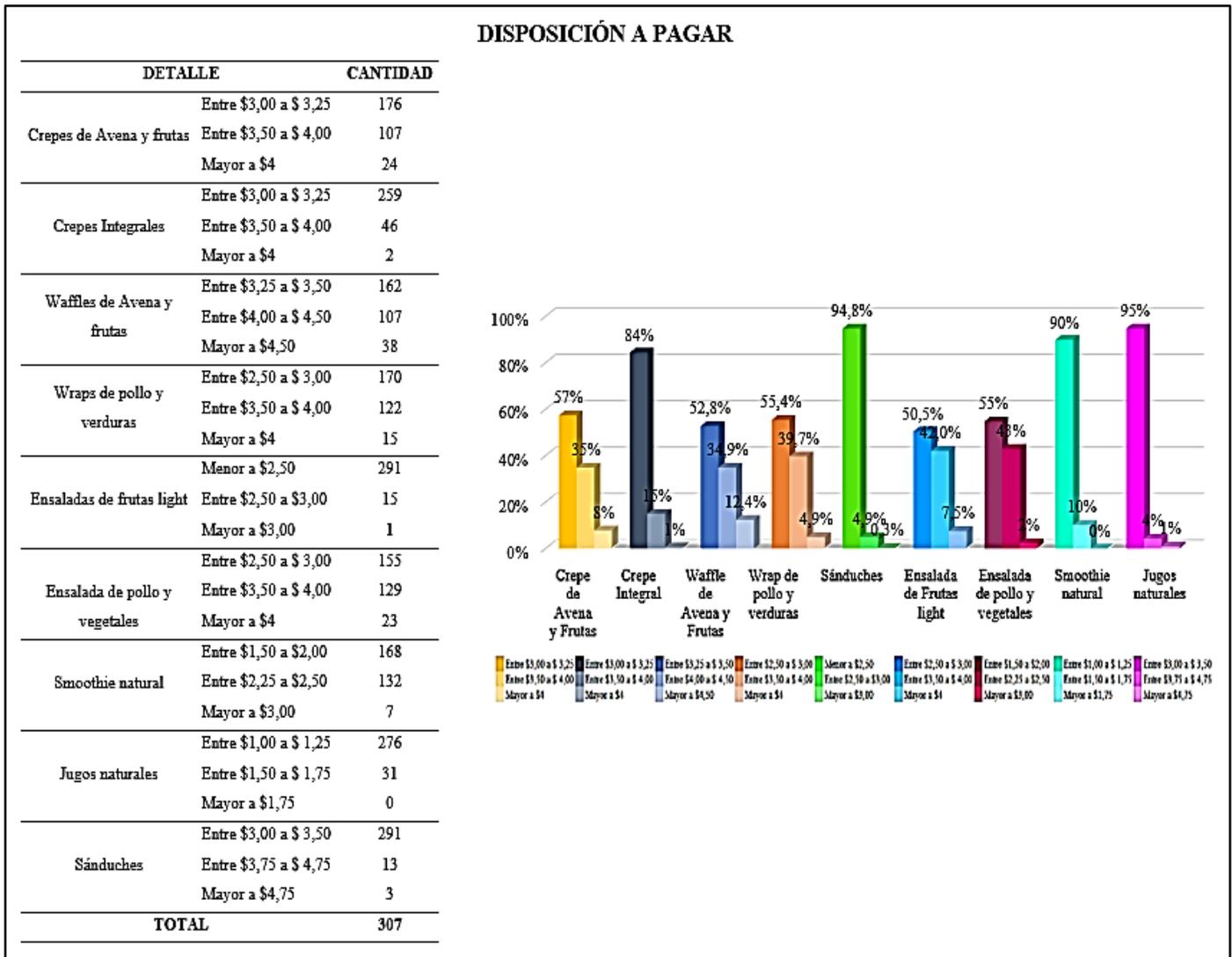


Figura 23. Disposición a Pagar

Del 80,4% de los encuestados que opinaron que les gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable más del 50% de los encuestados estaría dispuesto a pagar el menor valor tanto para crepes, waffles, ensaladas, smoothies, jugos y sánduches debido a que mencionan que el precio es un factor determinante al momento de adquirir un producto, dato indispensable en cuanto a la determinación de precios y establecimiento de estrategias.

### 5.1) ¿Al visitar el restaurante cuál sería el producto o MENÚ de su preferencia?

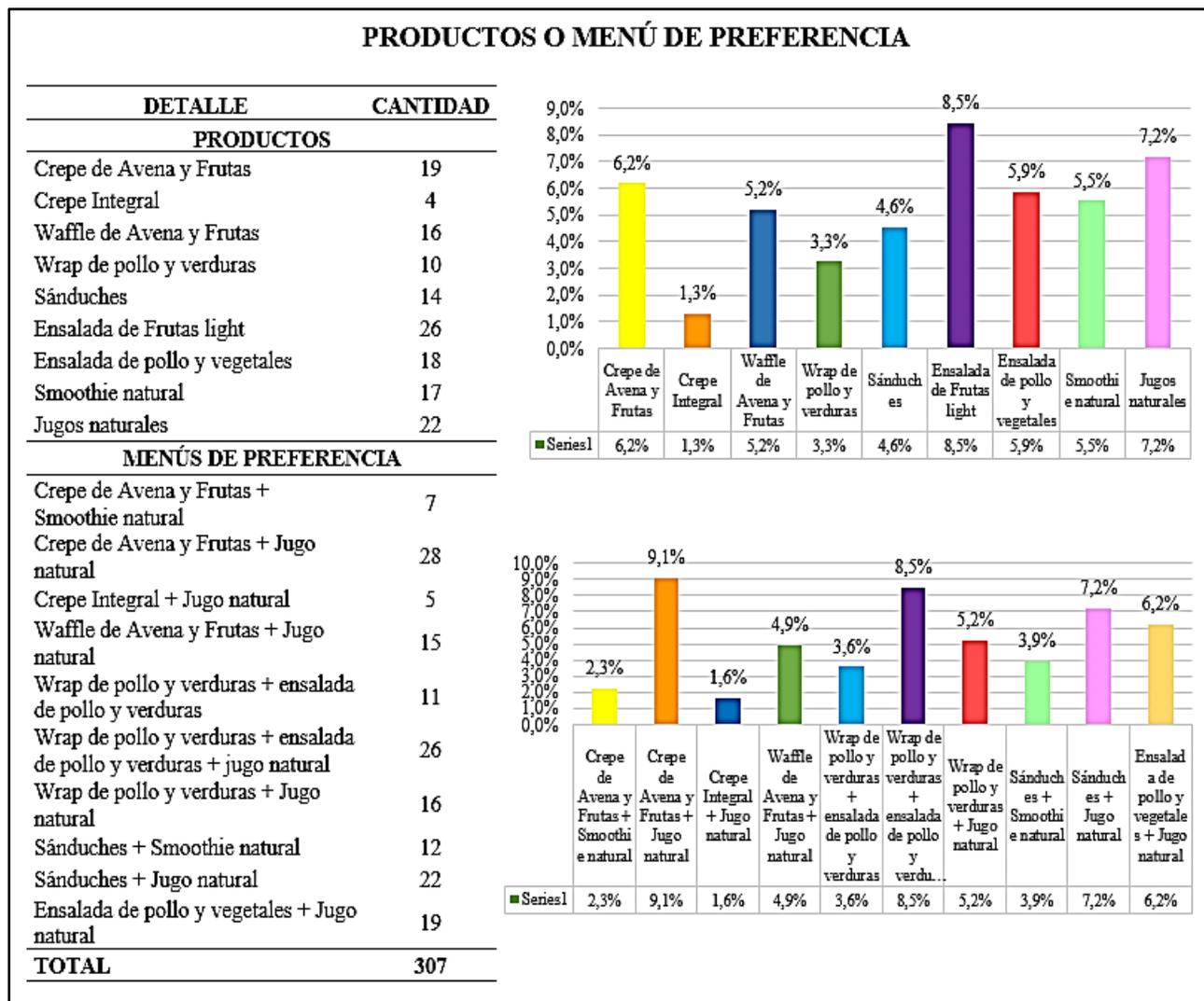


Figura 24. Productos o Menú de Preferencia

Al considerar que en un restaurante una persona por cada visita puede adquirir un producto o un menú de su preferencia se aprecia los siguientes resultados, en cuanto a productos en un 8,5% la ensalada de frutas light es el producto con mayor votación y en cuanto a menús los encuestados prefieren acompañar en un 9,1% una crepe de avena y frutas con un jugo natural. Indicadores fundamentales en cuanto a la determinación de la demanda potencial por producto.

**5.2) En un mes normal ¿Con que frecuencia acudiría al restaurante?**

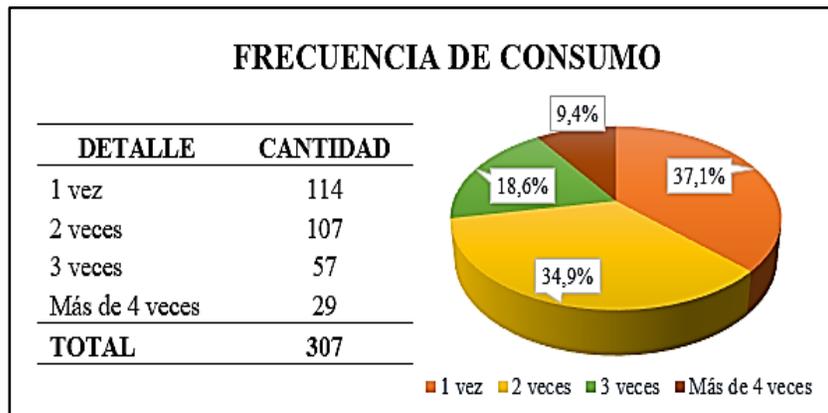


Figura 25. Frecuencia de Consumo

Del 80,4% de los encuestaron que opinaron que les gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable, como se aprecia la frecuencia de consumo en un 37,1% sería de una vez al mes, sin dejar de lado que en un 34,9% manifiestan que acudirían al restaurante dos veces al mes. Información útil en cuanto a la determinación de la frecuencia anual de compra.

**6) ¿Con cuántas personas normalmente acude a los restaurantes?**

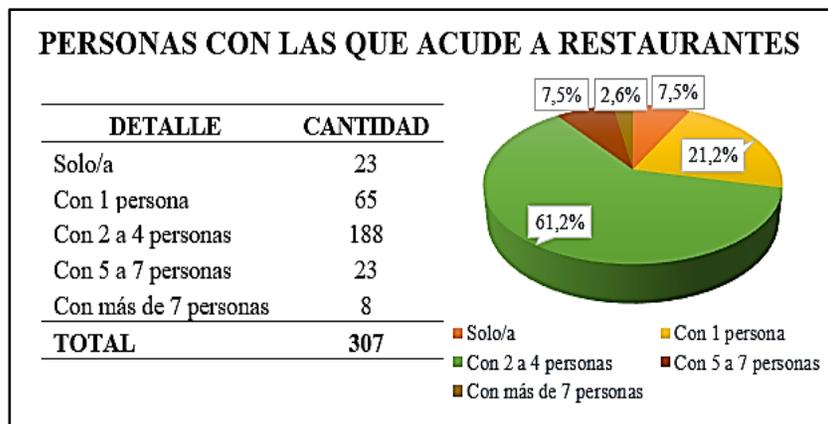


Figura 26. Personas con las que Acude a Restaurantes

Del 80,4% de los encuestaron que opinaron que les gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable el 61,2% acudiría al restaurante acompañado con dos a cuatro personas, sin dejar de lado que el 21,2% visitaría el restaurante en compañía de una persona;

información que se argumenta con lo mencionado por Sobal & Nelson que expresan: “Comer acompañado con frecuencia aporta importantes beneficios para la salud, la calidad de la dieta y la calidad de vida de los participantes”.

**7) ¿Qué aspecto considera más importante al visitar un restaurante?**

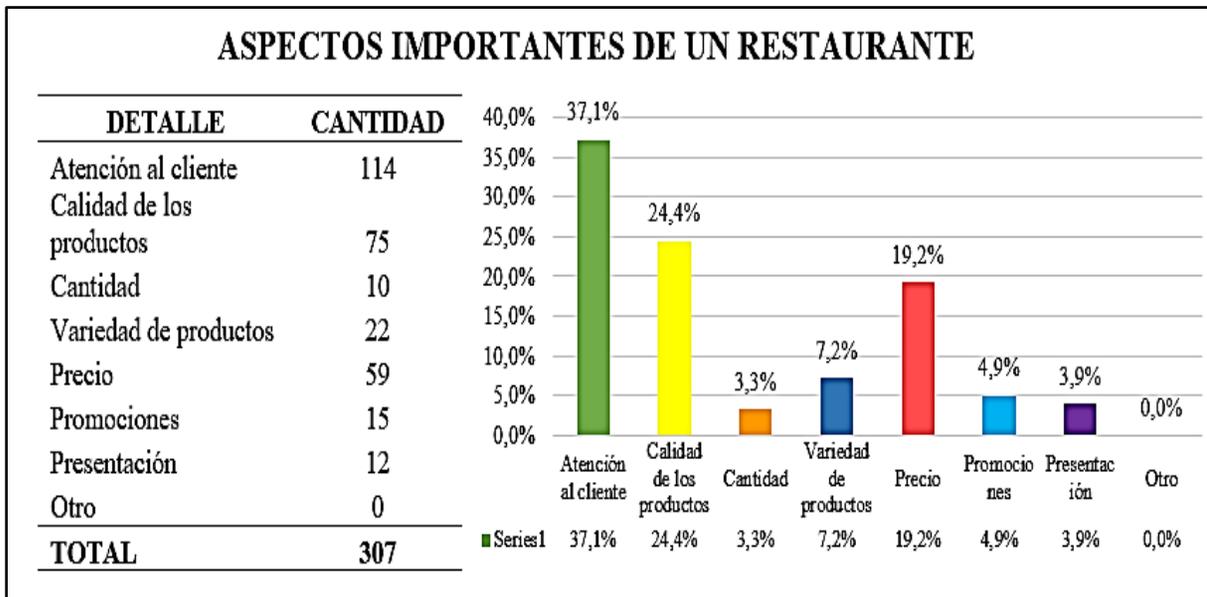


Figura 27. Aspectos Importantes de un Restaurante

Del 80,4% de los encuestados que opinaron que les gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable en un 37,1% consideran que el aspecto más importante al momento de visitar un restaurante es la atención al cliente, punto principal en cuanto al desarrollo de estrategias de fidelización, sin dejar de lado que en un 24,4% mencionan que la calidad de los productos es otro aspecto importante, dato fundamental en cuanto al planteamiento de estrategias del producto.

8) ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el restaurante?

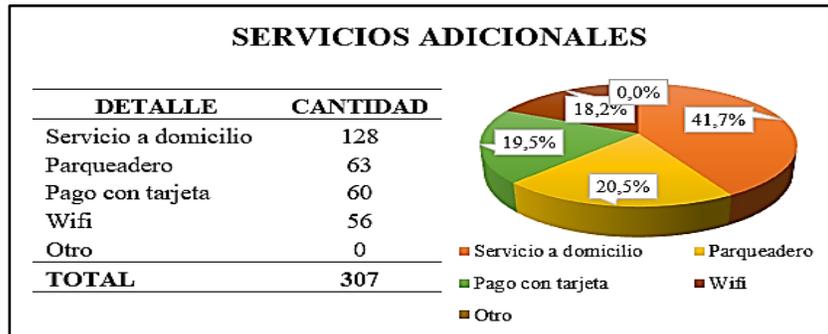


Figura 28. Servicios Adicionales

Del 80,4% de los encuestaron que opinaron que les gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable el 41,7% consideran que el servicio a domicilio sería excelente para el restaurante, en un 20,5% mencionan que les gustaría que haya parqueadero, sin dejar de lado que el 19,5% creen que el pago con tarjeta es un aspecto importante. Datos esenciales con referencia al planteamiento de estrategias de diferenciación de la competencia.

9) ¿Por qué medios publicitarios o alternativos le gustaría conocer nuestros productos?

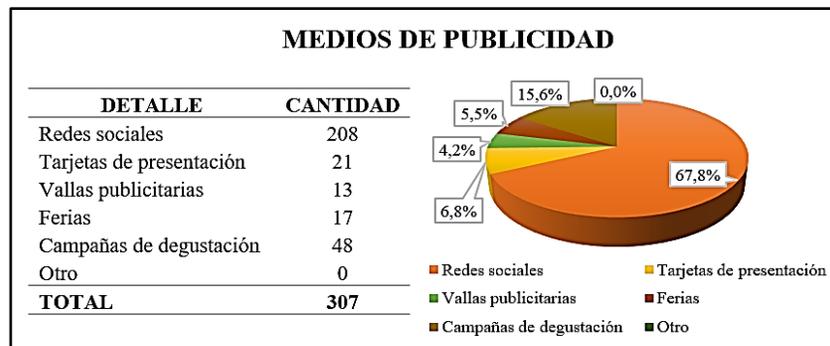


Figura 29. Medios Publicitarios

Del 80,4% de los encuestaron que opinaron que les gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable el 67,8% opinan que la publicidad se la debe realizar mediante redes sociales situación que se afirma con lo publicado por Gañan que manifiesta “La publicidad en redes sociales consigue dar mayor visibilidad a la empresa, aumentar el número de seguidores y posibles clientes potenciales”.

- **ENTREVISTA**

Se realizaron dos entrevistas estructuradas, la primera al Sr. Alberto Castillo, propietario de la Heladería Frutto Helados Artesanales y la segunda a la Sra. Verónica López propietaria de Nutrifrut bebidas nutritivas, además se aplicaron entrevistas semiestructuradas a diferentes establecimientos que ofrecen productos saludables, mismos que fueron identificados por los encuestados, esta técnica se aplicó para recabar información al tomar en consideración el conocimiento y la experiencia de los entrevistados, en lo que se refiere a la oferta de comida rápida saludable.

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA**

A continuación se presenta los resultados obtenidos en la entrevista realizada al Sr. Alberto Castillo propietario de Frutto helados artesanales:

**Fecha:** 23 de mayo de 2019

**Hora:** 10h30

**Lugar:** Frutto Helados Artesanales

**Entrevistado:** Sr. Alberto Castillo

**Dirección:** Av. Ricardo Sánchez 2260 y pasaje D. diagonal al Ecu911 frente al bosque esquina.

#### **1. ¿Podría contarnos una breve historia de cómo inició su negocio?**

Frutto helados artesanales inició en 2015 como un emprendimiento familiar con la finalidad de crear fórmulas que busquen no solo deleitar el paladar sino contribuir, conservar y mejorar la salud de sus clientes; por su alto valor nutricional, sus insumos de primera calidad y su sabor inconfundible, Frutto se ubica hoy como una de las mejores opciones en helados, jugos y postres saludables en Ibarra, con proyectos de iniciar operaciones en más ciudades del país (1'45''- 4'52'').

## **2. ¿Con cuántos trabajadores cuenta actualmente?**

Actualmente Frutto Helados Artesanales cuenta con 8 colaboradores distribuidos de la siguiente manera: una persona que administra el negocio, una persona quien se encargan del proceso de elaboración de los helados, una persona quien se encarga del del manejo de caja, 3 personas que colaboran entre semana en horarios rotativos y 2 personas quienes colaboran los fines de semana y feriados (5'06''- 7'34'').

## **3. ¿Cuáles son los criterios que se toman en cuenta para reclutar y seleccionar el personal?**

Personas comprometidas, se contrata estudiantes universitarios con visión de crecimiento entre 18 a 25 años, se toma principalmente este criterio debido a que Frutto busca motivar a los jóvenes a superarse personalmente, se brinda flexibilidad de horarios, de esta manera pueden formarse tanto en el ámbito laboral y personal (7'54''- 9'51'').

## **4. ¿Cuál es el perfil del cliente que comúnmente visita su negocio?**

Personas de economía media y media alta, Frutto cuenta con clientes de reconocidas empresas como ECU 911, Laguna Mall, Imbauto, entre otras, además después de salir de sus trabajos los clientes frecuentan el negocio de lunes a viernes y los fines de semana se observa que numerosas familias asisten a Frutto (10'05''- 11'23'').

## **5. ¿Cuál es su producto estrella y qué cantidad aproximada de este producto se vende a la semana?**

El producto estrella son los waffles de frutas y nutella, aproximadamente se venden 50 waffles a la semana, esto se debe a que Frutto Helados Artesanales cuenta con la promoción 2x1 en waffles los jueves (11'38''- 13'18'').

**6. ¿Cómo ha visto que se comporta el mercado de este producto?**

Va en aumento                       Permanece constante                       Disminuye

Argumenta que las promociones han tenido gran acogida, es por esta razón que la demanda de este producto va en aumento (13'52''- 15'37'').

**7. Ha observado que cuando aumenta el precio del producto, la demanda**

Permanece constante                       Aumenta                       Disminuye

Por lo general, la demanda permanece constante, en algunos casos se ha visto que la demanda de ciertos productos disminuye y en otros casos aumenta. Argumenta que en el caso de los waffles y crepes de frutas pese a que el precio aumentó la demanda ha incrementado (16'01''- 17'43'').

**8. ¿Ha escuchado algún comentario sobre la calidad de los productos por parte de los consumidores?**                       Si                       No

**Positivo:** Excelentes productos y buena atención (17'53''- 18'56'').

**Negativo:** Demora en la entrega de los productos (19'03''- 19'45'').

**9. Señale en orden de frecuencia de los problemas que tiene con los actuales proveedores.**

**(Siendo 1 el de mayor frecuencia y 5 el de menor frecuencia)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ninguno                            | <input type="checkbox"/> (2) Tardan mucho en la entrega (23'03''-23'53'').      |
| <input type="checkbox"/> No entregan la cantidad solicitada | <input type="checkbox"/> (3) Hay problemas en facturación (24'09''-25'48'').    |
| <input type="checkbox"/> Cambios de precios constantemente  | <input type="checkbox"/> (1) Entrega del material defectuoso (22'34''-22'54''). |
| <input type="checkbox"/> Otros problemas ¿Cuáles? _____     |   |

**10. ¿Ha pensado en ampliar su negocio o crear nuevas sucursales?**

Sí, Frutto para el año 2020 tiene como visión abrir una sucursal en Bogotá Colombia (27'04''-32'18'').

A continuación se presenta los resultados obtenidos en la entrevista realizada al Sra. Verónica López propietaria de Nutrifrut:

**Fecha:** 31 de mayo de 2019

**Hora:** 10h50

**Lugar:** Nutrifrut bebidas nutritivas

**Entrevistadores:** Carolina Guzmán y Cristian Varela

**Entrevistado:** Sra. Verónica López

**Dirección:** Pedro Moncayo 5-78 y Bolívar

### **1. ¿Podría contarnos una breve historia de cómo inició su negocio?**

Nutrifrut nace de la necesidad de la Sra. Verónica López de bajar de peso, quien llegó a pesar 196 libras por ende a tener sobrepeso nivel 2, ante esta situación su nutricionista le recomendó tomar bebidas naturales para bajar de peso. Con el objetivo no solo personal sino con la finalidad de ayudar a otras personas a prevenir y cuidar su salud abre las puertas de su negocio un 22 de marzo de 2019 para brindar una alternativa sana, natural y deliciosa de probar la fruta (2'48''-4'05'').

### **2. ¿Con cuántos trabajadores cuenta actualmente?**

Nutrifrut cuenta con tres colaboradores, una persona encargada del proceso de elaboración de los productos, otra persona encargada de la atención de los clientes y una persona provisional encargada del volanteo para impulsar el negocio, debido a que Nutrifrut se encuentra en etapa de introducción al mercado (4'09''- 4'33').

**3. ¿Cuáles son los criterios que se toman en cuenta para reclutar y seleccionar el personal?**

El criterio principal para reclutar y seleccionar al personal se lo realiza conforme al perfil profesional, sin dejar de lado que se debe contratar a personas que aporten valor al negocio, es decir con la voluntad de trabajar (4'41'' - 6'52'').

**4. ¿Cuál es el perfil del cliente que comúnmente visita su negocio?**

El negocio fue pensado para personas que trabajan en oficinas, quienes no disponen de mucho tiempo para salir de su trabajo, es así como Nutrifrut ofrece el servicio delivery a empresas como Gobierno Provincial de Imbabura (GPI), Ministerio de Salud Pública (MSP), Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA), Judicatura, VIRSAP empresa pública, entre otras empresas (6'59'' - 8'54'').

**5. ¿Cuál es su producto estrella y qué cantidad aproximada de este producto se vende a la semana?**

Los productos que ofrece Nutrifrut son: jugos naturales, batidos, tortas, sánduches y como producto como adicional helado. El producto más vendido son los jugos verdes que son para bajar de peso se venden alrededor de 320 jugos verdes a la semana que representan \$400 (9'03'' - 12'13'').

**6. ¿Cómo ha visto que se comporta el mercado de este producto?**

(X) Va en aumento                      ( ) Permanece constante                      ( ) Disminuye

Argumenta que como el negocio se encuentra en etapa de introducción se realiza constante publicidad es por esta razón que la demanda va en aumento (12'22'' - 15'29'').



- **OBSERVACIÓN**

Se empleó la observación directa para identificar los productos y precios que ofrece la competencia, los cuales fueron registrados en fichas de observación para el posterior análisis de precios, además se recurrió a la observación encubierta para degustar los productos de la competencia y así establecer estrategias de diferenciación.

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN

A continuación se presenta los resultados obtenidos mediante observación directa a los establecimientos que ofrecen productos saludables reconocidos por los encuestados.

### Frutto Helados Artesanales

FICHA DE OBSERVACIÓN							
<b>Observadores:</b>	Carolina Guzmán/ Cristian Varela					<b>Ficha N.º</b>	1
<b>Día:</b>	domingo 19 de mayo de 2019					<b>Hora:</b>	10h30
<b>1) Ubicación del Lugar Observado</b>							
Av. Ricardo Sánchez 2260 y pasaje D. diagonal al Ecu911 frente al bosque esquina.							
<b>2) Horario de atención</b>							
Atiende todos los días de 10h00 a 19h00							
<b>3) Productos y precios</b>							
Crepe de frutas y Nutella	\$ 3,25	Waffle de frutas y nutella	\$ 3,95	Jugos naturales	\$ 1,50	Ensalada de frutas light	\$ 2,30
Crepe de jamón y queso	\$ 3,25	Waffle de chocolate y nueces	\$ 4,25	Come y Bebe Frutto	\$ 1,50	Sánduches de jamón y queso	\$ 1,25
<b>4) ¿Tiempo aproximado de entrega?</b>							
Entre 5 a 10 min		Entre 11 a 15 min		Entre 16 a 20 min	X	Entre 21 a 25min	
Alrededor de 30 min		Alrededor de 45min		Una hora		De una hora en adelante	
<b>5) ¿Servicios adicionales que ofrece?</b>							
Wifi				Entrega a domicilio			
Amplio Parquadero				Pago con tarjeta			

Frutto Helados Artesanales posee una ubicación estratégica, en un barrio densamente poblado y con moderada afluencia de tráfico, en cuanto a la atención es excelente debido a que Frutto da la opción de excluir o cambiar algún ingrediente que no se desea en el producto, sin embargo, el

tiempo de entrega no es su mejor aliado; entre semana cuando no existe mucha demanda el tiempo de entrega es entre 5 a 10min, en días de promociones y fines de semana el tiempo de espera se extiende hasta 30 minutos.

## Nutrifrut

FICHA DE OBSERVACIÓN							
<b>Observadores:</b>	Carolina Guzmán/ Cristian Varela					<b>Ficha N.º</b>	2
<b>Día:</b>	miércoles 22 de mayo de 2019					<b>Hora:</b>	15h00
<b>1) Ubicación del Lugar Observado</b>							
Pedro Moncayo 5-78 y Bolívar							
<b>2) Horario de atención</b>							
De Lunes a Viernes de 08:00 a 17:00							
Sábado de 09:00 a 14:00							
<b>3) Productos y precios</b>							
Aloe Plus	\$ 1,25	Collagen Total	\$ 1,50	Fresarina	\$ 1,75	SandiFresh	\$ 1,25
Inmune Drink	\$ 1,25	Protein Mix	\$ 1,50	Batinano	\$ 1,75	Guanamora	\$ 1,25
Nutri Green	\$ 1,25	Mojito	\$ 1,50	LuloBerry	\$ 1,75	Sánduche de pollo	\$ 1,25
Vita Fibra	\$ 1,25	Mandarino	\$ 1,50	Banana Fresh	\$ 1,25		
<b>4) ¿Tiempo aproximado de entrega?</b>							
Entre 5 a 10 min	X	Entre 11 a 15 min		Entre 16 a 20 min		Entre 21 a 25min	
Alrededor de 30 min		Alrededor de 45min		Una hora		De una hora en adelante	
<b>5) ¿Servicios adicionales que ofrece?</b>							
Wifi							

Nutrifrut se encuentra ubicado en el centro de la ciudad en donde existe masiva afluencia de vehículos, la desventaja es que no posee parqueadero, en cuanto a la atención es excelente, ofrece productos naturales elaborados con frutas y vegetales con alto grado dietético y nutricional y los precios son cómodos, el tiempo de entrega es moderado entre cinco a 10 minutos, no posee mucha afluencia de clientes debido a que se encuentra dos meses en el mercado.

## El Super Sánduche

FICHA DE OBSERVACIÓN							
<b>Observadores:</b>	Carolina Guzmán/ Cristian Varela					<b>Ficha N.º</b>	3
<b>Día:</b>	jueves 23 de mayo de 2019					<b>Hora:</b>	15h30
<b>1) Ubicación del Lugar Observado</b>							
El Super Sánduche cuenta con 4 locales: Matriz: Av. Atahualpa y Carlos Emilio Grijalva      Sucursales: La Plaza Shopping, Laguna Mall, Bolívar y Pedro M.							
<b>2) Horario de atención</b>							
Lunes a Sábado: 10h00 a 23h00 y Domingo: 10h00 a 22h00							
<b>3) Productos y precios</b>							
Sánduche Tradicional	Entero	\$ 10,25	Vegetariano	Entero	\$ 14,85	Combo Light	\$ 4,75
	1/3	\$ 3,55		1/3	\$ 4,45		
	1/4	\$ 2,95		1/4	\$ 3,95		
Sánduche de Pavo	Entero	\$ 13,25	Super Sánduche	Entero	\$ 14,35	Ensalada de Pollo	\$ 4,65
	1/3	\$ 4,65		1/3	\$ 4,95	Ensalada Roma	\$ 3,25
	1/4	\$ 3,95		1/4	\$ 4,25		
<b>4) ¿Tiempo aproximado de entrega?</b>							
Entre 5 a 10 min		Entre 11 a 15 min	X	Entre 16 a 20 min		Entre 21 a 25min	
Alrededor de 30 min		Alrededor de 45min		Una hora		De una hora en adelante	
<b>5) ¿Servicios adicionales que ofrece?</b>							
Wifi		Pago con Tarjeta		Parqueadero		Servicio a Domicilio	

Buen lugar para disfrutar en familia es de reconocida trayectoria es por esa razón que los sánduches son apreciados como los mejores en Ibarra, ofrece un menú variado con opciones saludables, además los locales se encuentran ubicados en diferentes zonas estratégicas de la ciudad.

## **IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL**

Teniendo en cuenta que la demanda potencial es la hipótesis del volumen máximo de posibles compradores de un producto o servicio, se procede a cuantificar la demanda con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada.

En cuanto al cálculo de la demanda potencial se debe definir parámetros de medición como son: número de compradores posibles o demanda potencial en personas (*pregunta 4*), disposición a pagar (*pregunta 5*) y cantidad promedio de consumo per cápita o frecuencia anual de compra (*pregunta 5.2*).

Para el cálculo de la demanda potencial en personas se consideró el mercado meta correspondiente a 68.065 personas ibarreñas pertenecientes a la Población Económicamente Activa de la zona urbana del cantón Ibarra, se procedió a multiplicar por el 80,4% correspondiente al porcentaje de aceptación del restaurante de comida rápida saludable obtenido en la (*pregunta 4*) de la encuesta, lo que da como resultado 54.701 personas, que al multiplicar por la frecuencia anual de consumo (*pregunta 5.2*) da como resultado 984.626 que representa la de demanda potencial en personas.

Tabla 20  
*Demanda Potencial en Personas*

<b>DEMANDA POTENCIAL EN PERSONAS</b>	
Mercado Meta	68.065
(*) % Aceptación de Fast Good ( <i>Pregunta 4</i> )	80,4%
(=) Total Aceptación Fast Good	54.701
(*) Frecuencia de Consumo al Año ( <i>Pregunta 5.2</i> )	18 veces al año
<b>(=) DEMANDA POTENCIAL EN PERSONAS</b>	<b>984.626</b>

Fuente: Encuesta Mercado Meta

Con la finalidad de obtener la demanda potencial en dólares se consideró el número de posibles compradores, que se obtuvo mediante la (*pregunta 5.1*) de la encuesta referente al porcentaje de aceptación por producto o menú, que al multiplicar por la disposición a pagar (*pregunta 5*) y por la frecuencia anual de compra (*pregunta 5.2*) dan como resultado \$ 3'580.896,09 de demanda potencial en dólares.

Para calcular la frecuencia anual de compra se obtuvo que el 72% de los encuestados (*pregunta 5.2*) acuden a un restaurante de comida rápida de una a dos veces al mes que equivale a 1,5 veces de consumo mensual que da un total de 18 veces de frecuencia de consumo anual.

