



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL
CARCHENSE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR
PROVINCIA DEL CARCHI”**

Previo a la Obtención del Título de Ingeniera Comercial

Autora: Burbano, Mallamas Carmen Estefanía

Tutor: Cervantes, Fernández Luis Arturo

Ibarra, Febrero del 2019

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación consiste en la “CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL CARCHENSE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR PROVINCIA DEL CARCHI” El presente proyecto tiene como objeto crear un procedimiento metodológico para la creación de emprendimientos, el cual se fundamenta en la investigación y ejecución de siete capítulos, los cuales se describen así: En primer lugar se obtiene el diagnóstico situacional del entorno, para conocer el contexto económico, geográfico y comercial del Cantón Montúfar, para identificar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que el presente proyecto tendrá en su ejecución. Seguido por el marco teórico, el cual se enfocó en bases científicas que fundamentan al emprendimiento, con información que se obtuvo de bibliografía actual e internet. Posteriormente se realizó el estudio de mercado donde se determina la demanda, la oferta para llegar a determinar la demanda insatisfecha, la información fue obtenida de encuestas aplicadas a todas las personas que prefieran la comida tradicional es decir clientes potenciales de platos típicos y tradicionales del Cantón Montúfar. A continuación el estudio técnico establece la macro y micro localización, la inversión que se utilizará en la creación del emprendimiento en el Cantón Montúfar y el recurso humano que será requerido para el funcionamiento del mismo. Seguidamente se realizó el Presupuesto Operacional estableciendo los ingresos y gastos que se expresarán en los Estados Financieros los cuales determinan la rentabilidad y factibilidad del emprendimiento. Consecutivamente se toma en cuenta la estructura organizacional, donde se especifica los aspectos legales de funcionamiento y su implementación como microempresa. Finalmente se consideró los impactos que concebirá el proyecto, en los ámbitos social, económico, cultural, con su matriz de valoración y análisis. Para concluir se presenta las pertinentes conclusiones y recomendaciones que logran el desarrollo de este proyecto.

SUMMARY

The present investigation consists of the "CREATION OF A CARCHENSE TRADITIONAL FOOD RESTAURANT IN THE CITY OF SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR PROVINCE OF CARCHI" The present project has as its object to create a methodological procedure for the creation of enterprises, which is based on research and execution of seven chapters, which are described as follows: Firstly, the situational diagnosis of the environment is obtained, in order to know the economic, geographical and commercial context of the Cantón Montúfar, to identify the allies, opponents, risks and opportunities that the present project will have in its execution. Followed by the theoretical framework, which focused on scientific bases that support entrepreneurship, with information that was obtained from current bibliography and internet. Subsequently, the market study was conducted where the demand is determined, the supply to determine the unmet demand, the information was obtained from surveys applied to all people who prefer traditional food are potential customers of typical and traditional Canton dishes Montúfar. Next the technical study establishes the macro and micro localization, the investment that will be used in the creation of the undertaking in the Montúfar Cantón and the human resource that will be required for its operation. Then the Operational Budget was made justifying the investment, establishing the income and expenses that will be expressed in the Financial Statements which determine the profitability and feasibility of the enterprise. Consecutively, the organizational structure is taken into account, where the legal aspects of operation and its implementation as a microenterprise are specified. Finally, it was considered the impacts that the project will conceive, in the social, economic and cultural spheres, with its matrix of assessment and analysis of each impact. To conclude, the pertinent conclusions and recommendations that achieve the development of this project are presented.

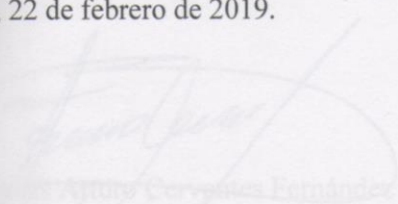
AUTORÍA

Yo, CARMEN ESTEFANIA BURBANO MALLAMAS con C.C. 0401620034-4 declaro bajo juramento que la tesis de grado titulada: "CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL CARCHENSE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR PROVINCIA DEL CARCHI", ha sido desarrollada en base a una investigación profunda, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía y linkcografía.

