



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA "FISH AND CHIPS" DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA RÁPIDA A BASE DE PESCADO, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO COMERCIAL**

**AUTOR:** QUIGUANGO E., César O.

**DIRECTOR:** Econ. Luis Cervantes.

**Ibarra, Junio de 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad tiene como finalidad determinar la viabilidad de la creación de la pequeña empresa de “FISH AND CHIPS” dedicada a elaborar y comercializar comida rápida a base de pescado, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura con cobertura local inicialmente. Los hallazgos de la presente investigación se resumen en: diagnóstico aplicado al entorno del proyecto; en donde se determinó que las oportunidades son bastantes significativas y los potenciales riesgos pueden ser superados en el corto y mediano plazo. Una vez conocida la situación actual del sector y al tener una visión clara de la actividad micro empresarial, se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analiza las condiciones en las que se encuentra la comercialización de comida rápida, así mismo las condiciones de oferta, demanda y fijación de precios, todo esto conlleva a conocer claramente las condiciones del sector. Una vez conocidos los resultados, mismos que confirman la aceptación del producto / servicio, en lo posterior se procedió a diseñar el planteamiento técnico del proyecto que involucro la fijación de la macro y micro localización e ingeniería general del proyecto para lo cual se fijó un presupuesto económico de la inversión total requerida. Seguidamente se proyectaron, evaluaron y compararon todas las actividades monetarias a ejecutar, mediante un análisis financiero minucioso, mismo que determina el valor presente neto que debe ser positivo, la tasa interna de retorno, la relación costo beneficio y demás indicadores que conlleven a obtener la mayor rentabilidad, lo que permitió determinar la factibilidad del proyecto de una forma técnica. Posterior a ello se desarrolló la propuesta estratégica en donde se definió el eje funcional de la administración en relación a cada uno de los integrantes de la pequeña empresa. Finalmente se analizaron y evaluaron los impactos de carácter social, económico y ambiental que son los que principalmente se generan. Una vez instaurada esta estructura se justifica la necesidad de emprender en el presente proyecto y la conveniencia de la inversión.

## **ABSTRACT**

The present study of feasibility has as purpose to determine the viability of the creation of the small company of "FISH AND CHIPS" dedicated to elaborate and to market quick food with the help of fish, in the city of Ibarra county of Imbabura with local covering initially. The discoveries of the present investigation summary in: diagnosis applied to the environment of the project; where was determined that the opportunities are enough significant and the potential risks can be overcome in the short and medium term. Once well-known the current situation of the sector and when having a clear vision of the activity managerial micro, you proceeded to develop the market study in which is analyzed the conditions likewise in those that is the commercialization of quick food, the offer conditions, its demands and fixation of prices, all this bears to know the conditions of the sector clearly. Once well-known the results, same that confirm the acceptance of the product/service, in the later thing you proceeded to design the technical position of the project that I involve the fixation of the macro and micro localization and general engineering of the project for that which noticed an economic budget of the required total investment. Subsequently they were projected, they evaluated and they compared all the monetary activities to execute, by means of a meticulous, same financial analysis that determines the net present value that should be positive, the internal rate of return, the relationship cost benefit and other indicators that bear to obtain the biggest profitability, what allowed to determine the feasibility of the project in a technical way. Later to it was developed it the strategic proposal where was defined the functional axis of the administration in relation to each one of the members of the small company. Finally they were analyzed and they evaluated the impacts of social, economic and environmental character that are those that mainly are generated. Once established this structure is justified the necessity to undertake project and the convenience of the investment presently.

## AUTORÍA

Yo, **César Oswaldo Quiguango Erazo**, portador de la cédula de ciudadanía N° 100376433-7 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA FISH AND CHIPS, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA RÁPIDA A BASE DE PESCADO, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

.....  
César O. Quiguango E.  
100376433-7

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado, Sr. César Oswaldo Quiguango Erazo, para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA FISH AND CHIPS, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA RÁPIDA A BASE DE PESCADO, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

En la ciudad de Ibarra, a los 17 días del mes de Junio de 2013.

.....  
Econ. Luis Cervantes.

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

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

Yo, CÉSAR OSWALDO QUIGUANGO ERAZO, con cédula de ciudadanía Nro. 100376433-7 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA FISH AND CHIPS, DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA RÁPIDA A BASE DE PESCADO, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): .....

Nombre: CÉSAR QUIGUANGO ERAZO

Cédula: 100376433-7

Ibarra, a los 17 días del mes de Junio de 2013

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

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>Cédula de Identidad</b>	100376433-7
<b>Apellidos y nombres</b>	Quiguango Erazo César Oswaldo
<b>Dirección</b>	Ibarra, Las Palmas, calle Puyo y Pasaje D
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:cquiguango@gmail.com">cquiguango@gmail.com</a>
<b>Teléfono Fijo</b>	062-611-995
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>Título</b>	Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa "FISH AND CHIPS", dedicada a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.
<b>Autor</b>	César Oswaldo Quiguango Erazo
<b>Fecha</b>	2013 / 06 / 17
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>	
<b>Programa</b>	<input type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
<b>Título por el que opta</b>	Ingeniero Comercial
<b>Asesor / Director</b>	Econ. Luis Cervantes

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, César Oswaldo Quiguango Erazo, con cédula de ciudadanía No 100376433-7, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

## **3. CONSTANCIAS**

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

Ibarra a los 17 días del mes de Junio de 2013

### **AUTOR:**

Firma: .....

César O. Quiguango E.  
C.I.: 1003764337

### **ACEPTACIÓN:**

Firma: .....

Ing. Betty Chávez  
JEFE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## **DEDICATORIA**

Consagrar el presente trabajo a mí Dios querido, quien siempre me ha guiado y acompañado por el siempre complicado camino de la vida dejándome ver siempre que no todo lo malo es señal de que he fracasado en la consecución de un éxito, además es para mí un honor dedicarlo enteramente a mi madre Martha Erazo, quien siempre me ha demostrado ser inquebrantable ante las adversidades, forjadora y defensora de sus principios, ideales y creencias y por quien siempre luchare en esta vida.

Al final hacer una mención muy especial a Nelson Quiguango, mi hermano querido, quien me ha dejado ver que los ideales y principios que uno se ha tomado en la vida, jamás deben ser traicionados, por demostrarme siempre que eres imparcial correcto y muy valeroso, cuyo orgullo más grande es ver triunfar a tus seres queridos, por tu apoyo emocional y moral te dedico este trabajo que es el resultado de la lucha conjunta.

**César O. Quiguango E.**

## **AGRADECIMIENTO**

El agradecimiento más sentido y profundo para con mis padres, por haber sido quienes me dieron la vida, puesto que sin ella todo el esfuerzo plasmado en el presente trabajo no tendría razón de ser y existir.

A Dios padre y a Jesús por ser quienes me permitieron ver la luz del mundo, por bendecirme siempre con la salud humana, espiritual y mental.

Gracias mi madrecita amada por tú sacrificio y abnegación constante y por ser la prueba fidedigna de que todo lo que uno se propone se lo puede lograr simplemente hay que esforzarse y dejarlo todo en el campo de batalla de la vida.

Por último expresar mi eterno agradecimiento a todos mis catedráticos de la Universidad Técnica del Norte, que me entregaron las bases del conocimiento necesarias para continuar mejorando y creciendo en la vida profesional, todo ello ligado de forma indiscutible a la práctica de valores éticos y morales que hoy hacen de mi un profesional con una calidad ética y moral intachable.

**César O. Quiguango E.**

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo es desarrollado en base a una investigación descriptiva de campo que ha permitido justificar la viabilidad y factibilidad en la; “CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA “FISH AND CHIPS” DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA RÁPIDA A BASE DE PESCADO, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que consta de siete capítulos expuestos de la siguiente manera:

**Capítulo I:** Diagnóstico Situacional, que detalla la información de la ciudad de Ibarra mismo que permitió conocer a profundidad las circunstancias en las que se encuentra el mercado gastronómico, de donde se conocieron los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos llegando a concluir con la determinación del problema diagnóstico principal.

**Capítulo II:** Marco Teórico, corresponde a las bases teóricas y científicas que respaldan los contenidos de la propuesta utilizando material bibliográfico actualizado.

**Capítulo III:** Estudio de Mercado, es un análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta, demanda, y precios actuales respecto del producto / servicio a comercializar en la ciudad de Ibarra, establecer la demanda potencial a satisfacer así como también evaluar factores como la comercialización y la competencia.

**Capítulo IV:** Propuesta, estructurada mediante propósitos que definen: aspectos técnicos para la creación de la microempresa, micro y macro - localización, diseño de planta así como la descripción de áreas operativas de la pequeña empresa.

**Capítulo V:** El análisis y la evaluación económica financiera estructurada de conformidad a las exigencias del manual de grados vigente en la facultad con un añadido que es el análisis económico coyuntural específicamente el efecto multiplicador del empleo, evitando la sobreestimación y el exagerado optimismo que puedan afectar al posible éxito que se pretende conseguir en el presente proyecto.

**Capítulo VI:** La Propuesta Estratégica describe de forma general todo lo referente a la estructura organizativa y corporativa con la que cuenta la pequeña empresa, así como también se muestra la perspectiva de misión y visión que la pequeña empresa mostrara ante su mercado objetivo.

**Capítulo VII:** Finalmente se presenta un profundo análisis de los impactos más relevantes que genera el proyecto con su posterior ejecución.

## ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE CUADROS	XVIII
ÍNDICE GRÁFICOS	XXI
Introducción	22
Antecedentes.	22
Justificación.	23
Objetivos.	26
Objetivo general.	26
Objetivos específicos.	26
Metodología utilizada.	27

## CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.	28
Antecedentes diagnósticos.	28
Objetivos diagnósticos.	29
Objetivo general	29
Específicos	30
Variables e indicadores diagnósticos.	30
Indicadores de las variables.	30
Matriz de relación diagnóstica.	31
Información secundaria.	32
Antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.	32
Demografía.	34
Ubicación geográfica.	36
Aspectos sociodemográficos.	37
Aspectos socioeconómicos.	43
La comida rápida en nuestro medio	57
Continuidad y falta de innovación en la comida rápida	58
El cliente y su comportamiento de compra	59
Gustos y preferencias alimentarias.	60
Diagnóstico externo.	62
Problema diagnóstico.	63

## CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.	64
Introducción.	64
Estudio de factibilidad.	65
Objetivos de un estudio de factibilidad.	65
Recursos del estudio de factibilidad.	66
Concepto "Fish And Chips".	67
Mariscos.	67
La empresa.	69
Importancia de la empresa.	69
Clasificación:	69
Aspectos estratégicos y/o administrativos.	76
Planificación estratégica.	76
Visión.	76
Misión.	77
Organización.	77
Administración.	77
Aspectos del mercado.	78
Estudio de mercado.	78
Mercado.	79
Demanda.	79
Oferta.	79
Demanda potencial insatisfecha.	80
Producto.	80
Precio.	81
Promoción.	81
Comercialización.	81
Competencia.	82
Aspectos técnicos.	82
Tamaño óptimo del proyecto.	82
Localización óptima del proyecto.	83
Ingeniería del proyecto.	84
Presupuesto técnico.	85
Aspectos económicos y financieros.	86
Capital económico.	86
Capital financiero.	87
Capital contable.	87
Estados financieros.	89
Balance general.	89
Estado de resultados.	89
Estado de flujo de efectivo.	90
Capital de trabajo.	90
Indicadores de evaluación financiera.	91
Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).	91
Valor presente neto.	91
Tasa interna de retorno.	92
Punto de equilibrio.	92

Relación costo beneficio.	93
Período de recuperación de la inversión.	94
Impactos.	94

### CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO.	95
Presentación.	95
Finalidad del estudio de mercado.	95
Objetivos de la investigación.	97
Objetivo general.	97
Objetivos específicos.	97
Población y muestra para el estudio de mercado.	97
Consumidores (se identifica demanda).	98
Oferentes o productores (se identifica oferta).	98
Tabulación y análisis de la información.	100
Resultados Técnicos.	115
Resultados de entrevistas realizadas.	117
Estructura y segmentación de mercado.	121
Análisis y proyección de la demanda.	122
Análisis de la demanda.	122
Determinación de la demanda.	122
Demanda actual del servicio.	123
Proyección de la demanda.	124
Proyección de la demanda mediante tasas de crecimiento poblacional.	125
Análisis y proyección de la oferta.	127
Factores que afectan a la oferta.	127
Determinación de la oferta.	129
Análisis y determinación de la demanda insatisfecha.	130
Análisis de precios.	131
Análisis de la competencia.	132
Análisis de comercialización.	132
Estrategias de comercialización.	132
Estrategias de precios.	133
Estrategias de promoción.	133
Estrategias de producto.	133
Estrategias de plaza.	133
Canal de distribución.	134
Sensibilidad del estudio.	134

### CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO.	135
Presentación.	135
Macro y micro localización del proyecto.	136
Macro localización.	136
Micro localización.	138
Criterios de selección de alternativas.	138

Ubicación de la planta.	140
Diseño de instalaciones.	140
Distribución de la planta.	142
Áreas del proyecto.	142
Ingeniería del proyecto.	143
Diagrama de flujo del proceso.	143
Proceso de elaboración Fish And Chips.	145
Inversiones.	146
Activos fijos.	146
Activos diferidos.	150
Capital de trabajo.	150
Resumen inversión total.	151
Financiamiento.	152
Talento humano requerido.	152
Materia prima directa.	155
Materiales indirectos e insumos.	156
Productos terminados.	157
Tamaño del proyecto.	158
Mercado.	158
Definición de la capacidad de producción.	160

## CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.	163
Estructura de la inversión.	163
Coste de oportunidad y tasa mínima aceptable de rendimiento.	163
Inversiones.	164
Activos fijos.	165
Activos diferidos.	169
Capital de trabajo.	169
Resumen de la inversión.	170
Ingresos.	171
Ingresos proyectados.	171
Egresos	172
Costos y gastos de producción.	172
Gastos administrativos.	174
Gastos de ventas.	175
Gastos financieros.	176
Financiamiento.	176
Depreciación y amortización.	178
Estados proforma.	179
Balance de situación financiera.	179
Estado de resultados.	179
Flujo de caja proyectado.	180
Evaluación de la inversión.	180
Valor presente neto o (VPN).	180
Tasa interna de retorno (TIR).	181
Período de recuperación de la inversión (PRI).	182

Relación beneficio costo.	183
Punto de equilibrio.	184

## CAPÍTULO VI

PROPUESTA ESTRATÉGICA.	186
Denominación de la empresa.	186
Nombre o razón social.	186
Titularidad de propiedad de la empresa.	188
Actividad de la empresa.	188
Base filosófica.	190
Misión.	190
Visión.	190
Valores corporativos.	191
Principios de servicio orientado al cliente.	192
Objetivo general.	193
Objetivos micro - empresariales.	193
Políticas de White City Fish & Chips.	193
Organigrama estructural - White City Fish & Chips.	194
Manual de funciones.	194
Análisis legal.	199
Nombre o razón social.	199
Figura jurídica:	199
Formación social de la pequeña empresa.	201
Capital de constitución.	201
Minuta de constitución.	201
Requisitos legales de funcionamiento.	212
Seguimiento y monitoreo.	215

## CAPÍTULO VII

Impactos.	216
Impacto social.	216
Impacto económico.	217
Impacto ambiental.	217
Impacto general.	218
CONCLUSIONES	219
RECOMENDACIONES	220
BIBLIOGRAFÍA	221
LINCOGRAFÍA	223
ANEXOS	224

## ÍNDICE CUADROS

1. Matriz de relación diagnóstica	31
2. Población por sector del cantón Ibarra - Censo 2010	35
3. Población por generó del cantón Ibarra - Censo 2010	35
4. Superficie de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra	37
5. Nivel de analfabetismo provincia de Imbabura Censo - 2010	40
6. Principales actividades de comercio cantón Ibarra - Período 2011	55
7. Actividades de comercio informal cantón Ibarra - Período 2011	56
8. Diagnóstico externo	62
9. Lugar donde reside	100
10. Frecuencia de consumo de comida rápida	101
11. Tipo de comida rápida que prefiere	102
12. Lugares donde suele consumir comida rápida	103
13. Frecuencia en el consumo de comida rápida	104
14. Días en la semana que come fuera de casa	105
15. Establecimientos a los cuales acude a comer	106
16. Razones por las que consume comida rápida	107
17. Servicios adicionales a implementar en establecimientos de comida rápida	108
18. Tipo de gastronomía a ofertar en un sitio de comida rápida	109
19. Conocimiento de gastronomía a base de productos del mar	110
20. Degustación de la oferta de comida rápida al estilo europeo	111
21. Composición nutricional frente a la comida rápida común	112
22. Precio del producto en oferta	113
23. Lugar donde se debe ubicar el proyecto	114
24. Tipo de sexo	115
25. Rango de edad	115
26. Ingreso promedio	116
27. Calculo de la demanda actual	124
28. Proyección de la demanda anual período 2013 - 2017	126
29. Proyección de la oferta anual período 2013 - 2017	129
30. Proyección de la demanda insatisfecha período 2013 - 2017	131
31. Diagrama de elaboración y comercialización del Fish and Chips	144
32. Elaboración Fish And Chips	145
33. Espacio físico - Arriendo edificio en USD.	146
34. Construcciones e instalaciones en USD.	147
35. Maquinaria y equipo en USD.	148
36. Menaje y utilería en USD.	148
37. Equipo de oficina en USD.	149
38. Muebles y enseres en USD.	149
39. Equipo de computación en USD.	150
40. Gasto de constitución en USD.	150
41. Capital de trabajo en USD.	151
42. Resumen inversión total en USD.	151
43. Financiamiento en USD.	152

44. Mano de obra directa en USD.	153
45. Mano de obra indirecta en USD.	153
46. Uniformes del personal en USD.	155
47. Materia prima directa en USD.	156
48. Materia prima indirecta e insumos en USD.	157
49. Productos terminados en USD.	157
50. Producción porcentual por cada menú	160
51. Estructura de la inversión en USD.	163
52. Coste de oportunidad en USD.	164
53. Construcciones e instalaciones en USD.	165
54. Maquinaria y equipo en USD.	166
55. Menaje y utilería en USD.	167
56. Muebles y enseres en USD.	167
57. Equipo de oficina en USD.	168
58. Equipo de computación en USD.	168
59. Inversión total en activos fijos en USD.	168
60. Gasto de constitución en USD.	169
61. Capital de trabajo en USD.	170
62. Inversión pre – operacional en USD.	170
63. Ingresos proyectados en USD.	171
64. Materia prima directa – Proyección costo total en USD.	172
65. Productos terminados – Proyección costo total en USD.	173
66. Proyección mano de obra directa en USD.	174
67. Proyección materia prima indirecta - Costo total en USD.	174
68. Proyección gastos administrativos en USD.	175
69. Proyección servicios básicos en USD.	175
70. Proyección sueldos ventas en USD.	176
71. Proyección gasto publicidad en USD.	176
72. Proyección gastos financieros en USD.	176
73. Tabla de amortización en USD.	177
74. Tabla depreciación en USD.	178
75. Tabla de amortización en USD.	178
76. Estado de situación financiera en USD.	179
77. Estado de resultados en USD.	179
78. Flujo de caja proyectado en USD.	180
79. Cálculo del valor presente neto en USD.	180
80. Tasa interna de retorno en USD.	181
81. Período de recuperación de la inversión en USD.	182
82. Cálculos (PRI) en USD.	183
83. Relación costo beneficio Ing. y Egr. Actualizados en USD.	184
84. Punto de equilibrio en USD.	185
85. Fish & Chips – Clásico	189
86. Especial de mariscos y chips	189
87. Especial de bebidas y gaseosas	189
88. Manual de funciones – Gerente	195
89. Manual de funciones – Contador	195
90. Manual de funciones – Vigilante	196
91. Manual de funciones – Chef	196

92. Manual de funciones – Auxiliar de cocina	197
93. Manual de funciones – Mesero	198
94. Manual de funciones – Vigilante	198
95. Impacto social	216
96. Impacto económico	217
97. Impacto ambiental	217
98. Impacto general	218

## ÍNDICE GRÁFICOS

1. Población por sector del cantón Ibarra - Censo 2010	35
2. Población por generó del cantón Ibarra - Censo 2010	36
3. Mapa geográfico provincia de Imbabura	36
4. Nivel de analfabetismo provincia de Imbabura - censo 2010	40
5. Superficie por categorías de uso de suelos provincia de Imbabura	44
6. Superficie plantada de los principales cultivos permanentes	45
7. Superficie sembrada de los principales cultivos transitorios	45
8. Existencias de ganado por especies	46
9. Producción de leche y destino	47
10. Existencias de aves de campo	47
11. Mapa agropecuario de la provincia de Imbabura	48
12. Principales actividades de comercio cantón Ibarra - Período 2011	55
13. Actividades de comercio informal cantón Ibarra - Período 2011	56
14. Lugar donde reside	100
15. Frecuencia de consumo de comida rápida	101
16. Tipo de comida rápida que prefiere	102
17. Lugares donde suele consumir comida rápida	103
18. Frecuencia en el consumo de comida rápida	104
19. Días en la semana que come fuera de casa	105
20. Establecimientos a los cuales acude a comer	106
21. Razones por las que consume comida rápida	107
22. Servicios adicionales a implementar en establecimientos de comida rápida	108
23. Tipo de gastronomía a ofertar en un sitio de comida rápida	109
24. Conocimiento de gastronomía a base de productos del mar	110
25. Degustación de la oferta de comida rápida al estilo europeo	111
26. Composición nutricional frente a la comida rápida común	112
27. Precio del producto en oferta	113
28. Lugar donde se debe ubicar el proyecto	114
29. Tipo de sexo	115
30. Rango de edad	116
31. Ingreso promedio	117
32. Proyección de la demanda anual período 2013 - 2017	126
33. Mapa del Ecuador zona norte 1	136
34. Mapa provincia de Imbabura	137
35. Mapa distrital ciudad de Ibarra	140
36. Logotipo - White City Fish & Chips	187
37. Organigrama estructural - White City Fish & Chips	194

## INTRODUCCIÓN

### **Antecedentes.**

El Fish and Chips es el plato más conocido en el Reino Unido, ya que para los visitantes, turistas y para sus nativos es una de sus delicias gastronómicas. Actualmente ha dado lugar a todo tipo de recetas, desde las más tradicionales y baratas a otras más sofisticadas y que sirven como auténticos platos de lujo.

Según la historia en 1913 se fundó en Dublín el “Fish and Chips Shop Beshoffs”, que se especializó en pescado y patatas al estilo francés (fritas), lo cual fue un éxito total, que garantizó que a futuro se convirtiera en uno de los locales referentes a la hora de probar la tradicional comida rápida.

La Provincia de Imbabura, generalmente se ha caracterizado por ser netamente agrícola, y por tener un gran potencial comercial que en los últimos años se ha fortalecido con la participación en el mercado de todos sus cantones; factores por los cuales todos sus habitantes han sabido mantenerse y sobresalir ante la actual y constante crisis económica en la que se encuentra el país.

La ciudad de Ibarra dentro del campo situacional y productivo es privilegiada, pues forma parte de la denominada región norte lo cual da la pauta, para ver que se contara con fuentes de insumos directas evitando posiblemente los intermediarios; en donde destacaremos la participación de la provincia del Carchi que es un referente en la producción de papa, así como también está la provincia de Esmeraldas pionera en la comercialización de mariscos, con lo que desde ya podemos asegurar que el proyecto posee un gran sustento para los procesos de producción.

En base a todos estos aspectos cabe destacar que la ciudad de Ibarra posee un amplio mercado de consumo, en donde la existencia de locales de comida rápida cada vez se hace más notoria, ya que de cierta forma dichos negocios se han constituido en el sustento de vida de ciertos habitantes; actividad que no pasa de lo tradicional y que no ha logrado consolidarse en un proyecto llamativo que genere interés en el habitante y en el turista potencial.

El presente estudio, consiste en determinar la factibilidad de constituir una pequeña empresa “Fish and Chips” dedicada a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado, lo cual garantizara el éxito o fracaso de la ejecución del proyecto, que lejos de pasar desapercibido en el futuro podrá consolidarse como una empresa sólida que otorgue fuentes de trabajo, con lo que se contribuirá a mejorar la situación laboral del talento humano inmerso en el proyecto dentro de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **Justificación.**

Considero que el presente proyecto es de vital importancia, ya que servirá de mucho para que la ciudad de Ibarra se convierta en un referente en la elaboración y comercialización de comida rápida a base de productos del mar, en donde se pretende lograr que este segmento gastronómico se consolide como un atractivo turístico que llame la atención de propios y extraños. Ante esta situación es importante señalar que este tipo de gastronomía no es tradicional o propia de la provincia debido a que es procedente de la cultura gastronómica del Reino Unido, y que hoy en la actualidad se ha convertido en algo muy tradicional en toda Europa.

En la actualidad el carácter alimenticio que nace tras el consumo de la comida rápida en la ciudad y provincia se hace más notorio, es decir que la población en general está adoptando nuevas costumbres alimenticias

en donde existen preferencias de consumo ya sea debido a gustos y/o preferencias o en su vez debido a las limitaciones de tiempo por cuestiones laborales otorgadas para almorzar o cenar, en todo caso todos estos aspectos hoy en día contribuyen al apego de la sociedad hacia nuevas costumbres alimenticias (comida o bocaditos sencillos y rápidos).

Es importante que ante esta situación la oferta de comida rápida necesariamente tenga que innovarse y adaptar a las nuevas necesidades que hoy el cliente requiere, es por ello que al ejecutar el proyecto de comida rápida a base de pescado y/o productos del mar se está generando nuevas alternativas de consumo, en donde el cliente tendrá nuevas opciones al tomar en cuenta que es un producto que resultara atractivo y mayoritariamente saludable, generando así hábitos alimenticios distintos a los acostumbrados actualmente y ofrecidos por el mercado de comida rápida tradicional de nuestro medio.

El proyecto se justifica debido a que proporciona una alternativa gastronómica original, saludable, innovadora y con gran potencial en el mercado gastronómico de la ciudad, por medio de la propuesta se pretende dar solución a los problemas alimenticios que está generando la actual comida rápida, debido a que su oferta es estática y no diferenciada tomando en cuenta que el cliente actual está acostumbrándose a consumir alimentos fuera de casa y por ende estos deben ser rápidos, sencillos y con mayores beneficios vitamínicos para quienes los consumen a diario.

Por medio de una investigación de campo, se recogerá toda la información necesaria que coadyuve a plantear un proyecto de ejecución viable, que tendrá como soporte la teoría y la práctica, de donde se tomaran las suficientes herramientas de orden administrativo, presupuestario, económico, financiero y ambiental que sustenten el estudio y la ejecución del proyecto.

Con la ejecución del proyecto se espera que su alcance involucre al entorno social y económico, en donde se pretende surjan pequeñas fuentes de trabajo las cuales serán sostenibles y rentables para todos quienes lo conformen, en donde la retribución por producción y trabajo se vean reflejados en el éxito de la empresa como tal y en la calidad de vida de sus empleados.

A su vez también resultará de mucha utilidad para todos posibles inversionistas de la localidad, puesto que al resultar una actividad rentable se podrá obtener un financiamiento total o parcial, lo cual resulta beneficioso para el fortalecimiento total de la empresa, que a su vez garantiza el desarrollo gradual del turismo y de las posibles fuentes de trabajo que en ella surjan.

Con el desarrollo del proyecto se tendrá una visión totalmente clara de lo que implica invertir en el campo micro-empresarial, lo que servirá de mucho para reflejar la forma de inversión que existe en la provincia, en donde se decide invertir pero sin herramientas de sustento, lo cual ha provocado que muchos proyectos terminen fracasando y no logren mantenerse en auge como antes lo suficientemente productivos que mejoren la economía del país.

Con todo lo expuesto con anterioridad, puedo describir a la propuesta productiva como innovadora, original y de mucha trascendencia en el mercado gastronómico, comercial y micro-empresarial de la ciudad de Ibarra, toda vez que no existe una propuesta de similares características dentro del segmento alimenticio a nivel de toda la provincia de Imbabura.

## **Objetivos.**

### **Objetivo general.**

Efectuar un estudio de factibilidad, que sustente y viabilice la creación de una pequeña empresa "Fish and Chips", dedicada a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

### **Objetivos específicos.**

- a) Efectuar el diagnóstico situacional para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en relación al proyecto.
- b) Determinar las bases teóricas y científicas que sustentaran y orientaran el desarrollo óptimo del proyecto.
- c) Realizar un estudio de mercado que permita conocer la demanda, oferta, precios y comercialización del proyecto.
- d) Diseñar un estudio técnico que permita determinar la localización y las inversiones que requerirá el proyecto.
- e) Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad económica del proyecto.
- f) Definir el marco administrativo y funcional que permita cumplir con los principales objetivos en la administración de la Pequeña Empresa "Fish and Chips".
- g) Analizar los posibles impactos que surgen con la ejecución del proyecto.

### **Metodología utilizada.**

La presente investigación tiene un enfoque de factibilidad en cuanto está dirigido a solucionar un problema específico y que responde a un interés de carácter social y económico; la presente investigación pretende determinar las principales bases para implantar un proyecto gastronómico destinado a brindar comida rápida fuera de lo tradicional o común que resulta este tipo de comida en nuestro medio.

El presente estudio se realizó mediante los métodos científico, inductivo, deductivo, analítico, sintético y de observación directa, por medio de los cuales se determinó los procesos, estrategias y avances para aceptar o rechazar la hipótesis planteada en la investigación de la elaboración y comercialización del fish and chips así como también al momento de distinguir y determinar los elementos económico/financieros acordes a la realidad del proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

#### 1.1. Antecedentes diagnósticos.

La creación de una pequeña empresa Fish And Chips, dedicada a elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, se plantea por la considerable cantidad de negocios dedicados a cubrir las necesidades de este segmento de mercado con la comida rápida común, misma que de cierta forma no ha sabido innovarse y con ello responder a los requerimientos actuales que el mercado demanda, entre los cuales destacan innovación, variedad, precio, y sobre todo salud alimentaria.

Dentro del mercado gastronómico con el que cuenta la ciudad de Ibarra, cabe denotar que no es precisamente generador de platos típicos, pues esta actividad tiene sus orígenes en cantones aledaños a la ciudad, a excepción del segmento de nogadas y helados de paila tradicionales de la ciudad, pero que a la larga se los considera como bocaditos de degustación turística.

En todo caso cabe señalar, que la gastronomía que se genera a nivel de la ciudad y mayoritariamente de la provincia es variada y de mucha tradición entre sus habitantes, en donde el segmento de la comida rápida en la ciudad blanca considero no se ha desarrollado más allá de ofrecer lo tradicional que significa este tipo de gastronomía, y se ha enfocado a generar cierto tipo de productos como; hamburguesas, hot dog, sándwich etc., que si bien es cierto han sabido tener gran acogida, la cual creo ha sabido ser condicionada, al no existir variedad de menús que incluyan el acompañamiento de nuevos productos diferentes al pollo, la carne y los embutidos que son los más comunes.

El crecimiento de la población, la consolidación de la provincia en el ámbito comercial, así como su cercanía a provincias fronterizas hacen que la ciudad de Ibarra se convierta en una urbe muy transitada y visitada comercial y turísticamente. Todos estos aspectos dan la pauta para incursionar en la generación de gastronomía aunque no típica de nuestro medio, pero potencialmente atractiva para la diversificación del consumo frente a establecimientos como Kfc, Maxims, Pollos Gus, Alas Doradas ya muy tradicionales y que cuentan con una amplia trayectoria en este segmento, que lejos de innovar sus menús es más cercana la idea de ejecutar proyectos de gastronomía alternativa como: el Fish And Chips que es elaborado a base de productos del mar, entre los que se encuentran: pescado de diferentes variedades, mariscos (langostín, camarón, pulpo).

En concordancia a estos criterios, cabe destacar que el mercado gastronómico de la ciudad de Ibarra, al contar con gastronomía típica originaria de sus cantones aledaños y mas no propia de la ciudad y tomando en consideración que la comida rápida elaborada y comercializada no pasa de lo cotidiano, cabe considerar que dicho segmento gastronómico se encuentra abierto al ingreso de pequeñas empresas de comida rápida variada, innovadora y más saludable, en donde el Fish and Chips destaca por ofrecer un menú selecto, a base de productos como el pescado y mariscos en general.

## **1.2. Objetivos diagnósticos.**

### **1.2.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional del entorno comercial de la ciudad de Ibarra, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para la creación de la pequeña empresa de elaboración y comercialización de comida rápida "Fish And Chips".

## **1.2.2. Específicos**

- 1.2.2.1. Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.
- 1.2.2.2. Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- 1.2.2.3. Analizar datos sociodemográfico del área de la ciudad de Ibarra.
- 1.2.2.4. Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.
- 1.2.2.5. Determinar los aspectos relacionados con las costumbres alimentarias que surgen a raíz del trajín diario.

## **1.3. Variables e indicadores diagnósticos.**

- 1.3.1. Antecedentes históricos
- 1.3.2. Aspectos geográficos
- 1.3.3. Caracterización demográfica
- 1.3.4. Situación socioeconómica
- 1.3.5. Costumbre alimentaria

## **1.4. Indicadores de las variables.**

- 1.4.1. Datos históricos
- 1.4.2. Información geográfica
- 1.4.3. Datos poblacionales
- 1.4.4. Actividades económicas
- 1.4.5. Gustos y preferencias

1.5. Matriz de relación diagnóstica.

**Cuadro Nro. 1**  
**Matriz de relación diagnóstica**

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLE	INDICADOR	INSTRUMENTO
Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.	Antecedentes históricos.	Datos históricos	Investigación bibliográfica- Documental
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Aspectos geográficos.	Información geográfica	Fuentes secundarias Internet
Analizar datos sociodemográficos del área de la ciudad de Ibarra.	Caracterización demográfica.	Datos poblacionales	Referencias estadísticas
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.	Situación socioeconómica.	Actividades económicas	Fuentes secundarias
Determinar los aspectos relacionados con las costumbres alimentarias.	Costumbre alimentaria	Gustos y preferencias	Fuentes secundarias

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

## **1.6. Información secundaria.**

### **1.6.1. Antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.**

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

Esta urbe hoy en día es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre, en la actualidad constituye el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador.

La villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. La ciudad se construyó entre Quito y Pasto, y cerca al mar. En la época de la colonia los viajes comerciales entre estas dos ciudades proveían a Ibarra de un movimiento comercial por lo que se la consideraba como un pueblo en progreso continuo. El intercambio productivo hizo que la ciudad creciera rápidamente y sus características para la agricultura propiciaron el desarrollo de la zona.

El asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fueron construidos en el valle de los Caranquis, en los terrenos de Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa. Aún se pueden encontrar restos de construcciones Incas- Los datos históricos y antropológicos afirman que en la conquista española se

construyó una ciudad colonial sobre la villa Inca, se usaron las mismas piedras talladas para construir casas coloniales.

La junta soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. Así también el 28 de abril de 1872, constituye una fecha memorable para la ciudad de Ibarra, ya que marca el retorno a la ciudad después del alejamiento parcial debido al terremoto que devastó a la ciudad la madrugada del 16 de agosto de 1868.

Es importante señalar que la ciudad de Ibarra y la provincia en general cuentan con una trascendencia gastronómica histórica que nace en épocas en donde la conquista española dejó huellas que marcaron profundamente al Ecuador y a su territorio en general, en el caso de la alimentación los cambios modificaron muchos de los patrones de consumo y producción.

Si bien es cierto en la época prehispánica el cultivo de maíz , papas, mashua, mellocos, ocas, berro, bledo, chochos, quinua y yuyos proveía de alimentos a los imbabureños; con la llegada de los españoles nuevos productos se insertaron en la dieta básica. Cereales como el trigo, cebada y centeno cambiaron los hábitos alimenticios y con ello la producción en las tierras.

En ese entonces en la ciudad y provincia era muy tradicional el consumo de las llamadas bonitísimas, a base de harinas de trigo o maíz o el puchero ibarreño, son alimentos que, al parecer, se extinguieron hace décadas y que de cierta forma se constituían como la identidad de nuestros pueblos.

Dentro de todo ello, es conveniente rescatar la presencia de la fanesca que constituye un aporte en época de Semana Santa y que convoca a las

familias, lo propio con las guaguas de pan y la colada morada, frente al cada vez más frecuente llegada de la comida rápida, instalada desde hace décadas en la provincia y el país.

Es importante destacar que por todos estos hechos históricos, a la ciudad blanca se le acredita un gran potencial turístico y además una variada gastronomía; sin embargo en la ciudad no es posible encontrar un lugar en donde se oferte un servicio de alimentación alternativa, es decir un segmento gastronómico de comida rápida sana y variada preparada con productos del mar, exclusivamente con mariscos que garanticen una adecuada ingesta de alimentos y una buena calidad de vida para sus habitantes.

Ante esta marcada apreciación cabe recalcar que Imbabura es una provincia en donde la cultura de la comida rápida, implantada en gran parte por transnacionales dedicadas a esta actividad, está ganando campo a los productos tradicionales como resultado de la globalización que ha variado a través del tiempo los hábitos alimenticios del ser humano. Por ello y tomando en cuenta que en la actualidad hay un gran porcentaje de enfermedades gastrointestinales y estomacales debido a la mala alimentación gestada por el mal habito que las personas hemos formado ya sea por el trajín diario de nuestras actividades o en su vez debido a las malas costumbres generadas por culturas ajenas a nuestro medio, hemos terminado siendo parte de una sociedad consumista de comida rápida.

### **1.6.2. Demografía.**

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo

nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de los cuales 93.389 son mujeres, y 87.786 son hombres.

**Cuadro Nro. 2**

**Población por sector del cantón Ibarra - Censo 2010**

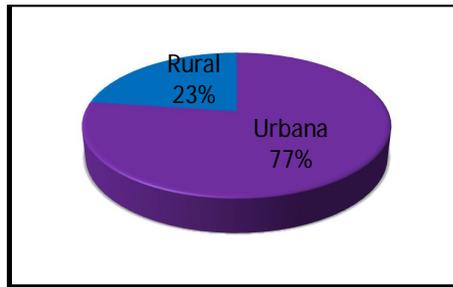
Áreas	Nro. de Habitantes	Porcentaje
Urbano	139721	70%
Rural	41454	23%
Total	181,175	100%

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 1**

**Población por sector del cantón Ibarra - Censo 2010**



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: El autor

Consecuentemente a dichos datos poblacionales es necesario mencionar que la edad promedio de un individuo a nivel del cantón es de 29.6 años, en tanto que el 83.2% de la población cuenta con cédula de ciudadanía, además el 30.2% de la población ocupa un seguro general, mientras que el 9.1% de las personas cuenta con un seguro de salud privado.

**Cuadro Nro. 3**

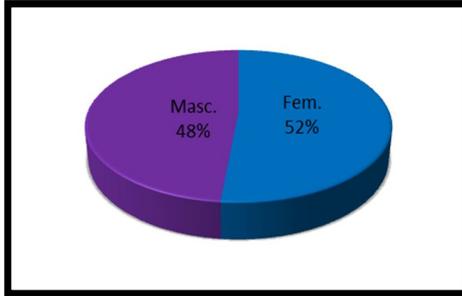
**Población por género del cantón Ibarra - Censo 2010**

Género	Nro. de habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%
Total	181,175	100%

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: El autor

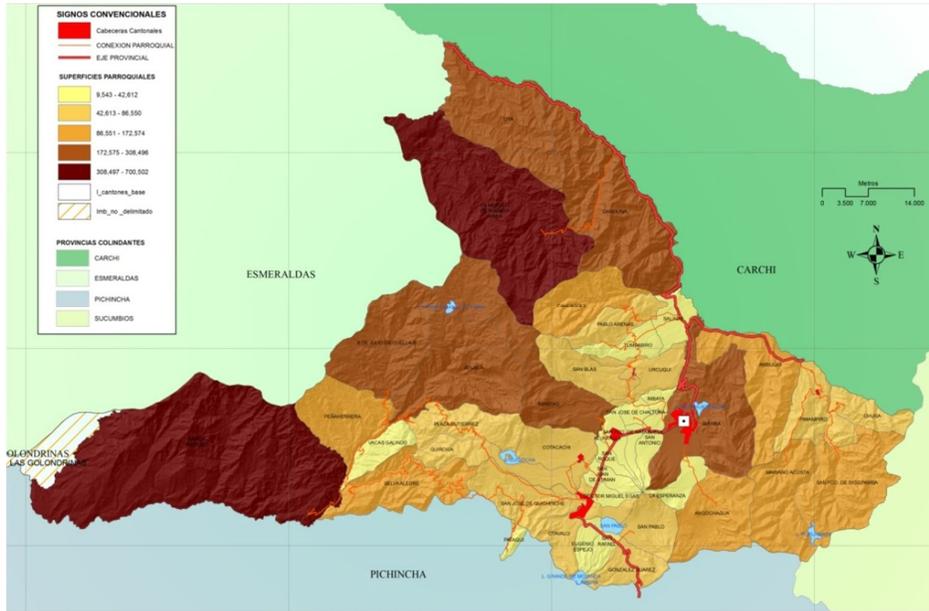
**Gráfico Nro. 2**  
**Población por género cantón Ibarra - Censo 2010**



Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)  
 Elaborado por: El autor

**1.6.3. Ubicación geográfica.**

**Gráfico Nro. 3**  
**Mapa geográfico provincia de Imbabura**



Fuente: [www.imbabura.gob.ec](http://www.imbabura.gob.ec) / Sistema de Información Geográfica

Ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito.

Es también parte del corredor Tulcán-Riobamba, Una megalópolis del Ecuador concentrando las ciudades de la serranía norteña la cual obtiene una población de más de 4.5 millones de habitantes incluyendo los cantones de las capitales provinciales al igual que cantones adyacentes de los cantones capitalinos provinciales.

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

#### **1.6.4. Aspectos sociodemográficos.**

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato, que abarcan un área total de 41.68 km<sup>2</sup> y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio que cuentan con una superficie de 1.162.55 km<sup>2</sup>.

#### **Cuadro Nro. 4**

##### **Superficie de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra**

<b>Parroquia</b>	<b>Km2</b>
San Francisco	10.29
El Sagrario	10.68
La Dolorosa del Priorato	9.47
Caranqui	6.53
Alpachaca	4.71
<b>Total</b>	<b>41.68</b>

**Fuente:** Municipalidad de Ibarra, Línea base RRNN, 2005

**Elaborado por:** El autor

Las principales parroquias urbanas con mayor afluencia de público en la ciudad blanca son: El Sagrario y San Francisco, en donde es importante destacar que debido a su ubicación estratégica en el centro de la ciudad actualmente conforman el motor comercial de Ibarra. Estas parroquias actualmente cuentan con 57987 habitantes, según las estimaciones realizadas con base en el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010.

#### **1.6.4.1. Seguridad.**

En aspectos de seguridad cabe realizar un análisis a nivel de toda la provincia de Imbabura, debido a que es un ámbito general en donde se realiza un trabajo conjunto a fin de lograr mejores resultados, es así como a dentro de este ámbito es evidente que en la ciudad y provincia no existen altos índices delincuenciales como a diferencia de otras en el país, por lo que se está trabajando en conjunto (autoridades y comunidad) para dar soluciones a los problemas de seguridad ciudadana. Los mejores aliados para este proceso de seguridad son; policía nacional, alcaldes, jefes políticos y la ciudadanía de cada cantón ya que son los que conocen la realidad de sus sectores.

A fin de fortalecer la seguridad a nivel provincial actualmente se está ejecutando el plan integral de seguridad ciudadana, y constituye el instrumento que articula los proyectos y acciones del gobierno provincial y de la policía, responsables de la seguridad y del orden público en Imbabura.

El plan integral de seguridad ciudadana, comprende la participación comunitaria ya que es trascendental en la búsqueda de soluciones a los problemas de inseguridad que enfrentan los sectores de Imbabura. Es importante que la comunidad trabaje junto con la Gobernación y la Policía para disminuir la inseguridad de todos sus habitantes.

Dicho plan se lo ha elaborado con el fin de fortalecer y modernizar los mecanismos necesarios para garantizar los derechos humanos, en especial el derecho a una vida libre de violencia y criminalidad, la disminución de los niveles de delincuencia y el mejoramiento de la calidad de vida de toda la comunidad Imbabureña.

Actualmente la policía ha tomado un cambio de actitud, y su labor se canaliza por un enfoque preventivo más que represivo. El plan prevé

acciones prioritarias orientadas hacia los jóvenes y mujeres. La juventud es uno de los grupos más afectados por la violencia y la delincuencia, tanto en condición de víctimas como en la de victimarios, mientras que la población femenina está catalogada como una de las más vulnerables como víctima de la inseguridad ciudadana.

Para la ejecución de estos planes juega un papel muy importante la especialización del policía, así como la capacitación de la ciudadanía para las autoridades, pues de ello depende mucho la mantención de los índices delictivos por debajo del margen aceptable.

La ciudad al haberse consolidado como una ciudad apta para el comercio y al ser una ciudad de paso medianamente fronterizo se ha visto también afectada por todas las implicaciones que ello deriva, el narcotráfico, así como el contrabando son las actividades delictivas más comunes en la ciudad y ante ello el trabajo conjunto que vienen realizando la gobernación, conjuntamente con la policía nacional y fuerzas armadas han dado excelentes resultados ya que en este ámbito delictivo se han logrado dar duros golpes al hampa organizada.

Es así como las autoridades de la ciudad blanca vienen trabajando en conjunto a fin de en el futuro lograr consolidar a la provincia de Imbabura como una de las más seguras a nivel nacional.

#### **1.6.4.2. Educación.**

En el ámbito educativo la ciudad de Ibarra y en general la provincia de Imbabura ha logrado consolidarse en un referente en la región norte del país, ello a raíz del trabajo realizado a fin de erradicar principalmente el analfabetismo.

Esto lo demuestran los resultados tras el censo realizado en 2010, que demuestra que a nivel del cantón existe un 5.5% de analfabetismo

promedio en la población mayor o igual a los 15 años de edad, mientras que el promedio de años de escolaridad mayor o igual a 10 es del 9.8% lo cual indica un alto índice de escolaridad, en tanto que la cobertura del sistema de educación pública es del 70.2%, en donde cabe destacar que tan solo existe un 2.9% de hogares con niños/as que no asisten a un establecimiento educativo.

Todo esto demuestra que está avanzando continuamente la educación del cantón, la provincia y el país.

