



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE GOURMET VEGETARIANO CON SERVICIO
A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE
IMBABURA”.**

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

AUTOR(A): NOVOA ESTEFANÍA

DIRECTOR: Ing. LUIS VASQUEZ Mg.

IBARRA – JUNIO - 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene por objeto crear un restaurante vegetariano en la ciudad de Ibarra, con una infraestructura técnica, ya que por falta de conocimiento los restaurantes actuales de la zona no cuentan con las normas de calidad e higiene, propios de esta actividad.

En la zona de cobertura del proyecto, por el momento solo existen puntos de venta de comida vegetariana, aspecto que favorece la instalación de un restaurante de comidas sanas y saludables, con infraestructura adecuada para la actividad y atención personalizada al cliente.

Esta investigación está enfocada a la creación de un restaurante de comida vegetariana, para brindar los mejores servicios a su gente y sobre todo aquellas personas que les gusta mantenerse sanos y conservar una alimentación balanceada con legumbres y vegetales.

Además que se dará empleo indirecto a los pequeños y grandes comerciantes que operan en la zona, al momento de comprar los productos para preparar los alimentos que se servirán en este restaurante.

La creación de este proyecto fue pensando en las necesidades insatisfechas de las personas que trabajan en el sector público, es decir, estas personas no cuentan con el tiempo suficiente para alimentarse bien, y por ello asisten a locales de comida rápida u otros que no se preocupan de una dieta balanceada.

Además este proyecto pretende incentivar a la ciudadanía Ibarreña a que consuman alimentos bajos en calorías, lo cual ayudara a reducir los altos índices de personas con sobre peso, con diversos problemas de colesterol y sobre todo alejar a las personas del sedentarismo que a todos no lleva a no tener una dieta balanceada y no realizar ejercicio para mantener nuestro cuerpo sano.

ABSTRACT

The present project has for object to create a vegetarian restoring gourmet in the city of Ibarra, with a technical infrastructure, since for lack of knowledge the current restaurants of the area don't have the norms of quality and hygiene, characteristic of this activity.

In the area of covering of the project, at the moment alone points of sale of food vegetarian exist, aspect that favors the installation of a restaurant of healthy and healthy foods, with appropriate infrastructure for the activity and attention personalized the client.

This investigation is focused to the creation of a restaurant of food vegetarian, to offer the best services to its people and mainly those people that they like to stay healthy and to conserve a feeding balanced with vegetables and vegetables, besides the small and big merchants that operate in the area.

The creation of this project was thinking that is to say of the unsatisfied necessities of people that work in the public sector, these people don't have the enough time to feed well, and hence they attend local of quick food or others that don't worry about a balanced diet.

This project also seeks to motivate to the citizenship Ibarreña to that consummate low foods in calories, that which helped to reduce the high indexes of people with on weight, with diverse problems of cholesterol and mainly to move away people of the sedentarismo that he/she doesn't take to not to have a balanced diet and not to carry out exercise to maintain our healthy body to all.

DECLARACIÓN

Yo, Estefanía del Carmen Novoa Hinojosa con cédula de identidad nro. 100377567-1 estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría, libre y voluntariamente declaro que el presente trabajo de investigación, es de mi autoría y no ha sido realizado, ni calificado por otro profesional, para efectos académicos y legales será de mi responsabilidad.



.....
Novoa H. Estefanía

CI: 100377567-1

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la Srta. Novoa Hinojosa Estefanía del Carmen, para obtener el Título de Ingeniera en la Carrera de Contabilidad Y Auditoría, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANT GOURMET VEGETARIANO CON SEVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**.

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

En la ciudad de Ibarra a los 10 días del mes de Junio del 2014 .

Atentamente,

.....

Ing. Luis Vásquez Mg.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

CESIÓN DE DERECHOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Cesión de derechos de Autor del Trabajo de Grado a favor de la Universidad Técnica del Norte.

Yo, Estefanía del Carmen Novoa Hinojosa con cédula Nro. 1003775671, manifiesto que es mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador Art.4,5 y 6 en calidad de autor del Trabajo de Grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANT GOURMET VEGETARIANO CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para obtener el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA en la Universidad Técnica del Norte, quedando facultada la Universidad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia se suscribe este documento en el momento en que se hace la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Firma:.....

Nombre: Novoa Hinojosa Estefanía del Carmen

Cédula: 1003775671

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100377567-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Novoa Hinojosa Estefanía Novoa		
DIRECCIÓN:	Barrio San Cristóbal, Azcasubi y Eloy Alfaro, San Pablo		
EMAIL:	steffanynovoa@rocketmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2918-580	TELÉFONO MOVIL:	0979026027

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE GOURMET VEEGETARIANO CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR:	Novoa Hinojosa Estefanía del Carmen
FECHA:	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
ASESOR/DIRECTOR:	ING.MSG. Luis Vásquez

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Estefanía del Carmen Novoa Hinojosa, con cédula de ciudadanía Nro. 1003775671, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 10 días del mes de Junio del 2015 .

LA AUTORA:



(Firma):

Nombre: Novoa Hinojosa Estefanía del Carmen

Cédula: 1003775671

Facultado por la resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación lo dedico con mucho amor a mi madre PATRICIA HINOJOSA por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado en los momentos difíciles siempre creyendo en mí y brindándome todo su amor y apoyo incondicional, la que me ha sabido inculcar los mejores valores y sobre todo me ayudado a ser perseverante en la vida, a mi hermano ALBERTO, que ahora desde el cielo me guía y me cuida, mi motivo e inspiración para culminar con éxito mi carrera, a mi hermana LISBETH, mis sobrinos CRISTOPHER y JOAN quienes han sido los principales motores en el trayecto de mi vida, quienes con su apoyo incondicional me brindan la seguridad para luchar por mis sueños.

A mi Dios que desde el cielo me guía por el camino del bien, bendiciendo cada pasó que doy, aquel que me ha alentado en los momentos más difíciles de mi vida, siendo él la paz para seguir el camino del éxito y hacer mi sueño realidad.

Para todos ellos es mi agradecimiento infinito y mis bendiciones.

Estefanía Novoa

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por permitirme culminar otra etapa de mi vida, a mi madre, mis hermanos y sobrinos por su amor y ayuda incondicional, y a todas las personas que de alguna u otra manera han contribuido a la realización de este proyecto.

A los maestros de la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad y Auditoría quienes con sus conocimientos impartidos han sido parte de este sueño de llegar a culminar mi carrera.

Estefanía Novoa

PRESENTACIÓN

El presente proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante gourmet vegetariano con servicio a domicilio en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, está enfocado en crear hábitos de consumo saludable en la ciudadanía Ibarreña, sin olvidarnos de la gran importancia que tiene la creación de nuevas plazas de empleo, mediante la creación de una microempresa la cual ayudará a incrementar la calidad de vida de los habitantes de este sector. Esto se podrá lograr con la ejecución de todos los objetivos trazados en el proyecto.

El informe final está estructurado en siete capítulos, los mismos que contienen material el cual ha sido desarrollado y elaborado, mediante un orden lógico en cuanto a los capítulos a ser desarrollados.

En el primer capítulo se desarrollará el diagnóstico situacional mediante el cual se podrá identificar el área influenciada, referente a la creación de una microempresa, así como los antecedentes históricos, aspectos geográficos, localización, situación socioeconómica, la producción y comercialización. Esta información se obtendrá a través de diferentes técnicas de recolección de datos como son : observación directa y encuestas o entrevistas dirigidas a posibles consumidores y proveedores del restaurante, las mismas que después de ser tabuladas y analizadas se determinarán aliados, oponentes, oportunidades y posibles riesgos, planteando diferentes estrategias para cada cruce.

En el segundo capítulo se hace referencia a las bases teóricas y científicas para obtener un conocimiento sólido sobre el tema a tratar además y las cuales se sustentaran mediante la investigación bibliográfica, el fichaje, la lectura comprensiva y a través de conceptos, los mismos que aclararan la temática del proyecto.

En el tercer capítulo se hace referencia al Estudio de Mercado, previamente estableciendo una muestra poblacional, esta contribuirá a

sustentar de una mejor manera el proyecto, además se realizara las respectivas encuestas las mismas que serán dirigidas a los productores y clientes, siendo de ayuda para determinar los requerimientos, clientes insatisfechos, características del producto, la proyección de la oferta y la demanda, comercialización y los precios en relación al servicio que se está estudiando.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende la macro y micro localización del proyecto el cual se podrá conocer la ubicación de la microempresa, diseño y distribución de las instalaciones, diagrama y flujo gramas de proceso, proyección de ventas y el requerimiento de mano de obra, la valoración de inversiones fijas y su financiamiento, es por ello que se contratara los servicios profesionales de un ingeniero civil, para el diseño de la infraestructura del restaurante.

El quinto capítulo contara el estudio Económico y Financiero el mismo que constara de las especificaciones en cuanto a la microempresa se refiere y mencionando los parámetros necesarios para el correcto funcionamiento de la misma como son los activos, inversiones, mano de obra etc.

El capítulo sexto se consta la Estructura Organizacional y Funcional que tendrá la microempresa, en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural y un manual de funciones.

El capítulo séptimo se redacta los Impactos que generará el proyecto en el ámbito económico, social, y ambiental.

Y para finiquitar se redactarán conclusiones a las que se ha llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
DECLARACIÓN	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xx
OBJETIVOS	xxiii
JUSTIFICACIÓN	xxiv
METODOLOGÍA	xxv
CAPITULO I	1
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO	1
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.2.1. OBJETIVO GENERAL	1
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS	2
1.3.1. UBICACIÓN	2
1.3.2. COMERCIALIZACIÓN	3
1.3.3. INFRAESTRUCTURA	3
1.3.4. CONTABLE FINANCIERO	3

1.3.5.	RECURSO HUMANO	4
1.3.6.	SOCIO CULTURALES	4
1.3.7.	ECONÓMICOS	4
1.4.	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	5
1.5.	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	7
1.6.	IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA	7
1.7.	CÁLCULO DE LA MUESTRA	9
1.8.	DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	10
1.8.1.	INFORMACIÓN PRIMARIA	10
1.8.2.	INFORMACIÓN SECUNDARIA	10
1.9.	CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR	11
1.10.	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO U OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	12

CAPITULO II-----13

2. MARCO TEÓRICO-----13

2.1.	MICROEMPRESA	13
2.1.1.	CONCEPTO	13
2.1.2.	CARACTERISTICAS	14
2.1.3.	IMPORTANCIA	15
2.2.	RESTAURANTES	15
2.2.1.	DEFINICIÓN	15
2.2.2.	TIPOS DE RESTAURANTES	16
2.3.	VEGETARIANISMO	17
2.3.1.	TIPOS DE VEGETARIANISMO	18
2.3.2.	VENTAJAS DEL VEGETARIANISMO	19
2.4.	GOURMET	20
2.4.1.	DEFINICIÓN	20
2.4.2.	LA GASTRONOMÍA GOURMET	21
2.5.	SERVICIO	21
2.5.1.	DEFINICIÓN	21
2.5.2.	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	22
2.6.	SERVICIO A DOMICILIO	23
2.6.1.	DEFINICIÓN	23
2.6.2.	VENTAJAS	23
2.6.3.	DESVENTAJAS	23
2.7.	EL CLIENTE	24
2.7.1.	DEFINICION	24

2.7.2.	CLASIFICACIÓN	24
2.8.	PRODUCCIÓN	25
2.8.1.	DEFINICIÓN	25
2.8.2.	CARACTERÍSTICAS	26
2.8.3.	IMPORTANCIA	26
2.9.	METODOLOGÍA	26
2.9.1.	MÉTODO INDUCTIVO	26
2.9.2.	MÉTODO DEDUCTIVO	27
2.9.3.	MÉTODO ANALÍTICO	28
2.10.	ESTUDIO DE MERCADO	28
2.10.1.	OFERTA	29
2.10.2.	DEMANDA	29
2.10.3.	PRECIO	29
2.10.4.	PROMOCIÓN	30
2.10.5.	PUBLICIDAD	30
2.11.	ESTUDIO TÉCNICO	30
2.11.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	31
2.11.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	31
2.12.	ESTUDIO FINANCIERO	32
2.12.1.	INGRESOS	33
2.12.2.	EGRESOS	33
CAPITULO III		35
3.	ESTUDIO DE MERCADO	35
3.1.	PRESENTACIÓN	35
3.2.	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	36
3.3.	MERCADO META	37
3.4.	SEGMENTO DE MERCADO	37
3.5.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	37
3.6.	PROYECCION DE LA POBLACIÓN	38
3.7.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	39
3.8.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	40
3.8.1.	ENCUESTA	40
3.9.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.10.	CONCLUSIONES	49
3.11.	RECOMENDACIONES	49
3.12.	MEZCLA DEL MARKETING	50

3.12.1.	NOMBRE COMERCIAL	50
3.12.2.	ETIQUETA	51
3.12.3.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	52
3.13.	COMERCIALIZACIÓN	53
3.13.1.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	53
3.14.	PROYECCIONES DE PRECIOS	54
CAPITULO IV		55
4.	ESTUDIO TÉCNICO	55
4.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	55
4.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	56
4.2.1.	MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	56
4.2.2.	MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	57
4.3.	DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO	57
4.3.1.	DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA	57
4.4.	FACTORES INTERVENIENTES O DE ANÁLISIS	60
4.4.1.	FACTORES AMBIENTALES	60
4.4.2.	FACTORES COMERCIALES	60
4.4.3.	FACTORES SOCIALES	60
4.4.4.	FACTORES LEGALES	60
4.5.	EVALUACIÓN DE FACTORES	61
4.5.1.	SELECCIÓN DEL LUGAR	61
4.5.2.	MATRIZ DE FACTORES	62
4.5.3.	ASIGNACIÓN DE PORCENTAJES DE PONDERACIÓN	63
4.6.	INGENIERÍA DEL PROYECTO	65
4.6.1.	FLUJOGRAMA DE PROCESOS	65
4.6.2.	DESARROLLO Y OPERACIÓN	67
4.7.	INVERSIÓN	69
4.7.1.	ACTIVOS FIJOS	69
4.7.2.	ACTIVOS DIFERIDOS	71
4.7.3.	CAPITAL DE TRABAJO	71
4.8.	FINANCIAMIENTO	72
4.9.	TALENTO HUMANO	73
CAPITULO V		75
5.	EVALUACIÓN FINANCIERA	75
5.1.	DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS	75

5.1.1.	PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS	75
5.2.	DETERMINACIÓN DE EGRESOS	77
5.2.1.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	77
5.3.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	81
5.4.	GASTOS DE VENTAS	83
5.5.	GASTOS FINANCIEROS	84
5.5.1.	CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN	84
5.6.	DEPRECIACIONES	87
5.7.	ESTADOS FINANCIEROS	87
5.7.1.	BALANCE GENERAL	88
5.7.2.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO	88
5.7.3.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	89
5.8.	EVALUACIÓN FINANCIERA	89
5.8.1.	TASA DE REDESCUENTO	89
5.8.2.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	90
5.8.3.	TASA INTERNA DE RETORNO	90
5.8.4.	COSTO / BENEFICIO	90
5.8.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO	91
5.8.6.	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	94
CAPITULO VI		95
6.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	95
6.1.	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO DE LA MICROEMPRESA	95
6.1.1.	MISIÓN	95
6.1.2.	VISIÓN	95
6.1.3.	POLÍTICAS	95
6.2.	ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MICROEMPRESA	96
6.3.	MATRIZ DE PERFILES DE PUESTOS	96
6.3.1.	IDENTIFICACION DE PUESTOS	96
6.4.	COMPETENCIAS LABORALES	98
6.4.1.	GERENTE	98
6.4.2.	CONTADOR	99
6.4.3.	CHEF	100
6.4.4.	AYUDANTES DE COCINA	101
6.4.5.	MESERO	101
6.5.	CONTROLES INTERNOS EN LA MICROEMPRESA	102
6.5.1.	CONTROL INTERNO FINANCIERO	102

6.5.2.	CONTROL INTERNO DE INVENTARIO -----	103
6.6.	BASE LEGAL-----	103
	SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS -----	103
6.6.1.	PERMISO PARA OPERAR-----	104
6.6.2.	AFILIACION CAMARA DE TURISMO -----	105
6.6.3.	REGLAMENTO A LA LEY DE CÁMARAS PROVINCIALES DE TURISMO -----	105
6.6.4.	LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO -----	106
6.6.5.	PERMISO SANITARIO -----	107
6.6.6.	PATENTE MUNICIPAL-----	108
6.6.7.	CERTIFICADO AMBIENTAL-----	109
6.6.8.	PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS-----	112
6.6.9.	REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE -----	112
6.6.10.	LOS REQUISITOS PARA AFILIAR LA EMPRESA A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS -----	113
	<i>CAPITULO VII-----</i>	<i>115</i>
7.	IMPACTOS DEL PROYECTO -----	115
7.1.	IMPACTO EDUCATIVO -----	115
7.2.	IMPACTO AMBIENTAL -----	116
7.3.	IMPACTO ECONÓMICO-----	117
7.4.	IMPACTO SOCIAL-----	118
7.5.	IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO -----	119
	<i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-----</i>	<i>120</i>
	<i>BIBLIOGRAFÍA -----</i>	<i>123</i>
	<i>ANEXOS-----</i>	<i>124</i>

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: ESTRATIFICACION DEL CANTON IBARRA.....	8
CUADRO 2: PROYECCION DE LA DEMANDA.....	38
CUADRO 3: CANALES DE DISTRIBUCION.....	53
CUADRO 4: PROYECCION DE PRECIOS.....	54
CUADRO 5: EVALUACION DE FACTORES.....	61
CUADRO 6: MATRIZ DE FACTORES.....	62
CUADRO 7: ASIGNACION DE PORCENTAJES.....	63
CUADRO 8: MATRIZ DE PONDERACION.....	63
CUADRO 9: FLUJOGRAMA DE PROCESOS.....	65
CUADRO 10: ACTIVIDADES DE PRODUCCION.....	66
CUADRO 11: FLUJOGRAMA DE LA PRODUCCION.....	67
CUADRO 12: DISEÑO DE LA PLANTILLA DE PRODUCCION.....	68
CUADRO 13: CONSTRUCCIONES.....	69
CUADRO 14: TERRENO.....	69
CUADRO 15: ENSERES.....	70
CUADRO 16: EQUIPO DE COMPUTO.....	70
CUADRO 17: VEHICULOS.....	70
CUADRO 18: MUEBLES DE OFICINA.....	71
CUADRO 19: GASTOS DIFERIDOS.....	71
CUADRO 20: CAPITAL DE TRABAJO.....	72
CUADRO 21: RESUMEN DE LA INVERSION.....	72
CUADRO 22: FINANCIAMIENTO.....	72
CUADRO 23: TALENTO HUMANO.....	73
CUADRO 24: PLATOS VENDIDOS.....	75
CUADRO 25: ARRENDAMIENTO DEL LOCAL.....	75
CUADRO 26: BEBIDAS- AGUA PURIFICADA.....	75
CUADRO 27: GASEOSAS GRANDES.....	76
CUADRO 28: GASEOSAS PEQUEÑAS.....	76
CUADRO 29: TOTAL INGRESOS.....	76
CUADRO 30: MATERIA PRIMA.....	77

CUADRO 31: BEBIDAS.....	78
CUADRO 32: TOTAL MATERIA PRIMA.....	78
CUADRO 33: MANO DE OBRA.....	78
CUADRO 34: PROYECCION DEL SBU.....	79
CUADRO 35: SALARIO MENSUAL.....	79
CUADRO 36: SALARIO ANUAL.....	80
CUADRO 37: MANO DE OBRA INDIRECTA “AYUDANTE DE COCINA.....	80
CUADRO 38: MANO DE OBRA INDIRECTA “MESEROS”.....	80
CUADRO 39: TOTAL MANO DE OBRA.....	80
CUADRO 40: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION.....	81
CUADRO 41: TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION.....	81
CUADRO 42: SUELDO GERENTE.....	81
CUADRO 43: SUELDO MENSUAL.....	82
CUADRO 44: SUELDO ANUAL.....	82
CUADRO 45: SUELDO CONTADOR.....	82
CUADRO 46: SUELDO MENSUAL.....	82
CUADRO 47: SUELDO ANUAL.....	83
CUADRO 48: SALARIO RECEPCIONISTA.....	83
CUADRO 49: SALARIO MENSUAL.....	83
CUADRO 50: SALARIO ANUAL.....	83
CUADRO 51: TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	83
CUADRO 52: GASTOS DE VENTAS.....	83
CUADRO 53: AMORTIZACION DEL CREDITO.....	85
CUADRO 54: PAGO DE INTERES.....	86
CUADRO 55: PAGO DE CAPITAL.....	86
CUADRO 56: DEPRECIACIONES.....	87
CUADRO 57: BALANCE DE ARRANQUE DEL AÑO CERO.....	88
CUADRO 58: ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO.....	88
CUADRO 59: FLUJO DE CAJA.....	89
CUADRO 60: DISTRIBUCION DE LA INVERSION.....	89
CUADRO 61: CALCULO DEL VAN.....	90
CUADRO 62: TIR.....	90

CUADRO 63: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	92
CUADRO 64: VALORES CORRIENTE SIN DEFLACCION.....	93
CUADRO 65: VALORES REALES O CONSTANTES.....	93
CUADRO 66: RESUMEN DE LA INVERSION.....	94
CUADRO 67: PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION.....	94
CUADRO 68: VALORACION DE IMPACTOS.....	115
CUADRO 69: IMPACTO EDUCATIVO.....	115
CUADRO 70: IMPACTO AMBIENTAL.....	116
CUADRO 71: IMPACTO ECONOMICO.....	117
CUADRO 72: IMPACTO SOCIAL.....	118
CUADRO 73: IMPACTOS DEL PROYECTO.....	119

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: RANGO DE EDAD.....	40
TABLA 2: TIPO DE COMIDA.....	41
TABLA 3: RESTAURANTE ACTUAL.....	42
TABLA 4: EXISTENCIA DE UN RESTAURANTE.....	43
TABLA 5: ELECCION DE PLATILLO.....	44
TABLA 6: PRECIO.....	45
TABLA 7: ASPECTOS.....	46
TABLA 8: ARRENDAMIENTO.....	47
TABLA 9: IMPLEMENTACION.....	48

INDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1: POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA.....	6
GRAFICO 2: RANGO DE EDAD.....	40
GRAFICO 3: TIPO DE COMIDA.....	41
GRAFICO 4: RESTAURANTE ACTUAL.....	42
GRAFICO 5: EXISTENCIA DE UN RESTAURANTE.....	43
GRAFICO 6: ELECCION PLATILLO.....	44
GRAFICO 7: PRECIO.....	45
GRAFICO 8: ASPECTOS.....	46
GRAFICO 9: ARRENDAMIENTO.....	47
GRAFICO 10: IMPLEMENTACION.....	48
GRAFICO 11: LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA.....	51
GRAFICO 12: MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.....	56
GRAFICO 13: MAPA CIUDAD DE IBARRA.....	57
GRAFICO 14: PLANO DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA MICROEMPRESA.....	59

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurant gourmet vegetariano con servicio a domicilio en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar un diagnóstico situacional para determinar las características del entorno, mediante la matriz AOOR
- Elaborar un marco teórico para respaldar el estudio de factibilidad a través de la investigación bibliográfica.
- Evaluar la oferta y la demanda del proyecto para determinar la factibilidad del estudio de mercado.
- Efectuar un estudio técnico que permita desarrollar la estructura organizacional y administrativa del proyecto.
- Desarrollar un análisis económico que me permita establecer la factibilidad del proyecto.
- Elaborar un análisis de la estructura administrativa que nos permita conocer las funciones del recurso humano que posee el proyecto.
- Reconocer los principales impactos que tiene el proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es importante porque ayudará a la ciudadanía ibarreña a tomar conciencia de que una alimentación sana reducirá los altos índices de muerte.