Consecuentemente, este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis de grado en mención.

Ibarra, 22 de febrero de 2019.



CARMEN ESTEFANIA BURBANO MALLAMAS

C.C. 040162003-4

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la Srta. Egresada, Carmen Estefania Burbano Mallamas con C.C.040162003-4, para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL; cuyo tema es: “CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL CARCHENSE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR PROVINCIA DEL CARCHI”, considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se asigne.

Dado en la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de julio de 2018

Econ. Luis Arturo Cervantes Fernández

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE DE LA ESTUDIANTE	0401620034-4
ESTUDIANTE	Burbano Mallamas Carmen Estefania
DIRECCIÓN	San Gabriel - Calle Montúfar y Jose B Auz
TELÉFONO	burbanoestefania1@gmail.com
TELÉFONO MÓVIL	0939189322

DATOS DE LA OBRA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	0401620034-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Burbano MAllamas Carmen Estefania
DIRECCIÓN:	San Gabriel – Calle Montúfar y Jose B Auz
EMAIL:	burbanoestefania1@gmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0939189322
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL CARCHENSE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTORA:	Burbano Mallamas Carmen Estefania
FECHA:	22/02/2019
PROGRAMA:	PREGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL
ASESOR/DIRECTOR	Econ. Luis Arturo Cervantes Fernández

2. CONSTANCIA

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

En la ciudad de Ibarra, a los 22 días del mes de febrero de 2019.

LA AUTORA:



Burbano Mallamas Carmen Estefania

C.C. 040162003-4

DEDICATORIA

A Dios a mi madre, mi hijo, mi esposo y mi familia. A Dios por haberme dado salud para poder llegar hasta este punto y así poder cumplir mis objetivos, a mi madre por haberme apoyado en todo momento con sus valores, consejos y amor incondicional siendo mi ejemplo a seguir y formandome como una persona de bien, a mi hijo quien es mi motor para seguir adelante gracias por cada momento sacrificado para ser invertido en el desarrollo de esta, a mi esposo quien fue mi compañero incondicional quien apoyo cada una de mis decisiones gracias por su paciencia y entrega para conmigo, te agradezco de todo corazón gracias a ti puedo con alegría hoy presentar esta tesis, a mi familia, sobretodo mis tios quienes de una u otra forma me han ayudado a cumplir mi objetivo como hija, madre, esposa, sobrina y estudiante, mil gracias a todos.

Carmen E. Burbano M.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido cumplir mis objetivos con sabiduría, responsabilidad brindandome fortaleza en mis días más oscuros sin dejarme decaer; a mi madre quien es mi pilar mi apoyo sin límites que siempre ha estado ahí alentandome a seguir adelante brindandome su confianza a pesar de mis traspies siempre me da dado su mano gracias por darme la vida gracias por convertirme en la mujer que soy no hay palabras para decirle cuanto le agradezco querida madre, a mi hijo le agradezco por sus abrazos sus besos y su compañía incondicional te quiero y agradezco hijo mio, a mi esposo gracias por motivarme a culminar mi carrera, por su confianza, su cariño, su amor, su tiempo gracias por apoyarme hasta donde tus alcances lo permitían.

Gracias a mis maestros a quiénes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa “Universidad Técnica del Norte” la cual me abrió sus puertas, preparándome para un futuro competitivo y formándome como persona de bien.