**Cuadro Nro. 5**

**Nivel de analfabetismo - Provincia de Imbabura - Censo 2010**

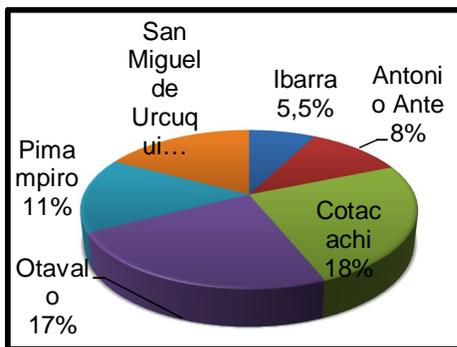
<b>Cantón</b>	<b>Analfabetismo (%)</b>
Ibarra	5.5%
Antonio Ante	8%
Cotacachi	18%
Otavalo	17%
San Miguel de Urcuqui	12.4%
Pimampiro	11%

**Fuente:** www.inec.gob.ec

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 4**

**Nivel de analfabetismo - Provincia de Imbabura - Censo 2010**



**Fuente:** www.inec.gob.ec

**Elaborado por:** El autor

Con respecto al acceso a la tecnología y que hoy en día se lo ha identificado como otro tipo de analfabetismo, este es el “analfabetismo digital”, que va vinculado con el uso de la computadora y la tecnología. En este sentido se establece que en el cantón Ibarra existe un 23.5% de analfabetismo digital en edades comprendidas mayores o igual a 10 años, en tanto que un 68.2% de la población utiliza telefonía móvil, además un 43.7% de la población tiene acceso a una computadora y finalmente el 37.2% de la población utiliza y tiene acceso al internet.

En la actualidad se estudia la posibilidad de ejecutar el proyecto denominado "YACHAY" o “CIUDAD DEL CONOCIMIENTO”, que involucra la participación activa de toda la provincia significando un desarrollo tecnológico a nivel regional, nacional e internacional para quienes formaran parte de esta propuesta tecnológica. La ciudad del conocimiento constituye la construcción de un parque tecnológico donde se implantarán empresas, instituciones, organismos públicos y privados relacionados con la investigación, la generación de nuevas ciencias así como el desarrollo de diversas ramas tecnológicas tan importantes como la nanotecnología.

#### **1.6.4.3. Cultura y recreación.**

Dentro de las actividades de cultura y recreación la provincia de Imbabura así como la ciudad de Ibarra vienen trabajando en el fortalecimiento de estos aspectos todo ello por medio del Ministerio de Cultura y la Ilustre Municipalidad de Ibarra.

Bajo esta realidad, cabe señalar que estas dependencias vienen trabajando en la recuperación de viejas tradiciones engendradas en la provincia así como también en la recuperación de juegos tradicionales entre los que destaca el juego de tabla, en donde se vienen ejecutando proyectos de recuperación de la identidad social y cultural de la provincia.

Actualmente es común ver que se están unificando a los diferentes movimientos sociales y culturales, a los cuales se les está concediendo la ocupación y participación en diferentes espacios de la comunidad a fin de dar a conocer todo su potencial expresado en actividades como el teatro, pintura, música, etc.

Entre las principales actividades culturales que cuentan con trayectoria y reconocimiento a nivel local y regional destacan:

- EI INTI-RAYMI
- EI CARNAVAL DE COANGUE
- EI YAMOR
- EI PAWCAR RAYMI
- Las COMPARSAS 31 DE DICIEMBRE (Antonio Ante)

#### **1.6.4.4. Salud.**

En materia de salud, la provincia de Imbabura mediante el apoyo del gobierno nacional y este a través del Ministerio de Salud Pública vienen trabajando de forma conjunta a fin de garantizar la calidad de los servicios de salud para toda la población en cada cantón.

Es así como a partir del año 2008 hasta la actualidad se viene trabajando en el desarrollo de competencias interculturales en el personal de salud, afín de dar cumplimiento al principio de interculturalidad que promulga el MSP a nivel nacional, en donde se destaca que la provincia cuenta con un sistema de información único que incluye la variable étnica para la desagregación estadística, además de la adecuación de la infraestructura física que incluye señalética en kichwa y español en las diferentes unidades médicas, adecuación y ambientación de la sala de parto culturalmente en áreas sub urbanas y rurales.

Otros aspectos relevantes resultado del trabajo conjunto constituyen, el fortalecimiento de la red comunitaria principalmente en zonas rurales con la participación de parteras, equipos básicos de salud , actores comunitarios como: comités de salud, juntas parroquiales y tenientes políticos, con quienes se han realizado mapas parlantes para la identificación de emergencias obstétricas y referencia oportuna; así como la identificación de grupos de riesgo, prevención de enfermedades y principalmente la certificación a las parteras comunitarias por parte del Ministerio de Salud Pública a través de la capacitación en signos de riesgo para que se articulen en la referencia de las embarazadas desde las comunidades hacia las unidades operativas. Actualmente la provincia cuenta con 64 unidades de salud.

Bajo este precedente, es importante señalar que a nivel de los cantones de Imbabura los servicios médicos y/o de salud se encuentran garantizados y/o cubiertos, en donde es muy clara la inversión que el actual gobierno viene realizando a fin de garantizar el acceso gratuito a servicios médicos de calidad. Además no existen registros recientes de rebrotes de epidemias, a pesar de que en la provincia existe un gran promedio de personas que viven en el área rural. Todo ello es el reflejo del trabajo que se viene ejecutando en donde las campañas de prevención han jugado un papel muy importante en materia de prevención de riesgos dentro del área de salud.

#### **1.6.5. Aspectos socioeconómicos.**

##### **1.6.5.1. Agricultura y ganadería.**

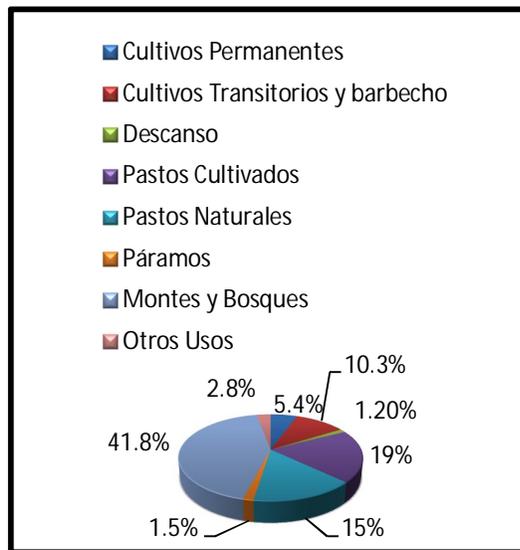
La agricultura es la base de la economía Imbabureña, tiene variedad de productos como son: maíz, trigo, cebada, fréjol, anís, legumbres, hortalizas, tomate riñón, cabuya, alfalfa, frutas, papaya, piña, caña de azúcar, ciruela, guabo, aguacates, plátano, naranja, cacao y café. Esta

provincia es muy privilegiada pues tiene valles fértiles, con una extensión de 4.614,60 Km<sup>2</sup>, que es el 1,80% del total de la superficie nacional.

El área destinada a cultivos alcanza unas 20 mil has., y la destinada a pastos supera las 10 mil. Imbabura es una de las principales provincias en la producción de fréjol seco (se cultivan aproximadamente unas 7.000 has) y la primera en la producción de maíz suave seco con una superficie cultivada de cerca de 35.000 has.

**Gráfico Nro. 5**

**Superficie por categorías de uso de suelos - Provincia de Imbabura**



Fuente: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)  
 Elaborado por: El autor

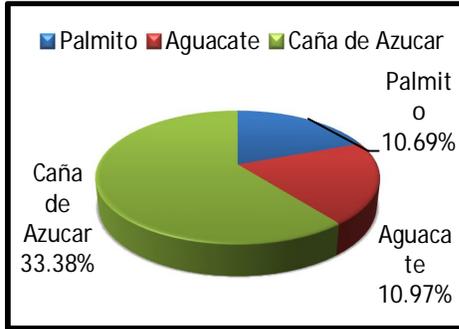
En uso del suelo predominan montes y bosques, con pastos cultivados, en cultivos permanentes y cultivos transitorios hay superficies bajo el 10%.

**a. Cultivos permanentes**

Los cultivos permanentes más representativos en la provincia son: caña de azúcar para azúcar, aguacate y palmito, que cubren el 55,04% del total de superficie plantada. El 44,97% restante de la superficie plantada está cubierto por 32 cultivos permanentes con superficies menores al 10%.

**Gráfico Nro. 6**

**Superficie plantada de los principales cultivos permanentes**



Fuente: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

Elaborado por: El autor

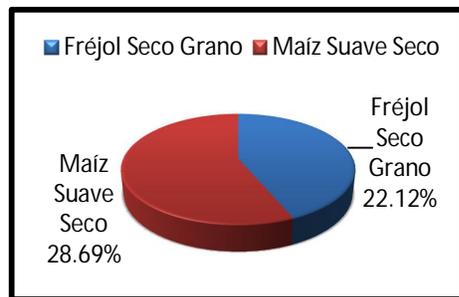
El gráfico indica el comportamiento de los principales cultivos permanentes en cuanto a la producción y la relación que existe entre las ventas y la parte destinada al autoconsumo.

**b. Cultivos transitorios**

Los cultivos transitorios más representativos son: maíz suave seco y fréjol seco grano, que cubren el 50,81% de superficie sembrada en la provincia de Imbabura. El 49,19% restante de la superficie sembrada está cubierto por 37 cultivos transitorios con superficies menores al 10%.

**Gráfico Nro. 7**

**Superficie sembrada de los principales cultivos transitorios**



Fuente: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

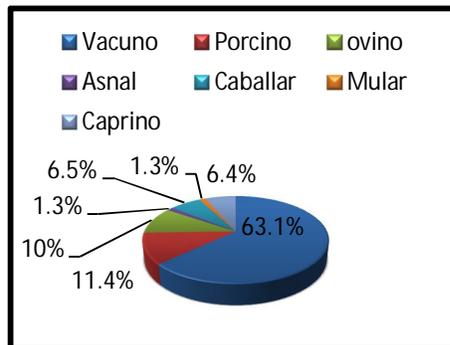
Elaborado por: El autor

El gráfico indica el comportamiento de los principales cultivos transitorios en cuanto a la producción y la relación que existe entre las ventas y la parte destinada al autoconsumo

### c. Producción pecuaria

La actividad ganadera es buena y rentable que han ayudado en la crianza de ganado vacuno, ovino y porcino, por las grandes extensiones de pastizales que posee. Tiene lugares muy aptos para la ganadería, entre los más importantes están los de Zuleta y La Magdalena.

**Gráfico Nro. 8**  
**Existencias de ganado por especies**



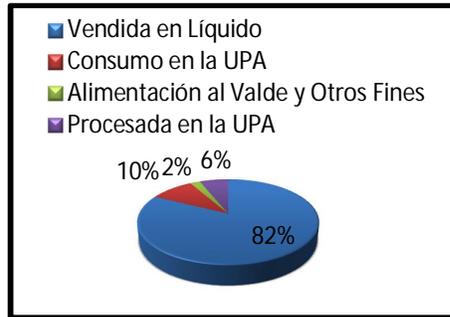
Fuente: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)  
Elaborado por: El autor

### d. Producción y destino de la leche

De la producción de leche la mayor cantidad de litros se destina a la venta. De las vacas existentes en la provincia de Imbabura el 57% están destinadas al ordeño con un promedio de siete litros de leche diarios por vaca.

**Gráfico Nro. 9**

**Producción y destino de la leche**



Fuente: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

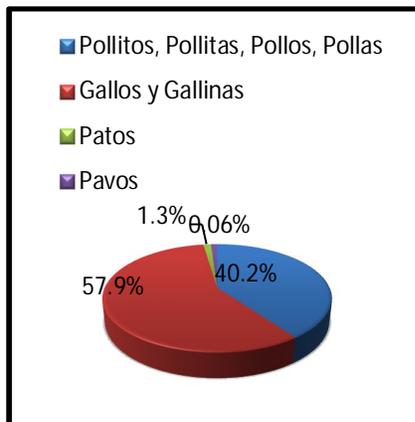
Elaborado por: El autor

**c. Aves de campo**

Por otro lado en la crianza de pollos de engorde ocupa el tercer puesto en el país. En donde las gallináceas (gallos, gallinas, pollos y pollas etc.) tienen mucha importancia en la alimentación del hombre, por su carne y huevos. La mayor concentración de este tipo de aves en la provincia de Imbabura está en la cría de gallos y gallinas.

**Gráfico Nro. 10**

**Existencias de aves de campo**



Fuente: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

Elaborado por: El autor

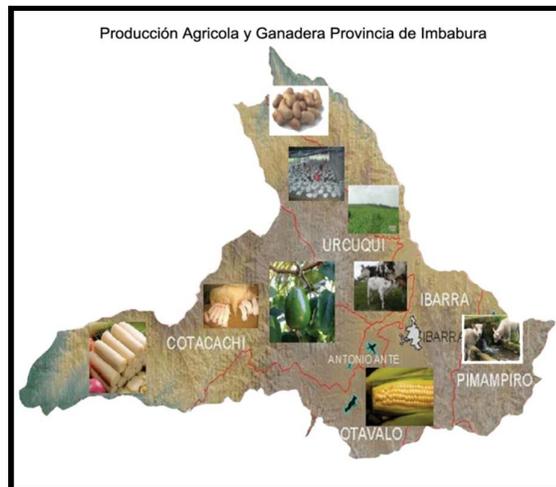
Las aves de campo se destina al autoconsumo, quedando muy poco para las ventas.

#### e. Aves de planteles avícolas

Un plantel avícola es un lugar físico que está conformado por uno o más galpones que alojan a un grupo o grupos de aves de una misma especie y que tienen unos sistemas especiales de cuidados, alimentación, sanitarios y medidas de seguridad. En la provincia de Imbabura el 100 por ciento se dedica a la crianza de pollitos, pollitas, pollos y pollas.

**Gráfico Nro. 11**

#### **Mapa agropecuario de la provincia de Imbabura**



Fuente: Dirección de planificación GPI

#### **1.6.5.2. Industria.**

Si se compara con otras provincias, el desarrollo industrial de Imbabura es bajo. Sin embargo, el número de personas ocupadas en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias. Las principales ramas manufactureras son: textiles, confección de prendas de vestir, artículos de cuero, la industria de producción y comercialización de alimentos y bebidas.

#### **1.6.5.3. Servicios.**

Dentro del área de servicios que comprende dotación y abastecimiento de servicios básicos a la comunidad, cabe destacar el trabajo que viene

realizando el cabildo de la ciudad para la dotación y cobertura en todas las áreas de la ciudad.

En cuanto a servicios de telecomunicaciones aún es muy notoria la desigualdad existente en la distribución de estos hoy considerados imprescindibles en la población, lo que acentúa aún más la brecha existente entre zonas urbanas y rurales, condenando a las segundas a seguir desintegradas económicamente, con bajos ingresos capitales, aislados de los servicios básicos, lo que implica un grave problema para las grandes ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil, Ibarra y otras cabeceras provinciales, debido a que esta situación hace que exista una masiva y potencial migración rural, lo que implicaría una sobrepoblación en la zona urbana y una discriminación hacia la zona rural.

Fura del ámbito de dotación y cobertura de servicios básicos, se encuentran aquellos servicios que presta u ofrece la ciudad de Ibarra así como la provincia, en donde se destacan servicios gastronómicos, de hospedaje y turismo en general, a continuación se describen aquellos de mayor relevancia:

#### **a. Servicios de turismo**

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando los Quitus y Caranquis dominaban, pasando por la dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad.

De calles adoquinadas y casas coloniales, Ibarra, conocida como la ciudad blanca, es una de las ciudades más visitadas en el norte del país. Su casco antiguo presenta construcciones de una sola planta, pintadas de blanco, que rodean a los parques Pedro Moncayo y La Merced, muy ornamentales y bien cuidados.

En las Universidades Católica y del Norte, así como en la casa de la cultura y el colegio de arquitectos, es posible visitar exposiciones de arte. También hay museos con muestras arqueológicas, numismáticas, minerales, filatélicas y paleontológicas, entre otras. La urbe cuenta con infraestructura hotelera, bares y restaurantes con comida típica. Alrededor de Ibarra y en toda la provincia de Imbabura, hay bellas hosterías modernas y antiguas, que acogen a los visitantes en los bellos rincones de esta parte del país.

Todos esos hechos tienen testigos materiales que son atractivos turísticos potenciales, y no solo eso, Ibarra también goza de paisajes exuberantes, y al ser multicultural y multirracial, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforma una experiencia muy agradable.

## **b. Principales atractivos turísticos**

### ➤ **Iglesias**

La ciudad blanca cuenta con muchos templos católicos entre los que destacan:

- **La Catedral:** ubicada en el centro de la ciudad, es la central de la diócesis, construida después del terremoto de Ibarra, cuenta con varias obras de la escuela de arte de Quito.
- **Basílica "La Merced":** su altar está cubierto de pan de oro; fue construida inmediatamente después del terremoto.
- **Capilla Episcopal:** anterior al terremoto de 1868, se encuentra a un lado de la catedral, cuenta con obras de arte de la época colonial.
- **San Agustín:** resguarda el arte anterior a 1868 e incluso es testigo sobreviviente de la batalla de Ibarra (1823).
- **San Antonio:** en su interior se refugió Simón Bolívar ante las tropas de Agualongo, está en la parroquia rural de San Antonio de Ibarra, en las afueras del sector urbano.

- **Basílica de "La Dolorosa":** fue construida sobre las ruinas de "La Compañía", otro templo católico destruido en el terremoto de 1868.
- **San Francisco y Santo Domingo:** construidos a principio del siglo pasado, su arquitectura tanto interior como exterior, son dignos de admiración.
- **Santuario del Señor del Amor de Caranqui:** Se ubica al sur de la Ciudad de Ibarra a 5 minutos del centro histórico.

#### ➤ **Parques**

Así también la ciudad tiene a su haber hermosos parques y plazoletas muy tradicionales entre los que destacan:

- **Parque Pedro Moncayo:** es el parque principal de la ciudad, se ubica al frente de la Gobernación y la Municipalidad de Ibarra.
- **Plazoleta Francisco Calderón:** actualmente es un escenario para eventos importantes de la ciudad, por lo cual lleva el nombre de Plazoleta de la Ibarreñidad.
- **Plazoleta Abdón Calderón:** se ubica frente a la iglesia de San Agustín, por lo que comúnmente a esta pequeña plazoleta se la conoce con el mismo nombre.
- **Parque Víctor Manuel Peñaherrera:** está frente a la Basílica de "La Merced". En siglos pasados fue sitio de mercado, plaza de festejos taurinos y de otras distracciones populares y deportes.

#### ➤ **Paisajes**

Entre los paisajes que denotan a la ciudad blanca tenemos:

- **Laguna de Yahuarcocha:** literalmente significa "lago de sangre" y debe este nombre al hecho de que en sus orillas se tuvo lugar la última batalla de resistencia de los Caranquis contra las tropas incas invasoras.

- **Loma de Guayabillas:** es una amplia zona verde conocida como el pulmón de Ibarra, también cuenta con un zoológico y las instalaciones necesarias para un paseo familiar.
- **El Mirador:** aquí se encuentra una estatua de San Miguel Arcángel, patrono de la ciudad.
- **Yuracruz:** ubicada a espaldas del anterior, esta loma más alta permite observar con más amplitud las bellezas naturales de la ciudad y la provincia.
- **Valle del Chota:** Este lugar goza de un clima caliente, y también es cuna de los mejores futbolistas ecuatorianos.
- **Ambuquí:** este sector cuenta con una gran infraestructura turística, que aprovecha el clima cálido de este lugar.
- **Caranqui:** este sector está lleno de historia, aquí se han encontrado muchas reliquias arqueológicas debido a que se asentaron los pueblos que hicieron férrea resistencia a los Incas.
- **San Antonio de Ibarra:** es reconocida por sus artesanías y la escultura en madera, haciendo parte de la cultura y tradición de la provincia y el país.
- **La Esperanza y Zuleta:** Ubicadas a poca distancia de Ibarra, estas población es conocida por la habilidad de sus mujeres para elaborar bordados multicolores muy finos.

### c. Gastronomía

En esta provincia, se puede degustar una amplia variedad de platos típicos entre los más destacados tenemos:

- **Empanadas de morocho:** La masa es de morocho (variedad de maíz) mojado, relleno de carne de cerdo o res, con refrito de cebolla, zanahoria y arvejas, fritas en aceite. (Tradicional Ibarra).
- **Tortillas de maíz:** Tostadas en tiesto de barro acompañadas con fritadas, hornados y aguacate. (Tradicional Ibarra).

- **El pan de leche y los helados de crema:** Dos deliciosos bocadillos que deleitan el paladar de propios y extraños. (Tradicional de Caranqui).
- **El hornado:** Consiste en un plato de cerdo al calor del carbón de hornos de barro, el cual es acompañado de las tradicionales cosas finas. (Tradicional Otavalo).
- **Carnes coloradas:** Es carne preparada con achiote. Son sazonadas y secadas al sol, después de una semana se corta en pedazos y luego se las asa. Se acompañan de mote, papas cocinadas, aguacates y salsa de queso. (Otavalo y Cotacachi).
- **Caldo de patas:** Es una sopa preparada con patas de res, maní, leche, mote y refrito de cebollas y achiote. Tiene un alto poder nutritivo (Valle del Chota).
- **Chicha del yamor y de jora:** Bebida de maíz fermentado con panela e hierbas aromáticas. En el caso de la chicha de Jora, lleva sólo maíz amarillo; la chicha del Yamor, en cambio tiene 7 clases de maíz: blanco, amarillo, negro, morocho amarillo, morocho blanco, chulpi y canguil. Hay chicha de arroz y de frutas. (Tradicional Otavalo)
- **La tradicional fritada:** La fritada se la sirve con papas y plátano maduro, mote, choclo y tostado. (Tradicional de Atuntaqui).
- **Cuy asado:** Se los acompaña de mote, tostado, choclo, papas, lo cual deleita los paladares no solo de la gente del lugar sino también de miles de turistas que visitan el pueblo. (Tradicionales de Chaltura)
- **Champus:** Es una colada de harina de maíz, con mote y piña acompañados de guaguas de pan. (Tradicional de Otavalo)
- **Mazamorra con cuy:** Plato tradicional que se brinda en fiestas indígenas es la mazamorra con cuy. (Tradicional de Otavalo)
- **Caldo de gallina criolla:** Es un apetitoso plato de caldo de gallina criolla, le lo prepara con carne de gallina de campo, arroz, arveja, zanahoria, sal, comino, cilantro, cebolla, etc. (Tradicional de Urququi).
- Las humitas y los quimbolitos también son muy tradicionales. (Tradicional Imbabura)

#### d. Repostería

Dentro de este segmento es donde se encuentra la mayor tradición de tipo gastronómico engendrada en la ciudad blanca y en donde se destacan los típicos:

- **Helados de paila:** El secreto de estos famosos y deliciosos helados es que son de puro jugo de fruta y clara de huevo, luego son batidos a mano en paila de bronce sobre hielo, que tradicionalmente provenía de los glaciares de Cayambe y de Cotacachi (en épocas antiguas). Se suelen acompañar de quesadillas y barquillos. (Tradicional de Ibarra).
- **Arrope de mora:** Dulce o jalea de mora, su elaboración consiste en mezclar el jugo de mora, azúcar y un poco de limón, preparado con muy poco agua. (Tradicional de Ibarra).
- **Nogadas:** Son dulces hechos base nueces de nogal, o tocte, panela las cuales son envueltas en cajas especiales. (Tradicional de Ibarra).
- **Las tradicionales, “cosas finas”:** (suspiros, mojicones, panuchas, rosquetes) elaborados a base de harina de maíz. (Tradicional de Ibarra).

#### 1.6.5.4. Comercio.

El censo económico del año 2010, determina que la ciudad de Ibarra cuenta con alrededor de 9.485 establecimientos económicos, que generaron 1.700 millones de dólares en ingresos por ventas. Dentro de dichos establecimientos existen 28.731 personas ocupadas, que generan un total de 16.6 millones dólares en activos fijos.

Las actividades productivas son; la fabricación de muebles y la elaboración de productos de panadería, en actividades de comercio destacan; la venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos, la venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y

mercados, en servicios son; actividades de restaurantes y servicios móviles de comida y otros como las actividades de telecomunicaciones.

**Cuadro Nro. 6**

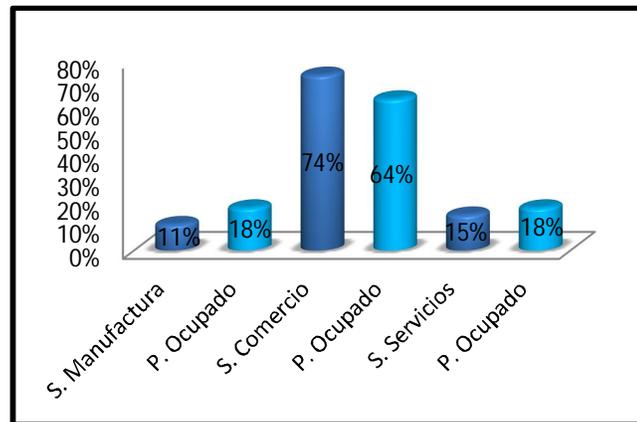
**Principales actividades de comercio cantón Ibarra - Período 2011**

Principales Actividades (Nro. Establecimientos)	Total de Establecimientos	%	Ingresos por Ventas (Millones USD)	%	Personal Ocupado	%
Sector manufactura	814	0.11	115	0.07	2657	0.18
Sector comercio	5360	0.74	517	0.30	9538	0.64
Sector servicios	1084	0.15	1063	0.63	2589	0.18
<b>Total</b>	<b>7258</b>	<b>100</b>	<b>1695</b>	<b>100</b>	<b>14784</b>	

Fuente: www.inec.gob.ec  
Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 12**

**Principales actividades de comercio cantón Ibarra - Período 2011**



Fuente: www.inec.gob.ec  
Elaborado por: El autor

Como se puede apreciar las principales actividades de comercio que se practican en la ciudad de Ibarra así como a nivel de la provincia son la manufactura que abarca un 11% del mercado de comercio, así también el comercio que abarca gran parte del segmento con una participación del 74%, mientras que en el área de servicios tenemos una participación del 15%, actividades que se proyectan a ser pioneras en la ciudad destacando las actividades de manufactura que son mayoritariamente cantonales a consolidarse en el mercado nacional e internacional en un futuro no muy distante.

### Cuadro Nro. 7

#### Actividades de comercio informal cantón Ibarra - Período 2011

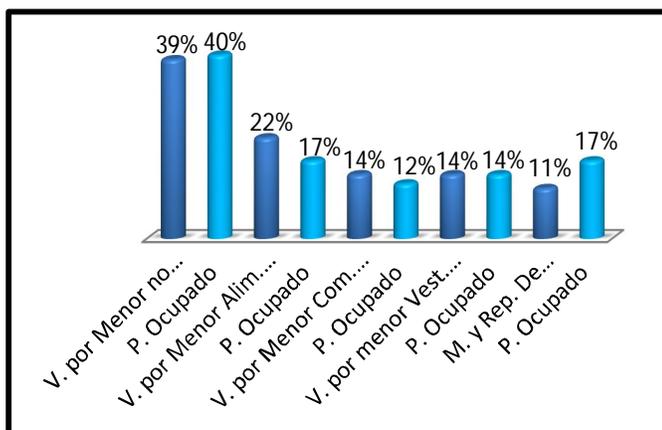
Principales Actividades (Nro. Establecimientos)	Total de Establecimientos	%	Ingresos por Ventas	%	Personal Ocupado	%
Venta al por menor no especializada en alimentos, bebidas o tabaco.	1308	0.39	73408982	0.57	1964	0.40
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos y mercados.	723	0.22	16073546	0.12	866	0.17
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	461	0.14	11506745	0.09	589	0.12
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	454	0.14	17701859	0.14	700	0.14
Mantenimiento y reparación de vehículos automotrices.	359	0.11	10370317	0.08	829	0.17
<b>Total</b>	<b>3305</b>	<b>100</b>	<b>129061449</b>	<b>100</b>	<b>4948</b>	<b>100</b>

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: El autor

### Gráfico Nro. 13

#### Actividades de comercio informal cantón Ibarra - Período 2011



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: El autor

Haciendo énfasis en los datos de las principales actividades de comercio informal que se dan en la ciudad de Ibarra cabe destacar que es amplio este sector del comercio ya que involucra directa e indirectamente a varios sectores productivos. Es importante señalar que este sector económico y de comercio generó alrededor de 130 millones de dólares el año pasado y mantuvo en ocupación plena a 4948 personas, lo cual indica que estos ingresos generados fueron indistintamente distribuidos

en varios sectores económicos y sociales de la ciudad y porque no de la provincia.

En conclusión el comercio es la actividad que genera el mayor movimiento económico en la ciudad de Ibarra, pues no solo se piensa en esta urbe como un destino turístico, sino también como un destino comercial, a lo que se suma el empleo que genera la actividad. A pesar de todo ello cabe destacar que una de las principales debilidades que debe superar el comercio en la ciudad es la dificultad para generar créditos al sector comercial, por parte de las entidades financieras, ello se refleja en las fuertes imposiciones que se generan en créditos de carácter micro-empresarial.

#### **1.6.6. La comida rápida en nuestro medio**

La comida rápida es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados opuestos callejeros que están al paso. Este tipo de comida es muy popular por lo sencillo de su elaboración (sometida habitualmente a procesos industriales) y conservación (en muchos casos no necesita refrigeración y su fecha de caducidad suele ser larga), su amplia distribución comercial la hace muy fácil de encontrarla y accesible pues su costo es variado además se ve complementada con la presión de la publicidad. También porque no suele requerir ningún tipo de preparación por parte del consumidor final o esta es escasa, es cómoda de ingerir y tiene una gran diversidad de sabores.

La comida rápida más popular es la hamburguesa (carne picada con alto contenido de grasa), que suele ser acompañada por otros alimentos poco saludables como patatas fritas y gaseosas de gran tamaño. La comida basura o comida chatarra contiene, por lo general, altos niveles de grasas, sal, condimentos o azúcares que estimulan el apetito y la sed, lo que tiene un gran interés comercial para los establecimientos que

proporcionan ese tipo de comida y numerosos aditivos alimentarios, como el glutamato mono sódico( potenciador del sabor) o la tartracina (colorante alimentario).

#### **1.6.7. Continuidad y falta de innovación en la comida rápida**

El mercado de la comida rápida durante años se ha presentado en nuestro medio como una alternativa gastronómica diferente. Durante todo este tiempo hasta la actualidad su carta de presentación se ha mantenido, es decir que es predominante el menú de: patatas fritas, con pollo broster, asado, frito o en su vez con carne de res, embutidos como salchichas, siempre acompañado de gaseosa, así también las hamburguesas con patas fritas, los hot-dogs con aderezos acompañados con gaseosas de gran tamaño. La explosión de bebidas significó menos innovación en comidas, a raíz de que se llegó a creer que con la diversificación de bebidas gaseosas o de diversa índole harían más versátil y llamativo al producto como tal.

A nivel de la provincia la comida rápida se presenta como una alternativa alimenticia estancada que no muestra señales claras de desarrollo en sus líneas de productos, sus tendencias de innovación son escasas debido a que el mercado local no demuestra ser exigente, es decir que se demanden nuevas líneas de productos innovadores, nutritivos, sanos y diferentes a los ya tradicionales.

Es el caso de diversas cadenas de comida rápida muy reconocidas que durante años fueron exitosas y que hoy en día pretenden tener la misma aceptación y éxito con una cartera de productos obsoleta con poca proyección, lo cual es imposible de lograr considerando que ahora deberán enfrentar a una mayor competencia que se presenta con un sin número de propuestas innovadoras y muy atractivas con gastronomía típica local así como de otros países y culturas que sin duda son representativas económicamente.

Es así que para tener un producto gastronómico rápido variado y nutritivo en nuestro medio abra de trabajar mucho, romper con paradigmas de consumo, dependientes y subrogados a monopolios transnacionales de comida rápida que imponen una cultura de consumo apegada a mejorar sus intereses económicos dejando de lado el criterio alimenticio de la población en general.

#### **1.6.8. El cliente y su comportamiento de compra**

La comida rápida o chatarra con mayor demanda, son el pollo, hamburguesas, pizzas y comidas al paso que generalmente son acompañadas de un refresco de gaseosa. Las grandes cadenas de comida rápida tienen completamente estudiado su mercado-meta, poseen productos dirigidos a los niños de 7 a 14 años, abarcan una amplia población empleados públicos, trabajadores de la banca, oficinistas en general, estudiantes que en su gran mayoría tienen un estilo de vida sedentaria.

Sin embargo estas cadenas de comida rápida se han concentrado su nicho de mercado en la gente joven. Una amplia población, de todo el público el 80% son familias, una población comprendida entre los 7 y los 65 años. Según la tendencia estadística gran parte de esta población suelen hacer vida fuera de sus hogares, entre los que destacan tanto hombres como mujeres, con diferentes estados civiles, trabajando o estudiando, aunque la mayoría suelen ser estudiantes, localizados en las ciudades, con un nivel de ingresos medio o elevado y con un nivel de formación media, con lo cual se convierten en consumidores potenciales.

La comida rápida o chatarra está dirigida a varias clases sociales, ya que existe una gran variedad de precios que no discriminan a la población en general.

### **1.6.9. Gustos y preferencias alimentarias.**

Debido al ritmo de vida de la ciudad y la integración de la mujer a las actividades productivas, es poco común que se coma en casa y mucho menos se prepare los alimentos de manera apropiada en los hogares. Debido a ello la gente recurre cada vez más a la comida rápida, integrándola a sus costumbres alimenticias.

El concepto de comida rápida nació al abrigo de la vida moderna, como un estilo de alimentación en el que la comida se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados. Debido a que el concepto de la comida rápida se basa en velocidad, uniformidad y bajo costo, se prepara a menudo con ingredientes formulados para alcanzar un cierto sabor o consistencia y para preservar fresca.

Bajo estos parámetros es posible mencionar que los gustos y preferencias alimentarias nacen de los malos hábitos y costumbres alimentarias que se practican involuntariamente de manera diaria, en donde el exceso de trabajo y el limitado tiempo con el que se cuenta para alimentarse son factores determinantes para recurrir a cadenas especializadas en comida rápida.

Los rasgos de consumo latentes que contribuyen a que las personas en general consuman comida rápida son:

Saltarse la primera comida del día: el desayuno no se encuentra dentro de las conductas alimentarias habituales de la población o en el mejor de los casos suele ser nutricionalmente pobre.

Picar durante el día y comer abundantemente en la cena: es frecuente observar que al estar muchas horas fuera de nuestros hogares picoteamos durante el día algunas galletas, dulces o en su vez un sandwich, pero cuando llega la hora de la cena se viene el descontrol.

Es habitual que gran parte de nuestra alimentación no incluye ciertos productos que resultan más nutritivos y saludables entre los que destacan:

- Hortalizas y frutas: Las hortalizas y frutas frescas, de todos los colores, son fuente de vitaminas, antioxidantes, ácido fólico (especialmente las hortalizas de color verde oscuro), minerales, fibra y fitoquímicos, pero que poco a poco se los ha dejado del lado por el gusto de consumir comida chatarra.
- Pescado: En general el consumo de pescado es bajo, esto debido a la falta de cultura o de gustos, aunque también se presenta el inconveniente en cuanto a su precio y poco rendimiento. Los pescados y frutos de mar aportan nutrientes beneficiosos para la salud como vitaminas, hierro, selenio, zinc, fósforo, proteínas de excelente calidad y ácidos grasos esenciales.

## 1.7. Diagnóstico externo.

**Cuadro Nro. 8**  
**Diagnóstico externo**

<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Política estatal que garantiza la inversión nacional y extranjera; gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones de los nacionales.</li> <li>➤ Actividades de turismo y mayoritariamente las de comercio que constituyen la economía de la ciudad.</li> <li>➤ Entidades gubernamentales destinadas a capacitar en la generación de proyectos productivos.</li> <li>➤ Segmento de mercado que busca alternativas gastronómicas diferentes de las tradicionales generadas en el medio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Restaurantes de comida rápida predominantes mismos que cuentan con una amplia trayectoria.</li> <li>➤ Ofertantes de gastronomía típica de nuestra zona.</li> <li>➤ Ofertantes de gastronomía especializada de tipo vegetariana.</li> <li>➤ Puestos informales de venta de comida rápida.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Crecimiento comercial y turístico de la ciudad.</li> <li>➤ Existencia de proveedores de mariscos, directamente de san Lorenzo y/o Esmeraldas.</li> <li>➤ Existencia de proveedores de patatas, directamente de la provincia del Carchi.</li> <li>➤ Financiamiento parcial o total en créditos productivos que otorga el estado por medio del BNF.</li> <li>➤ Producto mismo, que resulta ser original, innovador y de trayectoria en países Europeos.</li> <li>➤ Escasa innovación existente en el segmento de la comida rápida en nuestro medio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Declinación en la inversión hacia el sector gastronómico.</li> <li>➤ Salubridad alimentaria que se genera en torno a este segmento gastronómico.</li> <li>➤ Conservación de la M.P. por su alto grado de descomposición.</li> <li>➤ Hábitos gastronómicos engendrados en nuestras culturas y tradiciones.</li> <li>➤ Inestabilidad política, monetaria y socioeconómica en la cual se encuentra el país constantemente.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Por medio del diagnóstico situacional externo se concluye que cada uno de los elementos que intervienen en el mismo varían según las circunstancias del lugar y expectativas del consumidor; dado estos factores la alternativa competitiva de acuerdo al comportamiento actual del mercado nos lleva a la necesidad de estructurar un menú exclusivo, saludable, innovador y original, que permita al consumidor tener a su disposición un producto gastronómico acorde a sus necesidades y gustos, pues de ello depende el éxito del negocio y la diferencia que este mantenga frente a los demás sitios de comercialización de comida rápida comúnmente vista como tradicional.

#### **1.8. Problema diagnóstico.**

Una vez efectuado el diagnóstico se concluye que existe escasa innovación en el segmento de comida rápida, crecimiento de las actividades de comercio, variedad de proveedores directos de M.P., facilidades crediticias que otorga el BNF a la pequeña empresa y el producto como tal, debido a que representa una alternativa gastronómica única, original y exclusiva a nivel de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

**“Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa “Fish and Chips” dedicada a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura”.**

## CAPÍTULO II

### 2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.

#### 2.1. Introducción.

La ciudad de Ibarra ofrece un amplio servicio de alimentación con gran variedad de platos típicos, en donde es común encontrar gastronomía tradicional tanto local, nacional como internacional, sin embargo el común denominador de esta oferta recae sobre la comida rápida predominante en el medio, que como ya lo habíamos analizado anteriormente se ha tornado estática, poco innovadora y la incorporación de diversos ingredientes que no garantizan una alimentación sana, sin embargo las personas y la familia se ven obligadas a depender de este tipo de gastronomía, ya que en la actualidad la mujer se ha integrado en gran medida al desempeño de actividades productivas fuera de casa, descuidando parcial o totalmente la alimentación de la familia en el hogar.

En base a estas apreciaciones es preciso señalar que en la ciudad de Ibarra no existe un lugar que garantice una alimentación sana y equilibrada, en todo caso este enfoque corresponde al segmento de la comida rápida, y en contraposición a esta realidad surge la necesidad de ejecutar un proyecto de comida rápida a base de productos del mar, en donde se ofertara un menú exclusivo el cual supone la combinación de mariscos, vegetales y patatas fritas al estilo Francés.

Dentro de un contexto general es preciso dar a conocer poco a poco el verdadero significado, del Fish and Chips; su historia, trascendencia y auge tras su potencial desarrollo a nivel de Reino Unido, Europeo y su expansión hacia el mundo entero. Entonces el Fish and chips, es un plato de comida rápida muy popular en las zonas urbanas de Inglaterra. El plato consiste en pescado (de diferentes tipos) envuelto en un rebozado (harina, huevo) frito con tiras de patatas. Durante décadas los Fish and

Chips han dominado el sector de la comida rápida en el Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda, y han logrado una popularidad considerable en Canadá, Irlanda, Sudáfrica, los Estados Unidos y algunas zonas costeras de Países Bajos y Noruega. El Fish and Chips tiene alguna aceptación en Dinamarca, donde el plato aparece denominado como 'filetes de pescado' ello siempre manteniendo la costumbre de acompañarlo con patatas fritas.

## **2.2. Estudio de factibilidad.**

Según el Folleto; *Esquema Aplicable Para Nuevos Productos. (2011) Pág. 1; El Estudio de Factibilidad es: "El análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso".*

En consideración a dicha conceptualización, se puede concluir que el estudio de factibilidad es un proyecto que permite revelar cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de entregar.

### **2.2.1. Objetivos de un estudio de factibilidad.**

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.
- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.

### 2.2.2. Recursos del estudio de factibilidad.

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto, estos recursos se analizan en función de tres aspectos:

- a. **Factibilidad operativa:** Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.
  
- b. **Factibilidad técnica:** Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.
  
- c. **Factibilidad económica:** Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

### **2.2.3. Concepto “Fish And Chips”.**

*Según la web <http://elcocineroandaluz.blogspot.com/> & QUIGUANGO, César afirman: “El Fish And Chips es pescado o (Fish por su denominación en Ingles), que comprende cierto tipo de pez de carácter comestible substraído del mar por cualquier procedimiento de pesca. Y Astillas de Patatas o (Chips por su denominación en Ingles), que comprende cierta clase de tubérculo el cual es harinoso de carácter comestible. Bajo este precedente definitorio y mediante la combinación de mencionados ingredientes, más la complementación del plato con varios aderezos tradicionales como; salsa tártara, vinagre de malta o incluso salsa de tomate, nace el conocido Fish and Chips”.*

Tomando como base dichos preceptos cabe señalar que; el fish and chips constituye una delicia gastronómica tradicional del continente Europeo básicamente del Reino Unido, mismo que involucra pescado y patatas fritas menú que se acompaña con salsa tártara y como bebida un helado vaso de cerveza, cabe recalcar que el tipo de bebida será acorde a la cultura del país donde se comercialice el producto en mención.

### **2.2.4. Mariscos.**

*Según la Web <http://wikipedia.org/wiki/Marisco> 2012: “El marisco es, en gastronomía, un animal marino invertebrado comestible, en donde se incluyen normalmente los crustáceos (camarones, langostinos, cangrejos, percebes, etc.), moluscos (mejillones, almejas, berberechos, chipirones, etc.) y otros animales marinos tales como algunos equinodermos (erizo de mar) y algunos urocordados (piure)”.*

En general los productos de la pesca, incluidos los mariscos, constituyen una excelente fuente de nutrientes: sus proteínas son de alto valor biológico como las de la carne y los huevos; su contenido en minerales (Ca, Mg, P), oligoelementos y vitaminas es variado y muy significativo, y las grasas, aunque no muy abundantes (0,5 a 2,5 por ciento), son especialmente interesantes al ser del tipo de las poliinsaturadas (especialmente Omega-3, que el hombre no puede sintetizar por lo que debe ingerirlos parcialmente) así como ácido linolénico y derivados, tan

importantes para las funciones estructurales del organismo. Su gran aporte proteico, en ocasiones, supera el 20 por ciento. Alternando su consumo con el del pescado, el marisco puede contribuir a que nuestra alimentación sea más cardio-saludable.

En general, los mariscos tienen un contenido bajo en calorías, alto en proteínas, bajo en sodio y en grasa total, grasa saturada y colesterol. Son una gran fuente de vitaminas y minerales como tiamina, niacina, fósforo, potasio, hierro, yodo, flúor, cinc y cobre. La media calórica por 100 gramos dispuestos para el consumo gira alrededor de 100 kilocalorías lo que le hace un producto ideal para la salud humana.

Beneficia al consumidor en una reducción del colesterol, grasas perjudiciales para la salud, por poseer Omega 3 que es un ácido graso esencial, no sintetizado por el hombre. Es muy rico en fosfatos y proteínas, elementos que lo convierten en una excelente fuente de fósforo.

La carne de pescado se caracteriza por su poco contenido de grasas y sodio, así como un alto índice de vitaminas liposolubles: A, D, y E, y las B6 y B12. Los pescados de mar contienen por lo general hasta 0,4mg más de yodo por cada 100g y proteínas en cantidades similares a las carnes rojas; especialmente los denominados pescados azules, más grasos y menos digeribles que los blancos, pero más gustosos.

#### **2.2.4.1. Composición química:**

- De un 70 a un 80 % de agua
- De un 15 a un 22 % de proteínas
- De un 1 a un 25 % de grasas
- De un 0,1 a 1 % de sales minerales –fósforo, sodio, calcio, y yodo-
- Vitaminas: A, B, D, y E.

### **2.3. La empresa.**

*PAEZ, Roberto N. (2008) Pág. 3; afirma: "Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad".*

En mención a lo descrito convengo en señalar, que la empresa es una entidad formada sistemáticamente que incorpora a sus procesos productivos y/o de servicios recursos; humanos, técnicos, tecnológicos y financieros con la finalidad de satisfacer cierta necesidad de una sociedad.

#### **2.3.1. Importancia de la empresa.**

La importancia de la empresa radica en que deberá constituirse en un ente generador de riqueza económica de un país, así como alcanzar el desarrollo sostenible de la misma, pues es importante investigar en la empresa, su entorno y competencia. Porque de antemano se deberá conocer el desenvolvimiento de la empresa en el tiempo de funcionamiento, examinar su trayectoria las fortalezas de sus productos, las debilidades si existieren, la competencia etc. Pero las fortalezas vistas desde el punto de vista del mercado. Todo esto se requiere para pronosticar o proyectar a la empresa en un escenario de existencia productiva a largo plazo.

#### **2.3.2. Clasificación:**

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes:

### 2.3.2.1. Según el sector de actividad:

- a. **Empresas del sector primario.** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
  
- b. **Empresas del sector secundario o industrial.** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.
  
- c. **Empresas del sector terciario o de servicios.** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

### 2.3.2.2. Según el tamaño:

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- a. **Grandes empresas.** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

**b. Medianas empresas.** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

**c. Pequeñas empresas**

*<http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>, Afirma: “La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad”.*

En torno a mencionada apreciación cabe señalar, que la pequeña empresa es una entidad de carácter independiente tipo familiar en donde los ingresos generados por esta en su gran mayoría constituyen el capital de trabajo lo cual no permite la incorporación masiva de personal a sus filas, manteniendo así una economía equilibrada de supervivencia dentro de este ámbito empresarial.

➤ **Características generales**

Las características principales de la pequeña empresa son las siguientes:

- Ritmo de crecimiento.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa).
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa).
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional.
- Está en plena competencia.
- Utiliza mano de obra directa.

- El número de personal para la constitución es determinante y limitado
- En muchos casos son empresas familiares.
- Su financiamiento e gran parte proviene de fuentes propias
- El propietario o los propietarios conocen el mercado y aman lo que hacen
- El flujo de efectivo constituye el principal problema al iniciar sus actividades
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos (producción nacional).
- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada.
- En muchos casos son proveedores de medianas y grandes empresas.

➤ **Ventajas de la pequeña empresa**

La pequeña empresa tiene sus ventajas en comparación con las medianas y grandes empresas, como se verá a continuación:

- Tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor.
- Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados.
- La pequeña empresa brinda satisfacción y autonomía de trabajo a aquellos emprendedores que no tienen la capacidad financiera o técnica para iniciar una mediana o gran empresa.