La implementación de este proyecto es factible ya que contribuirá a incrementar plazas de trabajo y generar ingresos para la ciudad y para el negocio en sí.

Los beneficiarios de este proyecto serán los trabajadores que laboran en las instituciones públicas, puesto que estos no cuentan con el tiempo necesario para alimentarse adecuadamente, o a su vez para toda la ciudadanía en general.

Este proyecto tiene como principal interés, ser la herramienta para la culminación de mis estudios, además de ser un proyecto que generara una rentabilidad para el restaurant y ofrecerá una mejor calidad de vida para la ciudadanía ibarreña.

La ejecución de este proyecto es original porque no existe un restaurant gourmet vegetariano en la ciudad de Ibarra que ofrezca el servicio a domicilio para los trabajadores de las empresa públicas.

METODOLOGÍA

MÉTODO INDUCTIVO

Elías Aguilar (2008) define: “Método Inductivo es un proceso analítico, sintético, mediante el cual se parte del estudio de causas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general y así establecer cuál es la causa que más incide en el problema”.

Héctor Martínez (2010) manifiesta: “Método Inductivo parte de la observación directa para luego hacer una serie de generalizaciones respecto de los fenómenos observados, lo que permitirá llegar a la formulación de leyes generales”.

El método inductivo será utilizado de la siguiente manera en mi investigación, parto de una observación de la realidad, experimento con la realidad y sus habitantes para comparar dicha realidad con los conocimientos adquiridos y luego extraigo las diferencias y semejanzas para determinar la realidad de los sucesos.

MÉTODO DEDUCTIVO

Elías Aguilar (2008) dice: “Método Deductivo sigue un proceso reflexivo, sintético, analítico, contrario al método inductivo; es decir parte del problema (efecto) o ley y establece las posibles causas (migración, rendimiento escolar, alcoholismo, drogadicción, pandillas, utilización inadecuada del tiempo libre, entre otros) que influyen en el problema.

Héctor Martínez (2010) opina: “Método Deductivo parte de la proposiciones o premisas generales, las cuales se hacen inferencias particulares por medio del razonamiento”.

El método deductivo se empleara para comprender, demostrar y aplicar las fases de la investigación y profundizar conocimientos con la finalidad de resolver el problema.

Por lo tanto se utilizará la técnica de la encuesta para recopilar la información así como también utilizare la observación directa para poder sacar diferencias y semejanza de la información obtenida.

MÉTODO ANALÍTICO

César Bernal (2009) “Método Analítico es el proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.”

El presente método que se va a utilizar en esta investigación va consistir en descomponer el todo en sus partes hasta llegar a conocer sus partes o elementos del proyecto, al igual su composición de un todo por la reunión de sus partes que estaban separadas, para una completa comprensión del proyecto. En base a los resultados arrojados por las tabulaciones de las encuestas y entrevistas realizadas se establecerán las distintas recomendaciones.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia de Imbabura, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78° 06' 00", ubicada a 2.228 metros sobre el nivel del mar; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km² y según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) esta ciudad cuenta con una población de 181175 habitantes.

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y las siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio; con una superficie total de 1.162,22 km².

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar la factibilidad para la creación de un restaurante gourmet vegetariano, mediante las variables encontradas.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Análisis del área geográfica de mayor influencia del proyecto.
- ✓ Identificación de los lugares gastronómicos y actividades económicas de la ciudad de Ibarra.
- ✓ Realizar un análisis y seguimiento de las tendencias del mercado de nuestros potenciales clientes para identificar la oferta y demanda, agregando el servicio de entrega a domicilio.
- ✓ Identificar los sistemas de comercialización que se utilizan en la actualidad.
- ✓ Determinar la ubicación, estructura orgánica funcional, equipos y herramientas, e infraestructura necesaria que se requiere para el presente proyecto.
- ✓ Analizar la rentabilidad del proyecto mediante el proceso contable financiero para conocer la factibilidad del proyecto.
- ✓ Identificar la calidad del recurso humano que se requerirá para poner en marcha este proyecto, lo cual permitirá garantizar una atención de calidad y calidez a los clientes.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Las variables que serán utilizadas en el presente diagnóstico son las siguientes:

1.3.1. UBICACIÓN

➤ GEOGRÁFICA

- Superficie
- Límites Geográficos
- Situación Climática

➤ **DEMOGRÁFICA**

- Población por edad
- Población por género
- Población por nivel Económico

1.3.2. COMERCIALIZACIÓN

➤ **OFERTA**

- Precio de venta
- Precios ofertados
- Estrategias
- Periodo de mayor comercialización

➤ **DEMANDA**

- Frecuencia de consumo
- Cultura de consumo
- Precios de compra

1.3.3. INFRAESTRUCTURA

- Ubicación
- Turismo
- Estructura orgánica funcional
- Herramientas y equipos

1.3.4. CONTABLE FINANCIERO

- Costos
- Ventas
- Rentabilidad

- Financiamiento

1.3.5. RECURSO HUMANO

- Capacitación
- Experiencia
- Remuneración

1.3.6. SOCIO CULTURALES

- Salud
- Educación
- Gastronómicos

1.3.7. ECONÓMICOS

- Empleo
- Población económicamente activa

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

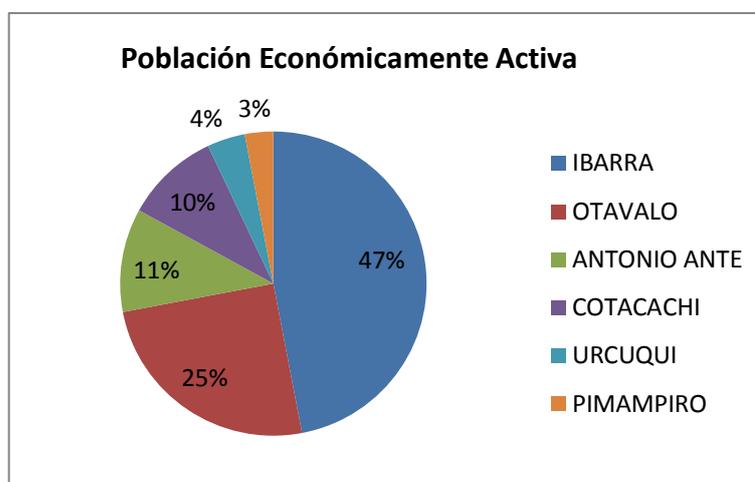
OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS
Conocer la ubicación geográfica donde se implementara este nuevo servicio, así como también determinar el mercado meta al que se enfocara el mismo.	UBICACION	GEOGRAFICA <ul style="list-style-type: none"> • Superficie • Limites geográficos • Situaciones climáticas DEMOGRAFICOS <ul style="list-style-type: none"> • Población por edad • Población por genero • Población por nivel económico 	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Documentos Internet
Realizar un análisis y seguimiento de las tendencias del mercado de nuestros potenciales clientes para identificar la oferta y demanda, agregando el servicio de entrega a domicilio.	COMERCIALIZACIÓN	OFERTA <ul style="list-style-type: none"> • Precio de venta • Precios ofertados • Estrategias • Periodo de mayor comercialización 	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Documentos Internet
Identificar los sistemas de comercialización que se utilizan en la actualidad.		DEMANDA <ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de consumo • Cultura de consumo • Precios de compra 		
Determinar la ubicación,		<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Distribución de la 	Primaria	Encuestas

estructura orgánica funcional, equipos y herramientas, e infraestructura necesaria que se requiere para el presente proyecto.	INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none"> planta Estructura orgánica funcional Herramientas y equipos 	secundaria	Entrevistas Documentos Internet
Analizar la rentabilidad del proyecto mediante el proceso contable financiero para conocer la factibilidad del proyecto.	CONTABLE FINANCIERO	<ul style="list-style-type: none"> Costos Ventas Rentabilidad Financiamiento 	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Documentos Internet
Identificar la calidad del recurso humano que se requerirá para poner en marcha este proyecto, lo cual permitirá garantizar una atención de calidad y calidez a los clientes.	RECURSO HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación Experiencia Remuneración 	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Documentos Internet
Analizar los distintos factores sociales a los que estamos rodeados para conocer con exactitud hacia que personas nos estamos dirigiendo.	RECURSOS SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> Salud Educación Gastroeconómicos 	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Documentos Internet
Identificar el poder adquisitivo que tienen los consumidores a los que nos estamos dirigiendo, ya que de esta manera se podrá establecer los precios de los platillos	RECURSOS ECONOMICOS	<ul style="list-style-type: none"> Empleo Población económicamente activa 	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Documentos Internet

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La agrupación de la población activa principalmente en Ibarra y Otavalo toma forma al posibilitar, y que las actividades económicas sean más dinámicas por existir talento humano en edad productiva. A diferencia de los cantones de Urcuqui y Pimampiro donde la población activa opta por migrar al no existir actividades económicas donde puedan emplearse.

GRÁFICO 1: POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: La Autora

1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Ibarra es la ciudad de mayor crecimiento poblacional en últimos diez años, de acuerdo al Censo del INEC del 2010, en la provincia de Imbabura somos 398.244 personas, de ellas 204.580 son mujeres y 193.664 hombres.

La población por cantones es la siguiente: Ibarra 181.175; Otavalo, 104.974; Antonio Ante 43.518; Cotacachi 40.036; Urcuquí 15.671 y Pimampiro 12.970.

En el censo del 2001, Imbabura tenía 344.044, es decir que en diez años se incrementaron cerca de 50.000 personas. La ciudad de Ibarra tenía hace diez años 153.256, aumentó 30.000 habitantes al 2010; Otavalo tenía 90.184, incrementó 14.000 habitantes; el caso curioso es de Pimampiro que en el 2001 tuvo 12.951, hoy 12.970, es decir aumentó en diez años 19 personas.

CUADRO 1: ESTRATIFICACIÓN DEL CANTÓN IBARRA

ESTRATIFICACIÓN DEL CANTÓN IBARRA			
ESTRATOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
Ambuquí	5477	3,02	4,72
Angochagua	3263	1,80	2,81
Carolina	2739	1,51	2,36
Ibarra	139721	77,12	120,31
La esperanza	7363	4,06	6,34
Lita	3349	1,85	2,88
Salinas	1741	0,96	1,50
San Antonio	17522	9,67	15,09
TOTAL	181175	100	156

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra
Elaborado por: La Autora

El universo del presente proyecto es diverso, por lo que se aplicará la fórmula para la población infinita dichos datos muestran una confiabilidad del 95% y un margen de error del 0.05%. Por lo que aplicamos la siguiente formula:

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

De acuerdo a la tabla estadística:

n = tamaño de la muestra

k = constante que depende del nivel de confianza

P = porcentaje de la población que posee características de interés

Q = complementario de P $Q = (P-1)$

N = tamaño de la población

e = error absoluto

1.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se procede al remplazar en la fórmula, los datos obtenidos.

SOLUCIÓN:

n = ?

Q = 0,5

k = 1,96

N = 181175

P = 0,5

e = 0,05

$$n = \frac{k^2 PQN}{e^2(N-1) + k^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(181175)}{0.05^2(181175 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{174000,47}{1115,89}$$

$$n = 155,92$$

$$n = 156$$

El tamaño de la muestra para este estudio de factibilidad fue tomado del total de habitantes de la ciudad de Ibarra para por consiguiente determinar nuestro mercado meta, la cual será obtenida a través de la encuesta realizada a los 156 encuestados.

1.8. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para obtener la información se aplicó las siguientes técnicas de investigación.

1.8.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

➤ ENCUESTA

Esta técnica será aplicada a través de un cuestionario que fue formulada en relación a las variables e indicadores del diagnóstico que será dirigida a 384 personas que son el tamaño de la muestra.

1.8.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Esta técnica se utilizara para obtener información a través de bibliografía especializada como:

- ✓ Información recolectada del internet
- ✓ Manuales técnicos referentes a la investigación

1.9. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proveedores de los alimentos ➤ Personal de trabajo de calidad ➤ Accesos viales de calidad ➤ Potencial aumento de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de publicidad no permite mayor afluencia de clientes potenciales. ➤ Falta de conocimientos de hábitos alimenticios. ➤ Posible apertura de otro local vegetariano en los alrededores.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Creación de nuevas sucursales del proyecto ➤ Capacitación al personal de trabajo. ➤ Aumento de la demanda de los consumidores ➤ Reducción de los costos de producción ➤ Innovación de platos y variación constante del menú ➤ Se ofrece comida vegetariana, los cuales tienen bajo nivel de colesterol. ➤ Servicio a domicilio para empresas, el cual no ofrece la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajo aprovechamiento de las zonas de trabajo ➤ Es una empresa nueva que carece de experiencia. ➤ Mal posicionamiento de los restaurantes vegetarianos en ciertos clientes potenciales. ➤ Falta de lealtad de los consumidores al restaurante. ➤ Elevación de los costos de materia prima y servicios básicos. ➤ Desestabilización económica. ➤ Competencia de los distintos restaurantes que ofrecen este tipo de alimentos.

1.10. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO U OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Una vez realizado la investigación de campo sobre la base de las variables e indicadores relevantes y trascendentes del tema del presente proyecto, se cuenta con argumentos necesarios que permiten evidenciar que existe un problema en lo referente a la inexistencia de un lugar con los atributos del proyecto propuesto.

La ciudad de Ibarra no cuenta con un lugar donde la gente pueda degustar de una gran variedad de platos vegetarianos, con servicio personalizado, ambiente acogedor, precios cómodos y la limpieza que requiere este tipo de negocios, además de ofrecer una nueva y novedosa alternativa como es el servicio a domicilio o también llamado DELIVERY, que brinda a los futuros consumidores la facilidad de degustar productos de calidad, en las mejores condiciones y sobre todo con la comodidad de su hogar.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MICROEMPRESA

2.1.1. CONCEPTO

SILVESTRE José (2007) señala: “La microempresa es una organización por lo común de generación empírica financiada, organizada y dirigida por el propio dueño, abastece a un mercado pequeño o cuando mucho regional no cuenta con alta producción maquinizada y su planta de trabajadores suele estar integrada por familiares del propio dueño.”

AGUIRRE Enriqueta (2006) manifiesta: “La microempresa es la unidad económica operada por personas naturales jurídicas o de hecho formales o informales que tienen características bien determinadas.”

Las definiciones antes mencionadas son tomadas por la representatividad y experiencia que tiene cada uno de los autores en la materia, los cuales han aportado con diferentes criterios importantes para explicar a la microempresa como: SILVESTRE manifiesta que es una organización dirigida por su propio dueño y que su producción es pequeña y por cuanto sus trabajadores son integrantes de su propia familia, en cambio AGUIRRE dice que es una unidad económica operada por personas naturales y jurídicas que poseen características determinadas.

Para mayor precisión expongo mi propia definición:

La microempresa es una organización financiada y dirigida por su propio dueño y cuyo capital inicial está estructurado por fuentes propias, abastece un mercado delimitado, su producción se limita al uso de maquinaria y sus operarios pueden ser personas naturales o jurídicas, es decir, puede estar conformada por los familiares del propietario.

2.1.2. CARACTERISTICAS

Se debe tomar en cuenta las características positivas así como las falencias que posee una microempresa, como se muestra a continuación:

➤ POSITIVAS

- La organización de la empresa puede variar con mayor facilidad cuando ocurren cambios en el mercado.
- Asimilan con mayor facilidad los cambios tecnológicos y estructurales del exterior.
- Su necesidad de capital es mínima ya que pueden iniciar la actividad económica y desarrollarse fácilmente.
- El propietario posee totalmente el capital de la empresa lo que permite una adecuada dirección y conducción de la empresa.
- Se caracteriza por tener un número limitado de trabajadores, que comprende entre 7 y 9 empleados.

➤ FALENCIAS

- Sus ganancias son mínimas en comparación a las de las empresas que poseen mayor personal y su maquinaria es de última tecnología.
- Se encuentra rezagada en términos comparativos con las demás empresas, en cuanto a tecnología y organización administrativa.
- Su administración al ser llevada a cabo por su dueño, puede provocar falencias en los procesos productivos.
- Por su tamaño no puede absorber a otra empresa, lo que le ayudaría a ser más competitiva, por el contrario son absorbidas por empresas mucho más grandes.

- Enfrenta problemas de distinta índole por su tamaño en cuanto a financiamiento y recursos humanos.

2.1.3. IMPORTANCIA

La importancia de la micro y mediana empresa, es que constituye la mayor fuente de trabajo en el país, así también cabe recalcar que posee una facilidad para establecerse en diversas regiones del país, con lo cual contribuyen al desarrollo local y regional.

2.2. RESTAURANTES

2.2.1. DEFINICIÓN

DURAN García Carlos (2007) manifiesta: “El restaurante es una organización profesional, con recursos técnicos, humanos materiales y financieros que deben administrarse adecuadamente, valorando la importancia de las actividades de finanzas, producción y mercadotecnia”

MICROSOFT Encarta (2008) argumenta: “El restaurante es una actividad dentro del negocio que se encuentra inmerso en la gastronomía y está relacionado directamente con la gastronomía y la satisfacción al ser humano.”

Las definiciones anteriormente expuestas son tomadas por su representatividad ya que exponen criterios importantes acerca de los restaurantes como: Duran indica que es una organización profesional que administra adecuadamente los recursos humanos, técnicos y financieros, así como también valora la importancia de su producción, mientras que MICROSOFT nos indica que es un negocio dedicado a la actividad gastronómica y encaminado a la satisfacción de los clientes.

Para mayor precisión expongo mi propia definición:

El restaurante es una organización profesional que persigue fines lucrativos, su actividad principal es administrar los recursos humanos, técnicos y financieros así como también de producir y comercializar distintos platos que son elaborados con el fin de llegar a la satisfacción del ser humano.

2.2.2. TIPOS DE RESTAURANTES

➤ RESTAURANTE BUFFET

Este tipo de restaurante permite escoger a cada cliente una gran variedad de platos listos y dispuestos para el autoservicio.

➤ RESTAURANTES DE COMIDA RAPIDA

Llamados también Fast -Food son restaurantes informales en los cuales se consumen alimentos simples y de rápida preparación como son papas fritas, hamburguesas, empanadas, pizza entre otros.

➤ RESTAURANTES GOURMET

Los restaurantes gourmet son llamados también de alta cocina por que ofrecen alimentos de gran calidad y son servidos a la mesa, generalmente estos alimentos son preparados en ese momento. Tomando en cuenta que la presente propuesta pertenece a este tipo de restaurante cabe resaltar algunos aspectos que inducen a la gente a consumir estos alimentos.

- Los empleados públicos al no poseer el tiempo necesario para la elaboración de sus alimentos optan por comprar comida saludable en estos lugares.
- Son alimentos consumidos por personas de cualquier edad, ya que poseen un gran valor nutritivo.
- Generalmente ofrecen frescura y calidad en todos sus alimentos.
- Resulta práctico llamar y hacer una orden del plato que se prefiera ya que son cocinados en el momento de su orden.
- Se puede ofrecer varios servicios como: servirse en las instalaciones del restaurante, para llevar y entrega a domicilio.

➤ **RESTAURANTE TAKE AWAY**

Son conocidos como establecimientos de comida para llevar ya que ofertan platos principales, segundos y una gran variedad de aperitivos, que se encuentran expuestos en vitrinas ya sean fríos o calientes, según sea su condición.

➤ **RESTAURANTES GRILL**

Este tipo de restaurante está enfocado a la comida americana donde se sirve carnes, pescados, mariscos a la plancha y a la parrilla, la decoración de estos establecimientos son más orientadas al estilo Oeste Americano y su servicio debe ser rápido y eficiente.

2.3. VEGETARIANISMO

El vegetarianismo es una filosofía de vida que va camino de cumplir II siglos. La palabra vegetarianismo nació aproximadamente en 1838, lo que no quiere decir que no hubiera vegetarianos con anterioridad, sino que antes de esa fecha se hablaba de comida y dieta vegetal.

Cabe recalcar que no todo el mundo conoce el significado de vegetarianismo, se puede decir que los vegetarianos son aquellas personas que excluyen de sus dietas cualquier tipo de comida de procedencia animal, es decir que no comían carne roja y tampoco consumían carne de aves ni pescado aunque si consumían huevos y productos lácteos.

En este tipo de alimentación los protagonistas son los cereales, la soya, las legumbres, los vegetales, las frutas seguidas de otras oleaginosas.

2.3.1. TIPOS DE VEGETARIANISMO

Muchas son las variantes que pueden englobarse dentro del movimiento vegetariano, sino algunas más radicales que otras. A continuación realizaremos una breve descripción de las más conocidas:

➤ **Semi-vegetarianos:**

Este grupo se considera al menos radical, ya que evita consumir carnes rojas, sin embargo creen posible comer pollo y pescado.

➤ **Ovo-lacto-vegetarianos:**

Evitan el consumo de carnes rojas, pollo, pescado y mariscos, sin embargo consumen leche y huevos.

➤ **Lacto-vegetarianos:**

Evitan las carnes rojas, pollo, huevo, pescado y mariscos, pero consumen leche.

➤ **Ovo-vegetarianos:**

Evitan las carnes rojas, pollo, leche, pescado y mariscos, pero consumen huevos.