Carmen E. Burbano M.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	vi
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vi
CONSTANCIA.....	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
ANTECEDENTES	xviii
JUSTIFICACIÓN	xix
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	xx
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	xxi
OBJETIVO GENERAL.....	xxi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxi
CAPÍTULO I	22
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	22
Antecedentes.....	22
Objetivos del Diagnóstico.....	23
Análisis de Variables Diagnósticas.....	25
Matriz AOOD.....	37
Oportunidad de la inversión.....	39
CAPÍTULO II.....	41
MARCO TEÓRICO.....	41
Emprendimiento.....	41
Emprendedor.....	41
Tradición.....	41
Comida Tradicional	41

Comida Típica.....	42
Proyecto de Inversión	42
Estudio de Mercado	42
Segmentación de mercados.....	43
Mercado meta.....	43
Muestra	43
Mercado Competitivo	43
Demanda	44
Oferta	44
Precio	44
Producto	44
Promoción.....	45
Comercialización	45
Estudio Técnico	45
Tamaño del proyecto.....	45
Capital de Trabajo.....	46
Presupuesto Operacional.....	46
Gastos Operacionales.....	46
Gastos administrativos	47
Gastos financieros	47
Gastos de ventas.....	47
Estado de resultado	48
Flujo de Caja.....	48
Estructura Organizacional.....	48
Mision	48
Visión.....	48
CAPITULO III.....	50
ESTUDIO DE MERCADO	50
Objetivos del estudio de mercado	51
Objetivo General.....	51
Objetivos Específicos.....	51
Identificación de platos típicos	53
Origen de Platos Tradicionales Carchenses	53
Características de los Platos Tradicionales	54

Mercado Potencial	54
Segmento de Mercado.....	54
Mecánica operativa del Estudio	55
Identificación de la Muestra.....	55
Cálculo de la Muestra	56
Encuesta	57
Demanda	71
Determinación de la Demanda.....	71
Oferta	71
Determinación de la Oferta.....	71
Competencia	72
Comercialización	73
Precio	74
Plaza.....	74
Producto	74
Promoción.....	75
Conclusiones	75
CAPÍTULO IV.....	77
ESTUDIO TÉCNICO	77
Objetivo del Estudio Técnico.....	77
Objetivo General.....	77
Presentación	77
Localización del emprendimiento.....	77
Macro localización.....	77
Micro localización	79
Ingeniería del Proyecto	81
Diseño de instalaciones.....	81
Flujograma de Proceso del emprendimiento.....	82
Presupuesto Técnico	83
Inversión Fija	83
Maquinaria y Equipo.....	83
Equipo de Cómputo	83
Mobiliario	84
Resumen de Activos Fijos	84

Costos de Producción.....	84
Materia Prima Directa.....	85
Mano de Obra Directa.....	88
Materia Prima Indirecta	89
Materiales Indirectos.....	89
Servicios Básicos	90
Resumen de costos indirectos de Fabricación	91
Resumen de Costos de Producción	91
Gastos de Producción.....	91
Gastos Administrativos.....	91
Gastos de Constitución	93
Gastos de Ventas.....	93
Capital de Trabajo.....	93
Inversión Total.....	94
Financiamiento.....	94
Amortización de la Deuda	94
CAPITULO V.....	96
PRESUPUESTO OPERACIONAL.....	96
OBJETIVO	96
Introducción	96
Presupuesto de Ventas	96
Presupuesto de materia prima e insumos	99
Presupuesto de Mano de Obra	104
Depreciaciones.....	104
Presupuesto de Gastos Generales de Fabricación	106
Presupuesto de Gastos Operacionales.....	107
Presupuesto de Gastos Administrativos y ventas.....	108
Estados Financieros	110
Flujo de caja.....	112
CAPÍTULO VI.....	114
Estructura Organizacional.....	114
Propuesta Administrativa.....	114
Objetivo.....	114
Conformación Del Emprendimiento.....	114

