



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

### PLAN DE TRABAJO DE GRADO

#### **TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA GASTRONÓMICA AUTÓCTONA OTAVALEÑA EN EL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”

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

**AUTORA:** KATHERINE DANIELA VALLEJOS  
ARELLANO

**DIRECTOR:** MAURICIO ARAGÓN

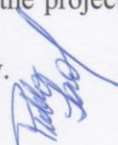
**IBARRA, ABRIL 2016**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente es un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tradicional -típico en la ciudad de Otavalo, siendo una ciudad reconocida y visitada por extranjeros, de tal manera que se desea aprovechar todos los recursos con los que cuenta la ciudad y sus alrededores para lograr un desarrollo socio-económico, rescatando así la comida ancestral de la ciudad. El diagnóstico situacional nos permitió conocer los factores adecuados, determinando así los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. En el marco teórico se explican conceptos básicos del proyecto. En el estudio de mercado se investigó la oferta y la demanda existentes para poder proyectarlas, en la cuales se pudo concluir que existe una demanda sin satisfacer, la cual deberá ser aprovechada. En el estudio técnico se procedió a determinar la mejor localización, se desarrolló la organización, flujo gramas de procesos y operación, además se elaboró un presupuesto técnico estableciendo que el proyecto requiere una inversión de \$47.500,00. En el estudio económico financiero se realizó las debidas proyecciones, determinando que el proyecto es factible, con un valor actual neto (V.A.N.) de \$ 4.756,01, la tasa interna de retorno (T.I.R.) de 16,97% y el costo beneficio de 3,59. En la propuesta estratégica se determinó los requisitos legales para la creación del restaurante, así como también visión, misión, valores, manual de funciones para una buena ejecución del proyecto. Los impactos en el proyecto son medios positivos, de tal manera que no solo se busca el beneficio empresarial sino también de la sociedad

## THE EXECUTIVE SUMMARY

This is a feasibility study for creating a traditional- typical restaurant in Otavalo city, It is known and visited by foreigners, taking advantage of all the available resources of the city and surrounding areas to achieve socio-economic development, thus rescuing the ancestral food from this town. The situational analysis allowed to know the right factors, determining the allies, opponents, opportunities and risks. In the framework of this Project, basic concepts are explained. In the market study, offers and existing demand were researched to be projected, so it was concluded that there is an unmet demand, which should be exploited, it was necessary to determine the best location, organization and operation process flow programs were made plus a technical Budget, with an investment of \$ 47,500.00. In the financial economic study, it was conducted due projections, determining that the project is feasible, with a net present value (VAN) of \$ 4,756.01, the internal rate of return (TIR) of 16.97% and the cost benefit 3.59. In the strategic proposal the legal requirements, were determined for the creation of the restaurant, as well as vision, mission, values, functions for manual execution of the Project. The impacts of the project are positive means, so that not only for the business benefit but also for the society.



## DECLARACIÓN

Yo Katherine Daniela Vallejos Arellano, portador de la cédula de ciudadanía 100441002-1 declaro bajo juramento que el trabajo aquí presentado es de mi autoría, y el tema es el siguiente “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE DE COMIDA GASTRONÓMICA AUTÓCTONA OTAVALEÑA EN EL CANTON OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido previamente presentado en ningún grado, ni calificación profesional y de tal manera se ha respetado las diferentes fuentes y referencia bibliográficas que se incluyen en este documento.

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 29 días del mes de abril del 2106



---

KATEHRINE DANIELA VALLEJOS ARELLANO

---

CI. 100441002-1

Ing. Mauricio Aragón

AUTOR

C.I. 1001600566

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada KATHERINE DANIELA VALLEJOS ARELLANO, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA GASTRONÓMICA AUTÓCTONA OTAVALEÑA EN EL CANTÓN OTAVALO 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 29 días del mes de abril del 2106



---

Ing. Mauricio Aragón.


KATHERINE DANIELA VALLEJOS ARELLANO  
C.I. 1001600566



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

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

Yo, KATHERINE DANIELA VALLEJOS ARELLANO, con cédula de identidad N° 100441002-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA GASTRONÓMICA AUTÓCTONA OTAVALEÑA EN EL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para obtener el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA; en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte

CÉDULA DE IDENTIDAD:	100441002-1
APELLIDOS Y NOMBRES:	Vallejos Arellano Katherine Daniela
DIRECCIÓN:	Otavallo, Modesto Jaramillo y Pasaje Suona
EMAIL:	
KATEHRINE DANIELA VALLEJOS ARELLANO	
TELÉFONOS:	FLUJO: 2-920397 CI. 100441002-1
	MÓVIL: 0959031335

AUTOR

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La universidad técnica del norte dentro del proyecto repositorio digital institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de adoptar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>		
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100441002-1	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Vallejos Arellano Katherine Daniela	
<b>DIRECCIÓN:</b>	Otavalo, Modesto Jaramillo y Pasaje Saona	
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:danielitavallejos@hotmail.es">danielitavallejos@hotmail.es</a>	
<b>TELÉFONOS:</b>	<b>FIJO:</b> 2-920397	<b>MÓVIL:</b> 0959031335

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO.</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA GASTRONÓMICA AUTÓCTONA OTAVALEÑA EN EL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR:</b>	Vallejos Arellano Katherine Daniela
<b>FECHA:</b>	29-04-2016
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMAS:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
<b>ASESOR/DIRECTOR</b>	Ing. Mauricio Aragón



## 2 AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Vallejos Arellano Katherine Daniela, con cédula de identidad No. 100441002-1, 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 y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIA

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

Ibarra, a los 29 días del mes de abril del 2016

La Autora:



---

Srta. Katherine Vallejos

AUTORA

Facultado por resolución del consejo universitario

## **DEDICATORIA**

Esta tesis va dedicado con profundo sentimiento y amor y eterna gratitud a mi madre y a mi abuelita que me han apoyado en todo el transcurso de mi vida estudiantil guiándome y dándome fuerzas para seguir adelante, también dedico a las personas que de una u otra manera me ayudaron, me acompañaron, y me dirigieron de la mejor manera es por ello que ha sido posible la culminación de mi trabajo de investigación.

***Katherine Daniela Vallejos Arellano***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primera instancia a DIOS por darme la vida y la perseverancia para seguir adelante, agradeciendo también a mi familia en especial a mi mamita DORIS y a mi abuelita HILDITA quienes me han dado todo el apoyo tanto moral como económico, y a los docentes de la UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE ya que en el transcurso de los cinco años me han impartido varios conocimientos, experiencias tanto en la vida profesional como en la personal, de igual manera agradezco a mis amigas y amigos que han sacado una sonrisa en mí cuando más lo necesitaba y han hecho de mi vida hasta hoy una aventura.

*Katherine Daniela Vallejos Arellano*

## PRESENTACIÓN

Otavalo se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, a 110 km al norte de la capital de los ecuatorianos y a 2530 msnm. La ciudad de Otavalo es reconocida mundialmente por el famoso mercado de los ponchos, donde se puede encontrar millones de artículos hechos a mano, en algodón, madera cerámica entre otros,

Los requerimientos del mercado gastronómico otavaleño se traducen en la constante búsqueda de productos más sabrosos y nutritivos considerándose importante para la creación de un restaurante, que ofrecerá a las personas una opción de mejorar sus hábitos alimenticios y por ende su calidad de vida.

Los diferentes platos típicos que se ofertaran serán de una variedad nutritiva de ingredientes que se los puede encontrar en el sector y que son una fuente importante de alimentación, también los comensales podrá disfrutar de la riqueza cultural que posee el cantón, a la vez enriquecer sus conocimientos sobre las costumbres y tradiciones locales; es así que a continuación detallamos los componentes del proyecto compuesto por los siguientes capítulos:

En el Diagnóstico Situacional se determinará las características generales de la ciudad de Otavalo, también se establecerá los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, mediante esto se diagnosticará el problema objeto de estudio, el mismo que es que en Otavalo no existe un lugar donde poder degustar la comida típica y autóctona cualquier día del año.

Para la realización de este objetivo se recopilará información a través de documentos, internet, entrevistas, informes estadísticos, entre otros sobre número de habitantes, actividades económicas, vía de acceso servicios básicos, aspectos culturales, aspectos demográficos e hidrográficos.

El Marco Teórico contendrá el soporte y sustentación escrita por los diferentes autores conocedores de todos los aspectos referentes al tema, este comprenderá las bases teóricas necesarias para tener conocimientos y poder realizar el estudio de una manera adecuada.

En el Estudio de Mercado se realizará un análisis de distintas variables, tales como: producto, mercado, oferta, precio, y demanda insatisfecha; dichos datos se obtienen de la aplicación de encuestas a los potenciales clientes, con los datos que se obtenga en dicho estudio se procederá a realizar proyecciones para determinar la factibilidad del proyecto.

El Estudio Técnico habla de la localización del proyecto tanto macro como micro, la disponibilidad de materia prima e insumos, describirá en forma detallada la ubicación del centro gastronómico de comida tradicional, distribución de las instalaciones, descripción del proceso de producción de los platos típicos, tecnología utilizada y un presupuesto técnico necesario para implantar el proyecto.

Estructura Organizacional en este capítulo se habla de la estructura organizacional de la empresa, la misma que empieza por establecer el tipo de empresa, actividad, el nombre de la misma, determinar la misión y la visión bajo las cuales va a estar amparada la empresa, al igual que los valores y principios que profesará la empresa a lo largo de su vida útil.

En el Estudio Económico Financiero se realizará la estructuración de los balances, para realizar la respectiva evaluación económica y financiera del proyecto, comprende determinar el capital de trabajo necesario, así se puede proyectar estados de pérdida y ganancias, flujos de caja, además determinar el costo de oportunidad, TIR, VAN, Punto de Equilibrio, realizar un análisis costo-beneficio y conocer el periodo de recuperación de la inversión inicial. En el Estudio de Impactos se determinará la influencia que tiene el proyecto en el ámbito social, económico, empresarial, ambiental, salud y cultura, de esta manera analizando tales impactos ya sean positivo o negativos

## ÍNDICE

CAPÍTULO I .....	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	28
Antecedentes .....	28
Objetivos del diagnóstico.....	30
Objetivo general.....	30
Objetivos específicos .....	30
Descripción de variables .....	30
Indicadores.....	31
Matriz de relación diagnóstica situacional AOOR .....	33
Datos generales del diagnóstico.....	34
Servicios similares .....	34
Ubicación .....	35
Gastronomía.....	35
Precios.....	35
Inflación .....	36
Desempleo.....	36
Economía .....	36
Turismo .....	36
Población.....	37
Cultura y tradiciones.....	38
Sitio estratégico.....	38
Vías de acceso.....	38
Visitantes.....	38
Motivo de visita .....	40
Predisposición de pago .....	40
Matriz AOOR.....	41
Determinación de la oportunidad de la inversión .....	42
CAPÍTULO II .....	43
MARCO TEÓRICO.....	43
Conceptos generales.....	43
Proyectos.....	43
Concepto .....	43
Factibilidad .....	43



Turismo .....	44
Definición de Turismo .....	44
Turismo en Otavalo.....	44
Empresa.....	45
Concepto .....	45
Tipos de Empresa.....	45
Según su naturaleza.....	45
Según el sector o la procedencia del capital .....	45
Según la integración del capital o número de socios .....	46
Microempresa .....	46
Base legal para la creación de una microempresa .....	46
Estudio de mercado.....	47
Definición .....	47
Mercado .....	47
Producto .....	47
Servicio .....	48
Oferta .....	48
Demanda .....	48
Demanda potencial insatisfecha.....	48
Precio .....	49
Segmento de mercado .....	49
Población.....	49
Elemento .....	50
Muestreos.....	50
Estudio técnico.....	50
Definición .....	50
Macro localización.....	50
Micro localización .....	51
Definición de gastronomía.....	51
Tradicional .....	51
Típico .....	51
Plato típico de Otavalo.....	52
Publicidad .....	52
Estudio económico financiero.....	52

Capital de trabajo .....	52
Costo .....	53
Costo variable .....	53
Costos de producción.....	53
Gastos.....	53
Gastos administrativos .....	54
Gastos de ventas.....	54
Gastos financieros.....	54
Depreciación .....	55
Amortización.....	55
Activo.....	55
Pasivo.....	55
Patrimonio.....	56
Estado de situación financiera .....	56
Estado de resultado .....	56
Flujo de caja.....	57
VAN.....	57
TIR .....	58
Punto de equilibrio.....	58
Costo beneficio .....	58
Periodo de recuperación.....	58
Utilidad .....	59
Pérdida .....	59
Estructura organizacional.....	59
Empresa gastronómica .....	59
Misión .....	60
Visión.....	60
Objetivos .....	60
Valores .....	60
Políticas.....	61
Estructura organizativa .....	61
Organigrama .....	61
Capacidad y desarrollo del personal .....	62
CAPÍTULO III.....	63

ESTUDIO DE MERCADO .....	63
Introducción .....	63
Objetivos del estudio de mercado .....	63
Objetivo general.....	63
Objetivo específicos.....	63
Variables .....	64
Indicadores.....	64
Identificación del servicio y productos .....	67
Platos típicos de la ciudad de Otavalo .....	67
Plato Principal.....	67
Platos Secundarios .....	68
Mecánica operativa .....	71
Población y muestra.....	71
Población turística nacional e internacional .....	72
Mercado meta.....	72
Tamaño de la muestra .....	72
Tabulación y análisis de información .....	74
Entrevista realizada a los propietarios de los negocios de la competencia.....	88
Demanda actual.....	89
Proyección de la demanda .....	90
Oferta actual.....	91
Proyección de la oferta.....	92
Proyección de la demanda insatisfecha.....	92
El precio .....	93
Determinación del precio.....	93
Proyección de precio promedio .....	94
Estrategias de comercialización.....	95
Estrategias de promoción y publicidad .....	95
Conclusiones del estudio.....	95
CAPÍTULO IV.....	97
ESTUDIO TÉCNICO .....	97
Tamaño del proyecto.....	97
El mercado .....	97
Disponibilidad de local .....	97

Capacidad de producción.....	98
Localización del proyecto .....	98
Macro localización.....	98
Micro localización .....	99
Ingeniería del proyecto .....	100
Infraestructura física .....	100
Procesos productivos .....	102
Simbologías de flujo gramas.....	102
Diagrama de flujo del servicio.....	103
Diagrama de flujo de la preparación de gastronomía a ofrecer .....	104
Materia prima.....	105
Tecnología.....	105
Muebles y enseres .....	106
Utensilios de cocina .....	107
Suministros de oficina.....	107
Gasto de constitución del restaurante .....	108
Talento humano .....	109
Gasto de Administración.....	110
Inversiones .....	111
Inversión fija .....	111
Inversión variable.....	111
Capital de trabajo .....	111
Inversión total .....	112
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>113</b>
<b>ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....</b>	<b>113</b>
Presupuesto de ingresos .....	113
Proyección de ventas.....	113
Proyección de precios .....	114
Total de ingresos proyectados.....	115
Presupuesto de egresos .....	116
Costos de materia prima.....	116
Proyección de costos de la materia prima.....	116
Costos mano de obra.....	117
Proyección costos mano de obra.....	118

Proyección de Costos indirectos de fabricación .....	118
Proyección de gastos administrativos .....	119
Proyección gasto servicio .....	120
Proyección gasto de ventas .....	120
Tabla de amortización.....	121
Gastos financieros.....	122
Abonos de capital.....	123
Depreciación de activos fijos .....	123
Gastos de constitución .....	124
Balance de situación inicial .....	125
Estado de resultados proyectados .....	126
Flujo de caja.....	127
Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento .....	127
Costo de oportunidad.....	127
Tasa de rendimiento.....	128
Evaluación financiera.....	128
Valor actual neto (VAN).....	128
Tasa interna de retorno.....	129
Cálculo del VAN con la tasa inferior.....	129
Cálculo del VAN con la tasa superior.....	130
Calculo del TIR.....	130
Relación beneficio – costo .....	131
Tasa de rendimiento costo beneficio.....	132
Periodo de la recuperación de la inversión .....	132
Calculo de la recuperación de la inversión al valor corriente .....	132
Calculo de la recuperación de la inversión al valor real .....	133
Punto de equilibrio.....	133
Punto de equilibrio en dólares.....	134
Punto de equilibrio en unidades.....	135
Conclusión .....	135
CAPÍTULO VI.....	136
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	136
Nombre de la microempresa .....	136
Logotipo.....	137

Slogan .....	137
Base filosófica.....	137
Misión .....	137
Visión.....	137
Principios y valores.....	138
Principios .....	138
Valores .....	138
Políticas.....	138
Organigrama estructural.....	139
Manual de funciones .....	140
Aspectos legales del funcionamiento.....	146
Requisitos legales para el funcionamiento.....	146
Requisitos RUC .....	146
Requisitos cuerpo de bomberos .....	147
Requisitos Ministerio de salud.....	147
Requisitos para la Patente Municipal.....	148
Requisitos para el registro de la actividad turística .....	148
Requisitos para la certificación del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual .....	149
Registro 1 x mil de los activos fijos.....	150
Constitución legal .....	150
Marco legal .....	150
CAPÍTULO VII .....	152
ANÁLISIS IMPACTOS .....	152
Impacto social .....	153
Impacto cultural .....	154
Impacto económico.....	155
Impacto empresarial.....	156
Impacto ambiental.....	157
Impactos Generales .....	158
CONCLUSIONES .....	159
RECOMENDACIONES.....	160
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	161
Bibliografía .....	161
Linkografía.....	163



ANEXOS .....	164
--------------	-----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de relación .....	33
Tabla 2: Establecimientos .....	34
Tabla 3: Matriz AOOR .....	41
Tabla 4: Cruces de estrategias matriz AOOR .....	41
Tabla 5: Poblacion otavalo y sus parroquias.....	71
Tabla 6: Proyección de la población.....	72
Tabla 7: Población para determinar la muestra.....	72
Tabla 8: Conocimiento de lugares turísticos.....	74
Tabla 9: Gusto por la comida tradicional típica de la ciudad .....	75
Tabla 10: Frecuencia en consumir comida autóctona de la ciudad de Otavalo .....	76
Tabla 11: Con quien visita un restaurante turístico .....	77
Tabla 12: Factores que influyen en el servicio .....	78
Tabla 13: Promedio de consumo.....	79
Tabla 14: Satisfacción brindada por los restaurantes turísticos existentes .....	80
Tabla 15: Aceptabilidad del nuevo restaurante.....	81
Tabla 16: Platos a ofrecer .....	82
Tabla 17: Servicios adicionales .....	83
Tabla 18: días de apertura.....	84
Tabla 19: horario de atención .....	85
Tabla 20: Ubicación del restaurante .....	86
Tabla 21: Vías de promoción.....	87
Tabla 22: Competencia .....	88
Tabla 23: Cálculo de la demanda actual .....	89
Tabla 24: Demanda actual .....	90
Tabla 25: Demanda proyectada .....	91
Tabla 26: Oferta actual.....	91
Tabla 27: Proyección de la oferta .....	92

Tabla 28: Demanda insatisfecha .....	93
Tabla 29: Precios de la competencia.....	94
Tabla 30: Proyección del precio .....	95
Tabla 31: Matriz de puntos .....	99
Tabla 32: Simbologías de flujo gramas .....	102
Tabla 33: Flujo grama de la preparación de la fritada .....	104
Tabla 34: Flujo grama de la preparación de la colada con churos.....	104
Tabla 35: flujo grama de la preparación de las tortillas de tiesto de dulce .....	105
Tabla 36: Materia prima directa.....	105
Tabla 37: Maquinaria y equipo .....	106
Tabla 38: Muebles y enseres.....	106
Tabla 39: Implementos de cocina .....	107
Tabla 40: Suministros de oficina .....	107
Tabla 41: Gasto de constitución.....	108
Tabla 42: Talento humano .....	109
Tabla 43: Gatos Administrativos .....	110
Tabla 44: Gasto arriendo.....	110
Tabla 45: Gasto publicidad .....	110
Tabla 46: Costos indirectos de fabricación.....	111
Tabla 47: Inversión fija.....	111
Tabla 48: Inversión variable .....	111
Tabla 49: Capital de trabajo.....	111
Tabla 50: Proyección de las ventas .....	114
Tabla 51: Proyección de precios plato principal.....	114
Tabla 52: proyección de precios patos secundarios .....	115
Tabla 53: Total de ingresos proyectados plato principal .....	115
Tabla 54: Total de ingresos proyectados platos secundarios .....	115
Tabla 55: Costos de materia prima plato principal .....	116
Tabla 56: Proyección de costos materia prima por plato .....	117
Tabla 57: proyección de materia prima patos secundarios .....	117
Tabla 58: Promedio tasa de crecimiento de sueldos .....	118
Tabla 59: proyección de costos mano de obra .....	118
Tabla 60: Proyección CIF .....	119
Tabla 61: Proyección de gastos administrativos .....	120

Tabla 62: Proyección gastos de servicio .....	120
Tabla 63: Proyección gasto de vetas .....	121
Tabla 64: Tabla de amortización.....	121
Tabla 65: Gastos financieros.....	123
Tabla 66: Abonos de capital .....	123
Tabla 67: Depreciación de activos fijos.....	124
Tabla 68: Amortización gasto de constitución.....	124
Tabla 69: Estado de situación inicial .....	125
Tabla 70: Estado de resultados proyectados .....	126
Tabla 71: Flujo de caja.....	127
Tabla 72: Cálculo de la tasa de redescuento .....	127
Tabla 73: Valor actual neto (VAN) .....	129
Tabla 74: VAN con la tasa inferior.....	129
Tabla 75 VAN con la tasa superior.....	130
Tabla 76 Relación beneficio- costo.....	131
Tabla 77: Flujos netos deflactados acumulados.....	132
Tabla 78: Datos para el punto de equilibrio en dólares .....	133
Tabla 79: Punto de equilibrio en dólares .....	134
Tabla 80: Punto de equilibrio en unidades.....	135
Tabla 81: Manual de funciones del Gerente .....	140
Tabla 82: Manual de funciones del Contador .....	141
Tabla 83: Manual de funciones del jefe de cocina.....	142
Tabla 84: Manual de funciones del auxiliar de cocina .....	143
Tabla 85: Manual de funciones del mesero .....	144
Tabla 86: Calificación de impactos.....	152
Tabla 87: Impacto social.....	153
Tabla 88: Impacto cultural .....	154
Tabla 89: Impacto económico.....	155
Tabla 90: Impacto empresarial.....	156
Tabla 91: Impacto ambiental .....	157
Tabla 92: Impactos generales.....	158

## ÌNDICE DE GRÀFICOS

Gráfico 1: Organigrama .....	139
------------------------------	-----

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Motivos de visita de los turistas.....	37
Ilustración 2: Visitantes .....	39
Ilustración 3: Extranjeros internacionales.....	39
Ilustración 4: Extranjeros nacionales .....	39
Ilustración 5: Tiempo de visita .....	40
Ilustración 6: Disponibilidad de pago .....	40
Ilustración 8: Empanadas .....	68
Ilustración 9: Tortillas de tiesto .....	68
Ilustración 10: Humitas.....	68
Ilustración 11: Quimbolitos .....	68
Ilustración 12: Champús .....	69
Ilustración 13. Mazamorra con churos.....	69
Ilustración 14: Cuy Frito.....	69
Ilustración 15: Papas con berro.....	69
Ilustración 16: Caldo de gallina de campo.....	70
Ilustración 17: Papas con cuero .....	70
Ilustración 18: Arroz de Leche .....	70
Ilustración 19: Colada morada .....	70
Ilustración 20: Cantón Otavalo .....	99
Ilustración 21: Plaza de pochos.....	100
Ilustración 22: Infraestructura física .....	101

## INTRODUCCIÓN

En primera instancia gracias a las políticas estatales que garantizan la inversión nacional y promueven la innovación de nuevas ideas productivas que aporten el desarrollo económico, social y laboral, la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al Buen Vivir; ordena que el sistema económico sea social y solidario, y define a la estabilidad económica como el máximo nivel de producción y empleo, tomando en cuenta que Otavalo es reconocido por sus lugares turísticos así como por su riqueza en gastronomía, tradiciones y costumbres, se muestra como una ciudad abierta a proyectos de índole turístico presentando grandes ventajas para los inversionistas en esta área en la cual se busca articular e integrar la identidad propia de nuestras raíces pretendiendo salvaguardar las costumbres y tradiciones de ancestros, y abuelos que han vivido, conocido y observado cómo evoluciona el modo de alimentación de la población otavaleña, nos declaramos partidarios de un turismo comunitario, ecológico, cultural, artístico, educativo. Por ello se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida tradicional típica que rescate lo autóctono de la ciudad aprovechando los productos agrícolas que se dan en la zona, tomando en cuenta que el estado busca promover el desarrollo del turismo a lo largo del territorio nacional, considerando las características culturales y paisajísticas de cada región. La ejecución de este proyecto permitirá contribuir a la creación de plazas de trabajo, lo cual es un aporte positivo para la población, ya que se generará fuentes de empleo estable, justo y digno.

## JUSTIFICACIÓN

Otavaló, por su reconocimiento como uno de los lugares turísticos más importantes y visitados por nacionales y extranjeros, así como por su riqueza en gastronomía, se muestra como una ciudad abierta a proyectos turísticos presentando grandes ventajas para los inversionistas en esta área.

La idea surge debido a la necesidad de rescatar los conocimientos de la cultura gastronómica de la ciudad de Otavaló, como identidad propia de nuestras raíces pretendiendo salvaguardar las costumbres y tradiciones de ancestros, y abuelos que han vivido, conocido y observado cómo evoluciona el modo de alimentación de la población otavaleña.

Por ello se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante gastronómico, de esta manera rescatar la comida típica y autóctona de la ciudad de Otavaló, aprovechando los productos agrícolas que se dan en la zona

Esto se ha llegado a determinar, gracias a experiencias obtenidas en actividades realizadas para promover la degustación de los platos típicos y autóctonos a los visitantes y residentes de la ciudad

La creación de este centro, sin lugar a duda será un atractivo que contribuya al desarrollo turístico del cantón, para que los turistas y residentes disfruten de un producto sano, además lograríamos rescatar los exquisitos sabores de nuestros ancestros.



## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida gastronómica autóctona otavaleña en el cantón Otavalo provincia de Imbabura, mediante instrumentos de recopilación e investigación para determinar si el proyecto es rentable.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar un diagnóstico y análisis situacional a través de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para analizar las ventajas y desventajas del proyecto.
- Elaborar el marco teórico en el que se fundamentará, los conceptos teóricos- científicos a través de fuente bibliográficas y lincografías
- Elaborar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de la comida tradicional y típica de la ciudad de Otavalo, mediante entrevistas y encuestas al mercado meta.
- Diseñar el estudio técnico que justifique la ejecución del proyecto respecto a su estructura y análisis de inversión mediante entrevistas a la competencia.
- Realizar el estudio económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto
- Establecer la estructura organizacional del proyecto para lograr una efectiva organización y funcionamiento empresarial a través de manuales de función
- Establecer los principales impactos en el ámbito social, cultural, económico, empresarial, ambiental, mediante una matriz de calificación, de esa manera determinar cuál es el nivel de impacto que genera el proyecto

## CAPÍTULO I

### 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

San Luis de Otavalo, es una ciudad de la provincia de Imbabura, en Ecuador; situada a 110 kilómetros al norte de la ciudad de Quito. Está ubicado en la región norte del Ecuador, cuenta con una superficie de 528 km. Tiene una población de 90.188 habitantes aproximadamente, Otavalo ha sido declarada como “Capital Intercultural de Ecuador” por ser una ciudad con enorme potencial paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial.

Otavalo es uno de los principales centros turísticos del país, sitio de visita obligada para los turistas de origen tanto nacional como internacional su grado de importancia turística hace que sea tomado en cuenta dentro de los diferentes paquetes turísticos que se ofertan a nivel mundial , además de esto debemos de tomar en cuenta que su nombre se debe a la importante cultura de los Otavalos quienes desde su inicio se han caracterizado por su capacidad para comerciar sus productos, en la década de 1970 y 1980 se **buscó** nuevas alternativas de comercio, esto hace que traspase sus fronteras patrias y emigren a países desarrollados como Estados Unidos en sus inicios y posteriormente Europa y Asia, en la actualidad los Indígenas Otavaleños han ganado un lugar privilegiado en el comercio mundial.

Es tal la importancia de la cultura de los otavalos que ha trascendido en el mundo su cultura, sus costumbres y tradiciones.

Uno de sus principales atractivos es la gastronomía, la que presenta un sin número de sabores que en muchos casos por los cambios de una sociedad que olvida su identidad, de a poco va perdiendo su esencia.

La rica gastronómica herencia de nuestros antepasados de la ciudad hace que los turistas tanto nacionales como extranjeros la valoren, ya que una de las necesidades tanto de los habitantes de la ciudad como extranjeros prefieren degustar platos saludables y de esa manera conocer lo autóctono y típico de la misma.

Las condiciones que brinda este lugar nos permite tener una demanda aceptable y con proyección de crecimiento que en la actualidad no han sido desarrollados, pues existen escasos lugares de comida saludable propia del sector, en lugar de estos lo que predomina en la actualidad son sitios donde se expenden alimentos que por lo general se conoce como comida chatarra (salchipapas, comida rica en grasa entre otros) lo cual hace que se pierda la costumbre de la alimentación sana y tradicional

Dentro de nuestra gastronomía existen platos que en fechas especiales como las fiestas del YAMOR se degusta del plato típico símbolo de la ciudad de Otavalo, la que está compuesta por tortillas, fritada, mote, tostado, queso, ensalada, empanadas y su vaso de chicha.