➤ **Veganos:**

Constituyen la máxima expresión del vegetarianismo ya que solo se alimentan de productos que no sean de origen animal.

➤ **Macrobióticos:**

Se trata de una forma extrema de vegetarianismo en combinación con ideas derivada de la filosofía Zen budista, su dieta se basa en el consumo de arroz integral y algunas verduras.

➤ **Crudívoros:**

Este grupo sólo se alimenta de productos vegetales sin cocinar. Por ejemplo, no se alimentan de pasta, ni cuecen las verduras, etc.

➤ **Frutívoros:**

Un refinamiento del grupo anterior son los frutívoros. Este grupo solo se alimenta de frutas y frutos secos., sin embargo cabe recalcar que este es un modo de vida y alimentación un tanto arriesgada, dado que no está claro que el organismo pueda disponer de todos los nutrientes necesarios para mantener un óptimo estado de salud.

➤ **Granivorianos:**

Como su nombre lo indica, propugna el consumo de alimentos en grana, los granivorianos, como los vegetarianos, eliminan de su alimentación la carne y los productos de origen animal.

2.3.2. VENTAJAS DEL VEGETARIANISMO

La dieta vegetariana es perfectamente satisfactoria desde el punto de vista nutritivo y ofrece numerosas ventajas sanitarias las cuales citamos a continuación:

- Es pobre en grasas saturadas y en colesterol, por consiguiente, es una dieta que previene las enfermedades cardiovasculares y disminuye el riesgo de padecer cánceres de: mama, útero, próstata y colon.
- Es rica en fibra alimentaria y evita así problemas del tránsito intestinal como el estreñimiento y mejora la diabetes.
- Al contener una menor cantidad de proteínas no sobrecarga los riñones, es además una dieta poco tóxica que limpia el organismo.
- Es rica en potasio y pobre en sodio mejorando la presión arterial, es una dieta recomendable para los hipertensos.
- El hígado y el páncreas responden muy bien a la práctica vegetariana.
- Es rica en magnesio, por lo que previene algunos problemas del ritmo cardíaco, depresión nerviosa y la formación de cálculos oxálicos de la orina.
- Contiene una cantidad óptima de proteínas que garantiza un buen estado nutricional y evita una hiperestimulación del metabolismo, disminuyendo el estrés.
- Entre los vegetarianos hay una menor frecuencia de casos de hemorroides, de accidentes vasculares, cerebrales y de infecciones urinarias.
- Tiene un buen aporte de fósforo y calcio
- Es una dieta relativamente baja en calorías que se saca fácilmente.

2.4. GOURMET

2.4.1. DEFINICIÓN

Wikipedia.wiki.org (2009) manifiesta: “Gourmet es un vocablo francés traducido por la Real Academia Española como gastrónomo, una persona entendida en gastronomía o aficionado a las comidas exquisitas. El

termino se utilidad como adjetivo para calificar a aquellas comidas de elaboración refinada.”

La definición antes mencionada nos manifiesta que gourmet está relacionado con la comida exquisita, es decir, califica a la elaboración de comida refinada.

Para mayor claridad expongo mi propia definición:

Gourmet está asociado con la gastronomía, la calidad de los ingredientes y sobre todo la forma de su preparación, es por estas cualidades que se le considera a un plato como gourmet. Estos platos son elaborados para las personas que tiene un gusto delicado y un exquisito paladar, al probar el nivel de sabor, fineza de ciertos alimentos y vinos servidos en los restaurante que ofrecen este estilo.

2.4.2. LA GASTRONOMÍA GOURMET

La gastronomía está sufriendo un auge imparable, ya que nuestra gastronomía se está adaptando a los productos de países exóticos, lo cual ayuda a la creación de nuevas formas de cocinar de nuestros chefs así como también realizar un sin número de mezclas con los alimentos que antes no se hubiera imaginado.

2.5. SERVICIO

2.5.1. DEFINICIÓN

DAHA Jorge (2008) expresa: “El servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a la otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo.”

REY Manuel (2007) dice:” Es la acción de servir, es el mérito que se hace al estado entidad o persona destinados a cuidar el interés o satisfacer las necesidades de una o varias personas”

Las definiciones anteriormente presentadas son tomadas por su representatividad ya que exponen criterios importantes acerca del servicio como: REY manifiesta que es la acción de servir para satisfacer las necesidades de una o varias personas, mientras que DAHA indica que es un beneficio que se presta de una persona a otra y que no tiene como resultado la propiedad de algo.

Para mayor precisión exhibo mi propia definición:

El servicio es una actividad orientada a la interacción con los clientes en persona, tiene como principal objetivo la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional, el servicio debe ser prestado de manera confiable a velozmente.

2.5.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

A continuación se citan algunas de sus características:

➤ **INTANGIBLE:**

No se puede tocar, sentir, escuchar, oler, etc., antes de la compra

➤ **INSEPARABLE:**

Se fabrica y se consume al mismo tiempo

➤ **VARIABLES:**

Depende de quién, cuando, como y donde se ofrece.

➤ **PERECEDERO**

No se puede almacenar

2.6. SERVICIO A DOMICILIO

2.6.1. DEFINICIÓN

El servicio a domicilio es también conocido como Delivery (reparto o entrega), es una actividad que tiene por fin entregar bienes, servicios e información directamente al consumidor final, su principal objetivo está enfocado en realizar un diseño, planificación, implementación y mejoramiento de los servicios asociados a la entrega, sujeta a restricciones de tiempos y costos.

Este tipo de servicio tiene como estrategia un plan de capacitación para el personal en cuanto a disponibilidad de tiempo a ofrecer, conocimientos de las zonas de entrega, cargos adicionales, medios de pagos aceptables, condiciones entre otras, como siempre esperando la satisfacción de los clientes.

2.6.2. VENTAJAS

- a) Brinda comodidad y ahorro de tiempo.
- b) En caso de emergencia son los primeros en ser llamados para satisfacer las necesidades alimentarias.
- c) Es una manera eficiente de suprimir costos extras.
- d) Su pedido es muy fácil, ya sea vía internet o telefónica

2.6.3. DESVENTAJAS

- a) Puede haber distorsión en la comunicación impersonal, al solicitar el producto.
- b) Se puede presentar contratiempos al momento de la entrega
- c) Existen variaciones de precios en los productos por adquirir este servicio.
- d) Personal no capacitado en el servicio a domicilio.
- e) La calidad y temperatura pueden cambiar durante el viaje

2.7. EL CLIENTE

2.7.1. DEFINICION

RESINK Paul (2006) manifiesta: “El cliente es la persona que toma la decisión de compra de un bien o servicio, de acuerdo a sus valores, interés, actividades y preocupaciones dominantes y: cuyo principal limitante es su poder adquisitivo.”

BAACKCLOW (2010) expresa:” El cliente es la razón de ser de un negocio, es el que compra y el que hace que una empresa se desarrolle o no, dentro de un determinado mercado.”

Las definiciones anteriormente mostradas son tomadas por su relevancia ya que exponen criterios importantes acerca del cliente como: RESINK propone que el cliente es la persona que toma las decisiones al momento de compra, de acuerdo a las características que representa cada bien o servicio y cuyo principal limitante es el poder adquisitivo, en tanto que BAACKCLOW expresa que el cliente es la razón de ser de un negocio, el q permite que esta se desarrolle al momento que realiza la compra.

Para mayor precisión presento mi propia definición:

El cliente es aquella persona que impulsa la económica de la empresa, es la razón de ser de la misma, puesto que al momento de realizar la compra impulsa la producción en la empresa.

2.7.2. CLASIFICACIÓN

➤ Por su carácter

- El cliente discutidor, enojado
- El cliente que no habla y el indeciso
- El cliente conversador
- El cliente ofensivo

- El cliente infeliz
- El que siempre queja
- El cliente exigente

➤ **Según los motivos de decisión de compra**

- Clientes orientados por el factor económico: compran por orgullo, condiciones de pago.
- Clientes orientados por lo práctico y cómodo del producto.
- Clientes orientados por lo estético, aspecto externo atractivo del producto.
- Clientes orientados por la diferenciación técnica del producto.
- Clientes orientados por el factor psicológico: buscan tener prestigio y estatus.

2.8. PRODUCCIÓN

2.8.1. DEFINICIÓN

<http://es.scribd.com/doc/85294901/Que-significa-produccion> define.- “La producción se puede definir como cualquier utilización de recursos que permita transformar uno o más bienes en otro(s) diferente(s). Los bienes pueden ser diferentes en términos de ciertas características físicas de los mismos, de su ubicación geográfica o de su ubicación temporal”.

La Producción es la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la necesidad creada. Identifiquemos los elementos fundamentales en el área de la Producción:

- Hombre
- Maquinaria
- Materiales

Con una buena administración de los elementos podremos tener productos que nos ayuden a generar una ganancia para la empresa, y por lo tanto esto traerá prosperidad.

2.8.2. CARACTERÍSTICAS

La producción y el cambio de las mercancías se sistematizan en conformidad con la ley económica llamada ley del valor. La producción mercantil no constituye un modo de producción especial. Por su forma y contenido, alcanza un desarrollo en dependencia del nivel y del carácter de las fuerzas productivas y de las relaciones de producción, del modo de producción dominante.

2.8.3. IMPORTANCIA

Esta área es importante porque es la encargada de la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la necesidad creada.

2.9. METODOLOGÍA

2.9.1. MÉTODO INDUCTIVO

Elías Aguilar (2008) define: “Método Inductivo es un proceso analítico, sintético, mediante el cual se parte del estudio de causas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general y así establecer cuál es la causa que más incide en el problema”.

Héctor Martínez (2010) manifiesta: “Método Inductivo parte de la observación directa para luego hacer una serie de generalizaciones

respecto de los fenómenos observados, lo que permitirá llegar a la formulación de leyes generales”.

El método inductivo será utilizado de la siguiente manera en mi investigación, parto de una observación de la realidad, experimento con la realidad y sus habitantes para comparar dicha realidad con los conocimientos adquiridos y luego extraigo las diferencias y semejanzas para determinar la realidad de los sucesos.

2.9.2. MÉTODO DEDUCTIVO

Elías Aguilar (2008) dice: “Método Deductivo sigue un proceso reflexivo, sintético, analítico, contrario al método inductivo; es decir parte del problema (efecto) o ley y establece las posibles causas (migración, rendimiento escolar, alcoholismo, drogadicción, pandillas, utilización inadecuada del tiempo libre, entre otros) que influyen en el problema.

Héctor Martínez (2010) opina: “Método Deductivo parte de la proposiciones o premisas generales, las cuales se hacen inferencias particulares por medio del razonamiento”.

El método deductivo se empleara para comprender, demostrar y aplicar las fases de la investigación y profundizar conocimientos con la finalidad de resolver el problema.

Por lo tanto se utilizara la técnica de la encuesta para recopilar la información así como también utilizare la observación directa para poder sacar diferencias y semejanza de la información obtenida.

2.9.3. MÉTODO ANALÍTICO

César Bernal (2009) “Método Analítico es el proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.”

El presente método que se va a utilizar en esta investigación va consistir en descomponer el todo en sus partes hasta llegar a conocer sus partes o elementos del proyecto, al igual su composición de un todo por la reunión de sus partes que estaban separadas, para una completa comprensión del proyecto. En base a los resultados arrojados por las tabulaciones de las encuestas y entrevistas realizadas se establecerán las distintas recomendaciones.

2.10. ESTUDIO DE MERCADO

Según CORDOBA, Marcial (2006) pág. 147 afirma: “El estudio de mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes, de un bien o servicio para llegar acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precios”

El estudio de mercado es un proceso sistemático en donde se recoge la información de los clientes, competidores y el mercado para luego establecer un plan de negocios de cómo vamos a vender el producto o servicio, o como mejorar el producto o servicio existente para expandirse a nuevos mercados.

2.10.1. OFERTA

BACA, Gabriel (2010) Pág. 48 Afirma: “La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

La oferta determina la existencia de proveedores en un mercado que está en la espera de adquirir un producto o servicio y ayuda conocer exactamente las necesidades que existen en el mercado, tomando en cuenta los requerimientos que exigen para la compra del producto o servicio.

2.10.2. DEMANDA

FONTAINE, Ernesto; (2008) Pág. 201 Manifiesta: “Se relaciona con las preferencias que trata de explicar como es que los consumidores gastan su ingresos entre los artículos que tienen a su disposición para comprar.”

La demanda está basada de acuerdo a la necesidad del mercado, que presenta problemas para la adquisición sea de productos o servicios, en donde el consumidor es la principal clave para conocer exactamente las necesidades y poder para cubrir gustos y preferencias de cada uno, tomando en cuenta la capacidad máxima del mercado.

2.10.3. PRECIO

Según IPC (Índice de Precios al Consumidor) (2007) Pág. 26 manifiesta lo siguiente: “El precio es una variable de marketing que viene a resumir, en gran número de casos, la política comercial de la empresa, por un lado tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto con unos atributos determinados, por otro tenemos el proceso de producción con los siguientes costos y objetivos de rentabilidad fijados”.

El valor que se le da a un producto se lo denomina precio, es determinado ya sea por el mercado o por su costo de producción o elaboración, tomando en cuenta siempre que este precio debe ser razonable, que justifique el valor propuesto en donde el comprador se encuentre

2.10.4. PROMOCIÓN

Para ROMERO, Ricardo (2008) pág. 5 afirma que: “la promoción es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa.”

La promoción son los incentivos que se realizan a corto plazo para estimular las compras o ventas de un cierto producto o servicio.

2.10.5. PUBLICIDAD

El Diccionario de la Real Academia Española (2006) define: “La publicidad es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.” Pág. 47.

La publicidad es una forma pagada de presentación del producto o servicio para que los consumidores conozcan los beneficios de este.

2.11. ESTUDIO TÉCNICO

Según BACA, U. Gabriel (2010) dice lo siguiente: “El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son determinación de la planta, tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.” Pág. 8.

El estudio técnico es donde se estudia la inversión tamaño apropiado de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.

2.11.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

[Http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/lecc-6.htm](http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/lecc-6.htm) Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada, ya sea diaria, semanal o anual, dependiendo del tipo de maquinaria o equipo que posea la empresa para determinar la capacidad de producción.

2.11.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización del proyecto consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas de localización en el que el resultado de estas fuerzas produzca la mínima o máxima ganancia o el costo unitario.

➤ MACRO LOCALIZACIÓN

BETZAIDA, Guadalupe (2006) expresa: “La macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia de proyecto.” Pág. 38.

La macro localización se encarga de buscar el lugar más apropiada donde se desarrolle el proyecto, es la parte en donde se detalla específicamente la zona es decir establece las coordenadas geográficas con la finalidad de ubicar el sector que está en las condiciones para su elección.

➤ MICRO LOCALIZACIÓN

SAPAG, Reinaldo (2008) afirma que: “La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara.” Pág. 220.

Es importante para el análisis de la micro localización tomar en cuenta una serie de factores los mismo permitirán conocer las características que el sector presenta y que pueden ser favorables para el desarrollo del proyecto, para ellos se aplica si es necesario el método por puntos que depende según el puntaje de cada sector y el que mayor tenga es la mejor opción.

2.12. ESTUDIO FINANCIERO

Según SAPAG, Nassir (2008) dice lo siguiente: “El estado financiero permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para identificar su rentabilidad.” Pág. 29.

De acuerdo con lo establecido en la cita anterior se concluye que el estudio financiero es aquel que nos ayuda a determinar los ingresos que pretendemos obtener a través del proyecto en un determinado periodo, al igual determinamos los egresos a realizar como parte de su ejecución con el fin de establecer su rentabilidad que va a existir en la empresa o proyecto.

2.12.1. INGRESOS

Según BRAVO, Mercedes (2009) afirma: “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un periodo de tiempo.” Pág. 65.

De acuerdo con la cita anterior nos dice que es la venta obtenida por algún producto al cual estamos ofreciendo o un servicio que la empresa ofrece.

2.12.2. EGRESOS

Egreso son los desembolsos que se hayan realizado en un determinado mes y que corresponden a anticipos de sueldos, pagos anticipados, compra de materia prima, mano de obra, entre otros.

➤ MATERIA PRIMA

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado, se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado.

➤ MANO DE OBRA

Es la fuerza de trabajo que participa directa e indirectamente en la transformación de los materiales en producto acabados ya sea que se intervenga manualmente o accionando maquinas.

➤ **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (CIF)**

Los costos indirectos de fabricación hacen referencia al grupo de costos utilizados para desarrollar la actividad productiva, exceptuando los materiales directos y la mano de obra directa.

➤ **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Para SARMIENTO Rubén (2010) manifiesta: “Los costos administrativos conocidos como gastos de administración; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficina, sueldos y beneficios sociales administrativos, etc.” Pág. 17.

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

➤ **GASTOS DE VENTAS**

Para SARMIENTO Rubén (2010) manifiesta: “los costos de ventas conocidos como gastos de ventas; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento de ventas, agua luz teléfono, aporte patronal, aporte personal, gasto de viajes y movilización de vendedores, comisiones de ventas, publicidad y propaganda, etc”. Pág. 18

Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado identifica el área de afectación del proyecto a corto y mediano plazo, los productos en el mercado, precios, oferta, demanda, representada por los proveedores y los consumidores los cuales están dispuestos a vender o comprar de acuerdo al comportamiento del mercado; además se consideran algunas variables que condicionan el comportamiento de los distintos agentes económicos, cuya actuación afectara el desempeño financiero de la empresa a generarse con el proyecto.

El proyecto solo tendrá éxito si conocemos con anterioridad y precisión el mercado, es decir, quienes comprarán nuestros servicios y además quienes son nuestra competencia.

Para tener una correcta apreciación de las posibilidades de vender los servicios en un Restaurante Gourmet con productos vegetarianos en la ciudad de Ibarra, se ha realizado una investigación de campo para sí poder obtener la información adecuada, razonable y sobre todo que sea confiable.

El 90% de la Población Ibarreña, demuestran su consumo básicamente por su nivel de ingresos; es por esta razón que no se escatimarían los recursos si de salud se trata, al existir servicios de alimentación que no ofrecen un servicio de alimentación sana y por encontrar un lugar donde se sirvan esta clase de alimentos, se ha visto la alternativa de crear un restaurante gourmet vegetariano con productos sanos y naturales en la ciudad de Ibarra, más aun si ofrecemos un servicio a domicilio el cual ayudara a la ciudadanía Ibarreña a realizar pedidos hasta su hogares e incluso hasta sus lugares de trabajo, además que se garantiza un servicio

de calidad y un ambiente acogedor en nuestras instalaciones, excelente atención personalizada, muy buena calidad de todos los productos a ofertar y además contar con una adecuada salubridad e higiene, lograrán obtener los resultados esperados.

La presente investigación se ha basado en diferentes técnicas como son las encuestas efectuadas a la población consumidora que tiene el poder adquisitivo para comprar el servicio y entrevistas a los propietarios de los establecimientos que ofertaran alimentos saludables. En consecuencia se ha delimitado el campo de acción y dispuesto la presente oferta y demanda de la cual se hablará a continuación.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El producto objeto de este presente proyecto está plenamente identificado y es la preparación de alimentos saludables, es decir, la utilización de productos naturales para la preparación de cada plato tomando en cuenta los porcentajes de carbohidratos, grasas entre otros componentes que el cuerpo debe consumir diariamente para tener una dieta balanceada y sobre todo tener un cuerpo sano, esto es lo que nos diferenciara de los demás locales de venta de alimentos preparados, por lo tanto esta es la ventaja competitiva con otros locales que se dedican a esta misma actividad.

Como un aporte adicional al expendio de productos sanos es que el restaurante contará con servicio a domicilio, el cual permitirá llegar a más lugares para su comercialización, siendo esta otra ventaja competitiva frente a locales que se dedican al expendio de productos alimenticios.

3.3. MERCADO META

La ciudad de Ibarra al encontrarse cerca de la frontera con Colombia concentra una gran cantidad de visitantes internos y externos, además de ser la provincia de Imbabura una de las provincias más privilegiadas por la trayectoria turística de esta manera la afluencia de visitantes es bastante grande y diversa.

Ibarra comercialmente va creciendo día con día, los factores son varios, uno de ellos es la presencia de migrantes colombianos quienes trajeron iniciativas comerciales bastantes diversas y lograron cambiar las estrategias de atención al público con la ampliación de horas de atención.

Los locales de comida son los que permanecerán en el tiempo, la humanidad necesita alimentarse por lo tanto se requiere buenos alimentos y una excelente atención para que los negocios dedicados a esta actividad permanezcan.

3.4. SEGMENTO DE MERCADO

Los consumidores de alimentos son muy diversos, depende del poder económico de los consumidores como para satisfacer sus necesidades en cuanto a gustos y preferencias alimentarias, el estudio de mercado no está direccionado a una clase social exclusiva, de este modo el consumidor común y corriente le interesa es el que el producto sea bueno y este a un precio accesible.

3.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En la actualidad no se dispone de estadísticas que permitan obtener información como para realizar una proyección de la demanda y poder proyectar en base a tasas de crecimiento, sin embargo por didáctica y por

la característica de este proyecto se realizara la proyección de la demanda con un 5% de crecimiento para cada año.

CUADRO 2: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PLATOS SERVIDOS						
Cantidad(platos-mes)	2912	3058	3210	3371	3540	3717

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado: La Autora

El restaurante elaborara 112 platos diarios en los cuales se encuentran desayunos, platos a la carta y postres, además de haber analizado la competencia y la afluencia de gente hacia el restaurante.

3.6. PROYECCION DE LA POBLACIÓN

Para realizar la proyección de la población aplicaremos la siguiente fórmula para conocer el número de habitantes que aumentara en los próximos años.

P_p = Población proyectada

P_o = Población inicial

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Años

SOLUCIÓN:

P_o = 398244

i = 1,8% 0,018

n = 3 años

$$P_p = P_o(1 + i)^n$$

$$P_p = 398244(1 + 0.018)^3$$

$$P_p = 420139 \text{ habitantes}$$

La provincia de Imbabura contara con 420139 habitantes para el año 2013

3.7. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En la ciudad de Ibarra existe 2 locales donde se venden alimentos preparados con productos naturales identificados como nutricionales, este dato es muy importante porque con facilidad se puede insertar con otro local y lograr expansión en corto tiempo. Los denominados restaurantes son 1841 locales registrados que en la práctica no se preocupan de la competencia ya que estos poseen proveedores de comida sin ninguna característica que le haga diferente a la propuesta que se está planteando en este estudio.

Cabe recalcar que el consumidor de clase baja no mira el producto natural, lo que determina el consumo en locales populares es el precio.