Tabla 21  
 Demanda Potencial en Dólares

DEMANDA POTENCIAL EN DÓLARES							
PRODUCTO DE ACEPTACIÓN (Pregunta 5.2)	% DE ACEPTACIÓN (Pregunta 5.1)	NÚMERO DE COMPRADORES POSIBLES	DISPOSICIÓN A PAGAR (Pregunta 5)	FRECUENCIA ANUAL (Pregunta 5.2)	DEMANDA POTENCIAL EN DÓLARES		
Crepe de Avena y Frutas	6,2%	3385	\$ 3,13	18 veces al año	\$ 190.430,55		
Crepe Integral	1,3%	713	\$ 3,13	18 veces al año	\$ 40.090,64		
Waffle de Avena y Frutas	5,2%	2851	\$ 3,38	18 veces al año	\$ 173.191,57		
Wrap de pollo y verduras	3,3%	1782	\$ 2,75	18 veces al año	\$ 88.199,41		
Sánduches	4,6%	2495	\$ 3,25	18 veces al año	\$ 145.929,93		
Ensalada de Frutas light	8,5%	4633	\$ 2,50	18 veces al año	\$ 208.471,34		
Ensalada de pollo y vegetales	5,9%	3207	\$ 2,75	18 veces al año	\$ 158.758,94		
Smoothie natural	5,5%	3029	\$ 1,75	18 veces al año	\$ 95.415,73		
Jugos naturales	7,2%	3920	\$ 1,13	18 veces al año	\$ 79.379,47		
<b>MENÚ DE PREFERENCIA</b>							
Crepe de Avena y Frutas + Smoothie natural	2,3%	1247	\$ 4,88	18 veces al año	\$ 109.447,45		
Crepe de Avena y Frutas + Jugo natural	9,1%	4989	\$ 4,25	18 veces al año	\$ 381.662,91		
Crepe Integral + Jugo natural	1,6%	891	\$ 4,25	18 veces al año	\$ 68.154,09		
Waffle de Avena y Frutas + Jugo natural	4,9%	2673	\$ 4,50	18 veces al año	\$ 216.489,46		
Wrap de pollo y verduras + ensalada de pollo y verduras	3,6%	1960	\$ 3,88	18 veces al año	\$ 136.709,09		
Wrap de pollo y verduras + ensalada de pollo y verduras + jugo natural	8,5%	4633	\$ 6,63	18 veces al año	\$ 552.449,04		
Wrap de pollo y verduras + Jugo natural	5,2%	2851	\$ 3,88	18 veces al año	\$ 198.849,58		
Sánduches + Smoothie natural	3,9%	2138	\$ 5,00	18 veces al año	\$ 192.435,08		
Sánduches + Jugo natural	7,2%	3920	\$ 4,38	18 veces al año	\$ 308.697,94		
Ensalada de pollo y vegetales + Jugo natural	6,2%	3385	\$ 3,88	18 veces al año	\$ 236.133,88		
<b>TOTAL DEMANDA POTENCIAL EN \$</b>	<b>100%</b>	<b>54.701</b>			<b>\$ 3.580.896,09</b>		

Fuente: Encuesta Mercado Meta

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Para el cálculo la demanda potencial proyectada se consideró la tasa de crecimiento poblacional del cantón Ibarra, obtenida de las proyecciones de la población ecuatoriana por años calendario a nivel cantonal INEC 2010-2020, posterior a esto, se realizó un promedio histórico de 5 años del porcentaje de crecimiento de la población y se obtuvo 1,63% de crecimiento poblacional para el año 2019. Tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 22

### *Tasa Promedio de Crecimiento Poblacional*

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
Población Cantón Ibarra	201.237	204.568	207.907	211.235	214.552
Crecimiento Poblacional	3.330	3.331	3.339	3.328	3.317
Tasa de crecimiento	1,68%	1,66%	1,63%	1,60%	1,57%
<b>Tasa de crecimiento promedio</b>	<b>1,63%</b>				

Fuente: Proyecciones de la Población Ecuatoriana INEC 2010-2020

Para proyectar la demanda se considera los siguientes datos: crecimiento poblacional promedio de 1,63% para el año 2019, demanda actual de 984.626 personas y la proyección a 5 años como se muestra a continuación:

$$PD=Do(1+i)^n$$

Dónde:

PD= Demanda Proyectada

Do = Demanda actual

1= constante

i = Tasa de crecimiento

n = Años proyectados

Tabla 23  
*Proyección de la Demanda Potencial*

PERIODO	AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL (PROMEDIO)	DEMANDA PROYECTADA
1	2019		984.626
2	2020		1.000.676
3	2021	1,63%	1.033.563
4	2022		1.084.933
5	2023		1.157.419

Fuente: Proyecciones de la Población ecuatoriana INEC 2010-2020

Como resultado se tiene que la demanda potencial para el 2019 es de 984.626 productos y conforme al comportamiento de la demanda para el 2023 será de 1'157.419 productos.

#### **4.1.2. OFERTA**

Conociendo que la oferta constituye la cantidad de bienes o servicios producidos por las diferentes empresas a un precio determinado, se entrevistó a los propietarios de los establecimientos que ofrecen productos saludables en la ciudad de Ibarra.

#### **IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA**

La identificación de la oferta tiene como finalidad establecer las condiciones y las cantidades que una empresa está en capacidad de poner en el mercado, en lo que se refiere a la venta de comida rápida saludable, cabe señalar que en Ibarra no existe específicamente un restaurante que ofrezca este servicio, sin embargo, para identificar la oferta se tomó como referencia la *(pregunta 3)* basándose en las opiniones de los encuestados, quienes mencionaron los restaurantes frecuentados que ofrecen productos similares o que han incluido en su menú opciones saludables; una vez identificada la competencia se entrevistó a los propietarios de los establecimientos para conocer la cantidad producida, lo que dio como resultado 393.480 productos.

Tabla 24

*Identificación de Oferta en Productos*

<b>ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>PRODUCCIÓN SEMANAL</b>	<b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>
<b>COMPETENCIA DIRECTA</b>			
El Super Sánduche Fast Good	1.200	4.800	57.600
NutriFrut	725	2.900	34.800
Jugos Dorita	375	1.500	18.000
Juguería heladería Salud y Vida	719	2.875	34.500
Jugos y batidos Bulevar Buen Vivir	675	2.700	32.400
Mercado Amazonas (Jugos y batidos)	3.750	15.000	180.000
The Juice Room	379	1.515	18.180
Frutto Helados Artesanales	375	1.500	18.000
<b>TOTAL OFERTA EN PRODUCTOS</b>			<b>393.480</b>

Fuente: Entrevista a la Competencia

**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

Para el cálculo de la oferta se consideró la tasa de crecimiento del sector manufacturero, alimentos preparados y bebidas a nivel nacional, obtenida de la Corporación Financiera Nacional, (CFN) en el que se evidencia un crecimiento de 1,9% en el sector alimenticio, además se consideró la oferta existente, como se detalla a continuación:

$$PO=Oo (1+i) n$$

Donde:

PO: Oferta proyectada

Oo: Oferta actual

i: Índice de crecimiento de la población

1: constante

n: Número de períodos

Tabla 25  
*Proyección de la Oferta*

<b>PERIODO</b>	<b>AÑOS</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO SECTORIAL (PROMEDIO)</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
1	2018		393.480
2	2019		400.956
3	2020	1,90%	416.337
4	2021		440.522
5	2022		474.968

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2017)

#### **4.1.3. BALANCE OFERTA – DEMANDA**

La relación oferta- demanda permite determinar la cuantía del bien o servicio que no logra satisfacer los requerimientos de los demandantes, para su determinación se procedió a comparar los valores de las proyecciones de oferta con los de la demanda en productos, obteniendo como demanda insatisfecha para el 2019 una cantidad de 591.146 productos.

Como se observa al realizar la comparación entre la oferta y demanda proyectada se obtiene que la demanda insatisfecha es muy elevada, puesto que en Ibarra no existe la oferta suficiente de comida rápida saludable, para satisfacer esta necesidad.

Es evidente que el proyecto no logrará acaparar la demanda insatisfecha, sin embargo, se aprovechará la oportunidad de mercado del 10,2% identificada en la (*pregunta 1*) que corresponde a las personas que consumen comida saludable por motivos de dieta, salud o cuidado de la apariencia física, para posterior enfocarse en las personas que deseen modificar los malos hábitos alimentarios con la finalidad de expandir mercado.

Tabla 26  
Balance Demanda-Oferta

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA DEL PROYECTO
2019	984.626	393.480	591.146	60.353
2020	1.000.676	400.956	599.719	61.228
2021	1.033.563	416.337	617.226	63.015
2022	1.084.933	440.522	644.411	65.791
2023	1.157.419	474.968	682.451	69.674

Fuente: Proyección Oferta-Demanda (2018-2023)

#### 4.1.4. ANÁLISIS DE PRECIOS

En cuanto al análisis de precios, se consideró el precio promedio que el mercado meta está dispuesto a pagar (*pregunta 5*) de la encuesta y el estudio de los precios de la competencia obtenidos mediante observación directa y encubierta en los diferentes restaurantes de comida rápida que ofrecen un menú saludable, identificados por los encuestados.

Tabla 27  
Identificación de Precios

PRODUCTO	Super Sánduche	NutriF rut	Jugos Dorita	Salud y Vida	Buen Vivir	Smoot hie	Merc. Amazonas	The Juice Room	Frutto	Los Alpes	Fast Good	VALOR PROMEDIO
Crepe de Avena y Frutas	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 3,25	\$3,50	\$3,13	\$3,29
Crepe Integral	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 3,25	-	\$3,13	\$3,19
Waffle de Avena y Frutas	-	-	-	-	-	\$4,00	-	-	\$4,25	\$ 4,50	\$3,38	\$4,03
Wrap de pollo y verduras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$2,75	\$2,75
Sánduches	\$ 4,75	\$ 1,25	-	-	\$1,00	-	-	\$1,00	\$1,25	-	\$3,25	\$2,08
Ensalada de Frutas light	-	-	-	\$2,00	-	\$2,50	-	-	\$2,30	-	\$2,50	\$2,33
Ensalada de pollo y vegetales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$2,75	\$2,75
Smoothie natural	-	\$1,75	-	-	-	\$2,50	-	\$2,00	-	-	\$1,75	\$2,00
Jugos naturales	\$1,50	\$1,25	\$1,25	\$1,50	\$1,00	\$1,50	\$1,00	\$1,25	\$1,50	\$1,50	\$1,13	\$1,31

Fuente: Observación a la Competencia

## PROYECCIÓN DE PRECIOS

En cuanto al cálculo de la proyección de precios se consideró la tasa de inflación nacional, obtenida del Boletín de Resultados del Índice de Precios al Consumidor, posterior a esto, se realizó un promedio histórico de 5 años y se obtuvo 1,65% de inflación, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 28  
*Tasa de Inflación*

PORCENTUAL ANUAL DEL INDICE GENERAL NACIONAL TASA DE INFLACIÓN				
2014	2015	2016	2017	2018
3,67%	3,38%	1,12%	-0,20%	0,27%
1,65%				

Fuente: (INEC, 2018)

Es así como para la proyección de los precios se considera los precios productos seleccionados por la tasa de inflación nacional que da como resultado lo siguiente:

Tabla 29  
*Proyección de Precios*

PRODUCTO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Crepe de Avena y Frutas	\$ 3,29	\$ 3,35	\$ 3,46	\$ 3,63	\$ 3,88	\$ 4,21
Crepe Integral	\$ 3,19	\$ 3,24	\$ 3,35	\$ 3,52	\$ 3,75	\$ 4,07
Waffle de Avena y Frutas	\$ 4,03	\$ 4,10	\$ 4,23	\$ 4,45	\$ 4,75	\$ 5,15
Wrap de pollo y verduras	\$ 2,75	\$ 2,80	\$ 2,89	\$ 3,03	\$ 3,24	\$ 3,51
Sánduches	\$ 2,08	\$ 2,12	\$ 2,19	\$ 2,30	\$ 2,45	\$ 2,66
Ensalada de Frutas light	\$ 2,33	\$ 2,36	\$ 2,44	\$ 2,56	\$ 2,74	\$ 2,97
Ensalada de pollo y vegetales	\$ 2,75	\$ 2,80	\$ 2,89	\$ 3,03	\$ 3,24	\$ 3,51
Smoothie natural	\$ 2,00	\$ 2,03	\$ 2,10	\$ 2,21	\$ 2,36	\$ 2,56
Jugos naturales	\$ 1,31	\$ 1,33	\$ 1,37	\$ 1,44	\$ 1,54	\$ 1,67

Fuente: Proyección Oferta-Demanda (2019-2024)

#### **4.1.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX**

Mediante la aplicación de estrategias de marketing mix de servicios se busca alcanzar los objetivos planteados, introducir y promover el producto, obtener participación en el mercado para aumentar las ventas y a futuro lograr posicionarse en la mente del consumidor.

- **PRODUCTO**

En el negocio se ofrecerá comida rápida saludable que estará sustentada en las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos (BPM) y los principios de inocuidad alimentaria, con la finalidad de garantizar la calidad del producto.

- ✓ Variedad: El Fast Good pondrá a disposición un menú variado conforme a las características solicitadas por los consumidores.
- ✓ Calidad: Se elaborará los productos con materia prima seleccionada que cumpla con estándares de calidad.
- ✓ Diseño: Los productos se diferenciarán de la competencia por su originalidad y creatividad en la decoración de los diferentes platos.

- **PRECIO**

Una vez analizado el mercado, la competencia y el perfil del público objetivo, el restaurante al tratarse de una empresa que se encuentra en etapa de introducción en el mercado combinará diferentes métodos:

- ✓ Fijación de precios basados en la demanda al tomar en cuenta la disposición a pagar de cada uno de los productos.

- ✓ Establecimiento de precios basados en la competencia obtenidos a través de la técnica de observación directa y encubierta.
- ✓ Fijación de precios en base a los costos de producción, distribución y venta de cada producto más un margen de utilidad deseado.
- ✓ Precios bajos para penetrar en el mercado y obtener la rentabilidad deseada.
- ✓ Para los siguientes años de vida del proyecto se tomará en cuenta los porcentajes de inflación de precios.

- **PLAZA**

- ✓ El restaurante ofrecerá el servicio de forma directa, con la finalidad de tener un conocimiento del consumidor final y mantener un control total del proceso de distribución.
- ✓ Se ofrecerá el servicio a domicilio mediante un canal indirecto con la finalidad de tener amplia cobertura y mayor eficiencia en la distribución del producto y a su vez garantizar la entrega inmediata en cualquier parte de la ciudad

- **PROMOCIÓN**

Las estrategias de promoción serán llamativas con el objetivo de cautivar a los clientes y fomentar una cultura de consumo de comida saludable:

- ✓ Los lunes si la compra supera los \$20 se le otorgará un cupón de consumo con el 15% descuento en la próxima compra.
- ✓ Los martes se realizará la promoción del 2x1 en crepes en horario de 11h00 a 17h00, esta promoción no aplica para feriados.
- ✓ Los jueves por la compra de dos waffles, lleva el tercero a mitad de precio en horario de 11h00 a 17h00, esta promoción no aplica para feriados.

- ✓ En las fechas consideradas de mayor demanda como día del amor y la amistad, día de la madre, del padre y del niño se obsequiarán pequeños presentes como llaveros, esferos, flores, tarjetas.
- ✓ En fecha de cumpleaños de los clientes al presentar su cédula de identificación, se obsequiará un smoothie personalizado.
- ✓ Por el aniversario del establecimiento se realizará sorteos de premios sorpresa.

- **PUBLICIDAD**

En cuanto a estrategias de publicidad se empleará los mediante seleccionados en la encuesta:

- ✓ Conforme a las redes sociales se empleará Facebook, Instagram y WhatsApp Bussines, en los cuales se publicará información de la empresa, su ubicación, los productos ofertados y las promociones con el propósito de conseguir mayor visibilidad, aumentar el número de seguidores y posibles clientes potenciales.
- ✓ Para dar a conocer los productos se efectuará campañas de degustación que permitan a los consumidores apreciar el servicio, la calidad, el sabor y variedad de productos.
- ✓ En las tarjetas de presentación constará números de contacto, dirección y productos ofertados, serán diseñadas exclusivamente para aquellos consumidores que no disponen de mucho tiempo para alimentarse, como es el caso de las personas que trabajan en horario de oficina.

- **PERSONAS**

Con el objetivo de mantener la armonía y buenas relaciones con los clientes y colaboradores se establece las siguientes estrategias:

- ✓ El personal será reclutado conforme al perfil profesional requerido.
- ✓ Se realizará capacitaciones mensuales al personal en temas de servicio y atención al cliente.

- ✓ Al finalizar el año se realizará la entrega de un reconocimiento al personal que mayor desempeño obtenga.

- **EVIDENCIA FÍSICA**

A fin de generar un ambiente cálido y placentero para los colaboradores y clientes se establece las siguientes estrategias:

- ✓ Espacios amigables libre de alcohol y humo de tabaco.
- ✓ Decoraciones con plantas llamativas y ornamentales.
- ✓ El local permanecerá limpio y ordenado tanto el área de preparación, recepción, administración y servicio.
- ✓ Señalización en todas las áreas tanto preventivas, informativas y evacuación.
- ✓ El personal estará siempre correctamente uniformados, limpios e impecables.

- **PROCESOS**

A fin de establecer procesos eficientes se establece las siguientes estrategias:

- ✓ Las llamadas al establecimiento serán respondidas inmediatamente.
- ✓ Las sugerencias manifestadas por los clientes serán analizadas y puestas en efecto en un tiempo no mayor a 48 horas.
- ✓ La atención a los clientes será personalizada y se les entregará bocaditos de cortesía por el tiempo de espera.

#### **4.1.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Una vez efectuado el estudio de mercado se determinó que la demanda potencial de comida rápida saludable en la ciudad de Ibarra es de 984.626 productos y la demanda proyectada para el año 2023 será de 1'157.419 productos.
- Conforme al balance de oferta-demanda se obtuvo como resultado una demanda insatisfecha de 591.146 productos como es evidente la demanda insatisfecha es muy elevada debido a que en Ibarra no existe la suficiente oferta de comida rápida saludable, para satisfacer esta necesidad.
- Se estableció una demanda objetivo para el proyecto correspondiente a 60.353 productos mediante una cuantía real de la demanda insatisfecha, debido a que no se logrará acaparar en su totalidad.
- La oferta actual estimada en referencia a las entrevistas realizadas a los propietarios de negocios de comida rápida saludable es de 393.480 productos y la oferta proyectada para el año 2023 será de 468.968 productos.
- En referencia al análisis de precios se efectuó una comparación para obtener un promedio de precios en función a la competencia.
- Se definió estrategias de marketing mix de servicios al incluir personas, procesos y evidencia física, debido a que no solo se expenderá los productos sino que se prestará un servicio.

## **4.2. ESTUDIO TÉCNICO**

En el desarrollo del presente estudio se toma en cuenta las interrogantes básicas de cómo, cuándo, cuánto, dónde y con qué producir, al detallar aspectos técnicos necesarios como la localización óptima del proyecto a nivel macro y micro, tamaño óptimo e ingeniería del proyecto.

La información que se describe en esta sección se enfoca principalmente en detallar cada uno de los productos, los procesos y la capacidad de producción para satisfacer la demanda, así como los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para la puesta en marcha y el óptimo funcionamiento del proyecto.

Adicionalmente, se recolectó información de fuentes secundarias para obtener datos referentes a la materia prima, mano de obra, cantidad y costos de adquisición de maquinaria, con la finalidad de tener una base para el cálculo financiero y la evaluación económica del proyecto.

### **OBJETIVO**

Establecer la producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles mediante la determinación de la localización apropiada, el tamaño e ingeniería del proyecto para obtener el servicio deseado.



Tabla 30  
*Estudio de Alternativas*

<b>CRITERIOS</b>	<b>LOS CEIBOS</b>	<b>PILANQUI</b>	<b>HUERTOS FAMILIARES</b>
<b>DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA</b>	Por ser un sector comercial no existe distribuidoras de materia prima solo existen tiendas y supermercados.	Por ser un sector recreacional no existe afluencia de distribuidoras y los pequeños comerciantes acuden al centro de la ciudad para abastecerse de materia prima.	En el sector se encuentra el mercado mayorista donde se puede adquirir diversidad de productos agrícolas frescos, naturales y orgánicos.
<b>DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA</b>	En Ibarra al existir masiva demanda laboral para la rama de servicios de comida, se contaría con disponibilidad de mano de obra calificada.		
<b>ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS</b>	En el sector los servicios básicos existen, pero no con normalidad, el problema del agua potable no es resiente, además el costo de la luz en los establecimientos alcanza los \$200	El barrio cuenta con cobertura de servicios básicos sin embargo la interrupción frecuente del suministro de agua dificulta a los locales del sector.	Con la construcción del anillo vial las empresas han mejorado los servicios básicos para la población del sector.
<b>VÍAS DE ACCESO</b>	Los Ceibos tiene un desarrollo comercial importante sin embargo la aglomeración de vehículos y las calles estrechas hacen difícil el acceso además existe deterioro en las avenidas, veredas y espacios verdes.	A este lugar se llega por diferentes vías, Av. Teodoro Gómez, Av. Heliodoro Ayala, Av. Ricardo Sánchez y por la Camilo Ponce, sin embargo el paso de vehículos de carga pesada ha destruido las principales vías del sector	Como el anillo vial que conecta el tramo norte desde el estadio Olímpico de Ibarra, calle Obispo Jesús Yerovi, 13 de Abril hasta la altura del estadio de la UTN fundamental para la circulación de trasporte en menor tiempo.
<b>COMPETENCIA</b>	Son 83 locales comerciales que en el sector que atienden los 365 días del año a partir de las 18h00	Es un sector con grandes espacios verde, sin embargo existe tiendas, Cyber, compañías de taxis, empresas de seguridad privada, donde la afluencia de personas solo son los fines de semana.	Por ser un sector en crecimiento existe construcción de varios locales comerciales que se ofertan para los establecimientos.
<b>COSTO DE ARRIENDO</b>	Los arriendos oscilan entre los 500 a 1000 por ser un barrio muy cotizado para el comercio.	Los arriendos de los locales varían de 300 a 500	Los arriendos de los locales varían de 250 a 700

Fuente: Sitios Web

## MATRIZ DE MICROLOCALIZACIÓN

Para elaborar la matriz de microlocalización se considera criterios de ponderación de muy bueno, bueno, regular y deficiente como se detalla a continuación:

Tabla 31  
*Ponderación de Microlocalización*

<b>Criterio</b>	<b>Calificación</b>
Muy bueno	10
Bueno	7-9
Regular	4-6
Deficiente	1-3

Fuente: (Carbonel, 2015)

En cuanto a la elección del sitio preciso en el que se ubicará el proyecto se procede a evaluar cada uno de los sectores estudiados al considerar aspectos como: disponibilidad de materia prima, mano de obra, acceso a servicios básicos, vías de acceso, competencia del sector y costo de arriendo como se detalla a continuación:

Tabla 32  
*Matriz de Microlocalización del Proyecto*

No.	Factores	Peso	Los Ceibos		Pilanquí		Huertos Familiares	
			Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
1	Disponibilidad de Materia Prima	10%	8	0,8	5	0,5	9	0,9
2	Disponibilidad de Mano de Obra	15%	9	1,4	9	1,4	9	1,4
3	Acceso a servicios básicos	15%	8	1,2	7	1,1	9	1,4
4	Vías de Acceso	20%	8	1,6	9	1,8	10	2
5	Competencia	20%	4	0,8	7	1,4	9	1,8
6	Costo de arriendo	20%	4	0,8	7	1,4	8	1,6
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>41</b>	<b>6,6</b>	<b>44</b>	<b>7,5</b>	<b>54</b>	<b>9</b>

Fuente: (Carbonel, 2015)

## LOCALIZACIÓN DEFINITIVA

Una vez realizada la evaluación, se ha determinado que la ubicación idónea para la localización del proyecto es en los Huertos Familiares en las calles Quito y Arturo Hidalgo Rivadeneira, debido al enfoque de crecimiento que tiene el sector y la facilidad de acceso a los proveedores.



Figura 31. Microlocalización (Google Maps)

Los Huertos Familiares es un barrio que posee gran potencial de crecimiento por cuanto existen conjuntos residenciales, fábricas y distribuidoras como Ranchito, Productos Moro, Hoteles, la quinta San Andrés, el balneario la Cascada, entidades públicas como la Policía Judicial (PJ), el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Unidades Educativas, farmacias, el Mercado Mayorista, panaderías y un sin número de negocios que hacen este lugar agradable para los inversionistas.

#### 4.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para definir la capacidad de producción se considerará los procesos productivos, el tiempo requerido para elaborar los productos y el número de colaboradores necesarios; además se realizará un análisis minucioso de la disponibilidad de recursos, la tecnología y el financiamiento.

#### CAPACIDAD INSTALADA

Como es evidente el proyecto no logrará acaparar la demanda insatisfecha, sin embargo, se aprovechará la oportunidad de mercado del 10,2% identificada en la (*pregunta 1*) de la encuesta que corresponde a las personas que consumen comida saludable por motivos de dieta, salud o cuidado de la apariencia física, para posterior expandir el mercado al enfocarse en las personas que deseen modificar los malos hábitos alimentarios.

Al considerar la cantidad de recursos materiales, humanos, tecnológicos y financieros con los que contará el proyecto para el primer año de operación, el volumen máximo de producción será de 251 productos diarios, consecuentemente 5.029 productos mensuales y al año serían 60.353 productos; con un horario de atención de 9h00 a 17h00 como se detalla a continuación:

Tabla 33  
*Nivel de Producción*

PRODUCTOS	PORCENTAJE DE VENTAS	NIVEL DE PRODUCCIÓN			
		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Crepe de Avena y Frutas	10,9%	27	137	550	6.597
Crepe Integral	1,8%	5	23	92	1.100
Waffle de Avena y Frutas	6,3%	16	79	316	3.787
Wrap de pollo y verduras	12,8%	32	160	641	7.697
Sánduches	9,7%	24	122	489	5.864
Ensalada de Frutas light	5,3%	13	66	265	3.176
Ensalada de pollo y vegetales	15,0%	38	188	753	9.041
Smoothie natural	7,3%	18	92	367	4.398
Jugos naturales	31,0%	78	389	1.558	18.692
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>251</b>	<b>1.257</b>	<b>5.029</b>	<b>60.353</b>

Fuente: Estudio de Mercado

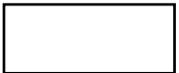
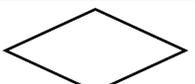
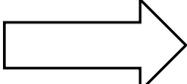
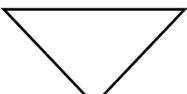
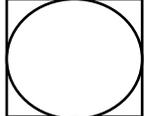
### 4.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

En la ingeniería del proyecto se determinarán los recursos humanos, tecnológicos y financieros necesarios para cumplir con el tamaño de producción establecido.

#### PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Para describir los procesos de producción se ha elaborado diagramas de flujo que permitan la comprensión de cada una de las actividades mediante la simbología basada en la normativa de la American National Standard Institute (ANSI) como se detalla a continuación:

Tabla 34  
*Simbología ANSI para diagramas de flujo*

SÍMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	Inicio o Finalización	Es el símbolo que representa el inicio y la finalización del proceso que se describe.
	Proceso	Representan a cada una de las tareas o actividades que se realizan dentro del proceso.
	Decisión	Analiza una situación, es el punto donde se toman decisiones.
	Documento	Es la representación de un documento que ingresa, se procesa o sale dentro del proceso.
	Transporte	Representa la movilización o traslado de la mercancía de un punto a otro.
	Almacenamiento	Representa al almacenaje o depósito de las mercancías para su posterior vigilancia y aseguramiento.
	Demora	Depósito provisional o espera. Indica demora en el desarrollo de los hechos
	Actividad Combinada	Actividades conjuntas realizadas por el mismo operario en el mismo puesto de trabajo

Fuente: (ANSI, 2016)

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO

En cuanto a la descripción técnica de los productos se ha elaborado fichas técnicas que detallan las cualidades, cantidades y beneficios de los productos a ofrecer, como se muestra a continuación:

Tabla 35

### Descripción Técnica del Crep de Avena y Frutas

<b>CREPE DE AVENA Y FRUTAS</b>			
	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>		
	<p>Se denomina crepe, crepa o panqueque a la receta europea de origen francés elaborada con harina, leche y huevo, con la que se elabora una masa en forma de disco. Se sirve habitualmente como base de un plato o postre aplicándole todo tipo de ingredientes.</p>		
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO DE COCCIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>
9 ¾ min	¼ min	9 min	200kcal
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>
	Harina de Avena		50 Gramos
	Huevos		½ Huevo
	Miel		5 Gramos
	Leche vegetal		125 Mililitros
	Plátano		75 Gramos
	Fresa		75 Gramos
	Kiwi		20 Gramos
	Crema de yogur natural		120 Mililitros
	Helado de Yogur griego		25 Gramos
Chocolate Natural		5 Gramos	
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Incorporar y batir los huevos, la harina de avena, leche y la miel hasta lograr una mezcla homogénea.</li> <li>•Picar el plátano en rodajas, picar las fresas y el kiwi.</li> <li>•Verter una pequeña cantidad de la mezcla en la crepera.</li> <li>• Esperar que la mezcla se cocine y dar la vuelta para dorar los dos lados.</li> <li>•Agregar las frutas y decorar al gusto.</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	<p>La avena es un cereal que constituye un excelente alimento para todo tipo de edad, no solo por su alto contenido nutricional, sino también por los beneficios que ofrece para nuestra salud y por su bajo costo.</p>		

Fuente: Sitios Web

Tabla 36  
 Flujo de Proceso Crep de Avena y Frutas

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS
	Inicio.	-
	Adquisición de materia prima.	No tiene tiempo
	Transporte de materia prima.	No tiene tiempo
	Almacenamiento de materia prima.	2 minutos
	Incorporar y batir los huevos, la harina de avena, leche y la miel hasta lograr una mezcla homogénea. Picar el plátano en rodajas, las fresas y el kiwi	4 minutos
	Verter la mezcla en la crepera.	¼ minuto
	Esperar que la mezcla se cocine	¼ minuto
	Agregar las frutas y decorar al gusto	1 minuto
	Despachar la orden	½ minuto
	Entregar el pedido o servir al comensal Verificar si la orden está conforme a la comanda	1 minuto
	Fin.	-
<b>TOTAL</b>		<b>9 minutos</b>

Tabla 37

*Descripción Técnica del Crep Integral*

<b>CREPE DE INTEGRAL DE FRUTAS</b>			
		<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
		<p>Postre dulce bajo en calorías perfecto para comer en el desayuno, aunque su consumo es recomendable a cualquier hora del día, se puede rellenar de ingredientes dulces y fruta.</p>	
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO DE COCCIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>
9 ¾ min	¼ min	9 min	200kcal
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>
	Harina de Trigo Integral		50 Gramos
	Huevos		½ Huevos
	Miel		5 Mililitros
	Leche vegetal		125 Mililitros
	Plátano		75 Gramos
	Fresa		75 Gramos
	Kiwi		20 Gramos
	Crema de yogur natural		120 Mililitros
	Helado de Yogur griego		25 Gramos
Chocolate Natural		5 Gramos	
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Incorporar y batir los huevos, la harina de trigo integral, la miel y la leche hasta lograr una mezcla homogénea.</li> <li>•Picar el plátano en rodajas, picar las fresas y el kiwi.</li> <li>•Verter una pequeña cantidad de la mezcla en la crepera.</li> <li>•Esperar que la mezcla se cocine y dar la vuelta para dorar los dos lados.</li> <li>•Agregar las frutas y decorar al gusto.</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	<p>La harina integral se destaca por una cantidad de fibra 3 veces superior a la harina blanca, además tiene un alto contenido de vitaminas y minerales, como vitaminas del complejo B, vitamina E, hierro, potasio, magnesio y zinc.</p>		

Fuente: Sitios Web

Tabla 38  
*Flujo de Proceso Crep Integral*

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS
	Inicio.	-
1	Adquisición de materia prima.	No tiene tiempo
2	Transporte de materia prima.	No tiene tiempo
3	Almacenamiento de materia prima.	2 minutos
4	Incorporar y batir los huevos, la harina de trigo integral, la miel y la leche hasta lograr una mezcla homogénea. Picar el plátano en rodajas, las fresas y el kiwi.	4 minutos
5	Verter la mezcla en la crepera.	¼ minuto
6	Esperar que la mezcla se cocine	¼ minuto
7	Agregar las frutas y decorar al gusto.	1 minuto
8	Despachar la orden.	½ minuto
9	Entregar el pedido o servir al comensal. Verificar si la orden está conforme a la comanda.	1 minuto
	Fin.	-
<b>TOTAL</b>		<b>9 minutos</b>

Tabla 39

*Descripción Técnica del Waffle de Avena y Frutas*

<b>WAFFLE DE AVENA Y FRUTAS</b>			
	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>		
	Es un tipo de torta crujiente similar a la galleta que presenta una división en cuadrícula, es originario de Bélgica y se ha extendido en todo el mundo como un postre que se consume en el desayuno, a la hora del té o en la merienda.		
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO DE COCCIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>
9 min	5 min	14 min	220kcal
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>
	Harina de Avena		150 gramos
	Huevos		1 unidades
	Miel		25 gramos
	Leche Vegetal		150 mililitros
	Mantequilla vegetal		10 gramos
	Plátano		150 gramos
	Fresa		125 gramos
	Crema de Yogur natural		60 Mililitros
	Helado de Yogur griego		25 Gramos
Chocolate natural		5 Gramos	
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporar y batir la harina de avena con el huevo, la miel, la mantequilla vegetal y agregar poco a poco la leche.</li> <li>• Calentar la waflera y verter una porción de la mezcla conforme a las instrucciones del manual de la waflera.</li> <li>• Dejar que la mezcla se cocine y picar la fruta</li> <li>• Una vez que esté listo decorar con fruta, crema, helado natural y chocolate al gusto.</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	Los waffles se caracterizan por ser un producto altamente nutritivo al ser elaborados con avena benefician a la salud de la piel y acompañados con yogur griego proporcionan gran cantidad de nutrientes.		