En el día de difuntos se degusta los sabores propios de nuestros indígenas otavaleños como es el champús y el pan de runa, en el sector mestizo es una agradable costumbre degustar la colada morada con guaguas de pan, es difícil enumerar todos los platos autóctonos locales.

La necesidad de que esta exquisita gastronomía sea de consumo exclusivo para estas fechas y tomando en cuenta que nuestros visitantes deben degustar estos deliciosos sabores y más alimentos autóctonos propios, típicos de la ciudad en cualquier fecha del año, hace que concentremos estos platos en un solo lugar.

Por lo tanto se pretende implementar un restaurante donde se expenda la variada gastronomía de la ciudad, de esta manera los turistas y residentes de la ciudad degustarán de comida saludable, típica en cualquier fecha del año.

El restaurante se ubicará en un sector estratégico de la ciudad, donde el flujo turístico sea constante “la plaza de los ponchos”, donde se ofrecerá una variedad de platos típicos y autóctonos de la ciudad.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1 Objetivo general**

- Elaborar un diagnóstico y análisis situacional a través de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para analizar las ventajas y desventajas del proyecto.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Determinar si en la ciudad de Otavalo existen restaurantes que ofrezcan el mismo servicio
- Analizar la situación socio-económica de la población de la ciudad de Otavalo.
- Diagnosticar la existencia de la infraestructura adecuada para desempeñar las actividades acordes al restaurante
- Analizar las características socio-culturales de los habitantes de la ciudad de Otavalo
- Verificar la afluencia de turistas nacionales e internacionales en Otavalo

## **1.3. Descripción de variables**

Las variables expresan distintas cualidades de tal manera que pueden ser medidas u observadas, se toma en cuenta las siguientes para poder determinar los aspectos más importantes de la ciudad de Otavalo

- Restaurantes similares
- Socio- económico
- Infraestructura
- Socio- culturales
- Afluencia de turistas

#### **1.4. Indicadores**

Los indicadores sirven para medir cuánto se ha logrado del objetivo, se tomara los siguientes indicadores para aportar con la información necesaria de tal manera que podamos describir cada variable

##### Restaurantes similares

- Servicios
- Ubicación
- Gastronomía
- Precios

##### Socio- económico

- Inflación
- Desempleo
- Economía
- Turismo

##### Infraestructura

- Sitio estratégico
- Vías de acceso

##### Socio- culturales

- Gente
- Cultura
- Traiciones

#### Afluencia de turistas

- Visitantes
- Tiempo de visita
- Predisposición de pago



## 1.5. Matriz de relación diagnóstica situacional AOOD

**Tabla 1: Matriz de relación**

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACION	TÉCNICAAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar si en la ciudad de Otavalo existen restaurantes que ofrezcan el mismo servicio</li> </ul>	Restaurantes similares	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio similares</li> <li>Ubicación</li> <li>Gastronomía</li> <li>Precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guía de Observación</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar la situación socio-económica de la población de la ciudad de Otavalo.</li> </ul>	Situación económico	Socio <ul style="list-style-type: none"> <li>Inflación</li> <li>Desempleo</li> <li>Economía</li> <li>Turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. web</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diagnosticar la existencia de la infraestructura adecuada para desempeñar las actividades acordes al restaurante</li> </ul>	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sitio estratégico</li> <li>Vías de acceso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primaria</li> <li>Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guía de observación</li> <li>Pág. web</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar las características socio-culturales de la ciudad de Otavalo</li> </ul>	Características culturales	socio <ul style="list-style-type: none"> <li>Población</li> <li>Cultura</li> <li>Tradiciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. web</li> <li>Investigación</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Verificar la afluencia de turistas nacionales e internacionales en Otavalo</li> </ul>	Afluencia turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitantes</li> <li>Tiempo de visita</li> <li>Predisposición de pago</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación</li> </ul>

## 1.6. Datos generales del diagnóstico

### 1.6.1 Servicios similares

Según la investigación realizada por la guía de observación se encontró que en Otavalo existen 16 establecimientos los cuales ofrecen el mismo tipo de comida, con la diferencia de que en 3 de ellos su atención es diaria, y los 13 restantes solo atienden en fiestas del Yamor o solo fines de semana.

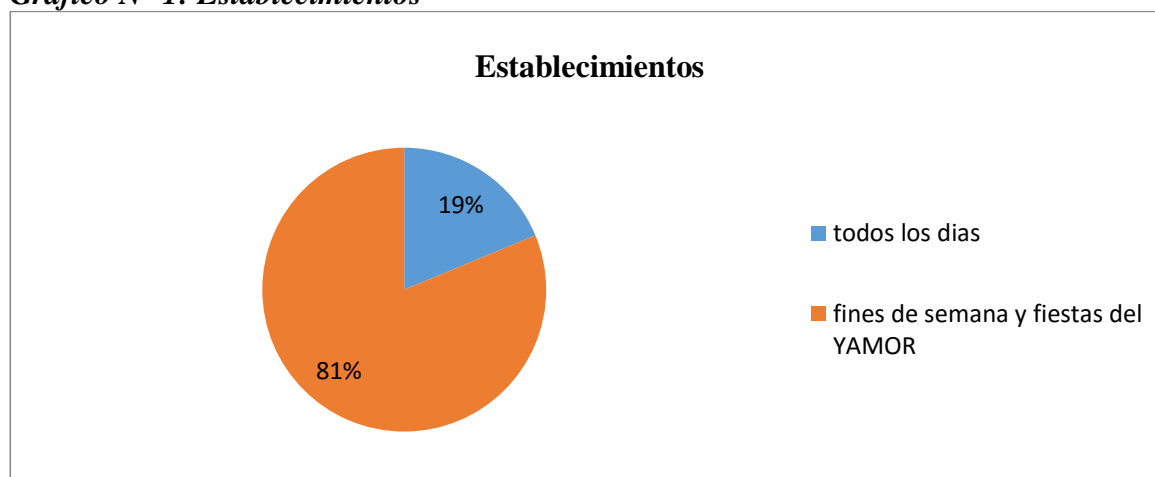
**Tabla 2: Establecimientos**

<b>restaurantes típicos</b>	<b>frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
todos los días	3	19%
fines de semana y fiestas del YAMOR	13	81%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Guía de observación

Elaborado: La Autora

**Grafico N° 1: Establecimientos**



Fuente: Guía de observación

Elaborado: La Autora

### **1.6.2 Ubicación**

A través de la guía de observación se pudo determinar que los 16 restaurantes típicos están situados en lugares estratégicos, 4 de estos restaurantes se encuentran distanciados del centro de la ciudad pero sus años en el mercado hace que sea reconocido y los visitantes se trasladen hacia ese lugar, el resto de restaurantes se encuentran ubicados en el centro de la ciudad esto es en las calles Bolívar o Sucre.

### **1.6.3 Gastronomía**

Mediante la guía de observación se identificó que los platos a ofrecer en su mayoría es el Yamor, los tres restaurantes que ofrecen sus servicios todos los días del año ofrecen más variedad de platos como son (cuartos de pollo, apanados, caldo de gallina, almuerzos, entre otros) denominándose así platos a la carta.

Los 13 restaurantes restantes solo ofrecen lo que es el plato típico constituido por (chicha, empanadas, tortillas, mote o tostado, fritada)

### **1.6.4 Precios**

Mediante la guía de observación podemos distinguir que en la mayoría de estos restaurantes los platos típicos oscila entre \$ 6 a \$ 7 dólares, los precios van variando dependiendo del tamaño del plato a ofrecer por ejemplo en el restaurante “FRITADAS DAQUILEMA” se encuentran platos de \$ 5 hasta \$ 15 dólares dependiendo del combo a servirse.

### **1.6.5 Inflación**

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares

Según (BCE, BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2015) la inflación en mayo 31 - 2015, es de 4,55% la misma que ha estado acompañada por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero.

### **1.6.6 Desempleo**

Según el Banco Central del Ecuador, la tasa de desempleo hasta el 30 de diciembre del 2014 es de 4,54%, lo cual nos indica que a pesar de que se ha evidenciado una disminución todavía existen personas desempleadas por lo que uno de los objetivos de este proyecto es generar empleo garantizando un trabajo estable, justo y digno.

### **1.6.7 Economía**

La economía de los Otavaleños da prioridad al comercio nacional e internacional de los productos artesanales, según el INEC y el censo realizado en el 2010 nos da a conocer que el 7,64% se dedica a la agricultura, el 9.58% se dedica a la manufactura realizando así productos artesanales. El resto de la población (82,78%) se dedica a diferentes actividades entre ellas están las entidades financieras, hoteles, restaurantes entre otros.

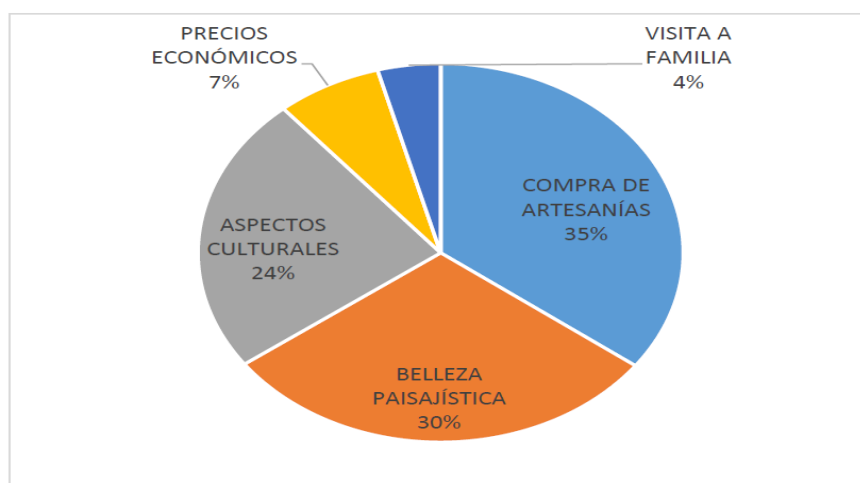
### **1.6.8 Turismo**

Según el GAD MUNICIPAL DE OTAVAO, la ciudad es una de las ciudades más visitadas por personas de todo el mundo y de esta manera dan a conocer sus artesanías que

llaman mucho la atención de quienes la visita. Entre los atractivos turísticos se destacan sus paisajes, sus tradiciones y culturas.

Según la investigación realizada por el GAD MUNICIPAL DE OTAVALO indica que para los turistas los principales motivos en visitar esta ciudad son los siguientes: el 7% precios económicos, el 4% visita a familias, el 24% aspectos culturales, el 30% belleza paisajística y el 35% compra de artesanías. Lo cual nos indica que Otavalo es visitado no por uno, sino por muchas razones.

**Ilustración 1: Motivos de visita de los turistas**



Fuente: Investigación GAD Municipal de Otavalo  
Elaborado por: GAD Municipal de Otavalo

### 1.6.9 Población

Según la casa de turismo Otavalo (OTAVALO C. D., 2015) La población que se concentra en la urbe otavaleña es de aproximadamente 41.000 habitantes (44,3 % de la población cantonal), la cual se divide en indígenas, mestizos y en un mínimo porcentaje afro ecuatorianos.

Los indígenas se dedican a la producción y comercialización de artesanías textiles, los mestizos y los afros ecuatorianos se dedican a varias actividades como tiendas, almacenes, en diferentes profesiones, transporte, servicios turísticos, entre otras.

### **1.6.10 Cultura y tradiciones**

Según la casa de turismo Otavalo, señala que tanto su cultura como sus tradiciones es celebrar la fiesta del Yamor esta celebración se originó en tiempos prehispánicos y en su celebración interviene la chicha del Yamor hecha sobre la base de 7 variedades de maíz, además de la gastronomía local representada en las tortillas de papa, la fritada y las empanadas

### **1.6.11 Sitio estratégico**

A través de la observación directa se ha visto que el sitio estratégico para que este ubicado este nuevo restaurante es en el sector de la plaza de ponchos, puede ser en las calles sucre y salinas, sucre y morales; debido a que son las calles de mayor afluencia de personas tanto extranjeros nacionales, internacionales como otavaleños.

### **1.6.12 Vías de acceso**

Según (OTAVALO C. D., 2015) en su página web señala que Otavalo está ubicada a 110 kilómetros al norte de Quito, capital del Ecuador; asentada en un amplio valle, cuya superficie es de 82,10 kilómetros cuadrados, a una altura de 2.565 m.s.n.m. Está rodeada por el volcán Imbabura, la montaña Fuya Fuya y las lomas de Cotama y Rey Loma

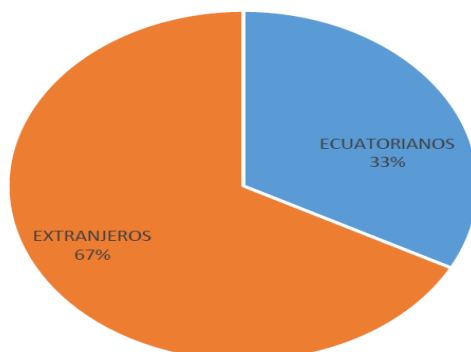
Para acceder a esta ciudad contamos con vías de primer orden Desde Quito aproximadamente se encuentra a 95 Km. por la vía panamericana norte con un tiempo aproximado de 1 h 45 min, y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra.

### **1.6.13 Visitantes**

Según la información obtenida por la casa de turismo y la investigación realizada por el GAD MUNICIPAL DE OTAVALO nos da a conocer de que el 67% de los extranjeros son internacionales siendo así visitantes de distintos países entre ellos están Colombia Francia

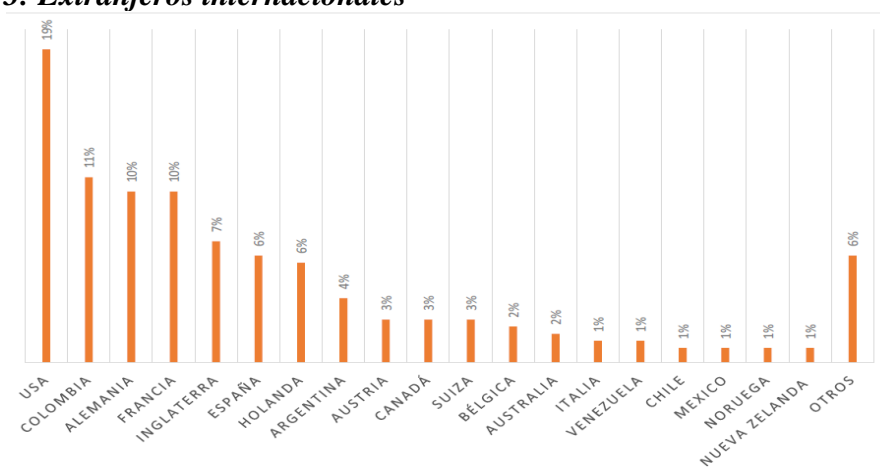
España entre otros véase ilustración N°3, y que el 33% son extranjeros nacionales provenientes de Quito, Guayaquil, Ibarra entre otros véase ilustración N° 4.

**Ilustración 2: Visitantes**



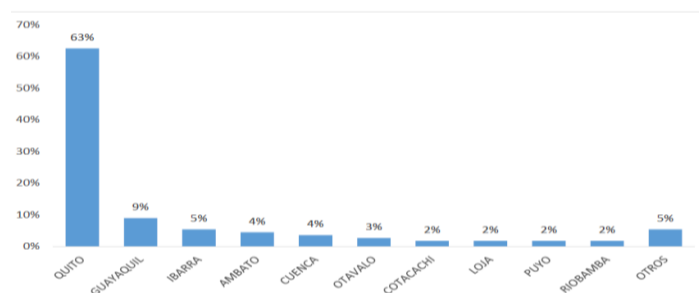
Fuente: Investigación GAD Municipal de Otavalo  
Elaborado por: GAD Municipal de Otavalo

**Ilustración 3: Extranjeros internacionales**



Fuente: Investigación GAD Municipal de Otavalo  
Elaborado por: GAD Municipal de Otavalo

**Ilustración 4: Extranjeros nacionales**

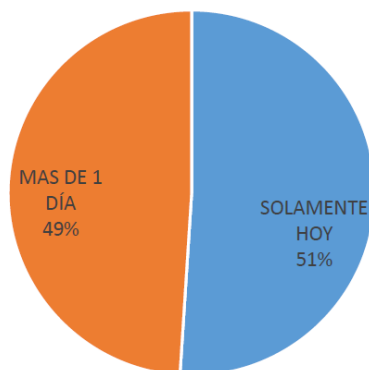


Fuente: Investigación GAD Municipal de Otavalo  
Elaborado por: GAD Municipal de Otavalo

### 1.6.14 Motivo de visita

Según la información obtenida por la casa de turismo Otavalo el tiempo de visita de los extranjeros tanto nacionales como internacionales es mayor el porcentaje de visita un solo día; obsérvese en la ilustración 5.

**Ilustración 5: Tiempo de visita**

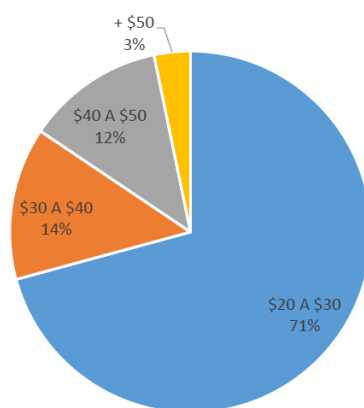


Fuente: Investigación GAD Municipal de Otavalo  
Elaborado por: GAD Municipal de Otavalo

### 1.6.15 Predisposición de pago

Según la información obtenida por la casa de turismo y la investigación realizada por el GAD MUNICIPAL DE OTAVALO nos da a conocer que tanto los extranjeros nacionales como internacionales están dispuestos a gastar en un 71% de \$20 a \$30 dólares, en un 14% de \$30 a \$40 dólares, en un 12% de \$40 a \$50 dólares y en un 3% más de \$50 dólares.

**Ilustración 6: Disponibilidad de pago**



Fuente: Investigación GAD Municipal de Otavalo  
Elaborado por: GAD Municipal de Otavalo



## 1.7 Matriz AOOD

**Tabla 3: Matriz AOOD**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El turismo es un de las principales actividades dentro de la ciudad</li> <li>• Se considera que el comercio es muy alto en la ciudad de Otavalo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia en días feriados</li> <li>• Limitado acceso a líneas de créditos para nuevos emprendimientos</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto número de posibles consumidores, mercado en crecimiento</li> <li>• La estabilidad política y económica del país, es un elemento que crea confianza a las nuevas inversiones locales y externas.</li> <li>• Flujo turístico en la ciudad de Otavalo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta fiscalización de entidades reguladoras</li> <li>• Fuerte amenaza de productos sustitutos</li> <li>• Inestabilidad de los precios de las materias primas e insumos</li> </ul>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: La Autora

**Tabla 4: Cruces de estrategias matriz AOOD**

<b>ESTRATÉGIAS AO (ALIADOS Y OPORTUNIDADES)</b>	<b>ESTRATÉGIAS OO (OPONENTES Y OPORTUNIDADES)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se aprovechará los días de feriado para captar más clientes de esa manera poder ser más reconocidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar las ofertas crediticias dirigidas al sector Microempresarial y escoger la mejor alternativa que facilite el pago a corto plazo</li> </ul>
<b>ESTRATÉGIAS AR (ALIADOS Y RIESGOS)</b>	<b>ESTRATÉGIAS OR (OPORTUNIDADES Y RIESGOS)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se obtendrá todos los permisos de funcionamiento</li> <li>• Se prestara un servicio de calidad tanto en atención al cliente como en la alimentación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar estrategias de comercialización y lograr posicionar la imagen del restaurante dentro y fuera de la ciudad</li> </ul>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: La Autora

### **1,8 Determinación de la oportunidad de la inversión**

Después de haber realizado el diagnóstico situacional hemos identificado los aliados, oportunidades, oponentes, y riesgos llegando así a la conclusión de que la ciudad de Otavalo es muy visitada tanto por los turistas nacionales e internacionales, y tomando en cuenta las políticas estatales que garantizan la inversión nacional y promueven la innovación de nuevas ideas productivas que aporten el desarrollo económico, social y laboral; de la misma manera tratar de fomentar los hábitos de consumo a través del desarrollo del proyecto, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA GASTRONÓMICA AUTÓCTONA OTAVALEÑA EN EL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”

## **CÁPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Conceptos generales**

##### **2.1.1 Proyectos**

###### **2.1.1.1 Concepto**

(Meza Orozco, 2013) Define a un proyecto como “Un plan, al que se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”

Se puede definir como una idea innovadora a base de procesos los cuales se lograrán con la inversión de capital para el mejoramiento de la sociedad.

###### **2.1.1.2 Factibilidad**

(Machado , 2010) Define a factibilidad como “Conjunto de antecedentes que permite conocer las ventajas y desventajas técnico- económicas, si se asignan determinados recursos en la búsqueda de ciertos objetivos específicos”

Permite conocer la bondades de inversion gracias a un estudio detallado y minuisioso de los estudios de cada capitulo del proyecto, por ejemplo conocer el mercado, la inversion entre otros.

## **2.1.2 El Turismo**

### **2.1.2.2 Definición de Turismo**

Según (Hunziker , 1942) expresa que "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa"

Es un servicio producido por el desplazamiento de las personas que desean conocer cosas o lugares nuevos o innovadores.

### **2.1.2.3 Turismo en Otavalo**

En la Casa de Turismo de Otavalo señalan que hasta finales de los años 70's el principal motivo de viajes hacia la ciudad de Otavalo, tanto para visitantes nacionales como extranjeros era únicamente el aspecto comercial, ya que los turistas conocían a la ciudad únicamente por sus famosas artesanías y textiles quedando de lado su atractivo cultural y natural.

Hoy en día Otavalo es una de las ciudades más visitadas, de esa forma se ha potenciado la cantidad y calidad de atractivo ya no solo son las artesanías en la actualidad Otavalo es visitado tanto por sus artesanías como por los lugares, la gente, la gastronomía.

### **2.1.3 Empresa**

#### **2.1.3.1 Concepto**

Según (Zapata Sanchez , 2011) manifiesta que “Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes o servicios que al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”

Se puede decir que, la empresa es una entidad compuesta por diferentes factores, con la finalidad de vender u ofertar productos y/o servicios para satisfacer las necesidades y obtener una utilidad.

#### **2.1.3.2 Tipos de Empresa**

Según (Zapata Sanchez , 2011) la clasificación de las empresas se realizan bajo los siguientes criterios:

##### **2.1.3.3 Según su naturaleza**

- ✓ Industriales: transforman materia prima en nuevos productos.
- ✓ Comerciales: compra y venta de productos intermediarios entre productores y compradores
- ✓ Servicios: generación y ventas de productos intangibles
- ✓ Agropecuarias: explota productos agrícolas y pecuarios
- ✓ Mineras: explotan los recursos del subsuelo.

##### **2.1.3.4 Según el sector o la procedencia del capital**

- ✓ Publicas: el capital pertenece al sector público
- ✓ Privadas: el capital pertenece al sector privado

- ✓ Mistas: el capital es público y privado

### **2.1.3.5 Según la integración del capital o número de socios**

- ✓ Unipersonales: el capital es el aporte de una sola persona
- ✓ Sociedades: aporte de capital por personas jurídicas o naturales

El tipo de empresas se divide de distintas maneras ya sea por su naturaleza, por el aporte de capital o por el número de socios

### **2.1.4 Microempresa**

Según (Estupiñan G. , 2012) expresa que La microempresa es una especie de empresa, que opera en base del autoempleo, o a través del empleo de máximo diez trabajadores dependientes y cuyo capital de la maquinaria sobre en manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive de forma, de materias primas o de productos semielaborados en artículos finales o de intermedios

La microempresa es una entidad en la que se vender productos o se venden servicios con un personal máximo de diez trabajadores.

#### **2.1.4.1 Base legal para la creación de una microempresa**

(Estupiñan G. , 2012) Da a conocer que la organización jurídica o marco legal de la empresa constituye el conjunto de leyes y reglamentos que rigen a las actividades de las Instituciones y de las personas, por lo tanto la microempresa también se incorpora acatar las disposiciones jurídicas vigentes, puesto que desde la creación de una empresa la ley dicta los tipos de sociedades permitidas, sus restricciones y su funcionamiento dentro, de lo que está el monto y la forma de participación.

Se dice que la base legal de la microempresa es todo requisito que debe tener tanto la microempresa como el representante legal de la misma para que de esa manera lleve a cabo las actividades con normalidad.

## **2.2 Estudio de mercado**

### **2.2.1 Definición**

Según (Baca Urbina , 2013) expresa que el estudio de mercado es la “Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”

El estudio de mercado es una parte que se debe realizar en el proyecto para poder determinar la oferta, demanda, precios para con ello ir visualizando si el proyecto es factible.

### **2.2.2 Mercado**

(Baca Urbina , 2013) Define a mercado como “área e que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”

El mercado es el lugar o medio en donde se intercambian los bienes o servicios constituido por la oferta y la demanda, con la finalidad de satisfacer las necesidades de las dos partes.

### **2.2.3 Producto**

Según (Russek, 2009) Define lo siguiente “Son todos los objetivos, elementos, materiales o cosas que sirven para satisfacer alguna necesidad humana”

Producto es todo bien material obtenido o realizado para la satisfacción de la humanidad.

#### **2.2.4 Servicio**

**Según (Ojeda, 2006) Define a los servicios como “Bien que consisten en una actividad (o en conjunto de actividades) realiza en beneficio de otros (personas naturales o empresas)”**

Servicio es el conjunto de actividades q satisface al ser humano en busca de un bien común.

#### **2.2.5 Oferta**

(Baca Urbina , 2013) Expresa que la oferta “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores), está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que están dispuestos en el mercado a distintos precios

#### **2.2.6 Demanda**

Según (Baca Urbina , 2013) define a la demanda como la “Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”

Es la cantidad de bienes o servicios que satisface una o varias necesidades de clientes

#### **2.2.7 Demanda potencial insatisfecha**

Según (Baca Urbina , 2013) expresa que es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el calculo



Es aquella demanda que no está satisfecha ya sea con el servicio o producto de las empresas posicionadas en el mercado

### **2.2.8 Precio**

Según (Baca Urbina , 2013) define que “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”

Se refiere al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicios al cual se le incorpora una utilidad.

### **2.2.9 Segmento de mercado**

Según (Espinoza , 2013) define que “La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo”

El segmento de mercado se refiere a la identificación de a quién van dirigido los productos o servicios, para de esta manera llegar a satisfacer una o varias necesidades.

### **2.2.10 Población**

Según (Plazas Rojas , 2011) define a la población como “Conjunto formado por todos los elementos sobre los cuales se van a solicitar los datos”

Es el total de habitantes o unidades de las cuales se va a obtener una cierta muestra para realizar las investigaciones debidas.

### **2.2.11 Elemento**

Según (Plazas Rojas , 2011) define elemento como “la unidad de la cual se pretende los datos comúnmente corresponden a personas o podrían también ser empresas, familias, puntos de venta, productos entre otros”

Un elemento es una cierta parte de la cual se obtendrá información de varios aspectos,

### **2.2.12 Muestreos**

(Baca Urbina , 2013) Describe al muestreo como” la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto”

Se puede decir que el muestreo es la selección de una parte de la población la cual debe ser claramente caracterizada para el análisis del estudio

## **2.3 Estudio técnico**

### **2.3.1 Definición**

Según (Meza Orozco, 2013) define que “El estudio técnico corresponde a los siguientes aspectos; localización del proyecto, tamaño del proyecto y selección de la tecnología”

Se puede definir como estudiar, analizar el lugar estratégico, el desarrollo y tamaño del proyecto, como la selección de tecnología y materia prima.

### **2.3.2 Macro localización**

(Juan de Dios, 2012) Define a macro localización como “el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes”

Es precisar el lugar geográfico en donde se va a llevar a cabo el proyecto a elaborarse tomando en cuenta, región, provincia, cantón.

### **2.3.3 Micro localización**

Según (Flores Uribe, 2010) enuncia que “es el proceso de elegir la zona y dentro de esa el sitio preciso (a nivel de factibilidad)”

Podemos decir que exactamente es el lugar donde va a estar posicionada la empresa tomando en cuenta que sea un sitio estratégico.

### **2.3.4 Definición de gastronomía**

Según (Ayala Olivares , 2013) se le puede “definir a la gastronomía como el estudio de la relación que existe entre cultura y alimento”.

Podemos decir que es el arte del buen comer que interrelacionándose la cultura y alimentos se logra generar la tradicional o lo típico para de esa manera satisfacer las necesidades de los consumidores.

### **2.3.5 Tradicional**

Según (Espinosa, 2010) define a tradicional como “plato antiguo que viene de las culturas de cada país”

Se refiere a un plato autóctono que es consumido por los ancestros y que se va fortaleciendo como una cultura en cada país.

### **2.3.5 Típico**

Según (Espinosa, 2010) define típico “Es el plato consumido principalmente por los turistas, el cual hace que una provincia o nación sea reconocida en la gastronomía”

Se refiere al plato más reconocido tanto dentro como fuera de la ciudad o región

### **2.3.6 Plato típico de Otavalo.**

Según la publicación de (Sory, 2012) da a conocer que la comida típica es parte del acervo cultural de Otavalo. El plato más conocido es el Yamor y se lo consume en septiembre, durante la celebración de la fiesta del mismo nombre. Está compuesto por la chicha de siete variedades de maíz, el mote, tortillas, empanadas y el ají. Yamor es el nombre de la chicha, bebida ancestral muy apetecida por su sabor dulce.

Se dice que el plato típico principal de Otavalo es el Yamor el cual está conformado por fritada, empanadas, mote, y lo principal la chicha la cual está realizada siete variedades de granos.