### ➤ **Desventajas de la pequeña empresa**

Como es natural, paralelamente a las ventajas, la pequeña empresa tiene también sus desventajas, como se detalla a continuación:

- En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas empresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraído obligaciones (sueldos, alquileres, impuestos, etc...).
- Las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos, capacidad técnica (para ofrecer productos de calidad) y/o de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.
- Las pequeñas empresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.
- Las pequeñas empresas tienen menor acceso al financiamiento o mayor dificultad para obtenerlo.

### ➤ **Situaciones que originan la creación de pequeñas empresas**

Existen diferentes situaciones que despiertan en muchos emprendedores el deseo y el compromiso de iniciar una pequeña empresa, sin embargo, las principales son las siguientes:

- La identificación de una oportunidad en el mercado (por lo regular, un nicho de mercado) en el que el emprendedor determina o supone que puede obtener ganancias al ofrecer productos y/o servicios que las grandes empresas no ofrecen.
- La realidad económica en la que las oportunidades laborales son escasas o los salarios muy bajos.

- El impulso de las sugerencias de familiares o amistades para que el emprendedor establezca un nuevo negocio o empresa por cuenta propia.
- El hecho de poder trabajar en familia o de brindar trabajo a otros miembros de la familia.
- El deseo de ser dueño del propio destino, de crecer por cuenta propia y de generar riqueza.

**d. Microempresas:**

Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

**2.3.2.3. Según el destino de los beneficios:**

Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- a. Empresas con ánimo de lucro.** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.
- b. Empresas sin ánimo de lucro.** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

**2.3.2.4. Según la forma jurídica:**

La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su

forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:

- a. **Unipersonal.** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
- b. **Sociedad colectiva.** Dos o más personas cualesquiera pueden unirse y formar una sociedad colectiva. Cada una acuerda aportar parte del trabajo y del capital, quedarse con un porcentaje de los beneficios y compartir, desde luego, las pérdidas o las deudas.
- c. **Cooperativas.** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
- d. **Comanditarias.** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- e. **Sociedad de responsabilidad limitada.** Los socios propietarios de estas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.
- f. **Sociedad anónima.** Es una entidad jurídica independiente y, de hecho, es una persona jurídica que puede comprar, vender, pedir créditos, producir bienes y servicios y firmar contratos. Disfruta además, de responsabilidad limitada, lo que quiere decir que la

inversión y la exposición financiera de cada propietario en ella se limita estrictamente a una cantidad específica.

## **2.4. Aspectos estratégicos y/o administrativos.**

Su finalidad es gestionar los procesos de formación administrativa y estructural así como la fijación de directrices estratégicas que guíen el cumplimiento de objetivos y metas, en donde la cohesión del trabajo en equipo responda a la capacidad de crecimiento que la pequeña empresa espera obtener.

### **2.4.1. Planificación estratégica.**

*HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 215; afirma: "La planificación estratégica es el proceso que se utiliza para 1) diagnosticar los entornos interno y externo de la organización, 2) decidir cuál será su visión y misión, 3) planear sus metas globales, 4) crear y seleccionar las estrategias generales que aplicara y 5) asignar los recursos necesarios para alcanzar sus metas.*

En virtud a dicha conceptualización cabe recalcar, que la planificación estratégica es un proceso de planeación que involucra a todos los niveles y recursos de la empresa, a los cuales los alinea con una serie de objetivos y metas estratégicas preestablecidos y los cuales deben ser cumplidos en concordancia a los requerimientos que la organización pretende alcanzar, en donde el talento humano es la base principal para hacer que este proceso sea exitoso.

### **2.4.2. Visión.**

*FRIEND, Graham. (2008) Pág. 4; afirma: "La visión es en donde se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz".*

Tomando en cuenta mencionada apreciación cabe mencionar, que la visión es vista como la aspiración máxima a la cual desea llegar la

organización, es decir, como se visualiza la empresa en cierto tiempo. A su vez que se consolida como una directriz estratégica que genera ventajas competitivas, en donde la base para concebirla es el talento humano.

#### **2.4.3. Misión.**

***PORTER, Michael (2009) Pág. 198; menciona: “La misión es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes”.***

Conviene mencionar, que dicha afirmación indica que la misión refleja la naturaleza del negocio, el porqué de la organización, cuál es su razón de ser, y que se compone básicamente de tres elementos: la definición de negocio, metas principales de la organización y sus principios filosóficos. Es decir que con una misión bien definida la empresa utiliza los recursos más eficazmente, siendo esta una guía de cómo hacer las cosas para ser una organización exitosa.

#### **2.4.4. Organización.**

***HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 6; afirma: “La organización es un grupo formal y coordinado de personas, el cual opera para alcanzar metas, específicas”.***

En torno a dicha apreciación, puedo definir a la organización como una unidad funcional que posee estructura y lucha por llegar alcanzar metas, considerando que si las personas actuaran solas serian inalcanzables.

#### **2.4.5. Administración.**

***HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 8; afirma: “La administración significa tomar las decisiones que guiaran a la organización por las etapas de planeación, organización, dirección y control”.***

Considerando la presente defincion, considero que la administracion se refiere a planear, organizar, dirigir y controlar la asignacion del talento

humano, recursos materiales, financieros y de información con el objeto de poder alcanzar las metas de la organización.

#### **2.4.5.1. Estructura organizacional.**

***HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 358; afirma: “La Estructura organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones”.***

Tomando como referencia mencionada conceptualización cabe recalcar, que la estructura organizacional constituye el marco de desarrollo de una organización y/o empresa, en donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible permitiendo la contribución de cada individuo al logro de los objetivos de la empresa. El propósito de la estructura consiste en facilitar el uso de cada recurso, tanto individual como colectivamente; a medida que el sistema administrativo trate de lograr sus objetivos.

#### **2.5. Aspectos del mercado.**

Tiene por objeto analizar los principales componentes del mercado, así como sus características, mismas que servirán de base para realizar proyecciones de oferta y demanda, análisis de precios, determinación de la competencia y definición de nuestro mercado objetivo.

##### **2.5.1. Estudio de mercado.**

***KOTLER, Philip. (2008) Pág. 127; manifiesta: “El estudio de mercado es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”.***

En virtud a mencionada afirmación, es necesario definir al estudio de mercado como aquel análisis de la información recolectada a través de la encuesta, entrevista, entre otras, esta información tiene que ver con, gustos y preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda, oferta, etc. En donde el estudio de mercado ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

### **2.5.2. Mercado.**

***KOTLER, Philip. (2008) Pág. 9; afirma: “El mercado es el conjunto de compradores actúales y potenciales de un producto o servicio”.***

Tomando en cuenta dicha conceptualización conviene mencionar, que el mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos que tienden al alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios entre oferentes y demandantes.

### **2.5.3. Demanda.**

***PARKIN, Michael. (2009) Pág. 61; afirma: “La demanda es la cantidad demandada de un bien o servicio que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico”.***

En concordancia a esta afirmación cabe recalcar, que la demanda es vista como la cantidad de productos y/o servicios que un mercado está dispuesto a consumir y a pagar por ello a fin de cubrir sus principales necesidades.

### **2.5.4. Oferta.**

***BACA, Gabriel. (2010) Pág. 41; menciona: “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.***

En base a lo antes mencionado es importante señalar, que el estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer los bienes o servicios similares a la del proyecto que se desea implementar. La oferta puede ser analizada desde el punto de vista histórico, actual, futuro; al igual que la demanda se puede utilizar los mismos métodos de proyección.

#### **2.5.5. Demanda potencial insatisfecha.**

***BACA, Gabriel. (2010) Pág. 43; menciona: “La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.***

En concordancia a esta afirmación cabe señalar, que la demanda potencial insatisfecha constituye aquella cantidad de bienes o servicios que la demanda no alcanza a consumir, por tanto ningún producto actual puede satisfacer si las condiciones de mercado son las mismas, es decir que al existir demandantes insatisfechos en cualquier producto o servicio esto es concebido como una oportunidad para emprender un negocio destinado a cubrir parte de estas necesidades.

#### **2.5.6. Producto.**

***KOTLER, Philip. (2008) Pág. 199; expresa: “El producto es cualquier cosa que pueda ofrecer un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o necesidad”.***

Al tomar en cuenta dicha apreciación cabe señalar, que el producto es cualquier bien y/o servicio que puede ofrecerse en atención al mercado para su posterior adquisición, uso y/o consumo, que pueda satisfacer un

deseo o una necesidad; incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, e ideas que de por sí tendrán cierto valor monetario.

### **2.5.7. Precio.**

***KOTLER, Philip. (2008) Pág. 355; expresa: “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio”.***

En torno a esta consideración cabe señalar, que el precio es el valor expresado en dinero, ya sea de un bien y/o servicio ofertado en un mercado de consumo. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos proyectados y reales.

### **2.5.8. Promoción.**

***KOTLER, Philip. (2008) Pág. 324; asevera: “La promoción es la función de comunicación de la empresa responsable de dar a conocer el producto y persuadir a los consumidores”.***

En concordancia con dicha conceptualización es necesario mencionar, que la promoción es aquella estrategia que se lleva a cabo con el fin de ofrecer o dar a conocer el producto y/o servicio en un segmento del mercado en el cual pretende posesionarse la empresa.

### **2.5.9. Comercialización.**

***BACA, Gabriel. (2010) Pág. 48; menciona: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.***

Según lo afirmado con anterioridad cabe señalar, que la comercialización se constituye como el conjunto de procesos que se requieren para hacer

llegar los bienes o servicios que ofrece el productor, hacia el consumidor. Ella es indispensable para las empresas que producen bienes y servicios de consumo masivo, pues el conocimiento del mercado les permite aproximarse lo más posible a los deseos de los consumidores y, por lo tanto, aumentar sus ventas.

#### **2.5.10. Competencia.**

*BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009) Pág. 37; menciona: “La competencia constituye un grupo de organizaciones que interactúan en el medio con la organización materia de estudio; por su estructura u objeto tienen funciones y propósitos similares, por lo que sus experiencias constituyen un factor decisivo para lograr resultados”.*

Con base en mencionada afirmación convengo en señalar, que la competencia viene a ser la razón de la formación de una empresa, debido a que sin la formación de ellas dicho término no posee validez alguna, y que da la pauta para innovarse y buscar calidad en un producto y/o servicio.

#### **2.6. Aspectos técnicos.**

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

##### **2.6.1. Tamaño óptimo del proyecto.**

*BACA, Gabriel. (2010) Pág. 75; menciona: “El tamaño óptimo del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.*

En consideración a dicha afirmación es necesario señalar, que el tamaño óptimo del proyecto es básicamente la definición de la capacidad

instalada que posee un proyecto para producir cierta cantidad de unidades terminadas en un periodo determinado, siempre y cuando estos procesos impliquen la minimización de costes y la maximización de la rentabilidad.

## **2.6.2. Localización óptima del proyecto.**

***BACA, Gabriel. (2010) Pág. 86; menciona: “La localización óptima del proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.***

Básicamente dicha afirmación conviene en señalar, que la localización óptima del proyecto consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo.

### **2.6.2.1. Macro-localización del proyecto.**

***Según la web <http://www.slideshare.net/danizambra/mtodos-de-localizacin-de-proyectos-deza-2-presentation-811160> 2008: “La macro-localización del proyecto consiste en decidir la zona general en donde se instalara el proyecto (empresa o negocio)”.***

Con relación a dicha afirmación cabe señalar, que la macro-localización del proyecto es la definición en general de la zona en donde se instalará la empresa o negocio, tomando en cuenta principalmente el aspecto geográfico, topográfico y climático de la región en donde se pretende ejecutar el proyecto.

### **2.6.2.2. Micro-localización del proyecto.**

*BACA, Gabriel. (2006) Pág. 108; menciona: “La micro-localización del proyecto es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta de producción, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario”.*

En concordancia con mencionada afirmación cabe señalar, que la micro – localización del proyecto es básicamente la definición del punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará de forma definitiva la empresa o negocio.

### **2.6.3. Ingeniería del proyecto.**

*BACA, Gabriel. (2006) Pág. 10; menciona: “La Ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.*

Tomando como referencia dicha apreciación convengo en señalar, que la ingeniería del proyecto es el estudio que identifica, los procesos que se deben seguir para transformar la materia prima en artículos mediante una determinada función de manufactura, así como también se define la tecnología que se empleará, es decir, se entenderá a éste como un conjunto de conocimientos técnicos que se emplearán para desarrollar una determinada función.

#### **2.6.3.1. Distribución de planta.**

*BACA, Gabriel. (2010) Pág. 94; menciona: “La distribución de 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”.*

En mención a dicha conceptualización cabe mencionar, que la distribución de planta es básicamente la determinación del espacio de trabajo de las diferentes unidades operativas del proyecto, definiendo principalmente el espacio físico y las condiciones de seguridad de cada área.

#### **2.6.3.2. Determinación del espacio físico.**

*BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009) Pág. 196; menciona: “El espacio físico es la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios al personal y a los clientes”.*

En torno a mencionada apreciación cabe señalar, que la determinación del espacio físico comprende la definición gradual y técnica de áreas y puestos de trabajo en la planta, las cuales deben ser ajustadas al individuo y a la actividad a realizar por este.

#### **2.6.4. Presupuesto técnico.**

*BACA, Gabriel. (2006) Pág. 86; menciona: “El Presupuesto técnico es una herramienta de gran ayuda para programar los recursos necesarios para iniciar una actividad económica, por medio del cual se puede determinar inversiones necesarias en: equipos, materias primas e insumos gastos pre operacionales etc.”.*

Con base a dicha conceptualización es necesario señalar, que el presupuesto técnico constituye un informe consolidado que integra los principales recursos requeridos para la iniciación de cierta actividad económica, en el cual además se describe de forma específica todos y cada uno de los requerimientos para cada programa del proyecto a iniciarse.

#### **2.6.4.1. Inversiones fijas.**

*CÓRDOBA, Marcial. (2006) Pág. 319; menciona: “La inversión fija constituye el valor de aquellos activos fijos tangibles los cuales están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.”.*

Con relación a dicha conceptualización cabe mencionar, que la inversión fija constituye el valor monetario que representa la adquisición de activos fijos tangibles en forma general.

#### **2.6.4.2. Inversiones diferidas.**

*CÓRDOBA, Marcial. (2006) Pág. 319; menciona: “La Inversión diferida constituye el valor de aquellos activos intangibles referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de inversión, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre-operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.”.*

Con relación a dicha afirmación es conveniente señalar, que la inversión diferida constituye el valor de activos intangibles, pues su uso se encuentra dentro un marco legal ya que muchos de estos activos tendrán derechos reservados únicamente de uso para el giro del negocio.

### **2.7. Aspectos económicos y financieros.**

Tiene por objeto definir los principales criterios contables que se manejan dentro de la actividad productiva que genera la pequeña empresa en su posterior ejecución.

#### **2.7.1. Capital económico.**

*LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 24; mencionan: “Es uno de los factores de la producción y está representado por el conjunto de bienes necesarios para producir riqueza”.*

Haciendo énfasis a mencionada apreciación es necesario señalar, que el capital económico representa la maquinaria, los equipos y las herramientas con las que dispone la empresa para hacer su trabajo productivo y consecuentemente rentable económicamente.

### **2.7.2. Capital financiero.**

*LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 24; mencionan: “Es el dinero que se invierte para que produzca una renta o un interés”.*

Considerando la presente definición cabe mencionar, que el capital financiero constituye el dinero invertido en las actividades productivas que propone la empresa, de donde se esperan retornos económicos a corto, mediano y largo plazo.

### **2.7.3. Capital contable.**

*LARA, F. Elías. & LARA, R. Leticia. (2009) Pág. 24; mencionan: “Es la diferencia aritmética entre el valor de todos los bienes y derechos de la entidad y el total de sus deudas y obligaciones”.*

De acuerdo a dicha apreciación es importante señalar que el capital contable representa la diferencia que existe entre los activos, llámese efectivo, mobiliario, mercancías y terrenos etc., vs los pasivos llámese documentos por pagar, cuentas por pagar, intereses por pagar, etc.

#### **2.7.3.1. Activo.**

*LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 24; “El activo es un recurso controlado por una entidad, identificado, cuantificado en términos monetarios, del que se esperan fundamentalmente beneficios económicos futuros, derivados de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad”.*

En torno a dicha conceptualización es conveniente señalar, que el activo está representado por todos los bienes y derechos que son propiedad de la empresa o entidad.

#### **2.7.3.2. Pasivo.**

*LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 25; mencionan: “El pasivo es una obligación presente de la entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios y que representa una disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad”.*

Tomando como base mencionada apreciación cabe señalar, que el pasivo representa todas las deudas y obligaciones que tiene bajo su cargo la entidad al ejecutar sus actividades productivas.

#### **2.7.3.3. Ingresos.**

*LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 67; mencionan: “Son las utilidades que generan los bienes o servicios prestados por la entidad”.*

Con relación a dicha conceptualización, puedo mencionar que los ingresos constituyen todos aquellos rubros generados por concepto de la venta o comercialización de todos aquellos productos servicios que coloca en un mercado la empresa considerando siempre un margen de utilidad para incrementar los volúmenes de ingresos.

#### **2.7.3.4. Egresos.**

*LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 68; mencionan: “Son los gastos que originan los bienes o servicios consumidos por la entidad”.*

Con relación a dicho precepto, cabe mencionar que los egresos constituyen aquellos rubros que generan un decremento en los ingresos,

considerando que son gastos generados por la generación o producción de productos, servicios para la colocación en un mercado.

#### **2.7.4. Estados financieros.**

***TORRES S, Gabriel. (2011) Pág. 35; afirma: “Los estados financieros son el producto de salida del sistema contable, el cual tiene como datos de entrada a los hechos económicos (transacciones comerciales), los que luego de un proceso de registro y medición se convierten en informes de salida”.***

Con base a mencionado concepto convengo en señalar, que los estados financieros permiten examinar la situación económica de la empresa y tomar decisiones adecuadas a fin de que la empresa logre los propósitos establecidos a un plazo determinado. Estos informes son de suma importancia y de allí que los datos deben ser reales caso contrario su análisis no tendría sentido.

#### **2.7.5. Balance general.**

***SARMIENTO, Rubén. (2008) Pág. 248; Afirma: “El balance general es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso”.***

Con base a dicha afirmación convengo en señalar, que el balance general constituye un resumen del inventario contable total de la empresa, pues solo se detallan en él los nombres de las cuentas y los valores correspondientes a cada una de ellas, y en el cual se ve reflejada la situación financiera de la empresa en cierto período económico.

#### **2.7.6. Estado de resultados.**

***ZAPATA, Pedro. (2008) Pág. 306; menciona: “El estado de resultados es un informe contable básico que presenta de manera clasificada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o***

***pérdida de una empresa durante un período determinado, producto de la gestión acertada o desacertada de la dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia”.***

En mención a lo descrito con anterioridad puedo decir, que el estado de resultados es una estructura financiera en donde se resume ingresos, egresos así como también se determina la utilidad o pérdida en un período económico dado. El estado de resultados muestra en forma clara y concisa las utilidades o pérdidas generadas en el ejercicio económico de cierta empresa.

#### **2.7.7. Estado de flujo de efectivo.**

***ZAPATA, Pedro. (2008) Pág. 423; menciona: “El estado de flujo de efectivo es el informe principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entradas y salidas de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”.***

Con relación a lo expuesto cabe mencionar, que el estado de flujo de efectivo es un informe cuyo objetivo es mostrar los flujos de efectivo de operación, inversión y financiamiento dando a notar las entradas de efectivo así como la utilización del mismo en función de su liquidez.

#### **2.7.8. Capital de trabajo.**

***BACA, Gabriel. (2010) Pág. 145; menciona: “El capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante”.***

En consideración a dicha afirmación cabe señalar, que el capital de trabajo en general permite medir el equilibrio patrimonial de la compañía, es decir que constituye una herramienta muy importante para el análisis

interno de la empresa, ya que refleja una relación muy estrecha con las operaciones diarias del negocio.

## **2.8. Indicadores de evaluación financiera.**

Tiene como objeto demostrar el impacto de las inversiones monetarias sobre actividades productivas, para lo cual se realizaran diversos análisis de tipo financiero contable tomando en cuenta diversos factores económicos que influyen sobre los capitales en espera de rendimientos.

### **2.8.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).**

***BACA, Gabriel. (2010) Pág. 87; afirma: “La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento es igual a la tasa de inflación más el premio al riesgo”.***

Con relación a mencionado concepto es importante señalar que la tasa mínima aceptable de rendimiento es aquella tasa que determina el verdadero valor del dinero considerando el valor de la inflación así como el premio al riesgo que significa que debe existir un premio o ganancia por arriesgar el dinero en una inversión monetaria .

### **2.8.2. Valor presente neto.**

***BACA, Gabriel. (2010) Pág. 182; menciona: “El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero”.***

En consideración a mencionado concepto cabe señalar, que el valor presente neto es aquel que permite determinar al día de hoy los valores en efectivo, y se dan en el tiempo a una tasa de descuento. Entonces el VPN es el que actualiza a valor presente los flujos de caja futuros que va

a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés, y compara con el importe inicial de la inversión.

A continuación se muestra su expresión matemática:

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

### 2.8.3. Tasa interna de retorno.

*GITMAN, Laurence J. (2007) Pág. 359; afirma: “La tasa Interna de retorno es una técnica compleja del presupuesto de capital; la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a cero dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”.*

En base al concepto antes mencionado puedo afirmar, que la tasa interna de retorno viene siendo el rendimiento anual generado por la decisión de invertir en cierto proyecto, en donde las entradas de efectivo generadas período a período deberán ser iguales a la inversión inicial todo ello tomando en cuenta que existirá cierto margen de variación.

A continuación se muestra su expresión matemática:

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

### 2.8.4. Punto de equilibrio.

*BACA, Gabriel. (2010) Pág. 148; menciona: “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”.*

En virtud a dicha conceptualización es necesario recalcar, que el punto de equilibrio viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas en el caso del punto de equilibrio en dólares, el costo total como el precio de venta unitario y costo variable unitario para el punto de equilibrio en unidades.

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PEu = \frac{\text{Costo Total}}{PVu - CVu}$$

#### **2.8.5. Relación costo beneficio.**

*Según la web <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html> 2010: “La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada unidad monetaria que se sacrifica en el proyecto”.*

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$\text{Relación C/B} = \frac{\sum VAN \text{ de los beneficios}}{\sum VAN \text{ de los costos}}$$

En torno a dicha apreciación cabe señalar, que la relación costo beneficio constituye el benéfico resultante de la ejecución de operaciones el cual se ve reflejado al considerar los flujos netos frente a la inversión inicial generada en el proyecto.

### **2.8.6. Período de recuperación de la inversión.**

*GITMAN, Laurence J. (2007) Pág. 354; menciona: “El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo”.*

En consideración a dichas conceptualizaciones cabe recalcar, que el periodo de recuperación de la inversión viene siendo el tiempo que le toma al proyecto en ejecución recuperar el valor de origen de la inversión, es decir que es un indicador que permite medir dicho periodo pero que no toma en consideración el valor del dinero en el tiempo por lo que el resultado generalmente no es preciso.

### **2.9. Impactos.**

*JACOME, Walter. (2005) Pág.171; Afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.*

En mención a lo conceptualizado anteriormente convengo en señalar, que los impactos tratan de determinar lo que ha futuro puede suceder con la posterior ejecución del proyecto, en donde la medición y evaluación de los efectos consecuentes expresados en hechos reales se determinarán cuando el proyecto esté en funcionamiento o al cabo de un determinado de tiempo.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **3.1. Presentación.**

La presente investigación se orienta hacia la creación de la Empresa de comida rápida a base de pescado “Fish And Chips”; cuya finalidad es la satisfacción de necesidades y deseos de un mercado meta, para lo cual se ha considerado el análisis de factores como; la oferta, la demanda así como el precio de mercado a fin de garantizar la viabilidad del proyecto.

Las principales causas que originan la necesidad de poner en marcha el presente proyecto, tienen su razón de ser en la carencia de una alternativa gastronómica sana y original diferente a las ya existentes en el segmento de la comida rápida, misma que presente innovación y desarrollo en sus líneas de productos y servicios.

De acuerdo a la monotonía y falta de originalidad existentes en las diferentes cadenas de gastronomía rápida existentes en el área de estudio, el cliente potencial hoy en la actualidad busca nuevas alternativas que le brinden un servicio diferente y de calidad que vayan en proporción al producto que recibe, debido a que el cambio en la percepción del cliente es impredecible y muy particular en la actualidad.

#### **3.1.1. Finalidad del estudio de mercado.**

El presente estudio tiene por objeto mostrar una noción clara de la cantidad de posibles consumidores que dispondrán del bien o servicio que se está ofertando. Adicionalmente el estudio de mercado indicara si las características del servicio son las que desea adquirir el cliente, enseñara que tipo de potenciales clientes serán los beneficiados con la ejecución del proyecto en estudio.

Es importante considerar que el estudio de mercado en un proyecto, es un elemento de gran validez dentro de la pre factibilidad de un proyecto en estudio, considerando que dentro de este capítulo se puede advertir en forma clara, la aceptación o no del producto y/o servicio que se pretende ofertar.

Por otra parte se presenta una visión clara y detallada del comportamiento de la oferta y la demanda; así como también las condiciones en las que se encuentran por medio de un minucioso análisis interpretativo de datos que permita comprender el comportamiento de mencionados factores.

Es decir que el estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán para adquirir el producto servicio que se piensa ofertar, dentro de un mercado definido, además indica si las características y especificaciones del servicio corresponde a las que desea comprar el cliente, también demostrará qué tipo de clientes internos y externos son los interesados, lo cual servirá para orientar el horizonte del proyecto.

Al final, este estudio de mercado permitirá obtener información apropiada con relación a precios y competencia en el mercado, o bien permitirá asignar nuevos precios por alguna razón justificada; con todo lo expresado con anterioridad, se puede exponer claras estrategias de mercadeo y posicionamiento en el mercado para el producto y/o servicio a comercializar.

## **3.2. Objetivos de la investigación.**

### **3.2.1. Objetivo general.**

Realizar un estudio de mercado que permita identificar el volumen de oferta y demanda de los potenciales clientes por los servicios gastronómicos de la nueva pequeña empresa “Fish And Chips” en la ciudad de Ibarra.

### **3.2.2. Objetivos específicos.**

**3.2.2.1.** Establecer y segmentar el mercado objetivo.

**3.2.2.2.** Analizar la oferta y demanda del producto servicio que se pretende brindar a los habitantes de la ciudad de Ibarra.

**3.2.2.3.** Realizar las proyecciones de oferta y demanda futura.

**3.2.2.4.** Conocer la demanda insatisfecha a fin de determinar la capacidad que tendría el Restaurante para operar.

**3.2.2.5.** Realizar el análisis de precios, competencia y comercialización del producto servicio.

## **3.3. Población y muestra para el estudio de mercado.**

Una vez efectuado el diagnóstico general del área de influencia del proyecto en estudio (capítulo primero), cuyo resultado fue la determinación del problema diagnóstico; consecuentemente en este capítulo se determinará técnica y particularmente el universo real de estudio, el cálculo de la muestra para aplicación de encuestas. Se desarrollará todo el análisis con enfoque cualitativo y cuantitativo sobre la oferta, demanda, precios, comercialización del nuevo producto/servicio y competencia.

En base a ello es importante resaltar que el universo de estudio involucra a la población de las parroquias de El Sagrario y San Francisco de la ciudad de Ibarra, cabe recalcar que por ser áreas urbanas y consecuentemente cuentan con todos los servicios básicos, sus habitantes mantienen un nivel socioeconómico de vida medio, medio alto y alto lo cual implica que los resultados serán mayormente precisos, debido a que se ven desplazados inconscientemente los estratos bajos pues sus características no presentan el suficiente interés que demanda el acceso al producto servicio que oferta la pequeña empresa.

### **3.3.1. Consumidores (se identifica demanda).**

Por medio del trabajo de campo efectuado se establece que la población de las parroquias de El Sagrario y San Francisco pertenecientes a la ciudad de Ibarra; constituyen las arterias principales y mayormente concurridas en la urbe y en donde se encuentran ubicados un gran conglomerado de negocios, oficinas, sitios de distracción, etc., razón por la cual se consideran aptas para la realización del estudio poblacional considerado como demanda.

### **3.3.2. Oferentes o productores (se identifica oferta).**

Dentro del segmento de fast food (comida rápida), en la zona de influencia se ha calculado que existen alrededor de 49 unidades productivas consideradas como principales, mientras que existen 22 consideradas como pequeños negocios mismos que están dedicadas a brindar este tipo de producto/servicio entre los más destacados tenemos; Alas Doradas, Maxim's, KFC, y Mc Pollo.

### 3.3.2.1. Cálculo de la muestra.

#### Para el cálculo de la demanda:

Para calcular la muestra vamos a emplear la siguiente fórmula, tomando en cuenta de forma general a mujeres y hombres que viven en las principales parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra como son; San Francisco y El Sagrario, que se encuentren entre los 15 y 60 años de edad, considerando que es la población que generalmente consume comida rápida con mayor frecuencia.

Siendo un total de 34792 habitantes comprendidos dentro de este rango, el cual se lo ha registrado tomando en cuenta los resultados del VII censo de población y vivienda, así como también se consideró los porcentajes de la población dentro de dichas edades que posteriormente fueron proyectados en consideración a las tasas de crecimiento poblacional vigentes para el cantón Ibarra como son; el 2.82% para el período 2001-2010 y el 1.82% para el período 2010-2012.

$$n = \frac{0.25 * 34792}{\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2(34791 - 1) + 0.25}$$

En donde:

“n”= tamaño de la muestra

“N”= tamaño de la población

“α”= nivel de error = 5%

“Z” = nivel de confianza (95% dos colas)= 1.96

“0.25” = máximo valor de error estándar

$$n = \frac{8698}{(0.0006507705123)(34791) + 0,25}$$
$$n = \frac{8698}{27.767331220441 + 0,25}$$

$$n = \frac{8698}{22.8909568934293}$$

$$n = 379.9753$$

$$n = 380$$

**Para el cálculo de la demanda:** Establecido el número de oferentes de la zona de influencia se procederá a realizar un censo; es decir serán censados en su totalidad todos a cada uno de estos establecimientos.

### 3.4. Tabulación y análisis de la información.

#### 1.- ¿El lugar donde Ud. reside de forma permanente es?

**Cuadro Nro. 9**

#### Lugar donde reside

Sector	Frecuencia	Resultado %
Sector Urbano	380	100%
Sector Rural	0	0%
Otros	0	0%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 14**

#### Lugar donde reside



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Del total de la población objeto de estudio y tomando en cuenta que la empresa se implantará en el sector urbano de la ciudad de Ibarra, es importante recalcar que todas las personas encuestadas indicaron que viven en el área de influencia del proyecto, lo cual es de mucha relevancia debido a que garantiza la efectividad parcial del estudio.

## 2.- ¿Usted suele consumir comida rápida?

**Cuadro Nro. 10**

### **Frecuencia de consumo de comida rápida**

<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Resultado %</b>
Frecuentemente	85	22%
Ocasionalmente	285	75%
Nunca	10	3%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 15**

### **Frecuencia de consumo de comida rápida**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Un factor muy relevante dentro del estudio es el hecho de determinar que actualmente el consumo de comida rápida es prácticamente un hábito que a través del tiempo ha evolucionado y que hoy en día constituye una potencia gastronómica que avanza y se desarrolla constantemente, es así que la gran mayoría de encuestados indica que el consumo de comida rápida es ocasional y es precisamente dicha población que hoy en día tiene proyección futura, misma que puedo afirmar constituirá una potencia en el consumo de gastronomía rápida, significando para este proyecto un mercado al cual hay que trabajarlo y ofrecerle un producto dentro de la línea, el cual deberá ser principalmente innovador, interesante y competitivo.

### 3.- ¿Qué tipo de comida rápida prefiere Ud.?

**Cuadro Nro. 11**

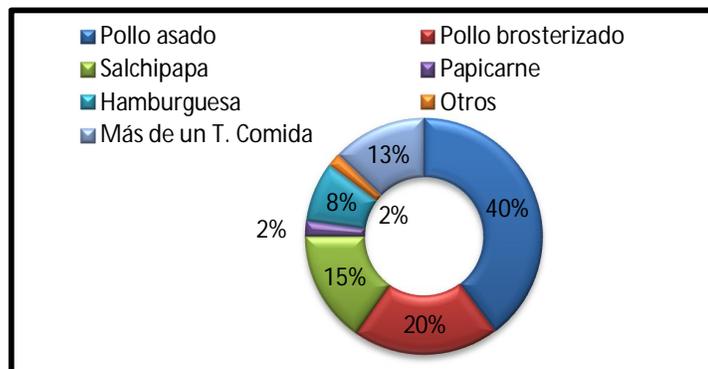
#### Tipo de comida rápida que prefiere

Tipo comida	Frecuencia	Resultado %
Pollo asado	151	40%
Pollo brosterizado	76	20%
Salchipapa	58	15%
Papicarne	8	2%
Hamburguesa	31	8%
Otros	7	2%
Más de un tipo de comida	49	13%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 16**

#### Tipo de comida rápida que prefiere



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Dentro de lo que abarca el consumo de comida rápida encontramos un amplio menú caracterizado hasta hoy por ser prácticamente el mismo de siempre, es así que se hace importante conocer cuál es el menú más solicitado dentro del segmento, en cuanto a ello es importante enfatizar que un amplio margen de encuestados afirman tener un gran apego al consumo del pollo asado, mismo que se constituye como el tipo de comida rápida predominante y altamente competitiva frente a nuevos productos gastronómicos .

#### 4.- ¿En qué lugar suele comer?

**Cuadro Nro. 12**

##### **Lugares donde suele consumir comida rápida**

<b>Lugar de consumo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Resultado %</b>
Centros comerciales	54	14%
Restaurantes	158	42%
Puestos de comida rápida	131	34%
Otros	7	2%
Más de un lugar	30	8%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 17**

##### **Lugares donde suele consumir comida rápida**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** En cuanto al lugar de preferencia y donde las personas deciden degustar de este tipo de gastronomía es importante señalar que por la facilidad en la preparación de varios de estos menús es fácil y muy común encontrar en la calle muchos de estos pequeños puestos de comida rápida, es así que un amplio número de encuestados afirman que suelen consumirla en puestos de comida rápida lo que da la pauta para afirmar que dicha población tienen un gran apego a esta tipo de gastronomía lo que significa que la propuesta del nuevo proyecto puede generar cierto grado de interés en dichas personas al ofrecer un producto diferente así como un sitio selecto a dónde acudir a consumirlo, en tanto la gran mayoría de encuestados afirman acudir a un restaurante especializado,

ciertamente muy relevante pero no es favorable para el nuevo proyecto pues significa trabajar mucho para desfidelizar al cliente de lo tradicional a lo innovador que presenta nuestra marca y producto.

**5.- ¿Con qué frecuencia al mes suele comer fuera de casa?**

**Cuadro Nro. 13**

**Frecuencia en el consumo de comida rápida**

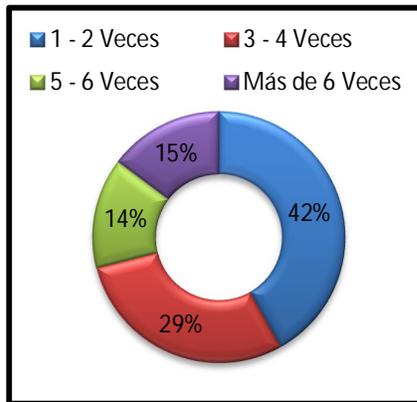
Consumo mensual	Frecuencia	Resultado %
1 - 2 Veces	159	42%
3 - 4 Veces	111	29%
5 - 6 Veces	54	14%
Más de 6 veces	56	15%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 18**

**Frecuencia en el consumo de comida rápida**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Hoy en día el simple hecho de trabajar o estudiar, implica una serie de actividades que significan movilizarse y disponer de períodos muy cortos de tiempo para acudir a casa y alimentarse sanamente y a gusto, según los resultados obtenidos se encontró que la mayoría de encuestados suelen alimentarse fuera de casa en alrededor de dos ocasiones, margen que fácilmente puede duplicarse considerando que de a poco la población que acude a un establecimiento para alimentarse se

encuentra en constante crecimiento esto debido al agitado ritmo de vida al cual la población se está acostumbrando a vivir.

## 6.- ¿Qué días de la semana suele comer fuera de casa?

**Cuadro Nro. 14**

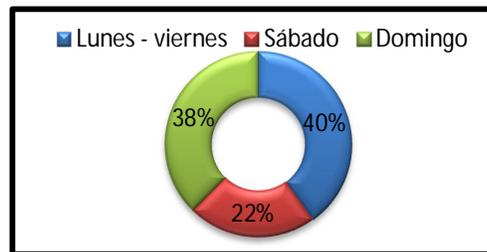
### Días en la semana que come fuera de casa

Días de consumo	Frecuencia	Resultado %
Lunes – viernes	152	40%
Sábado	85	22%
Domingo	143	38%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 19**

### Días en la semana que come fuera de casa



Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
Elaborado por: El autor

**Análisis:** Una vez que se conoce el promedio de veces que una persona suele alimentarse fuera de casa en el lapso de un mes, es importante conocer cuáles son los días más concurridos, en donde la mayoría de encuestados afirma que en la semana de lunes a viernes es cuando una persona obligatoriamente y apegada a una necesidad tiene que alimentarse fuera de casa, esto debido principalmente al corto lapso de tiempo con el que dispone para salir, alimentarse y luego regresar aun cuando ello signifique no alimentarse bien, de cierta forma y aun cuando es una cruda realidad la de alimentarse hoy en día esto constituye un potencial a ser explotado por parte de ciertos negocios que pueden mejorar el menú de este segmentó gastronómico y hacerlo más saludable.

7.- ¿A cuál restaurante acude Ud. con mayor frecuencia?

**Cuadro Nro. 15**

**Establecimientos a los cuales acude a comer**

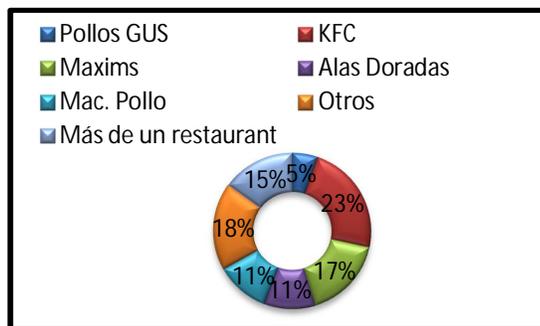
Tipo comida	Frecuencia	Resultado %
Pollos GUS	20	5%
KFC	88	23%
Maxims	64	17%
Alas Doradas	40	11%
Mac. Pollo	42	11%
Otros	69	18%
Más de un restaurant	57	15%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 20**

**Establecimientos a los cuales acude a comer**



Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El autor

**Análisis:** Según los resultados que hasta hoy presentados es muy claro que el consumo de comida rápida está desarrollándose y abarcando un amplio segmento en el mercado de la comida rápida, en consecuencia es importante tener una visión clara de cuáles son las principales cadenas de comida rápida en la ciudad, dedicadas única y exclusivamente a brindar este tipo de producto servicio, es así que la cadena con mayor aceptación o afluencia de público según los investigado es *KFC*, y se debe a la trayectoria y reconocimiento que dicha marca tiene a nivel nacional e internacional. Sin embargo un punto muy favorable desde cierto punto de vista es el hecho de que existe un importante número de encuestados que indicaron tener preferencia por varias cadenas o restaurantes de comida

rápida, dejando ver que en el mercado no existe fidelidad en cuanto a estos productos o a marcas reconocidas como tal, entendiéndose que el mercado brinda las facilidades de apertura y aceptación para productos gastronómicos nuevos e innovadores.

**8.- ¿Cuál es la razón por la que consume dicho producto?**

**Cuadro Nro. 16**

**Razones por las que consume comida rápida**

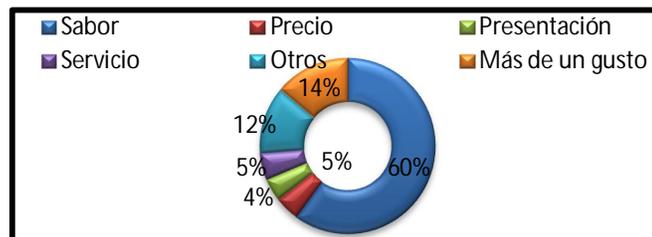
Razón de consumo	Frecuencia	Resultado %
Sabor	228	60%
Precio	17	4%
Presentación	16	4%
Servicio	19	5%
Otros	47	12%
Más de un gusto	53	14%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 21**

**Razones por las que consume comida rápida**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Entrando ya en cuestiones de gustos y preferencias en cuanto a la comida rápida como tal, es importante conocer el porqué de su consumo y para lo cual se han tomado en cuenta diversos factores, es así que la gran mayoría de encuestados afirman que degustar de esta gastronomía debido a su sabor, sin embargo existe un alto porcentaje de encuestados afirmando que su consumo nos es precisamente debido a sabor, precio, presentación, etc., sino más bien debido a factores externos como su personalidad u ocupación, es decir por motivos de trabajo,

estudio y a la falta de tiempo principalmente, dentro de este último resaltan una serie de circunstancias que dificultan a la persona llegar a su casa o a un restaurant y degustar de un menú saludable y completo. Es por ello que este último factor generado en la encuesta podría ser el más importante dentro del proyecto debido a que el mismo está encaminado a cubrir dicha necesidad asociada directamente con el poco tiempo con el que disponen las personas y con la calidad del producto que hoy en día se ofrece y que en el futuro se podría ofertar de mejor manera y calidad.

**9.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca un restaurante de comida rápida?**

**Cuadro Nro. 17**

**Servicios adicionales a implementar en establecimientos de comida rápida**

Servicios adicionales	Frecuencia	Resultado %
Juegos infantiles	90	24%
Servicio a domicilio	115	30%
Menú exclusivo	134	35%
Otros	9	2%
Más de un servicio	32	8%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 22**

**Servicios adicionales a implementar en establecimientos de comida rápida**



Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
Elaborado por: El autor

**Análisis:** Un atractivo en un establecimiento de comida rápida sin duda resulta ser la implementación y prestación de servicios adicionales a los ya existentes, y debido precisamente a ello la mayoría de encuestados afirman que es muy positiva la idea de ofertar un menú exclusivo es este tipo de restaurantes, ya que indirectamente precisan que ante todo lo importante es la presentación de un producto exclusivo, selecto y saludable que atraiga la atención no solo de quienes habitan en la ciudad sino también de quienes la visitan y la transitan.

**10.- ¿De crearse un nuevo sitio de comida rápida que le gustaría que se oferte?**

**Cuadro Nro. 18**

**Tipo de gastronomía a ofertar en un sitio de comida rápida**

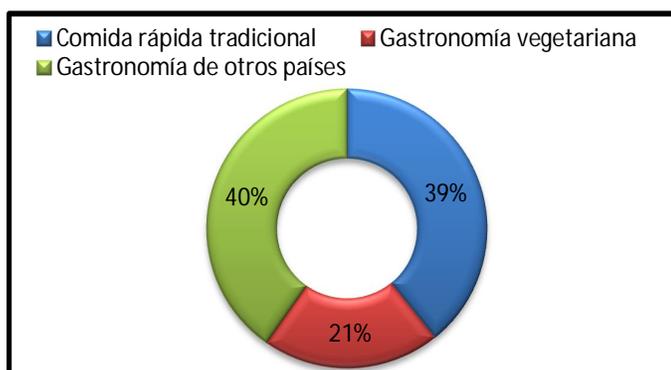
Producto a ofertar	Frecuencia	Resultado %
Comida rápida tradicional	149	39%
Gastronomía vegetariana	78	21%
Gastronomía de otros países	153	40%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 23**

**Tipo de gastronomía a ofertar en un sitio de comida rápida**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Al interpretar el hecho de crear un nuevo y distinto establecimiento dedicado a la elaboración y comercialización de comida rápida se ha encontrado que la mayoría de encuestados califican de positivo el hecho de incurrir en el estudio y ejecución de proyectos gastronómicos destinados a ofertar gastronomía de otros países, este pronunciamiento hace que la idea de ejecutar el presente proyecto sea viable al tomar en cuenta que la aceptación existe aun cuando los resultados obtenidos sean muy cerrados.

**11.- ¿Conoce Ud. La oferta de comida rápida a base de productos del mar?**

**Cuadro Nro. 19**

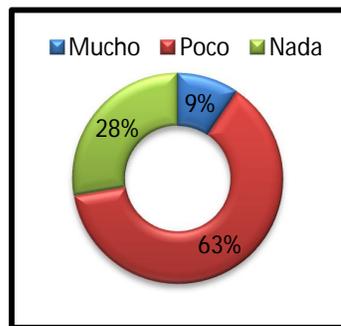
**Conocimiento de gastronomía a base de productos del mar**

Conocimiento C.R. pescado	Frecuencia	Resultado %
Mucho	36	9%
Poco	239	63%
Nada	105	28%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 24**

**Conocimiento de gastronomía a base de productos del mar**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Dentro de la concepción y conocimiento en la población acerca de la existencia de gastronomía rápida a base de productos del mar es impreciso considerar que se la conoce a profundidad; ante esto los

resultados hablan por sí solos al existir un mínimo de encuestados que dicen conocer acerca de este tipo de gastronomía, dentro de ello cabe considerar que puede creerse que es igual o parecido al menú que en ocasiones se suele encontrar en establecimientos especializados en comida del mar, lo cual es totalmente erróneo por cuanto es totalmente diferente a al producto en estudio; por otra parte la gran mayoría afirma no conocer nada acerca del producto gastronómico en oferta, y ante lo cual es preciso creer que surge el interés en la población por conocer y degustar de un menú exclusivo de orden extranjero.

**12.- ¿Le gustaría que se oferte un plato de comida rápida combinando pescado y papas fritas al mejor estilo Europeo?**

**Cuadro Nro. 20**

**Degustación de la oferta de comida rápida al estilo europeo**

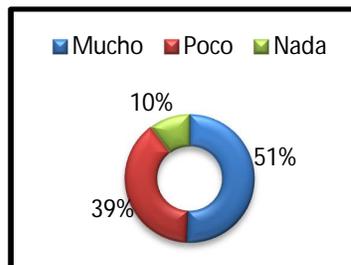
Oferta de F.Ch.	Frecuencia	Resultado %
Mucho	193	51%
Poco	148	39%
Nada	39	10%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 25**

**Degustación de la oferta de comida rápida al estilo europeo**



Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El autor

**Análisis:** Tomando como base interpretaciones pasadas es lógico que un amplio margen de encuestados muestre interés por el menú en oferta, es así que la mayoría absoluta de encuestados precisan que les gustaría

mucho degustar de un menú en donde se combine papas fritas y pescado al mejor estilo Europeo. Se puede interpretar a dicho pronunciamiento como muy positivo en cuanto a las aspiraciones e intereses del proyecto, tomando en cuenta que son mayoría y que la idea genera como se mencionó anteriormente mucho interés y expectativa sobre el proyecto.