Fuente: Sitios Web

Tabla 40  
 Flujo de Proceso Waffle de Avena y Frutas

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS
	Inicio	-
1	Adquisición de materia prima	No tiene tiempo
2	Transporte de materia prima	No tiene tiempo
3	Almacenamiento de materia prima	2 minutos
4	Incorporar y batir la harina de avena con el huevo, la miel, la mantequilla vegetal y agregar poco a poco la leche	3 minutos
5	Calentar la waflera y verter una porción de mezcla	1 ½ minuto
6	Dejar que la mezcla se cocine Picar las frutas	5 minutos
7	Agregar la fruta y decorar al gusto	1 minuto
8	Despachar la orden	½ minuto
9	Entregar el pedido o servir al comensal Verificar si la orden conforme a la comanda	1 minuto
	Fin	-
<b>TOTAL</b>		<b>14 minutos</b>

Tabla 41

*Descripción Técnica del Wrap de pollo y Verduras*

<b>WRAP DE POLLO Y VERDURAS</b>			
	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>		
	Se trata de un bocadito saludable variante del taco o burrito elaborado con tortilla de trigo o maíz, relleno con vegetales frescos y proteína animal, la más común el pollo.		
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO DE COCCIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>
6 min	5 min	11 min	154kcal
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>
	Tortilla de maíz		1 unidad
	Pechuga de pollo		30 gramos
	Especias Naturales		10 gramos
	Sal		1 Gramo
	Lechuga		15 Gramo
	Vinagre		3 Mililitros
	Cebolla paiteña		20 Gramos
	Tomate riñón		50 Gramos
	Ajo		1 Diente
	Huevo		½ Unidad
	Aceite de oliva		5 Mililitros
	Limón pequeño		1 Unidad
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sazonar la pechuga con ajo, sal y especias naturales, posterior preparar a la plancha o al grill.</li> <li>• Cortar la lechuga en trozos pequeños y desinfectar con vinagre</li> <li>• Cortar el tomate y la cebolla.</li> <li>• Preparar la salsa de ajo.</li> <li>• Para la preparación de la salsa de ajo incorpore en la licuadora dos dientes de ajo, un huevo, aceite de oliva, sal y limón al gusto. Batir hasta tener una pasta homogénea.</li> <li>• Incorporar todos los ingredientes en la tortilla de trigo.</li> <li>• Decorar al gusto.</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	El Wrap por su alto contenido en fibra produce sensación de saciedad debido a que contiene vegetales que son una fuente importante de antioxidantes y fitoquímicos y pechuga de pollo rica en proteínas y vitaminas del complejo B que favorece el sistema circulatorio.		

Fuente: Sitios Web

Tabla 42  
 Flujo de Proceso Wrap de pollo y Verduras

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS	
Inicio			
1	Adquisición de Materia Prima	No tiene tiempo	
2	Transporte de Materia Prima	No tiene tiempo	
3	Almacenamiento de Materia Prima	2	minutos
4	Sazonar la pechuga	0,5	minuto
5	Preparación y Corte	Preparar el pollo a la plancha o al grill	5 minutos
		Cortar la lechuga, el tomate y la cebolla	
6	Preparación de salsa	1	minuto
7	Montaje del plato	1	minuto
8	Despachar la orden	½	minuto
9	Entregar/servir y verificar	Entregar el pedido o servir al comensal	1 minuto
		Verificar si la orden conforme a la comanda	
Fin			
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>	<b>minutos</b>

Tabla 43  
*Descripción Técnica Ensalada Light*

<b>ENSALADA DE FRUTAS LIGHT</b>			
		<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
		Se trata de un rico postre multicolor con pocas calorías, elaborado con frutas, yogurt natural y frutos secos.	
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO DE CORTE</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>
4 ½ min	2 ½ min	7 min	145kcal
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>
	Plátano		75 Gramos
	Sandia		80 Gramos
	Piña		75 Gramos
	Manzana		15 Gramos
	Kiwi		20 Gramos
	Pasas		100 Gramos
	Papaya		75 Gramos
	Yogur natural		150 Mililitros
Granola		20 Gramos	
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Pelar y cortar las frutas en cubos pequeños.</li> <li>•Incorporar todos los ingredientes en un recipiente.</li> <li>•Agregar yogurt natural a las frutas.</li> <li>•Adicionalmente agregar granola o frutos secos.</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	<p>La ensalada de frutas light es nutritiva por la variedad de frutas que aportara vitaminas A, B y C y minerales: potasio, magnesio y también fibra soluble, betacaroteno que ayudan al buen funcionamiento de tracto digestivo, y disminuyen el riesgo de enfermedades degenerativas, cardiacas y cancerígenas.</p>		

Fuente: Sitios Web

Tabla 44  
Fujo de Proceso Ensalada Light

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS
	Inicio	
	Adquisición de materia prima	No tiene tiempo
	Transporte de materia prima	No tiene tiempo
	Almacenamiento de materia prima	2 minutos
	Pelar y cortar las frutas en cubos pequeños	2½ minutos
	Incorporar los ingredientes y decorar al gusto	1 minuto
	Despachar la orden	½ minuto
	Entregar el pedido o servir al comensal Verificar si la orden conforme a la comanda	1 minuto
	Fin	
<b>TOTAL</b>		<b>7 minutos</b>

Tabla 45

*Descripción Técnica de Ensalada de Pollo y Vegetales*

<b>ENSALADA POLLO Y VEGETALES</b>			
	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>		
	Se trata de un bocadito saludable variante del taco o burrito elaborado con tortilla de trigo o maíz, relleno con vegetales frescos y proteína animal, la más común el pollo.		
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO DE COCCIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>
6 min	5 min	11 min	275kcal
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>
	Pechuga de pollo		75 Gramos
	Especias Naturales		10 Gramos
	Sal		1 Gramo
	Lechuga		5 Gramos
	Vinagre		5 Mililitros
	Cebolla paitaña		20 Gramos
	Tomate riñón		50 Gramos
	Zanahoria mediana		1 Unidad
	Ajo		1 Diente
Aceite de oliva		5 Mililitros	
Limón		1 Unidad	
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sazonar la pechuga con ajo, sal y especias naturales, posterior preparar a la plancha o al grill.</li> <li>• Cortar la lechuga en trozos pequeños y desinfectar con vinagre.</li> <li>• Cortar el tomate y la cebolla.</li> <li>• Rayar la zanahoria.</li> <li>• Preparar la salsa de ajo.</li> <li>• Incorporar todos los ingredientes.</li> <li>• Decorar al gusto.</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	La ensalada de pollo y vegetales aportan vitaminas, minerales, fibra y antioxidantes, ayuda a reducir el riesgo de padecer diabetes, enfermedades cardiovasculares, hipertensión u obesidad.		

Fuente: Sitios Web

Tabla 46  
*Flujo de Proceso Ensalada de Pollo y Vegetales*

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS	
	Inicio		
	Adquisición de materia prima	No tiene tiempo	
	Transporte de materia prima	No tiene tiempo	
	Almacenamiento de materia prima	2	minutos
	Sazonar la pechuga con ajo, sal y especias naturales	½	minuto
	Preparar el pollo a la plancha o al grill Cortar la lechuga, el tomate, la cebolla y rayar la zanahoria	5	minutos
	Preparar la salsa de ajo	1	minuto
	Incorporar los ingredientes y decorar al gusto	1	minuto
	Despachar la orden	½	minuto
	Entregar el pedido o servir al comensal Verificar si la orden conforme a la comanda	1	minuto
	Fin		
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>	<b>minutos</b>

Tabla 47  
 Descripción Técnica Sánduche

<b>SÁNDUCHE</b>			
		<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
Es un bocadillo elaborado con pan, entre las que se pone algún tipo de alimento; se puede comer frío o caliente.			
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO DE COCCIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>
6 min	5 min	11 min	200kcal
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>
	Pan baguette sándwich		1 Unidad
	Pechuga de pollo		10 Gramos
	Tomate grande		½ Unidad
	Lechuga		10 Gramo
	Cebolla paiteña pequeña		½ Unidad
	Ajo		1 Diente
	Sal		5 Mililitros
	Aceite de oliva		5 Gramos
Limón pequeño		1 Unidad	
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sazonar la pechuga con ajo, sal, posterior preparar a la plancha o al grill.</li> <li>• Desojar la lechuga y desinfectar con vinagre.</li> <li>• Cortar el tomate y la cebolla.</li> <li>• Para la preparación del guacamole se incorpora en la licuadora, sal, limón al gusto, cebolla paiteña y aguacate. Batir hasta tener una pasta homogénea.</li> <li>• Incorporar todos los ingredientes en el pan.</li> <li>• Decorar al gusto</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	Los vegetales aportan volumen, fibra, mientras que el pan es la fuente principal de hidratos esenciales para el cuerpo.		

Fuente: Sitios Web

Tabla 48  
Flujo de Proceso Sánduche

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS	
	Inicio		
	Adquisición de materia prima	No tiene tiempo	
	Transporte de materia prima	No tiene tiempo	
	Almacenamiento de materia prima	2	minutos
	Sazonar la pechuga con ajo y sal	½	minuto
	Preparar el pollo a la plancha o al grill Cortar el tomate, la lechuga y la cebolla	5	minutos
	Preparar el guacamole	1	minuto
	Incorporar todos los ingredientes en el pan	1	minuto
	Despachar la orden	½	minuto
	Entregar el pedido o servir al comensal Verificar si la orden conforme a la comanda	1	minuto
	Fin		
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>	<b>minutos</b>

Tabla 49  
*Descripción Técnica del Smoothie Natural*

<b>SMOOTHIE NATURAL</b>			
		<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
		Se trata de una deliciosa bebida sana, llena de vitaminas y fibra, con sólo unos cuantos ingredientes, se puede hacer un delicioso, refrescante y nutritivo Smoothie natural.	
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>	
4 min	4 min	54kcal	
	<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	
<b>INGREDIENTES</b>	Pulpa de fruta	150	gramos
	Yogur natural	100	mililitros
	Miel	10	gramos
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Añadir la pulpa de fruta en el vaso de la licuadora</li> <li>• Añadir el yogur y la miel</li> <li>• Decorar y servir al gusto</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	El Smoothie es una fuente rica en antioxidantes naturales permite reducir el colesterol y actúa como antiinflamatorio.		

Fuente: Sitios Web

Tabla 50  
*Flujo de Proceso Smoothie Natural*

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS
	Inicio	
	Adquisición de materia prima	No tiene tiempo
	Transporte de materia prima	No tiene tiempo
	Almacenamiento de materia prima	½ minuto
	Añadir los ingredientes en la licuadora	1 minuto
	Decorar y servir al gusto	1 minuto
	Despachar la orden	½ minuto
	Entregar el pedido o servir al comensal	1 minuto
	Verificar si la orden conforme a la comanda	
	Fin	
<b>TOTAL</b>		<b>4 minutos</b>

Tabla 51  
*Descripción Técnica de los Jugos Naturales*

<b>JUGOS NATURALES</b>			
		<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	
Se trata de una deliciosa bebida sana, a base de frutas o pulpa de, contiene nutrientes para el cuerpo.			
<b>TIEMPO DE PREPARACIÓN</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>CALORÍAS</b>	
4 min	4 min	48kcal	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	
	Pulpa de fruta	300	gramos
	Agua mineral	180	mililitros
	Miel	10	gramos
<b>PREPARACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Añadimos todos los ingredientes en el vaso de la licuadora.</li> <li>• Decorar y servir al gusto.</li> </ul>		
<b>BENEFICIOS PARA LA SALUD</b>	<p>El consumir jugo o zumo fresco aporta a nuestro organismo nutrientes esenciales como minerales, vitaminas y antioxidantes. Estos nutrientes nos proveen energía, ayudan con la desintoxicación, estimulan la función del intestino, alivian el estreñimiento, reducen el desarrollo de las células cancerosas y fortalecen nuestro cuerpo.</p>		

Fuente: Sitios Web

Tabla 52  
*Flujo de Procesos Jugo Natural*

PROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO EN MINUTOS	
	Inicio		
1	Adquisición de Materia Prima	No tiene tiempo	
2	Transporte de Materia Prima	No tiene tiempo	
3	Almacenamiento de Materia Prima	½	minuto
4	Anadir y licuar	1	minuto
5	Montaje	1	minuto
6	Despachar la orden	½	minuto
7	Entregar/servir y verificar	1	minuto
	Fin		
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>minutos</b>

## BALANCE DE MANO DE OBRA

En referencia a la mano de obra requerida para el proceso de producción se consideró los tiempos de elaboración de cada producto que multiplicado por la producción diaria se obtuvo como resultado un tiempo total de 2.023 minutos de trabajo efectivo.

Por otro lado, es fundamental tener en cuenta lo mencionado por Baca (2016) “El trabajo efectivo por turno solo es aprovechado al 80% de su capacidad, debido a que algunas operaciones son repetitivas, tediosas y físicamente agotadoras”, por lo tanto, se procedió a aplicar el 80% del tiempo a laborar en minutos, lo que dio como resultado 384 minutos. Finalmente se dividió los dos tiempos y se obtuvo un resultado de 5 colaboradores para el proceso de producción.

Tabla 53  
*Balance de Mano de Obra*

PRODUCTO	MAQUINARIA O EQUIPO	TIEMPO MIN	CANTIDAD DIARIA	TIEMPO TOTAL
Crepe de Avena y Frutas	Crepera/Batidora	9 min	27 unidades	247 min
Crepe Integral	Crepera/Batidora	9 min	5 unidades	41 min
Waffle de Avena y Frutas	Waflera/Batidora	14 min	16 unidades	221 min
Wrap de pollo y verduras	Plancha grill/Licuadora	11 min	32 unidades	353 min
Sánduches	Plancha grill/Licuadora	11 min	24 unidades	269 min
Ensalada de Frutas light	Batidora	7 min	13 unidades	93 min
Ensalada de pollo y vegetales	Plancha grill/Licuadora	11 min	38 unidades	414 min
Smoothie natural	Licuadora	4 min	18 unidades	73 min
Jugos naturales	Licuadora	4 min	78 unidades	312 min
<b>TOTAL</b>		<b>80 min</b>	<b>251 unidades</b>	<b>2023 min</b>

$$MDO = \frac{\text{Tiempo de Preparación}}{\text{Horas Trabajadas}}$$

$$MDO = \frac{2023 \text{ min}}{(8h * 80\%) * 60 \text{ min}}$$

$$MDO = 5,27 \approx 5 \text{ personas}$$

## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

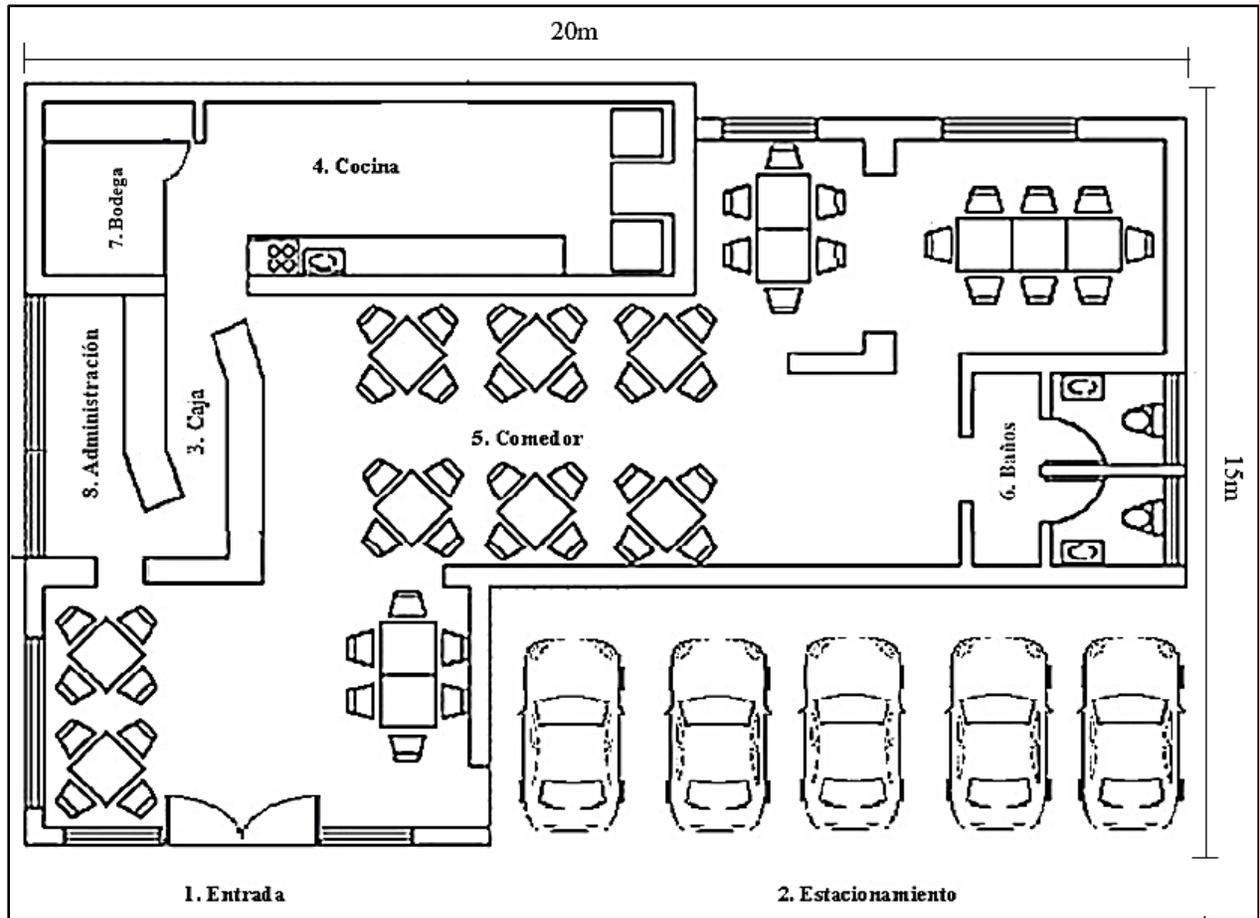


Figura 32. Plano del Restaurante

Tabla 54

### Descripción de la Planta

DESCRIPCIÓN	MTS	DESCRIPCIÓN	MTS
<b>1. Entrada:</b> Acceso principal para ingresar al restaurante. (2m*1m)	2m <sup>2</sup>	<b>5.Comedor:</b> Espacio físico designado para el consumo de alimentos.(162,5 m <sup>2</sup> )	162,5m <sup>2</sup>
<b>2.Estacionamiento:</b> Espacio físico de uso exclusivo para los clientes. (9m*4,5m)	40,5m <sup>2</sup>	<b>6.Baño:</b> Espacio exclusivo para uso de los clientes. (4m*3,5m)	14m <sup>2</sup>
<b>3.Caja:</b> Área donde se registra la orden de consumo, facturación y cobranza de los productos. (2,5m*6m)	15m <sup>2</sup>	<b>7.Bodega:</b> Espacio destinado para el almacenamiento de los insumos. (3m*4m)	12m <sup>2</sup>
<b>4.Cocina:</b> Área de preparación de los alimentos y despacho de pedidos. (9m*4m)	36m <sup>2</sup>	<b>8.Administración:</b> Área de planificación, organización, dirección y control del restaurante. (3m*6m)	18m <sup>2</sup>
<b>TOTAL: 300m<sup>2</sup></b>			

## **PRESUPUESTO TÉCNICO**

Con la finalidad de determinar el presupuesto técnico es necesario definir la inversión fija, inversión intangible, los costos y gastos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa, a través de una evaluación de la variación de precios, costos y gastos y financiamiento de la inversión en la que se analizará las entidades que otorguen microcréditos a bajas tasas de interés y pago de cuotas de acuerdo con el nivel de ventas del proyecto.

### **1. INVERSIÓN FIJA**

En el desarrollo de las actividades del proyecto es indispensable la inversión fija que mediante su uso genere mayores beneficios, incremente la producción y por consiguiente las ventas. Es así como a través del análisis comparativo de varios activos se seleccionó aquellos que cumplan con características como ahorro de energía para disminuir costos de energía, durabilidad, marca, precio, dimensiones, capacidad para producir o almacenar y garantía para no incurrir en más gastos durante el ciclo de vida del proyecto.

#### **1.1. MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN**

Conforme al giro del negocio será necesario la adquisición de maquinaria y equipo de cocina que facilite el desarrollo de las actividades, para el caso del proyecto se ha seleccionado cocina de inducción, grill y plancha industrial, campana extractora de calor, refrigerador congelador, waflera vertical, crepera eléctrica, batidora y licuadora industrial como se describe a continuación:

Tabla 55  
Maquinaria y Equipo de Producción

DETALLE	ILUSTRACIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Q	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cocina de inducción		Potencia Total 6500W, nominal 4000W 4 Inductores con 9 niveles de potencia + Booster	1	\$ 120	\$120,00
Grill y Plancha industrial		Grill en acero inoxidable de 1mx50 y Plancha teflonada de 50x50cm	1	\$ 500	\$500,00
Campana extractora de calor		Campana Extractor de olor acero inoxidable	1	\$ 200	\$200,00
Refrigerador y congelador		Modelo RS54N3003S8 Marca Samsung, Capacidad 19.4 pies cúbicos - 540 lt	1	\$ 890	\$890,00
Waflera Vertical		WAF-V100 Cuisinart de acero inoxidable	2	140	\$280,00
Crepera		Morning Star - Crepe Maker Pro - 13 Inch Crepe Maker & Electric Griddle SKU-477459	1	150	\$150,00
Batidora Industrial		Batidora Artisan Rojo Manzana 4,7 Lts 120 V - KSM150PSLCA Kitchenaid	1	300	\$300,00
Licuada Industrial		Licuada Industrial Diamante Granadina 1,75 Lts - KSB1575AGD - 110 V - KSB1575AGD	2	153	\$306,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN</b>					<b>\$2.746,00</b>

Fuente: Investigación Directa

## 1.2. MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN

El restaurante de comida rápida saludable requerirá de muebles y enseres de acero inoxidable y melamínico porque al tratarse de preparación de alimentos es fundamental considerar un material con durabilidad, fácil de mantener y limpiar, que no altere la composición de los alimentos y sobre todo que tenga larga vida útil, como se detalla a continuación:

Tabla 56  
*Muebles y Enseres de Producción*

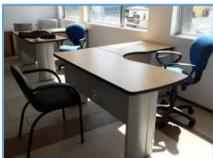
DETALLE	ILUSTRACIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Q	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lavadero con meson de acero inoxidable		Medida total 1.20 frente x 0.90 alto x 0.56 fondo	1	398	\$398,00
Mesa de Trabajo de Acero inoxidable		Medida 2.20x60x90cm	1	350	\$350,00
Juego de mesa y sillas		Diseño por Ray y Charles Eames, Medidas: 120 x 80 x 75cm	15	125	\$1.875,00
Alacena		Ancho: 140.0 CM Alto: 46.0 CM Profundidad: 27.0 CM	1	150	\$150,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN</b>					<b>\$2.773,00</b>

Fuente: Investigación Directa

### 1.3. MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

En el restaurante de comida rápida saludable se utilizará muebles y equipos de oficina de melamina debido a que es un material orgánico, de bajo costo, resistente a los detergentes y agentes químicos al calor y humedad, de diversos colores, fácil limpieza y mantenimiento para el desarrollo de las actividades como se detalla a continuación:

Tabla 57  
*Muebles y Equipos de Oficina*

DETALLE	ILUSTRACIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Q	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mueble para recepción y 2 sillas		Mueble Counter para Recepción	1	150	\$150,00
Archivadores		Archivadores Metálicos de 3 y 4 Gavetas	2	125	\$250,00
Estación de Trabajo		Estación De Trabajo Tipo L	1	199	\$199,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN</b>					<b>\$599,00</b>

Fuente: Investigación Directa

### 1.4. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Para el giro del negocio es fundamental la adquisición de un computador e impresoras que permitan organizar la información, registrar los pedidos, facturación e imprimir las órdenes a cocina y de esta manera brindar mejor atención al cliente.

Tabla 58  
Equipos de Computación

DETALLE	ILUSTRACIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Q	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora Todo en Uno o AIO		Intel Celeron amd DUAL CORE (Braswell-D), procesador 1 Tb, tecnología de 2,4 GHz 1 x 1, LAN: 1000BASE-T	1	480	\$480,00
Impresora ticket		Procedencia: China. Fabricante: Century. Modelo: OCPP-762-U	2	135	\$270,00
Caja registradora		Caja, gaveta clasificadora de dinero, billetes y monedas	1	48	\$48,00
<b>TOTALEQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>					<b>\$798,00</b>

Fuente: Investigación Directa

## 2. INVERSIÓN INTANGIBLE

Nassir (como se citó en Jacho, 2015) sobre la inversión intangible expresa:

Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar y, al igual que la depreciación efectuarán el flujo de caja indirectamente por la vía de una disminución en la renta imponible y, por tanto, de los impuestos pagaderos, los, principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información preparativos.

Referente a lo citado por el autor, la inversión en activo diferido consiste en todos los gastos incurridos antes de la puesta en marcha del proyecto, es decir, gastos que se vinculan con la compra de patentes, marcas, gastos de impuestos, tasas y permisos necesarios para arrancar el proyecto entre otros. Generalmente se realiza una sola vez en el transcurso de la vida del proyecto.

Tabla 59  
*Inversión Intangible*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Gastos de Instalación	\$ 4.225,00
Gasto de constitución	\$ 149,47
<b>TOTAL INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>\$ 4.374,47</b>

Fuente: Investigación Directa

### **3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO**

La microempresa para poder operar requiere de recursos para cubrir los costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y gastos administrativos y de venta.

#### **3.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Los costos de producción para el proyecto se los clasifica en costos directos e indirectos necesarios para el desarrollo de actividades.

##### **3.1.1. COSTOS DIRECTOS**

Se incurrirá en costos directos de producción como son materia prima directa y mano de obra directa que sirven de base para elaborar los productos.

- **MATERIA PRIMA DIRECTA**

Para determinar los costos de materia prima directa se tomó en cuenta los precios de mercado al por mayor, además se analizó las cantidades necesarias para la elaboración de cada producto, mismas que fueron cuantificadas en unidades, gramos y mililitros.

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración de la crepe de avena y frutas:

Tabla 60  
*MPD Crepe de Avena y Frutas*

<b>CONCEPTO</b>		<b>Q</b>	<b>C.U</b>
Harina de Avena	50	gramos	\$ 0,02
Huevos	0,50	unidad	\$ 0,04
Miel	5	gramos	\$ 0,02
Leche vegetal	125	mililitros	\$ 0,11
Plátano	75	gramos	\$ 0,002
Fresa	75	gramos	\$ 0,0002
Kiwi	20	gramos	\$ 0,02
Crema de yogur natural	120	mililitros	\$ 0,72
Helado de Yogur griego	25	gramos	\$ 0,13
Chocolate Natural	5	gramos	\$ 0,02
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,07</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración de la crepe integral:

Tabla 61  
*MPD Crepe Integral*

<b>CONCEPTO</b>		<b>Q</b>	<b>C.U</b>
Harina de Trigo Integral	50	gramos	\$0,11
Huevos	0,50	unidad	0,04
Miel	5	gramos	0,02
Leche vegetal	125	mililitros	0,11
Plátano	75	gramos	0,002
Fresa	75	gramos	0,0002
Kiwi	20	gramos	0,02
Crema de yogur natural	120	mililitros	0,72
Helado de Yogur griego	25	gramos	0,13
Chocolate Natural	5	gramos	0,02
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,17</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración del waffle de avena

y frutas:

Tabla 62  
*MPD Waffle de Avena y Frutas*

CONCEPTO	Q	C.U
Harina de Avena	150	gramos \$ 0,05
Huevos	1	unidades \$ 0,09
Miel	25	gramos \$ 0,22
Leche Vegetal	150	mililitros \$ 0,14
Mantequilla vegetal	10	gramos \$ 0,04
Plátano	150	gramos \$ 0,004
Fresa	125	gramos \$ 0,0004
Crema de Yogur natural	60	mililitros \$ 0,36
Helado de Yogur griego	25	gramos \$ 0,13
Chocolate natural	5	gramos \$ 0,23
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,25</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración del wrap de pollo

y verduras:

Tabla 63  
*MPD Wrap de Pollo y Vegetales*

CONCEPTO	Q	C.U
Tortilla de maíz	1	unidad \$0,23
Pechuga de pollo	30	gramos \$0,22
Espicias Naturales	10	gramos \$0,05
Sal	1	gramo \$0,00
Lechuga	15	gramos \$0,01
Vinagre	3	mililitros \$0,01
Cebolla paiteña	20	gramos \$0,05
Tomate riñón	50	gramos \$0,08
Ajo	1	unidad \$0,01
Huevo	0,5	unidad \$0,05
Aceite de oliva	15	mililitros \$0,36
Limón pequeño	1	unidad \$0,05
<b>TOTAL</b>		<b>\$1,10</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración de la ensalada

light:

Tabla 64  
*MPD Ensalada Light*

CONCEPTO	Q	C.U
Plátano	75 gramos	\$ 0,002
Sandía	80 gramos	\$ 0,05
Piña	75 gramos	\$ 0,03
Manzana	15 gramos	\$ 0,02
Kiwi	20 gramos	\$ 0,02
Pasas	100 gramos	\$ 0,0003
Papaya	75 gramos	\$ 0,05
Yogur natural	150 mililitros	\$ 0,75
Granola	20 gramos	\$ 0,002
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 0,92</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración de la ensalada de pollo y vegetales:

Tabla 65  
*MPD Ensalada de Pollo y Vegetales*

CONCEPTO	Q	C.U
Pechuga de pollo	75 gramos	\$0,68
Espicias Naturales	10 gramos	\$0,05
Sal	1 gramo	\$0,00
Lechuga	5 gramos	\$0,05
Vinagre	5 mililitros	\$0,01
Cebolla paiteña	20 gramos	\$0,05
Tomate riñón	50 gramos	\$0,08
Zanahoria mediana	1 unidad	\$0,01
Ajo	1 unidad	\$0,01
Aceite de oliva	5 mililitros	\$0,12
Limón	1 unidad	\$0,01
<b>TOTAL</b>		<b>\$1,07</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración del sánduche:

Tabla 66  
*MPD Sánduche*

CONCEPTO	Q		C.U
Pan baguette sandwich	1	unidad	\$0,18
Pechuga de pollo	10	gramos	\$0,09
Tomate	0,5	unidad	\$0,04
Lechuga	10	gramos	\$0,05
Cebolla paiteña pequeña	0,5	unidad	\$0,02
Ajo	1	diente	\$0,01
Sal	5	mililitros	\$0,005
Aceite de oliva	5	mililitros	\$0,12
Limón pequeño	1	unidad	\$0,05
<b>TOTAL</b>			<b>\$0,56</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración del Smoothie:

Tabla 67  
*MPD Smoothie Natural*

CONCEPTO	Q		C.U
Pulpa de fruta	150	gramos	\$0,07
Yogur natural	100	mililitros	\$0,50
Miel	10	gramos	\$0,09
<b>TOTAL</b>			<b>\$0,65</b>

Fuente: Investigación Directa

En la siguiente tabla se visualiza la materia prima directa para la elaboración del jugo natural:

Tabla 68  
*MPD Jugo Natural*

CONCEPTO	Q		C.U
Pulpa de fruta	300	gramos	\$0,13
Agua	180	mililitros	\$0,02
Miel	10	gramos	\$0,06
<b>TOTAL</b>			<b>\$0,21</b>

Fuente: Investigación Directa

## RESUMEN DE MATERIA PRIMA DIRECTA

A continuación se presenta un resumen de los costos de materia prima directa anual.

Tabla 69  
*Resumen de Materia Prima Directa*

PRODUCTOS	AÑO 1		
	Q	C.U	TOTAL
Crepe de Avena y Frutas	6.597	\$1,07	\$7.072,52
Crepe Integral	1.100	\$1,17	\$1.287,06
Waffle de Avena y Frutas	3.787	\$1,25	\$4.733,07
Wrap de pollo y verduras	7.697	\$1,10	\$8.488,65
Sánduches	5.864	\$0,56	\$3.286,36
Ensalada de Frutas light	3.176	\$0,92	\$2.912,80
Ensalada de pollo y vegetales	9.041	\$1,07	\$9.644,86
Smoothie natural	4.398	\$0,65	\$2.876,87
Jugos naturales	18.692	\$0,21	\$3.897,14
<b>TOTAL MPD</b>	<b>60.353</b>		<b>\$44.199,34</b>

Fuente: Investigación Directa

### • MANO DE OBRA DIRECTA

Para el giro del negocio se contará con personal capacitado en el área de gastronomía y se cumplirá con todos los beneficios de ley como lo estipula el Código de Trabajo:

Tabla 70  
*Mano de Obra Directa*

MOD	Q	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL	APORT. PATRONAL 12,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Chef	1	\$394,00	\$4.728,00	\$ 574,45	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.287,45
Cocinero	2	\$394,00	\$9.456,00	\$ 1.148,90	\$788,00	\$788,00	\$394,00	\$12.574,90
Ayudante de Cocina	2	\$394,00	\$9.456,00	\$ 1.148,90	\$788,00	\$788,00	\$394,00	\$12.574,90
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>\$1.182,00</b>	<b>\$23.640,00</b>	<b>\$2.872,26</b>	<b>\$1.970,00</b>	<b>\$1.970,00</b>	<b>\$985,00</b>	<b>\$31.437,26</b>

Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2019)

### 3.1.2. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos son necesarios para el funcionamiento del giro del negocio entre ellos se considera para el proyecto materia prima indirecta, servicios básicos y otros costos indirectos de fabricación.