Claro está que de los datos obtenidos en el presente estudio de mercado, los encuestados prefieren visitar los locales de venta de comida con productos sanos, los factores son varios pero dentro de los más importantes esta su salud, son productos sanos que no contienen agroquímicos tóxicos y sobre todo son productos elaborados sin grasas, lo que es una ventaja para la salud de los ibarreños; es por ellos que se necesita concienciar a la ciudadanía para que consuman productos sanos.

3.8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.8.1. ENCUESTA

PREGUNTA NRO 1:

¿Su rango de edad esta entre?

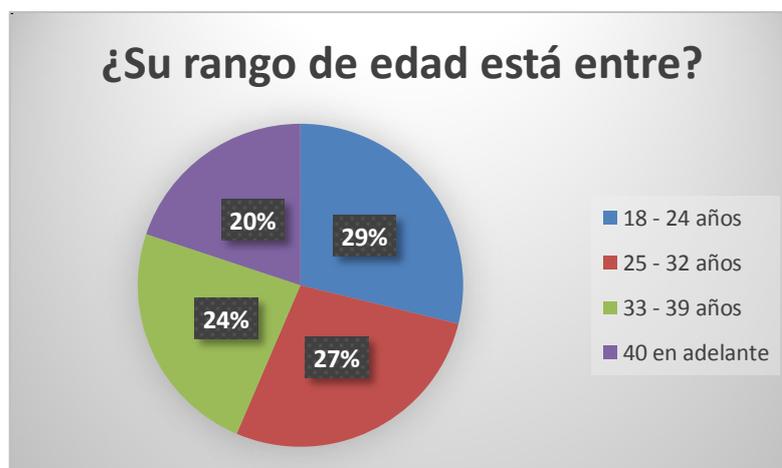
TABLA 1: RANGO DE EDAD

VARIABLES	FRECUENCIA	%
18 - 24 años	45	29%
25 - 32 años	43	28%
33 - 39 años	37	24%
40 en adelante	31	20%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 2: RANGO DE EDAD



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados son personas que tienen una edad comprendida entre 18 y 24 años, seguido de un porcentaje mínimo de diferencia con el rango de 25-32 años, es por ello que se puede

observar que el mercado a que está enfocado este proyecto es a jóvenes que tienen la edad comprendida entre 18-32 años de edad.

PREGUNTA NRO 2:

¿Consume usted algún tipo de comida vegetariana?

TABLA 2: TIPO DE COMIDA

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	119	76%
NO	37	24%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 3: TIPO DE COMIDA



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

El 76% de los encuestados afirman comer comida vegetariana, lo cual es un aspecto favorable para el proyecto, teniendo un 24% que no consumen este tipo de comida sana.

PREGUNTA NRO 3:

¿Ha visitado usted algún tipo de restaurante vegetariano en la ciudad de Ibarra?

TABLA 3: RESTAURANTE ACTUAL

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	35	22%
NO	76	49%
Otro Lugar	45	29%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 4: RESTAURANTE ACTUAL



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados coinciden en que han visitado un restaurante vegetariano en la ciudad de Ibarra, así como también un 29% de los encuestados afirman no haber acudido a un restaurante en la urbe, por lo que desearían tener un restaurante de calidad dentro de la ciudad de Ibarra.

PREGUNTA NRO 4:

¿Le gustaría que exista un restaurante vegetariano en la ciudad de Ibarra?

TABLA 4: EXISTENCIA DE UN RESTAURANTE

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	96	62%
NO	60	38%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 5: EXISTENCIA DE UN RESTAURANTE



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

El 62% de los encuestados concuerdan con la creación de un restaurante vegetariano en la ciudad de Ibarra.

PREGUNTA NRO 5:

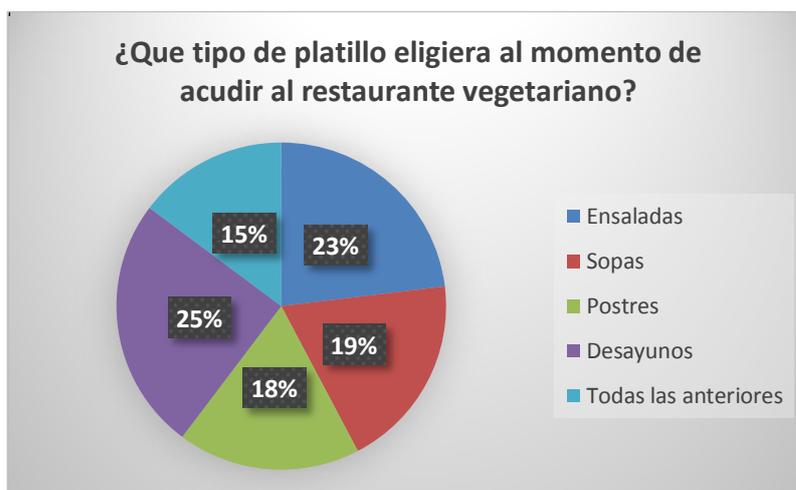
¿Qué tipo de platillo eligiera al momento de acudir al restaurante vegetariano?

TABLA 5: ELECCIÓN PLATILLO

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Ensaladas	36	23%
Sopas	30	19%
Postres	28	18%
Desayunos	39	25%
Todas las anteriores	23	15%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 6: ELECCIÓN PLATILLO



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

En esta pregunta podemos observar que el 25% de los encuestados se inclinan más por consumir desayunos, seguido del 23% para consumir ensaladas un 18% para consumir sopas y un 18% para el consumo de postres.

PREGUNTA NRO 6:

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un plato a la carta vegetariano?

TABLA 6: PRECIO

VARIABLES	FRECUENCIA	%
2,5	51	33%
3,5	80	51%
otro	25	16%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 7: PRECIO



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados afirman estar de acuerdo en pagar el valor de 3,50 por un plato de comida vegetariano.

PREGUNTA NRO 7:

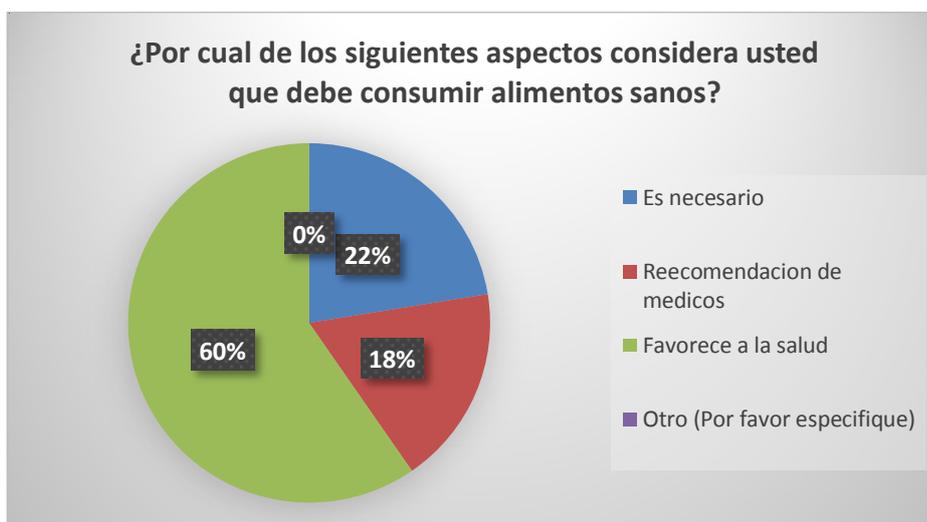
¿Por cuál de los siguientes aspectos considera usted que debe consumir los alimentos preparados con productos sanos?

TABLA 7: ASPECTOS

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Es necesario	35	22%
Recomendacion de medicos	28	18%
Favorece a la salud	93	60%
Otro (Por favor especifique)	0	0%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 8: ASPECTOS



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

El 60% de los encuestados coinciden en que deben consumir alimentos sanos ya que estos favorecen a su salud, mientras que el 22% afirman que es necesario.

PREGUNTA NRO 8:

¿Le gustaría que el restaurante ofrezca el servicio de arrendamiento para eventos sociales?

TABLA 8: ARRENDAMIENTO

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Si	112	72%
No	44	28%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 9: ARRENDAMIENTO



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

Se puede observar que el 72% de los encuestados están de acuerdo en que es necesario que el restaurante arriende sus instalaciones para eventos sociales, siendo esto un factor positivo para este proyecto ya que se obtendrán mayores ingresos.

PREGUNTA NRO 9:

¿Le gustaría que en la ciudad de Ibarra se abriera un local que le ofrezca productos sanos y de excelente calidad?

TABLA 9: IMPLEMENTAR

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Si	110	71%
No	46	29%
TOTAL	156	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

GRÁFICO 10: IMPLEMENTAR



Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Por la Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados coinciden en que es necesaria la implementación de este proyecto dentro de la ciudad, es por ello que este proyecto es factible y tendrá acogida en el mercado.

3.9. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez analizado todos los aspectos importantes para la implementación del proyecto se ha llegado a la conclusión que la implantación de este proyecto es factible ya que este es nuevo e innovador en la ciudad de Ibarra, ya que el 99% de los encuestados afirman que es necesaria la creación de un restaurante gourmet vegetariano en la ciudad de Ibarra, así como también un gran porcentaje afirma que lo mejor es consumir productos sanos, seguros y que ayuden con los altos índices de enfermedades ocasionadas por consumir alimentos altos en calorías.

3.10. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el estudio de mercado se puede llegar a la conclusión de que la implantación de este nuevo proyecto será factible puesto que tiene una gran acogida en el mercado.

Para que este servicio se dé a conocer es importante que se lo publicite a través de los distintos medios de comunicación, ya que de esta manera se podrá llegar a cumplir más necesidades insatisfechas de nuevos mercados.

Los precios establecidos por el restaurante estarán enfocados en el poder adquisitivo de los clientes así como también enfocándose a la competencia.

Se puede considerar que la falta de hábitos de consumo ha ocasionado que en la actualidad existan altos índices de muerte por no consumir alimentos sanos y saludables.

3.11. RECOMENDACIONES

Los ciudadanos de Ibarra deben tener más conciencia en una alimentación balanceada y rica en proteínas favorece al metabolismo y sobre todo al metabolismo, es por eso que se recomienda que en conjunto con el municipio se impartan capacitaciones para que inculquen hábitos de consumo en la ciudadanía.

Se recomienda a demás que el restaurante y sus empleados se capaciten en temas nutricionales para que puedan ofrecer un servicio de calidad.

La implantación del proyecto debería ser ejecutado con la mayor brevedad posible ya que cubrirá necesidades insatisfechas que existe en el mercado.

3.12. MEZCLA DEL MARKETING

3.12.1. NOMBRE COMERCIAL

El nombre de todo establecimiento tiene como principal finalidad identificar el bien y/o el servicio que este ofrece, logrando así posicionarse en la mente del consumidor y tener una diferencia entre sus competidores. Para establecer el nombre del establecimiento, se debe tomar en cuenta que este sea corto, llamativo y sobre todo que sea entendible, este ayudara a que los clientes lo puedan recordar.

En el presente proyecto el nombre seleccionado para este tipo de microempresa es **RESTAURANTE VEGETARIANO GREEN FOOD**, se ha optado por este nombre ya que este presenta al restaurante como un local que ofrece comida saludable.

3.12.2. ETIQUETA

➤ LOGOTIPO

GRÁFICO 11: LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA



Elaborado: Por la Autora

➤ ESLOGAN

El eslogan del establecimiento es una herramienta que permite dar a conocer una característica específica de la empresa que está directamente relacionada con el nombre designado a ella.

Su eslogan es “**POR QUE LOS VEGETALES TAMBIÉN PUEDEN SER DELICIOSOS**”, con esta idea de negocio se pretende conseguir motivar a los turistas tanto nacionales como extranjeros, los cuales aportaran ingresos económicos no solo para la provincia sino para el restaurante, esto se lograra a través de las invitaciones que se realizaran a través de cuñas publicitarias, para que los turistas se acerquen a saborear nuestros productos, al mismo tiempo podrán disfrutar de un ambiente cómodo y original que presta nuestro local.

3.12.3. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La promoción es la comunicación que se realiza para informar a los compradores de los productos que ofrece el restaurante, para de esa manera persuadirlos a recordar el restaurante y así poder influir en su opinión.

➤ PUBLICIDAD

La publicidad es un estrategias de marketing que sirve para promocionar el bien o servicio que se ofrece, esto se lo hace a través de una comunicación pagada cómodo lo es la prensa, radial, televisiva y por medio de hojas volantes.

El restaurante vegetariano **GREEN FOOD** realizara la publicidad a través de anuncios en trípticos que serán repartidos en los centros comerciales de la ciudad, así también se realizaran cuñas radiales para dar a conocer el restaurante, además se creara una página web para que los que se encuentra demasiado lejos conozcan de este local.

➤ PROMOCIÓN DE VENTAS

Una de las estrategias de mercadotecnia, es promocionar el servicio que se está ofertando.

Las estrategias de promoción presentadas por el restaurante son:

- Establecer un programa de clientes frecuentes, es decir, llevar un record de clientes a través de sus datos personales, para de esta forma acumular puntos para que puedan reclamar distintos platos de comida de cualquier valor.

- Los días sábado se realizara el 2*1, el cual consiste en que por la compra de ciertos platos que estén en el menú serán ofertados en el horario de 5p.m a 7p.m.

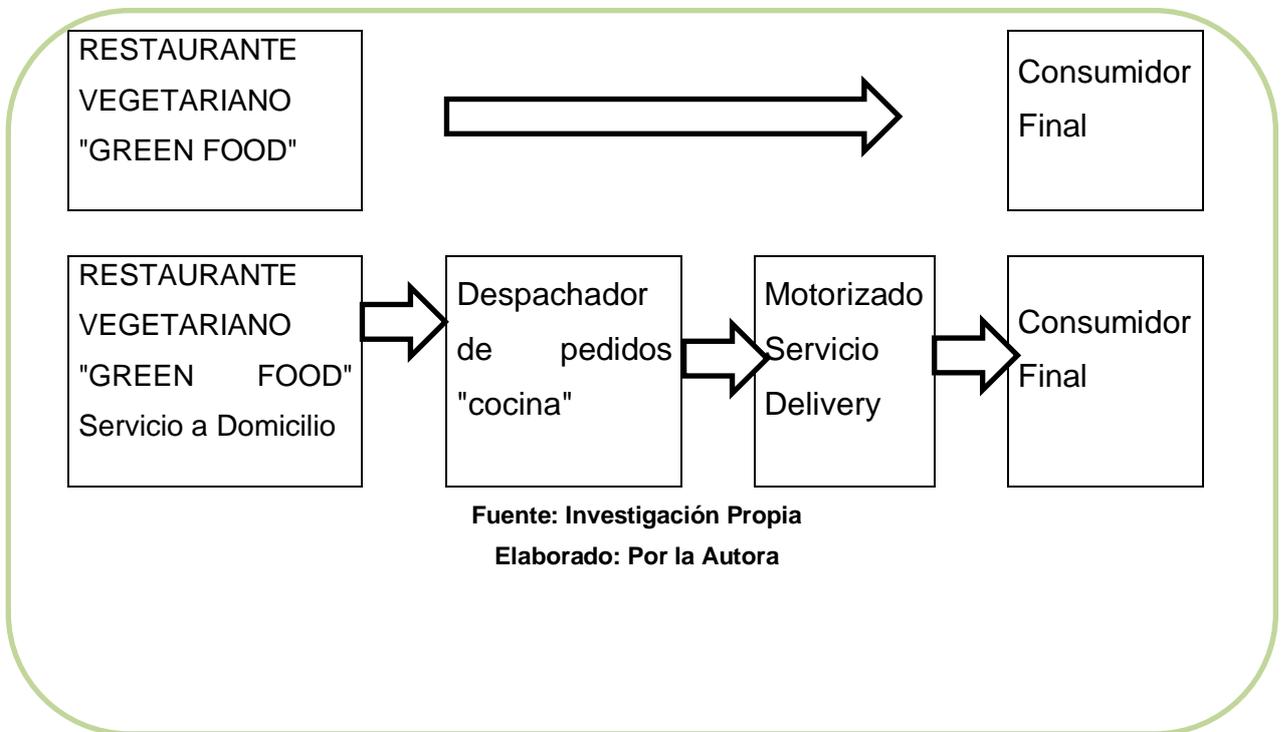
3.13. COMERCIALIZACIÓN

3.13.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución son esenciales en toda organización, es por eso que el restaurante vegetariano GREEN FOOD, ha implementado como valor agregado la entrega a domicilio de los productos que ofrece, este es un aspecto que sobre sale frente a sus competidores.

La distribución se realizara a través del pedido que el cliente hace, según el menú que ofrece este restaurante, luego del pedido se realizara la entrega inmediata del producto al consumidor final.

CUADRO 3: CANALES DE DISTRIBUCIÓN



3.14. PROYECCIONES DE PRECIOS

En el estudio de mercado se determina que los precios deben ser accesibles donde el comer sano es importante en la actualidad, la proyección de precios se hace con el 5% de inflación que es lo más indicado para este caso de proyectos, porque el incremento de precios a nivel nacional se hace en base a la inflación, este es el indicador más recomendable ya que la economía en el Ecuador va incrementándose con este porcentaje.

CUADRO 4: PROYECCIÓN DE PRECIOS

Rubros	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentos Preparados						
Precio Unitario	3,55	3,73	3,92	4,11	4,32	4,54

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

En el caso de este análisis para la implementación de este proyecto no existe un estándar establecido en cuanto se refiere a distribución y diseño de locales de atención al público con alimentos preparados, sin embargo se ha establecido 250 m² de construcción distribuida en sitios destinados para la preparación de los alimentos, atención al público, y un departamento administrativo.

El proyecto ofertará una gran variedad de platos de alimentos preparados, para el numero de platos por día no se tiene una estimación exacta, lo que se hará es una estimación aproximada de 112 platos variados por día los cuales son sopas, ensaladas, fuertes, postres, jugos, la finalidad es llegar al 100% de la capacidad instalada, en lo posible duplicar la producción diaria.

Para este tipo de proyecto no se trata de captar un cierto número de clientes, por lo contrario, lo que se desea es llegar a la mayor cantidad de clientela por la calidad de productos a ofertarse en este tipo de microempresa, claro está que los precios tienen mucho que ver en la puesta en marcha y ejecución del proyecto, estos factores serán los que establecerán el número de clientes que poseerá el proyecto.

La poca y casi ausente competencia con otros locales de comida con características vegetariana le permitirá incursionarse con mayor facilidad en la ciudad, la calidad del producto así como el servicio prestado son los factores decisorios para la expansión o cierre del negocio.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Imbabura es una de las provincias que brinda todas las posibilidades de turismo en todos sus cantones, a escasos minutos se puede disfrutar del intenso calor así como también de un extremo frío, estas bondades climáticas con las que cuenta la provincia han logrado tener una excelente producción agrícola y una diversa actividad pecuaria.

DATOS GENERALES

Región: Sierra

Clima: 8° C a 24° C

Provincia: Imbabura

Población: 118755

Latitud: 00° 21' N

Fundación: 28 de Septiembre de
1606

Longitud: 078° 07' O"

GRÁFICO 12: MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: GAD Ibarra

Elaborado: Por la Autora

4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En la Provincia de Imbabura, la ciudad de Ibarra es una de las ciudades donde las iniciativas comerciales son diversas, ya que en la actualidad en la ciudad residen migrantes del país vecino Colombia los cuales han ayudado a los locales comerciales en cuanto a publicidad, puesto que a ellos les es más fácil el servicio a los clientes, además los sitios de venta de comida son variados, así como los alimentos que son expendidos en los mismos.

GRÁFICO 23: MAPA CIUDAD DE IBARRA



Fuente: GAD Ibarra

Elaborado: Por la Autora

4.3. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

4.3.1. DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA

➤ BARRA

En este lugar se encontrara ubicada la caja registradora, la computadora, impresora, stand de vasos y los menús que ofrece el restaurante, en la barra se despacharan los pedidos a los meseros

una vez cancelada la orden, los cuales serán llevados a la cocina para su pronta elaboración.

➤ **MESAS**

El Local tiene una capacidad para 1 docena de juegos de mesa, 8 juegos constan de 6 sillas y 4 juegos constan de 8 sillas, las cuales serán distribuidas en la parte central y en los costados del local, con el fin de facilitar el acceso a los meseros y sobre todo los clientes se sientan cómodos y lograr prestar un buen servicio, el local también contara con un lugar de fumadores, es decir, dichas mesas serán ubicadas cerca de las ventanas.

➤ **SALA DE DESCANSO**

En este lugar estará ubicada un pantalla gigante, la cual servirá para entretenimiento de los comensales, además es una estrategia para que los clientes asistan al local cuando transmitan partidos de futbol, se prevé también en el futuro presentar eventos de música en vivo, video.

➤ **COCINA**

En este espacio se encontrara ubicada la estufa, la nevera, la licuadora, el horno, los cubiertos y un mesón para manipular los alimentos. La ubicación de la cocina cerca de la barra es estratégica ya que de esta manera se podrá acceder con mayor facilidad a los meseros para su rápida distribución.