### **2.3.7 Publicidad**

(Flores Uribe, 2010) expresa que “Hacer referencia a los medios publicitarios y de promoción que se vale la empresa para dar a conocer sus productos y así poderlo vender”

La publicidad es la forma de darse a conocer tanto la imagen como los productos a ofrecer de esa manera obtener conocimiento ante la sociedad

## **2.4. Estudio económico financiero**

### **2.4.1 Capital de trabajo**

Según (Flores Uribe, 2010) expresa que el capital de trabajo “corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado, se define también como la diferencia entre activo corriente y pasivo corriente”

Se puede definir como el valor total de los recursos necesarios para la generación de una empresa, tanto que sería como la diferencia del activo corriente menos el pasivo corriente.

### **2.4.2 Costo**

Según (Baca Urbina , 2013) define que es un “desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costos de oportunidad)”

Son aquellos desembolsos que con el futuro vamos a recuperarlos de tal manera existiendo así varios costos como: costo de inversión, costos futuros y costos de oportunidad

### **2.4.3 Costo variable**

Según (Calleja Beral , 2013) Expresa que “Se trata de los tres elementos tradicionales: MPD, MOD, CIF, los cuales se enfocan desde la óptica de lo que es variable y lo que no”

Los costos variables son el conjunto de materiales o mano de obra que su valor va cambiando dependiendo a la producción

### **2.4.4 Costos de producción**

(Baca Urbina , 2013) Da a conocer que “los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico”

Los costos de producción son aquellos que determinamos en el estudio técnico como; costo de materia prima, costo de mano de obra, costos indirectos de fabricación.

### **2.4.5 Gastos**

(Estupiñan R. , 2011) Expresa que los gastos “deben ser presentados de acuerdo con una de las siguientes clasificaciones:

Por su naturaleza como: amortización, depreciación, compra de materiales, transporte, sueldos, publicidad

Por su función: costes de ventas, costes de distribución, coste de administración

Los gastos son aquellos que se genera para la producción o para el funcionamiento de la empresa estos gastos están divididos en dos por su naturaleza o por su función.

#### **2.4.6 Gastos administrativos**

Según (Flores Uribe, 2010) expresa que los gastos administrativos “son todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortizaciones de diferidos, seguros, impuestos de catastro y otros como papelería y útiles entre otros.”

Son todos los gastos repartidos en el área administrativa como sueldo a gerente y contador, también las depreciaciones de los activos fijos, amortizaciones entre otros.

#### **2.4.7 Gastos de ventas**

(Flores Uribe, 2010) expresa que los gastos de ventas “son los relacionados con el área de ventas, como sueldos y prestaciones, comisiones de ventas, gastos de publicidad, asistencia técnica a clientes, gastos de distribución , fletes, empaques bodegaje entre otros.”

Los gastos de ventas se refieren a los gastos realizados en el área de ventas como sueldos a vendedores, las comisiones, publicidad, entre otros

#### **2.4.8 Gastos financieros**

(Baca Urbina , 2013) Expresa que “son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos”

Los gastos financieros en si son todos los intereses generados por préstamos realizados para la empresa.

### **2.4.9 Depreciación**

(Baca Urbina , 2013) Expresa que la depreciación “Se aplica al activo fijo ya que con el uso estos bienes valen menos “

La depreciación de activos fijos se ha debe realizar ya que con el tiempo van bajando su vida útil y por ende van constando menos.

### **2.5.10 Amortización**

(Baca Urbina , 2013) **Define como “carga anual que se hace para recuperar la i**

Podemos decir que es un cargo anual que se le realiza para la recuperación de la inversión este siendo el 20 %

### **2.4.11 Activo**

Según (Estupiñan R. , 2011) manifiesta que “son recursos en efectivo, derechos, elementos, bienes tangibles e intangibles controlados por la empresa como resultado de eventos anteriores, de los cuales se espera beneficios futuros, mediante la medición cuantitativa del costo histórico, costo actual, valor realizable, valor presente,”

En si podemos definir a los activos son bienes que posee la empresa esperando tener dinero a su equivalente.

### **2.4.12 Pasivo**

Según (Estupiñan R. , 2011) expresa que “un pasivo es una obligación presente del entidad que proviene de un evento pasado, cuya liquidación se espera que resulte en la salida de recursos de la entidad que involucra beneficios económicos”

Los pasivos son obligaciones con terceros y so provenientes del pasado.

### **2.4.13 Patrimonio**

(Estupiñan R. , 2011) Expresa que “es el interés residual en los activos de la entidad, después de deducir todos los pasivos, reflejando en los registros contables mediante aumentos de capital, donación y utilidades”

Podemos definir que es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos los pasivos

### **2.4.14 Estado de situación financiera**

(IFRS, 2009) Expresa que “Es el documento que muestra la situación financiera de un negocio a una fecha específica. En este informe sólo se utilizan las cuentas reales (activo, pasivo y capital) y en él se cumple la ecuación fundamental de contabilidad: Activo es igual a Pasivo más Capital ( $A=P+ C$ ), y también el principio básico de Contabilidad de la “Partida Doble”, las cantidades de los activos y los pasivos deben ser iguales.”

Es un informe el cual se presenta en una fecha específica solo utilizando las cuentas más representativas como son (activo, pasivo, patrimonio)

### **2.4.14 Estado de resultado**

(Baca Urbina , 2013)Expresa que “calcula la utilidad y los flujos netos de efectivo del proyecto”

Podemos decir que el estado de resultados es en el cual se describe todos los ingresos y los gastos para determinar la utilidad o pérdida de la microempresa.



### 2.4.15 Flujo de caja

(IFRS, 2009) Expresa que “Tiene como finalidad el proveer información sobre los ingresos y desembolsos en efectivo de la empresa con el fin de:

- Evaluar la habilidad empresarial para generar flujos de efectivo netos positivos en el futuro.
- Evaluar la habilidad empresarial para cumplir con el pago de sus obligaciones, dividendos y sus necesidades de financiamiento externo.
- Evaluar los efectos de la situación financiera de la empresa en cuanto a transacciones de financiamiento y de inversiones de efectivo.
- Evaluar las razones para la diferencia entre la utilidad neta y los ingresos y desembolsos en efectivo relacionados.”

El flujo de caja se puede describir como aquella información sobre los ingresos y desembolsos en efectivo, evaluando así todos los parámetros de la empresa proyectados a determinados años.

### 2.4.16 VAN

(Baca Urbina , 2013) Expresa que “sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equiválete a comparar las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero”

Lo que sus siglas expresa Valor Actual Neto, el cual es un método de inversión de valores es que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.

#### **2.4.17 TIR**

(Flores Uribe, 2010) Expresa que La TIR permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocios antes de iniciar cualquier inversión, si está llena las expectativas de inversionista, habrá una rentabilidad el plan de negocios. Si por lo contrario, este o colma la expectativa financiera del inversionista, no invertirán en el plan de negocios.

Es una tasa de inversión con los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, aplicando así los supuestos de una oportunidad para invertir

#### **2.4.18 Punto de equilibrio**

(Baca Urbina , 2013) Expresa que “El nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y las variables”

Se puede decir que el punto de equilibrio, es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.

#### **2.4.19 Costo beneficio**

(Baca Urbina , 2013) Expresa que el costo beneficio “consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre los beneficios económicos que se van a obtener”

Podemos definir al costo beneficio como la conveniencia de si el proyectos es factible o no.

#### **2.4.20 Periodo de recuperación**

(Baca Urbina , 2013) Expresa que “consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivo futuros que genera el proyecto “

Se define como el número esperado de años en los cuales se podrá recuperar la inversión inicial.

#### **2.4.20 Utilidad**

(Bravo Valdivieso, 2011) Expresa que a la utilidad se le “domina también Ganancias o Superávit, se obtiene cuando los ingresos o rentas son mayores a los gastos o egresos”

Se le podría definir como la abundancia de activos, debido a que existen más ingresos que gastos.

#### **2.4.21 Pérdida**

(Bravo Valdivieso, 2011) Expresa que “se denomina también Déficit se determina, cuando los gasto o egreso so mayores a las rentas o ingresos “

Podemos definir como la disminución o faltante, debido a la deferencia de ingresos y gastos.

### **2.5 Estructura organizacional**

#### **2.5.1 Empresa gastronómica**

Según (Lomas , 2011) expresa que Empresa gastronómica operativa nace con la misión de satisfacer las necesidades de nuestros comensales con la más alta calidad en el servicio de alimentos para el sector institucional, industrial y empresarial, utilizando la mejor materia prima, la cual es elaborada por personal altamente capacitado y desarrollado integralmente, bajo las más estrictas normas de higiene.

Se puede decir como un centro en el cual se ofrece comida tradicional de esa manera satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

### **2.5.2 Misión**

Según (Segade, 2007) da a conocer que “es el objetivo madre de la organización sustento de todo lo que va a suceder a partir de ese momento”

Se dice que es el objetivo a cumplir desde ese momento siendo así la razón de ser de la empresa en la cual se expresara las necesidades a satisfacer.

### **2.5.2 Visión**

(Prieto, 2012) Expresa que la visión es la imagen de un estado futuro ambicioso y deseable, relacionado con el cliente interno y externo y debe ser mejor que el estado actual y que a su vez debe convertirse en un sueño de largo alcance y para lograrlo se requiere pasión, sacrificio, tenacidad y dinamismo por parte de los integrantes de la empresa.

Podemos definir que es un objetivo a largo plazo relacionado así con tanto con el cliente interno como con el externo, el cual se lo realiza a la visión de 5 años.

### **2.5.3 Objetivos**

Según (Fred R, 2008) define los objetos como “metas a corto plazo que las organizaciones deben alcanzar para poder lograr sus objetivos a largo plazo”

Son aquellas metas propuestas para ser cumplidas en un tiempo determinado este siendo un año, los objetivos debes sr claros y concisos.

### **2.5.4 Valores**

Según (Segade, 2007) define a los valores como “pautas de conducta que rigen dentro de una organización, y cuya utilidad es guiar el comportamiento de los miembros”

Se puede definir como normas las cuales van dirigidas al personal de la empresa ya que es una forma de comportamiento.

### **2.5.5 Políticas**

(Fred R, 2008) Define que “Las políticas son los medios para alcanzar los objetivos anuales, las políticas consiste en directrices, reglas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos realizados para alcanzar dichos objetivos”

Podemos definir como reglas, directrices, procedimientos que se siguen para el cumplimiento de los objetivos y para el cumplimiento de una buena dirección empresarial

### **2.5.6 Estructura organizativa**

(UNIVERSIDAD DE KANSAS, 2015) Define por estructura organizativa al marco en torno al cual el grupo se organiza, o para escoger otra metáfora de la construcción: los cimientos, el cableado, las vigas que mantienen a la coalición en pie. Es el manual de operaciones que les informa a los participantes cómo está formada la organización y cómo funciona. Más específicamente, la estructura describe cómo se acepta a los miembros, cómo se escoge a los líderes y cómo se toman las decisiones.

Podemos decir que una estructura organizativa permite tener un orden tanto de organización como de funciones y deberes, mirando claramente los niveles jerárquicos.

### **2.5.7 Organigrama**

Según (Cordova Padilla , 2011) define que un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta

fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad.

Podemos definir como el diagrama de cómo está constituida la organización de tal manera que da a conocer a simple vista los niveles de mando.

### **2.5.8 Capacidad y desarrollo del personal**

Según (Gongora Mina, 2014) expresa que La Capacitación significa la preparación de la persona en el cargo. Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

Podemos decir que el personal es la parte fundamental de una empresa la cual se le debe dar mayor atención de esa manera capacitarlos o brindarles el máximo apoyo.

## **CAPÍTULO III**

### **3 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción**

En este capítulo se diseñara instrumentos para la recolección de datos, estos instrumentos son las encuestas y entrevistas tanto a los clientes como a la competencia, para poder obtener una información veraz sobre las necesidades que posee la ciudad en el ámbito alimenticio, de esta manera se determina la demanda y oferta potencial.

#### **3.2 Objetivos del estudio de mercado**

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

Elaborar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de la comida tradicional y típica de la ciudad de Otavalo, mediante entrevistas y encuestas al mercado meta.

##### **3.2.2 Objetivo específicos**

- Determinar el producto a ofrecer
- Identificar la competencia que oferta la gastronomía típica tradicional en la ciudad de Otavalo
- Identificar la demanda y oferta potencial del servicio a ofrecer
- Establecer el precio a los productos a ofrecer
- Evaluar el lugar estratégico
- Analizar las estrategias de comercialización que se utilizan actualmente.

### 3.3 Variables

Las variables expresan distintas cualidades de tal manera que pueden ser medidas u observadas, se toma en cuenta las siguientes para poder determinar los aspectos más importantes sobre los productos, precios, plaza y promociones.

- Producto
- Competencia
- Demanda y oferta
- Precios
- Plaza
- Publicidad

### 3.4 Indicadores

Los indicadores sirven para medir cuánto se ha logrado del objetivo, se tomara los siguientes indicadores para aportar con la información necesaria de tal manera que podamos describir cada variable

#### Producto

- Grado de satisfacción del cliente
- Productos más consumidos
- Servicios Adicionales

#### Competencia

- Precio
- Productos
- Servicio



## Demanda y Oferta

- Ofertantes
- Demandantes

## Precio

- Disponibilidad del cliente

## Plaza

- Lugar estratégico

## Promoción

- Medios de comunicación

## 2.5 Matriz del estudio de mercado

**Tabla: Matriz del estudio mercado**

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACION	TECNICAS
• <b>Determinar el producto a ofrecer</b>	• Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado de satisfacción del cliente</li> <li>• Productos más consumidos</li> <li>• Servicios Adicionales</li> </ul>	➤ Primaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entrevista</li> <li>➤ Encuesta</li> </ul>
✓ <b>Identificar la competencia que oferta la gastronomía típica tradicional en la ciudad de Otavalo</b>	✓ Competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Productos</li> <li>• Servicio</li> </ul>	➤ Primaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entrevista</li> <li>➤ Encuesta</li> </ul>
• <b>Identificar la demanda y oferta potencial del servicio a ofrecer</b>	• Demanda y oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofertantes</li> <li>• Demandantes</li> </ul>	➤ Primaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entrevista</li> <li>➤ Encuesta</li> </ul>
• <b>Establecer el precio a los productos a ofrecer</b>	• Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad del cliente</li> </ul>	➤ Primaria	➤ Encuesta
✓ <b>Evaluar el lugar estratégico</b>	✓ Plaza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar estratégico</li> </ul>	➤ Primaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ encuesta</li> <li>➤ Ficha de observación</li> </ul>
✓ <b>Analizar las estrategias de comercialización que se utilizan actualmente.</b>	✓ Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Medios de comunicación</li> </ul>	➤ Primaria	➤ Encuesta

### **3.5 Identificación del servicio y productos**

Con la intención de aprovechar la cantidad de visitantes, la gente, la cultura, de la ciudad de Otavalo; el servicio a ofrecer es la creación de un restaurante en el cual se ofrecerá la comida típica y tradicional de la ciudad con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores, utilizando la mejor materia prima y personal altamente calificado y preparado en conocimiento de higiene; esta creación incentiva a las personas tanto nacionales o extranjeros a consumir comida sana y no dejar a un lado lo autóctono de la ciudad.

La gastronomía a ofrecer es la siguiente:

#### **3.5.1 Platos típicos de la ciudad de Otavalo**

##### **3.5.1.1 Plato Principal**

*Ilustración: Plato típico 1*



Este plato contiene: mote o tostado, fritada, tortillas o papas y ensalada

### 3.5.1.2 Platos Secundarios

*Ilustración 7: Empanadas*



*Ilustración 8: Tortillas de tiesto*



*Ilustración 9: Humitas*



*Ilustración 10: Quimbolitos*



*Ilustración 11: Champús*



*Ilustración 12. Mazamorra con churos*



*Ilustración 13: Cuy Frito*



*Ilustración 14: Papas con berro*



*Ilustración 15: Caldo de gallina de campo*



*Ilustración 16: Papas con cuero*



*Ilustración 17: Arroz de Leche*



*Ilustración 18: Colada morada*



### 3.6 Mecánica operativa

#### 3.6.1 Población y muestra

Para el diagnóstico situacional del entorno de la ciudad de Otavalo tomaremos en cuenta a la población de la misma

#### 3.6.2 Población Otavalo y sus parroquias

*Tabla 5: Población otavalo y sus parroquias*

	<b>POBALACION</b>	<b>%</b>
SECTOR URBANO	<b>52.604</b>	50,25
<b>OTAVALO</b>	52.604	50,25
SECTOR RURAL	<b>52.073</b>	49,75
<b>DR. MIGUEL EGAS CABEZAS</b>	4.877	4,66
<b>EUGENIO ESPEJO (CALPAQUI)</b>	7.357	7,03
<b>GONZALEZ SUAREZ</b>	5.626	5,37
<b>PATAQUI</b>	269	0,26
<b>SAN JOSE DE QUICHINCHE</b>	8.476	8,10
<b>SAN JUAN DE ILUMAN</b>	8.573	8,19
<b>SAN PABLO</b>	9.874	9,43
<b>SAN RAFAEL</b>	5.421	5,18
<b>SELVA ALEGRE</b>	1.600	1,53
<b>TOTAL POBLACION</b>	<b>104.677</b>	100

Fuente: INEC 2010  
Elaborado: La Autora

### 3.6.3 Población turística nacional e internacional

Según el ministerio de turismo en el año 2014 llegaron al Ecuador 1'366.269 turistas nacionales e internacionales de los cuales según estimaciones del Ministerio de Turismo visitaron la ciudad de Otavalo un 32% turistas nacionales y 21,44% internacionales.

### 3.6.4. Mercado meta

El restaurante estará ubicado en la provincia de Imbabura Cantón Otavalo ciudad de Otavalo, los consumidores principales será la población económicamente activa lo cual dictado por el INEC es el 40,65% de la población del cantón dándonos como resultado 42.553 habitantes, también tomaremos en cuenta a los turistas tanto nacionales como extranjeros de esta manera siendo 437.206 nacionales y 292928 internacionales aproximadamente.

### 3.6.4 Tamaño de la muestra

Para poder determinar la muestra se va a proyectar la población del 2010 al 2015 dándonos como resultado la siguiente tabla con la tasa de crecimiento de 4,15% datos sacados del INEC.

**Tabla 6: Proyección de la población**

	<b>Proyección al 2015</b>
<b>2011</b>	44,319
<b>2012</b>	46,158
<b>2013</b>	48,074
<b>2014</b>	50,069
<b>2015</b>	52,147

Elaborado: La Autora

**Tabla 7: Población para determinar la muestra**

<b>PEA. OTAVALO</b>	52,147
<b>TURISTAS NACIONALES</b>	437,206
<b>TURISTAS INTERNACIONALES</b>	292,928
<b>TOTAL UNIVERSO</b>	<b>782,281</b>

Elaborado: La Autora



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

Dónde:

n= el tamaño de la muestra

N= tamaño de la población (782,281)

e= error muestral (0.05)

$\sigma$  = Desviación estándar de la población (0.5)

Z= nivel de confianza (1.96)

$$\mathbf{n} = \frac{782,281 * 0.5^2 * 1.96^2}{(782,281 - 1)0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$\mathbf{n} = \frac{751302,67}{1956,66}$$

$$\mathbf{n} = 383,97$$

$$\mathbf{n} = \underline{\underline{384}}$$

### 3.6.5 Tabulación y análisis de información

#### Entrevistas aplicadas a los consumidores

1.- ¿Conoce usted lugares que ofertan comida tradicional y típica de la ciudad de Otavalo todos los días?, si su respuesta es sí escriba los nombres de los restaurantes

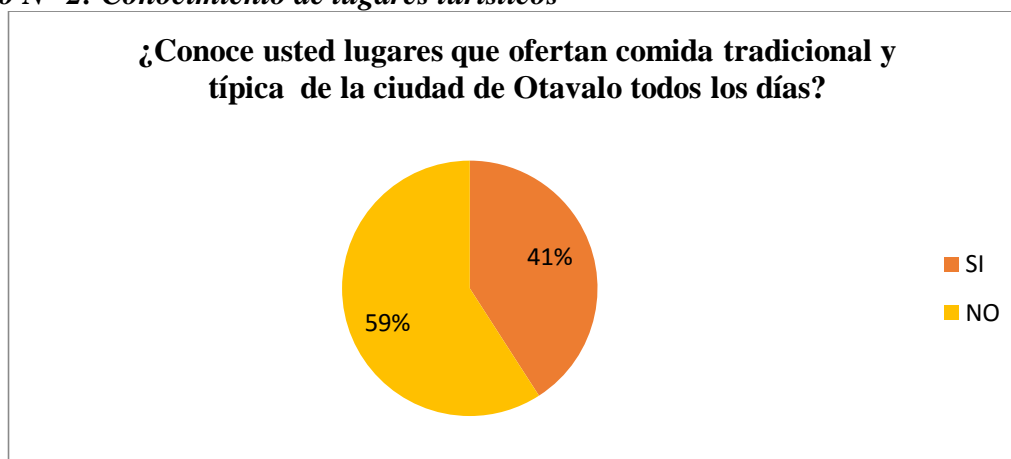
**Tabla 8: Conocimiento de lugares turísticos**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	157	41%
NO	227	59%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 2: Conocimiento de lugares turísticos**



Elaborado: La autora

#### **Análisis:**

La mayoría de personas encuestadas respondieron que no conocen lugares o restaurantes que ofrezcan comida Tradicional- Típica todo el año, el 41% manifiesta que si existen restaurantes pero que son pocos como por ejemplo: El Restaurante el Indio, Fritadas Rosita, Café's Blanquita y los agachaditos de la plaza de pochos quienes ofrecen variedad la gastronomía otavaleña.

## 2.- ¿Su gusto por la comida tradicional y típica de Otavalo es?

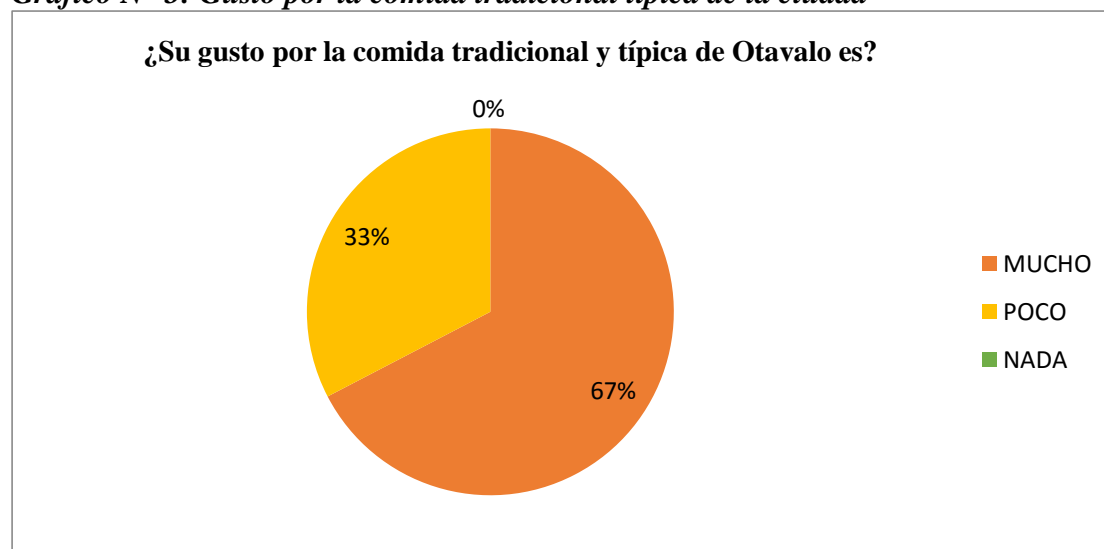
**Tabla 9: Gusto por la comida tradicional típica de la ciudad**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>MUCHO</b>	259	67%
<b>POCO</b>	125	33%
<b>NADA</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 3: Gusto por la comida tradicional típica de la ciudad**



Elaborado: La autora

### Análisis:

El gusto por la comida tradicional y típica de la ciudad de Otavalo está en un alto grado siendo ya que la mayoría de los encuestados disfrutan de este tipo de gastronomía y desean consumir alimentos saludables

### 3.- ¿con que frecuencia acostumbra usted a consumir productos tradicionales típicos de la ciudad de Otavalo?

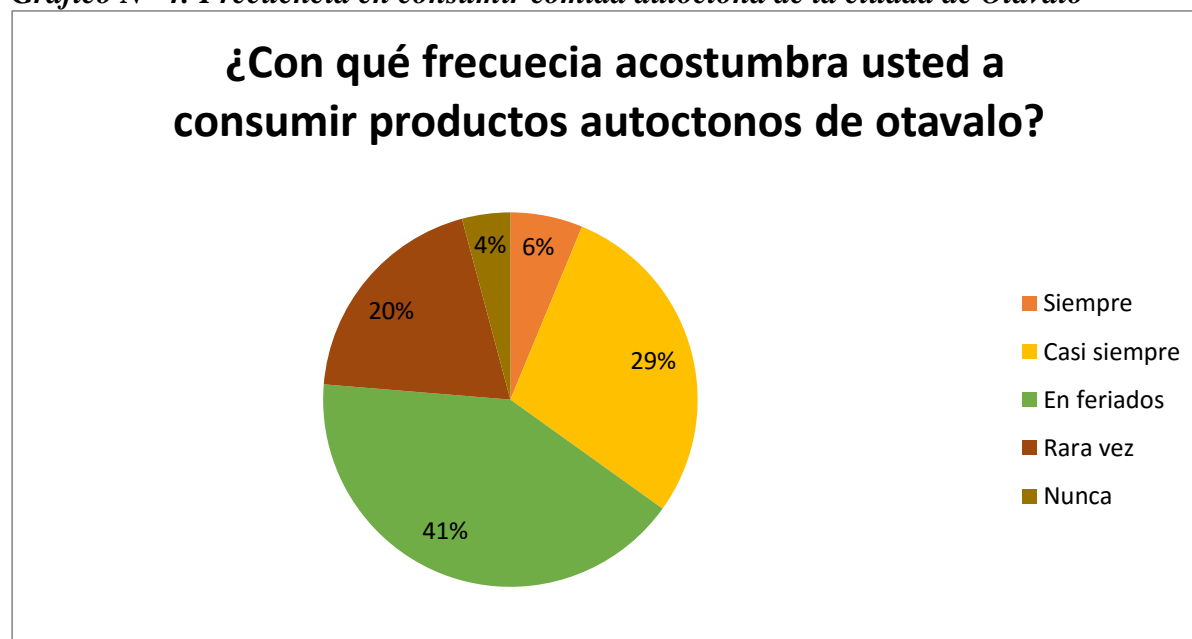
**Tabla 10: Frecuencia en consumir comida autóctona de la ciudad de Otavalo**

INDICADORES	FRECUECIA	PORCENTAJES
<b>Siempre</b>	24	6%
<b>Casi siempre</b>	110	29%
<b>En feriados</b>	159	41%
<b>Rara vez</b>	75	20%
<b>Nunca</b>	16	4%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 4: Frecuencia en consumir comida autóctona de la ciudad de Otavalo**



Elaborado: La autora

#### **Análisis:**

Las personas encuestadas dieron a conocer que el consumo es bajo ya que no existe un restaurante que pueda satisfacer dicha necesidades y el mayor porcentaje se concentra en las personas que consumen en los feriados ya que solo en estas fechas existe dichos productos en la ciudad de Otavalo.

#### 4.- ¿Cuándo usted visita un restaurante turístico lo hace con?

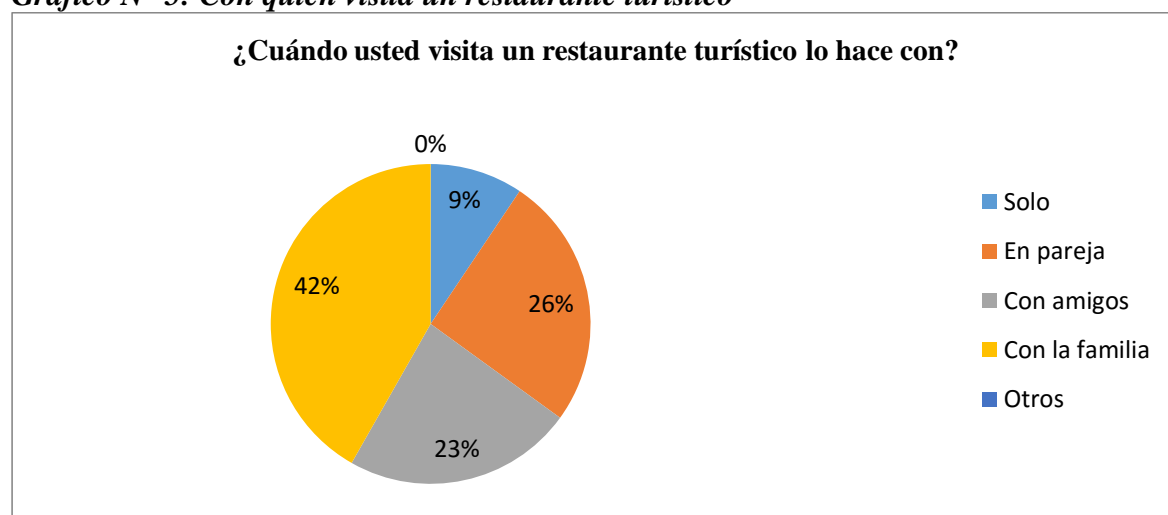
**Tabla 11: Con quien visita un restaurante turístico**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Solo	36	9%
En pareja	98	25%
Con amigos	89	24%
Con la familia	161	42%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 5: Con quien visita un restaurante turístico**



Elaborado: La autora

#### **Análisis:**

Como podemos darnos cuenta la mayoría de las personas, toman la decisión de acudir a un restaurante de forma acompañada en este caso el 42% de los encuestados prefieren ir con su pareja.