- **MATERIA PRIMA INDIRECTA**

En la elaboración de los productos es necesario incurrir en costos de materia prima indirecta para el servicio del establecimiento para ello se analizó la proforma proporcionada por La Minga como se visualiza a continuación:

Tabla 71  
*Materia Prima Indirecta*

CONCEPTO	Q MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servilletas mediana x 75u	3 paquetes	\$0,25	\$0,75	\$9,00
Contenedor con compartimento x 25u	4 paquetes	\$1,75	\$7,00	\$84,00
Contenedor sin compartimento x 25u	4 paquetes	\$1,75	\$7,00	\$84,00
Vaso gelatinero transparente x 25u	2 paquetes	\$1,50	\$3,00	\$36,00
Fundas para Sánduches x 50u	2 cajas	\$2,50	\$5,00	\$60,00
Mini Contenedores para Salsas x 100u	2 paquetes	\$2,00	\$4,00	\$48,00
Contenedores para Ensaladas x 50u	4 paquetes	\$2,25	\$9,00	\$108,00
Contenedores para ensaladas de Sal x 25u	4 paquetes	\$6,25	\$25,00	\$300,00
Vaso PET 12 oz x 25u	3 paquetes	\$3,50	\$10,50	\$126,00
Sorbetes flexibles 100 u	2 paquetes	\$0,66	\$1,32	\$15,84
Cucharas desechables blancas x 50u	2 paquetes	\$0,60	\$1,20	\$14,40
Cucharas tenedor desechables blanca x 50u	2 paquetes	\$0,75	\$1,50	\$18,00
Cuchillo desechable blanco x 50u	2 paquetes	\$0,60	\$1,20	\$14,40
<b>TOTAL</b>			<b>\$76,47</b>	<b>\$917,64</b>

Fuente: La Minga

- **MENAJE Y UTILERIA**

En cuanto a otros gastos se ha considerado el menaje y utilería requerido para el proyecto en la que se analizó las proformas de Distribuidora Reina del Cisne y Mi Vajilla.

Tabla 72  
*Menaje y Utilería*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Plato cuadrado base de 13"	4 docenas	\$28,77	\$115,08
Plato cuadrado base sol	4 docenas	\$34,65	\$138,60
Plato cuadrado resistente	4 docenas	\$8,03	\$32,10
Plato cuadrado de 8,5"	4 docenas	\$20,10	\$80,40
Vaso para Smoothie	4 docenas	\$19,92	\$79,68
Vaso herradura de 11oz	4 docenas	\$6,60	\$26,40
Plato pequeño base	3 docenas	\$9,00	\$27,00
Juego de cubiertos acero inoxidable	4 docenas	\$29,29	\$117,16
Tupperware	10 unidades	\$8,00	\$80,00
Olla de acero inoxidable 8 lts.	1 unidades	\$22,80	\$22,80
Canastillas multiuso	15 unidades	\$0,55	\$8,25
Cuchillo de picar profesional	2 unidades	\$8,70	\$17,40
Cuchillo profesional para carnes	2 unidades	\$4,24	\$8,48
Cernidor	1 set	\$0,98	\$0,98
Varios	-	-	\$50,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$201,63</b>	<b>\$804,33</b>

Fuente: Distribuidora Reina del Cisne

### 3.2. GASTOS

Los gastos para el proyecto se los clasifica en gastos administrativos y gastos de venta necesarios para el desarrollo de las actividades.

#### 3.2.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

En el proyecto se incurrirá en gastos administrativos tales como remuneraciones del personal administrativo.

- **REMUNERACIONES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Las remuneraciones del personal administrativo como son el propietario administrador, contador y cajero se determinaron en función al Boletín de Remuneraciones Mínimas Sectoriales publicado por el Ministerio de Trabajo.

Tabla 73

*Remuneración del Personal Administrativo*

CARGO	Q	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO O TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Propietario Administrador	1	\$400,22	\$4.802,64	\$583,52	\$400,22	\$394,00	\$200,11	\$6.380,49
Contador	1	\$400,22	\$4.802,64	\$583,52	\$400,22	\$394,00	\$200,11	\$6.380,49
<b>TOTAL</b>		<b>\$800,44</b>	<b>\$9.605,28</b>	<b>\$1.167,04</b>	<b>\$800,44</b>	<b>\$788,00</b>	<b>\$400,22</b>	<b>\$12.760,98</b>

Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2019)

### 3.2.2. GASTOS DE VENTA

Los gastos de venta incurridos para el proyecto serán de publicidad y remuneraciones del personal de venta.

- **PUBLICIDAD**

La publicidad será a través de redes sociales, tarjetas de presentación, cartillas y letrero para el establecimiento.

Tabla 74

*Publicidad*

CONCEPTO	CANTIDAD	V.U.	V.T.
Tarjetas de Presentación	1000 unidades	\$0,10	\$100,00
Pago por página de Facebook	60 anuncios	\$2,00	\$120,00
Letrero Grande	1 unidades	\$150,00	\$150,00
Cartillas	15 unidades	\$15,00	\$225,00
Internet		\$35,00	\$420,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$202,10</b>	<b>\$1.015,00</b>

Fuente: Investigación Directa

- **REMUNERACIONES DEL PERSONAL DE VENTAS**

El personal de ventas estará compuesto por cajero y mesero quienes para el caso del proyecto serán la herramienta para vender los productos y prestar el servicio.

Tabla 75  
*Remuneraciones del Personal de Ventas*

CARGO	Q	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Mesero	1	\$394,00	\$4.728,00	\$574,45	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.287,45
Cajera	1	\$394,00	\$4.728,00	\$574,45	\$394,00	\$394,00	\$197,00	\$6.287,45
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$788,00</b>	<b>\$9.456,00</b>	<b>\$1.148,90</b>	<b>\$788,00</b>	<b>\$788,00</b>	<b>\$394,00</b>	<b>\$12.574,90</b>

Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2019)

### 3.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTA

Es necesario para el proyecto incurrir en costos de producción y gastos de administración y venta que para el caso del proyecto se ha distribuido conforme a la necesidad de cada área como se detalla a continuación:

- **SUMINISTROS DE OFICINA**

Se consideró los suministros que se utilizarán en el desarrollo de las actividades administrativas para ello se analizó los precios en varias papelerías e imprentas autorizadas.

Tabla 76  
*Suministros de Oficina*

CONCEPTO	CANTIDAD	V.U	V.ANUAL
Caja de Esferos	1 caja	6,5	6,5
Carpeta archivadora	1 unidad	1,85	1,85
Rollos para la Impresora	2 docenas	4,8	9,6
Cinta scotch	1 docena	1,8	1,8
Facturas x100u	12 factureros	9,5	114
<b>TOTAL</b>		<b>\$24,45</b>	<b>\$133,75</b>

Fuente: Investigación Directa

- **SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

Al tratarse de un restaurante que ofrece alimentos, la limpieza es indispensable para evitar plagas, de esta manera se garantiza la higiene del establecimiento y evitar multas y sanciones es así que se ha considerado los siguientes suministros de limpieza.

Tabla 77  
*Suministros de Limpieza*

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>V.U</b>	<b>V.ANUAL</b>
Desinfectante	6 galones	\$3,75	\$22,50
Cloro	12 galones	\$4,42	\$53,04
Jabón Líquido	6 galones	\$7,00	\$42,00
Mantel de cocina	4 unidades	\$2,00	\$8,00
Limpiones	3 rollos	\$3,75	\$11,25
Jabón Lava	10 baldes	\$11,16	\$111,60
Detergente de 5kg	2 unidades	\$9,55	\$19,10
Escoba	4 unidades	\$1,75	\$7,00
Trapeador	4 unidades	\$2,25	\$9,00
Recogedor	2 unidades	\$2,65	\$5,30
Guantes de caucho	2 pares	\$1,76	\$3,52
Balde de trapear	1 unidad	\$3,75	\$3,75
Dispensador de papel servilletas de cocina	2 unidades	\$2,85	\$5,70
Dispensador de jabón	12 rollos	\$3,50	\$42,00
Papel higiénico industrial	2 unidades	\$12,00	\$24,00
	24 rollo	\$1,96	\$47,04
<b>TOTAL</b>		<b>\$74,10</b>	<b>\$414,80</b>

Fuente: Investigación Directa

- **SERVICIOS BÁSICOS**

El proyecto incurrirá en servicios básicos tales como energía eléctrica y agua potable.

Tabla 78  
*Servicios Básicos*

<b>CONCEPTO</b>	<b>V.U</b>	<b>V.ANUAL</b>
Energía Eléctrica	\$ 60,00	\$ 720,00
Agua Potable	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 90,00</b>	<b>\$ 1.080,00</b>

Fuente: Investigación Directa

- **ARRIENDO**

Para el desarrollo del proyecto es necesario contar con un espacio físico donde se ejecute las actividades productivas, administrativas y de venta.

Tabla 79  
*Arriendo*

<b>CONCEPTO</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>V. ANUAL</b>
Arriendo	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>

Fuente: Investigación Directa

- **UNIFORMES**

Para determinar el uniforme que utilizará el personal se consideró camisetas polo elaboradas de algodón y poliéster además mallas para cabello y guantes de manipulación elementos esenciales para preservar la higiene en la preparación de alimentos.

Tabla 80  
*Uniformes*

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.U</b>	<b>V. ANUAL</b>
Camiseta Polo	8 unidades	\$5,00	\$40,00
Donas para Cabello	4 unidades	\$0,50	\$2,00
Mallas para cabello 12 unidades	1 docena	\$1,90	\$1,90
Guantes de manipulación	6 caja	\$6,80	\$40,80
<b>TOTAL</b>		<b>\$14,20</b>	<b>\$84,70</b>

Fuente: Investigación Directa

### **3.4. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS Y GASTOS**

Para el caso de suministros de limpieza, servicios básicos, arriendo y uniformes del personal se consideró el 20% para administración y 80% para producción además, los suministros de oficina se consideraron el 80% para administración y el 20% para producción, criterios que se tomaron conforme a la distribución de las áreas.

Tabla 81  
Distribución de Costos y Gastos

CONCEPTO	VALOR ANUAL	ADMINISTRACIÓN		PRODUCCIÓN		VENTA		TOTAL
		%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	
Suministros de limpieza	\$ 414,80	20%	\$ 82,96	80%	\$ 331,84			\$ 414,80
Suministros de oficina	\$ 133,75	80%	\$ 107,00	20%	\$ 26,75			\$ 133,75
Servicios básicos	\$ 1.080,00	20%	\$ 216,00	80%	\$ 864,00			\$ 1.080,00
Arriendo	\$ 6.000,00	20%	\$ 1.200,00	80%	\$ 4.800,00			\$ 6.000,00
Uniformes del personal	\$ 84,70			80%	\$ 67,76	20%	\$ 16,94	\$ 84,70
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.713,25</b>		<b>\$ 1.605,96</b>		<b>\$ 6.090,35</b>			<b>\$ 7.713,25</b>

Fuente: Investigación Directa

### 3.5. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se calculó en función al método del periodo de desfase que consiste en determinar la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos y gastos de operación desde que inicia la operación hasta que se recupera, para el caso del proyecto al tratarse de elaboración de alimentos la adquisición de materia prima es constante debido a que es perecible.

Tabla 82  
Días de Operación

ACTIVIDAD	TIEMPO
Adquisición de materia Prima	
Preparación de alimentos	20días
Venta de Productos	
<b>TOTAL</b>	20días
<b>NÚMERO DE DÍAS LABORABLES EN EL AÑO</b>	<b>240</b>

Fuente: Investigación directa

$$ICT = \frac{CA1}{240 \text{ días}} * n$$

**ICT**= Inversión Inicial en el Capital de Trabajo

**CAI**= Costos y gastos anuales proyectados para el primer año de operación

**n**= Número de días de desfase entre la ocurrencia de los egresos y la generación de ingresos

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\$111.422,70}{240 \text{ días}} * 20 \text{ días}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \$9.285,23$$

El capital de trabajo necesario para el primer mes de operación del proyecto es de \$9.285,23 los mismos que serán empleados para cubrir los costos y gastos que requiere el proyecto, hasta que genere sus propios ingresos como se muestra a continuación:

Tabla 83  
*Capital de Trabajo*

<b>INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>COSTO DIRECTO</b>	
Materia Prima Directa	\$ 44.199,34
Mano de Obra Directa	\$ 31.437,26
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>	
Materia Prima Indirecta	\$ 917,64
Menaje y Utillería	\$ 804,33
Suministros de limpieza	\$ 331,84
Suministros de oficina	\$ 26,75
Servicios básicos	\$ 864,00
Arriendo	\$ 4.800,00
Uniformes del personal	\$ 67,76
<b>(=) COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 83.448,92</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
Remuneraciones del personal administrativo	\$ 12.760,98
Suministros de limpieza	\$ 82,96
Suministros de oficina	\$ 107,00
Servicios básicos	\$ 216,00
Arriendo	\$ 1.200,00
<b>GASTOS DE VENTA</b>	
Remuneraciones del personal de Venta	\$ 12.574,90
Publicidad	\$ 1.015,00
Uniformes del personal	\$ 16,94
<b>(=) GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 27.973,79</b>
<b>(=) TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$ 111.422,70</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>\$ 9.285,23</b>

Fuente: Estudio Técnico

#### 4. INVERSIÓN TOTAL

Para poner en marcha el proyecto será necesario una inversión total de \$ 20.527,70 como se detalla a continuación:

Tabla 84  
*Inversión Total*

CONCEPTO	TOTAL
Maquinaria y equipo de producción	\$ 2.746,00
Muebles y enseres de producción	\$ 2.773,00
Muebles y equipos de oficina	\$ 599,00
Equipo de cómputo	\$ 750,00
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS AÑO 0</b>	<b>\$ 6.868,00</b>
Gastos de Instalación	\$ 4.225,00
Gasto de constitución	\$ 149,47
<b>TOTAL INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>\$ 4.374,47</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO MES 1</b>	<b>\$ 9.285,23</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 20.527,70</b>

Fuente: Estudio Técnico

#### 5. FINANCIAMIENTO

El proyecto requerirá de una inversión de \$ 20.527,70 de la cual el 33,5% de este valor se obtendrá por medio de un crédito otorgado por Ban Ecuador para financiar la inversión fija y 66,55% será aporte de capital propio para cubrir las inversiones intangibles y el capital de trabajo del primer mes.

Tabla 85  
*Financiamiento*

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
Inversionista A	\$ 6.829,85	33,3%
Inversionista B	\$ 6.829,85	33,3%
Financiamiento	\$ 6.868,00	33,5%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.527,70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Inversión Total

#### 4.2.4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Se determinó que el restaurante de comida rápida saludable estará localizado en la Sierra norte del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, en el sector Huertos Familiares en las calles Quito y Arturo Hidalgo Rivadeneira, debido al enfoque de crecimiento que tiene el sector y el fácil de acceso materia prima, mano de obra, vías de acceso de primer orden y excelente cobertura de servicios básicos.
- Al considerar la cantidad de recursos materiales, humanos, tecnológicos y financieros con los que contará el proyecto para el primer año de operación, el volumen máximo de producción será de 251 productos diarios, consecuentemente 5.029 productos mensuales y al año serían 60.353 productos; con un horario de atención de 9h00 a 17h00
- El proyecto requerirá de una inversión de \$ 20.527,70 de la cual el 33,5% de este valor se obtendrá por medio de un crédito otorgado por Ban Ecuador para financiar la inversión fija y 66,55% será aporte de capital propio para cubrir las inversiones intangibles y el capital de trabajo del primer mes.
- Una vez concluido el estudio técnico se determinó que existen las condiciones necesarias y la disponibilidad de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros fundamentales para la puesta en marcha del proyecto de inversión.

### **4.3. ESTUDIO FINANCIERO**

Una vez determinada la demanda efectiva en el estudio de mercado y el nivel de producción conforme a la capacidad instalada en el estudio técnico, se procede a realizar proyecciones, estimaciones de ventas futuras y análisis de costos e inversiones.

En esta sección se detallará la situación económica del proyecto, inversión, costos de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos, capital de trabajo, préstamo, depreciación y amortizaciones, recursos financieros, ingresos, estado de resultados, balance general, flujo de caja para sustentar la factibilidad del mismo.

Además, a través de indicadores financieros se evalúa la rentabilidad, liquidez, solvencia y eficiencia del proyecto para generar información útil que permita tomar decisiones de aceptar, rechazar o postergar el proyecto.

#### **OBJETIVO**

Determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de operación y el monto de los ingresos en cada uno de los periodos de vida útil del proyecto para evaluar la viabilidad y rentabilidad de la inversión.

### **4.3.1. INGRESOS**

Los ingresos están compuestos por el importe generado por las ventas de los productos a ofrecer, el cual se obtiene mediante la multiplicación del nivel de producción de cada uno de los productos por el precio de venta al público para obtener el ingreso total de ventas.

#### **PROYECCIÓN DE INGRESOS**

En la proyección de ingresos se tomó en cuenta el nivel de producción conforme a la capacidad instalada que se determinó en el estudio técnico *Tabla 33* para el año uno.

Para proyectar los ingresos de los siguientes años se consideró la proyección de la demanda del proyecto *Tabla 26*.

En cuanto a la proyección de precios se tomó como referencia la tasa de inflación publicada por el INEC de los años 2014 al 2018 en la cual se obtuvo una tasa de inflación promedio de 1,65% como se puede ver en la *Tabla 28*.

Los ingresos para el primer año de operación son de \$ 133.716,48 y para el quinto año ascienden a \$ 164.750,87 como se visualiza en la siguiente tabla:

Tabla 86  
Proyección de Ingresos

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Q	P.U	TOTAL	Q	P.U	TOTAL	Q	P.U	TOTAL	Q	P.U	TOTAL	Q	P.U	TOTAL
Crepe de Avena y Frutas	6.597	\$ 3,00	\$ 19.791,75	6.693	\$ 3,05	\$ 20.409,09	6.888	\$ 3,10	\$ 21.349,77	7.190	\$ 3,15	\$ 22.655,40	7.614	\$ 3,20	\$ 24.385,24
Crepe Integral	1.100	\$ 3,00	\$ 3.298,62	1.115	\$ 3,05	\$ 3.401,51	1.148	\$ 3,10	\$ 3.558,29	1.198	\$ 3,15	\$ 3.775,90	1.269	\$ 3,20	\$ 4.064,21
Waffle de Avena y Frutas	3.787	\$ 3,25	\$ 12.308,76	3.842	\$ 3,30	\$ 12.692,69	3.954	\$ 3,36	\$ 13.277,71	4.128	\$ 3,41	\$ 14.089,70	4.371	\$ 3,47	\$ 15.165,51
Wrap de pollo y verduras	7.697	\$ 2,75	\$ 21.166,18	7.808	\$ 2,80	\$ 21.826,38	8.036	\$ 2,84	\$ 22.832,39	8.389	\$ 2,89	\$ 24.228,69	8.883	\$ 2,94	\$ 26.078,66
Sánduches	5.864	\$ 2,00	\$ 11.728,44	5.949	\$ 2,03	\$ 12.094,27	6.122	\$ 2,07	\$ 12.651,71	6.391	\$ 2,10	\$ 13.425,42	6.768	\$ 2,14	\$ 14.450,51
Ensalada de Frutas light	3.176	\$ 2,35	\$ 7.464,67	3.222	\$ 2,39	\$ 7.697,50	3.316	\$ 2,43	\$ 8.052,29	3.462	\$ 2,47	\$ 8.544,72	3.666	\$ 2,51	\$ 9.197,15
Ensalada de pollo y vegetales	9.041	\$ 2,75	\$ 24.861,86	9.172	\$ 2,80	\$ 25.637,34	9.439	\$ 2,84	\$ 26.819,00	9.854	\$ 2,89	\$ 28.459,10	10.434	\$ 2,94	\$ 30.632,07
Smoothie natural	4.398	\$ 2,00	\$ 8.796,33	4.462	\$ 2,03	\$ 9.070,71	4.592	\$ 2,07	\$ 9.488,79	4.794	\$ 2,10	\$ 10.069,07	5.076	\$ 2,14	\$ 10.837,88
Jugos naturales	18.692	\$ 1,30	\$ 24.299,87	18.963	\$ 1,32	\$ 25.057,82	19.515	\$ 1,34	\$ 26.212,77	20.373	\$ 1,37	\$ 27.815,80	21.573	\$ 1,39	\$ 29.939,65
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>60.353</b>		<b>\$ 133.716,48</b>	<b>61.226</b>		<b>\$137.887,32</b>	<b>63.010</b>		<b>\$144.242,72</b>	<b>65.779</b>		<b>\$153.063,81</b>	<b>69.654</b>		<b>\$164.750,87</b>

Fuente: Estudio de Mercado

### 4.3.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se calculan en base a los requerimientos necesarios de cada producto para su elaboración en los que se toma en cuenta materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

#### COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Se determinó mediante el desglose de los componentes para la elaboración de cada producto como se detalló en las **Tabla 69** correspondiente al resumen de materia prima directa.

#### PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA

En cuanto a la proyección de la materia prima directa se aplicó la tasa promedio de inflación que corresponde a 1,65% **Tabla 28**. Para el cálculo de materia prima directa se determinó las cantidades necesarias para la elaboración de cada producto y el costo de los insumos como se detalló en las **Tabla 69** posterior a esto se procedió a multiplicar por el nivel de producción.

Tabla 87  
*Proyección de Materia Prima Directa*

PRODUCTOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Q	C.U	TOTAL												
Crepe de Avena y Frutas	6.597	\$1,07	\$7.072,52	6.693	\$1,09	\$7.293,12	6.888	\$1,11	\$7.629,27	7.190	\$1,13	\$8.095,84	7.614	\$1,14	\$8.713,99
Crepe Integral	1.100	\$1,17	\$1.287,06	1.115	\$1,19	\$1.327,20	1.148	\$1,21	\$1.388,38	1.198	\$1,23	\$1.473,28	1.269	\$1,25	\$1.585,77
Waffle de Avena y Frutas	3.787	\$1,25	\$4.733,07	3.842	\$1,27	\$4.880,71	3.954	\$1,29	\$5.105,66	4.128	\$1,31	\$5.417,90	4.371	\$1,33	\$5.831,58
Wrap de pollo y verduras	7.697	\$1,10	\$8.488,65	7.808	\$1,12	\$8.753,43	8.036	\$1,14	\$9.156,88	8.389	\$1,16	\$9.716,87	8.883	\$1,18	\$10.458,79
Sánduches	5.864	\$0,56	\$3.286,36	5.949	\$0,57	\$3.388,87	6.122	\$0,58	\$3.545,07	6.391	\$0,59	\$3.761,86	6.768	\$0,60	\$4.049,10
Ensalada de Frutas light	3.176	\$0,92	\$2.912,80	3.222	\$0,93	\$3.003,66	3.316	\$0,95	\$3.142,10	3.462	\$0,96	\$3.334,26	3.666	\$0,98	\$3.588,84
Ensalada de pollo y vegetales	9.041	\$1,07	\$9.644,86	9.172	\$1,08	\$9.945,70	9.439	\$1,10	\$10.404,11	9.854	\$1,12	\$11.040,36	10.434	\$1,14	\$11.883,34
Smoothie natural	4.398	\$0,65	\$2.876,87	4.462	\$0,66	\$2.966,60	4.592	\$0,68	\$3.103,34	4.794	\$0,69	\$3.293,12	5.076	\$0,70	\$3.544,56
Jugos naturales	18.692	\$0,21	\$3.897,14	18.963	\$0,21	\$4.018,70	19.515	\$0,22	\$4.203,93	20.373	\$0,22	\$4.461,02	21.573	\$0,22	\$4.801,64
<b>TOTAL COSTO MPD</b>	<b>60.353</b>		<b>\$44.199,34</b>	<b>61.226</b>		<b>\$45.577,99</b>	<b>63.010</b>		<b>\$47.678,74</b>	<b>65.779</b>		<b>\$50.594,51</b>	<b>69.654</b>		<b>\$54.457,61</b>

Fuente: Estudio Técnico

## MANO DE OBRA DIRECTA

Para determinar los sueldos y salarios del personal se tomó como referencia las tablas salariales publicadas por el Ministerio de Trabajo, así como los beneficios de Ley estipulados en el Código de Trabajo.

## PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

En cuanto a la proyección de mano de obra directa es fundamental calcular una tasa promedio de inflación salarial para el caso del proyecto se tomó un histórico de cinco años conforme al Boletín publicado por el Ministerio de Trabajo en la que se obtuvo un promedio de 3,96%.

Tabla 88  
*Tasa Promedio de Inflación Salarial*

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico	340	354	366	375	386
Inflación Salarial	6,92%	4,12%	3,39%	2,46%	2,93%
Promedio Tasa de Inflación			3,96%		

Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2019)

En la proyección de la mano de obra directa se tomó como referencia la tasa promedio de inflación salarial del 3,96% y se procedió a multiplicar con la información de la **Tabla 70** correspondiente a la mano de obra directa.

Tabla 89  
*Proyección de Costos de Mano de Obra Directa*

COSTO ANUAL	1	2	3	4	5
Salario Básico Unificado (5 personas)	\$23.640,00	\$24.577,00	\$25.551,14	\$26.563,88	\$27.616,77
Aporte Patronal (5 personas)	\$2.872,26	\$2.986,11	\$3.104,46	\$3.227,51	\$3.355,44
Fondos de Reserva (5 personas)	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Décimo Tercer Sueldo (5 personas)	\$1.970,00	\$2.048,08	\$2.129,26	\$2.213,66	\$2.301,40
Décimo Cuarto Sueldo (5 personas)	\$1.970,00	\$2.048,08	\$2.129,26	\$2.213,66	\$2.301,40
Vacaciones (5 personas)	\$985,00	\$1.024,04	\$1.064,63	\$1.106,83	\$1.150,70
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$31.437,26</b>	<b>\$32.683,31</b>	<b>\$33.978,75</b>	<b>\$35.325,54</b>	<b>\$36.725,71</b>

Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2019)

## DETERMINACIÓN DE COSTOS UNITARIOS MOD

Se dividió el costo total anual para el número de unidades producidas en cada uno de los años.

Tabla 90  
*Costo Unitario de Mano de Obra Directa*

AÑO	1	2	3	4	5
Unidades producidas	60353	61226	63010	65779	69654
Costo unitario mano de obra	\$0,52	\$0,53	\$0,54	\$0,54	\$0,53
<b>TOTAL COSTO MOD</b>	<b>\$31.437,26</b>	<b>\$32.683,31</b>	<b>\$33.978,75</b>	<b>\$35.325,54</b>	<b>\$36.725,71</b>

Fuente: Estudio Financiero

## COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

En la elaboración de los productos es necesario complementar el proceso producción con los costos indirectos de fabricación, mismo que está compuesto materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos de fabricación indirectos que intervengan en el proceso de producción.

## PROYECCIÓN DE CIF

Para proyectar los CIF se tomó los datos de la *Tabla 83* y se empleó la tasa de inflación para los siguientes años. Cabe señalar que para menaje y utilería se estimó el 25% del valor del costo, mismo que se empleará para reposición o sustitución del mismo.

Tabla 91  
*Proyección de CIF*

COSTOS CIF	1	2	3	4	5
Materia Prima Indirecta	\$ 917,64	\$ 932,76	\$ 948,13	\$ 963,76	\$ 979,64
Menaje y Utilería	\$ 804,33	\$ 201,08	\$ 204,40	\$ 207,76	\$ 211,19
Suministros de limpieza	\$ 331,84	\$ 337,31	\$ 342,87	\$ 348,52	\$ 354,26
Suministros de oficina	\$ 26,75	\$ 27,19	\$ 27,64	\$ 28,09	\$ 28,56
Servicios básicos	\$ 864,00	\$ 878,24	\$ 892,71	\$ 907,42	\$ 922,38
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.879,10	\$ 4.959,51	\$ 5.041,24	\$ 5.124,32
Uniformes del personal	\$ 67,76	\$ 68,88	\$ 70,01	\$ 71,17	\$ 72,34
<b>(=) TOTAL CIF</b>	<b>\$ 7.812,32</b>	<b>\$ 7.324,56</b>	<b>\$ 7.445,27</b>	<b>\$ 7.567,97</b>	<b>\$ 7.692,69</b>

Fuente: Estudio Técnico

## DETERMINACIÓN DE COSTOS UNITARIOS CIF

Con referencia a la determinación de los costos indirectos de fabricación unitarios se dividió el costo total CIF anual para el número de unidades producidas en cada uno de los años.

Tabla 92  
*Costo Unitario CIF*

AÑO	1	2	3	4	5
Unidades producidas	60353	61226	63010	65779	69654
Costo unitario CIF	\$0,13	\$0,12	\$0,12	\$0,12	\$0,11
<b>TOTAL COSTO CIF</b>	<b>\$7.812,32</b>	<b>\$7.324,56</b>	<b>\$7.445,27</b>	<b>\$7.567,97</b>	<b>\$7.692,69</b>

Fuente: Estudio Financiero

### 4.3.3. GASTOS

Los gastos en el desarrollo del presente proyecto se determinan en base a los gastos administrativos y gastos de ventas.

### PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

En la proyección de gastos administrativos se consideró la tasa promedio de inflación salarial para los salarios y la inflación de precios con la información obtenida en la **Tabla 83**.

Tabla 93  
*Proyección de Gastos Administrativos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS	1	2	3	4	5
Salario Básico Unificado	\$9.605,28	\$9.986,00	\$10.381,80	\$10.793,30	\$11.221,10
Aporte Patronal	\$1.167,04	\$1.213,30	\$1.261,39	\$1.311,39	\$1.363,36
Fondos de Reserva	-	\$832,17	\$865,15	\$899,44	\$935,09
Décimo Tercer Sueldo (2 personas)	\$800,44	\$101,11	\$105,12	\$109,28	\$113,61
Décimo Cuarto Sueldo (2 personas)	\$788,00	\$819,23	\$851,70	\$885,46	\$920,56
Vacaciones	\$400,22	\$416,08	\$432,58	\$449,72	\$467,55
Suministros de limpieza	\$82,96	\$ 84,33	\$ 85,72	\$ 87,13	\$ 88,57
Suministros de oficina	\$107,00	\$ 108,76	\$ 110,56	\$ 112,38	\$ 114,23
Servicios básicos	\$216,00	\$ 219,56	\$ 223,18	\$ 226,86	\$ 230,59
Arriendo	\$1.200,00	\$ 1.219,78	\$ 1.239,88	\$ 1.260,31	\$ 1.281,08
Uniformes del personal	\$16,94	\$ 17,22	\$ 17,50	\$ 17,79	\$ 18,08
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$14.383,88</b>	<b>\$15.017,53</b>	<b>\$15.574,57</b>	<b>\$16.153,06</b>	<b>\$16.753,83</b>

Fuente: Estudio Técnico

## PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTA

En la proyección de gastos de ventas se consideró la tasa promedio de inflación salarial para los salarios y la inflación de precios con la información obtenida en la *Tabla 83*.

Tabla 94  
*Proyección de Gastos de Venta*

<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Salario Básico Unificado	\$9.456,00	\$9.830,80	\$10.220,45	\$10.625,55	\$11.046,71
Aporte Patronal	\$1.148,90	\$1.194,44	\$1.241,79	\$1.291,00	\$1.342,18
Fondos de Reserva	-	\$819,23	\$851,70	\$885,46	\$920,56
Décimo Tercer Sueldo (2 personas)	\$788,00	\$99,54	\$103,48	\$107,58	\$111,85
Décimo Cuarto Sueldo (2 personas)	\$788,00	\$819,23	\$851,70	\$885,46	\$920,56
Vacaciones	\$394,00	\$409,62	\$425,85	\$442,73	\$460,28
Publicidad	\$1.015,00	\$1.031,73	\$1.048,73	\$1.066,01	\$1.083,58
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$13.589,90</b>	<b>\$14.204,59</b>	<b>\$14.743,71</b>	<b>\$15.303,81</b>	<b>\$15.885,71</b>

Fuente: Estudio Financiero

### 4.3.4. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

En la determinación del precio de venta se consideró los costos directos e indirectos incurridos en el proceso de elaboración y un margen de utilidad del 60%.