➤ **BODEGA**

Lugar donde se encuentra almacenada la materia prima directa e indirecta, envases y los utensilios necesarios para la elaboración del producto final, su acceso estará restringido para personal no autorizado, además se encuentra en las afueras de las

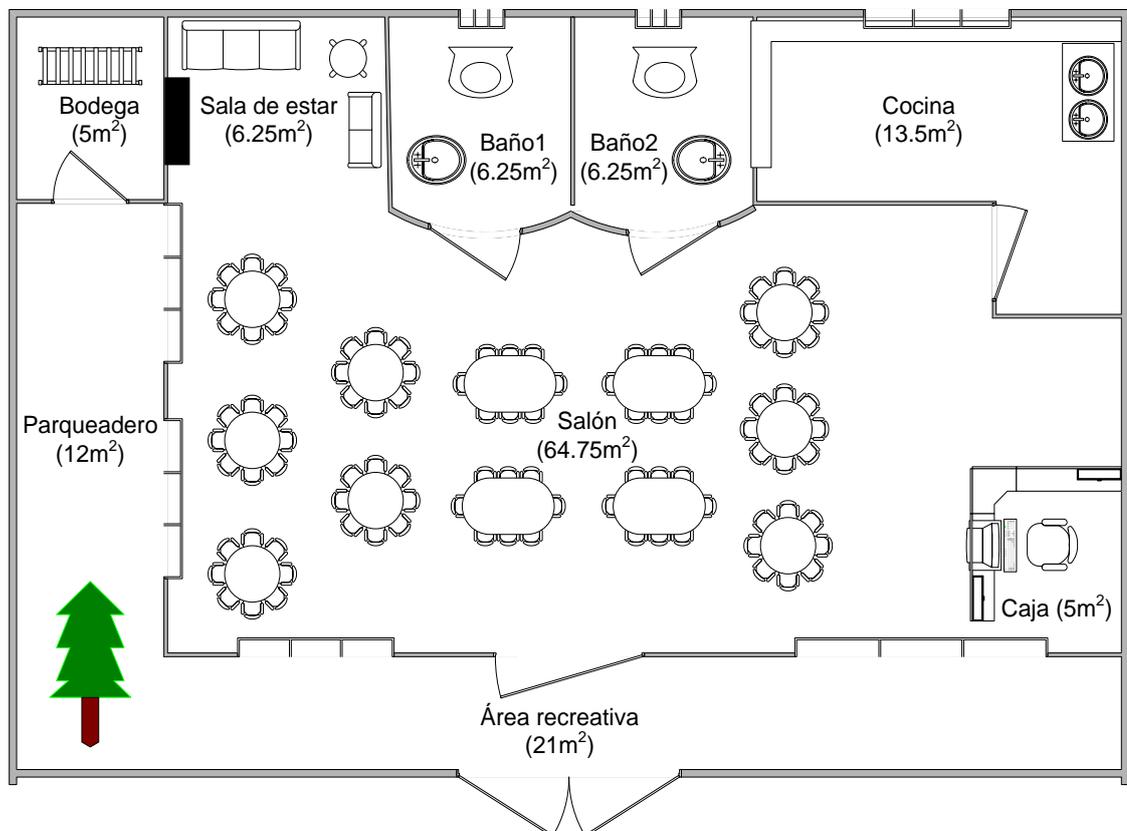
instalaciones ya que en esta área se encuentran productos inflamables los que ocasionarían algún percance dentro del local.

➤ BAÑOS

El local contara con 2 baños, los cuales serán para damas y caballeros respectivamente, cada uno contaran con un inodoro y un lavamanos.

La distribución del proyecto está conformada en el siguiente diagrama:

GRÁFICO 14: PLANO DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA MICROEMPRESA



Elaborado: Por la Autora

4.4. FACTORES INTERVENIENTES O DE ANÁLISIS

4.4.1. FACTORES AMBIENTALES

- Manejo de desechos
- Aguas residuales
- Contaminación visual
- Contaminación de olor

4.4.2. FACTORES COMERCIALES

- Posición estratégica
- Flujo de personas
- Seguridad
- Costo del suelo
- Disponibilidad del espacio físico
- Accesibilidad
- Vías de comunicación
- Servicios básicos
- Servicios de apoyo
- Disponibilidad de MP
- Disponibilidad de MO calificada

4.4.3. FACTORES SOCIALES

- Apoyo de la comunidad
- Generación de empleo directo e indirecto

4.4.4. FACTORES LEGALES

- Ordenanzas Municipales
- Patentes
- RUC

4.5. EVALUACIÓN DE FACTORES

CUADRO 5: EVALUACIÓN DE FACTORES

NIVEL	VALOR NUMÉRICO
EXCELENTE	10
MUY BUENO	
• Alto	9
• Bajo	8
BUENO	
• Alto	7
• Bajo	6
REGULAR	
• Alto	5
• Bajo	4
MALO	
• Alto	3
• Bajo	2
PÉSIMO	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

4.5.1. SELECCIÓN DEL LUGAR

A= Parque de la Merced

B= Avda. Simón Bolívar

C= Avda. El Retorno

D= Avda. Teodoro Gómez de la Torre

4.5.2. MATRIZ DE FACTORES

CUADRO 6: MATRIZ DE FACTORES

FACTORES	A	B	C	D
1. FACTORES AMBIENTALES				
1.1. Manejo de desechos	5	6	8	6
1.2. Aguas residuales	7	6	7	8
1.3. Contaminación visual	6	7	8	7
1.4. Contaminación de olor	6	7	7	9
TOTAL UNO	24	26	30	30
2. FACTOR COMERCIAL				
2.1. Posición Estratégica	6	6	7	7
2.2. Flujo de personas	8	7	7	8
2.3. Seguridad	7	8	8	7
2.4. Costo del suelo	8	6	7	6
2.5. Disponibilidad de espacio físico	7	7	9	7
2.6. Accesibilidad	7	6	8	6
2.7. Vías de comunicación	7	7	6	7
2.8. Servicios básicos	7	6	7	7
2.9. Servicios de apoyo	6	7	8	7
2.10. Disponibilidad de MP	6	7	7	6
2.11. Disponibilidad de MO calificada	7	6	8	7
TOTAL DOS	76	73	82	75
3. FACTORES SOCIALES				
3.1. Apoyo de la comunidad	7	7	8	7
3.2. Generación de empleo directo e indirecto	6	8	8	8
TOTAL TRES	13	15	16	15
4. FACTORES LEGALES	8	7	8	8
4.1. Ordenanzas Municipales	8	8	8	7
4.2. Patentes	8	7	9	8

4.3. RUC	24	22	25	22
TOTAL CUATRO				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

4.5.3. ASIGNACIÓN DE PORCENTAJES DE PONDERACIÓN

CUADRO 7: ASIGNACIÓN DE PORCENTAJES

FACTOR	PORCENTAJE
Ambientales	20%
Comercial	54%
Social	10%
Legales	16%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 8: MATRIZ DE PONDERACIÓN

FACTORES	PONDERACIÓN	A	B	C	D
1. FACTORES AMBIENTALES					
1.1. Manejo de desechos	20%	0,45	0,54	0,72	0,54
1.2. Aguas residuales	9%	0,35	0,30	0,35	0,40
1.3. Contaminación visual	5%	0,18	0,21	0,24	0,21
1.4. Contaminación de olor	3%	0,18	0,21	0,21	0,27
TOTAL UNO	3%	1,16	1,26	1,52	1,42
2. FACTOR COMERCIAL	54%	0,42	0,42	0,49	0,49
2.1. Posición Estratégica	7%	0,48	0,42	0,42	0,48
2.2. Flujo de personas	6%	0,28	0,32	0,32	0,28
2.3. Seguridad	4%	0,40	0,30	0,35	0,30
2.4. Costo del suelo	5%	0,42	0,42	0,54	0,35
2.5. Disponibilidad de espacio físico	6%	0,28	0,24	0,32	0,24

2.6.	Accesibilidad	4%	0,35	0,35	0,30	0,35
2.7.	Vías de comunicación	5%	0,35	0,30	0,35	0,35
2.8.	Servicios básicos	5%	0,18	0,21	0,24	0,21
2.9.	Servicios de apoyo	3%	0,30	0,30	0,35	0,30
2.10.	Disponibilidad de MP	5%	0,28	0,24	0,32	0,28
2.11.	Disponibilidad de MO calificada	4%				
	TOTAL DOS		3,74	3,52	4	3,53
3. FACTORES SOCIALES						
3.1.	Apoyo de la comunidad					
3.2.	Generación de empleo directo e indirecto	10%	0,42	0,42	0,48	0,42
		6%	0,24	0,32	0,32	0,32
	TOTAL TRES	4%				
			0,66	0,74	0,80	0,74
4. FACTORES LEGALES						
4.1.	Ordenanzas Municipales	16%	0,40	0,35	0,40	0,40
		5%	0,56	0,56	0,56	0,49
4.2.	Patentes	7%	0,32	0,28	0,36	0,32
4.3.	RUC	4%	1,28	1,19	1,32	1,21
	TOTAL CUATRO					
	TOTAL FINAL		6,84	6,71	7,64	6,90

Elaborado: Por la Autora

La ponderación de los factores está en función de la importancia dentro del proyecto. En resumen a los valores ponderados la mejor opción es la "C", que pertenece al sector de la Avda. El Retorno y como emergente el sector "A" que es el parque de la Merced.

Es importante resaltar que el lugar presenta las facilidades para que este tipo de instalaciones, entre otros factores, es un lugar estratégico en lo referente al flujo de personas y además existe en el entorno suficiente

oferta de insumos y materias primas para el desarrollo del proyecto propuesto.

4.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.6.1. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

En el siguiente diagrama se describe cada uno de los procesos que se requieren en la unidad productiva en estudio, no se trata de sofisticar cada uno de ellos, sino dar la idea del proceso que se realizará.

CUADRO 9: FLUJOGRAMA DE PROCESOS

FIGURAS		INICIO
		PROCESO
		PREGUNTA
		FIN

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 10: ACTIVIDADES DE LA PRODUCCIÓN

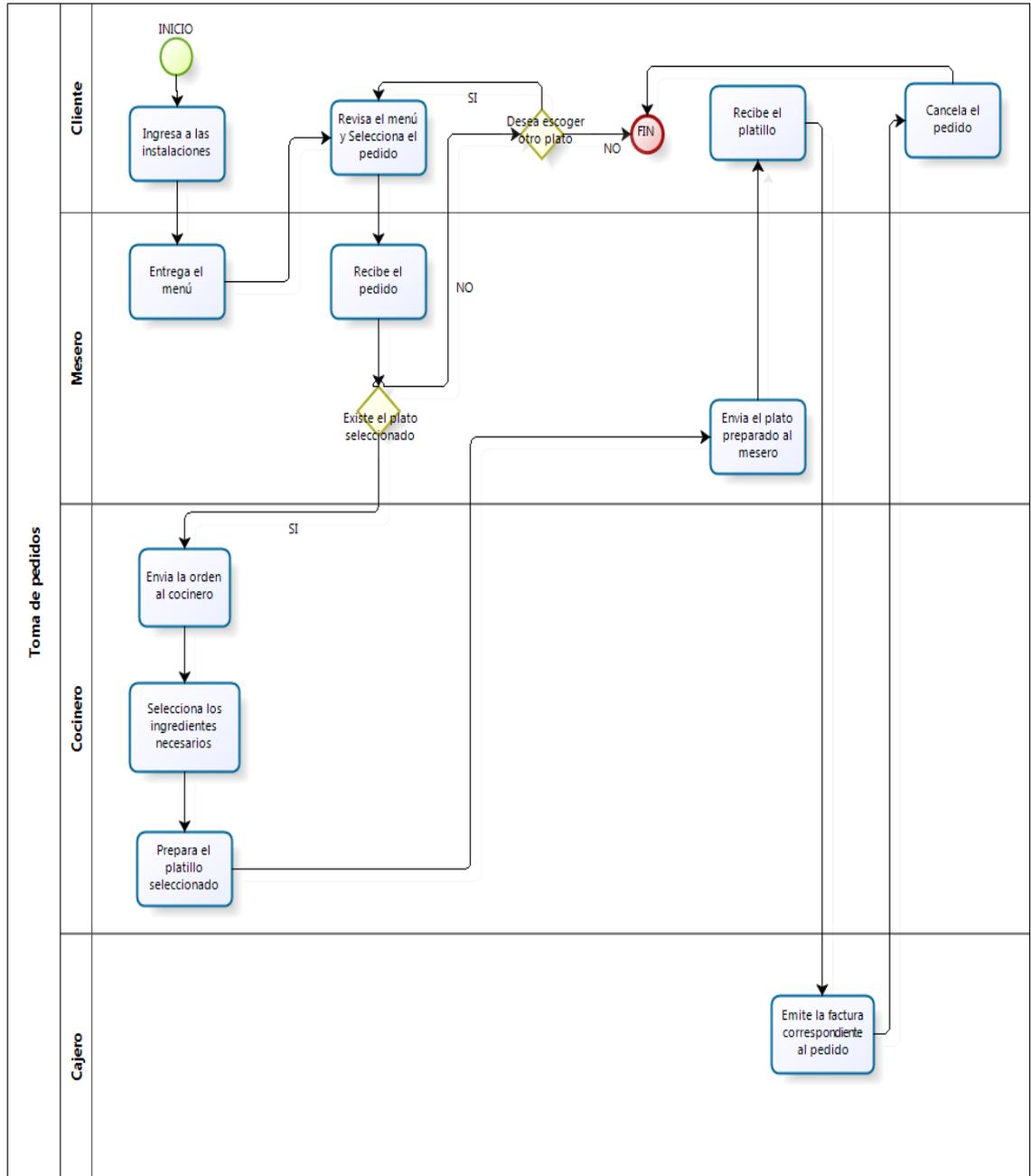
PRODUCCIÓN		
N°	ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO (Minutos)
1	Ingreso de los clientes al local	1
2	Presentación del menú a los clientes	1
3	El cliente revisa y selecciona el menú	3
4	Recepción del pedido	0,50
5	El mesero pregunta si existe el plato seleccionado	0.50
6	Envía la orden al cocinero	1
7	Selección de la MP	2
8	Preparación del menú seleccionado	5
9	Envía el platillo al mesero	1
10	El cliente recibe el platillo para su degustación	
10	El cajero emite la factura	
11	El cliente cancela el pedido	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

4.6.2. DESARROLLO Y OPERACIÓN

CUADRO 11: FLUJOGRAMA DE LA PRODUCCIÓN



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 12: DISEÑO DE LA PLANTILLA DE PRODUCCIÓN

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Ingreso de los clientes al local	1
	Presentación del menú a los clientes	1
	El cliente revisa y selecciona el menú	3
	Recepción del pedido	0.50
	El mesero pregunta si existe el plato seleccionado	0.50
	Envía la orden al cocinero	1
	Selección de la MP	2
	Preparación del menú seleccionado	5
	Envía el platillo al mesero	1
	El cliente recibe el platillo para su degustación	
	El cajero emite la factura	
	El cliente cancela el pedido	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

RESUMEN

Operación simple 3

Operación doble 10

Transporte 2

TIEMPO ESTIMADO: 15 minutos

4.7. INVERSIÓN

4.7.1. ACTIVOS FIJOS

CUADRO 13: CONSTRUCCIONES

RUBROS	UNID. MEDIDA	CANT.	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL
Área de preparación de alimentos (cocina)	m2	13,5	\$ 370,37	\$ 5.000,00
Área de servicio al público (salón)	m2	64,75	\$ 166,69	\$ 6.000,00
Área de Recreación	m2	21	\$ 166,69	\$ 2.300,00
Área Administrativa	m2	5	\$ 166,69	\$ 1.000,00
Baños	m2	12,5	\$ 166,69	\$ 1.000,00
Sala de star	m2	6,25	\$ 166,69	\$ 700,00
Parqueadero	m2	12	\$ 166,69	\$ 1.500,00
Área de Bodega	m2	5	\$ 166,69	\$ 1.200,00
TOTAL		140		\$ 18.700,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 14: TERRENO

RUBROS	UNID. MEDIDA	CANT.	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	m2	140	\$ 178,57	\$ 25.000,00
TOTAL		140		\$ 25.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 15: ENSERES

RUBROS	UNID. MEDIDA	CANT.	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL
Cocina Industrial	unid	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Horno	unid	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Congelador	unid	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Refrigerador	unid	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Estanterías	unid	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
Vajilla	docena	6	\$ 130,00	\$ 780,00
Juego de cucharas y cuchillos	juego	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Juego de Olla de Acero Inoxidable	juego	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00
Cernidores Inoxidables	unid	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Juego de Sartene	juego	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Mobiliario(sillas, mesas)	juego	12	\$ 250,00	\$ 3.000,00
TOTAL		44		\$ 11.750,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 16: EQUIPO DE COMPUTO

RUBROS	UNID. MEDIDA	CANT.	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador	unid	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00
Impresora	unid	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Utiles de oficina	unid	5	\$ 150,00	\$ 750,00
TOTAL		10		\$ 3.450,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 17: VEHICULOS

RUBROS	UNID. MEDIDA	CANT.	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL
Furgon	unid	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Motocicleta	unid	2	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
TOTAL		3		\$ 16.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 18: MUEBLES DE OFICINA

RUBROS	UNID. MEDIDA	CANT.	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	unid	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Sillas	unid	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Archivadores	unid	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Estanterías	unid	1	\$ 130,00	\$ 130,00
TOTAL		12		\$ 960,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

4.7.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Es una inversión intangible que es útil considerar para el establecimiento de la microempresa, son requeridos para trámites judiciales en la legalización de la misma y todos los gastos efectuados en la investigación.

CUADRO 19: GASTOS DIFERIDOS

RUBROS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gastos de constitución	\$ 400,00	\$ 400,00
Gastos de Investigación	\$ 600,00	\$ 600,00
TOTAL		\$ 1.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

4.7.3. CAPITAL DE TRABAJO

Son aquellos valores necesarios para que el proyecto arranque, hasta obtener los primeros ingresos por venta del producto, se requiere el valor de 49.836,58 USD, los cuales corresponden a costos y gastos de operación del proyecto.

CUADRO 20: CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	PARCIAL	V. TOTAL
Costos de Producción		\$ 29.360,25
Materia Prima	\$ 12.992,25	
Mano de Obra	\$ 13.879,20	
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.488,80	
Gastos Administrativos		\$ 16.876,33
Gastos de Ventas		\$ 3.600,00
TOTAL		\$ 49.836,58

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 21: RESUMEN DE LA INVERSIÓN

INVERSIÓN	TOTAL
Inversión Fija:	\$ 75.860,00
Construcciones	\$ 18.700,00
Terreno	\$ 25.000,00
Maquinaria	\$ 11.750,00
Equipo de Cómputo	\$ 3.450,00
vehiculos	\$ 16.000,00
Muebles de Oficina	\$ 960,00
Inversión Diferida:	\$ 1.000,00
Gastos de Constitución	\$ 400,00
Gastos de Investigación	\$ 600,00
Inversión Variable:	\$ 49.836,58
Capital de Trabajo	\$ 49.836,58
INVERSIÓN TOTAL	\$ 126.696,58

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

4.8. FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del proyecto son necesarios fondos propios y financiados tal como se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO 22: FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA	VALOR	%
Fondos Propios	\$ 56.000,00	44,20%
Fondos Financiados	\$ 70.696,58	55,80%
TOTAL	\$ 126.696,58	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

4.9. TALENTO HUMANO

Loa requerimientos de talento humano para este emprendimiento productivo es el detallado a continuación:

CUADRO 23: TALENTO HUMANO

CARGO	CANT.	MESES	SBU	SALARIO ANUAL
Gerente	1	12	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Contador/a	1	12	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Recepcionista	1	12	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Ayudantes de Cocina	1	12	\$ 354,00	\$ 4.248,00
Chef	1	12	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Meseros	1	12	\$ 354,00	\$ 4.248,00
TOTAL			\$ 2.362,00	\$ 28.344,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CAPITULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

El valor de los ingresos se obtendrán en base a la necesidad determinada en el estudio de mercado, en el siguiente cuadro se especifican los productos que se van a vender y los precios requeridos para los mismos.

5.1.1. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

CUADRO 24: PLATOS VENDIDOS

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PLATOS SERVIDOS						
Cantidad(platos-mes)	2912	3058	3210	3371	3540	3717
Meses del año	12	12	12	12	12	12
Nro de platos atendidos anual	34944	36691	38526	3383	3552	3729
TOTAL	\$ 114.377,86	\$ 126.101,59	\$ 139.027,00	\$ 153.277,27	\$ 168.988,19	\$ 186.309,47

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 25: ARRENDAMIENTO DEL LOCAL

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arrendamiento para eventos						
Cantidad(mes)	3	4	5	5	5	5
Meses del año	12	12	12	12	12	12
Valor de arriendo	\$ 350,00	\$ 402,50	\$ 422,63	\$ 443,76	\$ 465,94	\$ 489,24
TOTAL	\$ 12.600,00	\$ 19.320,00	\$ 25.357,50	\$ 26.625,38	\$ 27.956,64	\$ 29.354,48

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 262: BEBIDAS- AGUA PURIFICADA

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BEBIDAS						
Aguas	240	600	600	600	600	600
Meses del año	12	12	12	12	12	12
Valor por Botella	\$ 0,50	\$ 0,53	\$ 0,55	\$ 0,58	\$ 0,61	\$ 0,64
TOTAL	\$ 1.440,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82	\$ 4.594,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 27: GASEOSAS GRANDES

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BEBIDAS						
Gaseosas	120	126	132	139	146	153
Meses del año	12	12	12	12	12	12
Valor por Botella	\$ 1,50	\$ 1,58	\$ 1,65	\$ 1,74	\$ 1,82	\$ 1,91
TOTAL	\$ 2.160,00	\$ 2.381,40	\$ 2.625,49	\$ 2.894,61	\$ 3.191,30	\$ 3.518,41

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 38: GASEOSAS PEQUEÑAS

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BEBIDAS						
Gaseosas peq.	120	126	132	139	146	153
Meses del año	12	12	12	12	12	12
Valor por Botella	\$ 0,50	\$ 0,53	\$ 0,55	\$ 0,58	\$ 0,61	\$ 0,64
TOTAL	\$ 720,00	\$ 793,80	\$ 875,16	\$ 964,87	\$ 1.063,77	\$ 1.172,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 29: TOTAL INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Platos servidos	\$ 121.385,66	\$ 133.827,69	\$ 147.545,03	\$ 162.668,40	\$ 179.341,91	\$ 197.724,45
Arriendo del local	\$ 48.000,00	\$ 50.400,00	\$ 52.920,00	\$ 55.566,00	\$ 58.344,30	\$ 61.261,52
Aguas	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82	\$ 4.594,61
Gaseosas pequeñas	\$ 1.800,00	\$ 1.984,50	\$ 2.187,91	\$ 2.412,17	\$ 2.659,42	\$ 2.932,01
Gaseosas Grandes	\$ 5.400,00	\$ 5.953,50	\$ 6.563,73	\$ 7.236,52	\$ 7.978,26	\$ 8.796,03
TOTAL	\$ 180.185,66	\$ 195.945,69	\$ 213.185,68	\$ 232.050,54	\$ 252.699,71	\$ 275.308,62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

Para los siguientes años se realizara un incremento del 5% de inflación, tomando como año de referencia el 2013. No se tiene una tasa de crecimiento en cuanto a demanda, en vista de que no hay datos históricos sobre consumo, esta es la razón de tomar la inflación como indicador de proyección.

5.2. DETERMINACIÓN DE EGRESOS

5.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

➤ MATERIA PRIMA

La materia prima indispensable para emprender esta unidad esta productiva son alimentos crudos que se encuentran en cualquier mercado de la ciudad, pero es importante establecer contacto con proveedores directos de estos productos, para de esta manera reducir los costos y sobre todo garantizar la calidad de los productos hacia el consumidor final.