**5.- Cuando visita un restaurante ¿Cuál de estos factores influye en su elecciones? (escoja una opción).**

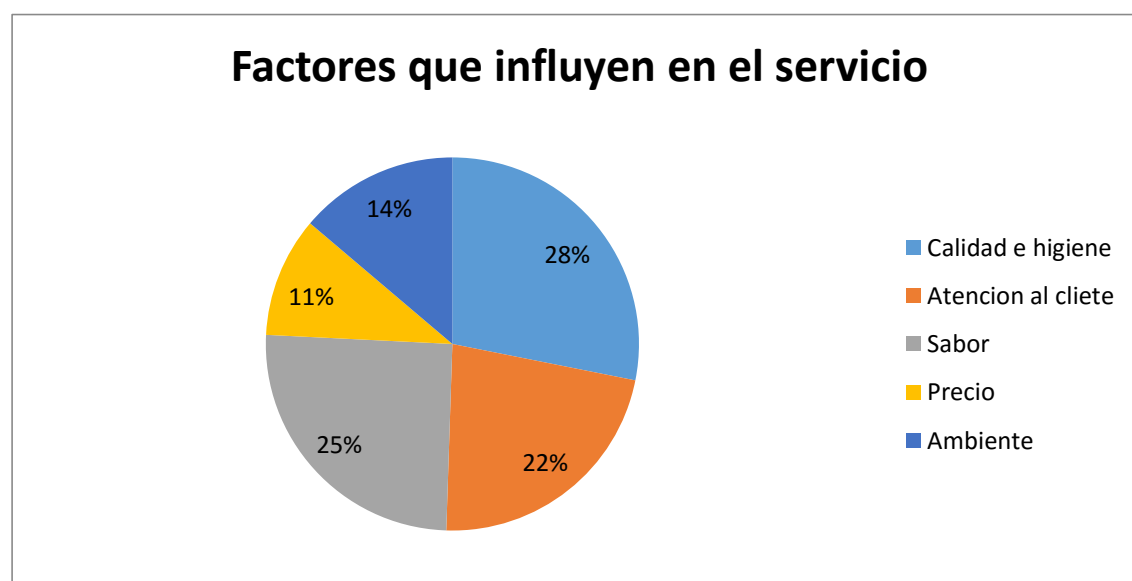
**Tabla 12: Factores que influyen en el servicio**

Indicador	frecuencia	porcentaje
Calidad e Higiene	108	28%
Atención al cliente	86	22%
Sabor	97	25%
Precio	40	11%
Ambiente	53	14%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 6: Factores que influyen en el servicio**



Elaborado: La autora

### **Análisis:**

Como se puede visualizar las personas toman en cuenta algunos factores a la hora de consumir en algún restaurante en el orden de importancia dictado por los habitantes encuestados primero toman en cuenta a la calidad e higiene, sabor, atención al cliente, ambiente y por ultimo al precio ya que si estos factores se manejan bien el precio es lo de menos dieron a conocer los encuestados.

**6.- ¿Cuál es el promedio de consumo cuando acude a un restaurante típico que ofrezca comida tradicional?**

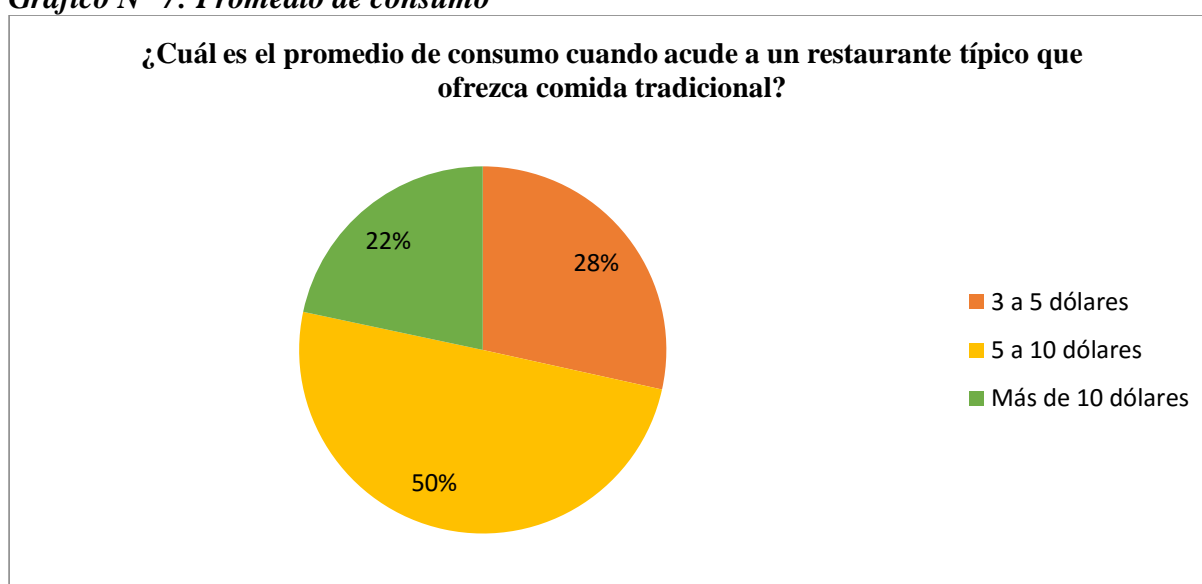
**Tabla 13: Promedio de consumo**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>3 a 5 dólares</b>	110	28%
<b>5 a 10 dólares</b>	191	50%
<b>Más de 10 dólares</b>	83	22%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 7: Promedio de consumo**



Elaborado: La autora

**Análisis:**

El promedio de consumo depende de la compañía o la fecha en la que se encuentren, como se observa en el gráfico 6 la mayoría de los encuestados dio a conocer que están dispuestos a pagar entre 5 a 10 dólares por persona.

7.- En la escala de 1 a 5 (siendo 1 el deficiente y 5 el excelente), ¿Qué nivel de satisfacción encuentra en los restaurantes que ofrece comida tradicional típica?

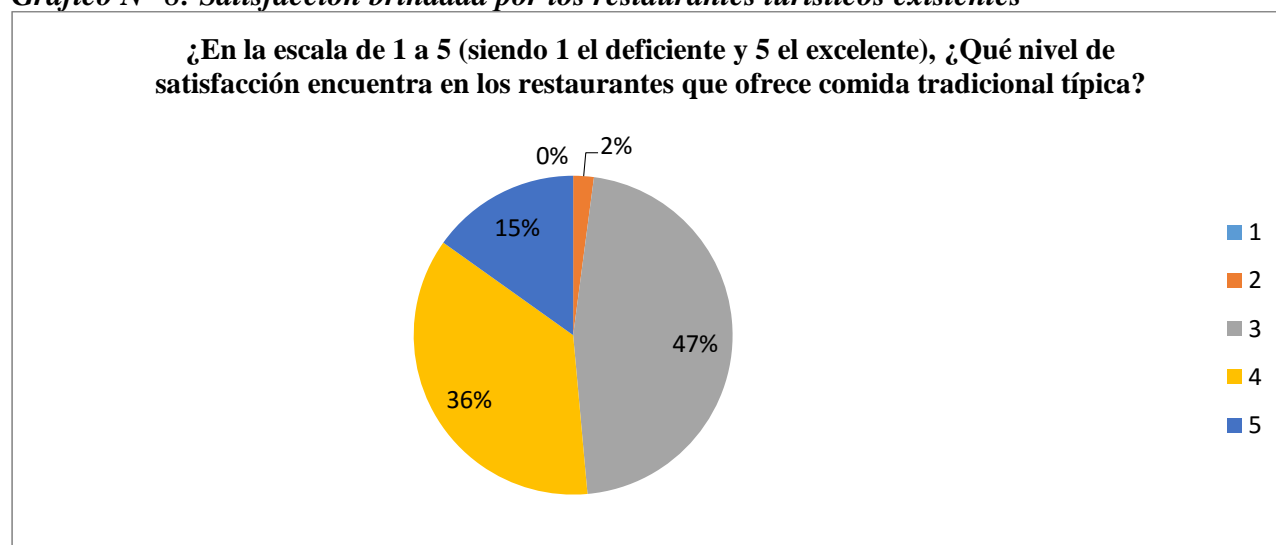
**Tabla 14: Satisfacción brindada por los restaurantes turísticos existentes**

IDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
1	0	0%
2	9	2%
3	178	47%
4	139	36%
5	58	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Gráfico N° 8: Satisfacción brindada por los restaurantes turísticos existentes**



Elaborado: La autora

### Análisis:

La mayoría de los encuestados están en un nivel medio de satisfacción de la atención de los restaurantes turísticos en la ciudad de Otavalo esto se debe a que no abren todos los días o que no hay una gastronomía variada, lo que se incomodan trasladarse a otro restaurante para los diferentes gustos de la familia.



**8.- A usted le gustaría que exista un nuevo restaurante que oferte comida tradicional-típica en la ciudad de Otavalo?**

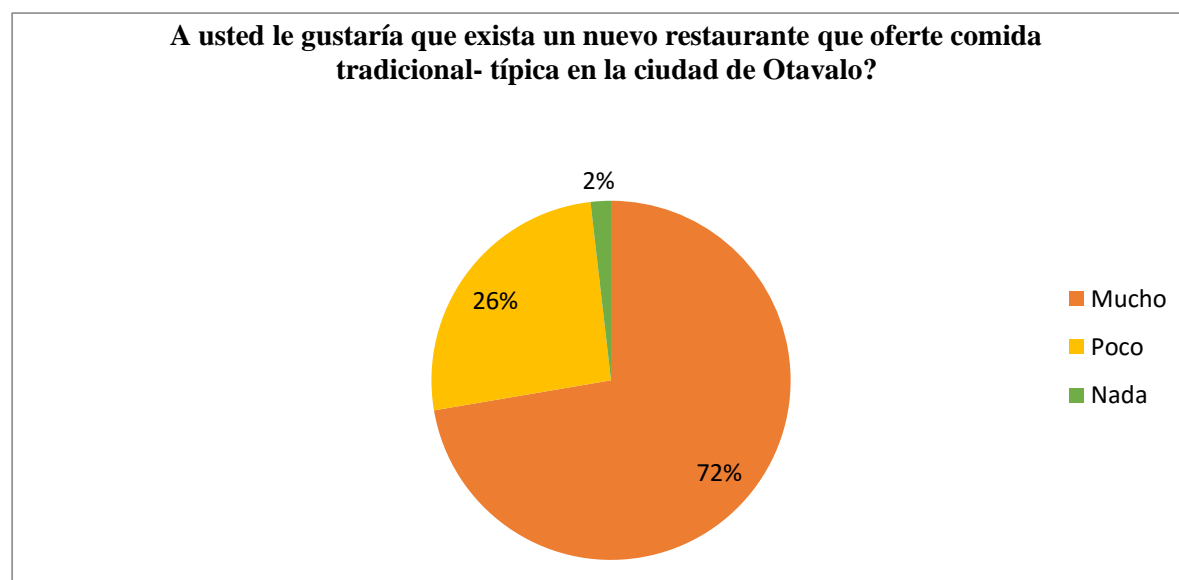
**Tabla 15: Aceptabilidad del nuevo restaurante**

INDICADORES	FRECUECIA	PORCENTAJE
<b>Mucho</b>	278	72%
<b>Poco</b>	99	26%
<b>Nada</b>	7	2%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 9: Aceptabilidad del nuevo restaurante**



Elaborado: La autora

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados, siendo el 72% desea que se cree un restaurante que ofrezca comida tradicional y típica en un solo lugar y aun mejor si se abre todos los días; los encuetados manifiestan que se está perdiendo los hábitos de consumo de alimentos propios de la ciudad, lo cual si sería factible la creación de este restaurante

## 9.- ¿Qué le gustaría que se oferte actualmente como comida tradicional-típica?

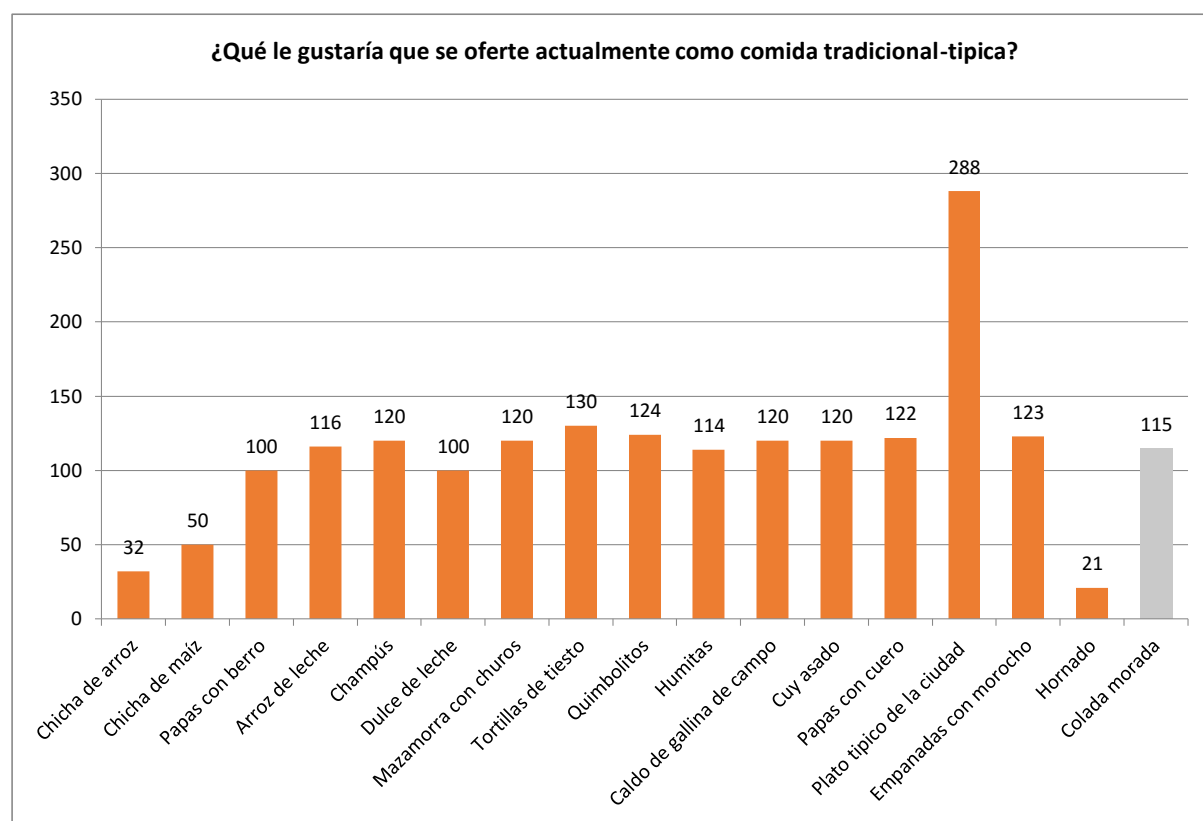
**Tabla 16: Platos a ofrecer**

¿Qué le gustaría que se oferte actualmente como comida tradicional-típica?	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Chicha de arroz	32	2%
Chicha de maíz	50	3%
Papas con berro	100	5%
Arroz de leche	116	6%
Champús	120	6%
Dulce de leche	100	5%
Mazamorra con churos	120	6%
Tortillas de tiesto	130	7%
Quimbolitos	124	6%
Humitas	114	6%
Caldo de gallina de campo	120	6%
Cuy asado	120	6%
Papas con cuero	122	6%
Plato típico de la ciudad	288	15%
Empanadas con morocho	123	6%
Hornado	21	1%
Colada morada	115	6%
<b>TOTAL</b>	<b>1915</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 10: Platos a ofrecer**



Elaborado: La autora

**Análisis:**

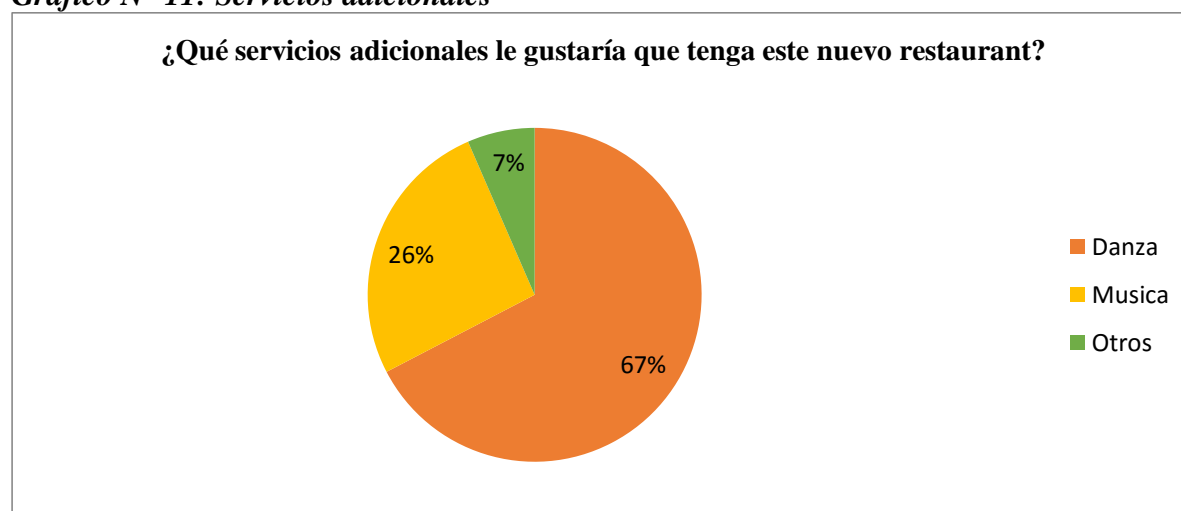
Como se puede observar, el plato más representativo a demandar es el, plato típico de la ciudad (EL YAMOR), siendo así el plato principal a ofertarse, teniendo como secundarios los demás platos.

**10.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tenga este nuevo restaurant?****Tabla 17: Servicios adicionales**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Danza</b>	259	67%
<b>Música</b>	100	26%
<b>Otros</b>	25	7%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 11: Servicios adicionales**

Elaborado: La autora

**Análisis:**

El 67% de los encuestados quisieran un restaurante que presente danza otavaleña, el 26% desea que se reproduzca o se contrate a propias personas otavaleñas para que interpreten música instrumental, y el 7% desea que los dos servicios se incrementen en el restaurante.

### 11.- ¿Qué días degustaría este tipo de comida?

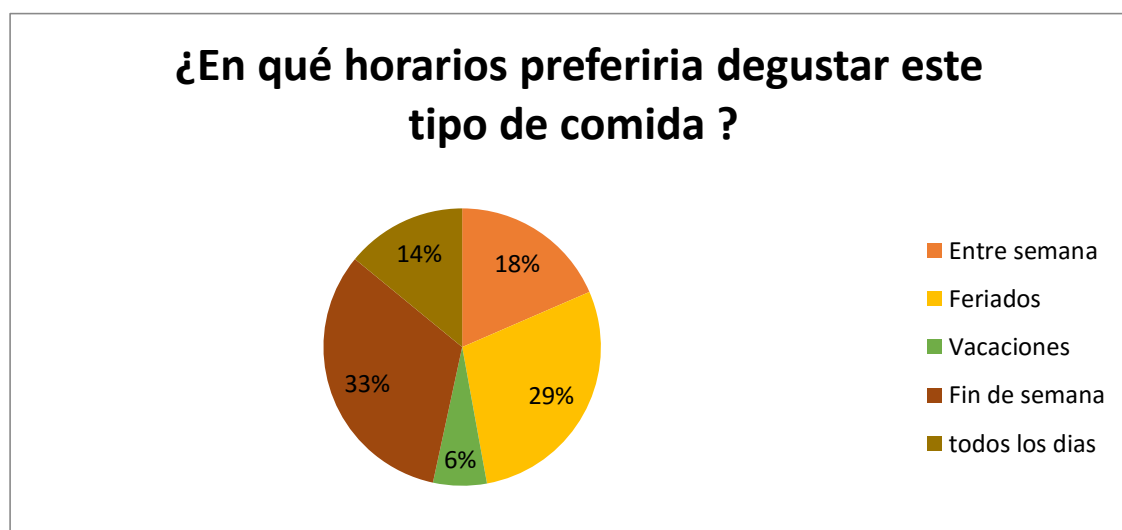
**Tabla 18: días de apertura**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre semana	71	18%
Ferados	110	29%
Vacaciones	24	6%
Fin de semana	125	33%
Todos los días	54	14%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 12: días de apertura**



Elaborado: La autora

Análisis:

Según la encuesta podemos determinar que los días de más visitantes en este restaurante serán fines de semana, pero también tenemos un 18% que le gustaría acudir a este restaurante entre semana, es por ello que el restaurante tendrá un horario de atención de 9:00 am a 9:00 pm todos los días de a semana.

## 12. ¿En qué horarios preferiría este tipo de comida?

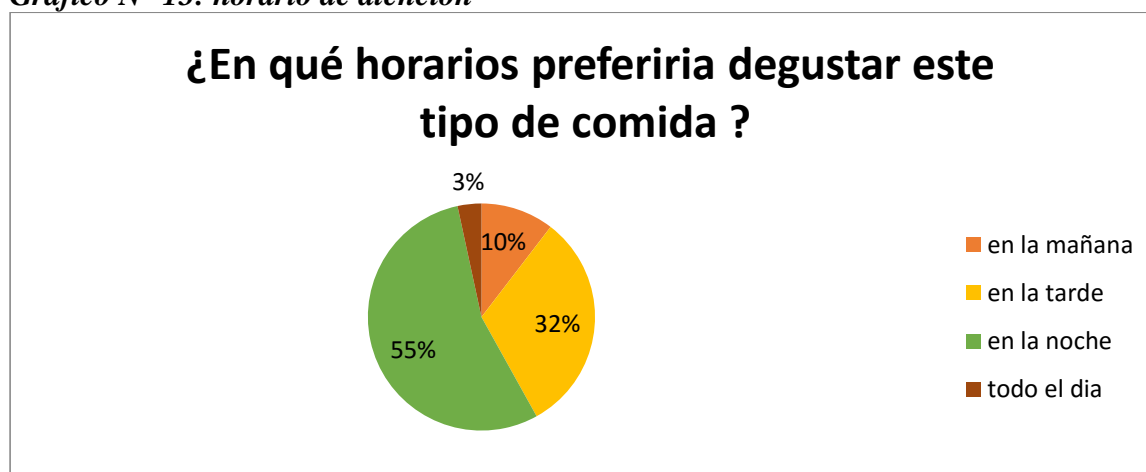
**Tabla 19: horario de atención**

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
En la mañana	40	10%
En la tarde	121	32%
En la noche	210	55%
Todo el día	13	3%
<b>TOTA</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 13: horario de atención**



Elaborado: La autora

Análisis:

Como se explicó anteriormente el restaurante se abrirá todo el día; cómo podemos visualizar la hora pico para este tipo de restaurante será por las tardes y por las noches teniendo así una mayor aceptabilidad por los encuestados.

### 13. ¿En qué zona preferiría la ubicación de este nuevo restaurante?

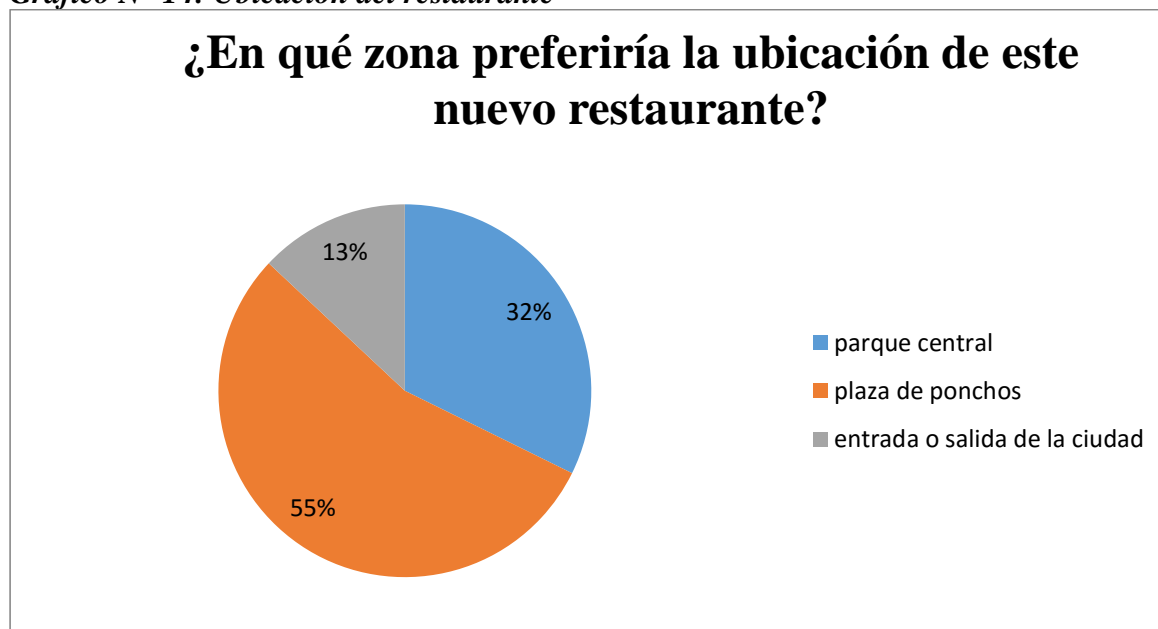
**Tabla 20: Ubicación del restaurante**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro de la ciudad (parque central)	124	32%
Cerca de la plaza de ponchos	210	55%
Ingreso o salida de la ciudad	50	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 14: Ubicación del restaurante**



Elaborado: La autora

Análisis:

Como podemos visualizar la mayoría de los encuestados dan a conocer que la zona como preferencia sería cerca a la plaza de ponchos.

**16.- ¿Cómo le gustaría conocer noticias de un nuevo restaurante que se va a posicionar e la ciudad de Otavalo?**

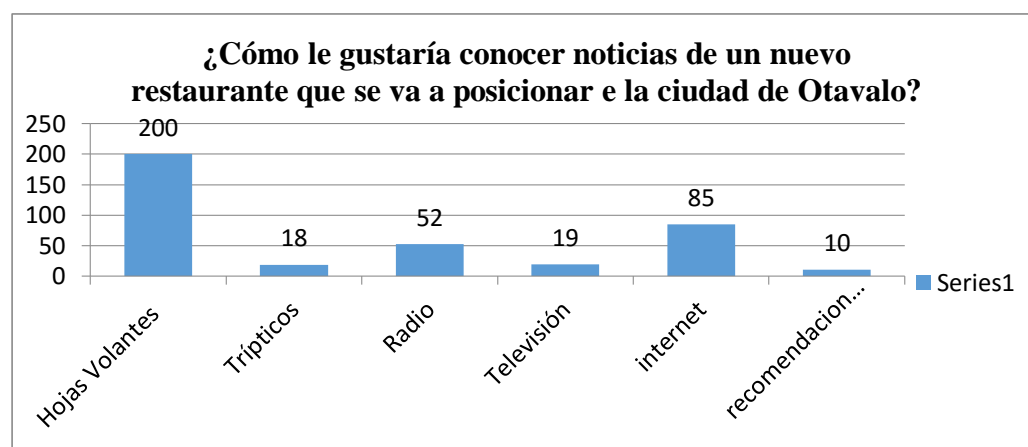
**Tabla 21: Vías de promoción**

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Hojas Volantes</b>	200	52%
<b>Trípticos</b>	18	5%
<b>Radio</b>	52	13%
<b>Televisión</b>	19	5%
<b>Internet</b>	85	22%
<b>Recomendaciones</b>	10	3%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 15: Vías de promoción**



Elaborado: La autora

**Análisis:**

La mayoría de las personas encuestadas dijeron que la mejor opción para promocionar un nuevo restaurante es la publicidad vía hojas volantes, pancartas; otra manera de promocionar dieron a conocer que son las redes sociales tales como Facebook, Twiter entre otros.

### 3.6.6 Entrevista realizada a los propietarios de los negocios de la competencia

Se realizó la entrevista a los restaurantes más representativos a los que tiene más afluencia de consumidores entre ellos está el Restaurante Fritadas EL INDIO, Fritadas Daquilema y MI OTAVALITO quienes son competencia directa ya que ofertan su servicio todos los días del año.