Tabla 95  
*Precio de Venta*

<b>DETALLE</b>	<b>Crepe de Avena y Frutas</b>	<b>Crepe Integral</b>	<b>Waffle de Avena y Frutas</b>	<b>Wrap de pollo y verduras</b>	<b>Sánduches</b>	<b>Ensalada de Frutas light</b>	<b>Ensalada de pollo y vegetales</b>	<b>Smoothie natural</b>	<b>Jugos naturales</b>
Materia Prima	\$ 1,07	\$ 1,17	\$ 1,25	\$ 1,10	\$ 0,56	\$ 0,92	\$ 1,07	\$ 0,65	\$ 0,21
Mano de Obra	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,52
CIF	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13
<b>(=) COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 1,72</b>	<b>\$ 1,82</b>	<b>\$ 1,90</b>	<b>\$ 1,75</b>	<b>\$ 1,21</b>	<b>\$ 1,57</b>	<b>\$ 1,72</b>	<b>\$ 1,30</b>	<b>\$ 0,86</b>
(+) Utilidad (50%)	\$ 0,86	\$ 0,91	\$ 0,95	\$ 0,88	\$ 0,61	\$ 0,78	\$ 0,86	\$ 0,65	\$ 0,43
<b>(=) P.V.P. REFERENCIAL</b>	<b>\$ 2,58</b>	<b>\$ 2,73</b>	<b>\$ 2,85</b>	<b>\$ 2,63</b>	<b>\$ 1,82</b>	<b>\$ 2,35</b>	<b>\$ 2,58</b>	<b>\$ 1,96</b>	<b>\$ 1,29</b>
<b>(=) P.V.P. PROPUESTO</b>	<b>\$ 3,00</b>	<b>\$ 3,00</b>	<b>\$ 3,25</b>	<b>\$ 2,75</b>	<b>\$ 2,00</b>	<b>\$ 2,35</b>	<b>\$ 2,75</b>	<b>\$ 2,00</b>	<b>\$ 1,30</b>
<b>PROMEDIO PRECIOS COMPETENCIA</b>	<b>\$ 3,29</b>	<b>\$ 3,19</b>	<b>\$ 4,03</b>	<b>\$ 2,75</b>	<b>\$ 2,08</b>	<b>\$ 2,33</b>	<b>\$ 2,75</b>	<b>\$ 2,00</b>	<b>\$ 1,31</b>

Fuente: Estudio Financiero

### 4.3.5. DEPRECIACIÓN

Los activos considerados para depreciación son todos aquellos necesarios en la operación del proyecto, entre ellos esta maquinaria y equipo de producción, muebles y enseres, equipo de cómputo y muebles y equipos de oficina.

#### DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

En la depreciación de activos fijos se consideró lo estipulado en el Reglamento a la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno Art 28. los porcentajes máximos para depreciar los activos y ser considerados deducibles de acuerdo a la naturaleza y tiempo de vida útil como se muestra a continuación:

Tabla 96  
*Depreciación de Activos*

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	1	2	3	4	5	DEPR. ACUM	SALDO LIBROS	COSTO /GASTO
Maquinaria y equipo de producción	\$2.746,00	10	\$274,60	\$274,60	\$274,60	\$274,60	\$274,60	\$1.373,00	\$1.373,00	Producción
Muebles y enseres de producción	\$2.773,00	10	\$277,30	\$277,30	\$277,30	\$277,30	\$277,30	\$1.386,50	\$1.386,50	Producción
Muebles y equipos de oficina administración	\$449,00	10	\$44,90	\$44,90	\$44,90	\$44,90	\$44,90	\$224,50	\$224,50	Administración
Muebles y equipos de oficina Venta	\$150,00	10	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$75,00	\$75,00	Venta
Equipo de cómputo	\$750,00	3	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$0,00	\$0,00	\$750,00	\$0,00	Venta
<b>TOTAL</b>	<b>\$5.968,00</b>		<b>\$861,80</b>	<b>\$861,80</b>	<b>\$861,80</b>	<b>\$611,80</b>	<b>\$611,80</b>	<b>\$3.809,00</b>	<b>\$3.059,00</b>	
<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>			<b>\$861,80</b>	<b>\$1.723,60</b>	<b>\$2.585,40</b>	<b>\$3.197,20</b>	<b>\$3.809,00</b>			

Fuente: Estudio Financiero

#### 4.3.6. AMORTIZACIÓN

En cuanto a la amortización de activos diferidos se consideró los datos de la **Tabla 59** en la que se detallada los gastos de constitución e instalación requeridos para el proyecto.

Tabla 97  
*Amortización*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gasto instalación	\$4.225,00	\$845,00	\$845,00	\$845,00	\$845,00	\$845,00
Gasto constitución	\$149,47	\$29,89	\$29,89	\$29,89	\$29,89	\$29,89
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$4.374,47</b>	<b>\$874,89</b>	<b>\$874,89</b>	<b>\$874,89</b>	<b>\$874,89</b>	<b>\$874,89</b>

Fuente: Estudio Financiero

#### 4.3.7. GASTOS FINANCIEROS

En el gasto financiero se detalla los costos de financiamiento incurridos en Ban Ecuador para el caso del proyecto requerirá de un Microcrédito debido a que es una idea de negocio nueva para emprender.

El microcrédito solicitado se empleará para financiar activos fijos y al estar en la sección de comercio y servicios la tasa es del 15,30%, además serán cuotas decrecientes (método alemán) a cinco años plazo como se expresa en el **Anexo 4**.

Tabla 98  
*Costos de Financiamiento*

<b>DATOS</b>	
Método	Alemán
Plazo (años)	5
Tasa de interés nominal	15,30%
Tasa de interés efectiva	15,30%

Fuente: (BanEcuador, 2019)

Tabla 99  
Amortización del Crédito

DETALLE	INVERSIÓN			OPERACIÓN			
	AÑO	0	1	2	3	4	5
Préstamo		\$6.868,00	\$6.868,00	\$5.494,40	\$4.120,80	\$2.747,20	\$1.373,60
Costos de financiación (Interés)			\$1.050,80	\$840,64	\$630,48	\$420,32	\$210,16
Amortización crédito (Capital)			\$1.373,60	\$1.373,60	\$1.373,60	\$1.373,60	\$1.373,60
<b>SALDO PRÉSTAMO</b>			<b>\$5.494,40</b>	<b>\$4.120,80</b>	<b>\$2.747,20</b>	<b>\$1.373,60</b>	<b>\$0,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

## RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

A continuación, se presenta un resumen de gastos incurridos en el proyecto que se obtuvo de las *Tablas 93 y 94* de esta sección en las cuales se detalló los gastos administrativos, gastos de venta, depreciaciones de los activos del área administrativa y producción, la amortización de los diferidos y costo de financiamiento como se muestra a continuación:

Tabla 100  
Resumen de Costos y Gastos

DETALLE	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	\$44.199,34	\$45.577,99	\$47.678,74	\$50.594,51	\$54.457,61
Mano de obra directa	\$31.437,26	\$32.683,31	\$33.978,75	\$35.325,54	\$36.725,71
Gastos generales de fabricación	\$7.812,32	\$7.324,56	\$7.445,27	\$7.567,97	\$7.692,69
Depreciación activos de producción	\$551,90	\$551,90	\$551,90	\$551,90	\$551,90
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$84.000,82</b>	<b>\$86.137,77</b>	<b>\$89.654,66</b>	<b>\$94.039,92</b>	<b>\$99.427,91</b>
Gastos de administración	\$14.366,94	\$15.000,31	\$15.557,07	\$16.135,26	\$16.735,75
Gastos de ventas	\$13.606,84	\$14.221,81	\$14.761,22	\$15.321,60	\$15.903,80
Depreciaciones	\$309,90	\$309,90	\$309,90	\$59,90	\$59,90
Amortización Inversión Intangible	\$874,89	\$874,89	\$874,89	\$874,89	\$874,89
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$29.158,58</b>	<b>\$30.406,91</b>	<b>\$31.503,08</b>	<b>\$32.391,66</b>	<b>\$33.574,34</b>
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$113.159,40</b>	<b>\$116.544,68</b>	<b>\$121.157,74</b>	<b>\$126.431,58</b>	<b>\$133.002,24</b>
Costos de financiamiento del préstamo	\$1.050,80	\$840,64	\$630,48	\$420,32	\$210,16
<b>TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$1.050,80</b>	<b>\$840,64</b>	<b>\$630,48</b>	<b>\$420,32</b>	<b>\$210,16</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$114.210,20</b>	<b>\$117.385,32</b>	<b>\$121.788,22</b>	<b>\$126.851,90</b>	<b>\$133.212,40</b>

Fuente: Estudio Financiero

### 4.3.8. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es fundamental para la puesta en marcha del proyecto, está determinado por la materia prima directa, mano de obra, costos generales de fabricación, gastos administrativos, gastos de venta

En referencia a la proyección de capital de trabajo se consideró como base la información obtenida en la **Tabla 83** del estudio técnico sobre los costos y gastos incurridos para el primer mes de operación como se muestra a continuación:

Tabla 101  
*Capital de Trabajo*

DETALLE	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	\$44.199,34	\$45.577,99	\$47.678,74	\$50.594,51	\$54.457,61
Mano de obra directa	\$31.437,26	\$32.683,31	\$33.978,75	\$35.325,54	\$36.725,71
Gastos generales de fabricación	\$7.812,32	\$7.324,56	\$7.445,27	\$7.567,97	\$7.692,69
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$83.448,92</b>	<b>\$85.585,87</b>	<b>\$89.102,76</b>	<b>\$93.488,02</b>	<b>\$98.876,01</b>
Gastos de administración	\$14.366,94	\$15.000,31	\$15.557,07	\$16.135,26	\$16.735,75
Gastos de ventas	\$13.606,84	\$14.221,81	\$14.761,22	\$15.321,60	\$15.903,80
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$27.973,79</b>	<b>\$29.222,12</b>	<b>\$30.318,28</b>	<b>\$31.456,87</b>	<b>\$32.639,54</b>
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$111.422,70</b>	<b>\$114.807,99</b>	<b>\$119.421,04</b>	<b>\$124.944,88</b>	<b>\$131.515,55</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>\$9.285,23</b>	<b>\$9.567,33</b>	<b>\$9.951,75</b>	<b>\$10.412,07</b>	<b>\$10.959,63</b>
<b>INCREMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$9.285,23</b>	<b>\$282,11</b>	<b>\$384,42</b>	<b>\$460,32</b>	<b>\$547,56</b>

Fuente: Estudio Financiero

### 4.3.9. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros se estructuraron conforme a la Norma Internacional de Contabilidad NIC 1 y a los resultados obtenidos en esta sección.

## ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El estado de situación financiera refleja las operaciones económicas en una fecha determinada, la misma está compuesta por la inversión en activos, pasivos y capital de trabajo necesario para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 102  
Estado de Situación Financiera

<b>FOODY</b>	
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL</b>	
<b>AL 01 DE ENERO 2019</b>	
<b>EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICANOS</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<i>Activos corrientes</i>	
Efectivo y Equivalente de Efectivo	\$9.285,23
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$9.285,23</b>
<i>Activo no Corriente</i>	
Maquinaria y equipo de producción	\$2.746,00
Muebles y enseres de producción	\$2.773,00
Muebles y equipos de oficina	\$599,00
Equipo de cómputo	\$750,00
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$6.868,00</b>
<i>Activos diferidos</i>	
Gasto instalación	\$4.225,00
Gasto constitución	\$149,47
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$4.374,47</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$20.527,70</b>
<b>PASIVO</b>	
<i>Pasivo no Corriente</i>	
Préstamo Bancarios	\$6.868,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$6.868,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital social	\$13.659,70
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$13.659,70</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$20.527,70</b>

Fuente: Estudio Financiero

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

La finalidad de elaborar el estado de resultados es conocer si el proyecto generara utilidad o perdida durante los cinco años de operación, para su elaboración se ha considerado los rubros de ingresos y gastos,

Tabla 103  
Estado de resultados

<b>FOODY</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE</b>					
<b>EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos de operación	\$133.716,48	\$137.887,32	\$144.242,72	\$153.063,81	\$164.750,87
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$133.716,48</b>	<b>\$137.887,32</b>	<b>\$144.242,72</b>	<b>\$153.063,81</b>	<b>\$164.750,87</b>
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>					
Costo de producción	\$83.448,92	\$85.585,87	\$89.102,76	\$93.488,02	\$98.876,01
Depreciación de activos operacionales	\$551,90	\$551,90	\$551,90	\$551,90	\$551,90
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$84.000,82</b>	<b>\$86.137,77</b>	<b>\$89.654,66</b>	<b>\$94.039,92</b>	<b>\$99.427,91</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$49.715,66</b>	<b>\$51.749,55</b>	<b>\$54.588,06</b>	<b>\$59.023,90</b>	<b>\$65.322,97</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO</b>					
Gastos Administración	\$14.366,94	\$15.000,31	\$15.557,07	\$16.135,26	\$16.735,75
Gastos de ventas	\$13.606,84	\$14.221,81	\$14.761,22	\$15.321,60	\$15.903,80
Gastos de depreciación de activos	\$309,90	\$309,90	\$309,90	\$59,90	\$59,90
Amortización de intangibles	\$874,89	\$874,89	\$874,89	\$874,89	\$874,89
Costos de financiamiento (interés)	\$1.050,80	\$840,64	\$630,48	\$420,32	\$210,16
<b>TOTAL GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN</b>	<b>\$30.209,38</b>	<b>\$31.247,56</b>	<b>\$32.133,56</b>	<b>\$32.811,98</b>	<b>\$33.784,50</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>	<b>\$19.506,28</b>	<b>\$20.502,00</b>	<b>\$22.454,50</b>	<b>\$26.211,91</b>	<b>\$31.538,47</b>
(-) Participación trabajadores 15%	\$2.925,94	\$3.075,30	\$3.368,17	\$3.931,79	\$4.730,77
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$16.580,33</b>	<b>\$17.426,70</b>	<b>\$19.086,32</b>	<b>\$22.280,13</b>	<b>\$26.807,70</b>
Impuestos	\$372,03	\$456,67	\$644,16	\$1.046,52	\$1.725,66
<b>UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$16.208,30</b>	<b>\$16.970,03</b>	<b>\$18.442,17</b>	<b>\$21.233,61</b>	<b>\$25.082,05</b>
<b>UTILIDADES ACUMULADAS</b>	<b>\$16.208,30</b>	<b>\$33.178,33</b>	<b>\$51.620,49</b>	<b>\$72.854,10</b>	<b>\$97.936,15</b>

Fuente: Estudio Financiero

Cabe recalcar que para el cálculo del impuesto a la renta del año 2019 se empleó la tabla del impuesto a la renta correspondiente.

Tabla 104  
*Impuesto a la Renta Personas Naturales 2019*

<b>TABLA DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES</b>			
<b>FRACCIÓN BÁSICA</b>	<b>EXCESO HASTA</b>	<b>IMPUESTO A LA FRACCIÓN BÁSICA</b>	<b>% IMPUESTO FRACCIÓN EXCEDENTE</b>
0	11.310	0	0%
11.310	14.410	0	5%
14.410	18.010	155	10%
18.010	21.630	515	12%
21.630	43.250	949	15%
43.250	64.860	4.193	20%
64.860	86.480	8.513	25%
86.480	115.290	13.920	30%
115.290	En adelante	22.563	35%

Fuente: (SRI, 2019)

#### 4.3.10. FLUJO DE EFECTIVO

Para la elaboración del flujo de efectivo se consideró la variación de las entradas y salidas de dinero durante los cinco años de operación, como se detalla a continuación:

Tabla 105  
*Flujo de Efectivo*

<b>FOODY</b>						
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>						
<b>MÉTODO INDIRECTO</b>						
<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1. FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>						
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$16.208,30</b>	<b>\$16.970,03</b>	<b>\$18.442,17</b>	<b>\$21.233,61</b>	<b>\$25.082,05</b>
<b>AJUSTES NO DESEMBOLSABLES</b>						
(+) Depreciación de Activos Operacionales		\$551,90	\$551,90	\$551,90	\$551,90	\$551,90
(+) Gatos de depreciación de Activos		\$309,90	\$309,90	\$309,90	\$59,90	\$59,90
(+) Amortización de intangibles		\$874,89	\$874,89	\$874,89	\$874,89	\$874,89
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>		<b>\$17.944,99</b>	<b>\$18.706,72</b>	<b>\$20.178,86</b>	<b>\$22.720,30</b>	<b>\$26.568,74</b>

<b>2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES</b>						
INVERSIONES						
(-) Inversión fija	-\$6.868,00					
(-) Inversión intangible	-\$4.374,47					
(-) Capital de trabajo		-\$9.285,23	-\$282,11	-\$384,42	-\$460,32	-\$547,56
(+) Valor de salvamento de activos fijos						\$3.059,00
(+) Recuperación de capital de trabajo						\$131.515,55
<b>SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>\$11.242,47</b>	<b>\$8.659,77</b>	<b>\$18.424,61</b>	<b>\$19.794,44</b>	<b>\$22.259,98</b>	<b>\$160.595,73</b>
<b>3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO</b>						
(+) Préstamo	\$6.868,00					
(-) Amortización del préstamo		-\$1.373,60	-\$1.373,60	-\$1.373,60	-\$1.373,60	-\$1.373,60
<b>SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-\$4.374,47</b>	<b>\$7.286,17</b>	<b>\$17.051,01</b>	<b>\$18.420,84</b>	<b>\$20.886,38</b>	<b>\$159.222,13</b>

Fuente: Estudio Financiero

#### 4.3.11. EVALUACIÓN FINANCIERA

Mediante la aplicación de los indicadores financieros, el proyecto mostrará si es rentable o no, el mismo se determina a través del flujo de efectivo, el costo de capital, la tasa interna de retorno, el valor actual neto, la tasa de interna de retorno, costo-beneficio, periodo de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio.

#### COSTO DE CAPITAL

El costo de capital hace referencia a la rentabilidad esperado sobre el dinero invertido en el proyecto, además este indicador permite establecer la tasa de rendimiento que la inversión percibiría si estuviera en una entidad financiera.

La tasa de interés de descuento del capital propio estará determinada por la tasa de interés pasiva efectiva del 7,99% establecida por el Banco central y la tasa de interés activa del capital financiado será establecida por Ban Ecuador que representa el 15,30% de acuerdo con el microcrédito del sector comercio y servicios en la que se encuentra el proyecto.

Para determinar el porcentaje ponderado se incurrió en multiplicar el porcentaje por la tasa de descuento. Finalmente se suma los resultados de la ponderación y se obtiene el costo de capital del proyecto del 10,44% como se muestra a continuación:

Tabla 106  
*Costo de Capital*

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE DESCUENTO	PONDERACIÓN
Capital propio	\$13.659,70	67%	7,99%	5,32%
Capital financiado	\$6.868,00	33%	15,30%	5,12%
<b>TOTAL</b>	<b>\$20.527,70</b>	<b>100%</b>		<b>10,44%</b>

Fuente: Estudio Financiero

### TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

La tasa de rendimiento medio o tasa de redescuento muestra la capacidad mínima con la que cuenta el proyecto para generar utilidades o rentabilidad y el proyecto deberá ser aceptado si al comparar con la tasa de capital es superior. Para el cálculo de este indicador se consideró la tasa promedio de inflación de 1,65% y el costo de oportunidad del capital invertido 10,44%, aplicado a la siguiente fórmula:

$$\text{TRM} = ((1+\text{CK}) * (1+\text{IF})) - 1$$

Donde:

**CK**= Costo del capital = 10,44%

**IF**= Tasa Promedio de Inflación = 1,65%

$$\text{TRM} = ((1+0,1044) * (1+0,0165)) - 1$$

$$\text{TRM} = 12,26\%$$

El proyecto tendrá una TRM de 12,26% para cubrir costos y gastos además la tasa es superior al costo de capital de 10,44% por lo tanto la idea de negocio es rentable.

## VALOR ACTUAL NETO

Este indicador muestra el valor del dinero que conseguirá al final de la inversión puestos a valor presente, con los datos obtenidos en el flujo de efectivo de los cinco años de operación del proyecto y la TRM (tasa de rendimiento medio) de 12,26% se procede a calcular el VAN con la siguiente formula

$$VAN = -I + \frac{\sum FE}{(1+r)^n}$$

Donde:

**VAN** = Valor actual neto

**I** = Inversión inicial

**$\sum FE$**  = Sumatoria de los flujos de efectivo

**r** = Tasa de rendimiento medio

**n** = Años de vida útil del proyecto

Cálculo

$$VAN = -619,47 + \frac{7.109,68}{(1+0,1226)^1} + \frac{16.873,43}{(1+0,1226)^2} + \frac{18.231,59}{(1+0,1226)^3} + \frac{20.677,98}{(1+0,1226)^4} + \frac{159.013,73}{(1+0,1226)^5}$$

$$VAN = -619,47 + 6.490,69 + 13.531,11 + 13.022,19 + 13.153,14 + 89.322,59$$

$$VAN = \$ 131.141,26$$

En el proyecto obtendrá un VAN de \$131.141,26 rentabilidad que generará al final los cinco años de la vida útil del proyecto, esto quiere decir que el proyecto es factible, debido a que la suma de los flujos de efectivo actualizados supera el valor de la inversión inicial.

## TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa de interna de retorno muestra la tasa de interés máximo que tendría el proyecto, donde el valor actual neto es igual a cero y determina la aprobación del mismo. Para el desarrollo del proyecto se determinó el VAN inferior considerando la tasa del rendimiento medio del 12,26% y para el VAN superior se consideró la tasa del 248,78%.

$$TIR = Ti + \left[ (Ts - Ti) * \left( \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right) \right]$$

***VAN Ti*** = VAN con tasa inferior = \$131.145,26

***Ti*** = Tasa inferior = 12,26%

***VAN Ts*** = VAN con tasa superior

***Ts*** = Tasa superior = 248,78%

Tabla 107

*Tasa Interna de Retorno*

AÑOS	FLUJOS NETOS DE	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACTUALIZADOS
	EFFECTIVO	AL 12,26%	AL 248,78%
0	-\$4.374,47	-\$4.374,47	-\$ 4.374,47
1	\$7.286,17	\$6.490,69	\$ 2.089,03
2	\$17.051,01	\$13.531,11	\$ 1.401,66
3	\$18.420,84	\$13.022,19	\$ 434,16
4	\$20.886,38	\$13.153,14	\$ 141,14
5	\$159.222,13	\$89.322,59	\$ 308,48
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 131.145,26</b>	<b>\$ 0,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

$$TIR = 12,26 + (248,78 - 12,26) * \frac{131.145,26}{131.145,26 - (0)}$$

$$TIR = 248,78\%$$

Se obtuvo una TIR del 248,78%, la cual, es superior a la tasa de rendimiento medio del 12,26% esto demuestra que en el proyecto existe rentabilidad y viabilidad.

**TIR descontada= TIR – TRM**

**TIR descontada= 248,78% – 12,26% = 236,52%**

La tasa descontada para el proyecto es de 236,52% por lo que es recomendable aceptar el proyecto.

### **COSTO BENEFICIO**

Este indicador muestra los beneficios que genera la inversión con relación a los costos y gastos incurridos es decir determina la cantidad de dinero que se recuperará por cada dólar invertido. Para calcular el costo-beneficio se debe llevar a valor presente a los ingresos, costos y gastos netos del proyecto, cabe señalar que el factor *i* representa TRM correspondiente al 12,26%, para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$C/B = \frac{\Sigma \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\Sigma \text{Costos y Gastos} / (1 + i)^n}$$

Tabla 108  
*Costo-Beneficio*

AÑO	INGRESOS	FACTOR (i) 12,26%	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS Y GASTOS	COSTOS Y GASTOS ACTUALIZADOS
0	-\$ 4.374,47	1	-\$ 4.374,47		
1	\$ 133.716,48	0,890823323	\$ 70.718,65	\$ 114.210,20	\$ 60.402,37
2	\$ 137.887,32	0,793566192	\$ 42.863,69	\$ 117.385,32	\$ 36.490,43
3	\$ 144.242,72	0,706927272	\$ 29.003,40	\$ 121.788,22	\$ 24.488,39
4	\$ 153.063,81	0,629747301	\$ 21.696,59	\$ 126.851,90	\$ 17.981,08
5	\$ 164.750,87	0,560993583	\$ 17.775,51	\$ 133.212,40	\$ 14.372,72
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 177.683,36</b>		<b>\$ 153.734,99</b>

Fuente: Estudio Financiero

Además si el valor costo-beneficio del proyecto es mayor a uno muestra que es factible pero si el valor es menos a uno debe ser rechazado

$$C/B = \frac{177.683,36}{153.734,99}$$

$$C/B = 1,16$$

Al aplicar la fórmula se obtiene que el costo beneficio del proyecto es de 1,16 lo que representa que por cada dólar invertido tiene una rentabilidad de 0,16 centavos siendo un indicador que muestra la rentabilidad del proyecto.

### **PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

El periodo de recuperación es el tiempo estimado en el cual se podrá recuperar la inversión de un proyecto, para su cálculo se emplea los flujos netos de cada año hasta recuperar la inversión con la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{b-c}{d}$$

Donde:

- **a** = Año anterior donde se recupera la inversión.
- **b** = Inversión Inicial.
- **c** = Flujo de efectivo acumulado del año anterior de recuperación de la inversión.
- **d** = Flujo de efectivo del año en el que se rescata la inversión.

Tabla 109  
*Periodo de Recuperación de la Inversión*

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS NETOS	-\$ 4.374,47	\$ 7.286,17	\$ 17.051,01	\$ 18.420,84	\$ 20.886,38	\$ 159.222,13
FLUJOS NETOS ACUMULADOS	-\$ 4.374,47	\$ 7.286,17	\$ 24.337,18	\$ 42.758,02	\$ 63.644,40	\$ 222.866,54

Fuente: Estudio Financiero

Datos:

- **a** = 1 años
- **b** = \$4.374,47
- **c** = \$7.286,17
- **d** = \$7.286,17

$$\mathbf{PRI} = 1 + \frac{4.374,47 - 7.286,17}{7.286,17}$$

$$\mathbf{PRI} = 0,6004 \text{ años}$$

$$(0,6004 * 12) = 7,2048 \text{ meses}$$

$$(0,2048 * 30) = 6,144 \text{ días}$$

Finalmente el periodo de recuperación de la inversión estimado es de 7 meses y 6 días, que representa un periodo de recuperación de gran liquidez.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Este indicador permite determinar el equilibrio en valor monetario y unidades mínimas producidas donde los ingresos y costos son igual a cero, generando un punto de referencia donde no refleja beneficios económicos del proyecto a través de la siguiente fórmula:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}} \quad PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideraron los costos fijos, variables e ingresos incurridos para el desarrollo del proyecto como se detalla a continuación:

Tabla 110  
*Punto de Equilibrio*

CUENTAS	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	\$ 133.716,48	\$ 137.887,32	\$ 144.242,72	\$ 153.063,81	\$ 164.750,87
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 133.716,48</b>	<b>\$ 137.887,32</b>	<b>\$ 144.242,72</b>	<b>\$ 153.063,81</b>	<b>\$ 164.750,87</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Costo de Ventas	\$ 84.000,82	\$ 86.137,77	\$ 89.654,66	\$ 94.039,92	\$ 99.427,91
<b>Total Costo Variable</b>	<b>\$ 84.000,82</b>	<b>\$ 86.137,77</b>	<b>\$ 89.654,66</b>	<b>\$ 94.039,92</b>	<b>\$ 99.427,91</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Gastos de Administración	\$ 14.383,88	\$ 15.017,53	\$ 15.574,57	\$ 16.153,06	\$ 16.753,83
Gastos de Ventas	\$ 13.589,90	\$ 14.204,59	\$ 14.743,71	\$ 15.303,81	\$ 15.885,71
Gastos de Financiamiento	\$ 1.050,80	\$ 840,64	\$ 630,48	\$ 420,32	\$ 210,16
Gastos Amortización	\$ 874,89	\$ 874,89	\$ 874,89	\$ 874,89	\$ 874,89
Gasto Depreciación	\$ 309,90	\$ 309,90	\$ 309,90	\$ 59,90	\$ 59,90
<b>Total Costo Fijo</b>	<b>\$ 30.209,38</b>	<b>\$ 31.247,56</b>	<b>\$ 32.133,56</b>	<b>\$ 32.811,98</b>	<b>\$ 33.784,50</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$ 114.210,20</b>	<b>\$ 117.385,32</b>	<b>\$ 121.788,22</b>	<b>\$ 126.851,90</b>	<b>\$ 133.212,40</b>
<b>PE = CF / (1 - (CV/ I))</b>	<b>\$ 81.251,91</b>	<b>\$ 83.259,50</b>	<b>\$ 84.909,26</b>	<b>\$ 85.089,73</b>	<b>\$ 85.207,78</b>

Fuente: Estudio Financiero

$$PE\$ = \frac{30.209,38}{1 - \frac{84.000,32}{133.716,48}}$$

$$PE\$ = \$ 81,251,91$$

El resultado del punto de equilibrio en unidades monetarias del proyecto es de \$81.251,91 para el primer año de operación así mismo se establece la proyección para los siguientes años de vida del proyecto.

Para determinar del punto de equilibrio en unidades producidas se empleó el punto de equilibrio en unidades monetarias distribuido para cada producto a este valor se lo dividió para el costo determinado en este apartado como se muestra a continuación:

Tabla 111  
*Punto de Equilibrio en Unidades*

PRODUCTOS	%	PE\$	P.V. U	UNIDADES
Crepe de Avena y Frutas	10,9%	\$8.881,79	\$3,00	2961
Crepe Integral	1,8%	\$1.480,30	\$3,00	493
Waffle de Avena y Frutas	6,3%	\$5.098,80	\$3,25	1569
Wrap de pollo y verduras	12,8%	\$10.362,09	\$2,75	3768
Sánduches	9,7%	\$7.894,92	\$2,00	3947
Ensalada de Frutas light	5,3%	\$4.276,42	\$2,35	1820
Ensalada de pollo y vegetales	15,0%	\$12.171,34	\$2,75	4426
Smoothie natural	7,3%	\$5.921,19	\$2,00	2961
Jugos naturales	31,0%	\$25.165,07	\$1,30	19358
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>\$81.251,91</b>		<b>41302</b>

Fuente: Estudio Financiero

El proyecto deberá producir 41.302 productos, con un ingreso de \$81.251,91 con la finalidad de cubrir los costos totales, por lo tanto la utilidad será equivalente a cero, no existe beneficio económico ni pérdida; cabe señalar que a partir de las ventas en adelante el proyecto generará beneficios económicos para el proyecto.

## RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS

A continuación se expresa el resumen de indicadores financieros, los cuales señalan y miden la factibilidad del proyecto.

Tabla 112  
*Resumen de Indicadores Financieros*

INDICADOR	VALOR	VALOR ESPERADO	RESULTADO
COSTO DE CAPITAL	10,44%	Superior a 7,99% tasa pasiva Banco Central	Factible
TRM	12,26%	Superior al costo de capital 10,44%	Aceptable
VAN	\$ 131.145,26	Superior a 0	Rentable
TIR	248,78%	Superior a TMAR 12,26%	Aceptable
TIR DESCONTADA	236,53%	Positiva luego de restar la tasa pasiva referencial del Banco Central	Aceptable
COSTO-BENEFICIO	1,16	Generación de 0,16cts por cada dólar	Rentable
PRI	7 meses 6 días	Inferior al periodo de vida del proyecto (5años)	
PE\$	\$ 81.251,91	Alcanza el PE cuando llega al 62% de las ventas totales anuales	dólares
PEQ	41.302	Alcanza el PE cuando llega al 68% de las unidades anuales	unidades

Fuente: Estudio Financiero

Como se visualiza en el resumen de indicadores financieros la realización del presente proyecto es económicamente factible, debido a que el costo de capital calculado de 10,44% es superior al 7,99% de la tasa referencial del Banco Central del Ecuador, la tasa de rendimiento medio es de 12,44% superior al costo de oportunidad lo que permitirá cubrir la totalidad de la inversión inicial y generar rentabilidad, el valor actual neto con un resultado de \$131.145,26 es positivo con lo que se afirma la viabilidad del proyecto, la tasa interna de retorno se obtuvo de la comparación de un VAN con tasa inferior y tasa superior dando como resultado 248,78% el cual es superior a la tasa de rendimiento medio siendo factible para el proyecto, en relación al costo-beneficio se ha determinado que por cada dólar invertido se logrará recuperar 0,16 centavos, el periodo de recuperación de la inversión será de 7 meses y 6 días siendo este lapso menor al periodo proyecto, finalmente el punto de equilibrio ha determinado que para cubrir los costos totales se debe contar con un monto mínimo de \$81.251,91 y producir 41,302 productos.

#### **4.3.12. CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO**

- De acuerdo con el análisis financiero el proyecto es económicamente factible, debido a que el costo de capital calculado de 10,44% es superior al 7,99% de la tasa referencial del Banco Central del Ecuador.
- La tasa de rendimiento medio es de 12,44% superior al costo de oportunidad lo que permitirá cubrir la totalidad de la inversión inicial y generar rentabilidad.
- El valor actual neto con un resultado de \$131.145,26 es positivo mayor a 0 con lo que se afirma la viabilidad del proyecto.
- La tasa interna de retorno se obtuvo de la comparación de un VAN con tasa inferior y tasa superior dando como resultado 248,78% el cual es superior a la tasa de rendimiento medio siendo factible para el proyecto.
- En relación con el costo-beneficio se ha determinado que por cada dólar invertido se logrará recuperar 0,16 centavos.
- El periodo de recuperación de la inversión será de 7 meses y 6 días siendo este lapso menos al periodo proyecto considerándose de gran liquidez.
- Finalmente el punto de equilibrio ha determinado que para cubrir los costos totales se debe contar con un monto mínimo de \$81.251,91 y producir 41,302 productos.

#### **4.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

En esta sección se abordará aspectos administrativos, legales, fiscales y laborales para iniciar la unidad productiva; como primer punto se presenta el nombre de la empresa o razón social, posterior a esto se describe la misión visión, objetivos, valores y políticas, se define la forma de organización de la empresa y se detallan los perfiles y funciones de cada puesto, con la finalidad de cumplir las metas empresariales.

Para la constitución jurídica de la empresa se describen los procedimientos que regularán las actividades conforme a lo establecido por los agentes de regulación y control en el Ecuador como son el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, el Servicio de Rentas Internas SRI y el Ministerio de Relaciones Laborales.