**13.- ¿Considera Ud. que el plato que se está ofertando es más nutritivo por su composición, a diferencia de los que usualmente se consumen?**

**Cuadro Nro. 21**

**Composición nutricional frente a la comida rápida común**

Composición saludable	Frecuencia	Resultado %
Totalmente de acuerdo	155	41%
Medianamente de acuerdo	200	53%
En total desacuerdo	25	7%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 26**

**Composición nutricional frente a la comida rápida común**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** En torno a la apreciación en las personas acerca de la posibilidad de considerar al producto en oferta como mayormente saludable frente a los que usualmente se ofertan y comercializan en nuestro medio, en consideración a ello un amplio margen de encuestados mencionan que están medianamente de acuerdo en el hecho de que

dicho producto resulte nutritivo, debido básicamente a su composición a base de pescado, esto significa un repunte no mayoritario pero importante en la aceptación que la gente le puede darle a la idea que estudia ejecutar el presente proyecto.

**14.- ¿Qué precio considera Ud. que debería tener el nuevo producto que se va a ofertar?**

**Cuadro Nro. 22**

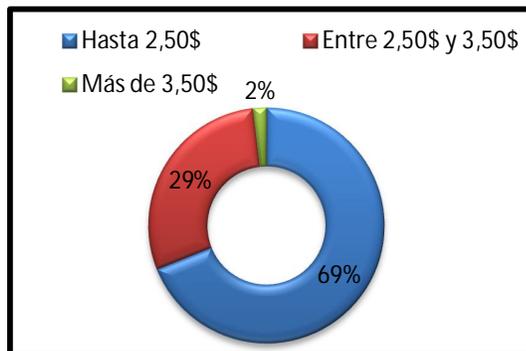
**Precio del producto en oferta**

Promedio Precio	Frecuencia	Resultado %
Hasta 2,50\$	262	69%
Entre 2,50\$ y 3,50\$	111	29%
Más de 3,50\$	7	2%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 27**

**Precio del producto en oferta**



**Fuente:** Estudio de Mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** un factor muy importante al estudiar el lanzamiento de un nuevo producto es sin duda el precio, debido a que en muchos casos puede significar la aceptación total o nula de nuestro producto aun cuando este resulte ser de calidad, innovador y diferente a los ya habituales; siendo este un precedente muy relevante se ha encontrado que la mayoría de

encuestados cree que dicho menú y/o producto debería tener el precio mínimo el cual es de 2.50\$, sin duda dicho margen es significativamente importante para los intereses económicos que el proyecto puede esperar tener, aun cuando ello no signifique generar amplios márgenes de utilidades, sino más bien coadyuven a la sobrevivencia futura del proyecto.

**15.- ¿Dónde considera Ud. que debería ubicarse este nuevo proyecto para ofertar el producto en mención?**

**Cuadro Nro. 23**

**Lugar donde se debe ubicar el proyecto**

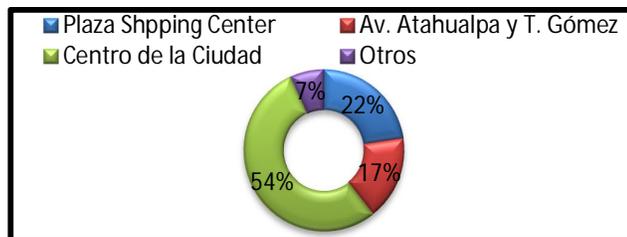
Ubicación	Frecuencia	Resultado %
Plaza Shpping Center	86	23%
Av. Atahualpa y T. Gómez	64	17%
Centro de la Ciudad	204	54%
Otros	26	7%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 28**

**Lugar donde se debe ubicar el proyecto**



Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El autor

**Análisis:** Tomando en cuenta que la ubicación del proyecto representa un factor determinante a la hora de definir la micro localización del proyecto se hizo factible poner a consideración de la población posible lugares donde ejecutarlo, es así que un amplio margen de encuestados que representan mayoría absoluta manifiestan estar de acuerdo en que el proyecto en estudio debería estar ubicado en el centro de la ciudad, esto significa que

se deberá trabajar en la búsqueda de un amplio local, mismo que deberá ubicarse en las principales calles céntricas de la ciudad de Ibarra.

### 3.5. Resultados Técnicos.

**Cuadro Nro. 24**

**Tipo de sexo**

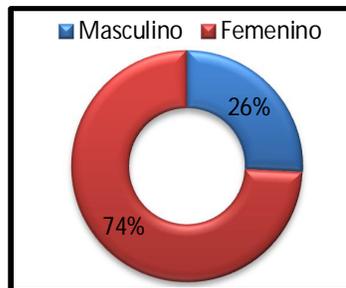
Sexo	Frecuencia	Resultado %
Masculino	98	26%
Femenino	282	74%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 29**

**Tipo de sexo**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Como se puede denotar existe un alto margen de mujeres encuestadas, ello debido a que poseen un carácter más abierto y colaborador frente a este tipo de actividades según se pudo apreciar.

**Cuadro Nro. 25**

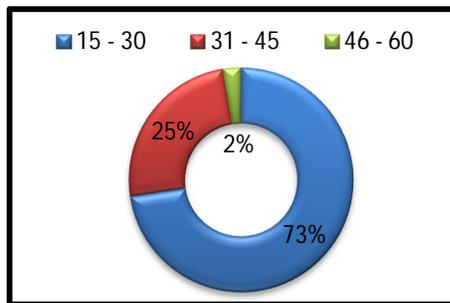
**Rango de edad**

Edad	Frecuencia	Resultado %
15 – 30	276	73%
31 – 45	94	25%
46 – 60	10	3%
<b>Total Muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 30**  
**Rango de edad**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

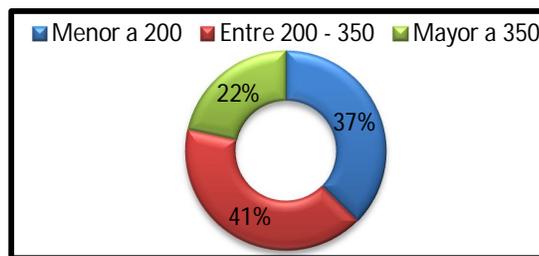
**Análisis:** El rango de edad constituyó un factor muy importante dentro de la definición del mercado objetivo del proyecto, ello a raíz del bajo poder adquisitivo que representa la población en edad corta y el desinterés que representa para los adultos mayores, es así que la mayoría de encuestados se encuentra dentro de un rango de edad que va a partir de los 15 hasta los 30 años. Esto significa que los datos recabados en el desarrollo de la encuesta son más precisos y efectivos para los intereses del proyecto previsto que no son sesgados y expuestos a opiniones y respuestas con falta de criterio.

**Cuadro Nro. 26**  
**Ingreso promedio**

Ingr. Mensual	Frecuencia	Resultado %
Menor a 200	142	37%
Entre 200 - 350	156	41%
Mayor a 350	82	22%
<b>Total muestra</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas  
**Elaborado por:** El autor

**Gráfico Nro. 31**  
**Ingreso promedio**



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Es de mucha importancia el hecho de considerar de forma segmentada el nivel socioeconómico del mercado al cual el proyecto está enfocado, en relación a ello existe un amplio margen de encuestados que afirman tener ingresos que van desde los 200\$ hasta los 350\$, es decir que son personas que poseen un poder adquisitivo medio y que fácilmente pueden ser parte de una clase social media, media alta y alta, lo que favorece a los intereses del presente estudio, que además representa mayoría y da la pauta para ejecutar el presente proyecto.

### **3.6. Resultados de entrevistas realizadas.**

#### **1.- ¿Qué opina usted sobre la situación actual de la oferta gastronómica en cuanto a comida rápida en la ciudad de Ibarra?**

Una vez contrastados los criterios emitidos ante la presente interrogante se ha concluido que; gran parte de los entrevistados creen que en la actualidad existe una sobreoferta en el sector gastronómico de la comida rápida, además dicen este segmento se ve complementado con la masiva existencia de pequeños puestos de comida rápida al paso además de los diferentes restaurantes destinados a ofertar gastronomía típica lo cual afirman tiene una gran aceptación en nuestro medio. A raíz de ello destacan que es importante considerar ingresar al mercado gastronómico con un producto diferente a fin de abarcar cierto porcentaje de clientes,

para lo cual dicen será muy difícil buscar estrategias que aseguren el éxito total o parcial de un negocio de esta naturaleza.

**2.- ¿Cree usted que la comida rápida que se comercializa en el mercado gastronómico de nuestro medio es tradicional?**

Contrastando criterios se concluye que la gran mayoría de encuestados cree que todo cuanto se comercializa a nivel de la ciudad de Ibarra referente a comida rápida no se puede decir que es tradicional, esto debido a que se considera que este tipo de gastronomía no tiene un género definido, ya que su origen y forma de consumo es algo habitual y que con el paso del tiempo se ha convertido en una costumbre que no discrimina a ningún tipo de persona que desee consumirla y más bien busca adaptarse al carácter de consumo que muestra cada cliente tomando en consideración su cultura a fin de poder abarcarlo. Bajo este precedente concluyen que todo cuanto se comercializa en la ciudad de Ibarra viene siendo algo predeterminado de lo significa la comida rápida a nivel de mundo ya que su característica es la misma aquí o en los estados unidos de donde es originaria.

**3.- ¿Considera usted que el negocio de la comida rápida es rentable y económicamente sostenible en nuestro medio?**

En concordancia a los diferentes criterios recibidos se concluye que; gran parte de los encuestados coinciden en mencionar que hoy por hoy el negocio de la comida rápida no resulta tan rentable como se lo puede apreciar a breves rasgos esto dicen debido a la masiva puesta en marcha de establecimientos gastronómicos destinados a comercializar el mismo producto servicio, por otra parte afirman esta actividad si puede constituirse en un negocio sostenible en nuestro medio, que por una parte no generara altas utilidades, pero que si genera los suficientes ingresos como para mantener en auge a la micro o pequeña empresa.

**4.- ¿Cree usted que el mercado gastronómico Ibarreño, en cuanto a lo que es la comida rápida se encuentra saturado?**

Contrarrestando criterios se concluye que; la gran mayoría de entrevistados coincide en mencionar que definitivamente el mercado gastronómico se encuentra saturado como ya se lo menciono anteriormente, esto a raíz del crecimiento desmedido de pequeños negocios informales y formales en el medio, según dicen no existe un control para la habilitación de pequeños puestos de comida rápida y además esto se complementa con las costumbres de alimentarse en la calle. En cuanto a negocios constituidos formalmente mencionan que no se realizan estudios que demuestren la viabilidad de un negocio de estas características y lo ejecutan de una forma empírica lo que al final da como resultado que exista un sobreoferta y con ello el fracaso indirecto de varios negocios que pueden haberse constituido bajo términos de viabilidad económica.

**5.- Si su respuesta fue positiva. ¿Cree usted que se debería incurrir en la creación de proyectos destinados a brindar productos gastronómicos nuevos?**

Tomando en cuenta los diferentes criterios con características similares se ha concluido que; todos los entrevistados coinciden en recomendar que si se pretende ejecutar proyectos gastronómicos, estos sean destinados a brindar un producto gastronómico nuevo diferente e innovador. Es decir que si se pretende ejecutar proyectos destinados a ofertar comida rápida llamada tradicional no es una elección acertada y se contribuirá a inflar aún más el mercado gastronómico actual, así es como lo expresan.

**6.- ¿Conoce usted la existencia de proyectos de comida rápida a base de pescado en la ciudad de Ibarra?**

Ante la presente interrogante todos los entrevistados coinciden en afirmar no conocer acerca de la incursión, o existencia de proyectos gastronómicos de comida rápida a base de pescado en nuestra ciudad.

**7.- ¿Conoce Ud. el plato típico de comida rápida a base de pescado llamado “Fish And Chips” que tiene gran acogida y cuenta con una amplia demanda en la gastronomía Europea?**

Bajo la presente interrogante existe un criterio errado y no muy concreto en donde un amplio número de entrevistados menciona no tener conocimiento alguno acerca de este tipo de gastronomía previsto que sus negocios siempre se han enfocado a brindar el tipo de comida rápida que comúnmente se la consume y comercializa en nuestro medio. En tanto que un mínimo número de entrevistados afirma que conoce acerca de este tipo de gastronomía y mencionan que es un segmento atractivo y poco conocido en nuestro medio y que la idea de ejecutar un proyecto de similares características es algo muy innovador que podría resultar muy exitoso si se hacen bien los estudios de pre-factibilidad y de ejecución.

**8.- ¿Qué opinión le merece la incursión en proyectos de comida rápida a base de pescado “Fish And Chips”, en el mercado gastronómico de la ciudad de Ibarra?**

Por tratarse de un proyecto que puede constituir un potencial competidor para este tipo de establecimientos, los criterios recibidos por parte de los entrevistados son herrados e imprecisos, de donde se puede rescatar que existen ciertos pronunciamientos que precisan enunciar que la idea como tal es innovadora y de mucho potencial en nuestro medio al considerársela nueva dentro del segmento y que a la postre podrá consolidarse perfectamente a las costumbres alimentarias de las personas toda vez que combina ciertos ingredientes de la comida rápida tradicional. Además a ello es importante señalar que dicho pronunciamiento es alentador viniendo de personas que conocen muy bien este tipo de actividad, y que como se lo pudo apreciar es una idea que desconcertó a varios de los entrevistados, pues en ellos no había surgido la idea de explotar el “Fish And Chips” como comida rápida en el medio.

### **3.7. Estructura y segmentación de mercado.**

Uno de los principales aspectos que se deben tener muy en claro en el mundo empresarial para ser netamente competitivo, es que resulta elemental y necesario recopilar información acerca de lo que piensa el cliente como parte del mercado de consumo, sobre el producto y/o servicio que se pretende ofertar.

He ahí la importancia de realizar una estructuración y segmentación del mercado, puesto que las discrepancias existentes entre un criterio y otro no siempre suelen ser las mismas y por el contrario cada individuo tiene una percepción diferente de las cosas, por tal motivo es necesario señalar que la estructuración y segmentación del mercado es un proceso de fraccionamiento porcentual del mercado en diferentes categorías y con similares características de consumo; el mercado se puede segmentar de acuerdo a variables como son: sexo, edad, educación, calidad de vida, gustos y preferencias, etnia cultural, etc.

En el caso del problema planteado se ha dividido el mercado según el nivel socioeconómico tanto de demandantes reales y potenciales, además de considerar en dicha segmentación gustos y preferencias en cuanto a hábitos alimentarios.

Entonces el mercado al cual está dirigido el proyecto y que tendrá como usuarios finales a clientes y/o personas de distintas edades, razas, costumbres, creencias, así como de un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, que tendrán a su disposición un servicio gastronómico, especializado en comida rápida al estilo Fish & Chips.

### **3.8. Análisis y proyección de la demanda.**

#### **3.8.1. Análisis de la demanda.**

Mediante el análisis de la demanda se pretende cuantificar la cantidad de consumidores que están dispuestos a requerir el servicio y consumir lo ofrecido. También permitirá determinar la posibilidad de participación dentro del mercado respectivo.

La propuesta para la implementación de esta pequeña empresa Fish And Chip's, se da inicialmente en función de presentar productos nuevos e innovadores como la comida rápida a base de pescado conocida como Fish & Chips. De las investigaciones realizadas se conoce que en el mercado gastronómico de Ibarra se elabora y comercializa el tipo de comida rápida común, teniendo como referentes a las cadenas de fast food más representativas entre las que destacan: KFC, MAXIM'S y ALAS DORADAS, es decir que son consideradas como las de mayor concurrencia y trayectoria en el mercado.

#### **3.8.2. Determinación de la demanda.**

Tomando como base los datos referentes al tamaño de la población, mismos que se obtuvieron previa estratificación poblacional en la ciudad, se pretende determinar la demanda del proyecto.

Se ha definido así una población compuesta por los habitantes de las principales parroquias urbanas pertenecientes a la ciudad de Ibarra, que por su ubicación geográfica en el casco urbano se considera que cuentan con un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, en donde además se consideró a la población que se encuentre entre los 15 y 60 años de edad como prioritarias, esto debido a que se considera que constituyen personas de posibilidades y que buscan alimentarse de una forma original y sana además de considerarse para la mayoría de personas como una

necesidad latente que está relacionada en ocasiones a su trabajo y a limitaciones de tiempo. Se conoce que este grupo de personas constituyen el mercado meta y sobre el cual se debe implantar estrategias de mercado para lograr captar dentro del mismo la demanda insatisfecha actual; producida por la falta de un servicio con similares características a las propuestas en el presente proyecto.

Usualmente para ponderar la demanda, se utilizan fuentes primarias (encuestas, entrevistas, etc.) y fuentes secundarias como datos históricos o estadísticas oficiales emitidas por organismos públicos, Debido a que el el producto servicio es nuevo en el mercado, no se ha encontrado información referente al consumo actual, es por este motivo que se aplicara los resultados de fuentes primarias, basandose en los resultados de la encuesta.

### **3.8.3. Demanda actual del servicio.**

Se usará como guía el procedimiento formulado por Gabriel Baca Urbina, mismo que permitirá obtener datos sobre el consumo actual promedio mediante la utilización de los resultados obtenidos por medio de la encuesta.

En concordancia a ello se realizará el cálculo tomando como base los resultados obtenidos en la pregunta nro. 12 de la encuesta. El universo de estudio dentro del proyecto comprende por tanto a 34.792 habitantes y de acuerdo a los resultados de las encuestas se puede determinar que realmente hay una demanda por satisfacer; preliminarmente se conoce que según la pregunta 12 de la encuesta realizada, existe un mayoritario 51% de personas que gustarían degustar de comida rápida al mejor estilo Europeo, específicamente fish & chips, como resultado oficial ha dicho porcentaje se tiene un universo poblacional de 17.744 personas aproximadamente.

Este resultado comparado con el porcentaje alcanzado con respecto a la frecuencia de consumo establecerá la demanda anual. Al referirse a la ponencia en el mercado de un nuevo sitio gastronómico de comida rápida he tomado en consideración la pregunta nro. 10 de la encuesta, en donde un ajustado 40% de encuestados están de acuerdo en que se deberían crearse sitios gastronómicos dedicados a la elaboración y comercialización de comida rápida de otros países; que tiene relación directa con el tema planteado, la pequeña empresa Fish And Chips. Al agrupar estas deducciones se pone a consideración los siguientes resultados:

**Cuadro Nro. 27**  
**Calculo de la demanda actual**

<b>Población total</b>		34792	<b>Total demanda anual</b>	<b>Preferencia C. R. otros países (F &amp; C) 40%</b>
<b>Aceptación del Prod/Serv.</b>		51%		
<b>Población potencial</b>		<b>17744</b>		
<b>Frecuen cia</b>	1 - 2 veces al mes (42%)	7452	89429	35772
	3 - 4 veces al mes (29%)	5146	61749	24700
	5 - 6 veces al mes (14%)	2484	29810	11924
	Más de 6 veces (15%)	2662	31939	12776
<b>Demanda actual del prod/serv</b>		<b>17744</b>	<b>212927</b>	<b>85171</b>

Fuente: Estudio de mercado/aplicación de encuestas

Elaborado por: El autor

### 3.8.4. Proyección de la demanda.

En general, para proyectar la demanda se aplicaran métodos tradicionales como: método de los mínimos cuadrados, método gráfico, regresión lineal entre otros, en donde algunos de los métodos en mención requieren el uso de fuentes secundarias como datos históricos sobre el consumo dentro del mercado gastronómico. Como se entiende no existen estos datos, es por tal motivo que se empleara un método diferente a los ya conocidos.

En referencia a lo expuesto; para la proyección de la demanda se aplicara el índice de crecimiento poblacional. Este aspecto se relaciona con el

concepto sobre la demanda del mercado, ya que la misma agrupa a todos los consumidores individuales. Por lo tanto, si existe un crecimiento poblacional, así como en rango de edades, entonces la demanda sobre el consumo también aumentara de forma progresiva.

### **3.8.5. Proyección de la demanda mediante tasas de crecimiento poblacional.**

Esto se puede calcular cuando se ha determinado claramente la proporción de la población que se pretende sea un consumidor potencial. Conocida la población actual de un área geográfica será fácil calcular los incrementos en cada uno de los años, ya que su crecimiento es geométrico o exponencial.

La ecuación a utilizar es la siguiente:

$$\text{Formula: } D_p = D_a (1+i)^n$$

**D<sub>p</sub>** = Población para el año n

**D<sub>a</sub>** = Población inicial (año base)

**1** = Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento poblacional

**n** = Numero de años a proyectar (tiempo)

De acuerdo al a formula expuesta anteriormente y en base a los requerimiento de la proyección, se procederá aplicar la tasa de crecimiento poblacional de acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2010 realizado por el INEC, misma que corresponde al 1.82%, para la ciudad de Ibarra.

### Cuadro Nro. 28

#### Proyección de la demanda anual período 2013 – 2017

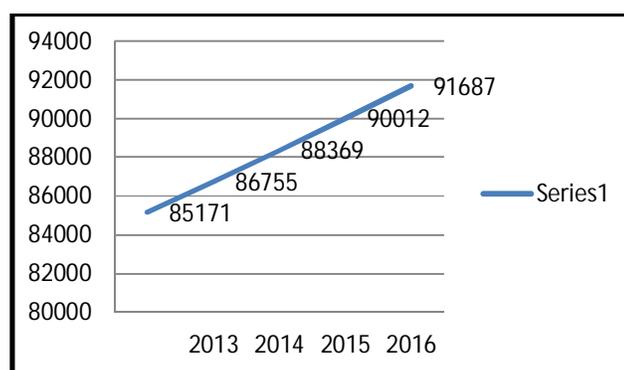
Años	Proyección Demandantes
2013	85171
2014	86755
2015	88369
2016	90012
2017	91687

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

### Gráfico Nro. 32

#### Proyección de la demanda anual período 2013 – 2017



**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

En la presente tabla se puede apreciar la demanda anual enfocada al segmento gastronómico, misma que fue calculada utilizando la fórmula del monto, debido a que esta se basa en datos históricos, ya que utiliza la variable (i) es decir tasa de crecimiento poblacional valiéndose del enunciado que dice que la demanda mantiene una relación directa con el comportamiento de la población, esto a raíz de que no existen datos de la demanda histórica dentro del mercado de consumo de comida rápida a base de pescado Fish & Chips al ser considerado este como un producto nuevo.

### **3.9. Análisis y proyección de la oferta.**

La oferta constituye el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios. Por consiguiente el presente proyecto según la información que se ha recopilado en el estudio de mercado se define como una oferta oligopólica debido a que en el mercado no existe una gran cantidad de ofertantes (a excepción de productos con similares características), sin embargo se debe tomar en cuenta que no existe ningún tipo de barreras que impidan el ingreso al mercado de prestación de servicios gastronómicos por lo que nuestra oferta podría enmarcarse dentro de la oferta competitiva o de libre mercado.

Bajo este precedente se concluye que en la ciudad de Ibarra no existen establecimientos que ofrezcan comida rápida al estilo Fis han Chips. Mediante el desarrollo de la investigación se pudo observar que la oferta de este menú es nula a nivel de la ciudad y se hace aún más inexistente a nivel de las parroquias de El Sagrario y San Francisco los restaurantes que comercialicen comida rápida de la manera tan peculiar como se la está proponiendo. No obstante para definir la demanda insatisfecha se ha decidido realizar el cálculo de la oferta tomando como base los establecimientos que oferten servicios similares a los que se plantea en el proyecto.

#### **3.9.1. Factores que afectan a la oferta.**

Dichos factores constituyen el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados además de otros que varían según el giro del negocio.

#### **3.9.1.1. Número de competidores.**

A nivel de la provincia de Imbabura el proyecto estará ubicado en la ciudad de Ibarra, principalmente el sector céntrico de la ciudad blanca, en donde previo sondeo no se han identificado establecimientos con características exactas al concepto que maneja nuestro negocio. Sin embargo vale recalcar que existen una serie de restaurantes con productos similares pero a la vez muy diferentes debido a su composición, con relación al propuesto en el presente proyecto, restaurantes a los cuales se está tomando en cuenta como la competencia, especialmente aquellos establecimientos que sirven comida rápida común.

#### **3.9.1.2. Incursión de nuevos competidores.**

Al considerarse el mercado gastronómico como una nueva forma de gestar un negocio y tomando en cuenta que son microempresas o pequeñas empresas que pueden llegar a prosperar, en la actualidad se puede evidenciar un ligero aumento de establecimientos que ofertan servicios de alimentación especialmente en el sector céntrico de la ciudad de Ibarra. El número de competidores para este tipo de negocios es muy fácil de incrementarlo, tomando en consideración que las barreras de entrada existentes son muy fáciles de superarlas.

#### **3.9.1.3. Precios de los servicios relacionados.**

Según la presente investigación, los establecimientos a los cuales asisten las personas en este sector y que porcentualmente vendrían a generar una competencia directa cuentan con un margen de precios que oscilan entre 2.00\$ y los 12.00\$ dependiendo del menú al cual se desee acceder.

### 3.9.2. Determinación de la oferta.

De la misma forma que la demanda, no existen datos en instituciones públicas que faciliten el cálculo de la oferta, por lo que al realizar los estudios de investigación de campo por medio de la aplicación de encuestas y por medio de la realización de entrevistas se ha logrado determinar que a nivel de la ciudad de Ibarra no existen establecimientos gastronómicos dedicados a comercializar Fish & Chips.

Es decir que dicho producto es considerado nuevo y por lo tanto no existe productor alguno que lo esté actualmente ofertando, pero de lo que si se tienen un amplio registro y conocimiento es la existencia de un gran conglomerado de establecimientos dedicados a ofertar productos similares como lo es la comida rápida tradicional que se la encuentra a nivel de grandes cadenas y/o pequeños negocios. Con base a este precedente se procede a continuación a realizar el cálculo de la oferta actual y futura misma que es de base cero:

#### Cuadro Nro. 29

##### Proyección de la oferta anual período 2013 – 2017

Años	Demanda	Oferta
2013	85171	0.00
2014	86755	0.00
2015	88369	0.00
2016	90012	0.00
2017	91687	0.00

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

Como se puede apreciar en el presente cuadro la fluctuación de la demanda tanto actual como futura se expresa en cero, esto a raíz de que el producto en oferta es nuevo y en el mercado actual no existen oferentes que de alguna forma constituyan una contraposición para el ingreso de nuestro producto.

### **3.10. Análisis y determinación de la demanda insatisfecha.**

Al obtener como resultado una oferta de tipo cero, es importante que se determine el porcentaje de cobertura que tendrá el proyecto con respecto de la demanda por cuanto es indispensable hacer un levantamiento de información previa investigación de campo en diferentes establecimientos dedicados a comercializar comida rápida.

Una vez realizado y habiendo procesado la información levantada se estableció que en promedio 44 personas por cada hora ingresan a un restaurante de comida rápida esto fuera de las horas denominadas pico, mientras que en el horario pico que va a partir de las 12:00am hasta las 14:00pm, dicho flujo de concurrencia se incrementa en un 16% es decir el ingreso promedio de personas es de 51. Una vez definido el promedio de ingreso de personas se calculara dicho número por horario promedio de atención que manejan actualmente estos establecimientos y posteriormente se obtendrán resultados diarios, semanales y mensuales que servirán como base para el cálculo del porcentaje que el proyecto estará en capacidad de atender y satisfacer respecto de la demanda considerada actual y futura.

Posterior a dichos resultados se ha realizado el cálculo de la capacidad diseñada del restaurante en donde se concluye que el presente proyecto estará en la capacidad de cubrir el 67% de la demanda actual y futura, es así que los resultados correspondientes a oferta y a demanda insatisfecha para el proyecto se muestran a continuación:

### Cuadro Nro. 30

#### Proyección de la demanda insatisfecha anual período 2013 – 2017

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Capacidad cobertura de la demanda (67%)
2013	85171	0.00	85171	57065
2014	86755	0.00	86755	58126
2015	88369	0.00	88369	59207
2016	90012	0.00	90012	60308
2017	91687	0.00	91687	61430

**Fuente:** Estudio de mercado/aplicación de encuestas

**Elaborado por:** El autor

En el presente cuadro de proyección y determinación de la capacidad de cobertura del proyecto respecto de la demanda y considerando que por concepto de oferta se tiene cero, es importante señalar que las proyecciones futuras apuntan a satisfacer al 67% de la demanda insatisfecha esto a raíz de que el proyecto no se encuentra en capacidad de atender el 100% de la demanda insatisfecha. Sin embargo se prevé a futuro realizar estudios de ampliación y cobertura, previo análisis del posicionamiento del proyecto en el mercado gastronómico local, esto a razón de que existe un 33% de la población a la cual el proyecto está dejando de atender, dicha ampliación se la realizara porcentualmente previsto que un factor muy importante como es el económico limita este tipo propuestas de expansión.

#### 3.11. Análisis de precios.

Dentro del factor precios es preciso señalar que dentro del ámbito gastronómico o de alimentación los costos generalmente son medios, medios bajos y bajos esto a raíz de que en el medio no existe una oferta de platos a la carta o tipo buffet que de cierta forma implica incurrir en gastos muy elevados y su enfoque abarca a personas de un nivel socioeconómico muy alto en donde el dinero fluye sin mayores contratiempos. Es por ello que el producto servicio en oferta destaca al tomar en consideración que su precio estará dentro del margen en el que

se encuentran los productos de similares características dentro del segmento gastronómico.

### **3.12. Análisis de la competencia.**

Dentro del ámbito de la competencia un aspecto muy relevante es el hecho de que al ser la propuesta nueva e innovadora no existen ofertantes del producto en el mercado, razón por la cual dicho aspecto es de poca trascendencia, por otra parte surge una serie de variables que giran en torno a la existencia de productos sustitutos que finalmente terminan satisfaciendo una misma necesidad , en esta parte es donde el proyecto toma un enfoque personal y de criterio en las personas ya que se espera tener la suficiente acogida al considerar que nuestro producto será porcentualmente más saludable, innovador y original es decir que se apela al simple hecho de que es plenamente fuera de lo tradicional que finalmente es lo que el potencial cliente busca hoy en día.

### **3.13. Análisis de comercialización.**

En cuanto a la comercialización se puede decir que la elaboración y comercialización del Fish and Chips es variada y continua, lo cual no implica esperar a cierta época para consumirlo debido a que no existen fluctuaciones que den a entender que exista un incremento o una disminución en su consumo diario u ocasional.

#### **3.13.1. Estrategias de comercialización.**

Para que un producto servicio pueda introducirse en el mercado, es importante definir las estrategias correctas para su promoción y difusión que la pequeña empresa podría adoptar mismas que se las muestra a continuación.

### **3.13.2. Estrategias de precios.**

- Ofertar al mercado de consumo precios competitivos
- Establecer un margen razonable de precios frente al cliente
- Realizar un análisis periódico de la fluctuación en los precios a fin de ajustarse a las circunstancias que el mercado lo exige.
- Mantener un margen fijo de precios sin importar el lugar donde se lo comercialice a fin de evitar especulaciones.

### **3.13.3. Estrategias de promoción.**

- Emitir un tiraje mensual de trípticos u hojas volantes con prioridad en épocas críticas o de baja venta del producto.
- Generar un conocimiento de la marca como un producto de calidad a nivel de todos los clientes.
- Disponer de todos los permisos y registros tanto municipales así como de salud pública.

### **3.13.4. Estrategias de producto.**

- Dar a conocer las bondades nutricionales en el consumo del producto.
- Tomar una cultura de innovación constante en la presentación del menú existente.
- La calidad del producto debe prevalecer ante todo.

### **3.13.5. Estrategias de plaza.**

- La producción y comercialización del producto estará enfocada al mercado gastronómico de las principales parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra.

### **3.13.6. Canal de distribución.**

A fin de hacer llegar el producto a manos del consumidor, la estrategia de distribución es directa, es decir que no existe ningún tipo de cadenas de intermediarios entre el producto ofertado y el cliente. Para el caso solamente existirán una serie de procesos distributivos a nivel interno de la pequeña empresa lo que no involucra a terceras personas, dicho proceso se lo detalla en el siguiente capítulo.

### **3.14. Sensibilidad del estudio.**

Los costos, gastos y precios de la pequeña empresa Fish and Chips al igual que toda actividad económica no se los puede considerar fijos, debido principalmente a las fluctuaciones del mercado económico/financiero, dentro de este ámbito tienen un alto impacto las variaciones correspondientes a tasas inflacionarias que de cierta forma incrementan o disminuyen el valor de las inversiones expresadas en dinero a través del tiempo. A raíz de estas variaciones se hace difícil conocer si para cierto periodo presupuestario estas tasas crecen o decrecen sin afectar a la economía de la pequeña empresa.

Esta perspectiva es de vital importancia para mantener la estabilidad económica de la pequeña empresa, pues las connotaciones de la inestabilidad económica por la que atraviesan las grandes economías del mundo globalizado afectan a pequeñas economías como la de Ecuador, en donde es continua la inestabilidad económica, considerando que en la actualidad el país ya no depende solamente de los ingresos generados por el petróleo y más bien se ha priorizado la recaudación de impuestos, factor que ha contribuido en la dinamización y estabilización de la economía ecuatoriana en los últimos tiempos.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO.**

#### **4.1. Presentación.**

En el presente estudio se analizarán los diferentes elementos de carácter técnico, que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o servicio, y de forma general con aspectos relacionados a ubicación, recursos materiales, insumos, equipos, instalaciones, obras civiles, etc., para ello se deberá detallar y describir los requerimientos que implica cada actividad consignada dentro del proyecto a fin de hacer viable su posterior ejecución. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá, a fin de no colocar a la empresa en una situación de crear una estructura que no soporte la demanda, o por el contrario una estructura que genere una sobre producción y el mercado no la soporte, teniendo que dejar de explotar al máximo su capacidad de producción.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se dará a conocer las principales bases económicas que definen la elaboración y el análisis cuantitativo de la inversión total del proyecto para finalmente demostrar su viabilidad económica, así como también conocer su vida útil.

## 4.2. Macro y micro localización del proyecto.

### 4.2.1. Macro localización.

#### Gráfico Nro. 33

#### Mapa del Ecuador zona norte 1

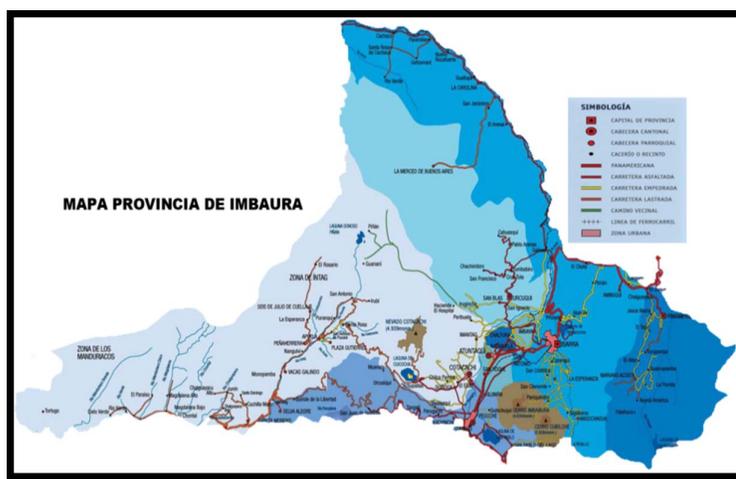


Fuente: [www.imbabura.gob.ec](http://www.imbabura.gob.ec) / Sistema de información geográfica

El presente proyecto en estudio, estará ubicado dentro del territorio de la República del Ecuador, básicamente en sur América, en donde el país es reconocido por situarse en la línea ecuatorial o mitad del mundo. Limita al norte con la hermana República de Colombia, al sur y al este con Perú, mientras que al oeste con el Océano Pacífico.

El país tiene una extensión de 283.561 km<sup>2</sup> y una población de 14 483 499 personas. El territorio ecuatoriano se divide en 24 provincias, las cuales se dividen en cantones, los mismos que se dividen en parroquias, las que a su vez se dividen en urbanas y rurales. Actualmente en el Ecuador existen 7 regiones o zonas administrativas mismas que han sido conformadas a fin de descentralizar la función administrativa de la capital Quito.

**Gráfico Nro. 34**  
**Mapa provincia de Imbabura**



**Fuente:** [www.imbabura.gob.ec](http://www.imbabura.gob.ec) / Sistema de información geográfica

La provincia de Imbabura, cuenta con una superficie de 4609 km<sup>2</sup>, limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos, mientras que al oeste con la provincia verde Esmeraldas. A nivel de la provincia existen 6 cantones; Otavalo, Cotacachi, Atuntaqui, Urcuqui y Pimampiro en donde se encuentran redistribuidas 36 parroquias rurales que conforman de forma general la provincia de Imbabura.

La ciudad de San Miguel de Ibarra es adyacente a la frontera norte, y a pesar de que no tienen frontera directa con el hermano país de Colombia, por su cercanía con la misma si hace parte de la zona fronteriza junto con las provincias de la denominada zona norte 1. Se encuentra a dos horas de trayecto por la carretera panamericana, tanto de Quito como de Tulcán, en el eje sociocultural que forma el macizo montañoso del sur de Colombia y la sierra norte del Ecuador, históricamente ha sido eje de una relación comercial y sociocultural intensa y fluida entre las dos naciones.

#### **4.2.2. Micro localización.**

La infraestructura de la empresa Fish And Chips, se ubicara entre las parroquias de El Sagrario y San Francisco centro de la ciudad, sectores que cuentan con un recubrimiento del 100% en los servicios públicos, como son; energía, agua potable y alcantarillado, teléfono, y recolección de desechos sólidos.

#### **4.2.3. Criterios de selección de alternativas.**

El factor más relevante para escoger este punto de ubicación, es el pronunciamiento hecho por la población en el precedente estudio de mercado, pues consideran que es el punto estratégico ideal para su funcionamiento. Como criterios adicionales para la selección del lugar en que se va llevar a cabo este proyecto destacan la existencias de parqueaderos públicos tarifados, el amplio flujo de personas que transitan por allí y quienes habitan en dicho sector, debido a sus estilos de vida y/o congestión diaria y al limitado tiempo para alimentarse, es notorio que prefieren degustar de alimentos cortos y mayormente saludables en un lugar distinto y con clase de ahí la importancia de la creación del Fish And Chips.

Otro aspecto de mucha relevancia es la seguridad del sector, debido a que es una zona de tipo comercial y al existir un sin número de empresa públicas y privadas que cuentan vigilancia privada además del control policial que se ejerce, hace que no solo los clientes, sino empleados y propietarios se sientan tranquilos en este lugar.

##### **4.2.3.1. Transporte y comunicación.**

En el área de transporte las parroquias de El Sagrario y San Francisco cuentan con una amplia red vial, lo que involucra la diversificación de

cooperativas de transporte público así como privado en la prestación de servicios de movilidad ciudadana y de medios o recursos.

Es decir este factor resulta de vital importancia para establecer la ubicación óptima del proyecto ya que este genera la cadena de abastecimiento no solamente de los insumos necesarios para el funcionamiento de la empresa sino del factor clave para que el negocio funcione en este caso son los clientes.

#### **4.2.3.2. Vías de acceso.**

En la actualidad a fin de mejorar las vías de acceso a la ciudad de Ibarra y a sus principales parroquias urbanas, así como también al considerarse un paso de interconexión entre las provincias del norte y sur del país, se vienen trabajando en la construcción del paso lateral en la panamericana norte a la altura de San Antonio y Chorlavi, lo cual permitirá un acceso aún más rápido a las localidades del norte del país. La construcción de la Autovía Otavalo - Ibarra exige una alternativa de descongestión vehicular en el principal acceso a la ciudad.

#### **4.2.3.3. Seguridad.**

En términos de seguridad y haciendo énfasis en el análisis realizado con anterioridad es importante señalar que los niveles de delincuencia en estas parroquias son relativamente mínimos, es decir aceptables ello debido a la existencia de las diferentes unidades de policía comunitaria existentes en estos sectores, así también el constante patrullaje policial que se realiza toda vez que son áreas urbanas con mucha afluencia de público. En definitiva la seguridad en todo cuanto se refiere a la planta está garantizada, pues se prevé la implementación de un sistema de alarmas y la contratación de vigilancia privada que otorgue sistemas de monitoreo y vigilancia de forma constante.

#### 4.2.3.4. Posibilidad de eliminación de desechos.

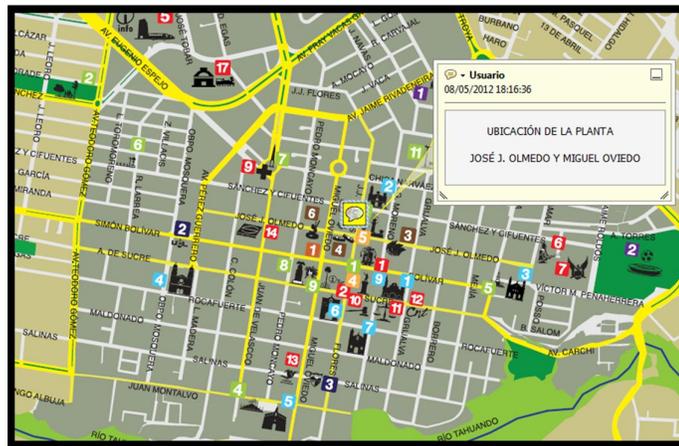
La empresa al no emitir ninguna clase de desechos tóxicos no presenta ningún tipo de inconveniente en el momento de la eliminación de desechos como; residuos de bebidas, mismas que serían eliminadas por el desagüe, mientras que el resto de basura tal como: botellas plásticas, papeles, etc. Se empacará en fundas de basura mismas que serán entregadas los respectivos días de recolección de desechos reciclables.

#### 4.3. Ubicación de la planta.

La empresa, tendrá como sede de funcionamiento las jurisdicciones de Sagrario y San Francisco, en el barrio La Merced, en las calles José J. Olmedo y Miguel Oviedo centro de la Ciudad.

**Gráfico Nro. 35**

**Mapa distrital ciudad de Ibarra**



Fuente: [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec)

#### 4.4. Diseño de instalaciones.

El diseño de las instalaciones de la empresa, estarán acorde a las especificaciones técnicas que implica el desarrollo de las diferentes actividades productivas a realizarse, lo que implica almacenar, procesar,

elaborar y comercializar Fish and Chips, además de seleccionar la ubicación exacta de los diferentes espacios en donde se recibirá a los clientes en general.

Para que el desarrollo de todas estas actividades sea óptimo, es importante tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- El área de la cocina y almacenamiento debe estar bien iluminado y con suficiente ventilación con el fin de que los chefs, cocineros y ayudantes tengan suficiente luz para poder elaborar y decorar los diferentes menús.
- La ventilación en bodegas deberá estar adecuada a las condiciones de cada insumo y/o M.p. a fin de evitar su descomposición así como filtración de olores.
- El área administrativa deberá tener coordinación directa con las diferentes áreas operativas, a fin de hacer efectivo el control interno.
- El área del restaurant, es importante que cuente con sistemas de ventilación y/o calefacción variables de acuerdo al clima.

Es decir que un establecimiento de comida rápida en donde el área de cocina, de servicio, de despacho, y el área administrativa muestran un aspecto ordenado, atractivo y distinguido inducen respeto y comodidad a los clientes y motiva el regreso ya sea por la calidad del producto o del servicio o simplemente por la calidez del ambiente.

La empresa se instalará de acuerdo a los procesos para la elaboración de comida rápida a base de pescado, en donde las instalaciones y divisiones de planta serán de concreto, determinado un espacio para el área de producción, almacenaje de materias primas, área de refrigeración para mariscos, con una área de 180m<sup>2</sup>. Como se puede observar en el Anexo C. *Diseño de Planta*.

## **4.5. Distribución de la planta.**

### **4.5.1. Áreas del proyecto.**

De acuerdo al estudio de mercado realizado, el establecimiento deberá poseer varias áreas y servicios los cuales ayudaran al crecimiento del proyecto y la satisfacción del cliente.

#### **4.5.1.1. Área de bodega.**

El área de bodega estará ubicada cerca de la zona de abastecimiento del local, en donde se construirá un cuarto frío o de refrigeración específicamente para la preservación del marisco, debido a que tiene un proceso de descomposición bastante rápido en el remoto caso de no estar almacenado de acuerdo a los estándares de conservación especificados. Además estas instalaciones deberán contar con estanterías y divisiones acorde al producto a almacenar sin dejar de lado condiciones del ambiente, de seguridad y de control interno.

#### **4.5.1.2. Área de cocina.**

El área de cocina estará ubicada al fondo del establecimiento, con una entrada y salida bien definida, esto para evitar cualquier filtración de olores a las áreas de administración y servicio al cliente. Adicionalmente esta área contara con todo el equipamiento necesario concerniente a refrigeradores, cocinas, ductos extractores de olores, etc.

#### **4.5.1.3. Área de servicio.**

Esta área está destinada única y exclusivamente a la atención y servicio al cliente, misma que contara con 9 mesas en total, donde 6 de ellas constan de 4 puestos, mientras que las otras 3 constan de 2 puestos,

además de ello existirán 4 puestos individuales anexos al área de despacho lo queda un total de 34 puestos bien distribuidos para brindar un servicio de calidad.

#### **4.5.1.4. Área de despacho.**

El área de despacho estará situada diagonal al área de la cocina, misma que será de forma rectangular con esquinas redondeadas tipo bar, en donde se encontrara situada la caja y también un espacio adecuado para; la entrega de aderezos y bebidas, entrega del menú y la distribución de las distintas ordenes de entrega a domicilio.