#### 1.- ¿Cuántos restaurantes existen en la ciudad de Otavalo que oferten comida tradicional y típica?

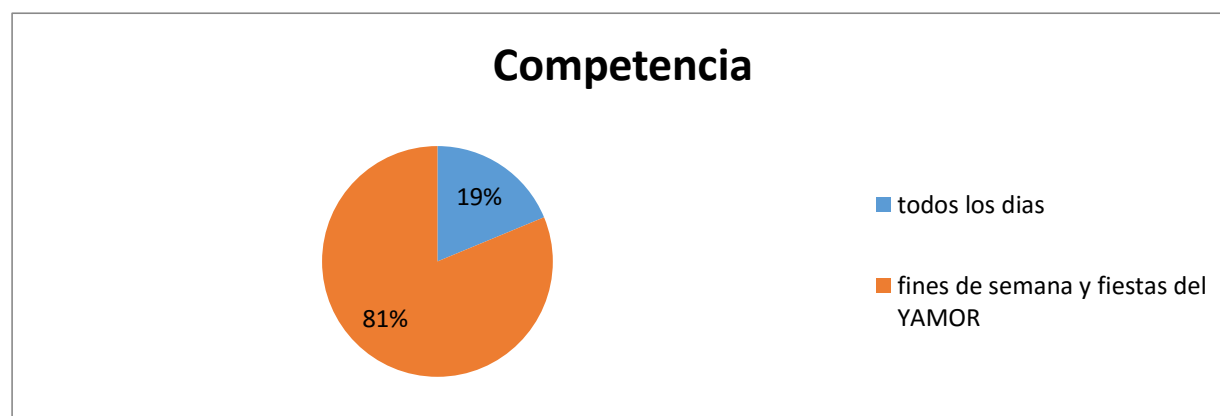
**Tabla 22: Competencia**

restaurantes típicos	frecuencia	porcentaje
todos los días	3	19%
fin de semana y fiestas del YAMOR	13	81%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado: La autora

**Grafico N° 16**



Elaborado: La autora

#### **Análisis:**

Realizando la entrevista a los restaurantes más grandes que son competencia directa, manifestaron lo siguiente: su horario de atención es de 10:00 de la mañana a 20:00 horas, quienes abren de lunes a domingo, los fines de semana y feriados son los días con más afluencia de personas extranjeras.



De lunes a viernes estos restaurantes son visitados por personas locales refiriéndose así aproximadamente un 40% de la población, fines de semana son visitados por personas quiteñas o extranjeros, siendo aproximadamente un 75 a 80 % de la población anual.

En la entrevista también informaron que aproximadamente se vende 400 platos típicos, y 100 platos de la demás gastronomía como caldos de gallina, humitas, chicha, quimblitos, entre otros platos tradicionales

También manifestaron que el plato que más les gustan a los consumidores es el plato típico que viene con tortillas, fritada, mote, tostado, ensalada, el cual tiene un costo de \$7.00 y el precio va subiendo dependiendo del plato a consumir.

También informaron sobre el capital que se aportó para iniciar con este tipo de negocios, dieron a conocer que poco a poco el negocio fue creciendo pero como inversión inicial aportaron entre 30.000 a 40.000 dólares, hace 3 años atrás y que la rentabilidad de este negocio era buena.

### 3.7. Demanda actual

Para determinar la demanda actual se toma en cuenta la información obtenida de las encuestas, de esa manera se toma en cuenta la pregunta número 8, que se refiere al porcentaje de aceptabilidad de un restaurante tradicional típico, dándonos como resultado 72%, y la pregunta número 3 en la que se refiere a que si le gustaría consumir productos autóctonos de la ciudad dándonos como resultado un total de 96%.

**Tabla 23: Cálculo de la demanda actual**

<b>Población</b>	<b>Aceptación</b>	<b>población dispuesta a consumir</b>	<b>% de adquisición</b>	<b>Población a demandar</b>
782.281	72%	563.242	96%	540.712

Fuente: encuesta a los consumidores

Elaborado: La autora

**Tabla 24: Demanda actual**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Actual</b>
2011	470.835
2012	487.409
2013	504.565
2014	522.326
<b>2015</b>	<b>540.712</b>

Fuente: cálculo de la demanda tabla 22

Elaborado: La autora

### 3.7.1 Proyección de la demanda

La proyección se obtiene realizando la siguiente fórmula, tomando en cuenta los índices de crecimiento poblacional (4,15%) y crecimiento de visitantes turísticos (2,89%) tanto nacionales como extranjeros, dándonos como resultado una tasa promedio de crecimiento de (3,52%), estos datos son emitidos por el INEC y el Ministerio de Turismo.

$$Pp = Pb (1 + i)^n$$

Pp= población proporcional

Pb= población básica (540.712)

i= tasa de crecimiento visitantes (3,52%)

n= número de años

#### Cálculo:

##### Año 1

$$Pp = Pb (1 + i)^n Pp = 540.712(1 + 0,0352)^1 Pp = 559.745$$

##### Año 2

$$Pp = Pb (1 + i)^n Pp = 540.712 (1 + 0,0352)^2 Pp = 579.448$$

##### Año 3

$$Pp = Pb (1 + i)^n Pp = 540.712 (1 + 0,0352)^3 Pp = 599.845$$

**Año 4**

$$Pp = Pb (1 + i)^n Pp = 540.712 (1 + 0,0352)^4 Pp = 620.959$$

**Año 5**

$$Pp = Pb (1 + i)^n Pp = 540.712(1 + 0,0352)^5 Pp = 642.817$$

**Tabla 25: Demanda proyectada**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
2016	559.745
2017	579.448
2018	599.845
2019	620.959
<b>2020</b>	<b>642.817</b>

Elaborado: La autora

**3.8. Oferta actual**

Para determinar la oferta actual se toma la información de la entrevista a los propietarios y la observación directa a los restaurantes, lo cual se observa que estos dos restaurantes cuenta con aproximadamente 8 mesas pequeñas de 6 sillas, 1 mesa grande de 10 sillas y una mesa mediana de 8 sillas, dándonos un total aproximadamente de 66 platos por visita, lo multiplicamos por dos veces que el restaurante se llena en su totalidad y multiplicado por 4 días lo que los restaurantes están completamente llenos, dándonos como resultado 528 platos ofertados a la semana, esto multiplicado por los 16 restaurantes de la competencia y esto multiplicado por las 52 semanas que tiene el año, dándonos como resultado para el 2015 aproximadamente 319,488 de oferta de platos

**Tabla 26: Oferta actual**

<b>Años</b>	<b>oferta actual</b>
2011	286.894
2012	296.993
2013	307.447
2014	318.269
<b>2015</b>	<b>329.472</b>

Elaborado: La autora

### 3.8.1. Proyección de la oferta

Para realizar la proyección tomamos en cuenta la oferta actual del 2015 siendo esta la oferta anual, se toma también en cuenta la tasa de crecimiento de los restaurantes turísticos, pero en este caso ni el GAD MUNICIPAL DE OTAVALO, ni el Ministerio de Turismo cuentan con dicha información, se le tomará en cuenta el porcentaje de crecimiento tanto poblacional como de los visitantes extranjeros de esta manera sacando un promedio lo cual nos da como resultado 3,52%

$$Pp = Pb (1 + i)^n$$

Pp= población proporcional

Pb= población básica

i= tasa de crecimiento

n= número de años

**Tabla 27: Proyección de la oferta**

<b>Años</b>	<b>Proyección oferta</b>
2016	341.069
2017	353.075
2018	365.503
2019	378.369
<b>2020</b>	<b>391.688</b>

Elaborado: La autora

### 3.9 Proyección de la demanda insatisfecha

Esta proyección es de suma importancia ya que de esta manera se determina si existe un mercado al cual se puede satisfacer, lo cual es calculado en la siguiente manera:

$$DI = PD - PO$$

DI= Demanda insatisfecha

PD= Proyección demanda

PO= proyección oferta

**Tabla 28: Demanda insatisfecha**

<b>AÑO</b>	<b>Proyección demanda</b>	<b>Proyección oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
<b>2016</b>	559.745	341.069	218.686
<b>2017</b>	579.448	353.075	226.373
<b>2018</b>	599.845	365.503	234.341
<b>2019</b>	620.959	378.369	242.590
<b>2020</b>	642.817	391.688	251.129

Elaborado: La autora

### **3.10 El precio**

El precio se tomará en cuenta y se podrá determinar en base a la competencia, lo cual se realizó una observación directa en los pocos restaurantes quienes ofertan productos similares, también se determinara el precio en base a la encuesta realizada a los consumidores en el cual nos dieron a conocer que el 50% de ellos su promedio de consumo era de 6 a 10 dólares y su promedio subiría dependiendo de contenido y volumen del plato a consumir.

#### **3.10.1 Determinación del precio**

Se llegará a determinar los precios en base a la entrevista que se realizó a los propietarios de los restaurantes de comida típica y a la vez la información obtenida a través de la observación directa de la autora.

**Tabla 29: Precios de la competencia**

Nombre del restaurante	Platos a ofrecer	Precio competencia
<b>Restaurante el indio</b>	humitas	1,25
	tostado	1,5
	mote	1,5
	plato típico	7
	caldo de gallina	3
<b>Fritadas Daquilema</b>	tostado	1,5
	mote	1,5
	habas	1
	choclo	1,25
	jarra de chicha	5
	vaso de chicha	1,5
	caldo de gallina	3,5
	3 empanadas	1,25
	plato típico	7
<b>Mi Otavalito</b>	hornado	3
	plato típico	6,5

**Fuente:** entrevista aplicada a los propietarios de los restaurantes

**Elaborado:** La autora

Como podemos darnos cuenta en estos restaurantes no ofrecen todo lo que desea el consumidor es por ello que se creará un restaurante tradicional y típico que ofrezca una gastronomía más variada

### 3.10.2 Proyección de precio promedio

Para realizar la proyección se tomará en cuenta la tasa de inflación dictada por el Banco Central, tomando un promedio de 5 años atrás, resultándonos una inflación de 3,38%

Se ofertara variedad de platos tantos típicos como tradicionales de la ciudad, por ejemplos los más representativos serán (colada con churos, tortillas de tiesto con agua de cedrón con panela, champús, papas con berro)

Para la proyección de precios se tomara en cuenta los datos de la encuesta, datos de la entrevista a los restaurantes similares y datos sobre la observación directa a la competencia y a la población, dándonos como guía el precio que están dispuestos a pagar por el servicio de tal manera su promedio es de 7.00 dólares

**Tabla 30: Proyección del precio**

Descripción	valor proyectado					
	valor actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Precio de venta (promedio)</b>	USD 6,25	USD 6,46	USD 6,68	USD 6,91	USD 7,14	USD 7,38

Elaborado: La autora

### 3.11 Estrategias de comercialización

La forma de comercialización será directa al consumidor es decir ellos serán nuestros consumidores finales.

### 3.12 Estrategias de promoción y publicidad

Para poder llegar tanto a los turistas como a las personas locales de Otavalo se realizará una publicidad llamativa y novedosa que dé a conocer de manera instantánea la creación de dicho restaurante; dicha publicidad será difundida en internet, volantes, radio.

### 3.13 Conclusiones del estudio

En Otavalo existen varios restaurantes turísticos que ofertan uno o dos platos de comidas típicas, por lo cual los consumidores tienen que trasladarse a otros lugares para satisfacer sus necesidades, como podemos observar en este capítulo existe demanda insatisfecha de tal manera que es factible crear un restaurante con dichas características.

En el Cantón Otavalo los servicios de comidas saludables son escasos, por lo cual los turistas tanto nacionales como extranjeros buscan comida autóctona de la ciudad de esa manera se siente insatisfechos en cuanto a sus necesidades y gustos alimenticios.

El proyecto se ha planteado de manera que se recuperen los diferentes tipos de comida autóctona resaltando la importancia que tiene la gastronomía otavaleña; por tanto, se va a crear un restaurante de comida tradicional- típica, este proyecto se lo realiza con la idea de satisfacer

el paladar de visitantes tanto nacionales como extranjeros y a las personas que residen en la ciudad.



## **CAPÍTULO IV**

### **4 ESTUDIO TÉCNICO**

En este estudio se procederá a responder dónde, cuánto, cómo, cuándo se va a producir lo planeado en este proyecto, de esta manera se establecerá la infraestructura, localización, tecnología entre otros aspectos.

#### **4.1 Tamaño del proyecto**

Para determinar el tamaño del restaurante nos basaremos en las encuestas, entrevistas y en la observación directa a los locales que ofrecen comida típica en la ciudad de Otavalo; de esa manera tomaremos en cuenta los siguientes aspectos:

##### **4.1.1 El mercado**

El mercado se desarrollará en la ciudad de Otavalo, ya que existe bastante afluencia de turistas nacionales y extranjeros, quienes visitan de manera constante, por la gastronomía, paisajes y artesanías que ofrece la ciudad.

##### **4.1.2 Disponibilidad de local**

Para este proyecto no dispone de local propio, sin embargo si se cuenta con potenciales locales de alquiler, estos locales están ubicados alrededor de la “plaza de ponchos” puede ser en las calles Sucre, Salinas, Modesto Jaramillo, Quiroga

Para este proyecto es indispensable conseguir un local amplio en un lugar estratégico con el fin de ofertar este tipo de gastronomía, por lo tanto para este proyecto se va arrendar un local que esté ubicado en el centro comercial de Otavalo que puede ser alrededor de la “plaza

de ponchos” por lo cual se ha hecho investigaciones y se ha llegado a determinar que estos locales varían entre los \$ 350.00 a \$ 450.00 dólares.

#### **4.1.3 Capacidad de producción**

Debido al espacio físico, los empleados y todo el staff con el que se encontrará en la empresa para el desarrollo de las actividades, se determina que la capacidad del local será aproximadamente de 80 personas, para satisfacer a la demanda potencial, este restaurante tendrá 8 mesas pequeñas de 6 sillas, 1 mesa grande de 10 sillas y una mesa mediana de 8 sillas, dándonos un total aproximadamente de 66 personas a consumir, tomando en cuenta el horario de atención que será de 9:00 am a 9:00 pm, y los días con mayor afluencia restaurante se llenara 2 veces lo cual la capacidad a producir es de 528 para el quinto año, para el primer año se producirá 455 platos.

### **4.2 Localización del proyecto**

#### **4.2.1 Macro localización**

Este proyecto se lo llevará a cabo en la provincia de Imbabura, en la ciudad de Otavalo ya que es una ciudad rica tanto en paisajes, gastronomía, artesanías, tradiciones, cultura, entre otros aspectos.

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Otavalo

### Ilustración 19: Cantón Otavalo



Fuente: internet  
Elaborado : la autora

## 4.2.2. Micro localizacion

### 2.2.2.1 Matriz de puntos

Tabla 31: Matriz de puntos

VARIABLES	CERCANIA			AFLUENCIA DE TURISTAS			SECTOR DE PARQUEO		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
SECTOR PLAZA DE PONCHOS			X			X			X
PARQUE CENTRAL DE LA CIUDAD			X		X				X
ALREDEDOR DE LA CIUDAD	X			X			X		

Elaborado: la autora

Tomando en cuenta la matriz de puntos y a través de la entrevista a la población quienes opinan cual es el sector más apropiado para instalar un nuevo restaurante que ofrezca comida tradicional típica se ha llegado a la conclusión de que el restaurante debe estar ubicado en la ciudad de Otavalo por la afluencia de visitantes nacionales como extranjeros, el lugar donde se implementará dicho restaurante será frente a la “plaza de ponchos” esto sea en cualquier de sus cuatro esquinas es decir en las calles, Quiroga, Modesto Jaramillo, Sucre o Salinas ya que en estos lugares se concentran la mayoría de visitantes.

**Ilustración 20: Plaza de pochos**



Elaborado: la autora

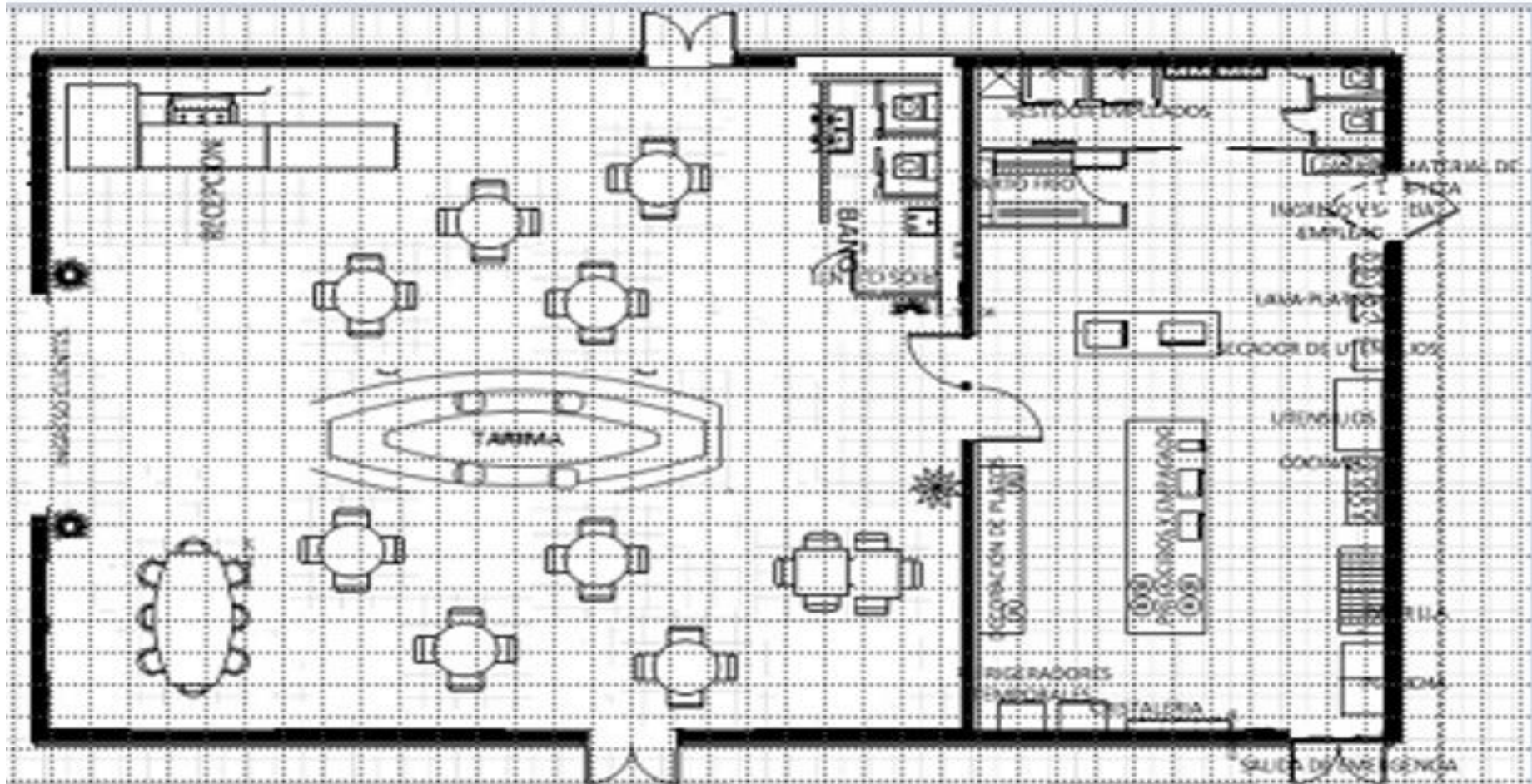
### **4.3 Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto hace referencia a la determinación de los procesos y requerimientos para el servicio y los productos a brindar, siendo esto la base fundamental para toda nueva unidad productiva

#### **4.3.1 Infraestructura física**

La infraestructura necesaria para el proyecto será acorde a los servicios que se van a prestar, se tendrá el área de cocina para la preparación de la comida a ofrecer, una sala de restaurante para atender en gastronomía, dos baños uno para caballeros y otro para damas, un espacio en una tarima para presentaciones de danza y música para que sea disfrutado por los visitantes, y un espacio de recepción o caja

Ilustración 21: Infraestructura física









Elaborado: la autora

## 4.3.2 Procesos productivos

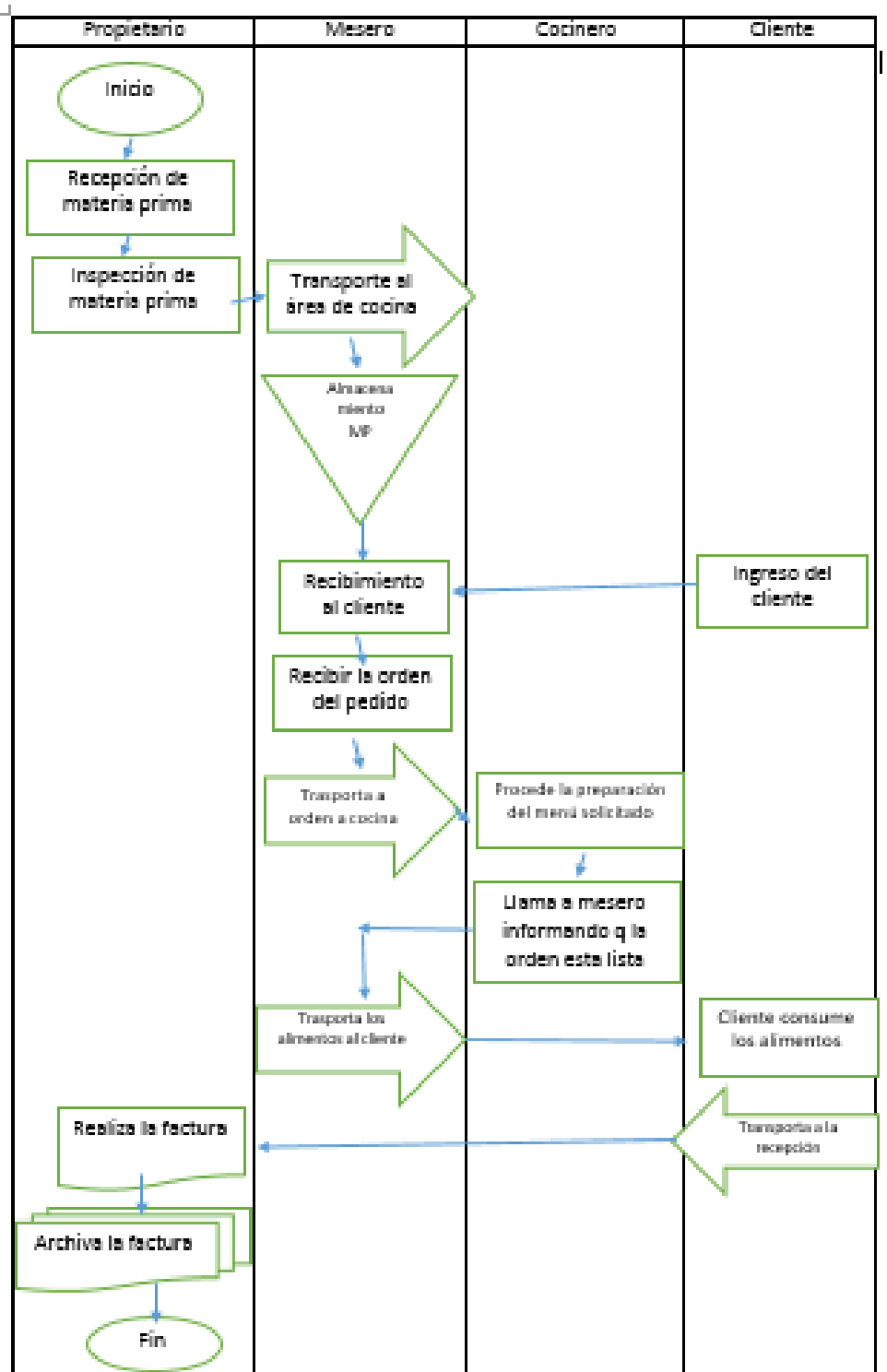
### 4.3.2.1 Simbologías de flujo gramas

*Tabla 32: Simbologías de flujo gramas*

SIMBOLOGIA					
					
Operación	Operación compartida	Transporte	Almacenamiento	Demora	Inspección

### 4.3.2.1 Diagrama de flujo del servicio

Grafico N° 17: Diagrama de flujo del servicio



Elaborado: La autora

### 4.3.2.2. Diagrama de flujo de la preparación de gastronomía a ofrecer

**Tabla 33: Flujo grama de la preparación de la fritada**

PREPARACION DE LA FRITADA							
N° PROCESOS	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	SIMBOLOGIA					TIEMPO POR MINUTOS
		●	○	→	▽	◐	
1	Adquisición de materia prima e insumos	●					120
2	Control de calidad					○	10
3	transporte a bodega			→			10
4	Alamacenamiento de insumos				▽		10
5	Lavar la carne	●					10
6	Cortar la carne en trosoz pequeños	●					30
7	Sazonar la carne	●					15
8	Dejar en reposo en el congelador					○	720
9	Colocar la carne en la paila	●					15
10	Agregar los demás ingredientes	●					10
11	Revolver poco a poco la carne					○	30
12	Inspeccionar que la carne ya este cocida					○	30
13	Sacarla y servirla en el plato	●					10
14	Acompañarlo con mote, tortillas, ensalada	●					15
15	Servirla al cliente			→			5

Elaborado: La autora






**Tabla 34: Flujo grama de la preparación de la colada con churos**

PREPARACION COLADA CON CHUROS							
N° PROCESOS	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	SIMBOLOGIA					TIEMPO POR MINUTOS
		●	○	→	▽	◐	
1	Adquisición de materia prima e insumos	●					120
2	Control de calidad					○	10
3	transporte a bodega			→			10
4	Alamcenamiento de insumos				▽		10
5	Lavar los churos	●					90
6	Dejar en reposo los churos					○	720
7	Cocinar los churos	●					30
8	Realizar la colada de haba y arveja	●				○	30
9	Servir en el plato por separado la colada de los churos	●					10
10	Servir al cliente			→			5

Elaborado: La autora



**Tabla 35: flujo grama de la preparación de las tortillas de tiesto de dulce**

PREPARACION TORTILLAS DE TUESTO DE DULCE							
N° PROCESOS	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	SIMBOLOGIA					TIEMPO POR MINUTOS
							
1	Adquisición de materia prima e insumos	●					120
2	Control de calidad					●	10
3	transporte a bodega			●			10
4	Almacenamiento de insumos				●		10
5	mesclar la harina de maíz tostada, trigo leche, queso, manteca					●	90
6	Inspeccionar que la masa este en su punto					●	25
7	moldear la tortilla	●					30
8	poner en la paila de barro las tortillas	●					15
9	esperar a que estén listas					●	5
10	Servir al cliente			●			5

Elaborado: La autora

### 4.3.3 Materia prima

Se preparara variedad de gastronomía autóctona de la ciudad de Otavalo, dando a conocer aquí el plato más representativo siendo así el Yamor el requerimiento de la materia prima comprende todos aquellos bienes que están relacionados directamente o forman parte del producto.

Se preparara como plato principal el Yamor, teniendo así a siguiente materia prima:

**Tabla 36: Materia prima directa**

	Precio anual
<b>Costo por unidades de clientes</b>	17680
<b>Costo unitario promedio</b>	USD 3.36
<b>Costo total</b>	USD 59404.80

Fuente: entrevista a los propietarios y a proveedores  
Elaborado: la autora

### 4.3.4 Tecnologia

La disponibilidad de la tecnología y recursos computacionales son necesarios para el restaurante de esa manera podría controlar verazmente sus ventas, y también se ocupara los equipos de alta tecnología os cuales se detallara a continuación, los cuales serán adquiridos en varios locales los cuales son: LA GANGA, COMADATO, POINT, situados en la ciudad de Otavalo.

**Tabla 37: Maquinaria y equipo**

<b>Maquinaria y equipo</b>			
<b>cant</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
1	computadora	USD 500,00	USD 500,00
1	proyector EPSON	USD 700,00	USD 700,00
1	impresora HP	USD 75,00	USD 75,00
<b>total equipo</b>			<b>USD 1.275,00</b>
1	amplificador	USD 400,00	USD 400,00
2	LED LG 50"	USD 1.000,00	USD 2.000,00
1	DVD Samsung	USD 61,92	USD 61,92
3	micrófono	USD 20,55	USD 61,65
2	teléfono	USD 60,00	USD 120,00
1	mini componente	USD 500,00	USD 500,00
2	licuadora OSTER	USD 80,00	USD 160,00
2	congeladora	USD 1.200,00	USD 2.400,00
3	refrigeradora	USD 850,00	USD 2.550,00
2	microondas	USD 120,00	USD 240,00
1	intercomunicador	USD 25,00	USD 25,00
2	extinguidor de fuego	USD 35,00	USD 70,00
2	batidora	USD 35,00	USD 70,00
<b>total maquinaria</b>			<b>USD 8.658,57</b>
<b>total</b>			<b>USD 9.933,57</b>

Fuente: proveedores proformas (COMANDATO, POINT, LA GANGA)  
Elaborado: la autora

#### 4.3.5 Muebles y enseres

El equipo mobiliario que se necesita será adquirido donde el señor Xavier Montalvo en “IDEARTE” ubicado en la ciudad de Otavalo, el mobiliario será el siguiente:

**Tabla 38: Muebles y enseres**

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>Cant</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
8	mesas y 6 sillas rustico	USD 220,00	USD 1.760,00
1	mesa familiar y 10 sillas rustica	USD 360,00	USD 360,00
1	mesa y 8 sillas rusticas	USD 280,00	USD 280,00
2	modular de cocina 1,80 largo	USD 183,60	USD 367,20
4	estantería 4 servidores	USD 190,00	USD 760,00
1	bar con mesa posterior	USD 350,00	USD 350,00
2	mesas comedor niño	USD 70,00	USD 140,00
1	tarima 2 metros	USD 150,00	USD 150,00
2	silla ejecutiva	USD 150,00	USD 300,00
<b>Total</b>			<b>USD 4.467,20</b>

Fuente: proveedor “IDEARTE”  
Elaborado: la autora

#### 4.3.6 Utensilios de cocina

Los utensilios de cocina serán una inversión variable debido a que se aumentara la compra dependiendo de la producción que se realice

**Tabla 39: Implementos de cocina**

<b>Utensilios de cocina</b>			
<b>Cant</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
2	cocina industrial	USD 400,00	USD 800,00
20	vajilla andina 20 piezas	USD 21,60	USD 432,00
6	charol aluminio	USD 12,50	USD 75,00
20	cubierto 24 piezas	USD 14,50	USD 290,00
7	jarras	USD 3,00	USD 21,00
20	juego de vasos 12	USD 7,75	USD 155,00
5	coladores	USD 2,05	USD 10,25
3	ollas industriales	USD 78,00	USD 234,00
2	pailas industriales	USD 37,00	USD 74,00
1	paila tortillera	USD 35,00	USD 35,00
4	cucharones	USD 4,50	USD 18,00
2	juego de ollas	USD 36,00	USD 72,00
12	saleros	USD 1,96	USD 23,52
4	legumbreira	USD 2,50	USD 10,00
2	juego de cuchillos	USD 3,75	USD 7,50
2	cilindro de gas	USD 25,00	USD 50,00
	<b>total</b>	<b>USD 685,11</b>	<b>USD 2.307,27</b>

Fuente: proveedor

Elaborado: la autora

#### 4.3.7 Suministros de oficina

Los suministros de oficina serán adquiridos en la papelería “MONSERRATH”, los cuales son los siguientes:

**Tabla 40: Suministros de oficina**

<b>suministros de oficina</b>			
<b>Cant</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
1	calculadora	USD 20,00	USD 20,00
1	grapadora	USD 2,00	USD 2,00
1	perforadora	USD 1,50	USD 1,50
1	papelera	USD 12,00	USD 12,00
5	basurero	USD 1,50	USD 7,50
1	útiles de oficina	USD 50,00	USD 50,00
	<b>total</b>	<b>USD 87,00</b>	<b>USD 93,00</b>

Fuente: proveedor papelería “MONSERRATH”

Elaborado: la autora

### 4.3.8 Gasto de constitución del restaurante

Para el funcionamiento del nuevo restaurante se deberá realizar una serie de permisos los cuales son los siguientes:

**Tabla 41: Gasto de constitución**

<b>Gastos de constitución</b>	
Permiso del funcionamiento del Ministerio de Salud	USD 50,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	USD 15,00
Patente municipal	USD 15,00
Registro de turismo	USD 15,00
Otros registros	USD 100,00
<b>TOTAL</b>	<b>USD 195,00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>	
<b>instalaciones</b>	<b>USD 1.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>USD 1.000,00</b>
<b>Total gasto constitución</b>	<b>USD 1.195,00</b>

Elaborado: la autora

### 4.3.9 Talento humano

La mano de obra necesaria para poner en marcha este centro gastronómico se detalla de la siguiente manera: a los dos cocineros y los dos meseros se les pagará el Sueldo Básico Unificado de acuerdo al Ministerio de Relaciones Laborales y con todos los beneficios de ley, a los auxiliares tanto de cocina como meseros se les pagará por horas ya que serán solo contratados fines de semana y en feriados y según el Ministerio de Relaciones Laborales esta \$2,48 la hora, de igual manera se contratará grupos de danza y música, lo cual sus presentaciones están entre 45 y 30 dólares según corresponda.