CUADRO 30: MATERIA PRIMA

COMPRA DE MATERIA PRIMA				
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	V.UNIT	V.TOTAL
Papas	Quintal	2	18	36
Cebolla	Quintal	1	10	10
Zanahoria	Quintal	1	10	10
Lechuga	Unidad	30	0,25	7,5
Tomate	Cajas	2	6	12
Quinoa	Libras	5	0,8	4
Aguacate	Cajas	2	6	12
Chochos	Quintal	1	15	15
Manzanas	Unidad	50	0,2	10
Bananos	Unidad	50	0,15	7,5
Uvas	Libras	10	1,25	12,5
Fresas	Libras	10	1	10
Naranjas	Quintal	1	10	10
Piñas	Unidad	20	0,75	15
Sandias	Unidad	15	1,25	18,75
Kiwi	Libras	5	1,5	7,5
Pollo	Libras	50	1,4	70
Came	Libras	30	1,25	37,5
Pescado	Libras	20	1,5	30
Carne de chancho	Libras	20	1,8	36
Plátano Verde	Unidad	50	0,25	12,5
Queso	Unidad	20	1,6	32
Aceite	Unidad	15	2,25	33,75
Achiote	Unidad	5	1,8	9
Cilantro	Atados	6	0,5	3
Ajo	Atados	5	0,5	2,5
Alverjas	Libras	15	1	15
Frejol	Libras	15	1	15
Lenteja	Libras	15	1	15
Maiz	Libras	10	1,25	12,5
Arroz integral	Quintal	1	0,75	0,75
Sal	Libras	5	0,8	4
Azucar	Quintal	1	50	50
TOTAL				576,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

RUBROS	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alimentos						
Valor consumo mes	576,25	605,06	635,32	667,08	700,44	735,46
Imprevistos 15%	\$ 662,69	\$ 695,82	\$ 730,61	\$ 767,14	\$ 805,50	\$ 845,78
Tiempo de consumo (u)	12	12	12	12	12	12
Sub Total	\$ 7.952,25	\$ 8.349,86	\$ 8.767,36	\$ 9.205,72	\$ 9.666,01	\$ 10.149,31
TOTAL MATERIA PRI	\$ 7.952,25	\$ 8.349,86	\$ 8.767,36	\$ 9.205,72	\$ 9.666,01	\$ 10.149,31

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 31: BEBIDAS

RUBROS	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASEOSAS PEQ						
Cantidad (Unid)	300	300	300	300	300	300
Precio	\$ 0,35	\$ 0,37	\$ 0,39	\$ 0,41	\$ 0,43	\$ 0,45
consumo (un mes)	12	12	12	12	12	12
Sub Total	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61	\$ 1.531,54	\$ 1.608,11
GASEOSAS GRANDE						
Cantidad (Unid)	300	300	300	300	300	300
Precio	\$ 0,80	\$ 0,84	\$ 0,88	\$ 0,93	\$ 0,97	\$ 1,02
consumo (un mes)	12	12	12	12	12	12
Sub Total	\$ 2.880,00	\$ 3.024,00	\$ 3.175,20	\$ 3.333,96	\$ 3.500,66	\$ 3.675,69
AGUAS						
Cantidad (Kg)	600	600	600	600	600	600
Precio	\$ 0,30	\$ 0,32	\$ 0,33	\$ 0,35	\$ 0,36	\$ 0,38
consumo (un mes)	12	12	12	12	12	12
Sub Total	\$ 2.160,00	\$ 2.268,00	\$ 2.381,40	\$ 2.500,47	\$ 2.625,49	\$ 2.756,77
TOTAL MATERIA PRI	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 6.126,15	\$ 6.432,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 32: TOTAL MATERIA PRIMA

RUBROS	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alimentos	\$ 7.952,25	\$ 8.349,86	\$ 8.767,36	\$ 9.205,72	\$ 9.666,01	\$ 10.149,31
Bebidas	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 6.126,15	\$ 6.432,46
Sub Total	\$ 12.992,25	\$ 13.641,86	\$ 14.323,96	\$ 15.040,15	\$ 15.792,16	\$ 16.581,77

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

➤ MANO DE OBRA

CUADRO 33: MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	CANTIDAD	MESES
Chef Cocinero	1	12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

Para el cálculo del Salario Básico Unificado se ha tomado como referencia los SBU de los 5 años anteriores para de esta manera determinar la tasa de crecimiento y proyectar para los siguientes años.

CUADRO 34: PROYECCIÓN DEL SBU

AÑOS	SBU	%
2009	218	0
2010	240	9,17
2011	264	9,09
2012	292	9,59
2013	318	8,18
2014	340	6,47
2015	354	3,95
TOTAL		28,19

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

Fórmula:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{28,19}{4} = 0,705$$

7,05%

Por lo tanto se realizará un incremento del 7,05% para cada año consecutivo.

CUADRO 35: SALARIO MENSUAL

RUBRO	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	\$ 400,00	\$ 428,19	\$ 458,37	\$ 490,67	\$ 525,25	\$ 562,27

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 36: SALARIO ANUAL

RUBRO	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	\$ 4.800,00	\$ 5.138,29	\$ 5.500,41	\$ 5.888,06	\$ 6.303,03	\$ 6.747,25
Aporte Patronal	\$ 583,20	\$ 624,30	\$ 668,30	\$ 715,40	\$ 765,82	\$ 819,79
Fondos de Reserva		\$ 363,96	\$ 363,96	\$ 363,96	\$ 363,96	\$ 363,96
Décimo Tercero		\$ 428,19	\$ 458,37	\$ 490,67	\$ 525,25	\$ 562,27
Décimo Cuarto		\$ 363,96	\$ 363,96	\$ 363,96	\$ 363,96	\$ 363,96
TOTAL	\$ 5.383,20	\$ 6.918,70	\$ 7.355,01	\$ 7.822,06	\$ 8.322,03	\$ 8.857,23

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO37: MANO DE OBRA INDIRECTA AYUDANTES DE COCINA

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ayudantes de cocina						
Sueldo Mes	\$ 354,00	\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,24	\$ 464,85	\$ 497,61
Frecuencia de Trabajo	12	12	12	12	12	12
TOTAL	\$ 4.248,00	\$ 4.547,38	\$ 4.867,87	\$ 5.210,94	\$ 5.578,18	\$ 5.971,31

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 38: MANO DE OBRA INDIRECTA "MESEROS"

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Meseros						
Sueldo Mes	\$ 354,00	\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,24	\$ 464,85	\$ 497,61
Frecuencia de Trabajo	12	12	12	12	12	12
TOTAL	\$ 4.248,00	\$ 4.547,38	\$ 4.867,87	\$ 5.210,94	\$ 5.578,18	\$ 5.971,31

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

La proyección de la mano de obra, tanto directa como indirecta es la que se muestra en la siguiente tabla.

CUADRO 39: TOTAL MANO DE OBRA

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra Directa	\$ 5.383,20	\$ 6.918,70	\$ 7.355,01	\$ 7.822,06	\$ 8.322,03	\$ 8.857,23
Mano de Obra Indirecta	\$ 8.496,00	\$ 9.094,77	\$ 9.735,73	\$ 10.421,87	\$ 11.156,37	\$ 11.942,63
TOTAL	\$ 13.879,20	\$ 16.013,47	\$ 17.090,74	\$ 18.243,93	\$ 19.478,39	\$ 20.799,86

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

➤ **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

CUADRO 40: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua						
Consumo(mes)	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 60,00
Consumo(año)	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 720,00
Luz						
Consumo(mes)	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Consumo(año)	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Telefono						
Consumo(mes)	\$ 60,00	\$ 30,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 40,00	\$ 45,00
Consumo(año)	\$ 720,00	\$ 360,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 480,00	\$ 540,00
Gas						
Consumo(mes)	6	7	7	7	7	7
Consumo(año)	72	84	84	84	84	84
Valor por cilindro	\$ 2,90	\$ 3,05	\$ 3,20	\$ 3,36	\$ 3,52	\$ 3,70
Sub Total	\$ 208,80	\$ 255,78	\$ 268,57	\$ 282,00	\$ 296,10	\$ 310,90
TOTAL	\$ 2.488,80	\$ 2.175,78	\$ 2.248,57	\$ 2.322,00	\$ 2.396,10	\$ 2.530,90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 41: TOTAL COSTOS DE FABRICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	\$ 12.992,25	\$ 13.641,86	\$ 14.323,96	\$ 15.040,15	\$ 15.792,16	\$ 16.581,77
Mano de Obra	\$ 13.879,20	\$ 16.013,47	\$ 17.090,74	\$ 18.243,93	\$ 19.478,39	\$ 20.799,86
Costos Indirectos	\$ 2.488,80	\$ 2.175,78	\$ 2.248,57	\$ 2.322,00	\$ 2.396,10	\$ 2.530,90
TOTAL	\$ 29.360,25	\$ 31.831,11	\$ 33.663,26	\$ 35.606,08	\$ 37.666,65	\$ 39.912,53

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS

El personal administrativo está conformado por: Gerente, Contador/a y Secretaria, para la proyección se calculó con una tasa de crecimiento de 7,05%.

CUADRO 42: SUELDO "GERENTE"

CARGO	CANTIDAD	MESES	SBU
Gerente	1	12	500

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 43: SALARIO MENSUAL

RUBRO	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	500	535,24	572,96	613,34	656,57	702,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 44: SALARIO ANUAL

RUBRO	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	\$ 6.000,00	\$ 6.422,86	\$ 6.875,52	\$ 7.360,08	\$ 7.878,79	\$ 8.434,06
Aporte Patronal	\$ 729,00	\$ 780,38	\$ 835,38	\$ 894,25	\$ 957,27	\$ 1.024,74
Fondos de Reserva		\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,25	\$ 464,85	\$ 497,61
Décimo Tercero		\$ 535,24	\$ 572,96	\$ 613,34	\$ 656,57	\$ 702,84
Décimo Cuarto		\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,25	\$ 464,85	\$ 497,61
TOTAL	\$ 6.729,00	\$ 8.496,37	\$ 9.095,17	\$ 9.736,17	\$ 10.422,34	\$ 11.156,86

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 45: SALARIO CONTADOR

CARGO	CANTIDAD	MESES	SBU
Contador/a	1	12	400

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 46: SALARIO MENSUAL

RUBRO	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	400	428,19	458,37	490,67	525,25	562,27

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 47: SALARIO ANUAL

RUBRO	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	\$ 4.800,00	\$ 5.138,29	\$ 5.500,41	\$ 5.888,06	\$ 6.303,03	\$ 6.747,25
Aporte Patronal	\$ 583,20	\$ 624,30	\$ 668,30	\$ 715,40	\$ 765,82	\$ 819,79
Fondos de Reserva		\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,25	\$ 464,85	\$ 497,61
Décimo Tercero		\$ 428,19	\$ 458,37	\$ 490,67	\$ 525,25	\$ 562,27
Décimo Cuarto		\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,25	\$ 464,85	\$ 497,61
TOTAL	\$ 5.383,20	\$ 6.948,68	\$ 7.438,40	\$ 7.962,63	\$ 8.523,81	\$ 9.124,53

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 48: SALARIO “RECEPCIONISTA”

CARGO	CANTIDAD	MESES	SBU
Recepcionista	1	12	354

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 49: SALARIO MENSUAL

RUBRO	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	354	378,95	405,66	434,24	464,85	497,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 50: SALARIO ANUAL

RUBRO	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SBU	\$ 4.248,00	\$ 4.547,38	\$ 4.867,87	\$ 5.210,94	\$ 5.578,18	\$ 5.971,31
Aporte Patronal	\$ 516,13	\$ 552,51	\$ 591,45	\$ 633,13	\$ 677,75	\$ 725,51
Fondos de Reserva		\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,25	\$ 464,85	\$ 497,61
Décimo Tercero		\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,24	\$ 464,85	\$ 497,61
Décimo Cuarto		\$ 378,95	\$ 405,66	\$ 434,25	\$ 464,85	\$ 497,61
TOTAL	\$ 4.764,13	\$ 6.236,74	\$ 6.676,28	\$ 7.146,81	\$ 7.650,49	\$ 8.189,66

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 51: TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$ 6.729,00	\$ 8.496,37	\$ 9.095,17	\$ 9.736,17	\$ 10.422,34	\$ 11.156,86
Contador/a	\$ 5.383,20	\$ 6.948,68	\$ 7.438,40	\$ 7.962,63	\$ 8.523,81	\$ 9.124,53
Secretaría	\$ 4.764,13	\$ 6.236,74	\$ 6.676,28	\$ 7.146,81	\$ 7.650,49	\$ 8.189,66
TOTAL	\$ 16.876,33	\$ 21.681,78	\$ 23.209,84	\$ 24.845,61	\$ 26.596,64	\$ 28.471,04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.4. GASTOS DE VENTAS

CUADRO 52: GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad						
Cuñas Radiales	10	10	12	12	15	15
Meses por año	12	12	12	12	12	12
Valor por cuña	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08	\$ 34,73	\$ 36,47	\$ 38,29
TOTAL	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 6.563,73	\$ 6.891,92

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

Para la proyección de los siguientes años se considerará una inflación del 5%, ya que no se cuenta con datos estadísticos de años anteriores como para aplicar una tasa de crecimiento.

5.5. GASTOS FINANCIEROS

Para la ejecución de este proyecto se requiere un financiamiento de 70.696,58 USD que representa el 55,80% de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa de redescuento del 14% a un plazo de 5 años con pagos mensuales.

En la siguiente tabla se podrá observar la distribución de la deuda en una tabla de amortización.

5.5.1. CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN

Para establecer la cuota fija se aplica la siguiente fórmula financiera.

$$VALOR PRESENTE = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{\{(1 + i)^n - 1\}}$$

$$VALOR PRESENTE = \frac{70696,58 * 0,0117 * (1 + 0,0117)^{60}}{\{(1 + 0,0117)^{60} - 1\}}$$

$$VALOR PRESENTE = \frac{1646,9145}{1,01}$$

$$VALOR PRESENTE = 1646,45$$

CUADRO 53: AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Capital= 70.696,58

Interés= 14% anual

mensual= 0,0117%

Tiempo= 5 años

meses= 60

N°	VALOR PRESENTE	INTERESES	PAGO DE CAPITAL	CAPITAL POR PAGAR
1	1646,45	827,15	819,30	69877,28
2	1646,45	817,56	828,89	69048,39
3	1646,45	807,87	838,59	68209,81
4	1646,45	798,05	848,40	67361,41
5	1646,45	788,13	858,32	66503,08
6	1646,45	778,09	868,37	65634,72
7	1646,45	767,93	878,53	64756,19
8	1646,45	757,65	888,80	63867,39
9	1646,45	747,25	899,20	62968,18
10	1646,45	736,73	909,72	62058,46
11	1646,45	726,08	920,37	61138,09
12	1646,45	715,32	931,14	60206,95
13	1646,45	704,42	942,03	59264,92
14	1646,45	693,40	953,05	58311,87
15	1646,45	682,25	964,20	57347,67
16	1646,45	670,97	975,48	56372,18
17	1646,45	659,55	986,90	55385,29
18	1646,45	648,01	998,44	54386,84
19	1646,45	636,33	1010,13	53376,71
20	1646,45	624,51	1021,94	52354,77
21	1646,45	612,55	1033,90	51320,87
22	1646,45	600,45	1046,00	50274,87
23	1646,45	588,22	1058,24	49216,63
24	1646,45	575,83	1070,62	48146,02
25	1646,45	563,31	1083,14	47062,87
26	1646,45	550,64	1095,82	45967,06
27	1646,45	537,81	1108,64	44858,42
28	1646,45	524,84	1121,61	43736,81
29	1646,45	511,72	1134,73	42602,08
30	1646,45	498,44	1148,01	41454,07
31	1646,45	485,01	1161,44	40292,63
32	1646,45	471,42	1175,03	39117,60
33	1646,45	457,68	1188,78	37928,83
34	1646,45	443,77	1202,68	36726,14
35	1646,45	429,70	1216,76	35509,38
36	1646,45	415,46	1230,99	34278,39
37	1646,45	401,06	1245,40	33033,00
38	1646,45	386,49	1259,97	31773,03
39	1646,45	371,74	1274,71	30498,32
40	1646,45	356,83	1289,62	29208,70
41	1646,45	341,74	1304,71	27903,99
42	1646,45	326,48	1319,98	26584,01
43	1646,45	311,03	1335,42	25248,60
44	1646,45	295,41	1351,04	23897,55
45	1646,45	279,60	1366,85	22530,70
46	1646,45	263,61	1382,84	21147,86
47	1646,45	247,43	1399,02	19748,84
48	1646,45	231,06	1415,39	18333,44

49	1646,45	214,50	1431,95	16901,49
50	1646,45	197,75	1448,70	15452,79
51	1646,45	180,80	1465,65	13987,13
52	1646,45	163,65	1482,80	12504,33
53	1646,45	146,30	1500,15	11004,18
54	1646,45	128,75	1517,70	9486,48
55	1646,45	110,99	1535,46	7951,02
56	1646,45	93,03	1553,43	6397,59
57	1646,45	74,85	1571,60	4825,99
58	1646,45	56,46	1589,99	3236,00
59	1646,45	37,86	1608,59	1627,41
60	1646,45	19,04	1627,41	0,00
TOTAL	98787,13	28090,55	70696,58	2330205,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 54: PAGO DE INTERÉS

AÑO	INTERESES A PAGAR
1	\$ 9.267,80
2	\$ 7.696,49
3	\$ 5.889,80
4	\$ 3.812,48
5	\$ 1.423,98
TOTAL	\$ 28.090,55

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

Los intereses son considerados como gastos financieros, los cuales serán cancelados en forma mensual tal como consta en la tabla de amortización anteriormente calculada.

CUADRO 55: PAGO DE CAPITAL

AÑO	CAPITAL A PAGAR
1	\$ 10.489,63
2	\$ 12.060,94
3	\$ 13.867,62
4	\$ 15.944,95
5	\$ 18.333,44
TOTAL	\$ 70.696,58

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.6. DEPRECIACIONES

Las depreciaciones serán realizadas conforme a lo establecido en la ley.

CUADRO 56: DEPRECIACIONES

ACTIVO	VALOR	VIDA UTIL (AÑOS)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE RESCATE
Terreno	\$ 18.700,00							\$ 18.700,00
Construccion	\$ 25.000,00	20	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 18.750,00
Enseres	\$ 11.750,00	10	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 5.875,00
Equipo de Computo	\$ 3.450,00	3	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 8.000,00
Muebles de Oficina	\$ 960,00	10	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 480,00
TOTAL	\$ 59.860,00		\$ 3.671,00	\$ 3.671,00	\$ 3.671,00	\$ 3.671,00	\$ 3.671,00	\$ 51.805,00

ACTIVO	VALOR	VIDA UTIL (AÑOS)	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE RESCATE
Furgon	\$ 10.000,00	5	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ -
Motocicleta	\$ 3.000,00	5	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -
TOTAL	\$ 13.000,00		\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ -

ACTIVO	VALOR	VIDA UTIL (AÑOS)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE RESCATE
Terreno	\$ 18.700,00	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 18.700,00
Construccion	\$ 25.000,00	20	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 18.750,00
Enseres	\$ 11.750,00	10	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00	\$ 5.875,00
Equipo de Computo	\$ 3.450,00	3	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 8.000,00
Muebles de Oficina	\$ 960,00	10	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 480,00
Furgon	\$ 10.000,00	5	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ -
Motocicletas	\$ 3.000,00	5	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -
TOTAL	\$ 72.860,00		\$ 6.271,00	\$ 6.271,00	\$ 6.271,00	\$ 6.271,00	\$ 6.271,00	\$ 51.805,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.7. ESTADOS FINANCIEROS

Para esta microempresa se prevé cinco años como horizonte del proyecto, del análisis técnico y sobre todo de los cálculos realizados tanto de ingresos, costos y gastos, obteniendo así el Balance General de arranque así como también el Estado de Resultados proyectado.

Una vez realizados estos estados financieros obtendremos la información necesaria para realizar el flujo de caja proyectado y los respectivos indicadores de rentabilidad.