#### **4.6. Ingeniería del proyecto.**

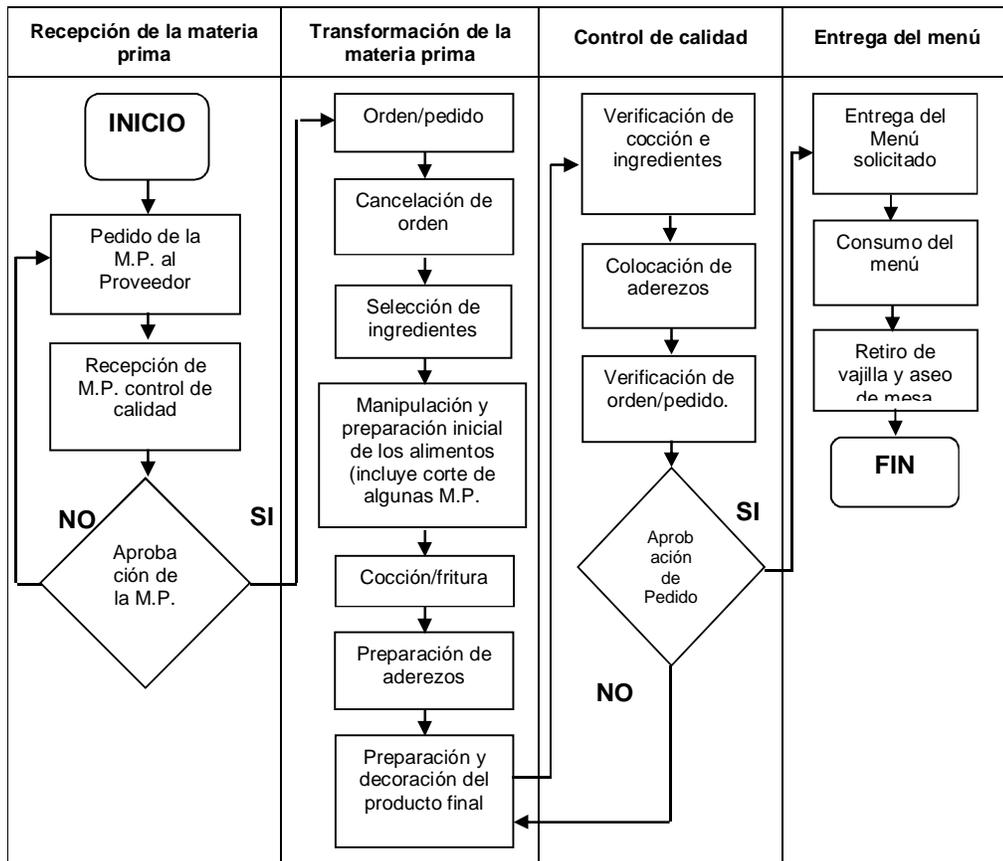
El objetivo de estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.

##### **4.6.1. Diagrama de flujo del proceso.**

En general el diagrama de flujo del proceso, implica una serie secuencial de muchos campos conocidos como actividades, en donde se muestran al detal los diversos procedimientos que se den seguir al realizar una actividad, en el presente estudio se lo utilizara para detallar cada uno de los pasos que se desarrollan dentro de los procesos de elaboración y comercialización del Fish And Chips.

**Cuadro Nro. 31**

**Diagrama de elaboración y comercialización del Fish And Chips**



Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: El autor

#### 4.6.2. Proceso de elaboración Fish And Chips.

### Cuadro Nro. 32 Elaboración Fish And Chips

Porciones: 12/ Peso porción: 150gr

Métrico	Ingredientes	Procedimiento	
<b>12. unds.</b> <b>3. tz</b> <b>1. ½ tz</b> <b>3. cdta</b> <b>3. ½ tz</b> <b>1. Ltr.</b> <b>2. ½ tz</b> <b>1800. gr.</b> <b>3. cdta.</b> <b>6. unds</b> <b>3. unds.</b> <b>A/G</b> <b>Salsa</b> <b>3. tz</b> <b>6. cdta</b> <b>6. cdta</b> <b>6. cdta</b> <b>3 cdta</b> <b>6. cdta</b> <b>4. unds.</b> <b>2. oz</b> <b>1. oz</b> <b>1. oz</b>	Pescado en filetes Harina flor Apanadura Polvo de ornear Cerveza Aceite la favorita Light Agua Patatas cort. en astillas Vinagre de manzana Huevos Limón Sal y pimienta <b>Tártara</b> Mayonesa Pepinillos pic. finamente Alcaparras pic. finamente Aceitunas pic. finamente Cebolla R. pic. finamente Perejil pic. finamente Limon sutil Azúcar Pimienta de cayena Sal	<ol style="list-style-type: none"> <li>Para la salsa, mezcle todos los ingredientes y sazone con sal, pimienta y limón.</li> <li>Sazone los filetes con sal y jugo de limón.</li> <li>Hacer la pasta para rebozar mezclando la harina con; los huevos batidos, el agua, el polvo de hornear y agregue lentamente tres cuartas partes de la cerveza. Si la mezcla está muy espesa agregue un poco más de cerveza.</li> <li>Dejar reposar la pasta por 30 minutos.</li> <li>Pase los filetes por la harina y sumérgalos uno por uno en la mezcla.</li> <li>Caliente el aceite a 355°F.</li> <li>Fríalos hasta que estén dorados (entre 8 y 12 minutos).</li> <li>Pelar y cortar las patatas en astillas, luego freír en aceite caliente a fuego medio.</li> <li>Sirva cada filete sazonado con vinagre de manzana sobre una cama de patatas a la francesa y acompañe con la salsa tártara y salsa de mayonesa.</li> </ol>	
<b>Almacenaje y Conservación Mariscos</b>		<b>Información Nutricional Aproximada</b>	<b>Propiedades Nutricionales de la Receta</b>
<p><i>Pr. 1. Recibir y almacenar el pescado (mariscos) a temperatura de refrigeración (4°C) o congelación (-180°C).</i></p> <p><i>Pr. 2. Curtir el pescado tiene la finalidad de desnaturalizar la proteína y reducir el pH de la misma forma para evitar la proliferación de bacterias.</i></p> <p><i>Pr. 3. Conservar la preparación en refrigeración (4°C) envasado en un recipiente adecuado por máximo 24 horas.</i></p>		<b>Calorías Totales Pescado:</b> 772.72 <b>Calorías por porción:</b> 198.18	<p><i>El pescado, por su contenido moderado de grasa constituye un bajo aporte energético. Destaca su contenido modesto en proteínas de alto valor biológico. Su carne supone un aporte interesante de potasio y fósforo; moderado de sodio y magnesio. El fósforo está presente en los huesos y dientes, interviene en el sistema nervioso, en la actividad muscular, y en la obtención de energía. El magnesio se relaciona con el funcionamiento del intestino, los nervios y los músculos.</i></p> <p><i>Los camarones, son buena fuente de proteínas de alta calidad y presentan un bajo</i></p>
		<hr/> <b>Total Por porción</b>	
		Carbohidratos 189.6 47.4 Proteínas 415.18 103.84 Lípidos 167.76 41.94	
		<b>Calorías Totales Camarón:</b> 735.8 <b>Calorías por porción:</b> 245.27	
		<hr/> <b>Total Por porción</b>	
		Carbohidratos 87.7 29.23 Proteínas 47.83 15.94 Lípidos 21.52 7.17	
<b>Calorías Totales Mariscos en general:</b> 1117.55 <b>Calorías por porción:</b> 205.00		<hr/> <b>Total Por porción</b>	

	Carbohidratos	46.39	7.84	contenido de grasas y en calorías, mientras que su contenido en colesterol y en purinas es elevado. Contiene cantidades importantes de fósforo, yodo, y también de sodio. Una de las recomendaciones para personas que siguen dietas con control de sodio es que se prescindan de la sal de adición en estos alimentos y combinarlos con limón o condimentos aromáticos para conferirles un sabor más intenso.
	Proteínas	146.30	24.48	
	Lípidos	45.19	8.4	

**Fuente:** www.recetas.net/receta.fish&chips / Fiestas y sabores del Ecuador/2011

**Elaborado por:** El autor

#### 4.7. Inversiones.

##### 4.7.1. Activos fijos.

##### 4.7.1.1. Arriendo edificio.

Para el proyecto se tiene a disposición un local comercial en el edificio ciudad blanca, con el cual se realizara un convenio y/o contrato por un valor de 600\$ mensuales, a razón del arrendamiento previsto inicialmente para el plazo de 5 años, contrato que garantizara la permanencia y funcionamiento del proyecto en el mediano y largo plazo.

#### Cuadro Nro. 33

##### Espacio físico – Arriendo edificio en USD.

Descripción	Unidad	Espacio en m2	Arriendo mensual
Local comercial	m2	180	600,00
<b>Total Año</b>			<b>7200,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### 4.7.1.2. Construcciones e instalaciones.

Según la proyección estimada del Arq. Ramiro Páez Valencia para la remodelación y adecuación de las instalaciones para el funcionamiento de la empresa, el costo total asciende a un valor de \$ 7015.50Usd.

**Cuadro Nro. 34**  
**Construcciones e instalaciones en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en construcción</b>			
<b>Construcciones e instalaciones</b>			
<b>Mano de obra</b>	<b>Especificación de construcción</b>	<b>C. Parcial</b>	<b>C. Total</b>
			<b>1800,00</b>
	Construcción de paredes y divisiones	250,00	
	Construcción de baños	250,00	
	Construcción de Of. Administrativa	190,00	
	Construcción de vestidores	180,00	
	Pegamento de cerámica	250,00	
	Inst. de grifería y tomas de agua	300,00	
	Instalación de retretes, lavabos, etc.	180,00	
	Pintura interior y exterior	200,00	
<b>Materiales y accesorios</b>	<b>Especificación de materiales</b>	<b>C. Parcial</b>	<b>C. Total</b>
	1 Volqueta de arena	80,00	<b>2165,50</b>
	Bloques 1m2/13bloqus *0,15ctv	136,50	
	Cemento 2 quintales * m2 a 8usd	175,00	
	Cerámica 3m2 a 8usd	184,00	
	Pintura 1 can. 3 cl. * 80usd	240,00	
	Grifería, retretes, lavabos, etc.	1350,00	
<b>Costo total construcciones</b>			<b>3965,50</b>
<b>Instalaciones complementarias</b>			<b>3050,00</b>
Cuarto frio	Doble división	2500,00	2500,00
Instalaciones de seguridad	G4S	200,00	200,00
Rotulo	En alta resolución de 3m*2	350,00	350,00
<b>Total</b>			<b>7015,50</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### 4.7.1.3. Maquinaria y equipo de producción.

La maquinaria y equipos necesarios para la producción serán de origen extranjero, ensambladas por medio de un franquiciado radicado en el país. Esto garantizará la calidad de la maquinaria y equipo así como la inversión.

**Cuadro Nro. 35**  
**Maquinaria y equipo en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Congelador T. C. CPC-25	Innovador diseño con T. C.	1	1749,00	1749,00
Refrigerador V. REF-630	Gran Esp. Interior con M. L.	1	2875,47	2875,47
Estufa Com. EC.-4-HM	Fabricada en acero inoxidable	1	970,00	970,00
Plancha B. A. I. PSG-70	Fabricada en acero inoxidable	1	850,30	850,30
Batidora L. BL-10	Gancho y papeleta de aluminio	1	490,00	490,00
Licuada BB-180	Motor de 2/4 Hp	1	119,00	119,00
Plancha asador GH-813	Plancha eléctrica	1	455,77	455,77
H. de Microondas RMS-10	Acab. Int. en acero inoxidable	1	387,00	387,00
Surt. de C. y Moz. Sc-3	Fabricada en acero inoxidable	1	194,00	194,00
Reb. de Patatas RPE	Fabricada en acero inoxidable	2	294,70	589,40
Ducto de humo	Lws0150 de 10mtrs.	1	750,00	750,00
Balanza digital 150-kg	Fabricada en acero inoxidable	1	212,00	212,00
Mesa de trabajo TIP.	Fabricada en A. Inox. C. 18-20	2	110,00	220,00
Anaquele T. Liso en A. I.	Anaquele L. de 4 peldaños	4	125,00	500,00
Contenedor de 20 GL.	Diseñado para trabajo pesado.	5	31,00	155,00
Extractor de olores	F. Acero inoxidable extensibles	4	115,00	460,00
Cilindro de gas industrial	DURAGAS - C. Amarillo	6	140,00	1260,00
Sartén Eléct. COS BAO	Especial para F&Ch	2	425,00	850,00
<b>Total</b>				<b>13086,94</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Cuadro Nro. 36**  
**Menaje y Utería**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Menaje y utería</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
<b>Costo total según factura</b>				<b>1900,00</b>
Vajilla línea calypso x 450	Acabado en porcelana	1	1564,00	1564,00
Cucharas medidoras	Fabricadas en acero inoxidable	24	12,00	288,00
Espátula de frituras	Fabricadas en acero inoxidable	6	8,00	48,00
<b>Costo total según factura</b>				<b>1114,66</b>
Vasos cervecedores	Acabado en fibra de vidrio	75	0,65	48,75
Vasos monte carlo	Cristalizados	150	0,90	135,00
Olla arrocera industrial	En acero Inox. cubierta de vidrio	3	35,00	105,00
Juego de cubiertos luxor x 1000	Fab. en alum. y mg. en f. de carb.	1	140,00	140,00
Ollas industriales	Fabricadas en acero inoxidable	6	55,00	330,00
Juego de condimentadores x 12	Fabricadas en acero inoxidable	1	41,25	41,25
Dotación uniformes	22 Piezas más accesorios	1	314,66	314,66
<b>Total</b>				<b>3014,66</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### 4.7.1.4. Equipo de oficina.

Para iniciar el funcionamiento de la empresa, se requiere de un equipo básico de oficina, considerando necesidades prioritarias.

**Cuadro Nro. 37**  
**Equipo de oficina en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Equipo de oficina</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Teléfono uniden	Tru-5885 Inhalan. 5,8ghz. 2 Vc.	1	80,00	80,00
Impresora cannon	Multifunción, con tóner.	1	139,99	139,99
Útiles de oficina	Sin especificaciones	1	200,00	200,00
Implementos de aseo	Sin especificaciones	1	100,00	100,00
LED Panasonic	Código 132281	3	569,00	1707,00
<b>Total</b>				<b>2226,99</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Cuadro Nro. 38**  
**Muebles y enseres en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Mesa de trabajo T. chef	Equipada para cocina	2	110,00	220,00
Muebles de cocina	Equipo completo	1	2117,50	2117,50
Mesas de salón	En madera C. café	9	75,00	675,00
Sillas	En madera C. café	40	35,00	1400,00
Taburetes A. Individuales	En acero y plástico C. G/R	6	45,00	270,00
Mesa larga tipo bar	Mesa de pared tipo bar	1	140,00	140,00
Escritorio con silla T. Gr.	Tipo modulares	1	120,00	120,00
<b>Total</b>				<b>4942,50</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### 4.7.1.5. Equipo de cómputo.

Los equipos de cómputo necesarios para la puesta en marcha de la Administración de la empresa son los básicos e indispensables a utilizarse y se los detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nro. 39**  
**Equipo de computación en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Equipo de computación</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Pc. Dell All In One Core i3	1000gb, 4GB Ram. LED 23"	1	709,99	709,99
C. Registradora	Previa autorización SRI.	1	784,00	784,00
<b>Total</b>				<b>1493,99</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**4.7.2. Activos diferidos.**

Constituye una inversión intangible que es útil considerar para el establecimiento de la empresa, toda vez que resume los requerimientos económicos que implica la realización de trámites judiciales en la legalización de la misma y en general todos los gastos efectuados en la investigación.

**Cuadro Nro. 40**  
**Gasto de constitución en USD.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Estudios y diseños	1	825,00
Tramites de constitución	1	330,00
G. Pre Op. (G. de instalación)	1	495,00
<b>Total</b>		<b>1650,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**4.7.3. Capital de trabajo.**

Constituye aquellos valores justos y necesarios para arrancar el proyecto, hasta obtener los primeros ingresos a razón de la venta del producto servicio en oferta.

El capital de trabajo asciende a 11498.56Usd., está presupuestado para 1 mes, período en el cual es necesario invertir en la fase pre operativa, en lo posterior el proyecto ira consolidándose y generando liquidez.

**Cuadro Nro. 41**  
**Capital de trabajo en USD.**

<b>Capital de trabajo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>C. Parcial</b>	<b>C. Mes</b>
<b>Materia prima directa</b>		4085,03
Mariscos en general	34058,88	
Abastos	14961,48	
<b>Materia prima indirecta</b>		900,20
Insumos en general	10802,40	
<b>Productos terminados (complemento)</b>		904,20
Sodas y bebidas	10850,40	
<b>Mano de obra directa</b>		2203,37
Nomina básica de personal	26440,42	
<b>Gastos administrativos</b>		2514,28
Sueldos y salarios	9522,41	
Suministros de oficina	343,92	
Servicios básicos	13105,06	
Arriendo	7200,00	
<b>Gastos de ventas</b>		343,93
Vendedor	3777,20	
Publicidad	350	
<b>Subtotal</b>		<b>10951,01</b>
Imprevistos 5%		547,55
<b>TOTAL</b>		<b>11498,56</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

#### 4.7.4. Resumen inversión total.

La inversión total que se necesita para la elaboración y comercialización del fish and chips es la siguiente:

**Cuadro Nro. 42**  
**Resumen inversión total en USD.**

<b>Financiamiento</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Inversión fija	1	31465,92
Inversión diferida	1	1650,00
Inversión capital de trabajo	1	11498,56
<b>Inversión inicial 100%</b>	<b>1</b>	<b>44614,48</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

#### 4.7.5. Financiamiento.

Para que la empresa pueda iniciar sus actividades requiere de 44614.48Usd., de los cuales el 30% será financiado con capital propio y el 70% (31230.14Usd.) restante será financiado por un crédito de tipo comercial y servicios en el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 15% anual, a cinco años plazo, préstamo que será amortizado de forma mensual.

**Cuadro Nro. 43**  
**Financiamiento en USD.**

<b>Financiamiento en USD.</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Inversión fija	1	31465,92
Inversión diferida	1	1650,00
Inversión capital de trabajo	1	11498,56
<b>Inversión inicial 100%</b>	<b>1</b>	<b>44614,48</b>
Capital propio 30%	1	13384,35
Capital financiado BNF70%		31230,14
<b>Inversión total inicial</b>		<b>44614,48</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### 4.7.6. Talento humano requerido.

El talento humano es indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva, a continuación se detallan los requerimientos en mano de obra directa e indirecta:

**Cuadro Nro. 44****Mano de obra directa en USD.**

Nro. Trabajadores	Función	Sueldo básico unificado	Fondos de reserva	-Aporte IESS	Total año por trabajador
2	Mesero	318,00	26,50	29,73	7554,40
1	Chef	318,00	26,50	29,73	3777,24
2	Auxiliar de cocina	318,00	26,50	29,73	7554,40
1	Bajillero	318,00	26,50	29,73	3777,24
1	Vigilante	318,00	26,50	29,73	3777,24
<b>Total</b>					<b>26440,42</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

**Cuadro Nro. 45****Mano de obra indirecta en USD.**

Nro. Trabajadores	Función	Sueldo básico unificado	Fondos de reserva	-Aporte IESS	Total año por trabajador
1	Gerente	450,00	26,50	29,73	5361,20
1	Contador	350,00	26,50	29,73	4161,20
1	Cajero	318,00	26,50	29,73	3777,20
<b>Total</b>					<b>13299,61</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

**4.7.6.1. Horario de trabajo / jornada laboral.**

Se tiene previsto trabajar 7 días por semana, con una jornada laboral de 8 horas diarias. El restaurante atenderá al público a partir de las 12:00hs., hasta las 20:00hs. Cabe recalcar que el horario de trabajo propuesto respeta la jornada laboral que contempla la ley vigente, de igual forma respeta la disposición de tener dos días libres por semana, ello para cada trabajador y en forma aleatoria; es decir que no se incurre en la explotación laboral y se evita posibles sanciones por parte del Ministerio de Relaciones Laborales.

La propuesta en cuanto al número., de trabajadores en realidad es baja, considerando principalmente que el proyecto es nuevo y hasta ver un consolidamiento económico del mismo es necesario reducir al máximo los costos por dicho rubro toda vez que es imposible bajar costos en otros rubros.

Con la consolidación del proyecto en el tiempo de a poco se ira considerando incorporar al equipo de trabajo mayor talento humano a fin de no afectar la calidad del servicio.

Si bien es cierto que se pueden presentar problemas con lo que se propone, estos se podrán ir corrigiendo según se vayan desarrollando las actividades.

#### **4.7.6.2. Requerimiento de uniformes.**

White City realizara la entrega de la dotación de uniformes a cada uno de sus trabajadores de acuerdo a la función que desempeñe. La entrega de la dotación se realizara cada año y su utilización es obligatoria dentro del horario de trabajo. El trabajador es responsable de mantener en perfecto estado su uniforme a fin de brindar una excelente imagen ante las personas que visitan el establecimiento.

Los diseños y costos de los uniformes se detallan a continuación:

**Cuadro Nro. 46**  
**Uniformes del personal en USD.**

<b>Uniforme de chef cruce diagonal</b>	
<p>Chaqueta manga larga, modelo cruzado 11 botones, pantalón al tono a rayas, con bolsillos laterales y delantal de cintura con aplicaciones en contraste.</p> <p><b>Para:</b> Alta cocina, y restaurantes.  <b>Colores:</b> Blanco L. - Negro A.  <b>Tallas:</b> S.M.L.XL.  <b>Telas:</b> Drill sanforizado con indanthren (aditivo que permite que la tela no pierda el color y no encoja) 100% algodón.</p> <p><b>Accesorios:</b> Gorro Blanco y Negro.</p>	
Cantidad Uniformes	4 - 2 Blanco L. / 2 Negro A.
Cantidad Accesorios - Gorros	4 - 2 Blanco L. / 2 Negro A.
<b>Camiseta de cuello – Color amarillo con estampado</b>	
<p>100% Algodón, tela anti desgaste color amarillo con estampado del establecimiento.</p> <p><b>Para:</b> Atención al cliente en restaurantes, excelente presentación del personal que labora en la empresa.  <b>Colores:</b> Amarillo con estampado.  <b>Tallas:</b> S.M.L.XL.</p>	
Cantidad Uniformes	18 - Amarillos
Cantidad Accesorios - Gorros	8 - Delantales / 18 - Gorros
<b>Costo Total</b>	<b>314.66Usd.</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**4.7.7. Materia prima directa.**

Los requerimientos en cuanto a materia prima directa son variados, puesto que el principal giro del proyecto es la comercialización de alimentos, por cuanto para la determinación de cantidad y precio exactos

para cada menú se realizó un trabajo conjunto con un chef especializado en el tema, además de la utilización de libros de cocina que detallan el aporte nutricional del plato en oferta. Entorno a ello se realizó una exhaustiva comparación de precios entre los principales proveedores de mariscos además de supermercados de abastos. A continuación se muestran los resultados en cuanto a cantidad y costo.

**Cuadro Nro. 47**  
**Materia prima directa en USD.**

<b>Materia prima directa</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unid.</b>	<b>C. Mes</b>	<b>C. Año</b>
Filete de Dorado - Caja 12 Pq.	6	86,04	516,24	6194,88
Filete de Picudo - Caja 12 Pq.	6	71,52	429,12	5149,44
Filete de Tilapia - Caja 12 Pq.	6	53,4	320,4	3844,8
Filete de Corvina - Caja 12 Pq.	6	30	180	2160
Filete de corvina blanca	6	49,56	297,36	3568,32
Camarones apanados	4	76,44	305,76	3669,12
Camarón grande pelado	4	75,48	301,92	3623,04
Nuggets de tilapia	4	37,08	148,32	1779,84
Mixtura de mariscos	2	169,56	339,12	4069,44
Patatas - quintal	30	18	540	6480
Huevos cubeta 30 unidades	60	2,8	168	2016
Harina flor - Quintal	1	44	44	528
Salsa de tomate - Los Andes B. 4,2kg.	15	4,61	69,15	829,8
Mayonesa - Marcellos B. 3,8kg	15	9,89	148,35	1780,2
Salsa Tártara - BBQ Caja 18 Uds.	3	38,16	114,48	1373,76
Mostaza - Maggi - B. 4kg	7	10,43	73,01	876,12
Arroz	2	44,9	89,8	1077,6
<b>Total</b>			<b>4085.03</b>	<b>49020.36</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### **4.7.8. Materiales indirectos e insumos.**

Dentro de este grupo de materiales se encuentra todo lo relacionado con los insumos necesarios para complementar la elaboración del menú como tal, así también para el mantenimiento de las principales áreas de funcionamiento de la pequeña empresa. A continuación se muestran los resultados expresados en cantidad y costo.

**Cuadro Nro. 48**

**Materia prima indirecta e insumos en USD.**

<b>Materia prima indirecta e insumos</b>				
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unid.</b>	<b>C. Mes</b>	<b>C. Anual</b>
Cerveza - Java 12 unidades	16	8,1	129,6	1555,2
Vinagre de manzana	4	2,35	9,4	112,8
Vino blanco – Botella	2	13	26	312
Salsa de Soya	3	5,8	17,4	208,8
Verduras - 1 Prov.	1	50	50	600
Hiervas de sazón - 1 Prov.	1	30	30	360
Sal - Criss Sal - Paca 10 Uds.	3	9,6	28,8	345,6
Apanadura - 25 Libras	25	1,62	40,5	486
Aceite El Cocinero Light - B. 4 Litros.	50	8,37	418,5	5022
Aliños en general - Todo Menú	1	150	150	1800
Materiales de aseo y limpieza	1	60	60	720
<b>Total</b>			<b>900.20</b>	<b>10802.4</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

**4.7.9. Productos terminados.**

**Cuadro Nro. 49**

**Productos terminados en USD.**

<b>Bebidas y gaseosas</b>	<b>Presentación</b>	<b>Nro. javas Bdja.</b>	<b>Nro. Uds.</b>	<b>C. Unit.</b>	<b>C. Pqt.</b>	<b>C. Mes</b>	<b>C. Año</b>
Cerveza Club – Botella	600cc. Botella R / Jaba 12 Uds.	15	180	0,817	9,8	147	1764
Cerveza Pilsener - Botella	600cc. Botella R / Jaba 12 Uds.	15	180	0,675	8,1	121,5	1458
Cerveza Brahma - Botella	600cc. Botella R / Jaba 12 Uds.	5	60	0,542	6,5	32,5	390
Cerveza Budweiser - Botella	600cc. Botella R / Jaba 12 Uds.	10	120	0,792	9,5	95	1140
Cerveza Budweiser - Lata	330cc. Lata - Caja 30 Uds.	2	60	0,832	24,96	49,92	599,04
Cerveza Brahma – Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Uds.	2	48	0,50	12	24	288
Cerveza Pilsener – Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Uds.	2	48	0,780	18,72	37,44	449,28
Cerveza Pilsener Light – Lt.	330cc. Lata - Bandeja 24 Uds.	2	48	0,806	19,35	38,7	464,4
Fuze Tea – Lata	450cc. Lata - Pet 24 Uds.	2	48	0,580	13,92	27,84	334,08
Coca Cola – Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	2	48	0,439	10,53	21,06	252,72
Coca Cola - ZERO – Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	2	48	0,439	10,53	21,06	252,72
Coca Cola - LIGHT – Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	2	48	0,439	10,53	21,06	252,72
Fanta – Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	2	48	0,439	10,53	21,06	252,72
Sprite – Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	2	48	0,439	10,53	21,06	252,72
Coca Cola – Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	2	1500	0,06	45	90	1080
Sprite – Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	1	750	0,06	45	45	540
Fanta – Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	1	750	0,06	45	45	540
Fioravanti – Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	1	750	0,06	45	45	540
<b>Total</b>						<b>904,2</b>	<b>10850,4</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

## **4.8. Tamaño del proyecto.**

### **4.8.1. Mercado.**

La demanda de comida rápida a base de pescado en la ciudad de Ibarra presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva, el mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercado se determinó que el 51% de la población Ibarreña está dispuesta a adquirir este tipo de alimentos, situación que muestra claramente que el producto que desea ofertar la nueva unidad productora es aceptado por los futuros compradores.

#### **4.8.1.1. Disponibilidad de recursos financieros.**

Para la planeación del financiamiento del proyecto, se debe tomar en cuenta el costo del dinero y el rendimiento del mismo a través del tiempo.

Se contará por tanto con recursos propios y recursos de terceros como son las Instituciones Financieras entre las cuales encontramos mutualistas, bancos, cooperativas, corporaciones entre otras, las cuales presentan varias alternativas para adquirir un préstamo. Sin embargo la estructura del proyecto y su financiamiento se presentará mediante un apalancamiento financiero con Instituciones Financieras como El Banco Nacional de Fomento (*BNF*), mismo que proporciona la facilidad de acceder a micro - créditos productivos, de comercio y servicios para emprendedores y pequeños empresarios. Consecuentemente la forma de financiamiento y su estructura se detallará de forma específica más adelante en el estudio financiero.

#### **4.8.1.2. Disponibilidad de mano de obra.**

Al hablar de mano de obra se requiere de un chef altamente entrenado y con vasta experiencia y conocimiento, mismo que tendrá a su disposición

personal capacitado y de trayectoria en el medio gastronómico para el desarrollo de actividades complementarias. El chef es quien gestiona los tiempos de preparación y colocación del menú en cada mesa; según las necesidades el Chef acelera más o menos la realización de la comida. El chef es aquel que personalmente realiza el control de calidad de cada menú y a su vez supervisa el desarrollo de actividades a nivel del área de cocina. En complementación a ello es necesaria la existencia de talento humano especializado en las áreas contables, administrativa y de seguridad, etc. En torno a ello en la provincia existe personal con estas características y lo suficientemente preparado, lo cual no constituye un aspecto negativo en cuanto a requerimientos de talento humano dentro del presente proyecto.

#### **4.8.1.3. Disponibilidad de materia prima e insumos.**

Al enunciar la materia prima e insumos se puede indicar que en los diferentes sectores de la ciudad existen cadenas especializadas como; Gran AKI, Supermaxi, súper TÍA, mercado Amazonas, mercado Mayorista, etc. establecimientos que cuentan con una gran oferta que abarca víveres, insumos varios como salsas, harinas, especias, condimentos, etc.

Adicional a ello varias de las compañías proveedoras de pescado fresco, mariscos crudos, etc., para los restaurantes especializados en gastronomía del mar en la ciudad son; Ecuapez, Ecuatic y Mr. Fish marcas y empresas que cuentan con una amplia trayectoria en el medio y que son reconocidas por la calidad de sus productos. En lo concerniente a la papa encontramos que existen diversos productores y distribuidores originarios de la Provincia del Carchi que tienen sus negocios en los diferentes mercados de la ciudad lo que implica que el aprovisionamiento de dicha materia prima está asegurado.

#### 4.8.1.4. La tecnología.

La maquinaria y equipo necesario para desarrollar este proyecto, no requiere de la utilización de tecnología de punta, debido a que los procesos productivos son de fácil realización y los implementos que intervienen en la elaboración del producto son manuales o de uso doméstico. Por tanto, al referirse a la adquisición de equipo de producción no se registran costos elevados que generen un incremento desproporcional al capital de inversión presupuestado. Posteriormente en el requerimiento de recursos se detallará cada uno de ellos considerando sus especificaciones técnicas.

#### 4.8.2. Definición de la capacidad de producción.

De acuerdo al estudio de mercado que se realizó en las principales parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra, se establece que la capacidad de producción que podrá tener la pequeña empresa “White City Fish & Chips” 57060 menús ello en consideración a que el proyecto cubrirá al 67% del total de la demanda insatisfecha, 4755 menús se considera cubrir al mes, en promedio 1189 a la semana y 170 menús por día.

**Cuadro Nro. 50**  
**Producción porcentual por cada menú**

<b>Producción porcentual por cada menú</b>		
<b>Menú</b>	<b>% Producción</b>	<b>Unidades / mes</b>
Fish & Chips - Dorado	16,00%	761
Fish & Chips - Picudo	16,00%	761
Fish & Chips - Tilapia	16,00%	761
Fish & Chips - Corvina	16,00%	761
Fish & Chips – Corvina Blanca	16,00%	761
Chips & Camarón a la Francesa	5,00%	238
Chips & Camarón - al Vapor	5,00%	238
Chips & Nuggets	5,00%	238
Mix de Marisco	5,00%	238
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>4757</b>
<b>Menú complementario al principal</b>		
Ensaladas	30,00%	1427
Porción Arroz	50,00%	2378
Porción Chips	5,00%	238

<b>Total</b>	<b>55,00%</b>	<b>4043</b>
<b>Fuente:</b> Investigación directa		
<b>Elaborado por:</b> El autor		

**d. Costos y disponibilidad de mano de obra.**

Los requerimientos de Mano de Obra son de tipo directa e indirecta, destacando la utilización explícita para el presente proyecto de la directa y minimizando a la indirecta a fin de optimizar costos bajo este rubro. Ante esto es importante destacar que hoy en día toda actividad laboral con terceras personas implica una gran responsabilidad económica y moral, ante lo cual la pequeña empresa “White City Fish & Chips” establecerá trabajar acatando todas las disposiciones que para el caso dispone el Ministerio de Relaciones Laborales, a fin de cumplir y hacer cumplir la ley y con ello evitar potenciales multas económicas que implica el incumplimiento de estas disposiciones.

**e. Cercanía de fuentes de abastecimiento.**

White City Fish & Chips, al encontrarse ubicado en un sector céntrico de la ciudad de Ibarra, es más fácil para llegar, es decir en caso de transportar materias primas, será menos costoso su transporte y se ahorra tiempo.

En cuanto al abastecimiento del Marisco es importante mencionar que de antemano se realizaran convenios con diferentes proveedores de la zona costera, en donde se establecerán lineamientos que determinen la entrega total del producto en las bodegas de la pequeña empresa, ello significara por supuesto la incorporación de cierto porcentaje económico al flete por motivo de transporte, que sin duda este porcentaje será menor a diferencia de trasportarlo por cuenta de la pequeña empresa.

**f. Infraestructura.**

La Infraestructura donde se arrendara es nueva, misma que deberá ser readecuada para lo cual se cuenta con los recurso económicos necesarios. Además el local cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con el proceso de elaboración y comercialización del fish and chips.

**g. Cercanía al mercado objetivo.**

La planta está ubicada cerca del mercado meta, es decir a pocos minutos en donde se piensa elaborar y comercializar el producto/servicio.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

El presente estudio es importante para establecer el nivel de factibilidad del proyecto en base a un análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que pueden presentarse en el entorno del proyecto.

#### 5.1. Estructura de la inversión.

*White City Fish & Chips Cía. Ltda.* Para su creación contara con 2 socios, los mismos que aportaran dinero y especies que conformaran el capital social, sin embargo dichas aportaciones no son suficientes para cubrir los requerimientos del proyecto, por lo cual es necesario realizar un crédito bancario que cubra el valor restante.

**Cuadro Nro. 51**  
**Estructura de la inversión en USD.**

Estructura de la inversión		
Descripción	Cantidad	Valor Total
Inversión fija	1	31465,92
Inversión diferida	1	1650,00
Inversión capital de trabajo	1	11498,56
<b>Inversión inicial 100%</b>	1	<b>44614,48</b>
Origen de la inversión		
Capital propio 30%	1	13384,35
Capital financiado 70%	1	31230,14
<b>Inversión total inicial</b>		<b>44614,48</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

#### 5.2. Coste de oportunidad y tasa mínima aceptable de rendimiento.

El costo de oportunidad nos permite conocer el rendimiento de la inversión que está representada por el 30% que en la actualidad genera un rendimiento financiero del 6.10% y el crédito corresponde al 70% que genera el 15% de interés anual.

**Cuadro Nro. 52**  
**Coste de oportunidad en USD.**

<b>Coste de oportunidad</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Tasa de Ponderación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
Capital propio 30%	13384,35	30	6,10	183,00
Capital financiado 70%	31230,14	70	15,00	1050,00
<b>Total</b>	<b>44614,48</b>	<b>100,00</b>	<b>21,10</b>	<b>1233,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

El Proyecto tiene un rendimiento de por lo menos un 12.33 % en caso de ser financiado con una tasa de interés del 15%.

Calculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Datos:

**Coste del Capital = 12.33**

**Inflación = 0.416**

**TMAR = (1+ck) (1+if)**

**TMAR = (1+0.1233) (1+0.0416)**

**TMAR = 16.49%**

### **5.3. Inversiones.**

Las inversiones a efectuarse antes de la puesta en marcha del proyecto se agrupan en tres tipos: activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Los valores monetarios que implican estos tres rubros para que la empresa *White City Fish & Chips Cía. Ltda* .inicie sus actividades, se presentan a continuación:

### 5.3.1. Activos fijos.

Para la gestión y desarrollo del proyecto se hace necesaria la adquisición de maquinaria, equipos y otros activos indispensables para iniciar con la actividad productiva, a continuación se presenta en detalle dichas inversiones:

#### 5.3.1.1. Infraestructura.

Se realizará la construcción de todas y cada una de las unidades operativas especificadas en el plano, mismas que se detallan a continuación:

**Cuadro Nro. 53**  
**Construcciones e instalaciones en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en construcción</b>			
<b>Construcciones e instalaciones</b>			
<b>Mano de obra</b>	<b>Especificación de construcción</b>	<b>C. Parcial</b>	<b>C. Total</b>
			<b>1800,00</b>
	Construcción de paredes y divisiones	250,00	
	Construcción de baños	250,00	
	Construcción de Of. Administrativa	190,00	
	Construcción de vestidores	180,00	
	Pegamento de cerámica	250,00	
	Inst. de grifería y tomas de agua	300,00	
	Instalación de retretes, lavabos, etc.	180,00	
	Pintura interior y exterior	200,00	
<b>Materiales y accesorios</b>	<b>Especificación de materiales</b>	<b>C. Parcial</b>	<b>C. Total</b>
	1 Volqueta de arena	80,00	<b>2165,50</b>
	Bloques 1m2/13bloqus *0,15ctv	136,50	
	Cemento 2 quintales * m2 a 8usd	175,00	
	Cerámica 3m2 a 8usd	184,00	
	Pintura 1 can. 3 cl. * 80usd	240,00	
	Grifería, retretes, lavabos, etc.	1350,00	
<b>Costo total construcciones</b>			<b>3965,50</b>
<b>Instalaciones complementarias</b>			<b>3050,00</b>
Cuarto frio	Doble división	2500,00	2500,00
Instalaciones de seguridad	G4S	200,00	200,00
Rotulo	En alta resolución de 3m*2	350,00	350,00
<b>Total</b>			<b>7015,50</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 5.3.1.2. Maquinaria y equipo.

Se encuentra toda la maquinaria y equipo con los cuales contara el proyecto para sus procesos productivos, mismos que se detallan a continuación:

**Cuadro Nro. 54**  
**Maquinaria y equipo en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Maquinaria y equipos</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Congelador T. C. CPC-25	Innovador diseño con T. C.	1	1749,00	1749,00
Refrigerador V. REF-630	Gran Esp. Interior con M. L.	1	2875,47	2875,47
Estufa Com. EC.-4-HM	Fabricada en acero inoxidable	1	970,00	970,00
Plancha B. A. I. PSG-70	Fabricada en acero inoxidable	1	850,30	850,30
Batidora L. BL-10	Gancho y papeleta de aluminio	1	490,00	490,00
Licuada BB-180	Motor de 2/4 Hp	1	119,00	119,00
Plancha asador GH-813	Plancha eléctrica	1	455,77	455,77
H. de Microondas RMS-10	Acab. Int. en acero inoxidable	1	387,00	387,00
Surt. de C. y Moz. Sc-3	Fabricada en acero inoxidable	1	194,00	194,00
Reb. de Patatas RPE	Fabricada en acero inoxidable	2	294,70	589,40
Ducto de humo	Lws0150 de 10mtrs.	1	750,00	750,00
Balanza digital 150-kg	Fabricada en acero inoxidable	1	212,00	212,00
Mesa de trabajo TIP.	Fabricada en A. Inox. C. 18-20	2	110,00	220,00
Anaquele T. Liso en A. I.	Anaquele L. de 4 peldaños	4	125,00	500,00
Contenedor de 20 GL.	Diseñado para trabajo pesado.	5	31,00	155,00
Extractor de olores	F. Acero inoxidable extensibles	4	115,00	460,00
Cilindro de gas industrial	DURAGAS - C. Amarillo	6	140,00	1260,00
Sartén Eléct. COS BAO	Especial para F&Ch	2	425,00	850,00
<b>Total</b>				<b>13086,94</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Cuadro Nro. 55**  
**Menaje y utilería en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Menaje y utilería</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
<b>Costo total según factura</b>				<b>1900,00</b>
Vajilla línea calypso x 450	Acabado en porcelana	1	1564,00	1564,00
Cucharas medidoras	Fabricadas en acero inoxidable	24	12,00	288,00
Espátula de frituras	Fabricadas en acero inoxidable	6	8,00	48,00
<b>Costo total según factura</b>				<b>1114,66</b>
Vasos cerveceros	Acabado en fibra de vidrio	75	0,65	48,75
Vasos monte carlo	Cristalizados	150	0,90	135,00
Olla arrocera industrial	En acero Inox. cubierta de vidrio	3	35,00	105,00
Juego de cubiertos luxor x 1000	Fab. en alum. y mg. en f. de carb.	1	140,00	140,00
Ollas industriales	Fabricadas en acero inoxidable	6	55,00	330,00
Juego de condimentadores x 12	Fabricadas en acero inoxidable	1	41,25	41,25
Dotación uniformes	22 Piezas más accesorios	1	314,66	314,66
<b>Total</b>				<b>3014,66</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 5.3.1.3. Muebles y enseres.

Son los muebles asignados a las dependencias operativas de la empresa.

Así tenemos:

**Cuadro Nro. 56**  
**Muebles y enseres en USD.**

<b>Especificación de requerimientos en equipos</b>				
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>	<b>Nro. Unidades</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Mesa de trabajo T. chef	Equipada para cocina	2	110,00	220,00
Muebles de cocina	Equipo completo	1	2117,50	2117,50
Mesas de salón	En madera C. café	9	75,00	675,00
Sillas	En madera C. café	40	35,00	1400,00
Taburetes A. Individuales	En acero y plástico C. G/R	6	45,00	270,00
Mesa larga tipo bar	Mesa de pared tipo bar	1	140,00	140,00
Escritorio con silla T. Gr.	Tipo modulares	1	120,00	120,00
<b>Total</b>				<b>4942,50</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 5.3.1.4. Equipo de oficina y computación.

**Cuadro Nro. 57**  
**Equipo de oficina en USD.**

Especificación de requerimientos en equipos				
Equipo de oficina				
Descripción	Especificaciones técnicas	Nro. Unidades	C. Unitario	C. Total
Teléfono uniden	Tru-5885 Inhalan. 5,8ghz. 2 Vc.	1	80,00	80,00
Impresora cannon	Multifunción, con tóner.	1	139,99	139,99
Útiles de oficina	Sin especificaciones	1	200,00	200,00
Implementos de aseo	Sin especificaciones	1	100,00	100,00
LED Panasonic	Código 132281	3	569,00	1707,00
<b>Total</b>				<b>2226,99</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Cuadro Nro. 58**  
**Equipo de computación en USD.**

Especificación de requerimientos en equipos				
Equipo de computación				
Descripción	Especificaciones técnicas	Nro. Unidades	C. Unitario	C. Total
Pc. Dell All In One Core i3	1000gb, 4GB Ram. LED 23"	1	709,99	709,99
C. Registradora	Previa autorización SRI.	1	784,00	784,00
<b>Total</b>				<b>1493,99</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 5.3.1.5. Resumen de la inversión en activos fijos.

**Cuadro Nro. 59**  
**Inversión total en activos fijos en USD.**

Descripción	Costo total
Infraestructura (Construcciones e Instalaciones)	7015,50
Maquinaria y equipos	13086,94
Muebles y enseres	4942,50
Equipo de computación	1493,99
Equipo de oficina	2226,99
Menaje y utilería	3014,66
<b>Total inversión fija</b>	<b>31465,92</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 5.3.2. Activos diferidos.

Los activos diferidos constituyen un gasto re direccionado al montaje, puesta en marcha, y constitución de empresa. A continuación se detallan los costos aproximaos para la ejecución del proyecto.

**Cuadro Nro. 60**  
**Gasto de constitución en USD.**

Descripción	Cantidad	Valor Total
Estudios y diseños	1	825,00
Tramites de constitución	1	330,00
G. Pre Op. (G. de instalación)	1	495,00
<b>Total</b>		<b>1650,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 5.3.3. Capital de trabajo.

El capital de trabajo está presupuestado para 1 mes, toda vez que la recuperación de los valores correspondientes a ventas se efectúan en el momento que consume el producto servicio, ello debido a que no se pospone el pago por tratarse de alimentos de consumo instantáneo, considerar además que es un período en el cual es necesario invertir en la fase pre operativa, ya que en lo posterior el proyecto ira consolidándose y generando liquidez.

**Cuadro Nro. 61**  
**Capital de trabajo en USD.**

<b>Capital de trabajo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>C. Parcial</b>	<b>C. Mes</b>
<b>Materia prima directa</b>		4085,03
Mariscos en general	34058,88	
Abastos	14961,48	
<b>Materia prima indirecta</b>		900,20
Insumos en general	10802,40	
<b>Productos terminados (complemento)</b>		904,20
Sodas y bebidas	10850,40	
<b>Mano de obra directa</b>		2203,37
Nomina básica de personal	26440,42	
<b>Gastos administrativos</b>		2514,28
Sueldos y salarios	9522,41	
Suministros de oficina	343,92	
Servicios básicos	13105,06	
Arriendo	7200,00	
<b>Gastos de ventas</b>		343,93
Vendedor	3777,20	
Publicidad	350	
<b>Subtotal</b>		<b>10951,01</b>
Imprevistos 5%		547,55
<b>TOTAL</b>		<b>11498,56</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

#### 5.3.4. Resumen de la inversión.

La inversión total del proyecto asciende a 44614.48Usd, mismos que serán cubiertos con un 30% correspondiente a capital propio, mientras que la diferencia será cubierta mediante un crédito bancario en el Banco Nacional de Fomento.

**Cuadro Nro. 62**  
**Inversión pre - operacional en USD.**

<b>Financiamiento en USD.</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Inversión fija	1	31465,92
Inversión diferida	1	1650,00
Inversión capital de trabajo	1	11498,56
<b>Inversión inicial 100%</b>	<b>1</b>	<b>44614,48</b>
Capital propio 30%	1	13384,35
Capital financiado BNF70%		31230,14
<b>Inversión total inicial</b>		<b>44614,48</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

## 5.4. Ingresos.

### 5.4.1. Ingresos proyectados.

Tomando en cuenta las proyecciones de producción y de precios de venta de los principales productos de Wite City F&Ch para el primer año, los ingresos por ventas es de 175153,24Usd. Considerando que para el cálculo en las proyecciones se tomó como base la tasa de crecimiento poblacional anual del 1.82%, mientras que para el precio se aplicó una tasa del 4.16% correspondiente al porcentaje de inflación anual, misma que determina el Banco Central del Ecuador al cierre del año 2012.