#### **OBJETIVO**

Diseñar la propuesta organizacional a través del estudio de aspectos administrativos, legales, fiscales, y laborales para iniciar la nueva unidad productiva con la finalidad de garantizar el logro de los objetivos propuestos.

#### 4.4.1. LA EMPRESA

El restaurante de comida rápida saludable será constituido bajo la figura de Persona Natural que según el Servicio de Rentas Internas (SRI) “Son personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas y pueden o no estar obligadas a llevar contabilidad”.

#### NOMBRE DE LA EMPRESA

**foody**  
Fast Good

El nombre comercial del restaurante de comida saludable cumple con las siguientes características:

- **Descriptivo:** Capta la esencia, la experiencia y los beneficios de la marca.
- **Original:** Es único y nuevo porque no existe en el mercado.
- **Corto:** Es fácil de recordar y tiene la finalidad de posicionarse en la mente del consumidor.
- **Sencillo:** Es fácil de pronunciar debido a que está formado por una palabra.

#### ISOLOGO

Para transmitir gráficamente la esencia de la empresa se ha diseñado un isologo en el que se fusiona el símbolo y el texto con la finalidad de ser reconocidos e identificados a nivel local, nacional e internacional.

El isologo del restaurante de comida saludable cumple con las siguientes características:

- **Original:** Permite diferenciar de la competencia porque dota de una imagen novedosa y atractiva.
- **Atractivo:** Contiene detalles que lo hacen especial y que llaman la atención por sus colores:
  - ✓ **Verde:** Está relacionado con todo lo natural, contempla una sensación de serenidad y armonía y principalmente transmite el significado de buena salud.
  - ✓ **Naranja:** Está asociado a la alegría y representa el ánimo y el estímulo.
- **Significativo:** Se asocia con formas y con un significado positivo.
  - ✓ **Circular:** Ofrece un mensaje positivo de amistad y unidad e implica compromiso, estabilidad y resistencia



Figura 33. Isologo

## **SLOGAN**

El slogan es una idea corta de lo que ofrecerá **foody** Fast Good, además muestra la función principal del establecimiento de ofrecer comida rápida saludable a la población ibarreña.

*“El placer de sentirse bien”*

## **MISIÓN**

“Elaborar productos saludables, nutritivos y de calidad con la colaboración de un personal altamente calificado, para contribuir al mejoramiento de la salud y promover una cultura de alimentación saludable”

## **VISIÓN**

“Para el año 2025 ser el restaurante de comida rápida saludable líder en el mercado local, reconocido por su especialidad en la preparación y servicio a domicilio de productos saludables generando fuentes de empleo y contribuyendo al desarrollo socio-económico”

## **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Lograr posicionamiento en el mercado mediante la oferta de productos de alta calidad, preparados con ingredientes frescos para que los clientes disfruten de alimentos saludables.
- Brindar una excelente atención personalizada a los clientes que visiten el local.
- Mantener un personal altamente calificado y motivado.
- Alcanzar un servicio rápido y eficiente cuidando que los procesos se desarrollen de manera eficaz y segura.

## VALORES CORPORATIVOS

- **Honestidad:** en la labor profesional y personal
- **Responsabilidad:** en el cumplimiento de los servicios
- **Innovación:** Nos anticipamos aplicando nuevas ideas para superar expectativas.
- **Calidad:** Generamos confianza alcanzando la excelencia en todo lo que hacemos.
- **Fidelidad:** con nuestros clientes

## POLÍTICAS EMPRESARIALES

Los criterios o lineamientos generales que guían y orientan la acción en el restaurante “foody Fast Good” son las siguientes:

- Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipo de trabajo y alimentos.
- Brindar trato justo a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, acatando los procedimientos establecidos.
- Implementar estrategias ambientales basadas en la prevención de la contaminación del medio ambiente.
- Involucrar a los stakeholders en los procesos de seguridad e inocuidad alimentarias.

## PROCESOS ESTRATÉGICOS

Para visualizar de manera general el funcionamiento integral del proyecto se ha elaborado un mapa de procesos en el que se detalla la interrelación de los procesos estratégicos, operativos y de apoyo como se detalla a continuación:

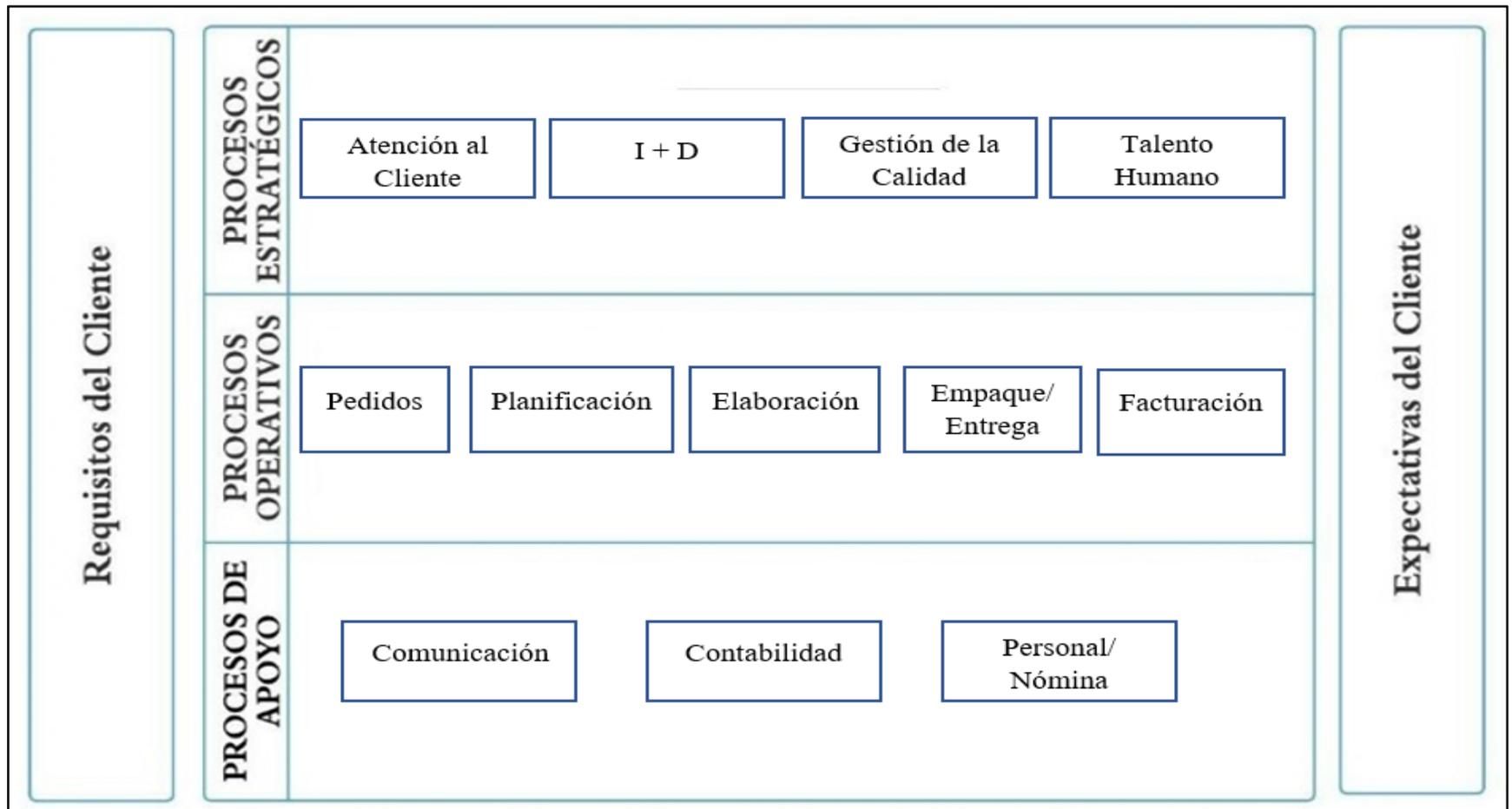


Figura 34. Mapa de Procesos

## PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

A continuación, se detalla la descripción del proceso de Planificación Estratégica:

Tabla 113

*Proceso Estratégico-Planificación Estratégica*

<b>MANUAL DE PROCESOS</b>		
<b>PROCESO</b>	Planificación Estratégica	
<b>PROPÓSITO</b>	Establecer actividades para la planificación estratégica de la empresa	
<b>ALCANCE</b>	Se aplicará en los niveles directivo, medio y operativo	
<b>RESPONSABLE</b>	El propietario administrador será el encargado de la revisión y socialización a los trabajadores	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>		
<b>N.º</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
1	Administrador	Revisar la misión y la visión de la organización
2	Administrador	Definir objetivos a corto, medio y largo plazo
3	Administrador	Diseñar el Plan de ejecución
4	Contador	Elaborar el presupuesto
5	Chef	Socializar los objetivos y asignar actividades
6	Chef	Efectuar el seguimiento de la planificación
7	Administrador	Presentar el informe de resultados
8	Administrador	Monitorear los resultados del proceso de planificación estratégica
<b>FECHA:</b>		
<b>ÚLTIMA REVISIÓN:</b>		
<b>FIRMA:</b>		

Fuente: Investigación Directa

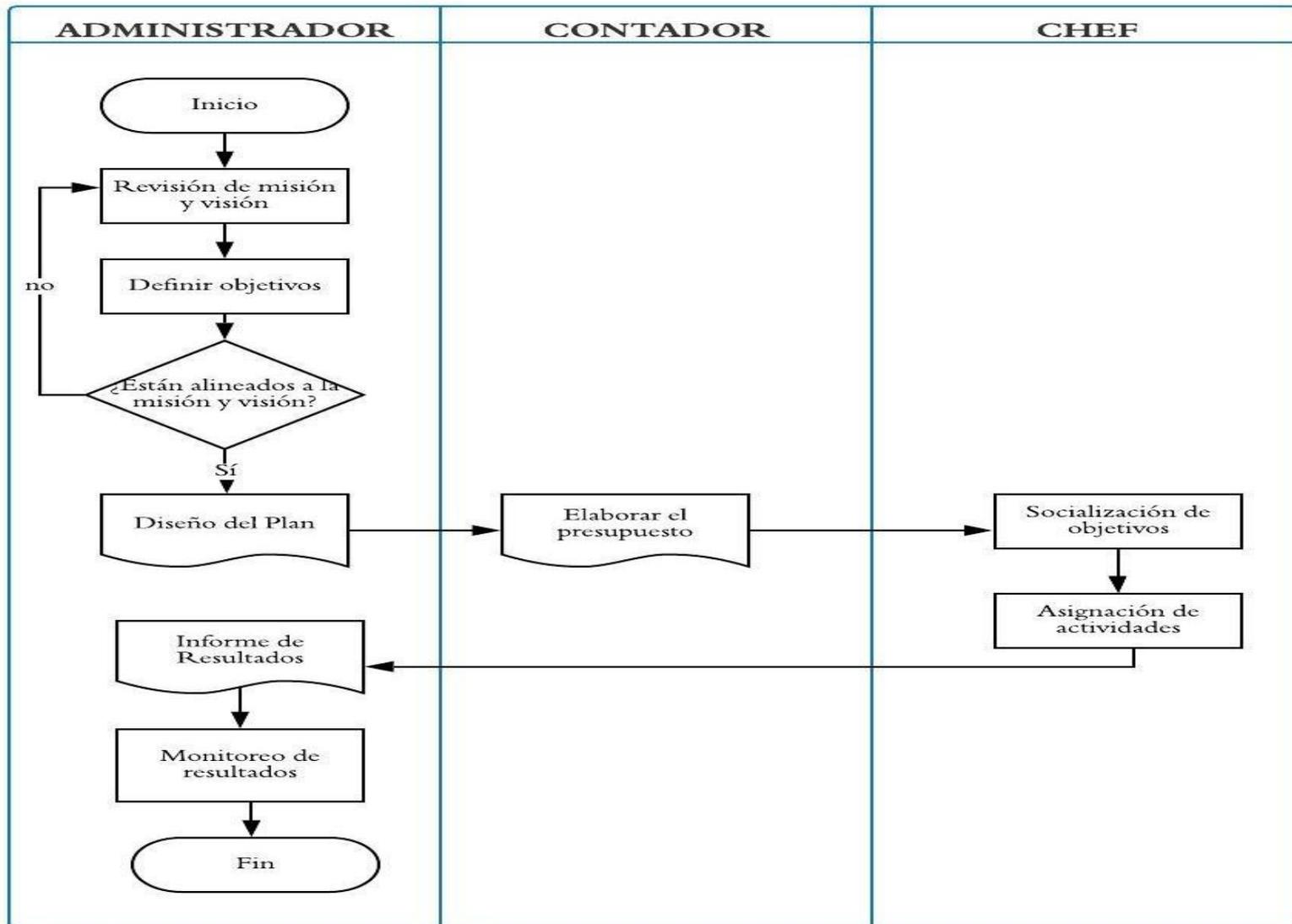


Figura 35. Flujo de Planificación Estratégica

## PROCESOS OPERATIVOS

### PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

A continuación, se detalla la descripción del proceso de Atención al Cliente:

Tabla 114

*Proceso Operativo-Atención al Cliente*

<b>MANUAL DE PROCESOS</b>		
<b>PROCESO</b>	Atención al cliente	
<b>PROPÓSITO</b>	Fidelizar y prestar buena atención a los clientes	
<b>ALCANCE</b>	Se aplicará en el nivel operativo	
<b>RESPONSABLE</b>	La cajera y el mesero serán los encargados de la atención al cliente	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>		
<b>N.º</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
1	Mesero	Efectuar el protocolo de ingreso
2	Cajero	Asistir cordialmente a los clientes
3	Cajero	Tomar la orden y registrar el pedido
4	Cajero	Cobrar la orden
5	Cajero	Facturar la orden
6	Cajero	Emitir la orden a cocina
7	Mesero	Entregar el pedido
8	Mesero	Efectuar el protocolo de salida
<b>FECHA:</b>		
<b>ÚLTIMA REVISIÓN:</b>		
<b>FIRMA:</b>		

Fuente: Investigación Directa

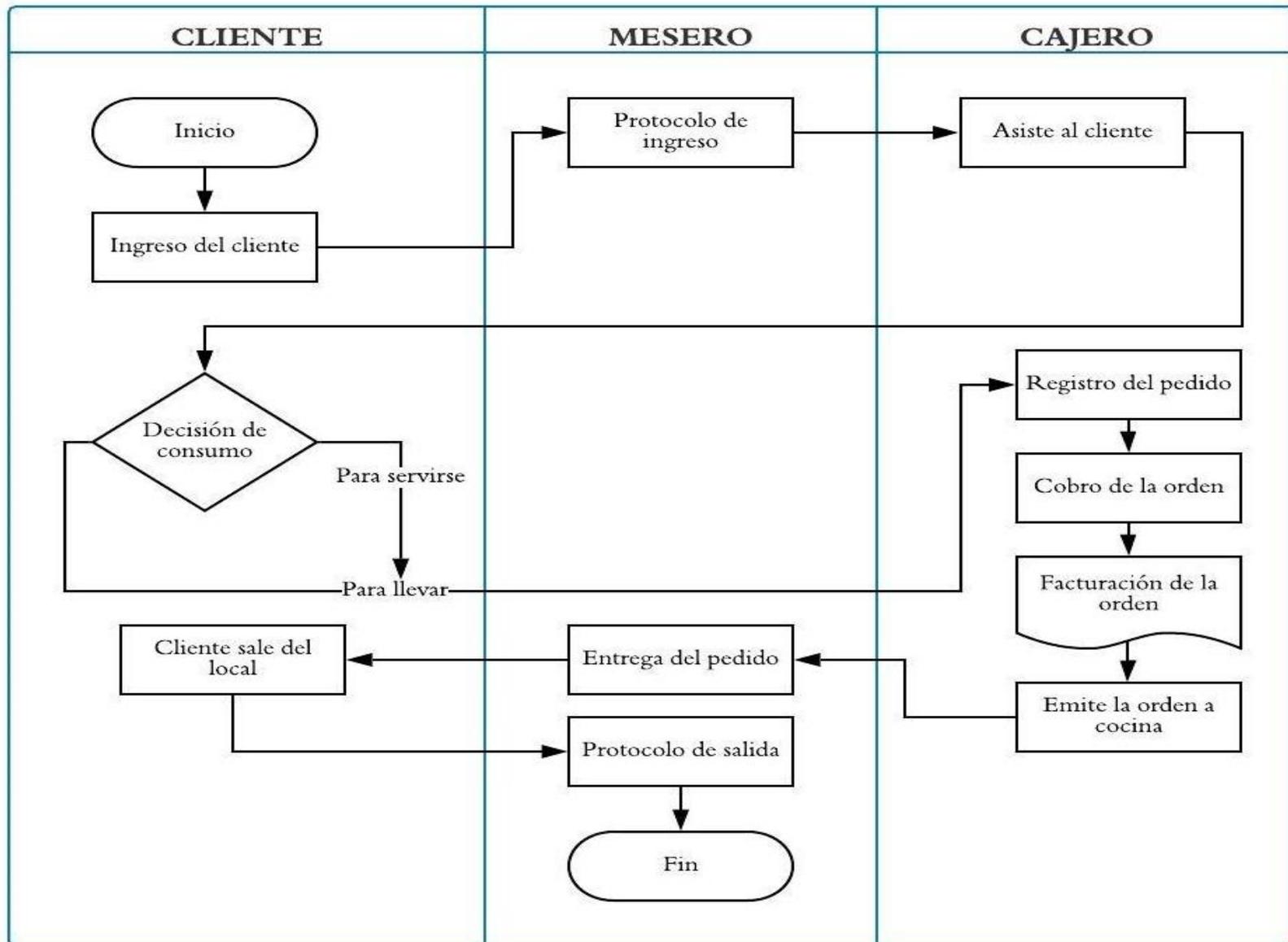


Figura 36. Flujograma de Atención al Cliente

## PROCESO DE PREPARACIÓN

A continuación, se detalla la descripción del proceso de Preparación:

Tabla 115  
*Proceso Operativo-Preparación*

<b>MANUAL DE PROCESOS</b>		
<b>PROCESO</b>	Preparación	
<b>PROPÓSITO</b>	Preparar los productos con las porciones exactas	
<b>ALCANCE</b>	Se aplicará en el nivel operativo	
<b>RESPONSABLE</b>	El Chef es el responsable de aprobar la preparación de los productos	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>		
<b>N.º</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
1	Chef	Recibir la orden de preparación
2	Ayudante de cocina	Separar y alistar la materia prima para la preparación del producto
3	Ayudante de cocina	Preparar los aderezos
4	Cocinero	Preparar el producto solicitado
5	Chef	Aprobar la preparación del producto
6	Chef	Realizar el montaje de los platos
7	Ayudante de cocina	Despachar la orden
<b>FECHA:</b>		
<b>ÚLTIMA REVISIÓN:</b>		
<b>FIRMA:</b>		

Fuente: Investigación Directa

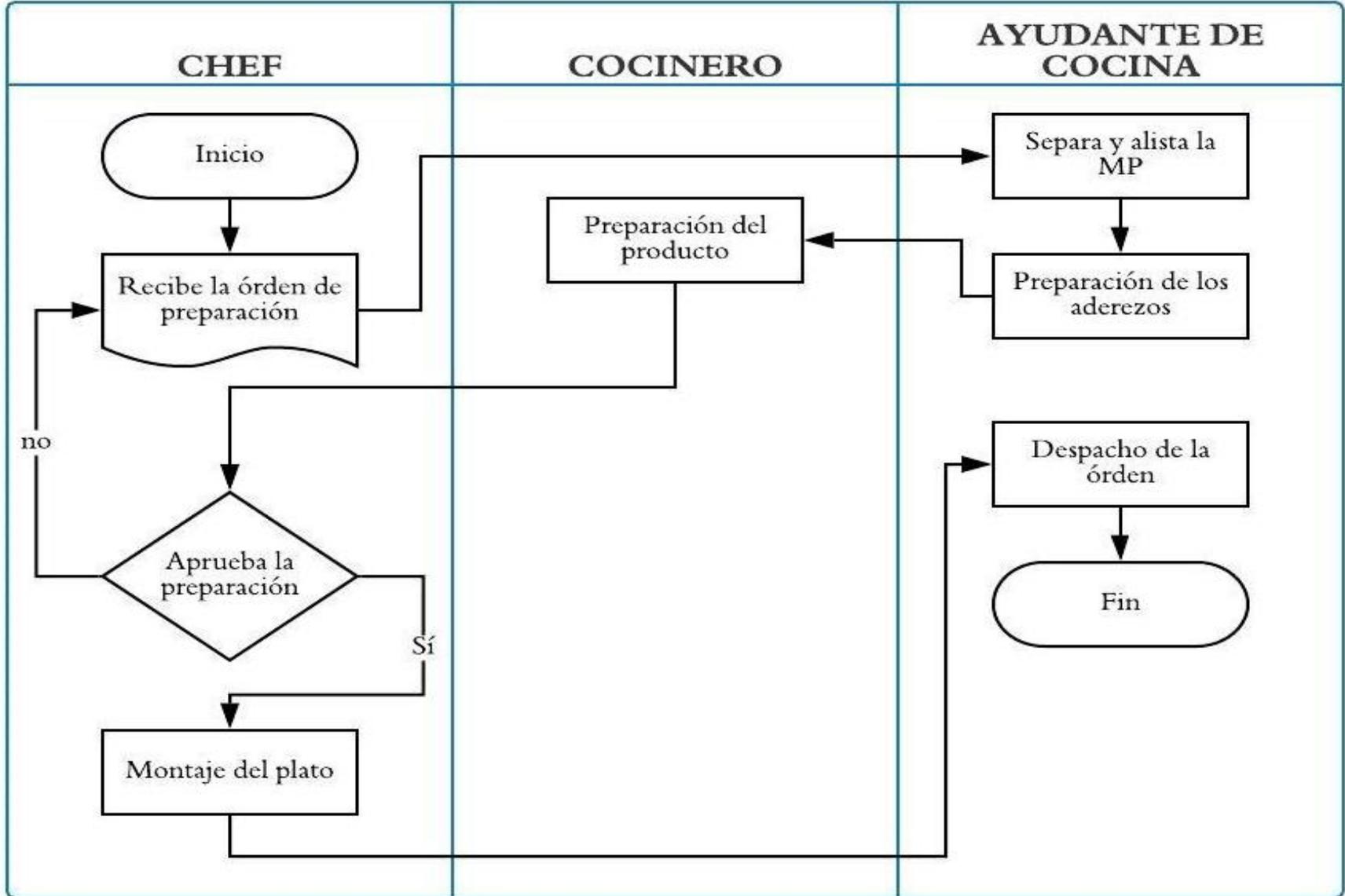


Figura 37. Flujograma de Preparación

## PROCESO DE ENTREGA A DOMICILIO

A continuación, se detalla la descripción del proceso de Entrega a Domicilio:

Tabla 116  
*Proceso Operativo-Entrega a Domicilio*

<b>MANUAL DE PROCESOS</b>		
<b>PROCESO</b>	Entrega a Domicilio	
<b>PROPÓSITO</b>	Fidelizar a los clientes, ampliar mercado e incrementar las ventas	
<b>ALCANCE</b>	Se aplicará en el nivel operativo	
<b>RESPONSABLE</b>	El Cajero será el responsable de monitorear que el pedido llegue a la dirección indicada	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>		
<b>Nº</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
1	Cajero	Asistir cordialmente al cliente una vez solicitado el pedido ya sea por llamada o por mensaje
2	Cajero	Registrar el pedido una vez confirmada la dirección
3	Cajero	Emitir la orden a cocina
4	Cajero	Solicitar el servicio express
5	Servicio express	Confirmar el tiempo estimado de llegada
6	Servicio express	Solicitar la orden
7	Mesero	Entregar la orden solicitada
8	Servicio express	Verificar que la orden esté completa
9	Cajera	Entrega la factura
10	Servicio express	Pagar la orden
11	Servicio express	Transportar la orden a su destino
12	Servicio express	Entregar el producto en la dirección y tiempo acordado.
13	Servicio express	Entregar la factura
<b>FECHA:</b>		
<b>ÚLTIMA REVISIÓN:</b>		
<b>FIRMA:</b>		

Fuente: Investigación Directa

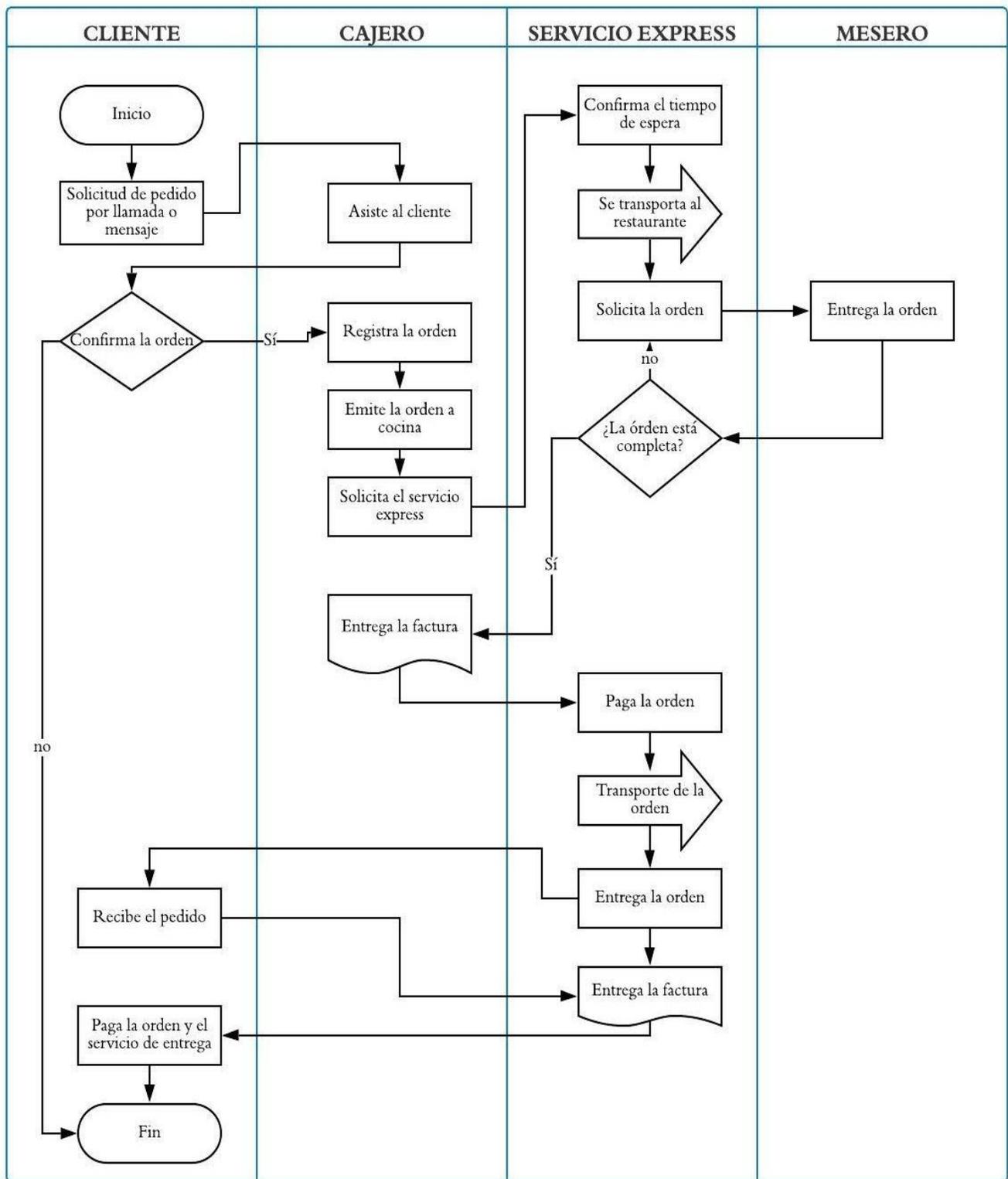


Figura 38. Flujograma de Entrega a Domicilio

## PROCESOS DE APOYO

### PROCESO DE GESTIÓN DE RECURSO HUMANO

A continuación, se detalla la descripción de Gestión de Recurso Humano:

Tabla 117

*Proceso de Apoyo-Gestión de Talento Humano*

<b>MANUAL DE PROCESOS</b>		
<b>PROCESO</b>	Gestión de Recurso Humano	
<b>PROPÓSITO</b>	Atraer personal que aporte al desarrollo de las actividades	
<b>ALCANCE</b>	Se aplicará en el nivel de apoyo	
<b>RESPONSABLE</b>	El propietario administrador es el encargado de la Gestión del Talento Humano	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>		
<b>N.º</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
1	Chef	Emite la solicitud de requerimiento de personal
2	Administrador	Apertura la vacante
3	Administrador	Receptar las solicitudes o currículum
4	Administrador	Revisar los currículums
5	Administrador	Realizar entrevistas
6	Chef	Evaluar los conocimientos
7	Administrador	Seleccionar el personal
8	Administrador	Negociar el contrato
9	Chef	Efectuar la inducción y capacitación
<b>FECHA:</b>		
<b>ÚLTIMA REVISIÓN:</b>		
<b>FIRMA:</b>		

Fuente: Investigación Directa

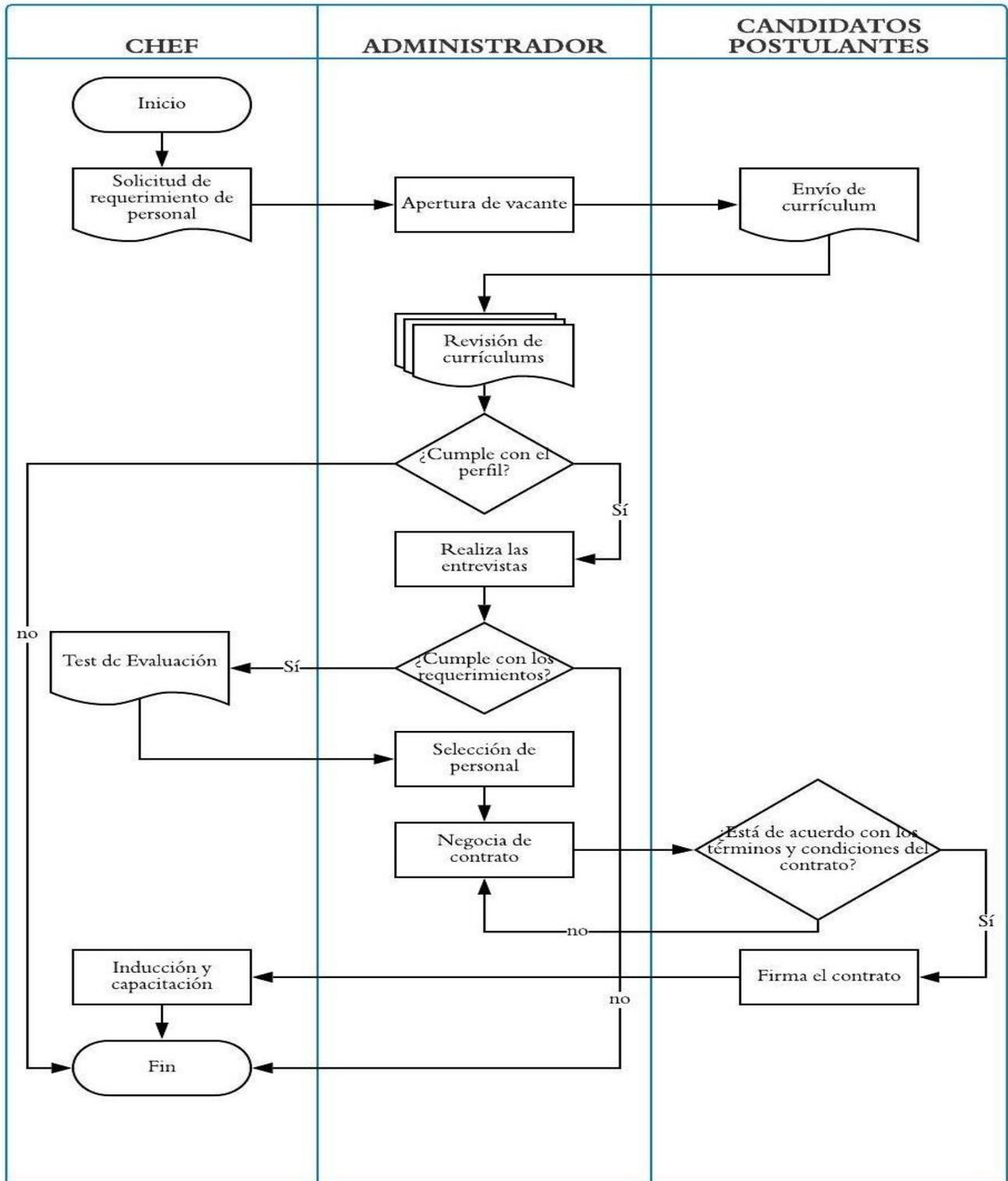


Figura 39 Flujograma de Gestión de Recursos Humanos

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural del Restaurante de Comida Rápida saludable **foody** Fast Good con servicio a domicilio utiliza una representación gráfica vertical de arriba hacia abajo para desencadenar de cada área estructural el nivel de autoridad y responsabilidad.