**Tabla 42: Talento humano**

cant	actividad	sueldo	Mano de obra				sueldo total	sueldo total	sueldo anual
			aporte al IESS 12,15%	fondos de reserva 8.33%	décimo tercero	décimo cuarto			
2	cocinero	USD 400,00	USD 48,60	USD 33,32	USD 33,33	USD 33,33	USD 548,59	USD 1.097,17	USD 13.166,08
1	auxiliar cocinero	USD 120,00					USD 120,00	USD 120,00	USD 1.440,00
2	auxiliar mesero	USD 120,00					USD 120,00	USD 240,00	USD 2.880,00
1	meseros total	USD 354,00	USD 43,01	USD 29,49	USD 29,50	USD 29,50	USD 485,50	USD 485,50	USD 5.825,99
								USD 1.942,67	<b>USD 23.312,07</b>

Elaborado: la autora

#### 4.3.10 Gasto de Administración

**Tabla 43: Gatos Administrativos**

<b>Gasto administrativo</b>									
<b>cant</b>	<b>actividad</b>	<b>sueldo</b>	<b>aporte al IESS 12,15%</b>	<b>fondos de reserva 8.33%</b>	<b>décimo tercero</b>	<b>décimo cuarto</b>	<b>sueldo total</b>	<b>sueldo total mensual</b>	<b>sueldo anual</b>
<b>1</b>	Gerente - Contador	USD 600,00	USD 72,90	USD 49,98	USD 50,00	USD 50,00	USD 822,88	USD 822,88	USD 9.874,56
<b>total</b>								USD 822,88	USD 9.874,56

**Tabla 44: Gasto arriendo**

<b>Gasto arriendo</b>	<b>mensual</b>	<b>trimestral</b>	<b>anual</b>
<b>Arriendo</b>	USD 400,00	USD 1.600,00	USD 4.800,00
<b>total</b>		USD 1600,00	USD 4800.00

Elaborado: la autora

**Tabla 45: Gasto publicidad**

<b>Gasto de ventas</b>	<b>mensual</b>	<b>trimestral</b>	<b>anual</b>
<b>Publicidad</b>	USD 50,00	<b>USD 150,00</b>	USD 600,00

Elaborado: la autora

El gasto de publicidad se refiere a como se promocionara el nuevo restaurante lo cual se le realizara por medio de volates, se pasara propagandas por la radio.

**Tabla 46: Costos indirectos de fabricación**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Luz eléctrica</b>	USD 80,00	USD 960,00
<b>Agua potable</b>	USD 60,00	USD 720,00
<b>Teléfono</b>	USD 30,00	USD 360,00
<b>Internet</b>	USD 30,00	USD 360,00
<b>Total</b>	USD 200,00	USD 2.400,00

Elaborado: la autora

### 4.3.11 Inversiones

#### 4.3.11.1 Inversión fija

**Tabla 47: Inversión fija**

<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
<b>Maquinaria y equipo</b>	USD 9.933,57
<b>Muebles y enseres</b>	USD 4.467,20
<b>Suministros e oficina</b>	USD 93,00
<b>Gastos de constitución</b>	USD 1.195,00
<b>total</b>	<b>USD 15.688,77</b>

Elaborado: la autora

#### 4.3.11.2 Inversión variable

**Tabla 48: Inversión variable**

<b>INVERSIÓN VARIABLE</b>	
<b>Suministros de cocina</b>	USD 2.307,27
<b>total</b>	<b>USD 2.307,27</b>

Elaborado: la autora

#### 4.3.11.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo será tomará en cuenta de forma trimestral ya que sus primeros meses aun no resultara con ganancias.

**Tabla 49: Capital de trabajo**

<b>MPD</b>	<b>USD 2.148,00</b>
<b>MOD</b>	USD 5.828,02
<b>CIF</b>	USD 600,00
<b>Gastos administrativos</b>	USD 2.468,64
<b>Gastos artísticos</b>	USD 1.200,00
<b>Arriendo</b>	USD 1.600,00
<b>Gasto interés</b>	USD 1.161,65
<b>Publicidad</b>	USD 150,00
<b>Total</b>	<b>USD 15.156,31</b>

Elaborado: la autora

#### 4.3.11.4 Inversión total

*Tabla: Inversión total*

<b>Inversión fija</b>	USD 15.688,77
<b>Inversión variable</b>	USD 2.307,27
<b>Capital de trabajo</b>	USD 15.156,31
<b>Total inversión</b>	<b>USD 33.152</b>
<b>Capital propio 40%</b>	USD 13.261
<b>Préstamo CFN 60%</b>	USD 19.891

Elaborado: la autora

El préstamo es del 60% de la inversión total en este caso es de USD 19,891 lo cual el préstamo será realizado en la Corporación Financiera Nacional (CFN), con una tasa de 10,35 anual y con un plazo de 5 años, lo cual está detallado en la tabla de amortización en el capítulo financiero.



## CAPÍTULO V

### 5 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

La finalidad de este capítulo es analizar la parte económica financiera para ver si el proyecto de la creación de un restaurante típico- tradicional es factible o no.

#### 5.1 Presupuesto de ingresos

##### 5.1.1 Proyección de ventas

Para poder satisfacer a nuestra demanda vamos a ofertar variedad de gastronomía, visualizando las encuestas se llegó a la conclusión de ofertar el plato típico de la ciudad como en principal y los demás platos como secundarios.

Para proyectar las ventas primero se toma en cuenta las unidades que se va a producir en este caso se proyectará una producción de 22880 platos anuales, tomando en cuenta tanto los platos principales como los secundarios.

Fórmula de cálculo:

$$VP = Vo (1 + i)^n$$

VP= ventas proyectado

Vo= vetas actuales a producir

I= incremento de volumen de producción

N= número de años a proyectar

**Tabla 50: Proyección de las ventas**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LAS VENTAS</b>
<b>2016</b>	23685
<b>2017</b>	24519
<b>2018</b>	25382
<b>2019</b>	26276
<b>2020</b>	27201

Elaborado: la autora

### 5.1.2 Proyección de precios

De igual manera como se presenta variedad de gastronomía se sacara la proyección de precios por plato a ofertar.

Fórmula de cálculo:

$$Pp = Po (1 + i)^n$$

VP= ventas proyectado

Po= precio actual

I= tasa de inflación

N= número de años a proyectar

**Tabla 51: Proyección de precios plato principal**

	<b>proyección de precios</b>					
	1	2	3	4	5	
<b>PLATO TÍPICO</b>	6,25 USD	6,46 USD	6,68 USD	6,91 USD	7,14 USD	7,38 USD

Elaborado: la autora

**Tabla 52: proyección de precios platos secundarios**

PROYECCIÓN DE PRECIOS						
	1	2	3	4	5	
<b>humitas</b>	1,50 USD	1,55 USD	1,60 USD	1,66 USD	1,71 USD	1,77 USD
<b>caldo de gallina</b>	4,00 USD	4,14 USD	4,27 USD	4,42 USD	4,57 USD	4,72 USD
<b>Papas con berro</b>	2,50 USD	2,58 USD	2,67 USD	2,76 USD	2,86 USD	2,95 USD
<b>Arroz de leche</b>	1,50 USD	1,55 USD	1,60 USD	1,66 USD	1,71 USD	1,77 USD
<b>Champús</b>	3,00 USD	3,10 USD	3,21 USD	3,31 USD	3,43 USD	3,54 USD
<b>Cuy Frito</b>	13,50 USD	13,96 USD	14,43 USD	14,92 USD	15,42 USD	15,94 USD
<b>Mazamorra con churos</b>	2,50 USD	2,58 USD	2,67 USD	2,76 USD	2,86 USD	2,95 USD
<b>Tortillas de tiesto</b>	0,50 USD	0,52 USD	0,53 USD	0,55 USD	0,57 USD	0,59 USD
<b>Quimbolitos</b>	1,25 USD	1,29 USD	1,34 USD	1,38 USD	1,43 USD	1,48 USD
<b>Papas con cuero</b>	2,50 USD	2,58 USD	2,67 USD	2,76 USD	2,86 USD	2,95 USD
<b>Empanadas con morocho</b>	2,00 USD	2,07 USD	2,14 USD	2,21 USD	2,28 USD	2,36 USD
<b>Colada morada</b>	2,00 USD	2,07 USD	2,14 USD	2,21 USD	2,28 USD	2,36 USD

Elaborado: la autora

**5.1.3 Total de ingresos proyectados****Tabla 53: Total de ingresos proyectados plato principal**

PROYECCIÓN DE INGRESOS PLATO PRINCIPAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PRECIO DE VENTA</b>	6,46 USD	6,68 USD	6,91 USD	7,14 USD	7,38 USD
<b>VOLUMEN</b>	17680	18356	18980	19656	20332
<b>TOTAL</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>
	<b>114.234,90</b>	<b>122.611,48</b>	<b>131.064,72</b>	<b>140.320,55</b>	<b>150.052,33</b>

Elaborado: la autora

**Tabla 54: Total de ingresos proyectados platos secundarios**

PROYECCIÓN DE INGRESOS PLATOS SECUNDARIOS					
Plato	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
<b>Humitas</b>	483,82 USD	500,17 USD	517,08 USD	623,65 USD	644,73 USD
<b>Caldo de gallina</b>	2.150,30 USD	2.222,98 USD	2.298,12 USD	2.375,80 USD	2.701,71 USD
<b>Papas con berro</b>	1.075,15 USD	2.639,79 USD	2.729,02 USD	2.969,75 USD	3.070,12 USD
<b>Arroz de leche</b>	564,45 USD	583,53 USD	689,44 USD	712,74 USD	736,83 USD
<b>Champús</b>	2.096,55 USD	2.334,13 USD	2.413,03 USD	2.494,59 USD	2.763,11 USD
<b>Cuy frito</b>	8.708,73 USD	9.003,09 USD	10.083,01 USD	10.423,81 USD	11.605,07 USD
<b>Mazamorra con churos</b>	1.343,94 USD	1.528,30 USD	1.579,96 USD	1.781,85 USD	1.842,07 USD
<b>Tortillas de tiesto</b>	161,27 USD	166,72 USD	172,36 USD	207,88 USD	214,91 USD
<b>Quimbolitos</b>	940,76 USD	347,34 USD	359,08 USD	371,22 USD	383,77 USD
<b>Papas con cuero</b>	1.612,73 USD	1.667,24 USD	1.867,22 USD	1.930,34 USD	2.149,09 USD
<b>Empanadas con morocho</b>	752,61 USD	778,04 USD	919,25 USD	950,32 USD	982,44 USD
<b>Colada morada</b>	1.075,15 USD	1.111,49 USD	1.149,06 USD	1.187,90 USD	1.350,85 USD
<b>Total Ventas</b>	<b>20.965,46 USD</b>	<b>22.882,84 USD</b>	<b>24.776,62 USD</b>	<b>26.029,83 USD</b>	<b>28.444,70 USD</b>

Elaborado: la autora

Para determinar los ingresos durante los cinco años se tomó en cuenta las ventas y el precio proyectado.

## 5.2 Presupuesto de egresos

### 5.2.1 Costos de materia prima

Los costos de materia prima se los realizará en base a la producción, en el siguiente cuadro muestra solo el total de la materia prima de plato principal.

**Tabla 55: Costos de materia prima plato principal**

	<b>Precio anual</b>
platos a producir	17680
Costo unitario promedio	USD 3,36
<b>Costo total</b>	<b>USD 59404,80</b>

Elaborado: la autora

#### 5.2.1.1 Proyección de costos de la materia prima

Para la realización de dicha proyección debemos tomar en cuenta el precio de venta por plato y la tasa de inflación la cual es de 3,38% dictada por el Banco Central del Ecuador, tomando en cuenta un promedio de 5 años atrás, y de esa manera proyectamos a los 5 años siguientes con la siguiente formula:

$$Cp = co (1 + i)^n$$

Cp= costo proyectado

Co= costo actual

i = tasa de inflación

n= número de años a proyectar

**Tabla 56: Proyección de costos materia prima por plato**

Años	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Numero de producción</b>	17680	18356	18980	19656	20332
<b>Costo</b>	USD 3,36	USD 3,48	USD 3,60	USD 3,72	USD 3,84
<b>Valor total</b>	USD 59.485	USD 63.847	USD 68.249	USD 73.069	USD 78.136

Elaborado: la autora

**Tabla 57: proyección de materia prima platos secundarios**

Plato	Materia prima Platos secundarios				
	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
humitas	241,91 USD	250,09 USD	258,54 USD	311,82 USD	322,36 USD
caldo de gallina	1.032,15 USD	1.067,03 USD	1.103,10 USD	1.140,38 USD	1.296,82 USD
Papas con berro	473,07 USD	1.161,51 USD	1.200,77 USD	1.306,69 USD	1.350,85 USD
Arroz de leche	254,00 USD	262,59 USD	310,25 USD	320,73 USD	331,57 USD
Champús	1.048,27 USD	1.167,07 USD	1.206,51 USD	1.247,29 USD	1.381,56 USD
Cuy Frito	3.396,41 USD	3.511,20 USD	3.932,37 USD	4.065,29 USD	4.525,98 USD
Mazamorra con churos	712,29 USD	810,00 USD	837,38 USD	944,38 USD	976,30 USD
Tortillas de tiesto	72,57 USD	75,03 USD	77,56 USD	93,55 USD	96,71 USD
Quimbolitos	329,27 USD	121,57 USD	125,68 USD	129,93 USD	134,32 USD
Papas con cuero	677,35 USD	700,24 USD	784,23 USD	810,74 USD	902,62 USD
Empanadas con morocho	285,99 USD	295,66 USD	349,31 USD	361,12 USD	373,33 USD
Colada morada	462,32 USD	477,94 USD	494,10 USD	510,80 USD	580,87 USD
<b>Total Ventas</b>	<b>8.985,58 USD</b>	<b>9.899,92 USD</b>	<b>10.679,80 USD</b>	<b>11.242,72 USD</b>	<b>12.273,28 USD</b>

Elaborado: la autora

## 5.2.2 Costos mano de obra

Según el ministerio de trabajo y datos históricos del mismo se puede visualizar el crecimiento de cada sueldo básico en el Ecuador.

A continuación se detallará dicha información para poder obtener la tasa de crecimiento de sueldos la cual se la realiza de la siguiente manera, año actual dividido para el año anterior por 1 y -1

**Tabla 58: Promedio tasa de crecimiento de sueldos**

AÑO	SUELDO	PROYECCION DE TASAS
2010	USD 240,00	
2011	USD 264,00	10%
2012	USD 292,00	11%
2013	USD 318,00	9%
2014	USD 340,00	7%
2015	USD 354,00	4%
<b>PROMEDIO</b>		<b>0,0811</b>

Elaborado: la autora

Tomamos en cuenta el 0,0811 representando así la tasa de crecimiento salarial.

### 5.2.2.1. Proyección costos mano de obra

Para determinar la proyección de mano de obra tomaremos el total de sueldos anual y la tasa de incremento salarial (0,0811) con la siguiente formula

$$PMO = So (1 + i)^n$$

**Tabla 59: proyección de costos mano de obra**

cant	actividad	año 2015	año 2016	año 2017	año 2018	año 2019	año 2020
2	cocinero	USD 13.166,08	USD 14.233,75	USD 15.387,99	USD 16.635,83	USD 17.984,87	USD 19.443,30
1	auxiliar cocinero	USD 1.440,00	USD 1.556,77	USD 1.683,01	USD 1.819,49	USD 1.967,04	USD 2.126,55
2	auxiliar mesero	USD 2.880,00	USD 3.113,55	USD 3.366,03	USD 3.638,99	USD 3.934,08	USD 4.253,10
1	meseros	USD 5.825,99	USD 6.298,43	USD 6.809,19	USD 7.361,36	USD 7.958,30	USD 8.603,66
<b>total</b>		<b>USD 23.312,07</b>	<b>USD 25.202,50</b>	<b>USD 27.246,22</b>	<b>USD 29.455,67</b>	<b>USD 31.844,30</b>	<b>USD 34.426,62</b>

Elaborado: la autora

### 5.2.3 Proyección de Costos indirectos de fabricación

Para dicha proyección tomamos el valor anual de cada uno de los costos utilizados para la creación del restaurante, de esa manera proyectamos con el índice de inflación siendo el 3,96% dictado por el Banco Central del Ecuador, utilizando así la siguiente fórmula

$$PCIF = CFIo (1 + i)^n$$

Pcif= Proyección CIF

CIFo= CIF actuales

i= tasa de inflación

n= número de años a proyectar

**Tabla 60: Proyección CIF**

DESCRIPCIÓN	costo 2015	COSTO 2016	COSTO 2017	COSTO 2018	COSTO 2019	COSTO 2020
<b>luz eléctrica</b>	USD 960,00	USD 992,45	USD 1.025,99	USD 1.060,67	USD 1.096,52	USD 1.133,58
<b>agua potable</b>	USD 720,00	USD 744,34	USD 769,49	USD 795,50	USD 822,39	USD 850,19
<b>teléfono</b>	USD 360,00	USD 372,17	USD 384,75	USD 397,75	USD 411,20	USD 425,09
<b>TOTAL</b>	<b>USD 2.040,00</b>	<b>USD 2.108,95</b>	<b>USD 2.180,23</b>	<b>USD 2.253,93</b>	<b>USD 2.330,11</b>	<b>USD 2.408,87</b>

Elaborado: la autora

#### 5.2.4 Proyección de gastos administrativos

Se toma en cuenta el salario anual de cada uno de los empleados de la empresa en este caso del departamento administrativo, también se toma en cuenta la tasa de crecimiento salarial (0,0811), realizando la siguiente formula:

$$PGA = GAo (1 + i)^n$$

PGA= Proyección gastos administrativos

GAo= gastos administrativos actual

i= tasa de incremento salarial

n= número de años a proyectados

**Tabla 61: Proyección de gastos administrativos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>GERENTE</b>	USD	USD	USD	USD	USD	USD
<b>CONTADOR</b>	9.874,56	10.675,31	11.540,99	12.476,88	13.488,65	14.582,48
<b>TOTAL</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>
	<b>9.874,56</b>	<b>10.675,31</b>	<b>11.540,99</b>	<b>12.476,88</b>	<b>13.488,65</b>	<b>14.582,48</b>
<b>Arriendo</b>	USD	USD	USD	USD	USD	USD
	4.800,00	4.962,24	5.129,96	5.303,36	5.482,61	5.667,92
<b>TOTAL GAST. ADM.</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>
	<b>14.674,56</b>	<b>15.637,55</b>	<b>16.670,96</b>	<b>17.780,23</b>	<b>18.971,26</b>	<b>20.250,40</b>

Elaborado: la autora

### 5.2.5 Proyección gasto servicio

**Tabla 62: Proyección gastos de servicio**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>MUSICOS</b>	USD	USD	USD	USD	USD	USD
	2.400,00	2.594,62	2.805,02	3.032,49	3.278,40	3.544,25
<b>DANZA</b>	USD	USD	USD	USD	USD	USD
	2.400,00	2.594,62	2.805,02	3.032,49	3.278,40	3.544,25
<b>TOTAL</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>
	<b>4.800,00</b>	<b>5.189,24</b>	<b>5.610,05</b>	<b>6.064,98</b>	<b>6.556,80</b>	<b>7.088,51</b>

Elaborado: la autora

### 5.2.6 Proyección gasto de ventas

Para realizar dicha proyección tomamos en cuenta al valor que vamos a pagar por publicidad para el año y eso proyectamos con la tasa del índice de inflación de 3,96% dictado por el Banco Central del Ecuador.



**Tabla 63: Proyección gasto de vetas**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>publicidad</b>	USD 600,00	USD 620,28	USD 641,25	USD 662,92	USD 685,33	USD 708,49
<b>internet</b>	USD 240,00	USD 249,50	USD 259,38	USD 269,66	USD 280,33	USD 291,44
<b>total</b>	USD 840,00	USD 869,78	USD 900,63	USD 932,58	USD 965,66	USD 999,93

Elaborado: la autora

**5.2.7 Tabla de amortización**

Se solicitará un préstamo de 45.500, es decir el 60% de la inversión total de proyecto, el préstamo será obtenido en la Corporación Financiera Nacional (CFN), con una tasa de 10,35 anual y con un plazo de 5 años, lo cual se detalla a continuación tabla 59

**Tabla 64: Tabla de amortización**

0,862% tasa de interés mensual		monto			\$19.891
N = 60					
periodos	inicial	interés	amort	cuota	final
0					USD 19.891,41
1	USD 19.891,41	USD 171,48	USD 254,54	USD 426,02	USD 19.636,87
2	USD 19.636,87	USD 169,29	USD 256,73	USD 426,02	USD 19.380,14
3	USD 19.380,14	USD 167,07	USD 258,94	USD 426,02	USD 19.121,20
4	USD 19.121,20	USD 164,84	USD 261,18	USD 426,02	USD 18.860,02
5	USD 18.860,02	USD 162,59	USD 263,43	USD 426,02	USD 18.596,59
6	USD 18.596,59	USD 160,32	USD 265,70	USD 426,02	USD 18.330,89
7	USD 18.330,89	USD 158,03	USD 267,99	USD 426,02	USD 18.062,90
8	USD 18.062,90	USD 155,72	USD 270,30	USD 426,02	USD 17.792,60
9	USD 17.792,60	USD 153,39	USD 272,63	USD 426,02	USD 17.519,97
10	USD 17.519,97	USD 151,04	USD 274,98	USD 426,02	USD 17.244,99
11	USD 17.244,99	USD 148,67	USD 277,35	USD 426,02	USD 16.967,64
12	USD 16.967,64	USD 146,28	USD 279,74	USD 426,02	USD 16.687,89
13	USD 16.687,89	USD 143,86	USD 282,15	USD 426,02	USD 16.405,74
14	USD 16.405,74	USD 141,43	USD 284,59	USD 426,02	USD 16.121,15
15	USD 16.121,15	USD 138,98	USD 287,04	USD 426,02	USD 15.834,11
16	USD 15.834,11	USD 136,50	USD 289,51	USD 426,02	USD 15.544,60
17	USD 15.544,60	USD 134,01	USD 292,01	USD 426,02	USD 15.252,59
18	USD 15.252,59	USD 131,49	USD 294,53	USD 426,02	USD 14.958,06
19	USD 14.958,06	USD 128,95	USD 297,07	USD 426,02	USD 14.660,99
20	USD 14.660,99	USD 126,39	USD 299,63	USD 426,02	USD 14.361,37
21	USD 14.361,37	USD 123,81	USD 302,21	USD 426,02	USD 14.059,15
22	USD 14.059,15	USD 121,20	USD 304,82	USD 426,02	USD 13.754,34
23	USD 13.754,34	USD 118,57	USD 307,44	USD 426,02	USD 13.446,89

24	USD 13.446,89	USD 115,92	USD 310,09	USD 426,02	USD 13.136,80
25	USD 13.136,80	USD 113,25	USD 312,77	USD 426,02	USD 12.824,03
26	USD 12.824,03	USD 110,55	USD 315,46	USD 426,02	USD 12.508,57
27	USD 12.508,57	USD 107,84	USD 318,18	USD 426,02	USD 12.190,38
28	USD 12.190,38	USD 105,09	USD 320,93	USD 426,02	USD 11.869,46
29	USD 11.869,46	USD 102,33	USD 323,69	USD 426,02	USD 11.545,76
30	USD 11.545,76	USD 99,54	USD 326,48	USD 426,02	USD 11.219,28
31	USD 11.219,28	USD 96,72	USD 329,30	USD 426,02	USD 10.889,98
32	USD 10.889,98	USD 93,88	USD 332,14	USD 426,02	USD 10.557,84
33	USD 10.557,84	USD 91,02	USD 335,00	USD 426,02	USD 10.222,84
34	USD 10.222,84	USD 88,13	USD 337,89	USD 426,02	USD 9.884,95
35	USD 9.884,95	USD 85,22	USD 340,80	USD 426,02	USD 9.544,15
36	USD 9.544,15	USD 82,28	USD 343,74	USD 426,02	USD 9.200,41
37	USD 9.200,41	USD 79,32	USD 346,70	USD 426,02	USD 8.853,71
38	USD 8.853,71	USD 76,33	USD 349,69	USD 426,02	USD 8.504,01
39	USD 8.504,01	USD 73,31	USD 352,71	USD 426,02	USD 8.151,31
40	USD 8.151,31	USD 70,27	USD 355,75	USD 426,02	USD 7.795,56
41	USD 7.795,56	USD 67,20	USD 358,81	USD 426,02	USD 7.436,75
42	USD 7.436,75	USD 64,11	USD 361,91	USD 426,02	USD 7.074,84
43	USD 7.074,84	USD 60,99	USD 365,03	USD 426,02	USD 6.709,81
44	USD 6.709,81	USD 57,84	USD 368,17	USD 426,02	USD 6.341,64
45	USD 6.341,64	USD 54,67	USD 371,35	USD 426,02	USD 5.970,29
46	USD 5.970,29	USD 51,47	USD 374,55	USD 426,02	USD 5.595,74
47	USD 5.595,74	USD 48,24	USD 377,78	USD 426,02	USD 5.217,96
48	USD 5.217,96	USD 44,98	USD 381,04	USD 426,02	USD 4.836,92
49	USD 4.836,92	USD 41,70	USD 384,32	USD 426,02	USD 4.452,60
50	USD 4.452,60	USD 38,39	USD 387,63	USD 426,02	USD 4.064,97
51	USD 4.064,97	USD 35,04	USD 390,98	USD 426,02	USD 3.673,99
52	USD 3.673,99	USD 31,67	USD 394,35	USD 426,02	USD 3.279,65
53	USD 3.279,65	USD 28,27	USD 397,75	USD 426,02	USD 2.881,90
54	USD 2.881,90	USD 24,84	USD 401,17	USD 426,02	USD 2.480,73
55	USD 2.480,73	USD 21,39	USD 404,63	USD 426,02	USD 2.076,10
56	USD 2.076,10	USD 17,90	USD 408,12	USD 426,02	USD 1.667,97
57	USD 1.667,97	USD 14,38	USD 411,64	USD 426,02	USD 1.256,33
58	USD 1.256,33	USD 10,83	USD 415,19	USD 426,02	USD 841,15
59	USD 841,15	USD 7,25	USD 418,77	USD 426,02	USD 422,38
60	USD 422,38	USD 3,64	USD 422,38	USD 426,02	USD 0,00

Fuente:CFN

Elaborado: la autora

### 5.2.7.1 Gastos financieros

Son aquellos gastos que pagamos por concepto de interés del préstamo

**Tabla 65: Gastos financieros**

AÑO	INTERESES	
1	USD	1.908,72
2	USD	1.561,13
3	USD	1.175,84
4	USD	748,74
5	USD	275,31
<b>TOTAL</b>	USD	5.669,74

Fuente: tabla de amortización CFN  
Elaborado: la autora

### 5.2.7.2 Abonos de capital

Son cuotas que se cancelan mes a mes por concepto de pago del préstamo

**Tabla 66: Abonos de capital**

AÑO	ABONOS DE CAPITAL	
1	USD	3.203,51
2	USD	3.551,10
3	USD	3.936,39
4	USD	4.363,49
5	USD	4.836,92
<b>TOTAL</b>	USD	19.891,41