**Cuadro Nro. 63**  
**Ingresos proyectados en USD.**

Ingresos proyectados							
Ingresos totales por ventas	Costo por cantidad		Años proyectados				
Detalle	C.U.	Cant.	2013	2014	2015	2016	2017
Fish &Chip"s Dorado	2,00	9132	18295,23	19537,25	20863,60	22279,99	23792,54
Fish &Chip"s Picudo	1,85	9132	16918,29	18066,84	19293,36	20603,15	22001,86
Fish &Chip"s Tilapia	1,70	9132	15530,56	16584,90	17710,82	18913,17	20197,15
Fish &Chip"s Corvina	1,50	9132	13669,44	14597,43	15588,43	16646,70	17776,81
Fish &Chip"s Corvina Bl.	1,70	9132	15513,00	16566,15	17690,80	18891,79	20174,32
Ch. Camarón / A la Fr.	3,00	2856	8554,17	9134,90	9755,05	10417,30	11124,51
Ch. Camarón - Al vapor	2,75	2856	7858,17	8391,65	8961,35	9569,71	10219,39
Chips & Nuggets	2,00	2856	5703,47	6090,67	6504,16	6945,71	7417,24
Mix de Mariscos	3,00	2856	8573,46	9155,50	9777,05	10440,79	11149,60
Ensaladas	0,75	17118	12763,30	13629,78	14555,08	15543,20	16598,40
Porción / Arroz	0,75	28530	21376,16	22827,34	24377,05	26031,96	27799,22
Porción / Chips (patatas)	0,90	2856	2570,68	2745,20	2931,57	3130,59	3343,12
Cerveza Club – Botella	1,00	2160	2152,08	2298,18	2454,20	2620,81	2798,73
Cerveza Pilsener – Bot.	1,00	2160	2157,84	2304,33	2460,77	2627,83	2806,22
Cerveza Brahma – Bot	0,90	720	647,40	691,35	738,29	788,41	841,93
Cerveza Budweiser – Bot	1,00	1440	1436,40	1533,91	1638,05	1749,25	1868,01
Cerveza Budweiser – Lat.	1,00	720	718,85	767,65	819,76	875,42	934,85
Cerveza Brahma – Lat.	0,75	576	432,00	461,33	492,65	526,09	561,81
Cerveza Pilsener – Lat.	1,00	576	575,08	614,12	655,81	700,33	747,88
Cerveza Pilsener Light – Lt.	1,00	576	575,86	614,95	656,70	701,28	748,89
Fuze Tea – Lata	0,75	576	434,30	463,79	495,27	528,90	564,80
Coca Cola – Lata	0,55	576	315,90	337,35	360,25	384,70	410,82
Coca Cola - ZERO - Lata	0,55	576	315,90	337,35	360,25	384,70	410,82
Coca Cola - LIGHT - Lata	0,55	576	315,90	337,35	360,25	384,70	410,82
Fanta – Lata	0,55	576	315,90	337,35	360,25	384,70	410,82
Sprite – Lata	0,55	576	315,90	337,35	360,25	384,70	410,82
Coca Cola – Vaso	0,35	18000	6264,00	6689,25	7143,37	7628,32	8146,20
Sprite – Vaso	0,40	9000	3618,00	3863,62	4125,91	4406,01	4705,13
Fanta – Vaso	0,40	9000	3618,00	3863,62	4125,91	4406,01	4705,13

Fioravanti – Vaso	0,40	9000	3618,00	3863,62	4125,91	4406,01	4705,13
<b>Total Ingresos</b>			<b>175153,24</b>	<b>187044,07</b>	<b>199742,15</b>	<b>213302,28</b>	<b>227782,98</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

## 5.5. Egresos

### 5.5.1. Costos y gastos de producción.

Los costos y gastos de producción están representados por todos los valores que forman parte del proceso productivo tales como; materia prima, mano de obra, gastos generales de fabricación, etc., dichos rubros se incrementan en un 4.16% según la inflación generada en año 2012, excepto la materia prima que se incrementa en un 1.82% respecto de la cantidad, considerando que es necesario cubrir la demanda proyectada por cada año. A continuación se presentan las proyecciones para cada rubro:

#### 5.5.1.1. Materia prima directa.

### Cuadro Nro. 64

#### Materia prima directa – Proyección costo total en USD.

Proyección costo total - MPD							
Proyección / costo x volumen	Costo por cantidad		Materia prima directa				
	C. U.	Cant.	2013	2014	2015	2016	2017
Filete de dorado - Caja 12 Paquetes	86,04	72	6194,88	6570,02	6967,89	7389,84	7837,35
Filete de picudo - Caja 12 Paquetes	71,52	72	5149,44	5461,28	5791,99	6142,74	6514,73
Filete de tilapia - Caja 12 Paquetes	53,4	72	3844,80	4077,63	4324,56	4586,44	4864,18
Filete de corvina - Caja 12 Paquetes	30	72	2160,00	2290,80	2429,53	2576,65	2732,69
Filete de corvina blanca	49,56	72	3568,32	3784,41	4013,58	4256,63	4514,40
Camarones apanados	76,44	48	3669,12	3891,31	4126,96	4376,87	4641,93
Camarón grande pelado	75,48	48	3623,04	3842,44	4075,13	4321,91	4583,63
Nuggets de tilapia	37,08	48	1779,84	1887,62	2001,93	2123,16	2251,73
Mixtura de mariscos	169,56	24	4069,44	4315,87	4577,23	4854,41	5148,38
Patatas – Quintal	18	360	6480	6872,41	7288,58	7729,96	8198,06
Huevos cubeta 30 unidades	2,8	720	2016	2138,08	2267,56	2404,88	2550,51
Harina flor – Quintal	44	12	528	559,97	593,88	629,85	667,99
S. de tomate - Los andes B. 4,2kg.	4,61	180	829,8	880,05	933,34	989,86	1049,81
Mayonesa - Marcellos B. 3,8kg	9,89	180	1780,2	1888,00	2002,34	2123,59	2252,19
Salsa tártara - BBQ Caja 18 unds.	38,16	36	1373,76	1456,95	1545,18	1638,75	1737,99
Mostaza - Maggi - B. 4kg	10,43	84	876,12	929,18	985,44	1045,12	1108,41
Arroz	44,9	24	1077,6	1142,86	1212,06	1285,46	1363,31
<b>Total</b>			<b>49020,36</b>	<b>51988,89</b>	<b>55137,19</b>	<b>58476,14</b>	<b>62017,29</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

a. Productos terminados

**Cuadro Nro. 65**

**Productos terminados – Proyección costo total en USD.**

Proyección productos terminados en precio								
Detalle	Presentación	C.U.	Cant.	2013	2014	2015	2016	2017
Cerveza Club - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	0,817	2160	1764,00	1870,82	1984,11	2104,27	2231,69
Cerveza Pilsener - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	0,675	2160	1458,00	1546,29	1639,93	1739,24	1844,56
Cerveza Brahma - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	0,542	720	390,00	413,62	438,66	465,23	493,40
Cerveza Budweiser - Botella	600cc. Botella R. - Jaba 12 Unds	0,792	1440	1140,00	1209,04	1282,25	1359,90	1442,25
Cerveza Budweiser - Lata	330cc. Lata - Caja 30 Unds	0,832	720	599,04	635,32	673,79	714,59	757,87
Cerveza Brahma - Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Unds	0,500	576	288,00	305,44	323,94	343,55	364,36
Cerveza Pilsener - Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Unds	0,780	576	449,28	476,49	505,34	535,94	568,40
Cerveza Pilsener Light - Lata	330cc. Lata - Bandeja 24 Unds	0,806	576	464,40	492,52	522,35	553,98	587,53
Fuze Tea - Lata	450cc. Lata – Pet. 24 Unds	0,580	576	334,08	354,31	375,77	398,52	422,66
Coca Cola - Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	0,439	576	252,72	268,02	284,25	301,47	319,72
Coca Cola - ZERO - Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	0,439	576	252,72	268,02	284,25	301,47	319,72
Coca Cola - LIGHT - Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	0,439	576	252,72	268,02	284,25	301,47	319,72
Fanta - Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	0,439	576	252,72	268,02	284,25	301,47	319,72
Sprite - Lata	350cc. Plancha 24 Unidades	0,439	576	252,72	268,02	284,25	301,47	319,72
Coca Cola - Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	0,060	18000	1080,00	1145,40	1214,76	1288,33	1366,34
Sprite - Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	0,060	9000	540,00	572,70	607,38	644,16	683,17
Fanta - Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	0,060	9000	540,00	572,70	607,38	644,16	683,17
Fioravanti – Vaso	Tanque Esencia - 750 Vasos	0,060	9000	540,00	572,70	607,38	644,16	683,17
<b>Total</b>				<b>10850,40</b>	<b>11507,47</b>	<b>12204,33</b>	<b>12943,39</b>	<b>13727,20</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: El autor

### 5.5.1.2. Mano de obra directa.

**Cuadro Nro. 66**

**Proyección mano de obra directa en USD.**

Proyección mano de obra directa						
Nro. Trabajadores	Función	2013	2014	2015	2016	2017
2	Mesero	7554,40	7868,67	8196,00	8536,96	8892,09
1	Chef	3777,20	3934,34	4098,00	4268,48	4446,05
2	Auxiliar de cocina	7554,40	7868,67	8196,00	8536,96	8892,09
1	Bajillero	3777,20	3934,34	4098,00	4268,48	4446,05
1	Vigilante	3777,20	3934,34	4098,00	4268,48	4446,05
<b>Total</b>		<b>26440,42</b>	<b>27540,34</b>	<b>28686,02</b>	<b>29879,36</b>	<b>31122,34</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.5.1.3. Costos indirectos de fabricación.

#### a. Materia prima indirecta

**Cuadro Nro. 67**

**Proyección materia prima indirecta – Costo total en USD.**

Proyección costo total - MPI							
Proyección / costo por volumen	Costo por cantidad		Materia prima directa				
	C.U.	Cant.	2013	2014	2015	2016	2017
Cerveza - Java 12 Unds.	8,10	192	1555,2	1649,38	1749,26	1855,19	1967,54
Vinagre de manzana	2,35	48	112,8	119,63	126,88	134,56	142,71
Vino blanco – Botella	13,00	24	312	330,89	350,93	372,18	394,72
Salsa de soya	5,80	36	208,8	221,44	234,85	249,08	264,16
Verduras - 1 Prov.	50,00	12	600	636,33	674,87	715,74	759,08
Hiervas de sazón - 1 Prov.	30,00	12	360	381,80	404,92	429,44	455,45
Sal - Criss sal - Paca 10 unds.	9,60	36	345,6	366,53	388,72	412,26	437,23
Apanadura - 25 Libras	1,62	300	486	515,43	546,64	579,75	614,85
Aceite El Cocinero Light - B. 4 Lt.	8,37	600	5022	5326,12	5648,65	5990,72	6353,50
Aliños en general - Todo menú	150,00	12	1800	1909,00	2024,61	2147,21	2277,24
Materiales de aseo y limpieza	60,00	12	720,00	755,16	792,00	839,04	907,20
<b>Total</b>			<b>10802,4</b>	<b>11456,56</b>	<b>12150,34</b>	<b>12886,13</b>	<b>13666,47</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.5.2. Gastos administrativos.

En los Gastos Administrativos se encuentran considerados los sueldos del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, mismos

que ascienden al valor de 9522,41Usd., para el primer año de labores, luego de lo cual sufrirá un incremento del 4.16% anual respecto de la inflación que se genera. A continuación se muestra en detalle dicho incremento:

**Cuadro Nro. 68**  
**Proyección gastos administrativos en USD.**

Proyección gastos administrativos						
Nro. Trabajadores	Función	2013	2014	2015	2016	2017
1	Gerente	5361,20	5584,23	5816,53	6058,50	6310,54
1	Contador	4161,20	4334,31	4514,62	4702,43	4898,05
1	Arriendo	7200,00	7331,04	7464,46	7600,32	7738,64
1	Suministros de oficina	343,92	358,23	373,13	388,65	404,82
<b>Total</b>		<b>9522,41</b>	<b>9918,54</b>	<b>10331,15</b>	<b>10760,93</b>	<b>11208,58</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### 5.5.2.1. Servicios básicos.

**Cuadro Nro. 69**  
**Proyección servicios básicos en USD.**

Proyección servicios básicos					
Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Luz	3278,18	3414,56	3556,60	3704,56	3858,67
Agua	2379,67	2478,67	2581,78	2689,18	2801,05
Teléfono	420,00	437,47	455,67	474,63	494,37
Gas	7027,20	7319,53	7624,02	7941,18	8271,54
<b>Total</b>	<b>13105,06</b>	<b>13650,23</b>	<b>14218,08</b>	<b>14809,55</b>	<b>15425,62</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### 5.5.3. Gastos de ventas.

En la proyección de los gastos correspondientes a ventas, se da a conocer el gasto generado por el sueldo del vendedor y la publicidad, dichos rubros sufren un incremento del 4.16% anual respecto de la inflación generada. A continuación se detallan las proyecciones de lo expuesto:

**Cuadro Nro. 70**  
**Proyección sueldos ventas en USD.**

Proyección sueldos ventas						
Nro. Trabajadores	Función	2013	2014	2015	2016	2017
1	Cajero	3777,20	3934,34	4098,00	4268,48	4446,05
<b>Total</b>		<b>3777,20</b>	<b>3934,34</b>	<b>4098,00</b>	<b>4268,48</b>	<b>4446,05</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

#### 5.5.3.1. Publicidad.

**Cuadro Nro. 71**  
**Proyección gasto publicidad en USD.**

Proyección gasto publicidad					
Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Gasto publicidad	350,00	364,56	379,73	395,52	411,98
<b>Total</b>	<b>350,00</b>	<b>364,56</b>	<b>379,73</b>	<b>395,52</b>	<b>411,98</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

#### 5.5.4. Gastos financieros.

Los gastos financieros corresponden a los intereses generados por el préstamo.

**Cuadro Nro. 72**  
**Proyección gastos financieros en USD.**

Proyección gastos financieros					
Descripción	2013	2014	2015	2016	2017
Intereses	4381,17	4594,97	4819,21	5054,38	5301,04
<b>Total</b>	<b>4381,17</b>	<b>4594,97</b>	<b>4819,21</b>	<b>5054,38</b>	<b>5301,04</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

#### 5.5.5. Financiamiento.

Para que la empresa pueda iniciar sus actividades requiere de 44614,48Usd, de los cuales el 30% será financiado con capital propio y el 70% (31230,14Usd.) restante será financiado por un crédito de tipo comercial y servicios en el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 15% anual, a cinco años plazo, préstamo que será amortizado de forma anual.

**Cuadro Nro. 73**  
**Tabla de amortización en USD.**

Amortización de préstamos					
Importe	31230,14			Pagos totales	
Años	5			Principal	31230,14
Comisión de apertura	0,00%			Intereses	13347,63
Interés nominal	15,00%			Comisión	0,00
Periodo de pago	1			Total	44577,77
Tipo amortización	Mensual			Coste Efectivo	
Coste efectivo	15,00%			Amortizado	Pendiente
Años	Cuota	intereses	Amortización	Amortizado	Pendiente
0					31230,14
1	742,96	390,38	352,59	352,59	30877,55
2	742,96	385,97	356,99	709,58	30520,56
3	742,96	381,51	361,46	1071,04	30159,10
4	742,96	376,99	365,97	1437,01	29793,13
5	742,96	372,41	370,55	1807,56	29422,58
6	742,96	367,78	375,18	2182,74	29047,40
7	742,96	363,09	379,87	2562,61	28667,53
8	742,96	358,34	384,62	2947,23	28282,91
9	742,96	353,54	389,43	3336,65	27893,49
10	742,96	348,67	394,29	3730,95	27499,19
11	742,96	343,74	399,22	4130,17	27099,97
12	742,96	338,75	404,21	4534,38	26695,76
13	742,96	333,70	409,27	4943,65	26286,49
14	742,96	328,58	414,38	5358,03	25872,11
15	742,96	323,40	419,56	5777,59	25452,55
16	742,96	318,16	424,81	6202,40	25027,74
17	742,96	312,85	430,12	6632,52	24597,62
18	742,96	307,47	435,49	7068,01	24162,13
19	742,96	302,03	440,94	7508,94	23721,20
20	742,96	296,51	446,45	7955,39	23274,75
21	742,96	290,93	452,03	8407,42	22822,72
22	742,96	285,28	457,68	8865,10	22365,04
23	742,96	279,56	463,40	9328,50	21901,64
24	742,96	273,77	469,19	9797,69	21432,45
25	742,96	267,91	475,06	10272,75	20957,39
26	742,96	261,97	481,00	10753,74	20476,40
27	742,96	255,95	487,01	11240,75	19989,39
28	742,96	249,87	493,10	11733,85	19496,29
29	742,96	243,70	499,26	12233,11	18997,03
30	742,96	237,46	505,50	12738,61	18491,53
31	742,96	231,14	511,82	13250,43	17979,71
32	742,96	224,75	518,22	13768,64	17461,50
33	742,96	218,27	524,69	14293,34	16936,80
34	742,96	211,71	531,25	14824,59	16405,55
35	742,96	205,07	537,89	15362,48	15867,66
36	742,96	198,35	544,62	15907,10	15323,04
37	742,96	191,54	551,42	16458,52	14771,62
38	742,96	184,65	558,32	17016,84	14213,30
39	742,96	177,67	565,30	17582,14	13648,00
40	742,96	170,60	572,36	18154,50	13075,64
41	742,96	163,45	579,52	18734,02	12496,12
42	742,96	156,20	586,76	19320,78	11909,36
43	742,96	148,87	594,10	19914,88	11315,26
44	742,96	141,44	601,52	20516,40	10713,74
45	742,96	133,92	609,04	21125,44	10104,70
46	742,96	126,31	616,65	21742,09	9488,05
47	742,96	118,60	624,36	22366,46	8863,68
48	742,96	110,80	632,17	22998,62	8231,52
49	742,96	102,89	640,07	23638,69	7591,45
50	742,96	94,89	648,07	24286,76	6943,38
51	742,96	86,79	656,17	24942,93	6287,21
52	742,96	78,59	664,37	25607,30	5622,84
53	742,96	70,29	672,68	26279,98	4950,16
54	742,96	61,88	681,09	26961,07	4269,07
55	742,96	53,36	689,60	27650,67	3579,47
56	742,96	44,74	698,22	28348,89	2881,25
57	742,96	36,02	706,95	29055,83	2174,31
58	742,96	27,18	715,78	29771,62	1458,52
59	742,96	18,23	724,73	30496,35	733,79
60	742,96	9,17	733,79	31230,14	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.5.6. Depreciación y amortización.

Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar esta pérdida contable se utilizó el método tradicional de depreciación para el respectivo cálculo.

$$\text{Depreciacion} = \frac{\text{C. Historico} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Util}}$$

#### Cuadro Nro. 74

Tabla depreciación en USD.

Depreciación									
Activo Fijo Depreciable	Año 0	VR	Año 1	2013	2014	2015	2016	2017	V. en Libros
Infraestructura	7015,50	350,78	333,24	333,24	333,24	333,24	333,24	1666,18	5349,32
Maquinaria y equipo	16101,60	1610,16	1449,14	1449,14	1449,14	1449,14	1449,14	7245,72	8855,88
Muebles y encerres	4942,50	494,25	444,83	444,83	444,83	444,83	444,83	2224,13	2718,38
Equipo de computo	2226,99	742,26	296,95	296,95	296,95	296,95	296,95	1484,73	742,26
Equipo de oficina	1493,99	149,40	134,46	134,46	134,46	134,46	134,46	672,30	821,69
<b>Total</b>	<b>31465,92</b>	<b>3346,84</b>	<b>2658,61</b>	<b>2658,61</b>	<b>2658,61</b>	<b>2658,61</b>	<b>2658,61</b>	<b>13293,06</b>	<b>18487,52</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Los activos diferidos se amortizan al 20% cada año según lo que determina la ley.

#### Cuadro Nro. 75

Tabla de amortización en USD.

Amortización						
Descripción	V. Inicial	2013	2014	2015	2016	2017
Activos diferidos	1650,00	330	330	330	330	330
<b>Total</b>	<b>1650,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>	<b>330,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

## 5.6. Estados proforma.

### 5.6.1. Balance de situación financiera.

**Cuadro Nro. 76**

**Estado de situación financiera en USD.**

<b>BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>					
<b>White City Fish &amp; Chips Cía. Ltda.</b>					
<b>Activo</b>			<b>Pasivo</b>		
<b>Activos corrientes</b>		11498,56	<b>Pasivos largo plazo</b>		31230,14
Capital de trabajo	11498,56		Préstamo por pagar	31230,14	
<b>Activos fijos</b>		31465,92	<b>Capital</b>		13384,35
Infraestructura	7015,50		Inversión propia	13384,35	
Maquinaria y equipos	13086,94				
Muebles u enseres	4942,50				
Equipo de computación	1493,99				
Equipo de oficina	2226,99				
Menaje y utilería	3014,66				
<b>Activo diferido</b>		1650,00			
Gastos de constitución					
Estudios y diseños	825,00				
Tramites de constitución	330,00				
G. Pre - Operativos	495,00				
<b>Total activos</b>		<b>44614,48</b>	<b>Total pasivos y capital</b>		<b>44614,48</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.6.2. Estado de resultados.

**Cuadro Nro. 77**

**Estado de resultados en USD.**

<b>Estado de resultados</b>					
<b>White City Fish &amp; Chips Cía. Ltda.</b>					
<b>Descripción</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Ingresos proyectados	164938,11	176135,45	188092,96	200862,25	214498,41
( - ) Costos de producción	102113,58	107493,26	113177,88	119185,01	125533,30
<b>Utilidad bruta proyectada</b>	<b>62824,53</b>	<b>68642,19</b>	<b>74915,09</b>	<b>81677,23</b>	<b>88965,11</b>
<b>( - ) Gastos operacionales</b>					
Gastos administrativos	17066,33	17607,81	18168,75	18749,90	19352,05
Gastos de ventas	3777,20	3934,34	4098,00	4268,48	4446,05
Gastos publicidad	350,00	364,56	379,73	395,52	411,98
Otros gastos	6570,61	6843,95	7128,66	7425,21	7734,10
<b>Utilidad operacional proyectada</b>	<b>35060,38</b>	<b>39891,54</b>	<b>45139,95</b>	<b>50838,13</b>	<b>57020,95</b>
( - ) Amortización gastos diferidos	330	330	330	330	330
( - ) Depreciación	2658,61	2658,61	2658,61	2658,61	2658,61
( - ) Gastos financieros (Intereses)	3191,21	3346,94	3510,27	3681,57	3861,23
<b>Utilidad Ant. Part. Emp. e Imp. Rta.</b>	<b>28880,56</b>	<b>33555,98</b>	<b>38641,07</b>	<b>44167,94</b>	<b>50171,10</b>
( - ) 15% Participación trabajadores	4332,08	5033,40	5796,16	6625,19	7525,67

Utilidad antes de Imp. Renta	24548,48	28522,58	32844,91	37542,75	42645,44
( - ) 22% Impuesto a la renta	5400,66	6274,97	7225,88	8259,41	9382,00
<b>Utilidad neta proyectada</b>	<b>19147,81</b>	<b>22247,62</b>	<b>25619,03</b>	<b>29283,35</b>	<b>33263,44</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.6.3. Flujo de caja proyectado.

#### Cuadro Nro. 78

#### Flujo de caja proyectado en USD.

Flujo de caja proyectado						
White City Fish & Chips Cía. Ltda.						
Descripción	Año 0	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Ingresos</b>						
Inversión inicial	-44596,51					
Ingresos						
( = ) Utilidad neta proyectada		19147,81	22247,62	25619,03	29283,35	33263,44
Valor de rescate		0,00	0,00	0,00	0,00	3346,84
Depreciación		2658,61	2658,61	2658,61	2658,61	2658,61
( = ) Total ingresos		21806,42	24906,23	28277,64	31941,96	39268,89
<b>Egresos</b>						
Pago al principal		4210,48	4768,01	5399,37	6114,34	6923,97
Otros gastos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = ) Total egresos		4210,48	4768,01	5399,37	6114,34	6923,97
<b>Total inversión</b>	<b>-44596,51</b>					
<b>( = ) Flujo de caja proyectado</b>		<b>17595,95</b>	<b>20138,22</b>	<b>22878,27</b>	<b>25827,62</b>	<b>32344,92</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.7. Evaluación de la inversión.

#### 5.7.1. Valor presente neto o (VPN).

Mediante el VPN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en éste período, para el caso se utilizara una tasa de redescuento del 0.1649%.

#### Cuadro Nro. 79

#### Cálculo del valor presente neto en USD.

Valor presente neto			
Año	Flujos netos	F. A. 0,1649%	Flujo neto actualizado
<b>0</b>	-44614,48		-44614,48
<b>2013</b>	17595,95	0,858	15105,11
<b>2014</b>	20138,22	0,737	14840,33
<b>2015</b>	22878,27	0,633	14472,96
<b>2016</b>	25827,62	0,543	14025,87
<b>2017</b>	32344,92	0,466	15078,66

	<b>FNA Total</b>	<b>73522,94</b>
	<b>Inversión</b>	<b>44614,48</b>
	<b>VPN</b>	<b>28908,46</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$VPN = \Sigma FNA - Inversión$$

$$VPN = 73522,94\text{Usd.} - 44614,48\text{Usd.}$$

$$VPN = 28908,46\text{Usd.}$$

El valor presente neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de ejecutar. Al invertir 44614,48Usd., durante 5 años se obtendrá 28908,46Usd, que representa un superávit sobre a inversión general realizada.

### 5.7.2. Tasa interna de retorno (TIR).

El TIR se ha utilizado para determinar la factibilidad de diferentes opciones de inversión, tomando como base los flujos netos de efectivo.

#### Cuadro Nro. 80

#### Tasa interna de retorno en USD.

Tasa interna de retorno				
Periodo	Flujo de Netos	FNA 0,1649%	F.A. 0,3917%	FNA 0,3917%
0	0,00			
1	17595,95	15105,11	0,719	12643,95
2	20138,22	14840,33	0,516	10398,27
3	22878,27	14472,96	0,371	8488,54
4	25827,62	14025,87	0,267	6885,96
5	32344,92	15078,66	0,192	6196,64
<b>TIR</b>	<b>0,3917%</b>	<b>73522,94</b>	<b>Total</b>	<b>44613,35</b>
			<b>Inversión</b>	<b>44614,48</b>
			<b>VAN = 0</b>	<b>-1,13</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Su fórmula es:

VPN Tasa Inf.

$$TIR = Tasa Inf. + (T. Sup. - T. Inf.) \text{ -----}$$

VPN Tasa Inf.- VPN Tasa Sup.

$$\text{TIR} = 0,1649 + (0,3917 - 0,1649) \frac{28908,46}{28908,46 - (-1,13)}$$

$$\text{TIR} = 0,1649 + 0,20427 * 0,9999609126245$$

$$\text{TIR} = 36,92\%$$

De acuerdo a lo resuelto la tasa interna de retorno es del 36,92%, misma que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del 16,49%. Lo que determina que el proyecto se considera factible, siempre que las condiciones del proyecto no cambien hasta el quinto año por cuanto los escenarios planteados no son estáticos.

### 5.7.3. Período de recuperación de la inversión (PRI).

El siguiente cuadro indica el periodo en el que se recupera la inversión, considerando que para ello es necesario mantener un saldo positivo.

**Cuadro Nro. 81**  
**Período de recuperación de la inversión en USD.**

Período de recuperación de la inversión			
Período	Flujos netos	Flujo neto actualizado	Flujo neto acumulado
0	-44614,48		
1	17595,95	15105,11	15105,11
2	20138,22	14840,33	29945,45
3	22878,27	14472,96	44418,40
4	25827,62	14025,87	58444,27
5	32344,92	15078,66	73522,94

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Cálculos:

**Cuadro Nro. 82**  
**Cálculos (PRI) en USD.**

<b>Cálculos PRI</b>	
<b>Inversión</b>	<b>F.N. Ac. Año 1</b>
44614,48	15105,11
Inv. - F.N. Ac	29491,40
F.N.A. Año 2	14840,33
R. = 29491,40/14840,33 = 1,988456925	
PRI = 1,988456925 X 12 = 23,8614831	
Años	1
Meses	11
Días	26

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**5.7.3.1. Análisis play back.**

Con los datos resultantes del flujo de fondos, se puede concluir que la inversión se recuperara en un años, 11 meses y 26 días; demostrando la viabilidad del proyecto.

**5.7.4. Relación beneficio costo.**

Este método sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirven como base de cálculo los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno de la inversión.

Si B/C es menor que 1, no existe un adecuado retorno de la inversión.

Mientras que si B/C es igual a 1, significa que la inversión realizada es indiferente frente al retorno de la inversión, es decir que tampoco es aceptable por cuanto equivale a no haber realizado nada.

Para el cálculo de la relación Beneficio Costo utilizamos la siguiente formula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

### Cuadro Nro. 83

#### Relación costo beneficio Ing. y Egr. Actualizados en USD.

Ingresos y egresos actualizados			
Año	Ingresos	F. Act. 0,1649%	Ingresos actualizados
1	21806,42	0,858	18719,57
2	24906,23	0,737	18354,00
3	28277,64	0,633	17888,64
4	31941,96	0,543	17346,30
5	39268,89	0,466	18306,50
<b>Total</b>			<b>90615,01</b>
Año	Egresos	F. Act. 0,1649%	Egresos actualizados
1	4210,48	0,858	3614,45
2	4768,01	0,737	3513,66
3	5399,37	0,633	3415,68
4	6114,34	0,543	3320,43
5	6923,97	0,466	3227,84
<b>Total</b>			<b>17092,07</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$B/C = \frac{90615,01}{17092,07}$$

$$B/C = 5.30$$

La Relación B/C es de 5,30Usd., es decir que por cada unidad de dólar invertido la rentabilidad que se obtiene es de 4,30Usd. Lo que significa que para este caso el cálculo del beneficio/costo es mayor que uno, por lo que se tiene un adecuado retorno de la inversión.

#### 5.7.5. Punto de equilibrio.

El Punto de Equilibrio, es aquel nivel en donde los ingresos se igualan a los costos, sirve como parámetro de referencia para determinar el nivel de ventas en unidades y en cantidad para comenzar a generar utilidades. A continuación se presenta el punto de equilibrio del proyecto para los próximos cinco años.

**Cuadro Nro. 84**  
**Punto de equilibrio en USD.**

<b>Punto de equilibrio</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costo fijo</b>					
Costos de producción	39545,48	41190,57	42904,10	44688,91	46547,96
Gastos administrativos	17066,33	17607,81	18168,75	18749,90	19352,05
Gastos en ventas	3777,20	3934,34	4098,00	4268,48	4446,05
Gastos generales de fabricación	6077,86	6374,46	6685,53	7011,78	7353,96
Otros gastos	6570,61	6843,95	7128,66	7425,21	7734,10
Depreciación de activos fijos	2658,61	2658,61	2658,61	2658,61	2658,61
Amortización gastos diferidos	330	330	330	330	330
Publicidad	350,00	364,56	379,73	395,52	411,98
<b>Total costo fijo</b>	<b>76376,09</b>	<b>79304,28</b>	<b>82353,37</b>	<b>85528,41</b>	<b>88834,70</b>
<b>Costo variable</b>					
Materia prima directa	49020,36	51988,89	55137,19	58476,14	62017,29
Materia prima indirecta	10802,4	11456,5622	12150,3386	12886,1282	13666,475
Prod. Term. bebidas & gaseosas	15850,40	16507,47	17204,33	17943,39	18727,20
Intereses financieros	3191,21	3346,94	3510,27	3681,57	3861,23
<b>Total costo variable</b>	<b>78864,37</b>	<b>83299,86</b>	<b>88002,13</b>	<b>92987,23</b>	<b>98272,20</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró la siguiente formula:

$$P. E. = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Flujo de Efectivo}}}$$

Reemplazando tenemos que:

$$P. E. = \frac{76376,09}{1 - \frac{78864,37}{17595,95}} \quad P. E. = 98310,87$$

Para que el proyecto encuentre un equilibrio económico es necesario que se generen ingresos por 98310,87Usd., para que no existan ni perdidas ni ganancias y cuando menos el proyecto se mantenga en el mercado.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA.

El propósito principal del presente estudio será describir los aspectos administrativos generales de la empresa, y en base a estos establecer los lineamientos que guiaran el cumplimiento de metas, así como el desarrollo normal de actividades en la pequeña empresa.

#### 6.1. Denominación de la empresa.

##### 6.1.1. Nombre o razón social.

La denominación social de la empresa con la cual se registrará en la superintendencia de compañías es: *White City Fish & Chips Cía. Ltda.* Mientras que el nombre con el cual se mostrará como un establecimiento privado de uso público será: "*White City Fish & Chips*".

##### 6.1.1.1. Logotipo.

En general un logotipo es conocido como un elemento gráfico, que identifica a una persona, empresa, institución o producto, en donde se suelen incluir símbolos claramente asociados con la representación.

A continuación se muestra el logotipo de la empresa cuya ilustración evoca a la gastronomía que mejor se sabe hacer: Fish And Chips, un tipo de comida rápida acompañada de mariscos, elaborada al mejor estilo Europeo que incluye un filete de pez rebosado en harina, patatas fritas y una especie de salsa, motivo por el cual se diseñó este logotipo.

### Gráfico Nro. 36

#### Logotipo - White City Fish & Chips



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

Adicional los colores elegidos van de la mano con la decoración del local, por lo que los colores que se tomaron son:

*Azul semi-eléctrico:* Este representa el poder, la elegancia, la formalidad, al combinarse con el amarillo produce un efecto revitalizante vigoroso y mu lleno de energía.

*Blanco:* Este color evoca seguridad, pureza y limpieza, en publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve.

*Amarillo:* Este color está relacionado con la energía, es un color que parece salir al encuentro, adecuado para expresar la alegría entusiasta y comunicativa.

#### 6.1.1.2. Etiquetas

Las etiquetas comenzaron a utilizarse en la actividad comercial a fin de describir el contenido de envases, recipientes, paquetes con mayor facilidad. Actualmente la etiqueta a más de rotular, diferenciar e identificar

a los productos destinados para la venta, sirve también como decorativo con la intención de dar realce a la imagen tanto del producto así como de la empresa lo que resulta más atractivo para el consumidor.

#### **6.1.1.3. Eslogan.**

**“Traditional English – Style Food!!!”**  
**“La comida de estilo inglesa tradicional!!!”**

Este eslogan lo he seleccionado haciendo énfasis a los principales productos y/o servicios que se entregan, siendo este un plato rápido, delicioso y con clase de origen tradicionalmente Ingles.

#### **6.2. Titularidad de propiedad de la empresa.**

En base a lo confirmado con anterioridad, se resume que el proyecto en estudio es una empresa de responsabilidad limitada, misma que será constituida conforme a las normas legales que dictamina la Superintendencia de Compañías, ante la cual la representación legal de la empresa estará a cargo del Sr. *César Oswaldo Quiguango Erazo (Gerente)*.

*Domicilio de la Empresa:* La empresa no contará con local propio, por cuanto se ha visto en la necesidad de arrendar un local operativo, el cual está ubicado en la Av. J. J. Olmedo y M. Oviedo. Al ser un establecimiento nuevo no cuenta con sucursales, por lo tanto su ubicación y denominación es única.

#### **6.2.1. Actividad de la empresa.**

Elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado en restaurant para su consumo inmediato.

### 6.2.1.1. Cartera de productos.

La línea de los principales productos que oferta la empresa se detalla a continuación:

**Productos principales:** Fish & Chips – Clásico.

#### Cuadro Nro. 85

##### Fish & Chips – Clásico

Descripción menú	Precio de venta
Fish & Chips – Filete de dorado	1,75
Fish & Chips – Filete de picudo	1,75
Fish & Chips – Filete de tilapia	1,70
Fish & Chips – Filete de corvina	1,50
Fish & Chips – Filete de corvina blanca	1,50

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Productos principales:** Especial de mariscos y chips.

#### Cuadro Nro. 86

##### Especial de mariscos y chips

Descripción menú	Precio de venta
Chips y camarones a la Francesa	3,00
Chips y camarones al vapor	2,75
Chips y nuggets de tilapia	2,00
Mixtura de mariscos	3,00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Productos secundarios:** Especial de bebidas y gaseosas.

#### Cuadro Nro. 87

##### Especial de bebidas y gaseosas

Descripción menú	Precio de venta
Especial de gaseosas	N/A
Especial de bebidas	N/A
Ensaladas	0,75
Porciones de Arroz	0,70
Porciones de papas chips	0,90

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

La empresa White City Fish & Chips Cía. Ltda., propone ingresar al mercado gastronómico de la ciudad de Ibarra con un menú variado dentro del segmento de comida acompañada de bebidas. Es así que toda su oferta se muestra como innovadora, original y económica, con lo que se pretende ser competitivos principalmente en precios, toda vez que para ello se consideró el criterio de toda la población en estudio. Los márgenes de utilidad predeterminados oscilan entre el 20 y 25 por ciento respectivamente, cabe recalcar que para ello se consideró lo descrito por las políticas internas de la empresa.

### **6.3. Base filosófica.**

#### **6.3.1. Misión.**

Considerando todo lo investigado, se puede redactar la misión de “White City Fish & Chips”, bajo los siguientes aspectos de trascendencia para la vida, funcionamiento y crecimiento de la misma.

**“White City Fish & Chips”; es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de gastronomía rápida a base de pescado al mejor estilo Europeo, reconocida por su sabor, estilo y el carácter humano de quienes la integran.**

#### **6.3.2. Visión.**

Entonces, y tomando en cuenta todo lo estudiado para la formulación del proyecto, la visión de “White City Fish & Chips” es:

**En los próximos cinco años la empresa “White City Fish & Chips”; será reconocida como la empresa pionera en la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado a nivel local, con proyección regional.**

### **6.3.3. Valores corporativos.**

La descripción de valores corporativos implica desarrollar una cultura organizacional orientada a mostrar el direccionamiento del negocio, en donde el talento humano interiorice dichos valores y los practique por que hacen parte de la convivencia diaria y generan interacción en diferentes contextos de la comunicación humana.

#### **6.3.3.1. Honestidad.**

Respetar los derechos y bienes de las personas, siempre tratando a nuestro cliente, empleado y proveedor con la verdad y justicia.

#### **6.3.3.2. Ética.**

Trabajar bajo las reglas y normas que dicta la sociedad y la pequeña empresa como institución.

#### **6.3.3.3. Confianza.**

Brindar seguridad al cliente de que nuestros productos, servicios y local son de calidad y no representan ningún peligro.

#### **6.3.3.4. Cooperación.**

Es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.

#### **6.3.3.5. Puntualidad.**

Cumplir con los horarios de atención al cliente, y con los contratos acordados con proveedores en el lapso de tiempo acordado.

#### **6.3.3.6. Calidad.**

En el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.

#### **6.3.4. Principios de servicio orientado al cliente.**

En White City, creemos que nuestros Clientes son sobre todo personas, individuos, con una identidad absolutamente particular y única, y por ellos nos organizamos para respetar sus diferentes gustos y necesidades.

En White City, estamos convencidos que nuestros Clientes tienen todo el derecho a exigir productos de alta calidad, entregados a través de un consistente y superior Nivel de Servicio.

En White City, creemos y comprendemos que todos los miembros del restaurante son individuos especiales y la interrelación entre cada uno de ellos, sin importar jerarquías de ningún tipo, debe ser siempre con mesura, cariño y respeto.

En White City, estamos convencidos que el trabajo en equipo, la innovación y el continuo perfeccionamiento personal y profesional son la clave de nuestro crecimiento, el que siempre enriqueceremos con nuevas ideas; aprendiendo de nuestras faltas, y esforzándonos cada día por crecer con nuestro negocio.

En White City, creemos que nuestros Proveedores son empresas y personas que se merecen nuestra preocupación, respeto y aprecio con las que debemos mantener una estrecha relación, tomando en cuenta que representan una parte importante en nuestro negocio.

En White City buscamos el crecimiento del negocio como tal, pues esto nos provee de oportunidades de expansión, de crear nuevos puestos de

trabajo, crear riqueza y contribuir mejor al desarrollo de la provincia y el país.

#### **6.3.5. Objetivo general.**

Lograr consolidarse en la mente del consumidor como una empresa de alta calidad en la rama gastronómica de la comida rápida tipo Fish And Chips, por medio de la innovación constante a nivel de procesos, productos, servicios, atención y servicio al cliente.

#### **6.3.6. Objetivos micro - empresariales.**

- Instalar White City Fish & Chips, dedicada a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.
- Proporcionar un punto de referencia sobre los beneficios nutritivos que otorga este tipo de gastronomía.
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades y el emprendimiento en negocios innovadores.
- Minimizar costos sin afectar la calidad del producto y la integridad económica del cliente.

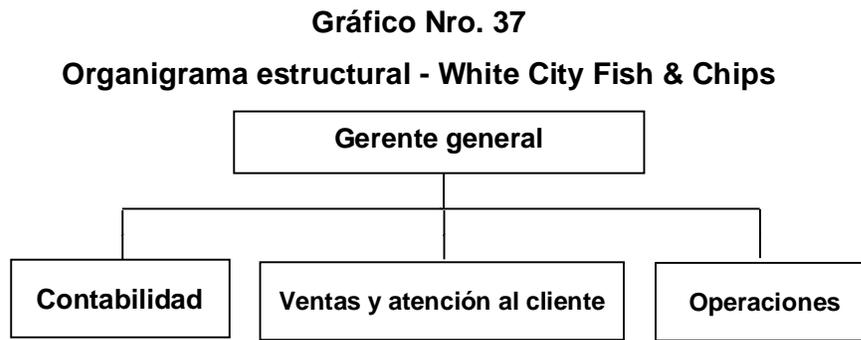
#### **6.3.7. Políticas de White City Fish & Chips.**

- White City Fish & Chips, trabajará en el abastecimiento de materia prima solamente con proveedores certificados, previa calificación y aprobación por el gerente y/o administrador.
- Los márgenes de utilidad no podrán ser mayores al 25 por ciento sobre el costo unitario del producto, a fin de garantizar la economía y aceptación del mismo.

- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionadas y podrán dar lugar a recortes en la remuneración, o en su vez perdida del puesto de trabajo.
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, compañeros y subalternos.

### 6.3.8. Organigrama estructural - White City Fish & Chips.

Es importante y necesario que toda organización por pequeña que sea elabore la representación gráfica de la organización para que los trabajadores conozcan sus niveles de responsabilidad y autoridad, entre otros usos muy importantes que se le da actualmente a los organigramas. A continuación se presenta el organigrama estructural de White City Fish & Chips.:



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** El autor

### 6.3.9. Manual de funciones.

El manual de funciones es un proceso que consiste en describir las diferentes acciones, procesos y atribuciones que conforman un determinado cargo y que lo diferencian de los demás cargos que existen en la compañía, se debe enumerar de forma detallada las tareas, periodicidad, objetivos del cargo, métodos de ejecución y evaluación de los resultados esperados.

### 6.3.9.1. Gerente.

**Cuadro Nro. 88**

**Manual de funciones - Gerente**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Gerente
<b>PERFIL</b>	Administrador de empresas, contador y/o ingeniero finanzas
<b>SALARIO</b>	Remuneracion a conveniencia de la empresa
<b>PRESTACIONES</b>	Básicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Experiencia minima de 1 año en el cargo mas certificaciones en servicio y atencion al cliente.
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar todas las actividades operativas de todo el personal de la pequeña empresa.</li> <li>✓ Establecer las politicas, objetivos y metas de la pequeña empresa y hacerlas cumplir.</li> <li>✓ Desarrollar planes de ventas</li> <li>✓ Estudiar su presupuesto de negocios a fin de superrarlo</li> <li>✓ Supervisar que el centro de consumo cuente con el equipo necesario, mismo que debera estar en optimas condiciones de limpieza e higiene.</li> <li>✓ Controlar los inventarios asi como el equipo de operación.</li> <li>✓ Solicitar reportes sobre las condiciones en que se encuentra el equipo de operación.</li> <li>✓ Delega funciones a sus subordinados y los supervisa.</li> <li>✓ Realizar juntas con todo el staff de trabajo.</li> <li>✓ Realizar cursos de capacitacion.</li> <li>✓ Solucionar problemas y quejas de los clientes.</li> <li>✓ Hacer relaciones publicas con sus clientes.</li> <li>✓ Desarrollar planes publicitarios y de promociones.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 6.3.9.2. Contador.

**Cuadro Nro. 89**

**Manual de funciones - Contador**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Contador
<b>PERFIL</b>	Contador C.P.A. Administrador M. Finanzas.
<b>SALARIO</b>	Remuneracion a conveniencia de la empresa
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Contador publico autorizado (CPA)
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Minimo 1 año en el cargo mas certificaciones en servicio y atencion al cliente.
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Llevar la contabilidad de la pequeña empresa en forma clara, transparente y apegada a todas las disposiciones legales.</li> <li>✓ Responsable de los archivos y registros</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ contables de la pequeña empresa.</li> <li>✓ Reclamar extractos en diferentes entidades financieras.</li> <li>✓ Se encargará de realizar los trámites correspondientes de la pequeña empresa ante el SRI.</li> <li>✓ Realizar el control y pago a proveedores.</li> <li>✓ Se encargará de la afiliación del personal al IESS y los pagos correspondientes.</li> <li>✓ Llevar un registro ordenado de facturas, notas de venta, órdenes de compra, comprobantes de egresos de caja, comprobantes de ingresos de caja, comprobantes de retiro, etc.</li> <li>✓ Elaborar roles para el pago de salario a los empleados.</li> <li>✓ Emitir balances de la pequeña empresa cada fin del periodo contable.</li> </ul>
--	---

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 6.3.9.3. Cajero.

#### Cuadro Nro. 90

#### Manual de funciones - Cajero

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Cajero
<b>PERFIL</b>	Bachiller en contabilidad,
<b>SALARIO</b>	1 Salario mínimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Bachiller técnico en contabilidad, Técnico contable con certificados de cursos de capacitación en el área.
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Experiencia en la administración de caja, manejo de efectivo así como atención y servicio al cliente.
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Facturar ordenes y pedidos del cliente</li> <li>✓ Realizar el cierre respectivo de caja</li> <li>✓ Cuadrar el efectivo</li> <li>✓ Presentar reportes diarios de ventas.</li> <li>✓ Atención al cliente.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 6.3.9.4. Chef.

#### Cuadro Nro. 91

#### Manual de funciones - Chef

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Chef
<b>PERFIL</b>	Chef profesional experto en toda clase de cocina
<b>SALARIO</b>	1 Salario mínimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Profesional en cocina nacional y extranjera con certificaciones en servicio y atención al cliente, así como en manipulación de alimentos.
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Mínimo 3 años ejerciendo su profesión

<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Innovar la presentación del menú cada fin de temporada, tomando en cuenta el estilo de gastronomía rápida al mejor estilo europeo.</li> <li>✓ Vigilar y coordinar con sus asistentes de cocina la operatividad en tiempo tanto en la cocina como en atención.</li> <li>✓ Encargarse de la presentación de las mesas con la finalidad de cumplir con el ambiente que refleja el estilo europeo.</li> <li>✓ Servir en porciones adecuadas para cada persona.</li> <li>✓ Tener el suficiente cuidado con los alimentos de una manera higiénica.</li> <li>✓ Ser el responsable del abastecimiento de los inventarios de suplementos de materia prima y elementos de su zona de trabajo.</li> <li>✓ Ser responsable con los cargos bajo su mando.</li> <li>✓ Ser responsable con sus elementos de trabajo.</li> <li>✓ Preparar ordenada y rápidamente sin dejar de lado el buen sabor de los alimentos y la calidad de los mismos.</li> <li>✓ Ser atento en las sugerencias de sus superiores así como de clientes.</li> <li>✓ Saber los ingredientes y la preparación de todos los platos del menú.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 6.3.9.5. Auxiliar de Cocina.