5.7.1. BALANCE GENERAL

CUADRO 57: BALANCE DE ARRANQUE DEL AÑO (CERO)

RESTAURANTE VEGETARIANO "GREEN FOOD"
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL
AÑO 0

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 49.836,58	PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 70.696,58
Caja	\$ 49.836,58	Deudas por Pagar	\$ 70.696,58
ACTIVOS FIJOS	\$ 75.860,00	PATRIMONIO	\$ 56.000,00
Terreno	\$ 18.700,00	Inversión Propia	\$ 56.000,00
Construcciones	\$ 25.000,00		
Maquinaria	\$ 11.750,00		
Equipo de Computo	\$ 3.450,00		
Vehiculos	\$ 16.000,00		
Muebles de Oficina	\$ 960,00		
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.000,00		
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 126.696,58	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 126.696,58

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.7.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

CUADRO 58: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Proyectadas	\$ 152.376,79	\$ 171.854,16	\$ 187.929,57	\$ 205.575,72	\$ 224.949,78
Costos Proyectados	\$ 31.831,11	\$ 33.663,26	\$ 35.606,08	\$ 37.666,65	\$ 39.912,53
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	\$ 120.545,67	\$ 138.190,89	\$ 152.323,49	\$ 167.909,07	\$ 185.037,25
GASTOS					
Administrativos	\$ 21.681,78	\$ 23.209,84	\$ 24.845,61	\$ 26.596,64	\$ 28.471,04
Ventas	\$ 3.780,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 6.563,73	\$ 6.891,92
Financieros	\$ 9.267,80	\$ 7.696,49	\$ 5.889,80	\$ 3.812,48	\$ 1.423,98
Depreciación	\$ 7.871,00	\$ 7.871,00	\$ 7.871,00	\$ 7.871,00	\$ 7.871,00
Imprevistos (5% de la Ventas)	\$ 7.618,84	\$ 8.592,71	\$ 9.396,48	\$ 10.278,79	\$ 11.247,49
TOTAL GASTOS PROYECTADOS	\$ 50.219,42	\$ 52.132,84	\$ 53.003,83	\$ 55.122,64	\$ 55.905,44
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	\$ 70.326,25	\$ 86.058,05	\$ 99.319,66	\$ 112.786,43	\$ 129.131,81
15% Participación Trabajadores	\$ 10.548,94	\$ 12.908,71	\$ 14.897,95	\$ 16.917,96	\$ 19.369,77
Utilidad Proyectada antes de IR	\$ 59.777,31	\$ 73.149,34	\$ 84.421,71	\$ 95.868,47	\$ 109.762,04
Impuesto a la Renta	\$ 14.346,56	\$ 17.555,84	\$ 20.261,21	\$ 23.008,43	\$ 26.342,89
UTILIDAD NETA	\$ 45.430,76	\$ 55.593,50	\$ 64.160,50	\$ 72.860,03	\$ 83.419,15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.7.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO 59: FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	\$ 126.696,58					
Utilidad Operacional		\$ 70.326,25	\$ 86.058,05	\$ 99.319,66	\$ 112.786,43	\$ 129.131,81
Depreciación		\$ 7.871,00	\$ 7.871,00	\$ 7.871,00	\$ 7.871,00	\$ 7.871,00
Inversión de Reposición						
15 % Participación Trabajadores		\$ 10.548,94	\$ 12.908,71	\$ 14.897,95	\$ 16.917,96	\$ 19.369,77
Impuesto a la Renta		\$ 14.346,56	\$ 17.555,84	\$ 20.261,21	\$ 23.008,43	\$ 26.342,89
Pago de la Deuda		\$ 10.489,63	\$ 12.060,94	\$ 13.867,62	\$ 15.944,95	\$ 18.333,44
FLUJO NETO		\$ 42.812,13	\$ 51.403,56	\$ 58.163,87	\$ 64.786,09	\$ 72.956,71

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1. TASA DE REDESCUENTO

CUADRO 60: DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADA
Inversión Propia	\$ 56.000,00	44,20%	6	2,652
Inversión Financiada	\$ 70.696,58	55,80%	14	7,812
Inversión Total	\$ 126.696,58	100,00%		10,464

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

$$TRM = (1 + Ck)(1 + INFLACIÓN) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,10464)(1 + 0,05) - 1$$

$$TRM = 15,99\%$$

5.8.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

CUADRO 41: CÁLCULO DEL VAN

Años	Flujo de caja	TRM 15,99	Flujos Actualizados
1	\$ 42.812,13	2,36	101.018,51
2	\$ 51.403,56	2,83	145.630,96
3	\$ 58.163,87	3,21	186.454,94
4	\$ 64.786,09	3,57	231.329,37
5	\$ 72.956,71	4,02	293.357,85
	\$ 290.122,36	15,99	957.791,62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

VAN= 85.205,10

5.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO 52: TIR

Años	Flujo de caja
	\$ (126.696,58)
1	\$ 42.812,13
2	\$ 51.403,56
3	\$ 58.163,87
4	\$ 64.786,09
5	\$ 72.956,71

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

TIR= 32%

Con la sumatoria de los flujos netos se obtiene una TIR en esta inversión del 32% que comparada con la tasa de descuento del 15,99% es aceptable la inversión.

5.8.4. COSTO / BENEFICIO

$$C/B = \frac{\frac{\sum \text{INGRESOS}}{(1+i)^t}}{\frac{\sum \text{EGRESOS}}{(1+i)^t}}$$

$$C \setminus B = \frac{78.197,25}{(1 + 0,14)^1} + \frac{93.929,05}{(1 + 0,14)^2} + \frac{107.199,66}{(1 + 0,14)^3} + \frac{120.657,43}{(1 + 0,14)^4} + \frac{137.002,81}{(1 + 0,14)^5} + \frac{64.046,11}{(1 + 0,14)^5}$$

$$C \setminus B = \frac{68.594,08}{31.039,58} + \frac{72.275,36}{32.721,98} + \frac{72.350,64}{33.091,68} + \frac{71.438,89}{33.080,32} + \frac{71.159,97}{33.263,54}$$

$$C \setminus B = \frac{355.813,93}{163.197,11}$$

$$C \setminus B = 2,18$$

Significa que por cada dólar gastado se genera 2,18 dólares de ingreso.

5.8.5. 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. El P.E. es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

CUADRO 63: PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
INGRESOS		152376,79
Ventas Netas	152376,79	
COSTOS FIJOS		42600,58
Gastos Sueldos Administrativos	21681,78	
Gastos Sueldos Ventas	3780,00	
Gatos Financieros	9267,80	
Depreciación	7871,00	
COSTOS VARIABLES		16368,00
Mano de Obra Directa	5383,20	
Materia Prima Directa	8496,00	
Servicios Básicos	2488,80	
COSTO TOTAL		211345,37
CFU		1,20
CVU		0,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

A continuación se presenta el punto de equilibrio del proyecto.

$$PE(\text{Unidades}) = \frac{\text{Costo.Fijo.}}{1 - \frac{CVu}{PVu}}$$

$$PE \frac{42.600,58}{1 - \frac{0,46}{3,062}}$$

$$PE = 78.877$$

PE (unidades)= 50132

PE (dólares)= \$153.503,61

5.8.6. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO 74: VALORES CORRIENTES SIN DEFLACCIÓN

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJO DEFLACTADO	RECUPERACIÓN
1	\$ 42.812,13	\$ 42.811,18	\$ 0,95
2	\$ 51.403,56	\$ 51.402,66	\$ 0,91
3	\$ 58.163,87	\$ 58.163,01	\$ 0,86
4	\$ 64.786,09	\$ 64.785,27	\$ 0,82
5	\$ 72.956,71	\$ 72.955,92	\$ 0,78

\$ 290.118,03	5
\$ 126.696,58	X
2,18	AÑOS

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

CUADRO 85: VALORES REALES O CONSTANTES

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	VALOR DEFLACTADO	RECUPERACIÓN
1	\$ 42.812,13	\$ 0,95238	\$ 42.811,18
2	\$ 51.403,56	\$ 0,90703	\$ 51.402,66
3	\$ 58.163,87	\$ 0,86384	\$ 58.163,01
4	\$ 64.786,09	\$ 0,82270	\$ 64.785,27
5	\$ 72.956,71	\$ 0,78353	\$ 72.955,92

\$ 290.122,36	5
\$ 126.696,58	X
2,18	AÑOS

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.8.7. RESUMEN DE EVALUACIÓN

CUADRO 96: RESUMEN DE LA INVERSION

EVALUADOR	VALOR	CRITERIO
VAN	85.205,10	ACEPTABLE
TIR	32%	ACEPTABLE
C/B	2,18	ACEPTABLE
RECUPERACION EN VALOR CORRIENT	2,18	ACEPTABLE
RECUPERACIÓN EN VALOR REAL	2,18	ACEPTABLE
PUNTO DE EQUILIBRIO	50132	ACEPTABLE

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

5.8.8. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO 107: PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJOS ACUMULADOS
1	\$ 42.812,13	\$ 42.812,13
2	\$ 51.403,56	\$ 94.215,69
3	\$ 58.163,87	\$ 152.379,57
4	\$ 64.786,09	\$ 217.165,66
5	\$ 72.956,71	

\$ 217.165,66	5
\$ 126.696,58	X
2,92	AÑOS

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

El periodo de recuperación es de menos de 2,92 año.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

6.1. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO DE LA MICROEMPRESA

6.1.1. MISIÓN

Somos una microempresa dedicada a la elaboración de alimentos sanos al estilo Vegetariano, para lograr la satisfacción total de los consumidores y ser una microempresa líder en el mercado.

6.1.2. VISIÓN

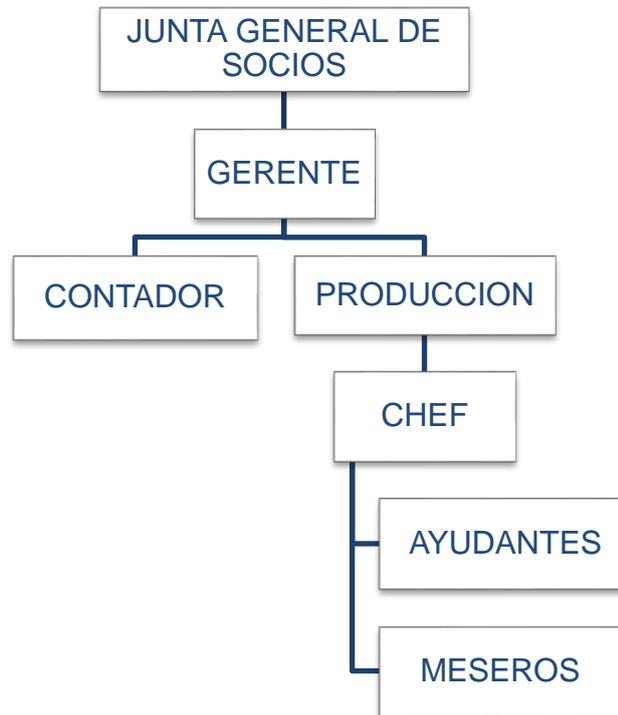
Consolidarnos en un plazo de 5 años como uno de los mejores restaurantes vegetarianos en el norte del país, basándonos siempre en la ética, el respeto y la honestidad hacia nuestros clientes logrando así una estabilidad financiera en el negocio y un posicionamiento en el mercado actual.

6.1.3. POLÍTICAS

Las políticas que van a orientar las decisiones micro-empresarial y que aportarán al cumplimiento de la visión y misión institucional:

- Crear incentivos al personal por el buen desempeño
- Mantener la imagen institucional dentro y fuera de los predios de la microempresa.
- Crear procedimientos de control interno en cada área.
- Elaborar un manual de procedimientos para que todos los trabajadores tengan pleno conocimiento en las actividades que deben realizar.
- Evaluación de desempeño a todo el personal de la microempresa.
- Motivar al talento humano para que su desempeño crezca cada día, a través de actividades recreativas con todo el personal.

6.2. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MICROEMPRESA



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

La microempresa posee una estructura funcional con enlaces horizontales, esta microempresa funciona a través de una relación directa con sus empleados, es decir con cada uno de sus departamentos.

6.3. MATRIZ DE PERFILES DE PUESTOS

6.3.1. IDENTIFICACION DE PUESTOS

➤ GERENTE

- Representar a la microempresa
- Administrar el personal
- Seleccionar al personal idóneo
- Tomar decisiones

- Propender el desarrollo y fortalecimiento de la unidad productiva
- Creación y control del plan estratégico
- Evaluación y control de las actividades de la organización
- Revisión y control de los estados financieros
- Revisión y control del cumplimiento de objetivos y metas
- Preparación de los cronogramas de capacitación para el personal.

➤ **CONTADOR**

- Manejar el flujo (entradas y salidas) de dinero, es decir las compras, pagos a proveedores
- Conciliación del flujo de caja diario
- Realizar la contabilidad de los movimientos de la compañía, permitiendo de esta forma generar información valiosa para la toma de decisiones.
- Brindar satisfacción al cliente, suministrándole los diferentes productos y servicios con la mayor cordialidad, amabilidad y respeto posible, fomentando la fidelidad y satisfacción de la clientela
- Responsable del cobro y entrega de las facturas.
- Control y custodia del efectivo
- Cierres de caja

➤ **CHEF**

- Elaboración de los distintos platos ofrecidos a los clientes
- Recepción, verificación, transporte y almacenaje de la materia prima
- Mantenimiento e inspección de la maquinaria y equipo, con el fin de ofrecer el mejor producto de calidad a los clientes.

- Encargado de la creación de los distintos modelos para las artesanías

➤ **AYUDANTES DE COCINA**

- Control de calidad de los productos y servicios,
- Control de calidad de las instalaciones de cada uno de los ambientes del establecimiento.
- Verificará los inventarios de la empresa en cuestión de insumos para evitar desabastecimiento de productos.

➤ **MESEROS**

- Presta un servicio cálido a los clientes.
- Mantener el orden dentro del establecimiento.
- Atender todas las necesidades del cliente para que satisfaga sus necesidades.

6.4. COMPETENCIAS LABORALES

6.4.1. GERENTE

➤ **PERFIL**

- Liderazgo
- Estabilidad emocional
- Trabajo a presión
- Responsabilidad
- Honestidad

➤ **COMPETENCIAS**

- Habilidad para negociar
- Capacidad analítica

- Toma de decisiones
- Facilidad para interrelacionarse
- Emprendedor

➤ **REQUISITOS**

- Experiencia
- Formación académica
- Disponibilidad de tiempo
- Residencia
- Manejo de idiomas
- Manejo de sistemas informáticos

6.4.2. CONTADOR

➤ **PERFIL**

- Estabilidad emocional
- Responsabilidad
- Trabajo a presión
- Puntualidad
- Honestidad
- Empatía

➤ **COMPETENCIAS**

- Capacidad analítica
- Facilidad para interrelacionarse
- Toma de decisiones

➤ **REQUISITOS**

- Experiencia
- Formación académica
- Disponibilidad de tiempo

- Residencia
- Manejo de sistemas informáticos
- Conocimientos actualizados de leyes y tributación
- Presencia física

6.4.3. CHEF

➤ PERFIL

- Estabilidad emocional
- Liderazgo
- Trabajo a presión
- Honestidad
- Responsabilidad
- Puntualidad

➤ COMPETENCIAS

- Capacidad analítica
- Capacidad numérica
- Creatividad
- Agilidad
- Facilidad para interrelacionarse

➤ REQUISITOS

- Experiencia
- Formación académica
- Disponibilidad de tiempo
- Residencia
- Manejo de idiomas
- Presencia física

6.4.4. AYUDANTES DE COCINA

➤ PERFIL

- Estabilidad emocional
- Responsabilidad
- Trabajo a presión
- Puntualidad
- Honestidad
- Empatía

➤ COMPETENCIAS

- Agilidad
- Capacidad analítica
- Capacidad numérica
- Empatía
- Trabajo en grupo

➤ REQUISITOS

- Experiencia
- Disponibilidad de tiempo
- Residencia
- Presencia física

6.4.5. MESERO

➤ PERFIL

- Estabilidad emocional
- Responsabilidad
- Trabajo a presión
- Puntualidad
- Honestidad

- Empatía

➤ **COMPETENCIAS**

- Agilidad
- Capacidad analítica
- Empatía
- Creatividad
- Trabajo en grupo

➤ **REQUISITOS**

- Experiencia
- Disponibilidad de tiempo
- Residencia
- Presencia física

6.5. CONTROLES INTERNOS EN LA MICROEMPRESA

6.5.1. CONTROL INTERNO FINANCIERO

- Las ventas diarias serán depositadas al día siguiente.
- El dinero deberá ser utilizado para el fin que indique la microempresa.
- Hacer un conteo físico de los activos que en realidad existen en la empresa y cotejarlos con los que están registrados en los libros de contabilidad.
- Se realizarán arqueos periódicos de caja para verificar que las transacciones hechas sean las correctas.

- Tener una numeración de los comprobantes de contabilidad en forma consecutiva y de fácil manejo para las personas encargadas de obtener información de estos.
- Analizar si los rendimientos financieros e inversiones hechas están dando los resultados esperados.

6.5.2. CONTROL INTERNO DE INVENTARIO

- Conteo físico de los inventarios por lo menos dos veces al año.
- Mantener registros de inventarios perpetuos para las mercancías de alto costo unitario.
- Permitir el acceso al inventario solamente al personal que no tiene acceso a los registros contables.
- Mantener suficiente inventario disponible para prevenir situaciones de déficit, lo cual conduce a pérdidas en ventas.
- No mantener un inventario almacenado demasiado tiempo, evitando con eso el gasto de tener dinero restringido en artículos innecesarios.

6.6. BASE LEGAL

SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS

RESTAURANTES: Son aquellos establecimientos que mediante recio sirven al público toda clase de comidas y bebidas para ser consumidas en sus propios locales.

6.6.1. PERMISO PARA OPERAR

REGISTRO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA

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

REQUISITOS:

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

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

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

BASE LEGAL: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo, Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

6.6.2. AFILIACION CAMARA DE TURISMO

OBLIGACIÓN: Afiliarse a la respectiva cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

BASE LEGAL: Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento.

LEY DE CÁMARAS PROVINCIALES DE TURISMO Y DE SU FEDERACIÓN NACIONAL

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

Las cámaras otorgaran los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

6.6.3. REGLAMENTO A LA LEY DE CÁMARAS PROVINCIALES DE TURISMO

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

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

Las Cámaras Provinciales procederán, de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística, notificándoles por escrito para que, en el plazo de 60 días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de la facultad que les concede la Ley y el presente Reglamento.

6.6.4. LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

OBLIGACIÓN: A partir de Enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ al Municipio y cancelará: Patente Municipal, Tasa de Turismo, Aporte Anual y Permiso de Bomberos.

PLAZO: Hasta el 31 de Marzo de cada año.

UN SOLO TRAMITE: Con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico se acercará a la Ventanillas Únicas Turísticas que funcionan en las provincias.

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

REQUISITOS:

- Copia el comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal.
- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal.
- Permiso de uso de suelo.
- Copia del RUC (si hubiere cambios, el RUC actualizado).

SANCION: la renovación se sanciona con la clausura del establecimiento.

BASE LEGAL: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo, reglamento General de Aplicación de la actividad turística.

6.6.5. PERMISO SANITARIO

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento se expide por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

REQUISITOS:

Para obtenerlo se debe presentar en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

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

TASAS:

Para la concesión de permisos sanitarios, se deben cancelar las tasas fijadas en el **REGLAMENTO DE TASA POR CONTROL SANITARIO Y**

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO publicado en el Registro Oficial N° 58 del miércoles 9 de abril del 2003; esa es la normativa que en la actualidad es usada por el Ministerio de Salud para la recaudación de tasas.

CERTIFICADOS DE SALUD

OBLIGACIÓN: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud. Los Centros de Salud que confieren los certificados de salud de los empleados, en cada provincia.

PLAZO: Hasta el 31 de marzo de cada año

BASE LEGAL: Código de la Salud; Reglamento de Tasas

6.6.6. PATENTE MUNICIPAL

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

PLAZO: Hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

REQUISITOS:

- Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas.
- RUC (original y copia)
- Cédula de Identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (ultimas elecciones)
- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año)
- En el caso de negocios que se dediquen a la venta de alimentos
- Categorización (otorga el departamento de control sanitario)

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

PATENTE PERSONAS NATURALES

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) Original y copia
- Copia de la carta de Pago del Impuesto Predial del año en curso
- Copia de la Cédula de ciudadanía

PATENTE PERSONA JURÍDICAS

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

6.6.7. CERTIFICADO AMBIENTAL

RESTAURANTES - BAR RESTAURANTES O BAR (INCLUYE BARES ESCOLARES), BOITE GRILL-CAFETERIAS-HELADERIAS - FUENTES DE SODA – SODA BAR -PICANTERIA

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia del RUC del establecimiento (En caso de cambio de propietario o dirección)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal (En caso de cambio de propietario o representante legal).
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos

- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Permiso de Bomberos)

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS

PLANTAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS (INDUSTRIA - MEDIANA INDUSTRIA - PEQUEÑA INDUSTRIA – ARTESANAL MICROEMPRESA)

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Planilla de Inspección.
- Copia del RUC del establecimiento (En caso de cambio de propietario o dirección)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal
- Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioquímico – opción alimentos) en caso de industria, mediana y pequeña industria.
- Copia del registro del título en la SENESCYT
- Copia de los registros sanitarios
- Copia del certificado del curso de Buenas Prácticas de Manufactura.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Permiso de Bomberos

DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS

- Solicitud para permiso de funcionamiento.

- Planilla de Inspección.
- Copia del RUC del establecimiento (En caso de cambio de propietario o dirección)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal (En caso de cambio de propietario o representante legal).
- Lista de productos con su respectivo registro sanitario
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Permiso de Bomberos (Zona Rural) / Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento (Distrito Metropolitano de Quito)

CASAS DE BANQUETES Y CENTROS DE CONVENCIONES

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia del RUC del establecimiento
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal (En caso de cambio de propietario o representante legal).
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Permiso de Bomberos
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
- Permiso de Bomberos

6.6.8. PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

TIPO A

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

TIPO B

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

TIPO C

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

REQUISITOS:

1. Solicitud de inspección del local;
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC; y,
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

6.6.9. REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria, constituye el número de identificación

de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con esta denominación el Servicio de Rentas Internas solicita:

- a) Copias de la constitución de la compañía y del nombramiento del representante legal actual.
 - b) Original y copia de cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación del representante legal y contador
 - c) Para extranjeros original y copia del pasaporte con cualquier visa (excepto de transeúnte).
 - d) Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o Pago del Impuesto Predial (año actual) o pago del servicio de TVCable o telefonía celular o estados de cuenta que este a nombre del sujeto pasivo (contribuyente) de máximo tres meses atrás desde la fecha de emisión (no Servipagos)
- Del domicilio actual y,
 - Del lugar en que realiza la actividad económica (si es el caso) contrato de arrendamiento legalizado o notariado por el inquilinato, donde conste obligatoriamente el número de RUC del arrendador.

6.6.10. LOS REQUISITOS PARA AFILIAR LA EMPRESA A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- b) Copia de la cédula de ciudadanía.
- c) Listado de maquinarias y equipos valorados a precio de costo.
- d) Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una matriz de valoración de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO 68: VALORACIÓN DE IMPACTOS

3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Medio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

7.1.IMPACTO EDUCATIVO

CUADRO 69: IMPACTO EDUCATIVO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Oportunidad de aprender							X	3
Capacitación						X		2
Educación Sanitaria							X	3
Experiencia						X		2
Nivel de investigación						X		2
TOTAL								12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{12}{5}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2,4$$

ANÁLISIS:

En la matriz de impacto educativo se puede apreciar que su resultado es positivo, lo que quiere decir, que los niveles de cultura mejoraran cada vez más, siempre y cuando se realicen capacitaciones, investigaciones y demás cosas para la superación del personal, así como también ganarán experiencia.

7.2. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO 70: IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Producción Natural							X	3
Contaminación del ambiente						X		2
Salud humana							X	3
Manejo de desechos					X			1
Uso óptimo del agua						X		2
TOTAL								11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{11}{5}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2,2$$

ANÁLISIS:

Como se conoce en un local de comida, no se eliminan sustancias tóxicas, ya que se utiliza productos jabonosos para el lavado de la vajilla, es en esta actividad que no se puede evitar la contaminación de los líquidos hacia el sistema de alcantarillado.

Además en la actualidad podemos observar que los gobiernos han establecido programas para el manejo de los desechos, es así que los restaurantes colaboran con el ambiente separando los desechos orgánicos de los inorgánicos.

7.3. IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO 71: IMPACTO ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Rentabilidad de la microempresa							X	3
Satisfacción de necesidades básicas						X		2
Oferta de empleo							X	3
Niveles de ingresos						X		2
Posicionamiento en el mercado						X		2
TOTAL								12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{12}{5}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2,4$$

ANÁLISIS:

Como se puede observar la matriz de impacto económico es positiva, lo que significa que la rentabilidad del proyecto será lo suficientemente positiva para recuperar la inversión del proyecto, y de esta manera se podrá aumentar paulatinamente las ofertas de empleo.