### 5.2.8 Depreciación de activos fijos

Según (SRI, SERVICIO DE RENTAS INTERNAS , 2015)informa sobre la depreciación de activos fijos y expresa lo siguiente:

(a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual
- (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

Tomando en cuenta ciertas especificaciones realizamos la siguiente tabla de depreciación

**Tabla 67: Depreciación de activos fijos**

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPRECIACIÓN LEGAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
equipo de computación	1275	33%	USD 420,75	USD 420,75	USD 420,75		
maquinaria y equipo	8658,57	10%	USD 865,86	USD 865,86	USD 865,86	USD 865,86	USD 865,86
muebles y enseres	4467,2	10%	USD 446,72	USD 446,72	USD 446,72	USD 446,72	USD 446,72
equipos de oficina	93	10%	USD 9,30	USD 9,30	USD 9,30	USD 9,30	USD 9,30
<b>total</b>	<b>14493,77</b>		<b>USD 1.742,63</b>	<b>USD 1.742,63</b>	<b>USD 1.742,63</b>	<b>USD 1.321,88</b>	<b>USD 1.321,88</b>

Fuente: SRI

Elaborado: la autora

Se toma en cuenta la depreciación anual para poder determinar la depreciación acumulada de los cinco años de proyección del proyecto la cual nos da un total de USD 7871,64

### 5.2.9 Gastos de constitución

Los gastos de constitución se los realiza para 5 años siendo así el 20% de amortización

**Tabla 68: Amortización gasto de constitución**

DESCRIPCIÓN	VALOR	AMOR T. ANUAL	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	USD 1.195,00	20%	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00

Elaborado: la autora

### 5.3 Balance de situación inicial

**Tabla 69: Estado de situación inicial**

Estado De Situación Financiera

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS DE			
LIBRE	USD	OBLIGACIONES A	USD
DISPONIBILIDAD	15.156,31	LARGO PLAZO	19.891,41
	USD		USD
Capital de Trabajo	15.156,31	Préstamo por pagar	19.891,41
	USD		USD
PROPIEDAD,	USD	TOTAL PASIVOS	USD
PLANTA Y EQUIPO	16.801,04		19.891,41
	USD		
maquinaria y equipo	8.658,57		
equipo de	USD		
computación	1.275,00		
	USD		
muebles y enseres	4.467,20		
	USD		
suministros de oficina	93,00		
	USD		
utensilios de cocina	2.307,27		
	USD		
ACTIVOS	USD		USD
DIFERIDOS	1.195,00	PATRIMONIO	13.260,94
Gastos de	USD		USD
Constitución	1.195,00	Inversión propia	13.260,94
	USD		USD
TOTAL ACTIVOS	33.152,35	TOTAL PASIVO +	33.152,35
	USD	PATRIMONIO	USD

Elaborado: la autora

## 5.4 Estado de resultados proyectados

**Tabla 70: Estado de resultados proyectados**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas proyectadas	USD 135.200,36	USD 145.494,32	USD 155.841,34	USD 166.350,38	USD 178.497,04
<b>Total Ingresos</b>	<b>USD 135.200,36</b>	<b>USD 145.494,32</b>	<b>USD 155.841,34</b>	<b>USD 166.350,38</b>	<b>USD 178.497,04</b>
<b>(-) Costos de producción</b>					
Materia prima directa	USD 68.470,81	USD 73.747,06	USD 78.928,77	USD 84.311,46	USD 90.409,63
Mano de obra directa	USD 25.202,50	USD 27.246,22	USD 29.455,67	USD 31.844,30	USD 34.426,62
Costos indirectos de fabricación	USD 2.108,95	USD 2.180,23	USD 2.253,93	USD 2.330,11	USD 2.408,87
<b>Total costos de producción</b>	<b>USD 95.782,26</b>	<b>USD 103.173,51</b>	<b>USD 110.638,37</b>	<b>USD 118.485,86</b>	<b>USD 127.245,11</b>
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>USD 39.418,11</b>	<b>USD 42.320,81</b>	<b>USD 45.202,97</b>	<b>USD 47.864,52</b>	<b>USD 51.251,93</b>
<b>(-) Gastos operacionales</b>					
Gastos administrativos	USD 15.637,55	USD 16.670,96	USD 17.780,23	USD 18.971,26	USD 20.250,40
Gastos en ventas	USD 620,28	USD 641,25	USD 662,92	USD 685,33	USD 708,49
gastos servicios	USD 5.189,24	USD 5.610,05	USD 6.064,98	USD 6.556,80	USD 7.088,51
Depreciación	USD 1.742,63	USD 1.742,63	USD 1.742,63	USD 1.321,88	USD 1.321,88
Gastos diferidos	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00
<b>Total gastos</b>	<b>USD 23.428,70</b>	<b>USD 24.903,88</b>	<b>USD 26.489,76</b>	<b>USD 27.774,27</b>	<b>USD 29.608,27</b>
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>USD 15.989,41</b>	<b>USD 17.416,93</b>	<b>USD 18.713,21</b>	<b>USD 20.090,25</b>	<b>USD 21.643,66</b>
<b>(-) Gastos financieros</b>	<b>USD 1.908,72</b>	<b>USD 1.561,13</b>	<b>USD 1.175,84</b>	<b>USD 748,74</b>	<b>USD 275,31</b>
<b>(=) Utilidad antes de obligaciones</b>	<b>USD 14.080,69</b>	<b>USD 15.855,79</b>	<b>USD 17.537,37</b>	<b>USD 19.341,51</b>	<b>USD 21.368,35</b>
<b>(-) 15% Part. Trabajadores</b>	<b>USD 2.112,10</b>	<b>USD 2.378,37</b>	<b>USD 2.630,60</b>	<b>USD 2.901,23</b>	<b>USD 3.205,25</b>
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>USD 11.968,59</b>	<b>USD 13.477,42</b>	<b>USD 14.906,76</b>	<b>USD 16.440,28</b>	<b>USD 18.163,10</b>
<b>(-) 22% Impuesto a la renta</b>	<b>USD 2.633,09</b>	<b>USD 2.965,03</b>	<b>USD 3.279,49</b>	<b>USD 3.616,86</b>	<b>USD 3.995,88</b>
<b>(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>USD 9.335,50</b>	<b>USD 10.512,39</b>	<b>USD 11.627,27</b>	<b>USD 12.823,42</b>	<b>USD 14.167,22</b>

Elaborado: la autora

## 5.5 Flujo de caja

**Tabla 71: Flujo de caja**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión propia	-13260,94					
Inversión financiada	-19891,41					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad neta proyectada		USD 9.335,50	USD 10.512,39	USD 11.627,27	USD 12.823,42	USD 14.167,22
Depreciación		USD 1.742,63	USD 1.742,63	USD 1.742,63	USD 1.321,88	USD 1.321,88
Valor de rescate						6622,135
Diferidos		USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00	USD 239,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>USD 11.317</b>	<b>USD 12.494</b>	<b>USD 13.609</b>	<b>USD 14.384</b>	<b>USD 22.350</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago de la deuda		USD 3.204	USD 3.551	USD 3.936	USD 4.363	USD 4.837
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>USD 3.203,51</b>	<b>USD 3.551,10</b>	<b>USD 3.936,39</b>	<b>USD 4.363,49</b>	<b>USD 4.836,92</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-USD 33.152,35</b>	<b>USD 8.113,61</b>	<b>USD 8.942,92</b>	<b>USD 9.672,51</b>	<b>USD 10.020,81</b>	<b>USD 17.513,31</b>

Elaborado: la autora

## 5.6. Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento

### 5.6.1 Costo de oportunidad

**Tabla 72: Cálculo de la tasa de redescuento**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
Inversión propia	USD 13.261	40%	8,00%	3%
Inversión financiada	USD 19.891	60%	10,35%	6%
<b>TOTAL</b>	<b>USD 33.152</b>	<b>100%</b>		<b>9,41%</b>

Elaborado: la autora

La tasa de redescuento es producto de la tasa de inflación publicada por el Banco Central del Ecuador, y la tasa del rendimiento financiero que se obtuvo en la Corporación Nacional Financiera para el préstamo a realizar.

**CK= Costo de oportunidad = 9,41%**

**In= inflación = 3,38%**

Esto quiere decir que el proyecto en las mejores condiciones debe rendir por lo menos 9,41%, si no rinde este promedio quiere decir que el proyecto no es factible.

## 5.6.2 Tasa de rendimiento

$$TRM=(1+CK)(1+In)-1$$

$$TRM=(1+0,0941)(1+0,0338)-1$$

$$TRM=(1,0941)(1,0338)-1$$

$$TRM=1,1311-1= 0,1311$$

$$TRM=13,11\%$$

Esto quiere decir que el 13,11% es la utilidad mínima que debe rendir por lo menos el proyecto, o cual depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones así como de los medios o recursos que dispone

## 5.7 Evaluación financiera

### 5.7.1 Valor actual neto (VAN)

El van muestra el monto de los beneficios reales que obtendrá el proyecto ante la inversión, tomando en cuenta el valor del dinero y los costos de rendimiento.

La fórmula del VAN es la siguiente:

$$D\acute{o}nde: \quad VAN = \sum \frac{FCN}{(1 + TRM)^N} + (-INVERSION INICIAL)$$

FCN= flujo de caja de los años

TRM= tasa de rendimiento medio (0,1311)

N= número de años



**Tabla 73: Valor actual neto (VAN)**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	-33152,35		
1	8113,61	1,131050186	7173,52
2	8942,92	1,279274524	6990,62
3	9672,51	1,446923689	6684,88
4	10020,81	1,636543307	6123,16
5	17513,31	1,851012613	9461,47
<b>Sumatoria flujos netos deflactados</b>			36433,65
<b>VAN</b>			<b>3281,30</b>

Elaborado: la autora

Para determinar el van tomamos en cuenta los valores totales de cada año del flujo de caja eso dividimos para cada una de las tasas de redescuento, con ello da el valor de los flujos deflactados, de eso sumamos el flujo de año cero que es la inversión total más el total de flujos deflactados, dándonos como resultado \$ 3281,30 de valor actual neto de tal manera que siendo el VAN positivo el proyecto si es factibles por ende la inversión es justificada.

### 5.7.2 Tasa interna de retorno

El TIR nos ayuda a saber a qué tasa debe rendir el proyecto para recuperar la inversión, para lo cual se tomara una tasa inferior de 15%, y una tasa superior de 17%

#### 5.7.2.1 Cálculo del VAN con la tasa inferior

Se realiza el cálculo con la fórmula del VAN ocupando una tasa de 15%, la cual nos debe dar como resultado un VAN positivo.

**Tabla 74: VAN con la tasa inferior**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	-33152,35		
1	8113,61	1,15	7055,31
2	8942,92	1,3225	6762,13
3	9672,51	1,520875	6359,83
4	10020,81	1,74900625	5729,43
5	17513,31	2,011357188	8707,21
<b>Sumatoria flujos netos deflactados</b>			34613,92
<b>VAN con tasa inferior</b>			<b>1461,57</b>

Elaborado: la autora

### 5.7.2.2 Cálculo del VAN con la tasa superior

Se realiza el cálculo con la fórmula del VAN ocupando una tasa de 17%, la cual nos debe dar como resultado un VAN negativo.

**Tabla 75 VAN con la tasa superior**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	-33152,35		
1	8113,61	1,17	6934,71
2	8942,92	1,3689	6532,93
3	9672,51	1,601613	6039,23
4	10020,81	1,87388721	5347,61
5	17513,31	2,192448036	7988,01
<b>Sumatoria flujos netos deflactados</b>			32842,49
<b>VAN con tasa superior</b>			-309,86

Elaborado: la autora

### 5.7.3 Calculo del TIR

Para realizar este cálculo lo hacemos con la siguiente formula:

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

TIR= tasa interna de retorno

TI= tasa inferior (15%)

TS= tasa superior 17%)

VAN Ti= VAN tasa inferior (USD 1461,57)

VAN Ts= VAN tasa superior (-USD -309,86)

$$TIR = 0,015 + (0,17 - 0,15) \left[ \frac{1461,57}{(1461,57 - 309,86)} \right]$$

$$\text{TIR} = 0,1665$$

$$\text{TIR} = 16,65\%$$

La tasa interna de retorno calculada es 16,65%, es decir que potencialmente el proyecto, devuelve al inversionista el 3,54% (16,65% - 13,11%) de rentabilidad en los cinco años de vida útil del proyecto. Una tasa adecuada para el TIR puede ser máximo 15 puntos sobre la tasa de rendimiento medio (13,11% + 15%= 28,11%), por tanto el proyecto es factible.

#### 5.7.4 Relación beneficio – costo

El costo beneficio se calcula en base a los ingresos totales de cada año frente a los egresos anuales de cada año por la tasa de redescuento (13,11%), y después se procede a deflactar tanto ingresos como egresos, como se muestra en la siguiente tabla

**Tabla 76 Relación beneficio- costo**

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	INGRESOS DEFLACTADOS	EGRESOS DEFLACTADOS
1	11317	3204	1,131050186	10005,86	2832,34
2	12494	3551	1,279274524	9766,49	2775,87
3	13609	3936	1,446923689	9405,40	2720,52
4	14384	4363	1,636543307	8789,44	2666,28
5	22350	4837	1,851012613	12074,60	2613,12
<b>TOTAL</b>				50041,78	13608,13

Elaborado: la autora

El costo beneficio se determina con la siguiente formula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$$

$$B/C = \frac{50041,78}{13608,13}$$

$$B/C = 3,68$$

La relación beneficio-costo corresponde a 3.68 lo que se dice que por cada dólar invertido en los gastos hay un ingreso de \$ 3,68

### 5.7.4.1 Tasa de rendimiento costo beneficio

El cálculo de la tasa de rendimiento costo beneficio se la realiza en base a la sumatoria de los flujos deflactados dividiendo para la inversión inicial del proyecto, de esa manera utilizando la siguiente formula:

$$TRBC = \frac{\Sigma \text{Flujos Ingreos Deflactados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$TRBC = \frac{50041,78}{33152}$$

$$TRBC = 1,51$$

Esto quiere decir que al final del proyecto la empresa por cada dólar gastado recuperara \$1,51. Dólares de ingresos.

### 5.7.5 Periodo de la recuperación de la inversión

**Tabla 77: Flujos netos deflactados acumulados**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS
<b>0</b>	-33152,35			
<b>1</b>	8113,61	1,131050186	7173,52	
<b>2</b>	8942,92	1,279274524	6990,62	14164,14
<b>3</b>	9672,51	1,446923689	6684,88	20849,02
<b>4</b>	10020,81	1,636543307	6123,16	26972,18
<b>5</b>	17513,31	1,851012613	9461,47	36433,65
<b>Sumatoria flujos netos deflactados</b>			36433,65	98418,99

Elaborado: la autora

#### 5.7.5.1 Calculo de la recuperación de la inversión al valor corriente

Como podemos visualizar en la tabla anterior sumamos los tres primeros años de los flujos netos dándonos así como resultado USD 26729,05, de tal manera que restando de la inversión inicial nos resulta un faltante de USD 6423,20.

Para el año 4 tenemos un valor de USD 10020,81 de tal manera que el faltante USD 6423,20, se divide para la cantidad del 4 año del flujo deflactado, dándonos como resultado 0,64.

En conclusión la inversión será recuperada en los 3 años primeros más los 0,64 días, dándonos un resultado de recuperación de 3,64 años

**PRI= 3,64 años**

### **5.7.5.2 Calculo de la recuperación de la inversión al valor real**

Como podemos visualizar en la tabla anterior sumamos los cuatro primeros años de los flujos actuales acumulados, así como resultado USD 26972,18 de tal manera que restando de la inversión inicial nos resulta un faltante de USD 6180,17

Para el año 5 tenemos un valor de USD 9461,47 de tal manera que el faltante USD 6180,17 se divide para la cantidad del 5 año del flujo deflactado, dándonos como resultado 0,65

En conclusión la inversión será recuperada en los 4 años primeros más los 0,65 días, dándonos un resultado de recuperación de 4,65 años

**PRI= 4,65 años**

### **5.7.6 Punto de equilibrio**

***Tabla 78: Datos para el punto de equilibrio en dólares***

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------------	-------	-------	-------	-------	-------

<b>VENTAS</b>	<b>135200,36</b>	<b>145494,32</b>	<b>155841,34</b>	<b>166350,38</b>	<b>178497,04</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>MPD</b>	68470,81	73747,06	78928,77	84311,46	90409,63
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>68470,81</b>	<b>73747,06</b>	<b>78928,77</b>	<b>84311,46</b>	<b>90409,63</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
<b>Gastos administrativos</b>	15637,55	16670,96	17780,23	18971,26	20250,40
<b>Gastos en ventas</b>	620,28	641,25	662,92	685,33	708,49
<b>gastos servicios</b>	5189,24	5610,05	6064,98	6556,80	7088,51
<b>Depreciación</b>	1742,63	1742,63	1742,63	1321,88	1321,88
<b>Gastos diferidos</b>	239,00	239,00	239,00	239,00	239,00
<b>Gastos financieros</b>	1908,72	1561,13	1175,84	748,74	275,31
<b>Mano de obra directa</b>	25202,50	27246,22	29455,67	31844,30	34426,62
<b>CIF</b>	2108,95	2180,23	2253,93	2330,11	2408,87
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>52648,86</b>	<b>55891,47</b>	<b>59375,20</b>	<b>62697,42</b>	<b>66719,06</b>

Elaborado: la autora

El punto de equilibrio se lo realiza con la siguiente formula:

$$PE (\$) = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}\right)}$$

### 5.7.6.1 Punto de equilibrio en dólares

**Tabla 79: Punto de equilibrio en dólares**

<b>PE EN DOLARES</b>	
<b>1</b>	106671,56
<b>2</b>	113340,79
<b>3</b>	120306,88
<b>4</b>	127131,59
<b>5</b>	135197,01

Elaborado: la autora

$$PE (UNIDADES) = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{PRECIO DE VENTA}}$$

### 5.7.6.2 Punto de equilibrio en unidades

**Tabla 80: Punto de equilibrio en unidades**

<b>PE UNIDADES</b>	
<b>1</b>	8148,40
<b>2</b>	8650,26
<b>3</b>	9189,43
<b>4</b>	9703,60
<b>5</b>	10326,03

Elaborado: la autora

### 5.7.7 Conclusión

En el análisis financiero podemos decir que, el proyecto es totalmente rentable y con tasas de rendimiento muy favorables, si se cumplen con las ventas proyectadas. Estos incrementos se reflejan en las utilidades dentro de los estados financieros proyectados, por lo que se puede afirmar que si se incrementaran las ventas de acuerdo al nivel proyectado sería totalmente viable a largo plazo

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

El estudio administrativo determina la parte organizacional de la empresa con la cual se va a trabajar, este capítulo estará conformado por todos aquellos requerimientos necesarios para lograr una efectiva organización y funcionamiento.

#### **6.1 Nombre de la microempresa**

Este centro gastronómico será una microempresa privada, y será considerada como una empresa unipersonal ya que solo estará conformada por un solo dueño quien aportará el 40% de capital siendo así el único propietario de la misma.

El nombre del centro gastronómico de comida tradicional- típica será “EL CHOZÓN TRADICIONAL” el cual presta servicio de alimentación, danza, música; ubicado frente a la plaza de ponchos, este centro gastronómico prestará sus servicios todos los días del año, satisfaciendo gustos y preferencias del consumidor tanto otavaleño como extranjero.



### 6.1.2 Logotipo



Elaborado: la autora

### 6.1.3 Slogan

“La delicia del chozón pone sazón a tu corazón”

## 6.2 Base filosófica

### 6.2.1 Misión

“EL CHOZÓN TRADICIONAL RESTAURANT”, es una microempresa comprometida con nuestros clientes, brinda servicio de gastronomía típica y tradicional, con área de música y danza, la misma que genera empleo, tomando como una estrategia el mejoramiento continuo de los estrictos estándares de higiene y buen servicio en un ambiente seguro, agradable y familiar a un precio justo y que permita la preservación del medio ambiente.

### 6.2.2 Visión

En los próximos 5 años, seremos una microempresa que brinda servicio de gastronomía tradicional y típica pionera en la oferta de estos alimentos, con personal capacitado de tal manera que promueve la conservación del medio ambiente y conservación de la identidad cultural, logrando los estándares de calidad que nos permitan competir al más alto nivel del entorno.

### **6.2.3 Principios y valores**

#### **6.2.3.1 Principios**

- Calidad
- Buena atención al cliente
- Mejoramiento continuo
- Eficiencia en las actividades
- Cuidar la imagen de la empresa

#### **6.2.3.2 Valores**

- Responsabilidad
- Honestidad
- Ética
- Fidelidad
- Lealtad
- Compañerismo
- Solidaridad
- Compromiso
- Innovación
- Liderazgo respeto

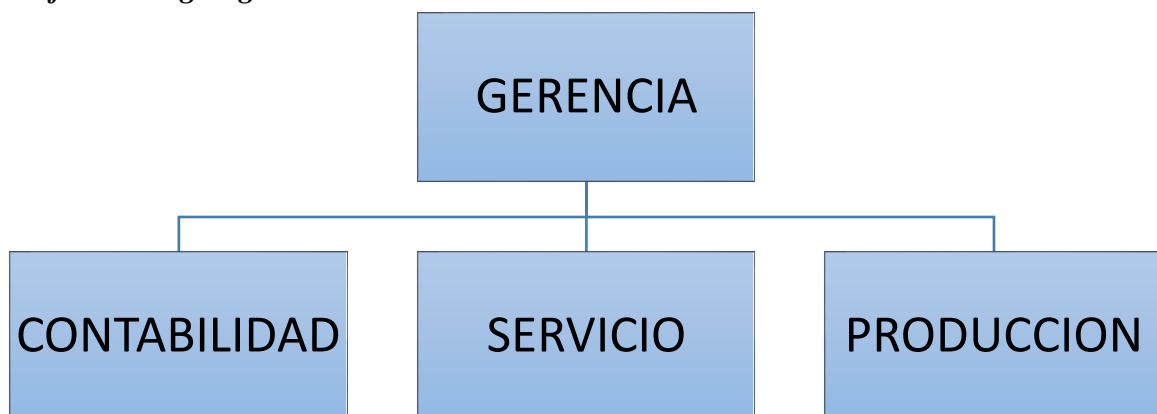
### **6.2.4 Políticas**

Las políticas que se aplicaran en el desarrollo de las actividades del restaurante serán las siguientes:

- Entregar un servicio de calidad a nuestros clientes; ya que son la razón de ser de la microempresa.
- Mantener capacitado al personal.
- Uso de materia prima de calidad.
- Trabajo con responsabilidad y cumplimiento de las obligaciones.
- Preservar el medioambiente
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético
- Cuidar la ética y la imagen empresarial

### 6.3 Organigrama estructural

*Gráfico 1: Organigrama*



Elaborado por: la autora

## 6.4 Manual de funciones

*Tabla 81: Manual de funciones del Gerente*

---

### MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO “EL CHOZÓN TRADICIONAL”

**Nombre del puesto:** Gerente – Propietario

**Área del puesto:** Departamento Administración

---

#### **Descripción del Puesto:**

Es quien dirige, organiza, controla y planifica el curso operacional de la microempresa para su correcto desarrollo.

---

#### **Tareas a Desarrollar:**

- ✓ Representar a la microempresa judicial y extrajudicialmente
  - ✓ Dirigir a los subalternos
  - ✓ Planear y desarrollar metas y estrategias a corto y largo plazo.
  - ✓ Autorizar órdenes de compra
  - ✓ Seleccionar el personal
- 

#### **Perfil del Puesto:**

Nivel de instrucción: Ingeniería Comercial o Administrador de Empresas

Experiencias: Mínimo dos años de desempeño en el cargo

Habilidades:

- ✓ Capacidad para resolver problemas
  - ✓ Facilidad de comunicación y relación con otras personas
- 

#### **Responsabilidades y Roles:**

- ✓ Motivar y retroalimentar a los trabajadores
- ✓ Distribuidor de recursos: asigna recursos de distinta naturaleza al interior de la organización o unidad.
- ✓ Comprar y realizar pedidos de la materia prima
- ✓ Recepción e inspección de materia prima.
- ✓ Genera iniciativas para adaptar la organización o unidad que dirige a las cambiantes condiciones del entorno.

**Tabla 82: Manual de funciones del Contador**

---

**MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO  
“EL CHOZÓN TRADICIONAL”**

**Nombre del puesto:** Contador – Tesorero

**Área del puesto:** Departamento Financiero

---

**Descripción del Puesto:**

Sus funciones son básicamente el apoyo a la dirección empresarial, ya que se encarga del registro contable y del registro monetario.

---

**Tareas a Desarrollar:**

- ✓ Manejo del sistema contable
  - ✓ Contabilizar y costear inventarios
  - ✓ Realizar declaraciones tributarias.
  - ✓ Registrar ingresos y gastos correctamente
  - ✓ Clasificar, realizar, y analizar la información financiera
- 

**Perfil del Puesto:**

Nivel de instrucción: Ingeniero en contabilidad CPA

Experiencias: Mínimo dos años de desempeño en el cargo

Habilidades:

- ✓ Estabilidad emocional con el trabajo a presión
  - ✓ Trabajar en equipo
- 

**Responsabilidades y Roles:**

- ✓ Registrar cuentas en base a las NIIFS
  - ✓ Realizar roles de pago y sacar planillas de pago del IESS
  - ✓ Realizar las declaraciones mensuales
  - ✓ Elaborar y presentar informes de la situación financiera de la microempresa
-

**Tabla 83: Manual de funciones del jefe de cocina**

---

**MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO  
“EL CHOZÓN TRADICIONAL”**

**Nombre del puesto:** Cocinero

**Área del puesto:** Departamento Producción

---

**Descripción del Puesto:**

El Jefe de cocina es el encargado de gestionar, supervisar y controlar todo el trabajo propio de la cocina, y tiene como subordinados a todo el equipo de la cocina.

---

**Tareas a Desarrollar:**

- ✓ Coordinar con el propietario lo necesario para la producción de la comida
  - ✓ Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios.
- 

**Perfil del Puesto:**

Nivel de instrucción: CHEF profesional

Experiencias: Mínimo dos años de desempeño en el cargo

Habilidades:

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo
  - ✓ Habilidad expresiva para explicar los procesos que se van a emplear para la producción de los platos típicos.
- 

**Responsabilidades y Roles:**

- ✓ Uso a adecuado de todos los recursos de la microempresa
  - ✓ Planificar y organizar el área de cocina
-

**Tabla 84: Manual de funciones del auxiliar de cocina**

---

**MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO  
“EL CHOZÓN TRADICIONAL”**

**Nombre del puesto:** Auxiliar de Cocina

**Área del puesto:** Departamento Producción

---

**Descripción del Puesto:**

El puesto de ayudantes de cocina tiene como principal función ejecutar las responsabilidades y tareas asignadas, mostrando la máxima eficiencia en la preparación y manipulación de alimentos, ajustándose a los tiempos y procedimientos preestablecidos.

---

**Tareas a Desarrollar:**

- ✓ Colaborar con el jefe de cocina en las compras necesarias
  - ✓ Ayudar en el desarrollo de los menús que sean solicitados por los clientes.
- 

**Perfil del Puesto:**

Nivel de instrucción: estudios en el área de gastronomía

Experiencias: Mínimo un año de desempeño en el cargo

Habilidades:

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
  - ✓ Vocación de servicio
  - ✓ Capacidad organizativa.
- 

**Responsabilidades y Roles:**

- ✓ Uso adecuado de todos los recursos de la microempresa.
  - ✓ Mantener la cocina en perfecto orden.
-

**Tabla 85: Manual de funciones del mesero**

---

**MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO  
“EL CHOZÓN TRADICIONAL”**

**Nombre del puesto:** Mesero - Auxiliar de mesero

**Área del puesto:** Departamento Servicio

---

**Descripción del Puesto:**

El puesto de mesero tiene como principal función colaborar con el jefe de cocina y cajero en todo lo que ellos requieran.

Además tiene como oficio atender a los clientes, proporcionándoles alimentos, bebidas, y asistencia durante la estancia en el local.

---

**Tareas a Desarrollar:**

- ✓ Brindar la bienvenida y atención personalizada a los clientes
  - ✓ Registrar adecuadamente los pedidos
  - ✓ Mantener limpias las mesas y el área del restaurante
  - ✓ Informar al cliente sobre el menú
- 

**Perfil del Puesto:**

Nivel de instrucción: secundaria

Experiencias: mínimo 6 meses en el cargo

Habilidades:

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
  - ✓ Facilidad de comunicación
  - ✓ Trabajo a presión
- 

**Responsabilidades y Roles:**

- ✓ Uso adecuado de todos los recursos de la microempresa.
  - ✓ Mantener la cocina en perfecto orden.
-



*Tabla: Manual de funciones del grupo de danza y baile*

---

**MANUAL DE FUNCIONES DEL CENTRO GASTRONÓMICO  
“EL CHOZÓN TRADICIONAL”**

**Nombre del puesto:** grupos de danza y música

**Área del puesto:** Departamento Servicio

---

**Descripción del Puesto:**

Dar el servicio de danza y baile en el restaurante para generar un momento de entretenimiento, de esa manera dando a conocer la música folclórica y bailes tradicionales.