#### Cuadro Nro. 92

#### Manual de funciones – Auxiliar de cocina

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Auxiliar de cocina
<b>PERFIL</b>	Auxiliar de cocina
<b>SALARIO</b>	1 Salario mínimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Básicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Certificaciones de cursos de capacitación en las áreas de cocina, así como en la manipulación de alimentos
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Mínimo 1 año ejerciendo su profesión o en cargos similares
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Chef
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Preparar trabajos especiales en la preparación previa al servicio.</li> <li>✓ Preparar los insumos necesarios para la cocción de los alimentos.</li> <li>✓ Ayudar al chef en la cocina.</li> <li>✓ Colaborar en la preparación de alimentos.</li> <li>✓ Servir los platos en porciones adecuadas.</li> <li>✓ Estar atento de las calamidades en su zona de trabajo.</li> <li>✓ Mantener la cocina en perfecto orden.</li> <li>✓ Realizar sus labores de manera ordenada e higiénica.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 6.3.9.6. Mesero.

**Cuadro Nro. 93**  
**Manual de funciones - Mesero**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Mesero
<b>PERFIL</b>	Tecnico profesional en mesa y bar
<b>SALARIO</b>	1 Salario minimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Certificaciones de cursos de capacitacion en atencion de mesas y/o bar.
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Minimo 1 año ejerciendo su profesion mas certificaciones de honorabilidad.
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Chef
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Es el unico responsable que debe dar servicio a la mesa.</li> <li>✓ Esta en la oblicacion de entregar un servicio amable, eficiente y cortes con un alto grado de profesionalismo y compañerismo.</li> <li>✓ Encargado de resolver en primera instancia o definitivamente las quejas de los clientes o reportarlas al administrador.</li> <li>✓ Dar al cliente informacion de interes general cuando se lo requiera.</li> <li>✓ Reportar al chef y/o administrador al llegar al restaurant y al ausentarse.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

### 6.3.9.7. Vigilante.

**Cuadro Nro. 94**  
**Manual de funciones - Vigilante**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Vigilante
<b>PERFIL</b>	Vigilante
<b>SALARIO</b>	1 Salario minimo vigente
<b>PRESTACIONES</b>	Basicas
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Provenir de una empresa de seguridad con los permisos necesarios para el buen desarrollo del cargo
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	La que la empresa suministre
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estar siempre atento a la puerta y atender a las personas que llegan sin importar que tan ocuado se encuentre.</li> <li>✓ Saludar amigablemente.</li> <li>✓ Velar por la seguridad de las personas que trabajan o que ingresan al establecimiento.</li> <li>✓ Estar atento a cualquier calamidad que se presentare.</li> <li>✓ Mantener la calma en los momentos que requieren de su supervision y atencion.</li> <li>✓ Estar disponible para culaquier tarea que pueda ser requerido.</li> <li>✓ Realizar las tareas suplementarias que mande la ley y las politicas de la empresa frente al cometimiento de un</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

#### **6.4. Análisis legal.**

Su análisis se enfoca dentro del marco legal; el cual se basa en ciertas normas que se deben seguir para poder operar, mismas que son obligatorias y equitativas. Estas normas surgen del proyecto mismo, previsto que para la implementación de cada estudio que se presenta como: el estudio de mercado, técnico, administrativo, financiero; se expondrán las respectivas pautas legales.

Los aspectos legales considerados en este análisis son la constitución legal de la empresa y el registro del nombre comercial y patentes. Tomando en cuenta que las instituciones estatales reguladoras de estos procesos son la Superintendencia de Compañías y el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

##### **6.4.1. Nombre o razón social.**

**“White City Fish & Chips Cía. Ltda.”**

##### **6.4.2. Figura jurídica:**

Se constituirá como empresa de Responsabilidad Limitada.

##### **6.4.2.1. Domicilio.**

El domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Sagrario, en la avenida J. J. de Olmedo y M. Oviedo.

#### **6.4.2.2. Objeto.**

Toda organización debe indicar en forma clara el objeto/actividad a la que se va a dedicar y no podrá ejecutar ni celebrar otros actos. White City Fish & Chips, se dedicará a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado.

#### **6.4.2.3. Apertura de cuenta.**

La persona interesada en crear una empresa debe abrir una cuenta de Integración de Capital, en beneficio de la misma.

#### **6.4.2.4. Escritura pública.**

Luego de la apertura de la cuenta, el futuro gerente y/o propietario de la empresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

#### **6.4.2.5. Aprobación.**

La escritura pública se la presenta ante un juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario con un extracto de la constitución legal de la pequeña empresa.

#### **6.4.2.6. Oposición.**

Cualquier persona que se siente afectada con la constitución de la nueva pequeña empresa tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, ante el juez con la suficiente documentación legal que lo sustente.

#### **6.4.2.7. Inscripción.**

Con la autorización del juez de lo civil, el futuro gerente y/o propietario debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar con su actividad

productiva así como de comercialización debe tener el Registro Único de Contribuyente (RUC).

#### **6.4.2.8. Representante legal.**

El representante legal de White City Fish & Chips Cía. Ltda., es el Sr. César O, Quiguango E.

#### **6.4.3. Formación social de la pequeña empresa.**

White City Fish & Chips, se constituirá legalmente con dos socios.

#### **6.4.4. Capital de constitución.**

El capital para la constitución de White City Fish & Chips Cía Ltda., es de 44614,48Usd., cuyo aporte de los socios es de 13384,35Usd., mientras que la diferencia 31230,14Usd., será cubierta mediante un crédito bancario en el Banco Nacional de Fomento.

#### **6.4.5. Minuta de constitución.**

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA WHITE CITY FISH & CHIPS CÍA. LTDA.**

Señor Notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA.- Comparecientes.-** Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores: QUIGUANGO ERAZO CÉSAR OSWALDO y QUIGUANGO ERAZO NELSON TARQUINO.

Todos los comparecientes son mayores de edad, el primero es soltero y el último casado, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Ibarra.

**SEGUNDA.- Constitución.-** Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía de responsabilidad limitada WHITE CITY FISH & CHIPS CIA. LTDA., que se registrará por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

**TERCERA.- Estatuto.-** La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se registrará por el estatuto que se expone a continuación:

## **CAPÍTULO PRIMERO**

### **NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, MEDIOS, DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.**

**Artículo Primero.- Naturaleza, nacionalidad y denominación.-** La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será "WHITE CITY FISH & CHIPS CIA. LTDA.". Esta sociedad se constituye como una compañía de responsabilidad limitada de nacionalidad ecuatoriana y se registrará por las Leyes ecuatorianas y por el presente estatuto, en cuyo texto se le designará posteriormente simplemente como "la Compañía".

**Artículo Segundo.- Domicilio.-** El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley y a este estatuto.

**Artículo Tercero.- Objeto social.-** El objeto social de la compañía es la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado, conocida tradicionalmente como Fish and Chips. Para la consecución del objeto social, la compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

**Artículo Cuarto.- Duración.-** El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

**Artículo Quinto.- Disolución y liquidación.-** La Junta General podrá acordar la disolución anticipada de la compañía antes de que venza el plazo señalado en el artículo cuarto. Disuelta la Compañía, voluntaria o forzosamente, el procedimiento de liquidación será el contemplado en la Ley de la materia.

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

### **CAPITAL SOCIAL Y PARTICIPACIONES**

**Artículo Sexto.- Capital social.-** El capital social de la Compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, dividido en cuatrocientas (400) participaciones sociales iguales acumulativas e indivisibles de un dólar cada una. Los Certificados de Aportación serán firmados por el Presidente y el Gerente General de la Compañía.

**Artículo Séptimo.- Participaciones.-** Las participaciones estarán representadas en certificados de aportación no negociables. Cada participación da derecho a un voto en la Junta General, así como a participar en las utilidades y demás derechos establecidos en la ley o en el estatuto social.

**Artículo Octavo.- Transferencias de participaciones.-** La propiedad de las participaciones no podrá transferirse por acto entre vivos sin la aprobación unánime del capital social expresado en junta general. La cesión se hará por escritura pública, a la que se incorporará como habilitante la certificación conferida por el Gerente General de la compañía respecto al cumplimiento del mencionado requisito. En el libro de participaciones y socios se inscribirá la cesión y luego se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario. De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la

sociedad, asó como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **ÓRGANO DE GOBIERNO: LA JUNTA GENERAL**

**Artículo Noveno.-** *Junta general y atribuciones.-* Es el Órgano Supremo de gobierno de la Compañía, formado por los socios legalmente convocados y constituidos. Será presidida por el Presidente de la Compañía, y ejercerá la secretaría el Gerente General, sin perjuicio de que la junta designe Presidente y secretario a falta de éstos. Son atribuciones de la Junta General los siguientes:

- a) Resolver sobre la prórroga del plazo de duración de la compañía, su disolución anticipada, la reactivación, el aumento o disminución del capital, la transformación, fusión, o cualquier otro asunto que implique reforma del Contrato Social o Estatuto;
- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Conocer y aprobar el informe del Gerente General, así como las cuentas y balances que presenten los administradores;
- d) Aprobar la cesión de las participaciones sociales y la admisión de nuevos socios;
- e) Disponer que se inicien las acciones pertinentes contra los administradores, sin perjuicio del ejercicio de este derecho por parte de los socios, de acuerdo a la Ley;
- f) Interpretar obligatoriamente las cláusulas del Contrato Social, cuando hubiere duda sobre su inteligencia;
- g) Designar al Presidente y al Gerente General, fijar sus remuneraciones, y removerlos por causas legales, procediendo a la designación de sus reemplazos, cuando fuere necesario;
- h) Acordar la exclusión de los socios de acuerdo con la Ley;
- i) Autorizar la constitución de mandatarios generales de la Compañía;
- j) Autorizar al Gerente General la realización de contratos cuya cuantía exceda de XX dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (XX USD), así como de actos de disposición de bienes inmuebles de la Compañía;

- k) Las demás que no hubieren sido expresamente previstas a algún órgano de administración.

**Artículo Décimo.- Juntas ordinarias.-** Se reunirán al menos una vez al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres primeros meses siguientes a la finalización del respectivo ejercicio económico. En estas Juntas deberá tratarse al menos sobre lo siguiente:

- a) Conocer el informe anual del Gerente General, las cuentas y el estado de pérdidas y ganancias, el balance general, y acordar la resolución correspondiente;
- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Cualquier otro asunto constante en la convocatoria.

**Artículo Décimo Primero.- Convocatorias.-** La convocatoria a Junta General se hará mediante comunicación escrita dirigida a cada socio en la dirección registrada por cada uno de ellos y por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, por lo menos con ocho días de anticipación al día fijado para la reunión sin contar el día de la convocatoria ni el de la reunión. La convocatoria especificará el orden del día, el lugar y hora exactos de la reunión y llevará la firma de quien la convoque. En caso de segunda convocatoria, ésta deberá expresar claramente que la junta se reunirá con el número de socios presentes. Esta convocatoria no podrá modificar el objeto de la primera, ni demorar la reunión más de treinta días de la fecha fijada para la primera reunión. Las Juntas Generales, sean ordinarias o extraordinarias, serán convocadas por el Gerente General, o por el Presidente en ausencia de aquel, sin perjuicio de la facultad conferida a los socios de acuerdo al artículo ciento veinte de la Ley de Compañías.

**Artículo Décimo Segundo.- Instalación y quórum decisorio.-** Para que la Junta General se encuentre válidamente constituida en primera convocatoria, deberán hallarse presentes los socios que representen al menos más de la mitad del capital social. En segunda convocatoria podrá reunirse la Junta General con el número de socios presentes, siempre que así se haya expresado en la convocatoria respectiva. Las resoluciones se adoptarán con el voto favorable de los socios que representen la mitad más uno del capital social suscrito

concurrente a la reunión. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Para la instalación de la Junta se procederá por Secretaría a formar la lista de los asistentes, debiendo hacer constar en la lista a los socios que consten como tales en el Libro de Participaciones y Socios. Para la verificación del quórum de instalación no se dejará transcurrir más de cuarenta y cinco minutos de la hora fijada en la convocatoria. En lo demás se estará a lo dispuesto en la Ley.

**Artículo Décimo Tercero.- Representación.-** Los socios pueden hacerse representar ante las Juntas Generales de Socios, para ejercer sus derechos y atribuciones, mediante carta o poder dirigida al Presidente de la misma. Cada socio no puede hacerse representar sino por un solo mandatario cada vez, cualquiera que sea su número de participaciones. Asimismo, el mandatario no puede votar en representación de otra u otras participaciones de un mismo mandante en sentido distinto, pero la persona que sea mandataria de varias participaciones puede votar en sentido diferente en representación de cada uno de sus mandantes.

**Artículo Décimo Cuarto.- De las actas.-** Las deliberaciones de la Junta General se asentarán en un acta, que llevará las firmas del Presidente y del Secretario de la junta. En el caso de juntas universales, éstas podrán reunirse en cualquier parte del territorio nacional; pero deberán firmar el acta todos los asistentes que necesariamente deben representar el 100% del capital social, bajo pena de nulidad. De cada junta se formará un expediente con la copia del acta y de los demás documentos que justifiquen que las convocatorias se hicieron en la forma prevista en la Ley y los Estatutos; se incorporarán además los demás documentos que hubieren sido conocidos por la junta. Las actas se elaborarán a través de un ordenador o a máquina, en hojas debidamente foliadas, que podrán ser aprobadas en la misma sesión, o a más tardar dentro de los quince días posteriores.

**Artículo Décimo Quinto.- Juntas Generales Extraordinarias.-** Se reunirán en cualquier tiempo, en el domicilio principal de la compañía, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

**Artículo Décimo Sexto.-** *Juntas Generales y Universales.*- La Junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar, dentro del territorio de la República, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la junta. En cuanto al quórum decisorio se estará a lo previsto en el artículo duodécimo de este estatuto. Las Actas de 1as Juntas Universales serán firmadas por todos los asistentes, bajo pena de nulidad.

## **CAPÍTULO CUARTO**

### **ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN: EL PRESIDENTE Y EL GERENTE GENERAL**

**Artículo Décimo Séptimo.-** La compañía se administrará por un Gerente General y/o el Presidente, que tendrán las atribuciones y deberes que se mencionan en las cláusulas que siguen. El Gerente General ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía.

**Artículo Décimo Octavo.-** *Del Presidente de la Compañía.*- El Presidente será nombrado por la Junta General para un período de tres años, pudiendo ser reelegido indefinidamente; podrá ser o no socio de la Compañía. Sus atribuciones y deberes serán los siguientes:

- a) Convocar, presidir y dirigir las sesiones de Junta General, debiendo suscribir las actas de sesiones de dicho organismo;
- b) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los certificados de aportación;
- c) Suscribir el nombramiento del Gerente General; y,
- d) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o fallecimiento de éste, hasta que la Junta General proceda a nombrar un nuevo Gerente General, con todas las atribuciones del subrogado.

La Junta General deberá designar un nuevo Presidente en caso de ausencia definitiva; en caso de ausencia temporal será subrogado por el gerente general.

**Artículo Décimo Noveno.- Del Gerente General.-** El Gerente General será elegido por la Junta General para un período de tres años, tendrá la representación legal judicial o extrajudicial de la Compañía. Podrá ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General no se requiere ser socio de la Compañía. Este administrador no podrá ejercer ningún otro cargo que de acuerdo con la ley y a juicio de la Junta General sea incompatible con las actividades de la compañía.

El Gerente General tendrá los más amplios poderes de administración y manejo de los negocios sociales con sujeción a la Ley, los presentes estatutos y las instrucciones impartidas por la Junta General. En cuanto a sus derechos, atribuciones, obligaciones y responsabilidades se estará a lo dispuesto por la Ley de Compañías y este contrato social.

Son atribuciones especiales del Gerente General:

- a) Subrogar al Presidente de la compañía en caso de ausencia temporal;
- b) Realizar todos los actos de administración y gestión diaria encaminados a la consecución del objeto social de la compañía;

Ejecutar a nombre de la Compañía toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades financieras, personas naturales o jurídicas, suscribiendo toda clase de obligaciones;

Previa autorización de la Junta General, nombrar mandatarios generales y apoderados especiales de la compañía y removerlos cuando considere conveniente;

Someter anualmente a la Junta General ordinaria un informe relativo a la gestión llevada a cabo al frente de la Compañía, así como el balance general y demás documentos que la Ley exige;

Formular a la Junta General las recomendaciones que considere convenientes en cuanto a la distribución de utilidades y la constitución de reservas;

Nombrar y remover al personal de la compañía y fijar sus remuneraciones, así como sus deberes y atribuciones;

Dirigir y supervigilar la contabilidad de la compañía, así como velar por el mantenimiento y conservación de sus documentos;

Abrir y cerrar cuentas bancarias y designar a la o las personas autorizadas para emitir cheques o cualquier otra orden de pago contra las referidas cuentas;

Librar, aceptar, endosar y avalar letras de cambio y cualesquiera otros papeles de comercio relacionados con las actividades de la compañía;

Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Junta General; y,

Ejercer y cumplir todas las atribuciones y deberes que reconocen e imponen la Ley y los estatutos presentes así como todas aquellas que sean inherentes a su función y necesarias para el cabal cumplimiento de su cometido.

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **DE LOS SOCIOS**

**Artículo Vigésimo.-** *Derechos y obligaciones de los socios.-* Son derechos de los socios especialmente los siguientes:

- a)** Intervenir en las Juntas Generales;
- b)** Participar en los beneficios sociales en proporción a sus participaciones sociales pagadas;
- c)** Participar en la misma proporción en la división el acervo social, en caso de liquidación de la Compañía;
- d)** Intervenir con voz y con voto en las Juntas Generales;
- e)** Gozar de preferencia para la suscripción de participaciones en el caso de aumento de capital;
- f)** Impugnar las resoluciones de la Junta General conforme a la Ley;
- g)** Limitar su responsabilidad hasta el monto de sus respectivos aportes;

- h) Pedir la convocatoria a Junta General, en la forma establecida en el artículo ciento veinte de la Ley de Compañías, siempre que concurrieren el o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social.
- i) Son obligaciones de los socios principalmente:
- j) Pagar la aportación suscrita en el plazo previsto en estos estatutos; caso contrario la compañía podrá ejercer cualquiera de las acciones previstas en el artículo doscientos diecinueve de la Ley de Compañías;
- k) No interferir en modo alguno en la administración de la Compañía;
- l) Los demás contemplados en la ley o en estos estatutos.

## **CAPÍTULO SEXTO**

### **BALANCES, REPARTO DE UTILIDADES Y FORMACIÓN DE RESERVAS**

**Artículo Vigésimo Primero.-** *Balances.*- Los balances se practicarán al fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada año y los presentará el Gerente General a consideración de la Junta General Ordinaria. El balance contendrá no sólo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la sociedad, sino también las explicaciones necesarias que deberán tener como antecedentes la contabilidad de la compañía que ha de llevarse de conformidad a las disposiciones legales y reglamentarias, por un contador o auditor calificado.

**Artículo Vigésimo Segundo.-** *Reparto de utilidades y formación de reservas.*- A propuesta del Gerente General, la Junta General resolverá sobre la distribución de utilidades, constitución de fondos de reserva, fondos especiales, castigos y gratificaciones, pero anualmente se segregarán de los beneficios líquidos y realizados por lo menos el cinco por ciento (5%) para formar el fondo de reserva legal hasta que este fondo alcance un valor igual al veinticinco por ciento (25%) del capital social. La Junta General para resolver sobre el reparto de utilidades deberá ceñirse a lo que al respecto dispone la Ley de Compañías.

Una vez hechas las deducciones legales, la Junta General podrá decidir la formación de reservas facultativas o especiales, pudiendo destinar, para el efecto, una parte o todas las utilidades líquidas distribuidas a la formación de reservas facultativas o especiales. Para el efecto, será necesario el

consentimiento unánime de todos los socios presentes; en caso contrario, del saldo distribuable de los beneficios líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento (50%) será distribuido entre los socios en proporción al capital pagado que cada uno de ellos tenga en la compañía.

## CAPÍTULO SÉPTIMO

### DISPOSICIONES VARIAS

**Artículo Vigésimo Tercero.- Acceso a los libros y cuentas.-** La inspección y conocimiento de los libros y cuentas de la compañía, de sus cajas, carteras, documentos y escritos en general sólo podrá permitirse a las entidades y autoridades que tengan la facultad para ello en virtud de contratos o por disposición de la Ley, así como a aquellos empleados de la compañía cuyas labores así lo requieran, sin perjuicio de lo que para fines especiales establezca la Ley.

**Artículo Vigésimo Cuarto.- Normas supletorias.-** Para todo aquello sobre lo que no haya expresa disposición estatutaria se aplicarán las normas contenidas en la Ley de Compañías, y demás leyes y reglamentos pertinentes, vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos.

### HASTA AQUÍ EL ESTATUTO

**CUARTA.- Suscripción y pago de participaciones.-** El capital social ha sido íntegramente suscrito por los socios y pagado en su totalidad en numerario, como se desprende del cuadro de integración que a continuación se detalla:

#### Cuadro de suscripción y pago del capital social en USD.

Nombres Socios	Capital Suscrito	Capital Pagado (debe cubrir al menos 50% de cada participación)	Capital por Pagar (12 meses plazo)	Número de Participaciones	Capital Total
QUIGUANGO NELSON	22307.24\$	0.00\$	0.00\$	22307.24\$	22307.24\$
QUIGUANGO CÉSAR	22307.24\$	0.00\$	0.00\$	22307.24\$	22307.24\$

**QUINTA.-** *Nombramiento de Administradores.*- Para los períodos señalados en los artículos décimo octavo y décimo noveno de los estatutos sociales, se designa como Presidente de la Compañía al Sr.: QUIGUANGO ERAZO NELSON TARQUINO y como Gerente General de la misma al Sr.: QUIGUANGO ERAZO CÉSAR OSWALDO.

**SEXTA.-** *Declaraciones.*- a) Los firmantes de la presente escritura pública son los socios fundadores de la Compañía, quienes declaran expresamente que ninguno de ellos se reserva en su provecho personal, beneficios tomados del capital de la compañía en participaciones u obligaciones.

b) Los socios facultan al abogado DIEGO SARABIA, para que obtenga las aprobaciones de esta escritura y cumpla los demás requisitos de Ley, para el establecimiento de la compañía.

c) Por el capital pagado en efectivo, de acuerdo al detalle señalado anteriormente, se adjunta el certificado de depósito bancario en la cuenta “Integración de Capital”, abierta en el Banco Pichincha para que se agregue como parte integrante de esta escritura.

Usted, Señor Notario se servirá agregar y anteponer las cláusulas de estilo necesarias para la completa validez de este instrumento.

#### **6.4.6. Requisitos legales de funcionamiento.**

Como resultado de las investigaciones realizadas en la muy Ilustre Municipalidad de Ibarra, y acudiendo a las respectivas unidades departamentales, se pudo concluir que no existe ningún tipo de impedimento para la puesta en marcha de una empresa de esta naturaleza.

##### **6.4.6.1. Permiso anual de funcionamiento.**

Los locales donde se presten servicios permanentes de alojamiento, restaurantes o en general, lugares donde se consuman alimentos o bebidas alcohólicas y que están sujetos al pago del permiso de

funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las intendencias generales de policía de cada provincia.

Los requisitos se detallan a continuación:

- Oficio Dr. Aníbal Nicolalde Montalvo
- Cédula de ciudadanía y certificado de votación
- Ruc o RISE del Servicio de Rentas Internas
- Patente municipal
- Bomberos
- Permiso de salud

Los permisos anuales de funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año, el cual es de 15\$ según lo indica la clasificación emitida por la intendencia de policía de Imbabura.

#### **6.4.6.2. Requisitos para la obtención del (RUC).**

- Formulario Ruc 01-A firmado por el representante Legal.
- Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías.
- Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

#### **6.4.6.3. Inscripción en el registro de actividades económicas sociedades (IMI).**

- Ruc.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Nombre completo del dueño de casa donde funcionara la actividad económica.
- Escritura de constitución.
- Permiso del cuerpo de bomberos

#### **6.4.6.4. Requisitos para la obtención de la patente municipal por primera vez.**

- Copia de cedula y certificado de votación.
- Escrituras del área física.
- Copia del (RUC).
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Inscripción.

#### **6.4.6.5. Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento y el registro sanitario certificado por el Ministerio de Salud Pública.**

- a. Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- b. Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- c. Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- d. Entrega del informe final.
- e. Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, con una vigencia máxima de un año.

- f. Permiso de la intendencia
- g. Ficha de inspección
- h. Copia del registro Único de Contribuyentes (RUC)
- i. Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento
- j. Permiso del cuerpo de bomberos
- k. Copia del certificado de salud conferidos por centros de salud del (MSP)
- l. Pago de tasa.

#### **6.5. Seguimiento y monitoreo.**

En cada una de las fases del trabajo, las decisiones estarán tomadas de manera oportuna basada en información gerencial y en datos actualizados para que el desarrollo de la empresa sea óptimo. El administrador apoyado del contador realizará el seguimiento y evaluación de la inversión, aplicando medidas correctivas a desvíos o incrementos de gastos.

## CAPÍTULO VII

### 7. Impactos.

El análisis de impactos se realiza mediante el empleo de una matriz, que mide el volumen del posible impacto por medio de una puntuación positiva y/o negativa que se otorgue a los diferentes componentes del entorno, en el cual se trabaja, para lo cual se emplea la presente escala:

De 1 a 3 positivo, lo que indica que es favorable

De -1 a -3 negativo, lo que indica que es desfavorable

Con 0 que es indiferente, lo que indica que no es favorable ni desfavorable

#### 7.1. Impacto social.

**Cuadro Nro. 95**

**Impacto social**

<b>Factores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
Mejora la salud alimentaria					X			1
Productos gastronómicos nutritivos						X		2
Liderazgo empresarial							X	3
<b>Total</b>								6

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

$$\text{TOTAL} = 6/3 = 2$$

En la presente matriz es importante resaltar que el impacto social del proyecto es positivo de volumen medio, ello debido a que tiene como finalidad mejorar la salud alimentaria de las personas al promover el consumo de mariscos, que significa además la colocación en el mercado de productos gastronómicos nutritivos que cambien el concepto original en el consumo de la comida rápida. Lograr con ello además el

reconocimiento y liderazgo empresarial en el medio al constituirse en el primer restaurant de comida rápida a base de productos del mar.

## 7.2. Impacto económico.

**Cuadro Nro. 96**  
**Impacto económico**

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Nivel de ingresos							X	3
Generación de fuentes de trabajo					X			1
Ejecución de proyectos alternativos							X	3
<b>Total</b>								<b>7</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**TOTAL** =  $7/3 = 2.3$

El resultado de la presente matriz refleja que el impacto económico es positivo de volumen medio alto, ello debido a que el margen de inversión para la elaboración del menú en oferta es relativamente bajo, es importante también destacar que la generación de fuentes de trabajo es inevitable previsto que toda actividad productiva por más pequeña que sea genera empleo aun cuando sea para una persona, del mismo modo se verá beneficiado el sector pesquero previsto que se hará regular el consumo del marisco en locales dedicados a la venta de comida rápida.

## 7.3. Impacto ambiental.

**Cuadro Nro. 97**  
**Impacto ambiental**

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Productos frescos del mar							x	3
Cero reutilización de insumos						X		2
Manejo adecuado de desechos							X	3
Salud humana							X	3
Contaminación del ambiente					X			1
<b>Total</b>								<b>12</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**TOTAL = 12/5 = 2.4**

El resultado de la presente matriz refleja que el impacto ambiental es positivo de volumen medio alto, esto debido a que se trabajara con productos frescos directamente del mar, además de insumos orgánicos, que de ello se desprenden desechos netamente orgánicos biodegradables que no generan un daño ambiental considerable sabiéndolos tratar, en contraposición a ello al tratarse de alimentos de consumo humano es imposible la reutilización de ciertos insumos industriales como el aceite comestible a fin de garantizar la salud humana evitando con ello la afección al medio ambiente.

**7.4. Impacto general.**

**Cuadro Nro. 98**  
**Impacto general**

<b>Factores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
Impacto Social						X		2
Impacto Económico						X		2
Impacto Ambiental						X		2
<b>Total</b>								<b>6</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**TOTAL = 6/3 = 2**

El impacto general del proyecto es el resultado del promedio de los principales impactos generados, en donde es fácil apreciar que se ha generado un nivel de impacto medio, que significa que al ejecutar el proyecto no se está afectando a ningún sector, sino más bien se está generando un beneficio a la población en general y al inversionista como ejecutor del proyecto.

## CONCLUSIONES

Del presente trabajo de investigación es importante resaltar varios puntos considerados básicos mismos que permiten concluir que el proyecto para la creación de una pequeña empresa “Fish And Chips” dedicada a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, en la forma propuesta, justifica el financiamiento y la conveniencia de la inversión en la ejecución del proyecto.

1. El diagnóstico situacional así como el estudio de mercado determinan que la oferta del producto conocido como “Fish & Chips” en el mercado gastronómico de la ciudad de Ibarra es nula, ello a raíz de que es un producto nuevo poco conocido en el medio, entorno a ello es lógico concluir que existe una demanda potencial sin explotar misma que será aprovechada al máximo con la ejecución del proyecto.
2. El estudio de mercado establece puntualmente que el consumidor busca nuevas alternativas gastronómicas variadas y nutritivas, distintas a las ya tradicionales.
3. El consumo de mariscos es necesario que sea permanente y no parcial, previsto que su contribución al desarrollo mental y físico en las personas es muy alto.
4. La evaluación financiera al ser teórica puede indicar un escenario muy positivo para el proyecto, situación que en la ejecución real puede no ser exacta y supone la existencia de variaciones significativas.
5. Actualmente el consumo de comida rápida es muy elevado y en ocasiones supone dejar de lado las afecciones en la salud de las personas y seguir comercializándola puesto que los rubros económicos generados son muy altos.
6. El trabajo en equipo es la base principal para el éxito de un negocio, debido a que hoy en día el individualismo merma las oportunidades de triunfo.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda trabajar en el desarrollo de una propuesta gastronómica nueva e innovadora, toda vez que dicho segmento de mercado se encuentra saturado de la comida rápida común, en donde la gastronomía de otros países resulta ser poco conocida pero que en realidad tiene una gran aceptación y un desarrollo económico potencial.
2. Se recomienda a todos aquellos establecimientos gastronómicos dedicados a la elaboración y comercialización de comida rápida, desarrollar productos alimenticios sanos y nutritivos apegados a las exigencias actuales del consumidor considerando gustos y preferencias, así como también la renovación en la presentación de su línea actual de productos a fin de hacerlos atractivos y competitivos dentro del mercado gastronómico.
3. Se recomienda impulsar el consumo continuo de mariscos, considerando que su aporte nutricional y vitamínico es muy alto y favorable para la salud de las personas, tomando en cuenta que hoy en día el consumo desmedido de comida rápida común perjudica la salud de las personas en general y contribuye a tener una sociedad obesa con malos hábitos alimenticios.
4. En la inversión de proyectos gastronómicos es importante disponer de un local propio, previsto que los costos de readecuación e instalación de maquinarias y equipos es muy elevado y sujeto a variaciones considerables, lo que hace que el tiempo para la recuperación de la inversión económica en términos reales sea mayor.
5. Parte del éxito de un establecimiento gastronómico radica en la correcta manipulación de alimentos, por lo que se recomienda realizar un control sanitario muy riguroso a nivel de todas las áreas del establecimiento a fin de garantizar la salud alimentaria de todos los clientes, minimizando así el riesgo de obtener réditos económicos a costa de la salud de la población.
6. El desarrollo de actividades de todo negocio involucra el trabajo coordinado de las personas, para lo cual se recomienda trabajar por medio de una matriz estratégica con metas y objetivos claros que viabilicen la utilización de recursos y la optimización en el desempeño del talento humano como parte principal de todo proyecto productivo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**BACA URBINA, Gabriel.** (2010) Evaluación de Proyectos. Sexta Edición Editorial. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA Editores S.A. México D.F.

**BACA URBINA, Gabriel.** (2006) Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.

**BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin.** (2009) Organización de Empresas 3ra edición. Mac Graw Hill, México.

**CÓRDOBA, Marcial.** (2006) Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe. Ediciones, Colombia.

**FRIEND, Graham y ZEHLE, Stefan.** (2008) Plan de Negocios. Primera Edición, Editorial The Economist Argentina.

**FOLLETO EDUCATIVO.** (2011) ESTUDIO DE FACTIBILIDAD (ESQUEMA APLICABLE PARA NUEVOS PRODUCTOS).

**GALLARDO DE LA PUENTE, Carlos. “CHEF”** (2011) Fiestas y Sabores del Ecuador. Primera Edición. Ecuador.

**GITMAN, Laurence J.** (2007) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

**HELLRIEGEL, Jackson Slocum.** (2009) Administración / Un Enfoque Basado en Competencias. 11ª. Edición. CENGAGE Learning. México.

**HITT BLACK, Michael Porter.** (2009) Administración Novena Edición, Pearson Educación, México.

**JÁCOME, Walter.** (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador.

**KOTLER, Philip.** (2008) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

**LARA FLORES, Elías. LARA RAMÍREZ, Leticia** (2009) Primer Curso de Contabilidad 22<sup>a</sup>. Ed. México. Editorial Trillas.

**PÁEZ, Roberto. N.** (2008) Desarrollo de la Mentalidad Empresarial. CODEU. Ecuador.

**PARKIN, Michael.** (2009) Economía Octava edición. Perarson Education de México S.A.

**SARMIENTO, Rubén.** (2010) CONTABILIDAD DE COSTOS, Segunda Edición Quito-Ecuador.

**TORRES S., Gabriel.** (2011) Contabilidad, costos y presupuestos para gestión financiera. 3ra Edición. Impresores C&C. Chile.

**ZAPATA, Pedro.** (2008) Contabilidad General. Sexta Edición. Editorial Mc Graw- Hill. Colombia.

## LINCOGRAFÍA

<http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html> 2007.  
<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html> 2010.  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Marisco> 2012  
<http://www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/novedades/mariscos2.htm> 2012  
<http://elcocineroandaluz.blogspot.com> 2011  
[www.imbabura.gob.ec](http://www.imbabura.gob.ec). 2012  
[www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec). 2011  
[www.ecuadorencifras.com.ec](http://www.ecuadorencifras.com.ec) 2012  
[www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec). 2012  
[www.nbf.fin.ec](http://www.nbf.fin.ec) 2012  
[www.estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com](http://www.estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com) 2010  
[www.slideshare.net/danizambra/mtodos-de-localizacin-de-proyectos-deza-2-presentation-811160](http://www.slideshare.net/danizambra/mtodos-de-localizacin-de-proyectos-deza-2-presentation-811160) 2008

# ANEXOS

**Anexo A. Formulario de Encuesta:**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Estudio de factibilidad para la creación una pequeña empresa "FISH AND CHIPS" dedicada a la elaboración y comercialización de comida rápida a base de pescado, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

Encuesta dirigida a los habitantes del sector urbano de la ciudad de Ibarra.

**Cuestionario:**

**1.- ¿El lugar donde Ud. reside de forma permanente es?**

Sector Urbano

Sector Rural

Otros  Especifique:.....

**2.- ¿Usted suele consumir comida rápida?**

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

**3.- ¿Qué tipo de comida rápida prefiere Ud.?**

Pollo asado

Pollo brosterizado

Salchipapa

Papicarne

Hamburguesa

Otros  Especifique:.....

**4.- ¿En qué lugar suele comer?**

Centros comerciales

Restaurantes

Puestos de comida rápida

Otros  Especifique:.....

**5.- ¿Con qué frecuencia al mes suele comer fuera de casa?**

1 - 2 veces

3 - 4 veces

5 - 6 veces

Más de 6 veces

**6.- ¿Qué días de la semana suele comer fuera de casa?**

Lunes /

Martes /

Miércoles /

Jueves /

Viernes /

Sábado /

Domingo /

**7.- ¿A cuál restaurante acude Ud. con mayor frecuencia?**

Pollos Gus /

KFC /

Maxims /

La Brasa Roja /

Alas Doradas /

Otros / Especifique:.....

**8.- ¿Cuál es la razón por la que consume dicho producto?**

Sabor /

Precio /

Presentación /

Servicio /

Otros / Especifique:.....

**9.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca un restaurante de comida rápida?**

Juegos infantiles /

Servicio a domicilio /

Menú exclusivo /

Otros / Especifique:.....

**10.- ¿De crearse un nuevo sitio de comida rápida que le gustaría que se oferte?**

Comida rápida tradicional /

Gastronomía vegetariana /

Gastronomía de otros países /

**11.- ¿Conoce Ud. La oferta de comida rápida a base de productos del mar?**

Mucho /

Poco /

Nada /

**12.- ¿Le gustaría que se oferte un plato de comida rápida combinando pescado y papas fritas al mejor estilo Europeo?**

Mucho   
Poco   
Nada

**13.- ¿Considera Ud. que el plato que se está ofertando es más nutritivo por su composición, a diferencia de los que usualmente se consumen?**

Totalmente de acuerdo   
Medianamente de acuerdo   
En total desacuerdo

**14.- ¿Qué precio considera Ud. que debería tener el nuevo producto que se va a ofertar?**

Hasta 2.50\$   
Entre 2.50\$ y 3.50\$   
Más de 3.50\$

**15.- ¿Dónde considera Ud. que debería ubicarse este nuevo proyecto para ofertar el producto en mención?**

Plaza Shopping Center   
Av. Atahualpa y Teodoro Gómez   
Centro de la ciudad

Otros  Especifique:.....

**Datos del encuestado:**

Sexo: M  F   
Edad: 15 – 30  31 – 45  46 – 60   
Ingreso mensual: Menor a 200\$  Entre 200\$ - 350\$  Mayor a 350\$

**Gracias por su amable colaboración.**

**Anexo B. Formulario de Encuesta:**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Entrevista dirigida a los propietarios de locales de expendio de comida rápida en el sector urbano de la ciudad de Ibarra.

**1.- ¿Qué opina usted sobre la situación actual de la oferta gastronómica en cuanto a comida rápida en la ciudad de Ibarra?**

.....  
...

**2.- ¿Cree usted que la comida rápida que se comercializa en el mercado gastronómico de nuestro medio es tradicional?**

.....  
...

**3.- ¿Considera usted que el negocio de la comida rápida es rentable y económicamente sostenible en nuestro medio?**

.....  
...

**4.- ¿Cree usted que el mercado gastronómico Ibarreño, en cuanto a lo que es la comida rápida se encuentra saturado?**

.....  
...

**5.- Si su respuesta fue positiva, cree usted que se debería incurrir en la creación de proyectos destinados a brindar:**

El mismo producto/servicio	<input type="checkbox"/>
Un producto similar pero innovador	<input type="checkbox"/>
Un producto diferente	<input type="checkbox"/>

**6.- ¿Conoce usted la existencia de proyectos de comida rápida a base de pescado en la ciudad de Ibarra?**

Si  No

**6.1.- Si su respuesta fue positiva podría mencionarlos:**

.....  
...

**7.- ¿Piensa usted que existen barreras de entrada a este segmento gastronómico en nuestro medio?**

.....  
 ...

**7.1.- Si su apreciación fue positiva, cree que dichas barreras pueden ser:**

Económicas /   
 Mercado /   
 Competencia /   
 Tecnología /   
 Proveedores de M.P. /

Otros / Especifique:.....

**7.- ¿Conoce Ud. el plato típico de comida rápida a base de pescado llamado “Fish And Chips” que tiene gran acogida y cuenta con una amplia demanda en la gastronomía Europea?**

.....  
 ...

**8.- ¿Qué opinión le merece la incursión en proyectos de comida rápida a base de pescado “Fish And Chips”, en el mercado gastronómico de la ciudad de Ibarra?**

.....  
 ...

<b>Datos Informativos</b>	
<b>Nombre del Entrevistado:</b>	
<b>Nombre del establecimiento:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Observaciones:</b>	..... .....
<b>Entrevistador:</b>	
<b>Fecha:</b>	

Anexo C. Plano de Diseño de Planta –White City – Fish & Chips:



# RAMIRO PAEZ VALENCIA

## ARQUITECTO

Reg. Prof.: I-075  
Telf.: 062-611-955

Proforma en Construcciones Nro. 146

Tipo construcción: Adecuación de instalaciones / Tipo restaurant.  
Solicitante del servicio: Sr. César Quiguango

### Especificaciones en Requerimientos de Mano de obra y Materiales

Nota: Los costos detallados son perceptibles de variaciones respecto del valor que se presente en el mercado.

Mano de Obra	Esp. De Construcción	V. Parcial	V. Total
	<b>Costo por Obra</b>		<b>\$ 1.800,00</b>
	Const. Paredes y Divisiones	\$ -	
	Const. Baños, Of. Adm, Vesti.	\$ -	
	Pegamento de Cerámica	\$ -	
	Inst. de grifería y tomas de agua	\$ -	
	Inst. de retretes, lavabos, etc.	\$ -	
	Pintura Interior y exterior	\$ -	
Materiales y Accesorios	Esp. Materiales	V. Parcial	V. Total
	1 Volqueta de Arena	\$ 80,00	<b>\$ 1.265,50</b>
	Bloques 1m2/13bloqus *0,15ctv	\$ 136,50	
	Cemento 2Quintales * m2 a 8usd	\$ 175,00	
	Cerámica 3m2 a 8usd	\$ 184,00	
	Pintura 1 can. 3 cl. * 80usd	\$ 240,00	
	Grifería, retretes, lavabos, etc.	\$ 450,00	
<b>C.T.C. en USD</b>			<b>\$ 3.065,50</b>

Anexo de Construcción  
Nro. 1

Diseño Interior Planta Principal Según Plano

**Plano de Diseño  
de Planta  
"White City – Fish  
& Chips"**

Proforma en  
Construcciones Nro. 146

**RAMIRO  
PAEZ  
VALENCIA**

Reg. Prof.: I-075  
Telf.: 062-611-955



## Anexo D. Cotización Equipos y Adecuaciones de Cocina:



**ECUAFRIO**  
Hernández Hnos.

Contactos  
TELEFAX: 2608516  
0999656365 / 099656389  
Sánchez y Cifuentes 16-52 y T. Gómez  
Ibarra - Ecuador

PROFORMA No. 090708-208

**CAMARA CONGELADO**

CLIENTE: Sr. César Quiguango

TELEF:

TELEFAX:

CEL:

FECHA: 10 de Abril de 2012

Por medio de la presente ponemos a su consideración la proforma para realizar la provisión e instalación de una cámara frigorífica de congelamiento para ALMACENAMIENTO DE MARISCOS EN GENERAL que será instalada en la ciudad de Ibarra; cuyas características y costos es según el siguiente detalle

### 1. ANTECEDENTES

Para la elaboración de esta oferta se han tomado en cuenta los datos de diseño, en base a los requerimiento y previamente aprobados por Ustedes, así tenemos:

### DETALLES CAMARA DE CONGELADO

#### Sección de la cámara para congelación:

- Temperatura de funcionamiento
- Medidas exteriores totales de cada cámara

#### MARISCOS EN GENERAL (-20 °C)

FRENTE (m).	1.50 m
FONDO (m).	1.50 m
ALTO (m).	1.50 m

#### Areas de paneles frigoríficos.

PAREDES:	6.00 m2
TECHO:	3.00 m2
AREA TOTAL:	9.00 m2

### 2. DETALLE TÉCNICO DE LA OFERTA

#### AISLAMIENTO TÉRMICO PARA CONGELACIÓN:

Aislamiento térmico para compartimento de congelamiento con paneles modulares fabricados con poliuretano inyectado de 38Kg/m<sup>3</sup> de densidad en 100 mm de espesor para paredes y techo, recubiertos con galvanume prepintado plastificado color blanco de 0.5mm de espesor.

#### PUERTAS:

Puerta de tipo abatible una hoja para cada área de la cámara, provisto de resistencias de compensación en el marco considerando, para un acceso de 1,00m x 2,00 y de espesor de aislamiento de 80 mm, las cuales estarán provista de una cortina plástica en tiras selladas al 100% para evitar pérdidas de temperatura cuando sean abiertas las puertas.

#### PISO PARA CAMARA DE CONGELACIÓN:

Piso térmico para cámara de congelación fabricado con paneles modulares de poliuretano inyectado de alta densidad, revestido la cara oculta (contra piso) con tol galvanizado y cara exterior (piso de la cámara) con lamina de aluminio antideslizante de 1,5 mm de espesor; con las correspondientes barreras de vapor recomendadas bajo norma.

#### SISTEMA DE REFRIGERACIÓN PARA CONGELACIÓN:

Sistema de refrigeración equipado con una unidad condensadora hermética marca Tecumseh o Copeland de 3.0 HP, baja temperatura para refrigerante ecológico R-404 A, provisto de un evaporador de 12.000 BTU/h, con resistencias de descongelamiento; características eléctricas 220 Vol, 60 Hz, 1 Ph.

Los equipos, accesorios y demás repuestos a instalar son bajo recomendaciones y normas internacionales de refrigeración.

**ACCESORIOS DE INSTALACIÓN PARA CAMARA DE CONGELACIÓN:**

Kit de accesorios de refrigeración y control para equipo de 3.0 HP, baja temperatura; como son: Tubería para succión y descarga, rubatex, filtro deshidratador, válvula solenoide, dos válvula de expansión térmica, gas refrigerante R-404, entre otros.

**4. COSTO DE LA OFERTA**

5. COSTO TOTAL DEL PROYECTO (MATERIALES Y MANO DE OBRA).	
DETALLE DE LOS COSTOS OFERTADOS.	V. TOTAL
4.1.1. COSTOS PANELERIA Y SU INSTALACION.	650.00
4.1.2. COSTOS SISTEMA DE REFRIGERACION.	900.00
4.1.3. EQUIPOS PARA EL SISTEMA DE REFRIGERACION	750.00
4.1.4. RUBRO MANTENIMIENTO PREVENTIVO	200.00

6. FORMA DE PAGO.			
ITEM	DESCRIPCION	%	VALOR SUSD
1	PRIMER PAGO COMO ANTICIPO A LA FIRMA DEL CONTRATO.	60,00%	1500.00
2	SEGUNDO PAGO CONTRA ENTREGA.	40,00%	1000.00
SUMA TOTAL A CANCELAR			2500.00

**7. TRABAJOS: INCLUIDOS EN ESTA OFERTA**

- Obras de albañilería
- Obras de plomería
- Acometidas eléctricas de energización desde los tableros de breakers hasta el tablero de control, unidad condensadora y evaporador (si incluye acometidas para el sistema de control).

*+ \$ 300<sup>00</sup>  
tablero*

**8. CONDICIONES DE LA OFERTA.**

- PLAZO DE ENTREGA: 30 DÍAS A PARTIR DE LA FECHA DE RECIBIDO EL ANTICIPO.
- GARANTÍA TECNICA: TERMOINGENIERIA CIA. LTDA. garantiza el buen funcionamiento de los equipos por un período de un año, contado a partir de la puesta en marcha y recepción, contra defectos de fabricación y montaje bajo condiciones de buen uso y mantenimiento de los sistemas.