7.4. IMPACTO SOCIAL

CUADRO 72. IMPACTO SOCIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Estabilidad familiar							X	3
Liderazgo							X	3
Imagen Micro empresarial						X		2
Optimización de Tiempo						X		2
Integración con la comunidad						X		2
TOTAL								12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{\Sigma}{n}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{12}{5}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2,4$$

ANÁLISIS:

Como es de conocimiento de todos, una micro empresa de servicio debe pensar primero en tener una buena relación con la comunidad, esto se lo hace ofreciendo un buen servicio y sobre todo un producto de calidad, además se puede generar empleo aunque sea a pocas personas de la

comunidad parar estabilizar a las familias, es por esta razón que es valioso medir este impacto cada año.

7.5.IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Una vez analizado uno por uno los impactos que atraen a este proyecto, se realiza un cuadro donde se presentan los resultados de cada impacto detallado.

CUADRO 73: IMPACTOS DEL PROYECTO

IMPACTOS	VALOR POSITIVO	VALOR NEGATIVO	TOTAL
Educativo	2		2
Ambiente	2		2
Económico	2		2
Social	2		2
TOTAL			8
PROMEDIO IMPACTO			2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Por la Autora

Con el análisis en la presente Matriz General de Impactos, se determina que el impacto que tendrá el proyecto para la sociedad en los aspectos que se encuentran en la matriz es medio positivo, lo que nos indica que el proyecto es factible en beneficio y desarrollo de la ciudad de Ibarra.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- En el Diagnóstico situacional se identificó que en la ciudad de Ibarra no existe un Restaurante Vegetariano que ofrezca esta clase de servicio, de acuerdo a la clasificación que establece la Dirección Provincial de Turismo.
- Una vez realizado el análisis a la investigación de mercado, se obtuvo las preferencias del consumidor, y se determinó la orientación del mercado a los estratos medio alto y alto de la ciudad de Ibarra, de esta manera el proyecto se convierte en una actividad sostenible rentable.
- En el estudio técnico realizado al proyecto se identificó el tamaño, localización y demás requerimientos técnicos que conllevan al adecuado funcionamiento del proyecto. La infraestructura física está en la capacidad de recibir un promedio de 90 personas diariamente, contando con ambientes adecuados y acordes a la categoría de restaurantes.
- Para el desarrollo de este proyecto se requiere de una inversión de USD 126.696,58 , lo que solventara los gastos de activos fijos, diferidos y capital de trabajo y que en el futuro estas inversiones generaran las utilidades que se reinvertirán en el mismo para su ampliación así como también para la adquisición de nuevos instrumentos para la preparación de los alimentos.
- Se pudo determinar que el proyecto es factible para ser impulsado, tomando en cuenta que la evaluación financiera nos indica que se obtendrá de TIR un 32% frente a una tasa de descuento del 15,99% por cuanto se concluye que el proyecto es económicamente sustentable.

- Se ha encontrado que los clientes de restaurantes están dispuestos a visitar nuevos locales en cualquier momento, debido a que están en una constante búsqueda de un mejor servicio.
- En el estudio de Impactos se determinó que los efectos positivos son mayores a los negativos, obteniendo como resultados el impulso al desarrollo del sector en el ámbito educativo, ambiental y socio económico.

RECOMEDACIONES

- Se recomienda aprovechar la oportunidad de implementar la nueva empresa, debido a que los indicadores anteriormente evaluados en la evaluación financiera se pudo reflejar un nivel adecuado de rentabilidad. Además a medida que el proyecto genere rentabilidad es recomendable que el Restaurante considere en un futuro la diversificación del mismo, tanto en los servicios que ofrece como en las especificaciones y composición de cada uno, ya que el impulso de este nuevo proyecto podría atraer a nuevos clientes de la ciudad y la provincia.
- Diseñar un plan de publicidad que permita especializar las estrategias para captar y mantener los clientes potenciales, aprovechando la información proveniente del estudio de mercado.
- Fomentar y mejorar la información del sector turístico en la ciudad de Ibarra a raves de la creación de fuentes de información y promoción, que permitan dinamizar la economía del sector donde se va a implementar la microeconomía.
- Para que el nuevo proyecto se posicione en el mercado es necesario que este realice estrategias de diversificación que se basa en generar productos de alta calidad, a través de los procedimientos detallados en el estudio técnico.

- Asignar los recursos necesarios para la inversión en el proyecto de restaurante, ya que existe viabilidad financiera.
- Monitorear constantemente el mercado para determinar las necesidades de los clientes, así como también a la competencia, además de buscar proveedores que entreguen productos frescos, de calidad y a precios cómodos, y mantener alianzas estratégicas con los mismos.
- Se recomienda que los procesos sean revisados constantemente para ir adquiriendo mayor eficiencia.

BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA ROJAS Servulo: “Administración de pequeñas empresas”, año 2010
- BAACKCLOW: “Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing.”, año 2010
- BACA URBINA, Gabriel. (2010) “Evaluación de Proyectos“. Quinta Edición Mac Graw Hill, México
- BERNAL Cesar Augusto: “Metodología de la investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales”, año 2010
- FERNÁNDEZ Collado Carlos y otros: “Metodología de la investigación”, año 2008
- CANTOS Aguirre Enriqueta: “Diseño de gestión de microempresas”, año 2008
- CERDA GUTIÉRREZ Hugo: “Como elaborar proyectos: diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos.”
- FLORES URIBE Juan Antonio: “Proyectos de inversión para PYMES”, año 2010
- FOSTER Goerge Datar Srikant m., Goerge Horngren Charles T.: “Contabilidad de costos un enfoque gerencial.”, año 2008
- GALINDO RUIZ Carlos Julio: “Formulación y evaluación de planes de negocios”, año 2011
- GINES Vivanco:” Diccionario de Alimentación Gastronómica y enología española y latinoamericana”, año 2008
- JAMES C. Wachavics Jr John M: “Fundamentos de Administración Financiera”, año 2010
- LOVELOCK Cristofer: “Administración de servicios: Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios.”, año 2011
- MATEO CAMPOS Daniel: “Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa: Técnicas y métodos para el éxito de un proyecto empresarial.”, año 2010
- MÉNDEZ Morales Jose Silvestre:” La economía en la empresa”, año 2007.
- SANCHEZ Anaya Esteban:” Manual de gastronomía”, año 2008.
- SAPAGCHAIN Reinaldo, Sapag Chain: “Preparación y evaluación de proyectos.”, año 2010
- WARREN Carl S., Reeve James M, Duchac Jonathan: “Contabilidad Administrativa”, año 2010.

LINKOGRAFÍA

- www.google.com
- www.monografias.com
- “Población de la Provincia de Imbabura”www.inec.gov.ec
- <http://www.alimentacion-sana.com.ar/>
- www.cuidadodelasalud.com
- www.monografias.com/trabajos/mercado
- www.municipiodeibarra.com/
- www.cocinayhogar.com/dietasana/
- www.seguridadalimentaria.org/
- www.rinconnatural.com
- www.promonegocios.net/mercadotecnia/servicios
- www.promonegocios.net/empresa/mision/vision
- www.soberaniaalimentaria.com/
- www.msp.gov.ec/
- www.turismoibarra.com/
- [www.monografias.com/Administraciony Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/AdministracionyFinanzas/Contabilidad)

A N N E X O S

MODELO DE LA ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE GOURMET VEGETARIANO CON SERVICIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

Guía de encuesta dirigida a la población de Ibarra, potenciales consumidores del restaurante vegetariano con servicio a domicilio

OBJETIVO.- Recopilar suficiente información que permita implementar la creación de un restaurante vegetariano en la ciudad de Ibarra que promueva el consumo de productos sanos, garantizando una alimentación balanceada, nutritiva y saludable la cual permita mejorar la calidad de vida.

INSTRUCCIONES: Lea atentamente y responda con la verdad. Si desea puede poner su nombre, caso contrario establezca su género. Marque con una X la respuesta correcta.

Género: F____ M____

POR FAVOR AYÚDENOS CON ESTA ENCUESTA

1. ¿Su rango de edad está entre?

- a) 18-24 años ____
- b) 25-32 años ____
- c) 33-39 años ____
- d) 40 en adelante ____

2. **¿Consumen usted algún tipo de comida vegetariana?**
- a) Si
 - b) No
3. **¿Ha visitado usted algún restaurante donde le ofrezcan comida vegetariana en la ciudad de Ibarra?**
- a) Sí _____
 - b) No _____
4. **¿Le gustaría que exista un restaurante vegetariano en la ciudad de Ibarra, que cuente con servicio a domicilio?**
- a) Si _____
 - b) No _____
5. **Qué tipo de platillos escogería si acudiera a este restaurante?**
- a) Ensaladas
 - b) Sopas
 - c) Postres
 - d) Todas las anteriores
6. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un plato de comida vegetariana?**
- a) 2,50
 - b) 3,50
 - c) Otro
7. **¿Por cuál de los siguientes aspectos considera usted que debe consumir los alimentos preparados con productos sanos?**
- a) Es necesario
 - b) Está de moda
 - c) Favorece a la salud
 - d) Otro.....
8. **¿Le gustaría que el restaurante ofrezca los servicios de arrendamiento para eventos sociales?**
- a) Si _____
 - b) No _____

9. ¿Le gustaría en la ciudad de Ibarra un establecimiento que le brinde productos naturales y sanos de acuerdo a su necesidad y con un ambiente acogedor?

c) Si___

d) No___

GRACIAS POR SU AYUDA

PLATOS A SERVIRSE EN EL RESTAURANTE VEGETARIANO “GREEN FOOD”

PLATOS VEGETARIANOS

SOPAS

Sopa de arvejas con guineo: La sopa de arveja con guineo es un plato típico lojano preparado con guineos verdes, arvejas, cebolla, ajo, comino, achiote, queso y cilantro.

Locro de habas: El locro de habas es una sopa casera preparada con habas, papas, leche huevos, cebolla, queso, ajo, tomates, comino, ají y cilantro.

Locro de papas con queso: El locro de papas con queso es una sopa cremosa ecuatoriana de papas y queso que se sirve con tajadas de aguacate y ají.

Sopa de verduras: la sopa de verduras como su nombre lo dice contiene zanahoria, cebolla, arvejas, vainitas, coliflor, papas y cilantro.

Repe lojano: Es una sopa cremosa preparada con guineo o plátano verde, cebolla, ajo, leche, quesillo o queso y cilantro

Sopa de zapallo: Sopa de zapallo o calabaza preparada con zapallo, tomate, cebolla, ajo, comino, caldo de pollo o verduras y servido con queso y cebolletas.

BOCADITOS O POSTRES

Bolón de verde: El bolón de verde es un palto típico ecuatoriano preparado con plátanos verdes machacados y trozos de queso.

Ceviche de chochos: El ceviche de chochos es un ceviche vegetariano preparado con chochos, cebolla, tomate, cilantro, limón, naranja y salsa de tomate, sirve con maíz tostado, chifles chips de plátano, aguacate y ají.

Come y bebe: El come y bebe es una ensalada de frutas sencilla y refrescante que se prepara con papaya, banano, piña y jugo de naranja.

Choclos asados con salsa de queso: Choclos asados o maíz asados a la parrilla con una deliciosa salsa de queso fresco y cilantro.

Empanadas de verde: Empanadas de verde preparadas con masa de plátano verde y rellenas con queso

Empanadas de viento: Son empanadas ecuatorianas rellenas con quesillo y cebolla y luego fritas y espolvoreadas con azúcar.

Humitas: Las humitas ecuatorianas son pastelitos hechos con choclos tiernos, cebolla, ajo huevos, queso y crema, se cocinan en las hojas de choclo al vapor.

Majado de verde: El majado de verde es un desayuno típico preparado con plátano verde aplastado, cebolla, ajo y achiote. El majado se sirve con huevos fritos y queso fresco.

Ensalada de frutas: La ensalada de frutas tiene manzana, banano, piña, sandia, uvas, fresas, kiwi, esta pueden servirse con yogurt y cereales o con jugo de naranja.

ENSALADAS

Ensalada de quinua: Ensalada fácil y rápida de preparar con quinua, tomates, pepinos, cebolletas, cilantro, jugo de limón, aceite de oliva, servida con lechuga y cebollas encurtidas

Ensalada rusa: Es una ensalada de papas muy conocidas en América del Sur, se prepara con papas, zanahoria, arvejas o guisantes, manzanas, apio, cebolla y mayonesa.

Ensalada básica de verduras: es una ensalada de lechuga, tomates, trozos de pollo cocido, cilantro, zanahoria, cebolla.

FUERTES

Los platos fuertes serán seleccionados por cada uno de nuestros clientes, es decir serán ellos quienes arme su plato fuerte, utilizando las acompañantes descritos en la carta del menú, estos pueden ser servidos con arroz integral, dependiendo del gusto de los comensales, además pueden adicionar cualquier tipo de ensalada que se ofrece en nuestro restaurante así también con carnes asadas como pollo, carne de res, pescado o carne de chanco.

ACOMPAÑANTES

Menestra de lentejas: Menestra de lentejas, cocinadas lentamente con cebolla, pimiento tomate, ajo, comino y cilantro.

Menestra de frejol: La receta se prepara con frijoles, cebolla, ajo, tomate, comino, ají y cilantro.

Mote pillo: El mote pillo es un mote frito con cebolla blanca, ajo, achiote, huevos, leche, cebolletas y cilantro o perejil.

Llapingachos: Los llapingachos ecuatorianos son tortillas de puré de papas rellenas con queso y servidas con salsa de maní.

Patacones: Los patacones o tostones son trozos de plátano verde aplastados y fritos, se sirven como entrada o acompañante para una gran variedad de platos típicos.

Pan de yuca: El pan de yuca se conoce como pan de queso en Colombia, se prepara con almidón de yuca, queso, mantequilla y huevos

COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA CADA PLATO A SERVIRSE

COSTOS DE PRODUCCION

Nombre del Plato	LOCRO DE PAPAS
Código	SOPA1
Nro de platos a producirse	20,00

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
PAPAS	LIBRAS	8,00	0,40	3,20
CEBOLLA	UNIDAD	5,00	0,10	0,50
QUESO	UNIDAD	3,00	1,60	4,80
AGUACATE	UNIDAD	5,00	0,50	2,50
				0,00
				0,00
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				11,00
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				0,55

COSTOS MANO DE OBRA				
DETALLE DE MOD	MEDIDA	TIEMP	COSTO MIN	TOTAL COSTO
COCINERO		60,00	0,03	1,88
AYUDANTE DE COCINA		60,00	0,02	1,48
				0,00
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				3,35
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,17

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION ESTIMADOS				
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	C.UNITARIO
AGUA POTABLE	MENSUAL		40,00	0,02
ENERGIA ELECTRICA	MENSUAL		80,00	0,03
HOJAS ORDENES DE PEDIDO	UNIDADES		0,03	0,00
FACTURAS	UNIDADES		0,25	0,00
GAS	UNIDADES		15,00	0,01

DEPRECIACIONES	MENSUAL		305,92	0,13
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				0,18
10%(5% IMPREVISTOS Y 5% OTROS COSTOS NO TOMADOS EN CUENTA				0,02
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,20

GASTOS	MEDIDA	COSTO	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
GASTOS DE VENTAS				
SUELDOS	MENSUAL	1062,00	0,01	0,30
COMBUSTIBLE	MENSUAL	30,00	0,00	0,01
DEPRECIACION VEHICULOS	MENSUAL	2600,00	0,09	0,09
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
SUELDOS	MENSUAL	900,00	0,01	0,25
TELEFONO	MENSUAL	60,00	0,00	0,02
GASTOS FINANCIEROS	MENSUAL	867,48	0,03	0,60
TOTAL GASTOS				1,26

COSTO DE PLATO	2,18
MARGEN DE UTILIDAD	0,30
PRECIO SIN IVA	2,84
IVA	0,34
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	3,18

COSTOS DE PRODUCCION

Nombre del Plato	ENSALADA BASICA
Código	ENSALADA1
Nro de platos a producirse	20,00

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
LECHUGA	UNIDAD	10	0,40	4,00
CEBOLLA	UNIDAD	10	0,10	1,00
POLLO	LIBRAS	5	1,30	6,50
TOMATE	UNIDAD	10	0,10	1,00
CILANTRO	ATADOS	0,2	0,25	0,05
ZANAHORIA	UNIDAD	5	0,10	0,50
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				13,05
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				0,65

COSTOS MANO DE OBRA				
DETALLE DE MOD	MEDIDA	TIEMP	COSTO MIN	TOTAL COSTO
COCINERO		40	0,03	1,25
AYUDANTE DE COCINA		30	0,02	0,74
				0,00
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				1,99
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,10

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION ESTIMADOS				
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	C.UNITARIO
AGUA POTABLE	MENSUAL		40,00	0,02
ENERGIA ELECTRICA	MENSUAL		80,00	0,03
HOJAS ORDENES DE PEDIDO	UNIDADES		0,03	0,00
FACTURAS	UNIDADES		0,25	0,00
GAS	UNIDADES		15,00	0,01
DEPRECIACIONES	MENSUAL		305,92	0,13

				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				0,18
10%(5% IMPREVISTOS Y 5% OTROS COSTOS NO TOMADOS EN CUENTA)				0,02
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,20

GASTOS	MEDIDA	COSTO	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
GASTOS DE VENTAS				
SUELDOS	MENSUAL	1062,00	0,01	0,30
COMBUSTIBLE	MENSUAL	30,00	0,00	0,01
DEPRECIACION VEHICULOS	MENSUAL	2600,00	0,09	0,09
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
SUELDOS	MENSUAL	900,00	0,01	0,25
TELEFONO	MENSUAL	60,00	0,00	0,02
GASTOS FINANCIEROS	MENSUAL	867,48	0,03	0,60
TOTAL GASTOS				1,26

COSTO DE PLATO	2,22
MARGEN DE UTILIDAD	0,30
PRECIO SIN IVA	2,88
IVA	0,35
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	3,23

COSTOS DE PRODUCCION

Nombre del Plato	POSTRE
Código	ENSAFRUT1
Nro de platos a producirse	20,00

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
BANANO	UNIDAD	10	0,10	1,00
MANZANAS	UNIDAD	10	0,20	2,00
FRESAS	LIBRA	2	1,00	2,00
KIWI	LIBRA	2	1,50	3,00
SANDIA	UNIDAD	2,0	1,50	3,00
PIÑA	UNIDAD	3	0,75	2,25
UVAS	LIBRA	1	1,50	1,50
YOGURT	LITRO	1	2,00	2,00
CEREAL	LIBRA	1	1,00	1,00
JUGO DE NARANJA	UNIDAD	1	0,10	0,10
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				17,85
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				0,89

COSTOS MANO DE OBRA				
DETALLE DE MOD	MEDIDA	TIEMP	COSTO MIN	TOTAL COSTO
COCINERO		30	0,03	0,94
AYUDANTE DE COCINA		30	0,02	0,74
				0,00
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				1,68
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,08

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION ESTIMADOS				
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	C.UNITARIO
AGUA POTABLE	MENSUAL		40,00	0,02
ENERGIA ELECTRICA	MENSUAL		80,00	0,03
HOJAS ORDENES DE PEDIDO	UNIDADES		0,03	0,00

FACTURAS	UNIDADES		0,25	0,00
GAS	UNIDADES		15,00	0,01
DEPRECIACIONES	MENSUAL		305,92	0,13
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				0,18
10%(5% IMPREVISTOS Y 5% OTROS COSTOS NO TOMADOS EN CUENTA)				0,02
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,20

GASTOS	MEDIDA	COSTO	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
GASTOS DE VENTAS				
SUELDOS	MENSUAL	1062,00	0,01	0,30
COMBUSTIBLE	MENSUAL	30,00	0,00	0,01
DEPRECIACION VEHICULOS	MENSUAL	2600,00	0,09	0,09
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
SUELDOS	MENSUAL	900,00	0,01	0,25
TELEFONO	MENSUAL	60,00	0,00	0,02
GASTOS FINANCIEROS	MENSUAL	867,48	0,03	0,60
TOTAL GASTOS				1,26

COSTO DE PLATO	2,44
MARGEN DE UTILIDAD	0,30
PRECIO SIN IVA	3,17
IVA	0,38
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	3,55

COSTOS DE PRODUCCION

Nombre del Plato	MOTE PILLO
Código	ACOM1
Nro de platos a producirse	20,00

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
MOTE	LIBRAS	3	0,50	1,50
CEBOLLA	UNIDAD	5	0,10	0,50
HUEVOS	UNIDAD	8	0,14	1,12
CILANTRO	ATADO	0	0,50	0,10
ACHIOTE	LITRO	0,0	1,75	0,04
ACEITE	LITRO	0	2,75	0,06
POLLO-CARNE O PESCADO	PORCION	1	1,50	1,50
				0,00
				0,00
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				4,81
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				0,24

COSTOS MANO DE OBRA				
DETALLE DE MOD	MEDIDA	TIEMP	COSTO MIN	TOTAL COSTO
COCINERO		30	0,03	0,94
AYUDANTE DE COCINA		30	0,02	0,74
				0,00
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				1,68
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,08

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION ESTIMADOS				
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	C.UNITARIO
AGUA POTABLE	MENSUAL		40,00	0,02
ENERGIA ELECTRICA	MENSUAL		80,00	0,03
HOJAS ORDENES DE PEDIDO	UNIDADES		0,03	0,00

FACTURAS	UNIDADES		0,25	0,00
GAS	UNIDADES		15,00	0,01
DEPRECIACIONES	MENSUAL		305,92	0,13
				0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				0,18
10%(5% IMPREVISTOS Y 5% OTROS COSTOS NO TOMADOS EN CUENTA)				0,02
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA				0,20

GASTOS	MEDIDA	COSTO	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
GASTOS DE VENTAS				
SUELDOS	MENSUAL	1062,00	0,01	0,30
COMBUSTIBLE	MENSUAL	30,00	0,00	0,01
DEPRECIACION VEHICULOS	MENSUAL	2600,00	0,09	0,09
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
SUELDOS	MENSUAL	900,00	0,01	0,25
TELEFONO	MENSUAL	60,00	0,00	0,02
GASTOS FINANCIEROS	MENSUAL	867,48	0,03	0,60
TOTAL GASTOS				1,26

COSTO DE PLATO	1,79
MARGEN DE UTILIDAD	0,30
PRECIO SIN IVA	2,33
IVA	0,28
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	2,60