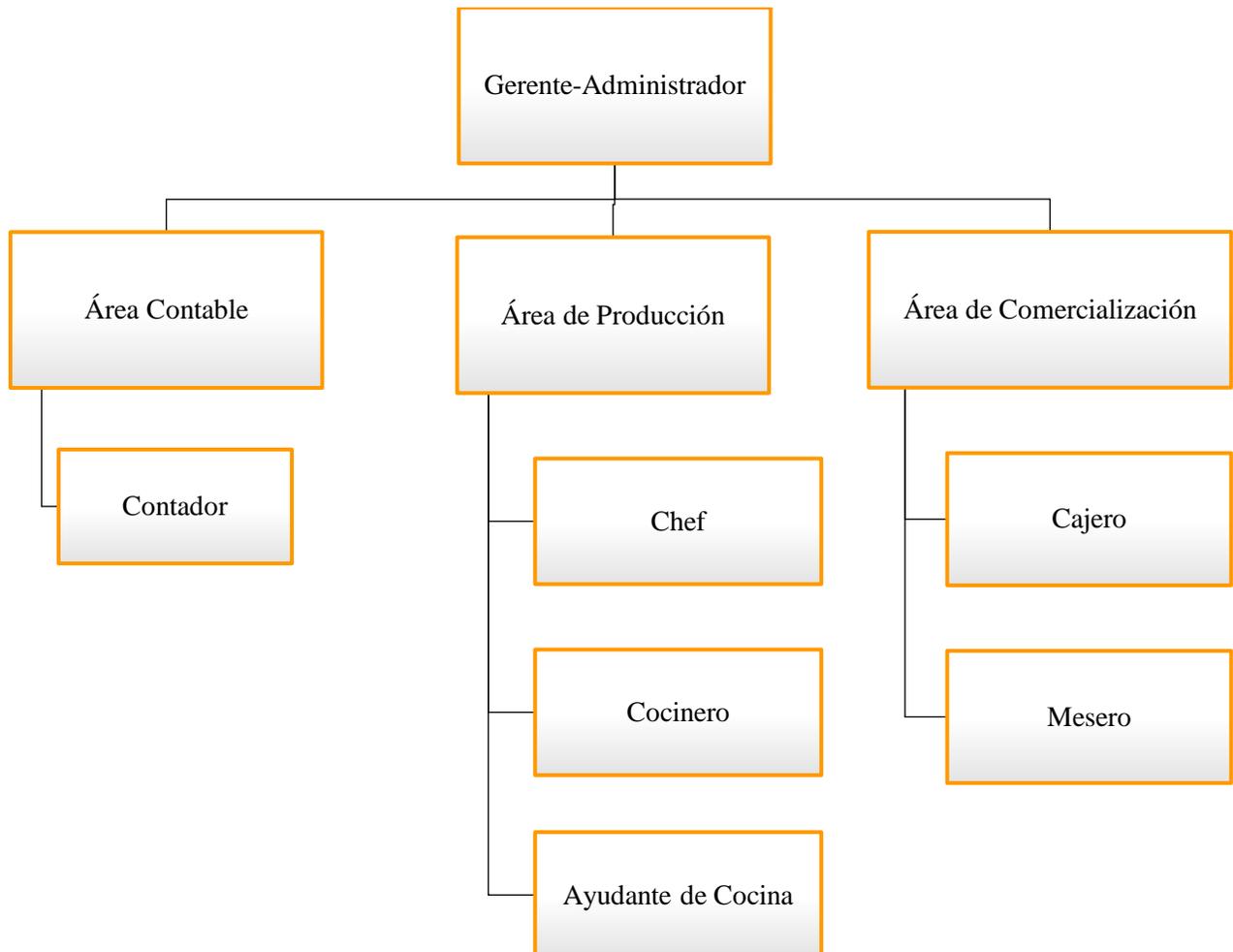


Figura 40. Organigrama Estructural

## **NIVELES ADMINISTRATIVOS**

Los niveles administrativos para **foody** Fast Good con servicio a domicilio se describen a continuación:

### **NIVEL ESTRATÉGICO**

En este nivel se encuentra el gerente administrador, quien se encargará de elaborar el plan de acción en el que se define los objetivos del restaurante, los recursos necesarios y las políticas para garantizar el cumplimiento de las metas propuestas.

### **NIVEL TÁCTICO**

En este nivel se encuentra el contador, la cajera y el chef quienes serán el encargado de coordinar el uso eficiente de los recursos y asignar las actividades establecidas por el nivel estratégico, a fin de proporcionar información necesaria para la toma de decisiones del restaurante.

### **NIVEL OPERATIVO**

En este nivel se encuentran el cocinero, ayudante de cocina y mesero, quienes serán los encargados de acatar las reglas establecidas por los niveles superiores y ejecutar las actividades asignadas en un periodo de tiempo específico.

## **MANUAL DE FUNCIONES**

Para dar cumplimiento con los objetivos establecidos se ha elaborado un manual de funciones para cada uno de los puestos de trabajo con la finalidad de establecer las funciones y responsabilidades de cada colaborador.



# MANUAL DE FUNCIONES

VERSIÓN 1

		<b>Versión</b>
		1
		<b>Fecha</b>
		1/1/2019
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página</b>
		1 de 7
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	GERENTE-ADMINISTRADOR	
<b>Área:</b>	Gerencia	
<b>Nivel:</b>	Estratégico	
<b>Reporta a:</b>	N/A	
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>		
<p>Coordinar las actividades del restaurante mediante el uso eficiente de los recursos, a fin de cumplir con las políticas establecidas.</p>		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>ESTUDIOS</b>	Formación en administración de empresas, administración de empresas turísticas y hoteleras o carreras afines.	
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de 2 años en cargos similares	
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Manejo de programas de computación y conocimiento intermedio del idioma inglés	
<b>COMPETENCIAS/ CUALIDADES</b>	Habilidad para planificar, organizar, dirigir y controlar, ser analítico, responsable, puntual, dinámico y con capacidad de trabajar bajo presión.	
<b>FUNCIONES</b>		
Representar legalmente a la empresa.		
Definir objetivos estratégicos.		
Presentar el informe de resultados.		
Monitorear los resultados del proceso de planificación estratégica.		
Realizar el proceso de selección y contratación de personal.		
Celebrar el contrato de trabajo.		
Supervisa el pago de remuneraciones y beneficios sociales.		
Monitorear el desempeño del talento humano.		
Negociar con los proveedores		
Supervisa el proceso de compras y pago a proveedores		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Recibido por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

		<b>Versión</b>
		1
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Fecha</b>	1/1/2019
	<b>Página</b>	2 de 7
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	CONTADOR	
<b>Área:</b>	Contable	
<b>Nivel:</b>	Táctico	
<b>Reporta a:</b>	Gerente-Administrador	
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>		
Llevar la contabilidad del restaurante conforme a la normativa legal vigente.		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>ESTUDIOS</b>	Formación en Contabilidad y Auditoría.	
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de 3 años en cargos similares	
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Manejo de software contable e inventarios, conocimiento en costos y normativa legal vigente.	
<b>COMPETENCIAS/ CUALIDADES</b>	Ética profesional, responsable, honesto, íntegro y con facilidad de razonamiento numérico.	
<b>FUNCIONES</b>		
Preparar el presupuesto del restaurante.		
Llevar un registro de ingresos y gastos.		
Preparar Estados Financieros y evaluar la situación económica del restaurante.		
Cumplir con las obligaciones tributarias.		
Efectuar el pago de remuneraciones y beneficios sociales.		
Efectuar el pago a los proveedores.		
Orientar la política de precios.		
Realizar estudios de inversiones.		
Asesorar al gerente en aspectos contables y tributarios.		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Recibido por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

		<b>Versión</b>
		1
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Fecha</b>	1/1/2019
	<b>Página</b>	3 de 7
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	CAJERO	
<b>Área:</b>	Comercialización	
<b>Nivel:</b>	Táctico	
<b>Reporta a:</b>	Gerente General y Contador	
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>		
Garantizar las operaciones de caja al efectuar el cobro, entrega y custodia del dinero.		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>ESTUDIOS</b>	Bachiller técnico opción: contador	
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de 1 año en el cargo de cajero.	
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Manero de efectivo y conocimientos básicos en contabilidad y computación.	
<b>COMPETENCIAS/ CUALIDADES</b>	Ético, íntegro, responsable, dinámico, proactivo, amable, cortés, dispuesto a trabajar a bajo presión.	
<b>FUNCIONES</b>		
Asistir cordialmente a los clientes.		
Revisar y contar el dinero de caja al iniciar la jornada.		
Registrar, cobrar y facturar las órdenes de consumo.		
Emitir las órdenes de consumo a cocina.		
Realizar diariamente arqueos de caja.		
Presentar reportes diarios de ventas.		
Controlar las entregas a domicilio.		
Solucionar las quejas de los clientes.		
Mantener limpia el área de caja.		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Recibido por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

		<b>Versión</b>
		1
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Fecha</b>
		1/1/2019
		<b>Página</b>
		4 de 7
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	CHEF	
<b>Área:</b>	Producción	
<b>Nivel:</b>	Táctico	
<b>Reporta a:</b>	Gerente-Propietario	
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>		
Dirigir la preparación de los alimentos y supervisar que las órdenes estén conforme a los requerimientos de los clientes.		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>ESTUDIOS</b>	Profesional de cocina, artes culinarias	
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de 2 años en el área de cocina.	
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Técnicas de preparación y manipulación de alimentos, conocimiento en legislación sanitaria.	
<b>COMPETENCIAS/ CUALIDADES</b>	Creativo, innovador, agilidad y sentido común.	
<b>FUNCIONES</b>		
Cumplir las actividades asignadas por el gerente.		
Controla el uso de materia prima para evitar desperdicios.		
Revisar la requisición de materia prima y aprobar la compra.		
Emitir las órdenes de compra de materia prima.		
Efectuar el seguimiento diario de la planificación.		
Recibir las órdenes de preparación.		
Distribuir las actividades al personal de cocina.		
Aprobar la preparación de productos.		
Realizar el montaje de los platos.		
Cuidar los equipos de cocina		
Controlar la limpieza de cocina		
Dar de baja los productos en mal estado.		
Emitir las solicitudes de requerimiento de personal.		
Evaluar los conocimientos del personal de cocina.		
Capacitar al personal de cocina en la preparación de los productos.		
Vigilar los horarios de entrada y salida del personal de cocina.		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Recibido por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

		<b>Versión</b>
		1
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Fecha</b>	1/1/2019
	<b>Página</b>	5 de 7
	<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	COCINERO	
<b>Área:</b>	Producción	
<b>Nivel:</b>	Operativo	
<b>Reporta a:</b>	Chef	
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>		
Garantizar la preparación de productos cumpliendo normas estrictas de nutrición e higiene.		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>ESTUDIOS</b>	Profesional de cocina, artes culinarias	
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de 2 años en el área de cocina.	
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Técnicas de preparación y manipulación de alimentos, conocimiento en legislación sanitaria.	
<b>COMPETENCIAS/ CUALIDADES</b>	Creativo, innovador, agilidad y sentido común.	
<b>FUNCIONES</b>		
Cumplir con las actividades asignadas por el chef.		
Inspeccionar a diario la refrigeradora, congelador y despensa para cerciorarse que la materia prima esté apta para el consumo.		
Elaborar la requisición de materia prima.		
Asegurar que se cuente con la materia prima necesaria para la preparación de los platos.		
Preparar los productos solicitados.		
Supervisar las actividades realizadas por el ayudante de cocina.		
Mantener limpia el área de cocina.		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Recibido por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

		<b>Versión</b>
		1
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Fecha</b>	1/1/2019
	<b>Página</b>	6 de 7
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	AYUDANTE DE COCINA	
<b>Área:</b>	Producción	
<b>Nivel:</b>	Operativo	
<b>Reporta a:</b>	Cocinero	
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>		
Apoyar en la preparación de productos cumpliendo normas estrictas de nutrición e higiene.		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>ESTUDIOS</b>	Bachiller, artes culinarias	
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de 1 años en el área de cocina.	
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Formas, técnicas, tiempos de cocción y manipulación de alimentos.	
<b>COMPETENCIAS/ CUALIDADES</b>	Creativo, colaborador, agilidad y sentido común.	
<b>FUNCIONES</b>		
Cumplir con las actividades asignadas por el cocinero.		
Colaborar en la revisión stock de materia prima.		
Almacenar la materia prima.		
Preparar las mezclas y aderezos.		
Lavar, pelar, cortar las legumbres, frutas y hortalizas.		
Lavar la vajilla y los utensilios de cocina.		
Verificar que los congeladores y refrigeradores operen con la temperatura adecuada.		
Organizar la refrigeradora y la despensa.		
Reportar la falta de materiales y utensilios de cocina.		
Alistar los materiales de cocina para su utilización.		
Colaborar con el orden y aseo de cocina.		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Recibido por:</b>	<b>Autorizado por:</b>
		<b>Versión</b>

		1
		<b>Fecha</b>
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		1/1/2019
		<b>Página</b>
7 de 7		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	MESERO	
<b>Área:</b>	Comercialización	
<b>Nivel:</b>	Operativo	
<b>Reporta a:</b>	Gerente, Cajera, Chef	
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>		
Garantizar la satisfacción de los clientes al atender con un trato amable y cortes los requerimientos necesarios.		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>ESTUDIOS</b>	Bachiller, estudiantes universitarios	
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de 6 meses en el área de atención al cliente.	
<b>CONOCIMIENTOS</b>	Atención al cliente, técnicas y procedimientos de servicio.	
<b>COMPETENCIAS/ CUALIDADES</b>	Colaborador, amable, dinámico, servicial, jovial, agilidad y con actitud positiva.	
<b>FUNCIONES</b>		
Cumplir con las actividades asignadas.		
Efectuar el protocolo de ingreso y de salida.		
Entregar los pedidos a tiempo y en orden.		
Levantar la vajilla y limpiar las mesas.		
Coordinar correctamente con el área de cocina.		
Conocer el menú, el tiempo de elaboración y los ingredientes de cada producto.		
Proporcionar información a los clientes sobre ofertas y promociones existentes.		
Sugerir las especialidades de la casa.		
Mantener el aseo del comedor.		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Recibido por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

#### **4.4.2. CONSTITUCIÓN JURÍDICA**

##### **NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

El nombre del restaurante será **foody** Fast Good para fines comerciales y de marketing y la razón social del establecimiento estará a nombre de la persona natural propietaria del negocio, en el caso del proyecto a nombre de Cristian Xavier Varela Sangoquiza.

##### **DOMICILIO**

El restaurante de comida rápida saludable **foody** Fast Good estará ubicado en el territorio nacional, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, sector Huertos Familiares en las calles Quito y Arturo Hidalgo Rivadeneira.

##### **OBJETO LICITO**

El restaurante tiene la finalidad de realizar actividades de servicio al ofrecer alimentos sanos y saludables, el cual deberá cumplir con la ley y no podrá ejercer otra actividad a la de ofrecer servicios

#### **4.4.3. REQUISITOS LEGALES PARA EL FUNCIONAMIENTO**

Para la puesta en marcha del proyecto debe cumplir con las siguientes obligaciones para mantenerse en el cumplimiento de la normativa:

## **OBLIGACIONES CON EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

El restaurante debe asumir los siguientes deberes formales con el Servicio de Rentas Internas (SRI, 2018), en el caso de Persona Natural son:

- Obtener el RUC
- Emitir comprobantes de venta
- Llevar registros de ingresos y gastos
- Declarar semestralmente el IVA
- Declarar anualmente el impuesto a la Renta
- Dar de baja los documentos caducados

## **REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS PERSONAS NATURALES**

El restaurante de comida rápida saludable requerirá del registro de la actividad económica que según (GAD Ibarra, 2019) los requisitos son:

- RUC ó RISE.
- Cédula de identidad y certificado de votación actualizado
- Copia de comprobante de pago del impuesto predial, donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- Certificado de compatibilidad de uso de suelo.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

## **REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO**

El establecimiento requerirá estar inscrito como actividad turística como alimentos y bebidas según el Ministerio de Turismo (2019) los requisitos para personas naturales son:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural. (obtenido por el técnico del Ministerio de Turismo en las plataformas gubernamentales o en INFODIGITAL)
- Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural para el ejercicio de la actividad comercial.
- Declaración del 1x1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales
- Obtener el certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y,
- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

## **OBLIGACIONES CON EL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL Y MINISTERIO DE TRABAJO**

Las obligaciones que tiene el empleador según el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS, 2019) son:

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales
- Afiliar al trabajador a la seguridad social a partir del primer día de trabajo inclusive si esta prueba.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltrato de palabras o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de 394 (SBU 2019).
- Asumir el porcentaje de 11,15% que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar horas extras y suplementarias
- Pagar decimos tercero y cuarto
- A partir del segundo año de trabajo pagar los fondos de reserva
- A pagar una compensación por el salario digno
- A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios

## **OBLIGACIONES CON EL CUERPO DE BOMBEROS**

Para el caso del proyecto necesitará del permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos Ibarra (2015) y de acuerdo a su actividad se enmarca dentro la categoría:

**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.

### **Requisitos:**

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

## **OBLIGACIONES CON EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y LA AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA)**

Los requisitos dispuestos por Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2019) y la actividad realizada por el establecimiento según el **Art. 22** del Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2016) son:

- Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento seleccionando la actividad de Restaurantes/Cafeterías, en el sistema de permiso de funcionamiento (<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>).

- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

## **REGLAMENTO INTERNO**

Es un documento de suma importancia en la empresa, debido a que se convierte en norma reguladora de las relaciones internas de la empresa con el trabajador. Siempre y cuando no afecte los derechos mínimos del trabajador, es una herramienta indispensable para resolver los conflictos de la empresa.(PYMEX, 2019)

Con la finalidad de regular y guiar las actividades y comportamientos del personal de Foody se ha elaborado el reglamento interno para establecer los derechos, obligaciones, resolver los conflictos y establecer una adecuada relación laboral tanto trabajadores como propietario como se muestra en el *Anexo 5*.

## **CAPÍTULO V**

### **5. VALIDACIÓN**

#### **INTRODUCCIÓN**

El proceso de validación del proyecto de investigación faculta a expertos técnicos a la revisión y comprobación de cada capítulo que integra el estudio de factibilidad, al basarse en conocimientos técnicos referentes al tema de estudio y en parámetros previamente establecidos que permitan asegurar la validez y confiabilidad de la información antes de ser publicada.

Para validar y aprobar la propuesta del estudio de factibilidad se emplea como herramienta la matriz de validación, donde se examina el contenido de la información de cada capítulo y se procede a asignar una calificación conforme a la valoración propuesta, misma que determina si el proyecto es factible, mediadamente factible o no factible.

#### **OBJETIVO**

Validar el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura mediante la evaluación de resultados y la aplicación de la matriz de validación para determinar el grado de factibilidad del proyecto.

## 5.1.EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo está integrado por todas las personas que contribuyeron a la realización del proyecto de investigación.

Está conformado por los docentes técnicos y la docente tutora, quienes están encargados de evaluar y validar los resultados del proyecto y los autores responsables del desarrollo del estudio de factibilidad, como se muestra a continuación:

Tabla 118  
*Equipo de Trabajo*

<b>DOCENTES TÉCNICOS</b>
Dr. Luis Vinicio Saráuz Estévez
Dr. Luis Eduardo Lara Villegas
<b>DOCENTE TUTORA</b>
MSc. María Gabriela Arciniegas Romero
<b>AUTORES</b>
Silvia Carolina Guzmán García
Cristian Xavier Varela Sangoquiza

Fuente: Oficio 381-HCD

## 5.2.MÉTODO DE VERIFICACIÓN

El método de verificación consiste en una matriz en la que se detalla cada uno de los factores que serán sometidos a validación y los resultados que determinarán el grado de factibilidad del proyecto.

### 5.2.1. FACTORES PARA VALIDAR

En este apartado se define los aspectos de cada capítulo con criterios específicos que requieren ser validados por los expertos técnicos asignados, los cuales fueron seleccionados de acuerdo con el grado de importancia y pertinencia de cada factor en la investigación.

Tabla 119  
*Factores para Validar*

<b>CAPÍTULO</b>	<b>FACTOR PARA VALIDAR</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b>	Sustento técnico de la investigación
<b>PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS</b>	Tipo, métodos y técnicas de investigación
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b>	Planteamiento de oportunidad diagnóstica
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	Identificación de la demanda potencial
	Análisis del balance Oferta-Demanda
	Planteamiento de Estrategias de Comercialización
<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	Análisis de Microlocalización
	Selección y justificación de la capacidad instalada
	Planteamiento de ingeniería del proyecto
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	Determinación de Inversión para el proyecto
	Indicadores financieros/ Resultados
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b>	Estructura organizacional

### 5.2.2. MÉTODO DE CALIFICACIÓN

La calificación por parte del equipo de trabajo se realizará en base a criterios de factibilidad como son:

- **Factible:** Significa que la propuesta presentada es viable y rentable, por lo tanto se ha sustentado en la investigación probando así su validez y pertinencia.
- **Medianamente Factible:** Significa que existen aspectos que se pueden mejorar en el proyecto o tienen debilidades que no constituyen un riesgo alto para el proyecto.
- **No Factible:** Significa que el proyecto no presenta resultados adecuados y positivos que garanticen la viabilidad y rentabilidad del mismo.

### 5.2.3. RANGO DE INTERPRETACIÓN

Por cada criterio se asignará porcentajes de tolerancia que permitirán validar de manera general el proyecto al obtener resultados y conclusiones en base a la calificación asignada.

Tabla 120  
*Rangos de Interpretación*

CRITERIOS	CALIFICACIÓN
<b>FACTIBLE</b>	100% - 90%
<b>MEDIANAMENTE FACTIBLE</b>	89,99% - 70%
<b>NO FACTIBLE</b>	Menor a 70%

Por cada capítulo se ha asignado una ponderación conforme a la relevancia del mismo, que al final se obtendrá una sumatoria y a partir de este resultado se determinará si el proyecto es factible, medianamente factible o no factible.

Tabla 121  
*Porcentajes de Calificación*

<b>FACTORES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%
ESTUDIO DE MERCADO	20%
ESTUDIO TÉCNICO	20%
ESTUDIO FINANCIERO	20%
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

### **5.3.RESULTADOS**

En la siguiente tabla se presenta la matriz de validación que será completada por el equipo de trabajo, de la cual se derivará el resultado de la evaluación al proyecto, en base al método de calificación y al rango de interpretación.

Tabla 122

Matriz de Validación Directora de Tesis

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
FOODY FAST GOOD					
VALIDADO POR: MSc. María Gabriela Arciniegas Romero					
FECHA: 19/12/2019					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	9	0,9	
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	9	0,9	
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	10	1	
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	9	1,8	
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	9	1,8	
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	9	1,8	
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	10	1	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>9,2</b>	
<b>FIRMA</b>					

Tabla 123

Matriz de Validación Oponente 1

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
FOODY FAST GOOD					
VALIDADO POR: Doc. Luis Vinicio Saráuz Estévez					
FECHA: 19/12/2019					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	9	0.9	
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	9	0.9	
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	9	0.9	
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	8	1.6	
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	8	1.6	
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	9	1.8	
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	9	1.8	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>9.5</b>	
<b>FIRMA</b>					

Tabla 124

Matriz de Validación Oponente 2

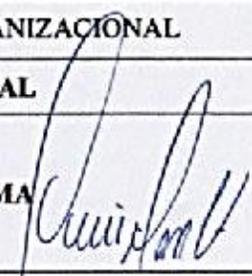
MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
FOODY FAST GOOD					
VALIDADO POR: Doc Luis Eduardo Lara Villegas					
FECHA: 18/12/19					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	9	0,9	
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	9	0,9	
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	9	0,9	
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	9	1,8	
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	9	1,8	
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	9	1,8	
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	9	0,9	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		9	
FIRMA 					

Tabla 125.  
Resultados

<b>MATRIZ DE VALIDACIÓN</b>								
<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>								
<b>FOODY FAST GOOD</b>								
<b>Capítulo</b>	<b>Factor a validar</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero</b>	<b>Doc. Luis Vinicio Saráuz Estévez</b>	<b>Doc. Luis Eduardo Lara Villegas</b>	<b>Promedio</b>	<b>Resultados</b>	<b>Observaciones</b>
I	Fundamentación Teórica	10%	0,9	0,9	0,9	0,9	9%	
II	Procedimiento Metodológicos	10%	0,9	0,9	0,9	0,9	9%	
III	Diagnóstico Situacional	10%	1	0,9	0,9	0,93	9,3%	
IV	Estudio de Mercado	20%	1,8	1,6	1,8	1,73	17,3%	
	Estudio Técnico	20%	1,8	1,6	1,8	1,73	17,3%	
	Estudio Financiero	20%	1,8	1,8	1,8	1,8	18%	
	Estudio Organizacional	10%	1	0,9	0,9	0,93	9,3%	
TOTAL		100%	9,2%	8,6%	9%	8,92	89,2%	

### **5.3.1. CALIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN**

El estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura demuestra ser un proyecto factible, en base al resultado obtenidos en las matrices de validación efectuadas por los tutores técnicos encargados de la evaluación de cada uno de los capítulos del proyecto, de lo cual se obtuvo un porcentaje de factibilidad del 89,2% según los criterios de validación establecidos en este capítulo.

## CONCLUSIONES

- Mediante el análisis del diagnóstico situacional se determina que la ciudad de Ibarra al encontrarse ubicada en una zona estratégica posee una variedad de microclimas que hacen posible la diversidad de productos agrícolas y el fácil acceso a la materia prima, mano de obra, además cuenta con vías de acceso de primer orden y excelente cobertura de servicios básicos.
- Se determinó que la demanda insatisfecha para el restaurante de comida rápida saludable en la ciudad de Ibarra es de 591.146 platos para el 2019, sin embargo, como no es posible cubrir en su totalidad se calculó la demanda efectiva en base al 10,2% determinado en la pregunta uno de la encuesta y se obtuvo un resultado de 60.353 platos anuales.
- Al considerar la cantidad de recursos materiales, humanos, tecnológicos y financieros con los que contará el proyecto para el primer año de operación, el volumen máximo de producción será de 251 productos diarios, consecuentemente 5.029 productos mensuales y al año serían 60.353 productos; con un horario de atención de 9h00 a 17h00.
- El proyecto es económicamente factible, debido a que el costo de capital calculado de 10,44% es superior al 7,99% de la tasa referencial del Banco Central del Ecuador, la tasa de rendimiento medio es de 12,44% superior al costo de oportunidad lo que permitirá cubrir la totalidad de la inversión inicial y generar rentabilidad, el valor actual neto con un resultado de \$131.145,26 es positivo con lo que se afirma la viabilidad del proyecto, la tasa interna de retorno se obtuvo de la comparación de un

VAN con tasa inferior y tasa superior dando como resultado 248,78% el cual es superior a la tasa de rendimiento medio siendo factible para el proyecto, en relación al costo-beneficio se ha determinado que por cada dólar invertido se logrará recuperar 0,16 centavos, el periodo de recuperación de la inversión será de 7 meses y 6 días siendo este lapso menos al periodo proyecto, finalmente el punto de equilibrio ha determinado que para cubrir los costos totales se debe contar con un monto mínimo de \$81.251,91 y producir 41,302 productos.

- El restaurante de comida rápida saludable será constituido bajo la figura de Persona Natural con la denominación comercial de Foody Fast Good y se empleará una estructura vertical que facilite la toma de decisiones.

## RECOMENDACIONES

- Aprovechar la oportunidad que brinda el entorno y el gobierno con programas que impulsen la creación de microemprendimientos e invertir para crear el restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura.
- Aplicar estrategias de marketing mix para lograr acaparar la demanda efectiva y posterior posicionarse en el mercado a fin de generar mayores ventas y rentabilidad.
- Aprovechar la disponibilidad de recursos existentes y la localización con gran potencial de crecimiento en el sector lo que hace un lugar agradable para los inversionistas.
- Evaluar las condiciones de financiamiento para la creación de PYMES, considerando tasas de interés bajas y facilidades de pago.
- Cumplir con todos los tramites, patentes y permisos de funcionamiento estipulados por los organismos de control a fin de regularizar el funcionamiento del restaurante.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, A., & Sánchez, B. E. (2014). *Formulación y Evaluación de Proyectos Agrarios* (ECOFE). Bogotá.
- Anda, P. (2017, April 17). INEC: “Los alimentos más consumidos en Ecuador son pan, arroz y gaseosas.” *Ecuadorwillana*. Retrieved from <https://ecuadorwillana.com/2017/04/17/los-alimentos-mas-consumidos-ecuador-pan-arroz-gaseosas/>
- ANSI. (2016). Procedimientos y procesos. In *Procedimientos y Procesos*. Retrieved from [http://biblio3.url.edu.gt/publiclg/biblio\\_sin\\_paredes/fac\\_economicas/2016/orga\\_empr/cap/07.pdf](http://biblio3.url.edu.gt/publiclg/biblio_sin_paredes/fac_economicas/2016/orga_empr/cap/07.pdf)
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos, 7ma Edición*.
- Baca, G. (2016). *Evaluación de Proyectos* (McGrawHil, Ed.). México.
- Banco Central del Ecuador. (2019). Ecuador: Reporte Mensual de Inflación. In *Banco Central del Ecuador*. Retrieved from <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201903.pdf>
- Banco del Pacífico. (2019). Emprendedor Pacífico para Empresas. Retrieved December 3, 2019, from <https://www.bancodelpacifico.com/empresas/creditos/emprendedor-pacifico>
- BanEcuador. (2019). Crédito para emprendimientos -. Retrieved December 3, 2019, from 2019 website: <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiara/credito->

emprendimientos/

Bañuelos, P. B., Zwaiman, J. S., & García, L. H. (2018). *Costos Gerenciales*. Retrieved from [https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5635966&query=materia prima mano de obra](https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5635966&query=materia+prima+mano+de+obra)

Berdegú, J. (2017). FAO: “La mala alimentación mata más que el narcotráfico en América Latina” | Radio Huancavilca 830AM. Retrieved September 23, 2019, from <https://radiohuancavilca.com.ec/salud/2017/07/01/fao-la-mala-alimentacion-mata-mas-narcotrafico-america-latina/>

Bolaños, C. (2019). *140 casos de diabetes atiende cada mes el Hospital San Vicente*. Retrieved from <https://www.elnorte.ec/ibarra/140-casos-de-diabetes-atiende-cada-mes-el-hospital-san-vicente-NY331942>

Bolaños, J. C. (2017, November 27). Radiografía alimenticia del ecuatoriano: ¿buena o mala para nuestra salud? *El Extra*. Retrieved from <https://www.extra.ec/actualidad/alimentacion-nutricion-inec-salud-ecuador-YF1869199>

Caballero, A. (2014). *Metodología Integral Innovadora para planes y tesis* (CENGAGE). México.

Cahuasqui Cevallos, E. M. (2018). Estudio de las características personales, educativas y socio-productivas de los pequeños y medianos emprendedores de las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos. *Sathiri*, (6), 99. <https://doi.org/10.32645/13906925.282>

Cangás, R. (2018, October 16). Buscan mejorar hábitos alimenticios : Noticias Imbabura : La

Hora Noticias de Ecuador, sus provincias y el mundo. *La Hora*. Retrieved from <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102193751/buscan-mejorar-habitos-alimenticios>

Carbonel, J. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* (MACRO). Perú.

Código de Comercio. (2019). Registro Oficial Suplemento 497 de 29-may.-2019. Retrieved November 25, 2019, from [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/Código\\_de\\_Comercio.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/Código_de_Comercio.pdf)

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008 Decreto Legislativo 0 Registro Oficial*. Retrieved from [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)

Corporación Financiera Nacional. (2017). *FICHA SECTORIAL GDGE-SUBG. DE ANÁLISIS E INFORMACIÓN*.

Cuerpo de Bomberos Ibarra. (2015). Guía de Trámites | BomberosIbarra. Retrieved December 17, 2019, from <http://bomberosibarra.gob.ec/?p=1353#!/>

Dos Santos, M. (2017). Investigación de mercados: manual universitario. In *The Charleston Advisor*. <https://doi.org/10.5260/chara.19.2.39>

El Comercio. (2010). 4 productos están de temporada en Ibarra. *El Comercio*. Retrieved from <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/productos-temporada-ibarra.html>

El Comercio. (2018, July 2). En Ecuador, la tasa de mortalidad masculina es mayor a la femenina. *El Comercio*. Retrieved from

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-tasa-mortalidad-masculina-mayor.html>

El Norte. (2018). *¿Sabes el trato que le dan a la comida que venden en las calles?* Retrieved from <https://www.elnorte.ec/ibarra/sabes-el-trato-que-le-dan-a-la-comida-que-venden-en-las-calles-JI138957>

El Telégrafo. (2011). La intermediación afecta el precio de los productos. *El Telégrafo*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/actualidad/1/la-intermediacion-afecta-el-precio-de-los-productos>

El Telégrafo. (2016, May 21). El Telégrafo. *La Gastronomía Ibarreña Se Degusta En La Calle Olmedo*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/la-gastronomia-ibarrena-se-degusta-en-la-calle-olmedo>

El Telégrafo. (2018, May 16). Las grasas trans causan 500.000 muertes al año. *El Telégrafo*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/grasas-trans-muertes-oms>

El Universo. (2018). *Ecuador, líder regional en emprendimiento, por sexto año consecutivo* / *Economía* / *Guayaquil* / *El Universo*. Retrieved from <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/10/07/nota/6986654/ecuador-lider-regional-emprendimiento-sexto-ano-consecutivo>

El Universo. (2019, October 18). Tasa de desempleo en Ecuador sube a 4,9%. *El Universo*. Retrieved from <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/18/nota/7563827/tasa-desempleo-pais-suba-49>

EmprendEcuador. (2019). Programa EmprendEcuador. Retrieved from

<http://www.elemprendedor.ec/financiamiento-y-mas-en-emprendecuator/>

Encuesta Nacional de Empleo, D. y S. (2019). *Boletín Técnico N°02-2019-ENEMDU*.