Esta garantía cubre el cambio o reposición de partes defectuosas de los equipos, o modificaciones a instalaciones que se requieran para el buen funcionamiento de los sistemas.

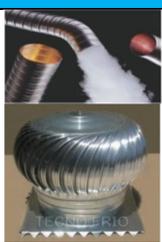


## Equipo de Cocina – Especificaciones Técnicas

Freidora Sencilla con Termostato y Base FS-30			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fabricada totalmente en acero inoxidable.</li> <li>✓ Capacidad de 7 litros</li> <li>✓ Canastilla Reforzada Niquelada.</li> <li>✓ Termostato de Temperatura de Hasta 300° C.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
FS-30	0.30 X 0.55 X 0.90m Cap. 7 litros		3.296.00\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

Congelador Tipo Tapa de Cofre CPC-25			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Innovado diseño con bajísimo consumo de energía.</li> <li>✓ Libre de mantenimiento, ideal para la congelación de productos del mar.</li> <li>✓ Producto de alto rendimiento y de gran capacidad.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
CPC-25	1.88m X 0.69m X 0.92m		1749.00\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

Refrigerador Vertical REB-630			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gran espacio e iluminación interior y medallón iluminado para publicidad.</li> <li>✓ 2 puertas de cierre automático que aseguran un consumo de electricidad bajo y mantenimiento mínimo.</li> <li>✓ Motor de ½ HP.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
REB-630	Frente 1.30, alto 1.79, Fondo 0.74mts		2,875.47\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

Ducto de Humo – LWS0150			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fabricada totalmente en acero inoxidable.</li> <li>✓ Capacidad de 10 Metros hacia fuera</li> <li>✓ Canal de 0.50 x 0.90 de ancho</li> <li>✓ Temperatura de Hasta 500° C.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
LWS010	0.50 x 0.90 de ancho		750.00\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

<b>Estufa Comercial EC-4-HM</b>		
<b>Características:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 4 quemadores abiertos tipo jumbo.</li> <li>✓ Horno mediano (medidas interiores): 0.47m de frente, 0.58m de fondo, 0.43m de alto.</li> <li>✓ Frente, costados y charola en acero inoxidable., de 4 puertas tabulares.</li> </ul>		
Modelo	Dimensiones	
EC-4-HM Nota	0.69 X 0.81 X 0.95m Precios Fr. Quito Ec.	970.00\$

<b>Batidora Laminada BL-10</b>		
<b>Características:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gancho y papeleta de aluminio.</li> <li>✓ Globo de alambren, cazo estañado.</li> <li>✓ Motor de ¾ Hp monofastico, sistema de planetario, de 3 velocidades.</li> <li>✓ Acabado esmaltado, especial para batidos y amasados en pequeñas cantidades.</li> </ul>		
Modelo	Dimensiones	
BL-10 Nota	Batidora para 10 litros Precios Fr. Quito Ec.	490.00\$

<b>Licuada Bar Blender BB 180</b>		
<b>Características:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Motor de 2/4 HP con 2 velocidades y pulso. Cuchillas en una sola pieza en acero inoxidable. Exclusivo cople de transmisión en metal reforzado y hule, fácilmente reemplazable.</li> <li>✓ Base metálica en color negro con acabado durable epóxico y polvo de zinc.</li> <li>✓ Vaso de policarbonato irrompible con capacidad de 44oz. Operación a 120V./60/1. Certificación NSF</li> </ul>		
Modelo	Dimensiones	
BB 180 Nota	Precios Fr. Quito Ec.	119.00\$

<b>Plancha con Base en Acero Inoxidable PSG-70</b>		
<b>Características:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Frente, costados y charola en acero inoxidable.</li> <li>✓ Plancha En placa C.R. (rolada en frío) de 1/2" de espesor.</li> <li>✓ Incluye Base con Entrepaño en Acero Inoxidable.</li> <li>✓ Funcionan como auxiliar en cocinas colectivas, taquerías, torterías, etc.</li> <li>✓ Funcionamiento gas L.P.</li> </ul>		
Modelo	Dimensiones	
PSGL-70 Nota	0.70 X 0.70 X 0.90 m (incluye base) Precios Fr. Quito Ec.	850.30\$

Rebanador de Patatas RPE			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fabricada totalmente en acero inoxidable.</li> <li>✓ Útil cortador de patatas a la francesa</li> <li>✓ Cuchillas de alta resistencia para un corte fino</li> <li>✓ Fácil de usar y limpiar.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
RPECH01 Nota	REB. Económico Precios Fr. Quito Ec.		294.70\$

Horno de Microondas RMS10D			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acabado exterior en acero inoxidable e interior pintado.</li> <li>✓ Cámara de cocción de .9 piés cúbicos (.025m3) que admite fuentes de hasta 12" (30.5 cm) de diámetro.</li> <li>✓ 1 nivel de potencia full y timer con control de perilla de 6 minutos.</li> <li>✓ Luz interior</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
RMS10D Nota	31.11cm X 50.8cm X 41.9cm Precios Fr. Quito Ec.		387.00\$

Surtidor de Catsup y Mostaza SC-3			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fabricado en acero inoxidable grado alimenticio, con espacio para 3 insertos. Insertos sextos de acero inoxidable de 10cm de profundidad ideales para condimentos (tomate, cebolla, jalapeños, pepinillos, etc.).</li> <li>✓ Cubierta acrílico para la sección de insertos para prevenir la contaminación de los condimentos. Cuenta con depósitos laterales para introducir los recipientes del producto.</li> <li>✓ Bombas surtidoras de producto, diseñadas para uso continuo y de fácil limpieza para obtener raciones uniformes.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
SC-3 Nota	85cm X 18cm X 42.5cm Precios Fr. Quito Ec.		194.00\$

Contenedor de 20 Galones			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseñados para trabajo pesado y diversos usos, construidos en plástico grado profesional , resistente a peladuras y abolladuras</li> <li>✓ Contenedor de 20 galones</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
2620 Nota	20 Galones Precios Fr. Quito Ec.		31.00\$

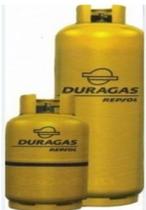
Plancha Asador Panini Grill Doble GH-813			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plancha asador de contacto eléctrico, ideal para carne asada, mariscos asados, focaccia, etc.</li> <li>✓ Cuenta con resistencia calefactora superior e inferior, interruptor general.</li> <li>✓ Indicador luminoso, voltaje máximo 110v/60hz, potencia máxima de 1650w y un termostato de entre 50gr.c. – 30gr.c.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
GH-813	Asador eléctrico 110v (panini)		455.77\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

Mesa de Trabajo T Isla con Piso			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mesa de trabajo tipo isla, fabricada en acero inoxidable Cal. 18 y 20.</li> <li>✓ Con piso (entrepaño) regatones niveladores ideal para cocinas de tipo restaurant.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
MTIE-90	0.90 X 0.70 X 0.90m		110.00\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

Balanza Digital 150-kg			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fabricada en acero inoxidable, esmaltada con niveladores tipo soporte.</li> <li>✓ Capacidad máxima de 150 kg.</li> <li>✓ Ideal para uso comercial.</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
BD-150	0.30 X 0.45 X 0.30m		212.00\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

Anaquel Tipo Liso en Acero Inoxidable			
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Anaquel liso con cuatro entrepaños</li> <li>✓ Fabricado en acero inoxidable Cal. 20</li> <li>✓ Poste en acero inoxidable Cal. 16</li> <li>✓ Acabado sanitario</li> <li>✓ Usos multiples</li> </ul>			
Modelo	Dimensiones		Precio
AL-90	0.90 X 0.45 X 1.80m		122.00\$
Nota		Precios Fr. Quito Ec.	

Sartén Eléctrica COS BAO Para F&CH. BN-83		
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidad máxima 500 Pedazo/pedazos por Semana</li> <li>✓ Acero inoxidable 201/430</li> </ul>		
Modelo	Dimensiones	
SECB-83 Nota	0.90 X 0.45 X 1.80m Precios Imp. China. <a href="http://www.spanish.alibaba.com/product-gs-igm/electric-fish-and-chips-fryers-bn-83-4689-71881.html">www.spanish.alibaba.com/product-gs-igm/electric-fish-and-chips-fryers-bn-83-4689-71881.html</a>	425.00\$

WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM	
<a href="http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400891724-tanque-de-gas-industrial-en-perfecto-estado-JM.htm">www.mercadolibre.com.ec/MEC-400891724-tanque-de-gas-industrial-en-perfecto-estado-JM.htm</a>	
<b>Tanque de Gas Industrial</b>  <p><b>U\$S 140<sup>00</sup></b> Artículo usado</p>	<b>Detalles Internos</b> DURAGAS: Color Amarillo
<b>CARACTERISTICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Repsol amarillo tipo Industrial</li> </ul>	

## Vajilla y Utensilios de Cocina en General



Dirección: Sánchez y Cifuentes 9-43 y Oviedo.  
Teléfono: 062-951-570  
Email: [almacenastra@hotmail.com](mailto:almacenastra@hotmail.com)

Señores  
White City Fish & Chips.  
Att: Blanca Robalino (Asistente de Ventas)  
Presente.-

Proforma Nro. 825

### Vajillas y Utensilios

#### Composición juego de vajillas Línea Calypso

Descripción	Pulgadas	Centímetros
 Placa Base	12"	30
 Placa	8"	20
 Placa Pasta	11"	28
 Taza concazo sin Res	—	—
 Bowl	8 1/2"	17
 Condensero	8 1/2"	17
 Mug	—	—
 Puchito Lá Apilable	—	—
 Puchito Café Apilable	—	—
 Puchito Lá	8"	18
 Puchito Café / Espresso	8"	18
 Accesorio para Tefal	1 1/2" x 1"	3,8x2,5
 Medidor de Cerveza Dual	1 1/2"	3,8x2,5
 Escudilla	—	—

Precio: 1900USD Inc. IVA

Vasos Montecarlo: Vasos modelo Montecarlo para bebidas, y jugos. Fabricados en vidrio con capacidades de volumen de 11.73, 9.4 y 6 oz

Cubiertos Luxor

Ollas en acero Inoxidable

Juego de Condimentado res

Cucharas medidoras: Cucharas medidoras fabricadas en acero inoxidable 187-8

Juego de Ollas en acero inoxidable:



Precio: 800USD Inc. IVA

**Anexo F. Cotización Equipo y Muebles de oficina:**

	
	<p><b>\$709.99</b></p> <p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p> <p>Disponibilidad: 1 artículo disponible</p>
● Sistema operativo	Genuine Windows® 7 Home Premium
Fabricante del procesador	Intel
Tipo de procesador	Core i3
Procesador Modelo	2120
Velocidad del procesador	2.1 GHz
Memoria estándar	4 GB
Memoria máxima	8 GB
Tecnología de memoria	DDR3 SDRAM
Lector de tarjetas	Sí
Tarjeta de memoria compatibles	Secure Digital (SD) Tarjeta xD-Picture Card (MMC) Memory Stick Memory Stick PRO
Modelo	Intel HD Graphics
Capacidad del disco duro	1000 GB
Interfaz del disco duro	Serial ATA
RPM de disco duro	7200
Tipo de unidad óptica	Grabadora de DVD
Los medios ópticos compatibles	DVD-RAM / ± R / ± RW
Tamaño de la pantalla	23"
Tipo de Pantalla	Active Matrix TFT LCD a color
Tecnología de Pantalla	CineCrystal
Tecnología de retroiluminación	LED TOUCH
Soporte HDCP	Sí
Tarjeta de TV	No
Wi-Fi	Sí

<b>Wi-Fi estándar</b>	IEEE 802.11b/g/n
<b>Tecnología Ethernet</b>	Gigabit Ethernet
<b>Bluetooth</b>	No
<b>Webcam</b>	Sí
<b>Micrófono</b>	Sí
<b>HDMI</b>	No
<b>Número total de puertos USB</b>	4
<b>Número de puertos USB 2.0</b>	4
<b>VGA</b>	No
<b>De red (RJ-45)</b>	Sí
<b>Sistema operativo</b>	Genuine Windows <sup>®</sup> 7 Home Premium
<b>Arquitectura del S.O</b>	64-bit
<b>El software incluido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Microsoft<sup>®</sup> Office Starter: de funcionalidad reducida de Word y Excel<sup>®</sup> sólo con la publicidad. No<sup>®</sup> PowerPoint<sup>®</sup> o Outlook. Comprar Office 2010 para utilizar el software con todas las funciones.</li> <li>• Bing Bar<sup>™</sup></li> <li>• Windows Live Essentials<sup>™</sup></li> </ul>
<b>Contenido del paquete</b>	Dell Touchsmart Teclado - Mouse Garantía 1 año



	<p style="color: red; font-weight: bold; margin: 0;">\$139.99</p> <p>Cantidad: <input style="width: 40px;" type="text" value="1"/></p> <p>Disponibilidad: 1 artículo disponible</p>
---	---

Imprimir

Tecnología de impresión: 4 colores (CMYK) drop-on-demand MicroPiezo<sup>®</sup> tecnología de inyección de tinta

Tamaño de la Gota de tinta mínima: 3 tamaños de gotas, tan pequeñas como 3 picolitros

Resolución máxima de impresión: 5760 x 1440 ppp optimizados

ISO Velocidad de impresión:

Negro: 6,3 ppm ISO 1  
Color: 3,3 ppm ISO 1

Copiar
<p>Modos de copia:  Color  Negro y Blanco  Borrador  Normal</p> <p>Cantidad de copias: 1 - 99 (sin PC)  Tamaño de copia máxima: 8,5 "x 14" (sin PC)</p> <p>Funciones de copia:  Ajustar a la página  Reducción automática y ampliación (25 - 400%)  Densidad de la copia ajustable</p>
Escanear
<p>Tipo de escáner: color de cama plana / alimentador automático de documentos  Dispositivo fotoeléctrico: sensor CIS línea  Resolución óptica: 2400 dpi  Resolución Hardware: 1200 x 2400 dpi  Máxima Resolución: 9600 x 9600 ppp interpolados  Escáner con profundidad de bits: 48-bit color / 24-bit de salida</p>
Fax
<p>Ajustes de fax: Negro y blanco y color  Velocidad de fax: 33,6 Kbps - tan rápido como 3 segundos por página  Memoria: Hasta 180 páginas  Marcado rápido: 60 (máx.)  PC Fax: Apoyado 2  Manejo del papel  Sin PC Soporte del papel:  Plain (Carta, A4)  Fotos (4 "x 6", 5 "x 7", 8 "x 10", Carta, A4, 16:9 de ancho)</p>
General
<p>Sistemas operativos:  Windows ® 7 (32-bit, 64-bit)  Windows Vista ® (32-bit, 64-bit)  Windows XP SP1 o superior (32-bit)  Windows XP Professional x64 Edition  Mac OS ® X 10.4.11, 10.5.x, 10.6.x, 10.7.x, 10.8.x y 6</p>

WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM

[www.mercadolibre.com.ec/MEC-400831302-muebles-de-oficina-estacion-y-sillon-de-gerencia-JM.htm](http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400831302-muebles-de-oficina-estacion-y-sillon-de-gerencia-JM.htm)

Muebles de oficina



**U\$S 480<sup>00</sup>**

Artículo nuevo

Detalles Internos

Estación y sillón de gerencia

**CARACTERISTICAS:**

- ✓ Muebles de oficina sillón de gerente negro
- ✓ Estación de trabajo para gerencia color café con cajonera de metal 1.80 x 1.80 cm
- ✓ Valoración menor al 30% del valor real de los muebles

WWW.MERCADOLIBRECUADOR.COM

[www.mercadolibre.com.ec/MEC-400726033-uniden-tru5885-telefono-inalambrico-58ghz-con-contestador-\\_JM.htm](http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400726033-uniden-tru5885-telefono-inalambrico-58ghz-con-contestador-_JM.htm)

**Uniden Tru5885 Teléfono Inalambrico 5.8ghz Con**

**Detalles Internos**

**Contestador**



**U\$S 80<sup>00</sup>**

Artículo nuevo

- 5.8 GHz Digital Spread Spectrum
- 1 Handset Expandability
- Digital Answering
- SystemBase Dual Keypad/Speakerphone
- Handset Speakerphone
- Call Waiting/Caller ID

**CARACTERISTICAS:**

- ✓ Caller ID : Si
- ✓ Cantidad de aparatos : 1 (1 incluido)
- ✓ Contestador : Si
- ✓ Duración de batería en uso : 240 horas
- ✓ Marca : Otras Marcas
- ✓ Llamada en espera : Si
- ✓ Memoria de Agenda : 10
- ✓ Tecnología : DSS
- ✓ Frecuencia : 5.8 GHz
- ✓ Pantalla/ Display : LCD
- ✓ Capacidad de grabación : 10 min
- ✓ Canales : 3
- ✓ Llamada en conferencia : Si, 3
- ✓ Altavoz : Si
- ✓ Características adicionales : Single Line Operation
- ✓ Duración de batería en espera : 192 horas

**SISTEMAS Y TECNOLOGÍA ECUADOR**

PUNTOS DE VENTA-COMPUTADORES-EQUIPOS DE OFICINA-CAJAS REGISTRADORAS-BALANZAS  
ELECTRÓNICAS LECTORES DE CÓDIGOS DE BARRAS  
VENTAS, CAPACITACIÓN ASESORAMIENTO, SERVICIO TÉCNICO, REPUESTOS Y SUMINISTROS  
**QUITO-ECUADOR**  
[www.mercadolibre.com.ec/MEC-400857639-caja-registradora-sam4s-er-655ii-\\_JM.htm](http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400857639-caja-registradora-sam4s-er-655ii-_JM.htm)

## Caja Registradora Sam4s Er-655ii



**U\$S 784<sup>00</sup>**

Artículo nuevo

### SUMINISTROS:

CINTA ERC-39

ROLLOS DE PAPEL 57\*70 SIMPLE / Q2 / Q3

### CAJA INCLUYE:

FACTURA

REGISTRADORA PROGRAMADA

4 HORAS DE CAPACITACIÓN

MANUAL RAPIDO

2 ROLLOS DE PAPEL SIMPLE

PRECIO INCLUYE I.V.A.

### CARACTERISTICAS:

- ✓ AUTORIZADA POR EL S.R.I.
- ✓ Versión en español
- ✓ Nombre del producto en la pantalla (Máximo 8 productos)
- ✓ Teclado plano con 63 teclas programables
- ✓ Memoria interna para 1000 códigos expandible hasta (10000 productos)
- ✓ 2 puertos RS-232C para conectar periféricos: Impresora, Lector de códigos de barra, Balanza Electrónica, PC (Software Adicional)
- ✓ Control de entrada y salida de empleados
- ✓ Cuentas en espera y propina
- ✓ Teclas de: CANCELACIÓN, DESCUENTO, DEVOLUCIÓN, INGRESO DE CAJA, PAGOS, CONSUMO INTERNO, ABRIR GAVETA, CHEQUE, TARIETAS DE CRÉDITO, CONSULTA DE PRECIOS.
- ✓ Reportes: CONSULTA Y CIERRE (Productos, Stock, Grupos, Cuentas, Entrada y Salida, Cajeros)
- ✓ Reportes Financieros: Diarios, Semanales y Mensuales
- ✓ Control de stock
- ✓ Fácil manejo, fácil programación
- ✓ 8 líneas x 20 caracteres en pantalla LCD retro iluminada
- ✓ IRC (Trabaja en Red con varias estaciones)
- ✓ Cupones de alimentos
- ✓ Hasta 5 teclas modificadoras de PLU (Grande, Mediano y Pequeño)
- ✓ 5 niveles de precios (PVP, Por mayor, etc)
- ✓ 4 tipos de impuestos
- ✓ Conversión de moneda (4 monedas)
- ✓ 12 caracteres para descripción de PRODUCTOS (PLU'S)

## Anexo G. Cotización Diseño y Acabados de Cocina:

<p>WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM</p> <p><a href="http://www.mercadolibre.com.ec/modulares%20cocina/MEC-400975582-cocina-mueble-modular-repisa-tv-empotrada-tablero-mdf-mdp-_JM.htm">www.mercadolibre.com.ec/modulares%20cocina/MEC-400975582-cocina-mueble-modular-repisa-tv-empotrada-tablero-mdf-mdp-_JM.htm</a></p>	
<p><b>Cocina Mueble Modular Repisa Tv Empotrada Tablero Mdf Mdp</b></p>  <p style="text-align: right;"><b>U\$S 110<sup>00</sup></b> Artículo nuevo</p>	<p><b>Detalles Económicos</b></p> <p>110usd el metro lineal incluido instalación tiraderas y bisagras italianas regulables.</p> <p><b>Costo m2:</b> 110\$ <b>Metros de Const.:</b> 19.2m2 <b>C. Total:</b> 2117.5\$</p>
<p><b>CARACTERISTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseños a la medida</li> <li>✓ Terminación y acabados perfectos</li> <li>✓ Resistente a la humedad debidamente garantizado</li> <li>✓ El diseño se lo realiza en un programa especializado, mismo que mostrara como quedara su proyecto de cocina antes de hacer la compra</li> </ul>	

<p>WWW.MERCADOLIBREECUADOR.COM</p> <p><a href="http://www.mercadolibre.com.ec/MEC-400891724-tanque-de-gas-industrial-en-perfecto-estado-_JM.htm">www.mercadolibre.com.ec/MEC-400891724-tanque-de-gas-industrial-en-perfecto-estado-_JM.htm</a></p>	
<p><b>Extractores de olores 60cm acero inoxidable</b></p>  <p style="text-align: right;"><b>U\$S 115<sup>00</sup></b> Artículo nuevo</p>	<p><b>Detalles Internos</b></p> <p>Garantía y mantenimiento de 1 año</p>
<p><b>CARACTERISTICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Extractores de olores extensibles de acero inoxidable</li> <li>✓ Dimensiones del producto: 595*295*170</li> <li>✓ 2 filtros de grasa de aluminio</li> <li>✓ Filtro de carbón</li> <li>✓ 2 luces 2*25 w</li> <li>✓ Bajo nivel de ruido</li> </ul>	

**Anexo H. Cotización Equipo y Muebles de Restaurant:**

**Muebles**  
**Imbabura**  
Ibarra, Imbabura Ecuador.

Dirección: Ibarra, las Palmas, calle Puyo y pasaje D.  
Teléfono: 062-612-966

Cliente: Sr. César Quiquango  Proforma Nro. 89

Producto Nro. 1: Mesa redonda en madera y acero color café  **P.V.P.: 75**

Producto Nro. 2: Silla tipo ovalo en madera y acero color café  **P.V.P.: 35**

Producto Nro. 3: Taburete corona redonda color rojo y gris niquelado  **P.V.P.: 45**



**Artefacta**  
Facilita tu vida

Proforma Nro. 002489  
Sr. César Quiquango  
Teléfono: 062-611-995

Tipo Act: **Servicios de restaurant**  
Line de Electrodomésticos: **Series LED y plasma.**

**Televisor LED PANASONIC**



Cod: 132281  
TV LED TC-L32X5L  
IAGEN HD 1366 X768  
HDMI X 3 – PUERTO USB  
ENTRADA PC

Esp. T.  
32 Pulgadas.  
9.1" (230mm)  
2.1" (53mm)

Anexo I. Presentación del Menú:

249

**Restaurant...**  
Tradición a la Europea

**Sábados Y Domingos  
Especiales de la Casa**  
Especial Drinks

**100%  
Comida  
Real**



**Una delicia gastronómica  
del mar en su paladar.**

**WHITE CITY  
FISH & CHIPS**

White City Fish & Chips es una pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de Fish And Chips, conocido tradicionalmente como gastronomía rápida a base de pescado al mejor estilo Europeo.

Es importante para nosotros aprovechar las potencialidades nutritivas que poseen los mariscos, la frescura y calidad de los insumos y el carácter humano de las personas de la ciudad de Ibarra.

*Nosotros esperamos verlo pronto en  
White City Fish & Chips...*

Abierto de Lunes a Domingo de 11.00am a 22:00pm



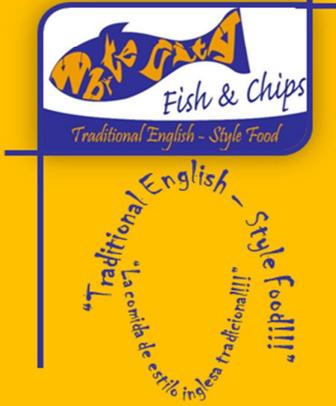
Av. J. J. Olmedo y M. Oviedo  
Barrio la Merced  
Ibarra, Imbabura Ecuador.  
Telf.: 062-611-995

Conócenos mejor visitando:  
[www.google.com/site/whitecityf&ch/](http://www.google.com/site/whitecityf&ch/)

 whitecityF&Ch  whitecityF&Ch

**WHITE CITY  
FISH & CHIPS**  
*Tradition & Quality*

**Restaurant...**  
Tradición a la Europea



“Traditional English - Style Food”  
“¡¡¡¡¡pool Fish!!!”  
“¡¡¡¡¡esa tradición!!!”  
“¡¡¡¡¡comida de estilo inglés!!!”

Visítanos en:  
[www.google.com/site/whitecityf&ch/](http://www.google.com/site/whitecityf&ch/)

# Menú White City



# Restaurant... Tradición a la Europea

## Fish & Chips Clásico

- Fish & Chips Filete de Dorado **1,75\$**  
1,00\$ 
- Fish & Chips Filete de Picudo **1,75\$**  
1,00\$ 
- Fish & Chips Filete de Tilapia **1,70\$**  
1,00\$ 
- Fish & Chips Filete de Corvina **1,50\$**  
1,00\$ 

## Fish & Chips Filete de Corvina Blanca **1,50\$**



## Especial Mariscos & Chips

## Chips & Camarones A la Francesa **3,00\$**



## Chips & Camarones Al Vapor **2,75\$**



## Chips & Nuggets De Tilapia **2,00\$**



## Mixtura de Mariscos A la Cazuela **3,00\$**



## Especial de Gaseosas



## Especial de Bebidas



Precios Incluyen 12% de IVA

 [www.facebook.com/whitecityF&Ch](http://www.facebook.com/whitecityF&Ch)

Visítanos en: [www.google.com/site/whitecityf&ch/](http://www.google.com/site/whitecityf&ch/)

 @whitecityF&Ch

## Anexo J. Preparación de Recetas:

Fish & Chips – Filete de Dorado			
	<b>Dificultad:</b> Muy fácil	<b>Tiempo:</b> 15 min.	
	<b>Vegetariana:</b> No	<b>Calorías:</b> Bajo	
<b>Ingredientes para 12 personas</b>	<b>Aporte Nutricional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 12 unds de DORADO en filetes</li> <li>- 3 tz. de Harina flor</li> <li>- 1. ½ tz. de Apanadura</li> <li>- 3. cdta. de Polvo de ornear</li> <li>- 3. ½ tz. de Cerveza</li> <li>- 1 Ltr de Aceite la favorita Light</li> <li>- 2. ½ tz. de Agua</li> <li>- 1800gr. de Pat. cort. en astillas</li> <li>- 3 cdta. de Vinagre de manzana</li> <li>- 6 unds. de Huevos</li> <li>- 3 unds. de Limón</li> <li>- A/G Sal y pimienta</li> </ul>	<b>Calorías Totales Pescado:</b> 772.72 <b>Calorías por porción:</b> 198.18		
	<b>Total    Por porción</b>		
	Carbohidratos	189.6	47.4
	Proteínas	415.18	103.84
	Lípidos	167.76	41.94
<b>Instrucciones de Elaboración</b>			
<p>Para la salsa, mezcle todos los ingredientes y sazone con sal, pimienta y limón. Sazone los filetes con sal y jugo de limón.</p> <p>Hacer la pasta para rebozar mezclando la harina con; los huevos batidos, el agua, el polvo de hornear y agregue lentamente tres cuartas partes de la cerveza. Si la mezcla está muy espesa agregue un poco más de cerveza. Dejar reposar la pasta por 30 minutos.</p> <p>Pase los filetes por la harina y sumérgalos uno por uno en la mezcla. Caliente el aceite a 355°F. Fríalos hasta que estén dorados (entre 8 y 12 minutos). Pelar y cortar las patatas en astillas, luego freír en aceite caliente a fuego medio.</p> <p>Sirva cada filete sazonado con vinagre de manzana sobre una cama de patatas a la francesa y acompañe con la salsa tártara y salsa de mayonesa.</p>			

Fish & Chips – Filete de Picudo			
	<b>Dificultad:</b> Muy fácil	<b>Tiempo:</b> 15 min.	
	<b>Vegetariana:</b> No	<b>Calorías:</b> Bajo	
<b>Ingredientes para 12 personas</b>	<b>Aporte Nutricional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 12 unds de PICUDO en filetes</li> <li>- 3 tz. de Harina flor</li> <li>- 1. ½ tz. de Apanadura</li> <li>- 3. cdta. de Polvo de ornear</li> <li>- 3. ½ tz. de Cerveza</li> <li>- 1 Ltr de Aceite la favorita Light</li> <li>- 2. ½ tz. de Agua</li> <li>- 1800gr. de Pat. cort. en astillas</li> </ul>	<b>Calorías Totales Pescado:</b> 772.72 <b>Calorías por porción:</b> 198.18		
	<b>Total    Por porción</b>		
	Carbohidratos	189.6	47.4
	Proteínas	415.18	103.84
	Lípidos	167.76	41.94

<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 cdta. de Vinagre de manzana</li> <li>- 6 unds. de Huevos</li> <li>- 3 unds. de Limón</li> <li>- A/G Sal y pimienta</li> </ul>	
<p><b>Instrucciones de Elaboración</b></p> <p>Para la salsa, mezcle todos los ingredientes y sazone con sal, pimienta y limón. Sazone los filetes con sal y jugo de limón.</p> <p>Hacer la pasta para rebozar mezclando la harina con; los huevos batidos, el agua, el polvo de hornear y agregue lentamente tres cuartas partes de la cerveza. Si la mezcla está muy espesa agregue un poco más de cerveza. Dejar reposar la pasta por 30 minutos.</p> <p>Pase los filetes por la harina y sumérjalos uno por uno en la mezcla. Caliente el aceite a 355°F. Fríalos hasta que estén dorados (entre 8 y 12 minutos). Pelar y cortar las patatas en astillas, luego freír en aceite caliente a fuego medio.</p> <p>Sirva cada filete sazonado con vinagre de manzana sobre una cama de patatas a la francesa y acompañe con la salsa tártara y salsa de mayonesa.</p>	

Fish & Chips – Filete de Tilapia														
	<p><b>Dificultad:</b> Muy fácil</p> <p><b>Vegetariana:</b> No</p>	<p><b>Tiempo:</b> 15 min.</p> <p><b>Calorías:</b> Bajo</p>												
<p><b>Ingredientes para 12 personas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 12 unds de TILAPIA en filetes</li> <li>- 3 tz. de Harina flor</li> <li>- 1. ½ tz. de Apanadura</li> <li>- 3. cdta. de Polvo de ornear</li> <li>- 3. ½ tz. de Cerveza</li> <li>- 1 Ltr de Aceite la favorita Light</li> <li>- 2. ½ tz. de Agua</li> <li>- 1800gr. de Pat. cort. en astillas</li> <li>- 3 cdta. de Vinagre de manzana</li> <li>- 6 unds. de Huevos</li> <li>- 3 unds. de Limón</li> <li>- A/G Sal y pimienta</li> </ul>	<p><b>Aporte Nutricional</b></p> <p><b>Calorías Totales Pescado:</b> 772.72</p> <p><b>Calorías por porción:</b> 198.18</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: right;">Total</th> <th style="text-align: right;">Por porción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carbohidratos</td> <td style="text-align: right;">189.6</td> <td style="text-align: right;">47.4</td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td style="text-align: right;">415.18</td> <td style="text-align: right;">103.84</td> </tr> <tr> <td>Lípidos</td> <td style="text-align: right;">167.76</td> <td style="text-align: right;">41.94</td> </tr> </tbody> </table>			Total	Por porción	Carbohidratos	189.6	47.4	Proteínas	415.18	103.84	Lípidos	167.76	41.94
	Total	Por porción												
Carbohidratos	189.6	47.4												
Proteínas	415.18	103.84												
Lípidos	167.76	41.94												
<p><b>Instrucciones de Elaboración</b></p> <p>Para la salsa, mezcle todos los ingredientes y sazone con sal, pimienta y limón. Sazone los filetes con sal y jugo de limón.</p> <p>Hacer la pasta para rebozar mezclando la harina con; los huevos batidos, el agua, el polvo de hornear y agregue lentamente tres cuartas partes de la cerveza. Si la mezcla está muy espesa agregue un poco más de cerveza. Dejar reposar la pasta por 30 minutos.</p> <p>Pase los filetes por la harina y sumérjalos uno por uno en la mezcla. Caliente el aceite a 355°F. Fríalos hasta que estén dorados (entre 8 y 12 minutos). Pelar y cortar las patatas en astillas, luego freír en aceite caliente a fuego medio.</p> <p>Sirva cada filete sazonado con vinagre de manzana sobre una cama de patatas a la francesa y acompañe con la salsa tártara y salsa de mayonesa.</p>														

Fish & Chips – Filete de Corvina			
	<b>Dificultad:</b> Muy fácil	<b>Tiempo:</b> 15 min.	
	<b>Vegetariana:</b> No	<b>Calorías:</b> Bajo	
<b>Ingredientes para 12 personas</b>	<b>Aporte Nutricional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 12 unds de F. De CORVINA</li> <li>- 3 tz. de Harina flor</li> <li>- 1. ½ tz. de Apanadura</li> <li>- 3. cdta. de Polvo de ornear</li> <li>- 3. ½ tz. de Cerveza</li> <li>- 1 Ltr de Aceite la favorita Light</li> <li>- 2. ½ tz. de Agua</li> <li>- 1800gr. de Pat. cort. en astillas</li> <li>- 3 cdta. de Vinagre de manzana</li> <li>- 6 unds. de Huevos</li> <li>- 3 unds. de Limón</li> <li>- A/G Sal y pimienta</li> </ul>	<b>Calorías Totales Pescado:</b> 772.72 <b>Calorías por porción:</b> 198.18		
	<b>Total    Por porción</b>		
	Carbohidratos	189.6	47.4
	Proteínas	415.18	103.84
	Lípidos	167.76	41.94
<b>Instrucciones de Elaboración</b>			
<p>Para la salsa, mezcle todos los ingredientes y sazone con sal, pimienta y limón. Sazone los filetes con sal y jugo de limón.</p> <p>Hacer la pasta para rebozar mezclando la harina con; los huevos batidos, el agua, el polvo de hornear y agregue lentamente tres cuartas partes de la cerveza. Si la mezcla está muy espesa agregue un poco más de cerveza. Dejar reposar la pasta por 30 minutos.</p> <p>Pase los filetes por la harina y sumérgalos uno por uno en la mezcla. Caliente el aceite a 355°F. Fríalos hasta que estén dorados (entre 8 y 12 minutos). Pelar y cortar las patatas en astillas, luego freír en aceite caliente a fuego medio.</p> <p>Sirva cada filete sazonado con vinagre de manzana sobre una cama de patatas a la francesa y acompañe con la salsa tártara y salsa de mayonesa.</p>			

Fish & Chips – Filete de Corvina Blanca			
	<b>Dificultad:</b> Muy fácil	<b>Tiempo:</b> 15 min.	
	<b>Vegetariana:</b> No	<b>Calorías:</b> Bajo	
<b>Ingredientes para 12 personas</b>	<b>Aporte Nutricional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 12 unds de CORVINA B. en Fil.</li> <li>- 3 tz. de Harina flor</li> <li>- 1. ½ tz. de Apanadura</li> <li>- 3. cdta. de Polvo de ornear</li> <li>- 3. ½ tz. de Cerveza</li> <li>- 1 Ltr de Aceite la favorita Light</li> <li>- 2. ½ tz. de Agua</li> <li>- 1800gr. de Pat. cort. en astillas</li> <li>- 3 cdta. de Vinagre de manzana</li> <li>- 6 unds. de Huevos</li> <li>- 3 unds. de Limón</li> <li>- A/G Sal y pimienta</li> </ul>	<b>Calorías Totales Pescado:</b> 772.72 <b>Calorías por porción:</b> 198.18		
	<b>Total    Por porción</b>		
	Carbohidratos	189.6	47.4
	Proteínas	415.18	103.84
	Lípidos	167.76	41.94
<b>Instrucciones de Elaboración</b>			

Para la salsa, mezcle todos los ingredientes y sazone con sal, pimienta y limón. Sazone los filetes con sal y jugo de limón.

Hacer la pasta para rebozar mezclando la harina con; los huevos batidos, el agua, el polvo de hornear y agregue lentamente tres cuartas partes de la cerveza. Si la mezcla está muy espesa agregue un poco más de cerveza. Dejar reposar la pasta por 30 minutos.

Pase los filetes por la harina y sumérgalos uno por uno en la mezcla. Caliente el aceite a 355°F. Fríalos hasta que estén dorados (entre 8 y 12 minutos). Pelar y cortar las patatas en astillas, luego freír en aceite caliente a fuego medio.

Sirva cada filete sazonado con vinagre de manzana sobre una cama de patatas a la francesa y acompañe con la salsa tártara y salsa de mayonesa.

### Chips & Camarones a la Francesa



**Dificultad:**  
Muy fácil

**Tiempo:**  
15 min.

**Vegetariana:**  
No

**Calorías:**  
Bajo

#### Ingredientes para 12 personas

- 1350gr de camarones Apnds
- 3 tz. de Harina flor
- 1. ½ tz. de Apanadura
- 3. cdt. de Polvo de ornear
- 3. ½ tz. de Cerveza
- 1 Ltr de Aceite la favorita Light
- 2. ½ tz. de Agua
- 1800gr. de Pat. cort. en astillas
- 3 cdt. de Vinagre de manzana
- 6 unds. de Huevos
- 3 unds. de Limón
- A/G Sal y pimienta

#### Aporte Nutricional

**Calorías Totales Camarón:** 735.8

**Calorías por porción:** 245.27

	Total	Por porción
Carbohidratos	87.7	29.23
Proteínas	47.83	15.94
Lípidos	21.52	7.17

#### Instrucciones de Elaboración

En una sartén se sofríen los camarones con la mantequilla y se agrega sal y pimienta y dejar cocer a fuego lento por 2 minutos, se añade el ajo picado y el perejil picado.

Se voltean y se cocinan por tres minutos más, se le añade el chile. Para luego dejar por 1 minuto más, a fuego lento.

Se acompaña con patatas en astillas juntamente con la salsa tártara decorada con una ramita de perejil.

### Chips & Camarones al Vapor



**Dificultad:**  
Muy fácil

**Tiempo:**  
10 min.

**Vegetariana:**  
No

**Calorías:**  
Bajo

#### Ingredientes para 12 personas

- 1350gr de camarones limpios
- 1800gr. de Pat. cort. en astillas
- 150ccs de vino blanco

#### Aporte Nutricional

**Calorías Totales Camarón:** 735.8

**Calorías por porción:** 245.27

<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 cbtos. de caldo de gallina M</li> <li>- 6cch de salsa de soya</li> <li>- 3 ramitas de ajo porro</li> <li>- 3cch de salsa de tomate</li> <li>- 6 tazas de agua</li> </ul>	<b>Total    Por porción</b>	
	Carbohidratos	87.7    29.23
	Proteínas	47.83    15.94
	Lípidos	21.52    7.17

**Instrucciones de Elaboración**

Diluya el cubito de caldo en agua y dejarlo hervir, agregue la salsa de soya, la de tomate y la harina de papa, previamente diluida en el vino.  
Haga hervir la salsa y añádale el tallo de ajo porro cortado en tiras finas y los camarones limpios.  
Deje cocinar los camarones por solo 2 o 3 min.

**Chips & Nuggets de Tilapia**



<b>Dificultad:</b> Muy fácil	<b>Tiempo:</b> 15 min.
<b>Vegetariana:</b> No	<b>Calorías:</b> Bajo

**Ingredientes para 12 personas**

- 1350gr de Nuggets de Tilapia
- 1 Ltr de Aceite la favorita Light
- 1800gr. de Pat. cort. en astillas
- 3 cdt. de Vinagre de manzana
- 3 unds. de Limón
- A/G Sal y pimienta

**Aporte Nutricional**

<b>Calorías Totales Pescado:</b> 772.72	
<b>Calorías por porción:</b> 198.18	
<b>Total    Por porción</b>	
Carbohidratos	189.6    47.4
Proteínas	415.18    103.84
Lípidos	167.76    41.94

**Instrucciones de Elaboración**

Coloque una loncha de salmón sobre el pan y, sobre esta, una rodaja de huevo cocido. Finalmente y, como adorno, se ralla hubo por encima y se le añade un poco de cebolla picada y unas gotas de limón.

**Mixtura de Mariscos a la Cazuela**



<b>Dificultad:</b> Media	<b>Tiempo:</b> 50 min.
<b>Vegetariana:</b> No	<b>Calorías:</b> Medio

**Ingredientes para 12 personas**

- 3 Tomates maduros
- 1.5 pizca de sal
- 1.5 kilos de almejas
- 3 cdtas. de aceite
- 3 pimientos Rojo y Verde
- 750gr. de calamres
- 13.5 tz. de agua
- 0.8 cdtas. de tomillo
- 6 cebollas larga
- 375gr de zanahoria
- 1125gr. de corvina
- 4.5 ramitos de apio
- 1.5 tz. de vino blanco

**Aporte Nutricional**

<b>Calorías Totales Mariscos en general:</b> 1117.55	
<b>Calorías por porción:</b> 205.00	
<b>Total    Por porción</b>	
Carbohidratos	46.39    7.84
Proteínas	146.30    24.48
Lípidos	45.19    8.4

- 3 cebollas cabezonas
- 1.1 tz. de pasta de tomate
- 1.5 pizca de pimienta
- 0.4 cdtas. de oregano
- 750gr. de camarones
- 1125gr. de langostinos.

#### Instrucciones de Elaboración

Se ponen las almejas a cocinar al vapor con una taza de agua durante 5 minutos y se sacan. El agua se cuela con un lienzo fino para quitar la arena puedan haber soltado y se guarda. A las almejas que se han abierto se les saca la carne.

Los langostinos y los camarones se echan el resto del agua bien caliente, se dejan cocinar por 4 minutos, se sacan y se pelan. Las cascarras de los camarones se muelen muy finas y se pasan por un chino y se añaden al caldo.

La zanahoria, el apio, los pimientos y los calamares se ponen a cocer y se deja por 15 minutos a fuego medio.

Los langostinos, los camarones, las almejas y el pescado, se sofríen por 5 minutos en el hogar, realizando anteriormente y se ponen en el caldo de las almejas y se deja a fuego lento durante 10 minutos.

Cuando tenga la consistencia deseada, se le agrega el vino, se deja en el fuego 1 minuto.

Se sirven porciones en cazuelas de barro negro que se calientan al horno o al fuego.

### Anexo K. Cálculos Costo Unitario Por Menú

Costos Materia Prima Por Producto	ESPECIFICACIONES EN Costo/CANT				Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10	Producto 11	Producto 12
	Nro. Porciones				761	761	761	761	761	238	238	238	238	1427	2378	238
Ingredientes	Q	P.U. Mrcd	C. mes	Uds.	F&Ch Dorado	F&Ch Picudo	F&Ch Tilapia	F&Ch Corvina	F&Ch Corv. Bl	Ch. Cam. - Fr	Ch. Cam. - Al V	Chips & Nugts	Mix de Marisco	Ensaladas	Porc. Arroz	Porc. Chips
Patatas - Quintal	30	18,00	540	4800	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113	0,113			0,113
Filete de Dorado - Caja 12 Pq.	6	86,04	516,24	761	0,678											
Filete de Picudo - Caja 12 Pq.	6	71,52	429,12	761		0,564										
Filete de Tilapia - Caja 12 Pq.	6	53,40	320,40	761			0,421									
Filete de Corvina - Caja 12 Pq.	6	30,00	180,00	761				0,237								
Filete de Corvina Blanca	6	49,56	297,36	761					0,391							
Camarones Apanados	4	76,44	305,76	238						1,285						
Camaron Grande Pelado	4	75,48	301,92	238							1,269					
Nuggets de Tilapia	4	37,08	148,32	238								0,623				
Mixtura de Mariscos	2	169,56	339,12	238									1,425			
Huevos Cubeta 30 unidades	60	2,80	168,00	3805	0,044	0,044	0,044	0,044	0,044	0,044						
Harina Flor - Quintal	1	44,00	44,00	3805	0,012	0,012	0,012	0,012	0,012	0,012						
Cerveza - Java 12 Uds.	16	8,10	129,60	4281	0,030	0,030	0,030	0,030	0,030		0,030		0,030			
Vinagre de Manzana	4	2,35	9,40	3805	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002							
Vino Blanco - Botella	2	13,00	26,00	4043	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006			0,006			
Salsa de Soya	3	5,80	17,40	3805	0,005	0,005	0,005	0,005	0,005	0,005						
Verduras - 1 Prov.	1	50,00	50,00	1427										0,035		
Hiervas de sazón - 1 Prov.	1	90,00	90,00	4755	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006	0,006
S. Tom. - Los Andes B. 4,2kg.	15	4,61	69,15	4755	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015			
Mayonesa - Marcellos B. 3,8kg	15	9,89	148,35	4755	0,031	0,031	0,031	0,031	0,031	0,031	0,031	0,031	0,031			
S. Tártara - BBQ Caja 18 Uds.	3	38,16	114,48	3805	0,030	0,030	0,030	0,030	0,030	0,030						
Mostaza - Maggi - B. 4kg	7	10,43	73,01	4755	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015			
Arroz	2	44,90	89,80	2378											0,038	
Sal - Criss Sal - Paca 10 Uds.	3	9,60	28,80	8799	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003
Apanadura - 25 Libras	25	1,62	40,50	3805	0,011	0,011	0,011	0,011	0,011	0,011						
Aceite El Cocinero - B. 4 Ltrs.	50	8,37	418,50	8799	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048	0,048
Aliños en General - T. Menú	1	150,00	150,00	4043	0,037	0,037	0,037	0,037	0,037	0,037						
GGF	1	2644,74	2644,74	13581	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250	0,250
MOD & MOI	1	2946,42	2946,42	8799	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214	0,214
					<b>C.U. P - 1</b>	<b>C.U. P - 2</b>	<b>C.U. P - 3</b>	<b>C.U. P - 4</b>	<b>C.U. P - 5</b>	<b>C.U. P - 6</b>	<b>C.U. P - 7</b>	<b>C.U. P - 8</b>	<b>C.U. P - 9</b>	<b>C.U. P - 10</b>	<b>C.U. P - 11</b>	<b>C.U. P - 12</b>
					1,551	1,436	1,293	1,109	1,263	2,124	1,994	1,318	2,157	0,556	0,559	0,634