---

**Tareas a Desarrollar:**

- ✓ Preparar coreografías de danza y ejecutarlas
  - ✓ Incentivar , cultivar el folclor
  - ✓ Preparar y ejecutar el repertorio de músicas folclóricas
- 

**Perfil del Puesto:**

Habilidades:

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
  - ✓ Capacidad de coordinar
  - ✓ Trabajo a presión
- 

**Responsabilidades y Roles:**

- ✓ Mantener sus instrumentos tanto musicales como los de la danza.
  - ✓ Preparar cada uno de sus repertorio musicales o bailes tradicionales
-

## **6.5 Aspectos legales del funcionamiento**

Para poder establecer formalmente la microempresa se debe tomar en cuenta varios aspectos importantes como:

- ✓ Escritura pública de constitución
- ✓ Minutas
- ✓ Estatutos

Estos se los realiza frente a un notario quien de constancia de lo realizado o pactado.

Existen varios registros los cuales se deben obtener para el buen funcionamiento de la microempresa a continuación los siguientes:

### **6.5.1 Requisitos legales para el funcionamiento**

#### **6.5.1.1 Requisitos RUC**

Según fuente del SRI (SRI, SERVICIO DE RENTAS INTERNAS , 2015)El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

Requisitos:

Personas naturales

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electora
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

#### **6.5.1.2 Requisitos cuerpo de bomberos**

Según el cuerpo de bomberos el permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento.

Requisitos:

- ✓ Solicitud de inspección del local.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Copia del registro único del contribuyente (R.U.C.).

#### **6.5.1.2 Requisitos Ministerio de salud**

Según el GAD Municipal de Otavalo Es el documento otorgado por la autoridad de Salud a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria, que cumplen con los requisitos establecidos de acuerdo al tipo de establecimiento. El trámite de renovación o por primera vez se lo puede realizar en la Dirección Provincial y en las áreas de salud.

Requisitos:

- ✓ Copia del registro único del contribuyente (R.U.C.).
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento.
- ✓ permiso del Cuerpo de bomberos.

- ✓ Copia de certificados de salud conferidos por Centros de Salud del M.S.P.
- ✓ Ficha de inspección.

### **6.5.1.3 Requisitos para la Patente Municipal**

Requisitos:

- ✓ Formulario de solicitud y declaración de patente.
- ✓ Formulario de patente municipal.
- ✓ Certificado de no adeudar al Municipio.
- ✓ Copias de cédula de identidad, nombramiento del representante legal y certificado de votación.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de escritura de constitución.
- ✓ Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- ✓ Copias certificadas de estados financieros.
- ✓ Copia del permiso de bomberos

### **6.5.1.4 Requisitos para el registro de la actividad turística**

En el Ministerio de Turismo en la Sección de “Recursos Naturales”, se debe presentar una “SOLICITUD DE REGISTRO PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS” dirigida al Ministro de Turismo.

Requisitos:

- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía.
- ✓ Nombramiento del representante legal
- ✓ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

- ✓ RUC
- ✓ Justificación del activo real
- ✓ Hoja de vida de los ejecutivos y nómina del personal administrativo

Los trámites se deben realizar directamente por el representante legal.

#### **6.5.1.5 Requisitos para la certificación del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual**

Según (IEPI, 2015), los requisitos para patentar la marca, nombre y logotipo de la microempresa son los siguientes:

- ✓ Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Guayaquil, solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.
- ✓ La carta deberá contener: Datos generales a favor de quién se va a registrar el título de registro de marca (Nombres completos, nacionalidad, dirección, teléfonos, correo electrónico);
- ✓ Detalles de la marca a registrar (Nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos o servicios, signo que acompaña al lema comercial).
- ✓ Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario, llenada a máquina o en computador.
- ✓ Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del peticionario
- ✓ Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.
- ✓ Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.
- ✓ “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio, por medio de la cual el socio declara que si se presenta trámite de oposición, inmediatamente cesará el patrocinio de la asesora legal y la Cámara de Comercio de

Guayaquil no reembolsará al socio el valor cancelado por concepto de honorarios profesionales.

#### **6.5.1.6 Registro 1 x mil de los activos fijos**

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador da a conocer que desde el 22 de enero del presente año el Mintur, suscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional e Intercambio de Información con el Servicio de Rentas Internas para que dicha institución realice la recaudación de la contribución del uno por mil de activos fijos, en los plazos y forma determinados en el Reglamento General a la Ley de Turismo.

Todo establecimiento oferente de servicios turísticos y registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación en cancelar el 1x100 sobre los activos fijos, desde el año 2003 año en que entro en vigencia este mandato,

### **6.6 Constitución legal**

#### **6.6.1 Marco legal**

Para poder crear formalmente el restaurante o microempresa se debe tomar en cuenta varios aspectos a desarrollar para el éxito de la misma, de la misma manera se debe realizar la escritura de la constitución la cual se la realiza frente a notario.

**Razón social:** “EL CHOZON TRADICIONAL”

**Figura Jurídica:** se considerara una microempresa unipersonal

**Propietario:** La microempresa se considerara de un solo propietario, Srta. Katherine Daniela Vallejos Arellano portadora de la cedula de identidad N° 100441002-1 quien apporto con el 40% de la inversión inicial.

**Domicilio:** se encuentra situado en Ecuador, en la región Sierra, en la provincia de Imbabura, en el cantón Otavalo, en la ciudad de Otavalo, en las calles sucre y salinas, diagonal a la plaza de los ponchos.

**Desarrollo de las actividades:** es una microempresa (restaurante) turística la cual ofrece servicio de gastronomía tradicional y típica de la ciudad de Otavalo.

**Capital:** el capital social corresponde a un valor de USD 19.000 dólares, dicho valor será aportado por la propietaria Katherine Vallejos antes mencionada.

**Financiamiento:** el monto del préstamo corresponde a USD 28.500 dólares el mismo que se realizó en la Corporación Nacional Financiera.

**Cuenta bancaria:** se abrirá una cuenta bancaria en la Corporación Nacional Financiera de integración de capital a nombre de la compañía e formación.

## CAPÍTULO VII

### 7. ANÁLISIS IMPACTOS

Los impactos que genera este proyecto son sociales, económicos, empresariales, culturales y ambientales.

Para la realización del análisis de los impactos se realiza mediante una matriz, la cual actúa mediante la asignación de calificaciones tanto altas como bajas mirado los componentes del entorno a evaluar, la cual se analizara mediante la siguiente escala:

***Tabla 86: Calificación de impactos***

<b>Núm.</b>	<b>Valoración</b>
<b>-3</b>	Negativo en el nivel alto
<b>-2</b>	Negativo en el nivel medio
<b>-1</b>	Negativo en el nivel bajo
<b>0</b>	Ni negativo, ni positivo
<b>1</b>	Positivo en el nivel bajo
<b>2</b>	Positivo en el nivel medio
<b>3</b>	positivo en el nivel alto

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La autora



## 7.1 Impacto social

**Tabla 87: Impacto social**

IMPACTO SOCIAL								
FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Mejora las relaciones familiares						X		2
Mejora el nivel de vida							X	3
Generación fuentes de empleo							X	3
Generación de ingresos							x	3
<b>Total sumatoria de impactos €</b>								<b>11</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Indicadores}} = \frac{11}{4} = 2,75$$

**Nivel de impacto social:** Alto positivo

### **Análisis:**

El impacto social genera cambios tanto en las familias, como en la sociedad mejorando su estilo de vida, ya que se genera una nueva fuente de empleo, este indicador es considerado medio positivo ya que la generación de este restaurante procede a mejorar el nivel de vida de algunas personas.

## 7.2 Impacto cultural

**Tabla 88: Impacto cultural**

IMPACTO CULTURAL								
FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Difusión de cultura							x	3
Recuperar costumbres							x	3
Fortalecimiento de la identidad							x	3
Preservación de los platos típicos							x	3
<b>Total sumatoria de impactos €</b>								<b>12</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Indicadores}} = \frac{12}{4} = 3$$

**Nivel de impacto social:** Alto positivo

### Análisis:

Este impacto es de suma importancia en la generación de este proyecto ya que difunde la cultura a través de música, danza dando a conocer de las costumbres ancestrales para presérvales y de esta manera dar a conocer lo nuestro y valorarlo.

El nivel de impacto es alto positivo, influye directamente con el proyecto ya que de esta manera no se perderá lo autóctono de la ciudad y se recuperara las costumbres de nuestro pueblo.

### 7.3 Impacto económico

**Tabla 89: Impacto económico**

IMPACTO ECONOMICO								
FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Ingresos							x	3
Satisfacer necesidades							x	3
Rentabilidad						x		2
Iniciativa de ahorro				x				0
<b>Total sumatoria de impactos €</b>								<b>8</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Indicadores}} = \frac{8}{4} = 2$$

**Nivel de impacto social:** medio positivo

#### **Análisis:**

El impacto económico de este proyecto es medio alto ya que generará empleo y de esa manera se fomentará el ahorro en la sociedad, obtener así una estabilidad familiar y aboral reduciendo de alguna manera la pobreza en el ecuador

## 7.4 Impacto empresarial

**Tabla 90: Impacto empresarial**

IMPACTO EMPRESARIAL								
FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Imagen empresarial						x		2
Creatividad					x			1
Ampliación de Cobertura							x	3
Identificación emprendimientos							x	3
<b>Total sumatoria de impactos €</b>								<b>9</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Indicadores}} = \frac{8}{4} = 2,25$$

**Nivel de impacto social:** medio positivo

### **Análisis:**

La realización del proyecto genera un impacto medio alto porque se podrá crear una buena imagen empresarial incentivando así a la creación de nuevas empresas o proyectos que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos dentro y fuera de la provincia logrando ser líder en el mercado

## 7.5 Impacto ambiental

**Tabla 91: Impacto ambiental**

IMPACTO AMBIENTAL								
FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Preservar los ecosistemas		X						-2
contaminación del ruido			x					-1
Concientización		X						-2
Aguas residuales						x		2
<b>Total sumatoria de impactos €</b>								<b>-3</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Indicadores}} = \frac{-3}{4} = -0,75$$

**Nivel de impacto social:** Ni negativo, ni positivo

### Análisis:

El impacto ambiental en la generación de este proyecto es bajo negativo por la contaminación tanto del ruido como de la basura, esto podemos disminuir pero no desaparecerlo, pero la empresa necesita realizar la limpieza y tratara de utilizar productos no muy contaminantes de esa manera se tratara de cuidar al medio ambiente.

## 7.6 Impactos Generales

**Tabla 92: Impactos generales**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
IMPACTO SOCIAL							X	3
IMPACTO CULTURAL							X	3
IMPACTO ECONOMICO						X		2
IMPACTO EMPRESARIAL						X		2
IMPACTO AMBIENTAL				X				0
<b>TOTAL</b>								<b>10</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma}{\text{Indicadores}} = \frac{10}{5} = 2$$

**Nivel de impacto social:** Medio positivo

### Análisis:

Como se puede observar el proyecto genera un nivel de impacto de 2 siendo esto medio positivo, lo cual indica que con la creación de este restaurante no solo se beneficiara la microempresa si no también la población de Otavalo en general, lo que garantiza el éxito en la implementación de la misma

## CONCLUSIONES

- El proyecto es viable y rentable, es viable porque en el estudio de mercado nos dio a conocer de que existe demanda insatisfecha, es decir que siempre existirá el suficiente número de clientes para generar ganancias y es rentable, porque través del análisis de ingresos menos gastos genera un flujo de caja positivo para un horizonte de 5 años.
- En la ciudad de Otavalo ha disminuido el hábito de alimentarse sanamente, ya que solo existen restaurantes de comida rápida dejando de lado la comida propia de la ciudad,
- el proyecto genera un impacto medio positivo esto se debe a que por ser un restaurante habrá contaminación de ruido, por los grupos musicales a presentar, también existe la contaminación de suelo ya que habrá desperdicios de comida

## RECOMENDACIONES

- Realizar periódicamente controles y evaluaciones económicas financieras con el fin de observar niveles de rendimiento organizacional, crear estrategias innovadoras que permitan el desarrollo sustentable del proyecto; aprovechar la demanda insatisfecha de manera que se logre el posicionamiento del producto en el mercado.
- Se recomienda la creación del restaurante el cual impulse trabajo en el cantón, y de esa manera fomentar los hábitos alimenticios promoviendo la comida autóctona de la ciudad así ayudara a mejorar la calidad de vida de la población y por ende reactiva la economía del país.
- Realizar campañas de organización de desechos dentro del personal de la empresa para de tal manera mitigar la contaminación de suelo



## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Bibliografía

Baca Urbina , G. (2013). Evaluacion de proyectos .

Bravo Valdivieso, M. (2011). Coontabilidad General.

Calleja Beral , F. J. (2013). Costos .

Cordova Padilla , M. (2011). Formulacio y evaluacion de proyectos.

Espinosa, J. C. (2010). La fiesta mayor del solsticio rituales y ceremonias del Inty Raymi y San Pedro.

Estupiñan, G. (2012). ANALISIS FINANCIERO Y DE GESTION .

Estupiñan, R. (2011). Estados financiero basicos bajo NIC/NIFF.

Flores Uribe, J. (2010). Proyectos de inversion para las PYME.

Fred R, D. (2008). Conceptos de administracion estrategica.

Hunziker , W. (1942). Fudamento sde la teoria general de turismo.

Machado , J. L. (2010). Seleccion de documentos para la formulacion de proyectos. Colombia

.

Meza Orozco, J. (2013). Evaluacion financiera de proyectos .

Ojeda, F. (2006). Diccioario de Administracion de Empresas . Buenos Aires Argentina: Claridad.

Plazas Rojas , F. (2011). Investigacion de mercados .

Prieto, J. (2012). Gestion estrategica organizacional.

Russek, A. (2009). Fundamentos de la economia .

Segade, J. L. (2007). Administracion de organizaciones .

Zapata Sanchez , P. (2011). CONTABILIDAD GENERAL .

## Linkografía

Ayala Olivares , J. (2013). *Introduccion a la cocina*. Obtenido de <http://josealanyaolivares.blogspot.com/p/definiciones-de-gastronomia.html>

Ayala, C. (2010). <http://arqculturalotavalo.blogspot.com/p/cultura.html>. Obtenido de <http://arqculturalotavalo.blogspot.com/p/cultura.html> .

BCE. (MAYO de 2015). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

BCE. (Mayo de 2015). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

Espinoza , R. (17 de 09 de 2013). *Blog de Marketing y ventas* . Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

Gongora Mina, J. (04 de 12 de 2014). *Capacitacion, desarrollo personal* . Obtenido de <http://www.slideshare.net/jimmyelementfive/capacitacion-y-desarrollo-del-personal-1>

Hunziker , W. (1942). *Fundamento sde la teoria general de turismo*.

IEPI. (2015). *INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL*. Obtenido de

<http://www.lacamara.org/website/images/varios/requisitos%20registro%20de%20marca.pdf>

IFRS, F. (2009). *Material de formacion sobre las NIFF para las PYMES* . Obtenido de [http://www.ifrs.org/Documents/2\\_ConceptosyPrincipiosGenerales.pdf](http://www.ifrs.org/Documents/2_ConceptosyPrincipiosGenerales.pdf)

Juan de Dios. (24 de 01 de 2012). *Macro y Microlocalizacion* . Obtenido de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

Lomas , A. (13 de 07 de 2011). *Empresa gastroimica operativa* . Obtenido de [http://mexico.publiboda.com/empresas/datos/banquetes/empresa-gastronomica-operativa-fracc-trojes-de-alonso/13278/..](http://mexico.publiboda.com/empresas/datos/banquetes/empresa-gastronomica-operativa-fracc-trojes-de-alonso/13278/)

OTAVALO. (2015). *CASA DE TURISMO OTAVALO*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/informacion-general-datos-de-otavalo.html>

Sory, E. (25 de 06 de 2012). *La ruta del sabor* . Obtenido de <https://soryelena.wordpress.com/2012/06/25/plato-tipico-de-otavalo/>

SRI. (2015). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS* . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

SRI. (2015). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS* . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>

UNIVERSIDAD DE KANSAS. (2015). *Caja de herramientas comunitarias* . Obtenido de <http://www.ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estructura-organizacional/vision-general/principal>

# **ANEXOS**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

**OBJETIVO:** Recopilar información, la misma que será utilizada exclusivamente de manera académica, para conocer el grado de aceptación de la creación de un restaurante de comida tradicional y típica de la ciudad de Otavalo

**INTRODUCCION:** Marque con una X la opción que estime conveniente según su criterio.

### PREGUNTAS:

**1.- ¿Conoce usted lugares que ofertan comida tradicional y típica de la ciudad de Otavalo todos los días?, si su respuesta es sí escriba los nombres de los restaurantes**

SI	
NO	

Restaurantes

.....  
 .....

**2.- ¿Acostumbra usted a consumir productos tradicionales típicos en la ciudad de Otavalo?**

Siempre	
Casi siempre	
En feriados	
Rara vez	
Nunca	

**3.- A usted le gustaría que exista un nuevo restaurante que oferte comida tradicional- típica en la ciudad de Otavalo?**

Mucho	
Poco	
Nada	



5.- Cuando visita un restaurante ¿Qué tanto influye los siguientes factores? Señale de la escala de 1 al 5 siendo 1 deficiente y 5 excelente.

Variable	1	2	3	4	5
Calidad e higiene					
Atención al cliente					
Sabor					
Precio					
Ambiente					
Otros.....					
.....					
.....					

6.- ¿Qué días degustaría este tipo de comida?

Entre semana	
Ferados	
Vacaciones	
Fin de semana	
Todos los días	

7.- ¿Cuándo usted visita un restaurante turístico lo hace con?

Solo	
En pareja	
Con amigos	
Con la familia	
Otros.....	

8.- ¿En qué horarios preferiría degustar este tipo de comida?

Mañana	
Tarde	
Noche	
Todo el dia	



9.- ¿Cuál es el promedio de consumo cuando acude a un restaurante típico que ofrezca comida tradicional?

3 a 5 dólares	
5 a 10 dólares	
Más de 10 dólares	

10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este servicio?

3 a 5 dólares	
5 a 10 dólares	
Más de 10 dólares	

11.- En la escala de 1 a 5 (siendo 1 el deficiente y 5 el excelente), ¿Qué nivel de satisfacción encuentra en los restaurantes que ofrece comida tradicional típica?

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

12.¿Qué servicios adicionales le gustaría que tenga este nuevo restaurant?

MUSICA	
DANZA	
OTROS .....	

13.- ¿En qué zona preferiría la ubicación del este nuevo restaurante?

Centro de la ciudad	
Cerca de la plaza de ponchos	
Ingreso y salida de la ciudad	
OTROS .....	

**14 ¿Cómo le gustaría conocer noticias de un nuevo restaurante?**

Hojas Volantes	
Trípticos	
Radio	
Televisión	
Internet	
Recomendaciones	



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE RESTAURANTES TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE OTAVALO

**OBJETIVO:** Recopilar información, la misma que será utilizada exclusivamente de manera académica, para conocer el grado de aceptación de la creación de un restaurante de comida tradicional y típica de la ciudad de Otavalo

**INTRODUCCION:** Marque con una X la opción que estime conveniente según su criterio.

**PREGUNTAS:**

**Nombre del restaurant:**.....

**Persona entrevistada:**.....

**Función:** .....

**1. ¿Qué servicios brinda su establecimiento?**

.....  
.....

**2. ¿Su establecimiento lo abre todos los días de la semana?**

.....

**3. ¿cuál es el horario de atención de su restáurate?**

.....

**4. ¿Qué platos ofrece su restaurant?**

.....  
.....

**5. ¿Cuál es el precio de comercialización de los platos típicos a ofrecer?**

.....  
 .....

**6. ¿Cuántos de sus clientes son nacionales o extranjeros?**

.....

**7. ¿Cuáles son los platos más demandados semanalmente por los clientes nacionales y extranjeros?**

.....  
 .....

**8. ¿Qué equipos son los más utilizados en su restaurant?**

.....  
 .....

**9. ¿Cuáles son los días con más afluencia de clientes?**

.....  
 .....

**10. ¿Con que cantidad de capital inicio su negocio?**

.....  
 .....

**11. ¿Cuántos empleados maneja su negocio?**

.....  
 .....

**12. ¿la rentabilidad que le da su negocio es?**

Buena	
Muy buena	
Mala	

# Proformas

		INTERNO:00043110				
VALLEJOS ARELLANO KATERIN DANIELA		2927668				
ID:A0002164		1004410021				
02/07/15						
MODESTO JARAMILLO PASAJE						
6	VA20	VAJILLA ANDINA 20	CJ	21.60	0.0	129.60
4	CHA5035	CHAROL ALUMINIO 5	1	12.50	0.0	50.00
6	C*24	CUBIERTO #24	PAO	14.50	0.0	87.00
5	2913AL	JARRA MOVILE	1	3.00	0.0	15.00
5	VH124AL	VASO HERRADURA 12	DOC	7.75	0.0	38.75
3	CM*3	COLADOR MULTIUSO	1	2.05	0.0	6.15
4	CB1	COLADOR GIGANTE #	1	1.25	0.0	5.00
3	O1145	OLLA INDUSTRIAL I	1	78.00	0.0	234.00
3	P1145	PATLA INDUSTRIAL	1	37.00	0.0	111.00
3	CF4	CUCHARON FUNDIDO	1	4.50	0.0	13.50
3	CF3	CUCHARON FUNDIDO	1	3.50	0.0	10.50
1	LD3V	LICUADORA OSTER 3	1	92.00	0.0	92.00
1	B02532	BATIDORA OSTER 25	1	42.00	0.0	42.00
1	JOUR16*24	JOEBO DE OLLA UNC	JUE	42.00	0.0	42.00
				782.59		
				93.91		
				876.50		

*J. Jaramillo*

INTERNO:00045111

VALLEJOS ARELLANO KATERIN DANIELA  
ID:00002164  
02/07/15

2927668

1004410021


MODESTO JARAMILLO PASAJE

6	9C	SALERO CRISTAL		1.25	0.0	7.50
4	P6C25	PAPELERA GALAXI C	1	8.50	0.0	34.00
2	LFP	LUGUNBRERO FUTURA	1	2.50	0.0	5.00
2	CP9	CUCHILLO PUNTON 9	1	2.50	0.0	5.00
3	CP5	CUCHILLO PUNTON 5	1	1.75	0.0	5.25
5	1952	BANDEJA DE3 ALUMI	1	2.45	0.0	12.25

61.61

7.39

69.00





Otavalo, 02 de Julio 2015

Señorita: Katherine Vallejos Arellano

Presente:

**La Compañía General de Comercio y Mandato S.A. "COMANDATO"**  
entrega a usted la siguiente:

**PROFORMA**

CANTIDAD	PRODUCTO	MODELO	CARACTERISTICAS	PRECIO TOTAL
2	HORNO MICROONDAS	ST651	10 NIVELES DE POTENCIA, COCCION AUTOMATICA, DESCONGELADO RAPIDO	\$448.00
2	REFRI INDURAMA	RI 425 CROMA	14 PIES CC NO FROST LUCES LED DISPENSADOR DE HIELOS	\$2,450.00
1	LED LG 50"	50LB561	50" PANTALLA LED FULL HD 3 PUERTOS USB 3 HADMI	\$1,450.00
2	LICUADORA OSTER	BLSTMW-WOO	8 VELOCIDADES	\$168.00
2	BATIDORA OSTER	D001602	CON PEDESTAL	\$220.00
1	PARLANTE HYTALI AUDIO	DJ13	PARLANTE ANPLIFICADO PUERTO USB RADIO	\$470.00
1	MINICOMP SONY	MHC77BT	7500 PMPO PUERTO USB BLUETOOTH	\$537.00

Oficina principal:  
Dr. Elias Muñoz Vicuña y Av. Carlos Luis Plaza Dañin. Telf.: (593-4) 2296300  
División Transporte S.A. Telf.: (593-4) 2286561.  
Servicio al Cliente: 1800 COMANDATO (266263).  
Guayaquil • Ecuador.

 **COMANDATO**  
Siempre más



1	DVD LG	DV 437	PUERTO USB ENTRADA PARA MICROFONO KARAOKE	\$87.00
2	COMPUTADO R LENOVO	DCC260	PROCESADOR INTEL 2.16 HGZ DISCO DURO 500 MEMORIA RAM 4 GB	\$2,200.00
1	IMPRESORA EPSON	L210	TINTA CONTINUA SCANNER COPIADORA E INPRESORA	\$475.00
2	CDONGELAD OR INDURAMA	RI500	15 PIES CC DOLBLE FUNCIO DE ENFRIAMIENTO	\$2,890.00
1	TELEFONO PANASONIC	TGC210	IDENTIFICADOR DE LLAMADAS	\$78.00

TOTAL.- \$11473.00

Precios incluyen el IVA



ALEJANDRO MORA  
ACESOR COMERCIAL  
Telf: 2920-251 -0993559487

Oficina principal:  
Dr. Elías Muñoz Vicuña y Av. Carlos Luís Plaza Dañin. Telf.: (593-4) 2296300  
División Transporte S.A. Telf.: (593-4) 2286561.  
Servicio al Cliente: 1800 COMANDATO (266263).  
Guayaquil • Ecuador.



**COMANDATO**  
Siempre más

**COTIZACION #** **LA GANGA R.C.A. SA.**  
**34198** AV. ABDON CALDERON #516 Y SIMON BOLIVAR  
 TELEFONOS : 2924062

RPT\_COTIZACION\_SEGMENTADA.RPT PAGINA 1 de 1  
 USUARIO: WCEVALLOS  
 FECHA EMISION : 01/07/2015  
 HORA: 18:10:33

CLIENTE	: 1004410021 VALLEJOS ARELLANO KATHERINE DANIELA	CODIGO INTERNO	: 020416785C (Cotizador)
DIRECCION	: OTAVALO CALLE MODESTO JARAMILLO Y PASAJE SAO	TIPO DE COTIZACION	:
SUCURSAL	: 041 OTAVALO	TIPO DE CLIENTE	: DETALLISTA
VENDEDOR	: ELVIS SALAZAR		
CIUDAD	:		
VIGENCIA	: Desde: 01/07/2015 Al: 01/07/2015	NOTA:	Precios sujetos a cambios sin previo aviso

**VALOR A PAGAR POR PRODUCTOS**

ARTICULO	CANTIDAD	P. UNITARIO	SUB TOTALES
2091054101 . MNAC FUNDA GRANDE 23.5X31	1	0.01	0.01
0404170003 REFRIG. RI-530 AVANT COMER 15" INDURAMA	2	1,183.08	2,366.16
3232001701 LICUADORA OS4655-013 OSTER	2	211.48	422.96
5231001603 MICROOND. S-11-WMS07ZWT5 0.7 BL WRP	2	153.43	306.86
3237000602 BATIDORA DE MANO OS2532-013 OSTER	1	46.65	46.65
3303017001 DVD DPI32 LG	1	70.02	70.02
1382100004 TV LED W50LKBT C/SOPORTE WESTINGHOUSE	1	1,353.63	1,353.63
7005870001 PORTATIL HP14-R002LA INTEL 2.16 TEKOCSA	2	1,215.39	2,430.78
3304037001 MINI COMP. CMA750 LG	1	649.65	649.65
BZ121401 BAZZUCA			
1302500001 PARLANTE ACTIVO BAZZUCA	1	340.30	340.30
1302500002 MICROFONO PROFESIONAL BAZZUCA	1	28.93	28.93
1302500003 TRIPODE BAZZUCA	1	40.98	40.98
		SUB TOTAL	: 8,056.94
		(-)DESCUENTO	: 3,076.10
		I.V.A. 12%	: 597.70
		VALOR FACTURA	: 5,578.54

ESTA OFERTA O PROMOCIÓN NO APLICA PARA CREDITO DIRECTO. OFERTA O PROMOCIÓN VÁLIDA POR 2 DÍAS O HASTA AGOTAR EXISTENCIAS.

En Constanza de aceptar los servicios antes expuestos, firmo el presente documento.

\_\_\_\_\_  
 Firma del Cliente



**SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS**  
**COMPUBUSSINES Cía. Ltda.**  
 RUC.: 1791774582001

MATRIZ: ESTABLECIMIENTO 002: Quito - Ecuador:  
 El Ejido • Av. 10 de Agosto 983 Esq. y Río de Janeiro  
 Teléfonos: 250-1594/5/6 • Fax: 254-42-62 • Cel.099235051  
 ESTABLECIMIENTO 005: C.C. EL RECREO  
 ESTABLECIMIENTO 006: C.C. SAN LUIS  
 ESTABLECIMIENTO 008: EL CONDADO  
 ESTABLECIMIENTO 009: C.C. IÑAQUITO

Fecha 01/06/2015.  
 Cliente Katherine Daniela Vallejos.  
 Dirección Modesto Jaramillo, Pasaje U  
 R.U.C./C.I. 1004416021  
 Teléfono 0959031335.

PROFORMA		
Nº <b>0033580</b>		
VALIDO HASTA		
DIA	MES	AÑO

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Televisor LG 50" 36500:00 / 3D/SmartTV	1.759.	1.759.00
1	Cine en Casa Bluray/Paifantes	599.00	599.00
1	DVD. Samsung.	62.00.	62.00
1	Telef. Phillips / 2 Bases.	67,32.	67,32.
2	Microfono America G.	16,55.	16.55
1	Impresora HP 1515.	78,71.	78.71
1	Proyector Epson 3000 Lumina	786.03.	786.03.

Son: Si la compra es en efectivo  
 tiene un 10% de descuento.  
3031,74

SUBTOTAL	3007,69
I.V.A. TARIFA 0%	
I.V.A. TARIFA 12 %	360,92.
TOTAL \$	3368,61

**POINT TECHNOLOGY**  
**SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS**  
**COMPUBUSSINES Cía. Ltda**  
 RUC.: 1791774582001

POR: SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS  
 COMPUBUSSINES Cía. Ltda.

*[Signature]*

Recibi Conforme

Original Cliente / Copia Rosada Emisor