Retrieved from [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin\\_mar2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin_mar2019.pdf)

Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. (2017). *Sobrepeso en Ecuador, en la mira de la*

*Organización Mundial de la Salud*. Retrieved from <https://www.expreso.ec/actualidad/obesidad-sobrepeso-alimento-dieta-erikaalvarez-oms-inec-salud-YX1761427>

ENSANUT. (2014). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. In *The British Journal of*

*Psychiatry* (Vol. 111). <https://doi.org/10.1192/bjp.111.479.1009-a>

Eyssautier, M. (2016). *Metodologías y técnicas de investigación en ciencias aplicadas* (Trillas). México.

Filgueira, C. (2017). *Manual contable NIIF*. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5635592&query=manual de costos y gastos>

Flórez, J. A. (2015). *Plan de Negocios* (Ediciones). Bogotá.

Flórez, J. A. (2017). *Proyectos de Inversión para PYME* (ECOIE). Bogotá.

FODEMIPYME. (2019). FODEMIPYME. Retrieved December 4, 2019, from

<https://www.bancopopular.fi.cr/BancaSocial/FODEM1/Paginas/default.aspx>

Foro Económico Mundial. (2018). Ecuador - Índice de Competitividad Global. Retrieved

December 4, 2019, from <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice->

competitividad-global/ecuador

GAD Ibarra. (2019a). Ibarra, Ciudad a la que siempre se vuelve. Retrieved from <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra1234/informacion-general>

GAD Ibarra. (2019b). Requisitos de trámites. Retrieved December 17, 2019, from <https://www.ibarra.gob.ec/site/blog/2019/05/28/requisitos-de-tramites/>

Gama, G. (2019). Definicion Demanda Potencial | Producto (Negocios) | Mercado (Economía). Retrieved November 21, 2019, from <https://es.scribd.com/document/239544936/Definicion-Demanda-Potencial>

Gañan, V. (2019). La importancia de la publicidad en las redes sociales. Retrieved December 8, 2019, from <https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/>

García, A., & Ortiz, L. (2015). *Normas Internacionales de Contabilidad* (Ediciones). Bogotá.

García, J. (2015). Los Cambios en el consumo alimentario. Retrieved from <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/15/15-262.pdf>

Gómez, A. (2016). *Facultad de Economía UNAM. Estudio de Mercado.*

González, J. L., & Romero, Y. (2018). LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS Y SU IMPACTO POSITIVO DENTRO DEL ECUADOR. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, (54). Retrieved from <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/innovacion-empresas-ecuador.html>

Huamán, L., Vidal, P., & Rios, F. (2015). *Metodologías para implantar la estrategia*

- (Universida). Retrieved from [https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=4184895&query=estudio organizacional](https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=4184895&query=estudio%20organizacional)
- IESS. (2019). Derechos y Obligaciones del trabajador y empleador - EcuadorLegalOnline. Retrieved December 17, 2019, from <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/>
- INEC. (2010a). *Censo Nacional Económico*. Retrieved from <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- INEC. (2010b). Fasículo Provincial de Imbabura. In *Ecuadorencifras* (Vol. 1). Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf%0Ahttp://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf%0Ahttp://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/desc>
- INEC. (2010c). *Proyección por edades Provincias y nacional*. Retrieved from <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- INEC. (2014). *Principales Causas de Mortalidad*. Retrieved from <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/vdatos/>
- INEC. (2018). *INFLACIÓN*.
- INEC. (2019a). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y subempleo. In *Boletín técnico N° 03-2019*. Retrieved from [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Junio/Boletin\\_tecnico\\_de\\_empleo\\_jun19.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Junio/Boletin_tecnico_de_empleo_jun19.pdf)

- INEC. (2019b). Encuesta Nacional Pobreza y Desigualdad. In *Instituto Nacional de Estadística y Censos* (Vol. 02–2019). Retrieved from [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/Boletin\\_tecnico\\_pobreza\\_y\\_desigualdad\\_junio\\_2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/Boletin_tecnico_pobreza_y_desigualdad_junio_2019.pdf)
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria manifiesta. (2019). Fomento Productivo – Economía Solidaria. Retrieved December 4, 2019, from <https://www.economiasolidaria.gob.ec/fomento-productivo/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). Proyecciones Poblacionales |. Retrieved November 6, 2019, from PROYECCIONES POBLACIONALES 2010-2020 website: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Izar, J. (2016). *Gestión y Evaluación de Proyectos* (CENGAGE). México.
- Jacho, M. (2015). *Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con un ambiente relax, ubicado en el sector de el batán en el DMQ.*
- Kenner, R. (2008). *(81) Food, Inc - Documental en español - YouTube*. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=7VJn\\_mfV43c](https://www.youtube.com/watch?v=7VJn_mfV43c)
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. In *Espae*. Retrieved from <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Lazo, X. (2019). *Productos frescos a precios justos ofrece feria agrícola en Ibarra*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/feria-agricola-imbabura>
- Ledesma, R. (2018, December 27). *Salario básico en Ecuador se fija en \$394 para el 2019 |*

*Economía / Noticias / El Universo.* Retrieved from [https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/27/nota/7114467/salario-basico-unificado-ecuador-se-fija-394-2019?utm\\_source=fb-tw-gp&utm\\_medium=social&hootPostID=7e081313b3cec34cdeb1d618eeecf8ae](https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/27/nota/7114467/salario-basico-unificado-ecuador-se-fija-394-2019?utm_source=fb-tw-gp&utm_medium=social&hootPostID=7e081313b3cec34cdeb1d618eeecf8ae)

León, É. (2018, May 27). Ecuador retorna a la alimentación tradicional. *El Telégrafo*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/ecuador-alimentacion-tradicional>

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. *LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA.* , (2014).

Ley Orgánica de Salud. (2015). *LEY ORGANICA DE SALUD.*

López, L. (2014). Definición del perfil de la demanda objetiva del proyecto. Retrieved November 21, 2019, from <https://prezi.com/p3g8mhzpl8us/definicion-del-perfil-de-la-demanda-objetiva-del-proyecto/>

Loya, D. (2017). *Análisis de la devolución de Impuesto a la Renta en el Ecuador.*

Luis, M., Guananga, A., Gonzalo, Q. M. M., Caiza, R., Guido, M., Albán, G., ... Perugachi, P. (2018). *Situación y Gestión del Emprendimiento.*

Luna, A. C. (2016). *Plan Estratégico de Negocios (Grupo Patr).* Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4849861>

mab Hotelero. (2018, January 12). *Las 12 tendencias alimenticias de 2018.* Retrieved from <https://mabhostelero.com/2018/01/112-tendencias-triunfaran-la-alimentacion-ano-2018/>

- Matango, F. (2016). Yahuarcocha: Lugar Turístico, Gastronómico y Recreativo. Retrieved December 3, 2019, from matango.com website: <http://www.franklinmatango.com/yahuarcocha/>
- Mejía, E., Novoa, E., Ñaupas, H., & Villagomez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (Ediciones). Bogotá.
- Mendoza, C. (2017). *Presupuesto para Empresas de Manufacturas* (Universida). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5426533&query=Presupuesto+para+Empresas+de+Manufacturas#>
- Meza, J. de J. (2017). *Evaluación Financiera de Proyectos* (ECOFE). Bogotá.
- Ministerio de Salud Pública. (2017). Reconocimiento de Responsabilidad Nutricional – Ministerio de Salud Pública. Retrieved September 24, 2019, from <https://www.salud.gob.ec/reconocimiento-de-responsabilidad-nutricional/>
- Ministerio de Salud Pública. (2018). *Plan Interseccional de Alimentación y Nutrición Ecuador*. Retrieved from [http://www.ghbook.ir/index.php?name=های رسانه و فرهنگ&option=com\\_dbook&task=readonline&book\\_id=13650&page=73&chckhashk=E9D9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component](http://www.ghbook.ir/index.php?name=های رسانه و فرهنگ&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chckhashk=E9D9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component)
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2016). *Acuerdo-2016-Nº-79* (pp. 1–12). pp. 1–12. Retrieved from <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/ACUERDO-2016-Nº-79.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (2019a). Código del Trabajo. In *Boletín de la Oficina General del Trabajo*. <https://doi.org/10.1063/1.1863417>

- Ministerio de Trabajo. (2019b). *Tabla de Sueldos Mínimos Sectoriales 2019 - Ministerio del Trabajo Ecuador - Foros Ecuador*. Retrieved from <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/economía-y-finanzas/9105-tabla-de-sueldos-mínimos-sectoriales-2019-ministerio-del-trabajo-ecuador>
- Ministerio de Turismo. (2019). Registro de Alimentos y Bebidas - Portal Servicios MINTUR. Retrieved December 17, 2019, from <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>
- Miranda, E. (2017, June 8). El Universo. *Aumenta La Implementación de Negocios de Comida Rápida*. Retrieved from <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2017/06/08/nota/6220147/aumenta-implementacion-negocios-comida-rapida>
- Morales, J. (2015). El Telégrafo. *Gastronomía de Ibarra*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/gastronomia-de-ibarra>
- Mulders, M. (2014). *101 Modelos de Administración* (Trillas). México.
- Munch, L. (2014). *Administración: Gestión Organizacional, Enfoques y Proceso Administrativo* (PEARSON). México.
- Navarro, J. (2014). *Epistemología y Metodología* (Patria, Ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3227854&query=metodología+cualitativa+y+cuantitativa>
- Norma Internacional de Contabilidad 1. (2016). *Norma Internacional de Contabilidad 1 Presentación de estados financieros*. 1–24.

Norma Internacional de Contabilidad 38. Activos intangibles. , 2 Revista Alternativa Financiera § (2016).

Norma Internacional de Contabilidad 7. (2016). *Norma Internacional de Contabilidad Estado de Flujos de Efectivo*. Retrieved from <https://normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC07.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas*. Retrieved from [www.paho.org/publications/copyright-forms](http://www.paho.org/publications/copyright-forms)

Organización Mundial de la Salud. (2018). El Telégrafo - Noticias del Ecuador y del mundo - Ecuador retorna a la alimentación tradicional. In 2018. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/ecuador-alimentacion-tradicional>

Organización Mundial de la Salud OMS. (2018). Alimentación sana. Retrieved September 24, 2019, from 31 de agosto website: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

Organización Panamericana de Salud. (2019). OPS/OMS Ecuador - OPS/OMS, FAO Ecuador y los ministerios de Salud y Agricultura organizaron la Consulta Nacional sobre Sistemas Alimentarios Sostenibles. Retrieved December 3, 2019, from [https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1957:ops-oms-fao-ecuador-y-los-ministerios-de-salud-y-agricultura-organizaron-la-consulta-nacional-sobre-sistemas-alimentarios-sostenibles&Itemid=360](https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1957:ops-oms-fao-ecuador-y-los-ministerios-de-salud-y-agricultura-organizaron-la-consulta-nacional-sobre-sistemas-alimentarios-sostenibles&Itemid=360)

Pacheco, C. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5308814>

Pacheco, C., & Pérez, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*.

Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5635970>

Padilla, M. C. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (ECOE). Bogotá.

Paris, J. A. (2018). *Marketing Estratégico desde el Paradigma Esencial* (Alfaomega).

Bogotá.

Parra, M., López, L., & Ramírez, E. (2019). *Gestión de la Competitividad Empresarial*

(Ecoe). Bogotá.

Pedraza, O. H. (2014). *Modelo del Plan de Negocios* (G. Patria, Ed.). Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3227864&query=macrolocalizacion>

Peralta, A. (2018, October 18). Ecuador promueve guías alimentarias para vida más

saludable. *El Universo*. Retrieved from

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/18/nota/7005554/ecuador-promueve-guias-alimentarias-vida-mas-saludable>

Peralta, E. (2017). ¿Qué es el Marketing de servicios? *El Diario*. Retrieved from

<https://eldiario.com/2017/12/18/que-es-el-marketing-de-servicios/>

Pérez, D., & González, R. (2019). *Así se hace un plan de empresa* (Editorial). Retrieved from

[https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5809958&query=](https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5809958&query=la empresa)

la empresa

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra. (2015). *Plan de Desarrollo*

y *Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015-2023*.

Plan Nacional de Desarrollo Todo una Vida. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Retrieved from [www.planificacion.gob.ec](http://www.planificacion.gob.ec)

Polo, B. (2017). *Contabilidad de costos en la alta gerencia*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4909256&query=costos%2C+gastos>

Prado, A., & Pascual, L. (2018). *Marketing Industrial y de Servicios* (ESIC, Ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5758474>

Prieto, J. E. (2018). *Gestión estratégica Organizacional*. Bogotá.

PYMEX. (2019). ¿Por qué es importante el Reglamento Interno de Trabajo? Retrieved December 17, 2019, from <https://pymex.com/liderazgo/recursos-humanos/por-que-es-importante-el-reglamento-interno-de-trabajo/>

Reglamento a la Aplicación de la ley de Régimen Tributario Interno. *Reglamento para la aplicación de la ley orgánica de regimen tributario interno*. , (2015).

Rodríguez, F. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Instituto). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5635971>

Rodríguez, I., & Ammetller, G. (2018). *Principios y Estrategias de Marketing. Vol. 1* (UOC, Ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5758385&query=marketing+mix>

- Rojas, M. D. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=4422279>
- Rosas, A. (2016). Las 8 P's del Marketing Mix evolución de las 4 P's del Marketing. Retrieved November 22, 2019, from <https://mejoratuempresa.es/las-8-ps-del-marketing-mix-evolucion-de-las-4-ps-del-marketing/>
- Salazar, J. (2015). Ibarra – ecuador. Retrieved December 3, 2019, from <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/ibarra.php>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la Investigación* (Mc Graw Hill, Ed.). Retrieved from [www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com](http://www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com)
- Sarmiento Ramírez, I., Andrade Hernández, E. E., Goyes Huilca, B. R., Zambrano Pesántez, F. E., Mercedes, P., & Paredes, C. (2015). Alimentación y hábitos alimentarios de la población en la Zona 1 del Ecuador: aportaciones a la identidad cultural andina y de América Latina. *Rev Esp Nutr Comunitaria*, 21(4), 30–35. <https://doi.org/10.14642/RENC.2015.21.4.5120>
- Servicio de Rentas Internas. (2018). *Guía tributaria*.
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2019). Registro Único de Contribuyentes (RUC). Retrieved December 13, 2019, from <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Sobal, J., & Nelson, M. K. (2003). Commensal eating patterns: A community study. *Appetite*, 41(2), 181–190. [https://doi.org/10.1016/S0195-6663\(03\)00078-3](https://doi.org/10.1016/S0195-6663(03)00078-3)
- Soria, M. (2017). *Plan de Marketing Empresarial* (S. L. CEP, Ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5214046&query>

=marketing+mix

SRI. (2019). IMPUESTO A LA RENTA DE PERSONAS NATURALES.

<https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol1iss1.2008pp44-47p>

Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2019). *Resolución No . SCVS-INC-DNCDN-2019-0009*.

Tamayo, M. (2014). *El Proceso de la Investigación Científica* (Limusa). México.

Thompson, I. (2019). EL MERCADO META - Promonegocios.net. Retrieved November 20, 2019, from <https://www.promonegocios.net/mercado/meta-mercado.html>

Torres, J. (2015). *Proyectos de Negocios: método práctico para emprendedores* (Editorial).

Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4536658&query>

=estudio+organizacional

Torres, M. (2018). Cómo elaborar un Reglamento Interno de Trabajo. *Noticiero Contable*.

Retrieved from [https://www.noticierocontable.com/7-pasos-para-elaborar-un-reglamento-interno-de-trabajo/#Que\\_es\\_un\\_Reglamento\\_Interno\\_de\\_Trabajo](https://www.noticierocontable.com/7-pasos-para-elaborar-un-reglamento-interno-de-trabajo/#Que_es_un_Reglamento_Interno_de_Trabajo)

Touchette, M. (2019). *Solo el 50% de las familias ecuatorianas accede a una dieta nutritiva*.

Retrieved from <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ninos-desnutricion-dieta-alimentos-hambre/>

Urrutia, J., Salas, W., Moreno, M., Cruz, G., Sánchez, E., & Agama, C. (2019). Estrategias

de Marketing MIX para la PYME. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 18. Retrieved from

<https://search.proquest.com/openview/345d5a546b5c77e259c73ea0f79c6e3e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=4400984>

Vaca, F. (2019, February 10). *Registran ligero incremento de precios en el Mercado Mayorista de Ibarra*. Retrieved from <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102221395/registran-ligero-incremento-de-precios-en-el-mercado-mayorista-de-ibarra->

Valarezo, S., Delgado, R., & Vérez, M. (2016). *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión Feasibility study on the project management system for investment project*.

Valero, E., Ortega, A., Bolaños, P., Ruiz, I., Velasco, A., & Jáuregui, I. (2015). Urbano o rural: ¿dónde se come mejor y de forma más saludable? *Nutr Hosp*, 32(5), 2286–2293. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.32.5.9688>

Vásquez, L. (2019). Demanda Insatisfecha. Retrieved November 21, 2019, from <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

Vite, V. T. (2017). *Contabilidad general* (Digital UN). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5513472&query=contabilidad+financiera>

World Economic Forum WEF. (2018). *Informe Global de Competitividad 2018*. Retrieved from <http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeCompetitividad/>

Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2014). *Técnicas para investigar*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3185819&query=investigación+documental>

Zarzar, C. (2015). *Métodos y Pensamientos Críticos* (G. Patria, Ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4569640&query=metodo+inductivo+y+deductivo>

Zura, H. J. (2018). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD CARRERA DE NUTRICIÓN Y SALUD COMUNITARIA*. Retrieved from [http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8638/1/06\\_NUT\\_259\\_TRABAJO\\_DE\\_GRADO.pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8638/1/06_NUT_259_TRABAJO_DE_GRADO.pdf)

# ANEXOS

## ANEXO 1. Formato de la Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**OBJETIVO:** Determinar la factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura

**INSTRUCCIONES:** Te pedimos que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Lee detenidamente las preguntas y marca con una X

### DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**GENERO:** ( )M ( )F

### CUESTIONARIO

<b>1)¿Consume comida rápida no saludable (chatarra)?</b>			
	Si		No ¿Por qué motivo? _____
<b>(Continúe con la pregunta 2)</b>			
<b>1.1) Seleccione la frecuencia de consumo en una semanal</b>			
	1 o 2 veces		
	3 o 4 veces		
	Más de 4 veces		
<b>1.2) ¿Por qué motivo lo hace? (Seleccione una respuesta)</b>			
	Me gusta		
	No dispone de mucho tiempo para comer		
	Es más barata		
	Existe mucha oferta de este tipo de comida		
	Otro ¿Cuál?_____		
<b>1.3)¿El consumo de este tipo de comida le ha ocasionado algún problema en su salud?</b>			
	Si		No (Continúe con la pregunta 2)
<b>1.3.1)¿Qué problema de salud le ha ocasionado?</b>			
	Diabetes		
	Sobrepeso/Obesidad		
	Hipertensión		
	Gastritis		

**Comida Chatarra:** La Organización Panamericana de la Salud (OPS) lo define como comida

<b>2)¿Sigues algún tipo de dieta?</b>	
Si ¿Por qué motivo? _____	No (Continúe con la pregunta 3)
<b>2.1)¿Quién le prescribió o recomendó?</b>	
Nadie	
Médico/Nutricionista	
Familiar	
Amigo/a	
Otro ¿Cuál? _____	

<b>3)¿Ha visitado algún restaurante de comida RÁPIDA SALUDABLE ubicado en la ciudad de Ibarra?</b>	
Si _____ ¿Cuál?	No (Continúe con la pregunta 4)
<b>3.1)¿Cómo califica la calidad de los productos que ofrece?</b>	
Excelente	
Bueno	
Regular	
<b>4)¿Le gustaría que en Ibarra exista un restaurante que ofrezca comida rápida saludable?</b>	
Si	
No (Fin de la encuesta)	

**Comida rápida saludable:** La RAE define como alimentos que brindan los nutrientes necesarios para estar sano, sentirte bien y tener energía.

<b>5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos?</b>									
	<b>Crepes de Avena y frutas</b>		<b>Waffles de Avena y frutas</b>		<b>Ensaladas de frutas light</b>		<b>Smoothie natural</b>		<b>Sánduches</b>
	Entre \$3,00 a \$3,25		Entre \$3,25 a \$3,50		Menor a \$2,50		Entre \$1,50 a \$2,00		Entre \$3,00 a \$3,50
	Entre \$3,50 a \$4,00		Entre \$4,00 a \$4,50		Entre \$2,50 a \$3,00		Entre \$2,25 a \$2,50		Entre \$3,75 a \$4,75
	Mayor a \$4		Mayor a \$4,50		Mayor a \$3,00		Mayor a \$3,00		Mayor a \$4,75
	<b>Crepes Integrales</b>		<b>Wraps de pollo y verduras</b>		<b>Ensalada de pollo y vegetales</b>		<b>Jugos naturales</b>		<b>Otro ¿Cuál? ____</b>
	Entre \$3,00 a \$3,25		Entre \$2,50 a \$3,00		Entre \$2,50 a \$3,00		Entre \$1,00 a \$1,25		
	Entre \$3,50 a \$4,00		Entre \$3,50 a \$4,00		Entre \$3,50 a \$4,00		Entre \$1,50 a \$1,75		
	Mayor a \$4		Mayor a \$4		Mayor a \$4		Mayor a \$1,75		

<b>5.1) ¿Al visitar el restaurante cuál sería el producto o <i>MENÚ</i> de su preferencia?</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	
	Crepe de Avena y Frutas
	Crepe Integral
	Waffle de Avena y Frutas
	Wrap de pollo y verduras
	Sánduches
<b>ENSALADAS</b>	
	Ensalada de Frutas light
	Ensalada de pollo y vegetales
<b>BEBIDAS</b>	
	Smoothie natural
	Jugos naturales

*MENÚ*: Conjunto de platos que componen una

<b>5.2) En un mes normal ¿Con que frecuencia acudiría al restaurante?</b>	
	1o 2 veces
	3 o 4 veces
	Más de 4 veces
<b>6) ¿Con cuántas personas normalmente acude a los restaurantes?</b>	
	Solo/a
	Con 1 persona
	Con 2 a 4 personas
	Con 5 a 7 personas
	Con más de 7 personas
<b>7) ¿Qué aspecto considera más importante al visitar un restaurante?</b>	
	Atención al cliente
	Calidad de los productos
	Cantidad
	Variedad de productos
	Precio
	Promociones
	Presentación
<b>8) ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el restaurante?</b>	
	Servicio a domicilio
	Parqueadero
	Pago con tarjeta
	Wifi
	Otro ¿Cuál? _____
<b>9) ¿Por qué medios publicitarios o alternativos le gustaría conocer nuestros productos?</b>	
	Redes sociales
	Tarjetas de presentación
	Vallas publicitarias
	Ferías
	Campañas de degustación
	Otros ¿Cuál? _____

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## ANEXO 2. Formato de Entrevista



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

#### GUÍA DE ENTREVISTA

El objetivo de la investigación es determinar la factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable Fast Good con servicio a domicilio en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura. La información recolectada a través de la siguiente entrevista es con finalidad académica y será tratada con absoluta confidencialidad. La duración aproximada es de 30 minutos. Le agradecemos por su colaboración.

#### 1. DATOS GENERALES

FECHA: \_\_\_\_\_ HORA: \_\_\_\_\_  
LUGAR: \_\_\_\_\_  
ENTREVISTADORES: \_\_\_\_\_  
ENTREVISTADO: \_\_\_\_\_  
EDAD: \_\_\_\_\_ GÉNERO: \_\_\_\_\_

#### CUESTIONARIO

1. ¿Podría contarnos una breve historia de cómo inició su negocio?

---

---

---

2. ¿Con cuántos trabajadores cuenta actualmente?

---

---

---

3. ¿Cuáles son los criterios que se toman en cuenta para reclutar y seleccionar el personal?

---

---

---

4. ¿Cuál es el perfil del cliente que comúnmente visita su negocio?

---

---

---

**5. ¿Cuál es su producto estrella y qué cantidad aproximada de este producto se vende a la semana?**

---

---

---

**6. ¿Cómo ha visto que se comporta el mercado de este producto?**

Va en aumento  Disminuye

Permanece constante

**7. Ha observado que cuando aumenta el precio del producto, la demanda:**

Permanece constante  Disminuye

Aumenta

**8. ¿Ha escuchado algún comentario sobre la calidad del producto por parte de los consumidores?**

Si  No

Positivo \_\_\_\_\_

Negativo \_\_\_\_\_

**9. Señale en orden de frecuencia de los problemas que tiene con los actuales proveedores. (Siendo 1 el de mayor frecuencia y 5 el de menor frecuencia)**

Ninguno

Tardan mucho en la entrega

No entregan la cantidad solicitada

Hay problemas en facturación

Cambios de precios constantemente

Entrega el material defectuoso

Otros problemas ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**10. ¿Ha pensado en ampliar su negocio o crear nuevas sucursales**

---

---

---

**ANEXO 3. Formato de Ficha de Observación**

	<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b>  <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>  <b>INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA</b></p>			
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>				
<b>Observadores:</b>			<b>Ficha N°:</b>	
<b>Día:</b>			<b>Hora:</b>	
<b>Lugar Observado:</b>				
<b>1) Ubicación del Lugar Observado</b>				
<b>2) Horario de atención</b>				
<b>3) Productos y precios</b>				
<b>4) ¿Tiempo aproximado de entrega?</b>				
Entre 5 a 10 min	Entre 11 a 15 min	Entre 16 a 20 min	Entre 21 a 25min	
Alrededor de 30 min	Alrededor de 45min	Una hora	De una hora en adelante	
<b>5) ¿Servicios adicionales que ofrece?</b>				
<b>OBSERVACIÓN</b>				

## ANEXO 4 Amortización del Préstamo



**Detalle Simulación de Crédito**

<b>Tipo</b>	Microcrédito		
<b>Destino</b>	Activo Fijo	<b>Tasa Nominal (%)</b>	15.30
<b>Sector Económico</b>	Comercio y Servicio	<b>Tasa Efectiva (%)</b>	15.30
<b>Facilidad</b>	Microcrédito	<b>Monto (USD)</b>	6,868.00
<b>Tipo Amortización</b>	Cuota Decreciente	<b>Plazo (Años)</b>	5
<b>Forma de Pago</b>	Anual	<b>Fecha Simulación</b>	2019-07-12

**Recuerda:** Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.  
No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

<b>Periodo</b>	<b>Saldo</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
0	6868.00			
1	5494.40	1373.60	1050.80	2424.40
2	4120.80	1373.60	840.64	2214.24
3	2747.20	1373.60	630.48	2004.08
4	1373.60	1373.60	420.32	1793.92
5	0.00	1373.60	210.16	1583.76

Figura 41. Amortización del Préstamo

## ANEXO 5 Reglamento Interno

### REGLAMENTO INTERNO DE FOODY

El restaurante de comida rápida saludable “FOODY” legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Ibarra en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

#### CAPÍTULO I

##### OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

- Art.- 1. **OBJETO GENERAL.** - Foody, tiene como objetivo principal la establecer armonía con sus colaboradores al desarrollar sus actividades., de conformidad con lo dispuesto en el artículo 23 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.
- Art.- 2. **OBJETO DEL REGLAMENTO.** - El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre FOODY, y SUS COLABORADORES, estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

#### CAPÍTULO II

##### VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

- Art.- 3. **VIGENCIA.** - Este reglamento Interno comenzará a regir desde 01 enero del 2019, fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

Clic aquí: <https://drive.google.com/file/d/15XGNsKnKDSrft7K4VGVLn5VfmuV3TJvU/view?usp=sharing>

**ANEXO 5 Proformas**

**DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE** Jhon Patricio Yamuca Ontaneda  
 MATRIZ: Sánchez y Cifuentes 15-25 y Rafael Larrea. : 0000001561  
 SUCURSAL: Av. Pérez Guerrero 6-66 y Olmedo  
 Telf.: 06 260 3442 Cel.: 091 881 579 Ibarra - Ecuador  
 RUC.: 1715339220001

**PROFORMA**  
 Nº 0001481

CLIENTE: IBARRA      FECHA: Ibarra, 2019/07/09      FORMA DE PAGO:  
 R.U.C.:      DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE

CODIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID.	P. UNIT.	DESC. %	TOTAL	
132710008	PLATO CUADRADO 8.5 11.555 BUKO5C OPAL	48	UN	1.675		80.40	
132170031	PLATO CUADRADO BASE 13" OFF130	48	UN	2.397		115.08	
043070040	SOPERO FXM75 CUENCO 7.5 RESIS CUADRA	48	UN	2.454		117.83	
012870013	PLATO CUADRADO RESISTENTE FKRD58 P/T	48	UN	.668		32.10	
011120035	VASO HERRADURA 11OZ 0124AL	48	UN	.550		26.40	
011080006	TEÑEDOR D/MESA ST	48	UN	.619		29.72	
011100002	CUCHILLO D/MESA ST	6	UN	.944		45.31	
011910014	CUCHARA D/MESA 2ST	48	UN	.562		3.37	
132170063	CUCHARITA CAFE ST	4	UN	.325		15.60	
010390019	OLLA AC INOX MILENIO 24 CM ALTA BLTS	48	UN	22.800		91.20	
011120046	PLATO CUADRADO BASE SOL C.A	48	UN	2.887		138.60	
	BATIDOR PIANO TRAB/PESADO 14"FW14	1	UN	6.500		6.50	
	CUCHILLO LEGUMBRE FRU 24626/083 TRA	2	UN	1.900		3.80	
1000-4000						SUBTOTAL	700.92
						DESCUENTO	.00
						I.V.A. 12%	84.71
						TOTAL \$	790.63

Validez 8 días

Yamuca Ontaneda      ENTREGADO POR      RECIBÍ CONFORME

Figura 42. Proforma 1

**DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE** Jhon Patricio Yamuca Ontaneda  
 MATRIZ: Sánchez y Cifuentes 15-25 y Rafael Larrea. : 0000001561  
 SUCURSAL: Av. Pérez Guerrero 6-66 y Olmedo  
 Telf.: 06 260 3442 Cel.: 091 881 579 Ibarra - Ecuador  
 RUC.: 1715339220001

**PROFORMA**  
 Nº 0001481

CLIENTE: IBARRA      FECHA: Ibarra, 2019/07/09      FORMA DE PAGO:  
 R.U.C.:      DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE

CODIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID.	P. UNIT.	DESC. %	TOTAL	
132710008	PLATO CUADRADO 8.5 11.555 BUKO5C OPAL	48	UN	1.675		80.40	
132170031	PLATO CUADRADO BASE 13" OFF130	48	UN	2.397		115.08	
043070040	SOPERO FXM75 CUENCO 7.5 RESIS CUADRA	48	UN	2.454		117.83	
012870013	PLATO CUADRADO RESISTENTE FKRD58 P/T	48	UN	.668		32.10	
011120035	VASO HERRADURA 11OZ 0124AL	48	UN	.550		26.40	
011080006	TEÑEDOR D/MESA ST	48	UN	.619		29.72	
011100002	CUCHILLO D/MESA ST	6	UN	.944		45.31	
011910014	CUCHARA D/MESA 2ST	48	UN	.562		3.37	
132170063	CUCHARITA CAFE ST	4	UN	.325		15.60	
010390019	OLLA AC INOX MILENIO 24 CM ALTA BLTS	48	UN	22.800		91.20	
011120046	PLATO CUADRADO BASE SOL C.A	48	UN	2.887		138.60	
	BATIDOR PIANO TRAB/PESADO 14"FW14	1	UN	6.500		6.50	
	CUCHILLO LEGUMBRE FRU 24626/083 TRA	2	UN	1.900		3.80	
1000-4000						SUBTOTAL	700.92
						DESCUENTO	.00
						I.V.A. 12%	84.71
						TOTAL \$	790.63

Validez 8 días

Yamuca Ontaneda      ENTREGADO POR      RECIBÍ CONFORME

Figura 43. Proforma 2

**ANEXO 6 Fotografías del Trabajo de Campo**



*Figura 44. Aplicación de la Encuesta*



*Figura 45. Aplicación de la Encuesta*



Figura 46. Aplicación de la Entrevista Nutrifrut



Figura 47 Aplicación de la Entrevista Frutto Helados Artesanales

## ANEXO 7 Reporte de Urkund



### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** GUZMÁN CAROLINA-VARELA CRISTIAN.docx (D61316521)  
**Submitted:** 18/12/2019 4:02:00  
**Submitted By:** scguzmang@utn.edu.ec  
**Significance:** 3 %

Sources included in the report:

PROYECTO DE INVERSION COMIDA MEXICANA.pdf (D35078678)  
MOLINA VICTOR PROYECTO DE FACTIBILIDAD ASADERO.docx (D47910675)  
TRABAJO DE GRADO (BURBANO CHAPI SHEERLAY TATIANA, CHULDE CASTRO ANA LISETH).pdf (D47840221)  
Estudio de factibilidad para la creación de una libro-cafetería.docx (D60374905)  
DEQC\_Tesis\_RB\_V1.23.docx (D26650978)  
Estudio de Factibilidad para la ampliación del minimarket La Finca.docx (D58772198)  
[https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidasMiranda,](https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidasMiranda)  
<https://docplayer.es/76723194-Universidad-politecnica-salesiana-sede-quito.html>  
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3062/1/T-ESPEL-0543.pdf>

Instances where selected sources appear:

65