Constitución legal y Razón Social	115
Permisos de funcionamiento	115
Misión	117
Visión	117
Políticas	117
Principios y Valores	118
Valores	118
Estructura Orgánica	118
Organigrama Estructural	119
Manual De Funciones	119
CAPÍTULO VII	121
Objetivo	121
Impactos	121
CONCLUSIONES	125
RECOMENDACIONES	127
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	128
ANEXOS	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstica.....	24
Tabla 2 Bancos y Cooperativas del Cantón Montúfar	31
Tabla 6 Población Hombres y Mujeres - Cantón Montúfar.....	34
Tabla 8 Matriz AOOR	37
Tabla 9 Matriz de Relación Diagnóstica.....	52
Tabla 10 Pregunta 1	58
Tabla 11 Pregunta 2	59
Tabla 12 Pregunta 3	60
Tabla 13 Pregunta 4	61
Tabla 14 Pregunta 4	62
Tabla 15 Pregunta 4	63
Tabla 16 Pregunta 5	64
Tabla 17 Pregunta 6	65
Tabla 18 Pregunta 7	66
Tabla 19 Pregunta 8	68
Tabla 20 Pregunta 9	69
Tabla 21 Pregunta 10	70
Tabla 22 Macrolocalización.....	78
Tabla 23 Distribución de Áreas	81
Tabla 24 Maquinaria y Equipo	83
Tabla 25 Equipo de Cómputo	83
Tabla 26 Mobiliario	84
Tabla 27 Resumen de Activos Fijos	84
Tabla 28 Insumos para el Champús	85
Tabla 29 Insumos para los Vicundos	86
Tabla 30 Insumos para Dulce de Calabazo.....	87
Tabla 31 Insumos para el Cuy Asado	88
Tabla 32 Resumen Insumos	88
Tabla 33 Mano de Obra Directa.....	89
Tabla 34 Materia Prima Indirecta	89
Tabla 35 Materiales Indirectos.....	90
Tabla 36 Servicios Básicos	90

Tabla 37 Resumen de los CIF.....	91
Tabla 38 Gastos Administrativos.....	91
Tabla 39 Suministros de Aseo y Limpieza	92
Tabla 40 Resumen de Gastos Administrativos	92
Tabla 41 Gastos de Constitución	93
Tabla 42 Gastos de Ventas.....	93
Tabla 43 Capital de Trabajo.....	93
Tabla 44 Inversión Total.....	94
Tabla 45 Financiamiento.....	94
Tabla 46 Tabla de Amortización.....	95
Tabla 47 Presupuesto de Ventas CHAMPÚS	97
Tabla 48 Presupuesto de Ventas MATA BURROS	97
Tabla 49 Presupuesto de Ventas DULCE DE CALABAZO	98
Tabla 50 Presupuesto de Ventas CUY ASADO	98
Tabla 51 Resmen de Ingresos Anuales	99
Tabla 52 Presupuesto Materia Prima CHAMPUS.....	100
Tabla 53 Presupuesto de Materia Prima MATA BURROS.....	101
Tabla 54 Presupuesto de Materia Prima DULCE DE CALABAZO	102
Tabla 55 Presupuesto de Materia Prima CUY ASADO	103
Tabla 56 Presupuesto de Mano de Obra	104
Tabla 57 Depreciación Area de Producción	105
Tabla 58 Depreciación Área Administrativa	105
Tabla 59 Depreciación Área de Ventas	105
Tabla 60 Gastos Generales de Fabricación.....	106
Tabla 61 Gastos Administrativos y Ventas Fijos.....	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Rama de las Actividades de la PEA	33
Gráfico 2 Rama de Actividad (Primer Nivel)	34
Gráfico 3 Pregunta 1	58
Gráfico 4 Pregunta 2	59
Gráfico 5 Pregunta 3	60
Gráfico 6 Pregunta 4	61
Gráfico 7 Pregunta 4	62
Gráfico 8 Pregunta 4	63
Gráfico 9 Pregunta 5	64
Gráfico 10 Pregunta 6	65
Gráfico 11 Pregunta 7	66
Gráfico 12 Pregunta 7	67
Gráfico 13 Pregunta 7	67
Gráfico 14 Pregunta 8	68
Gráfico 15 Pregunta 9	69
Gráfico 16 Pregunta 10	70
Gráfico 17 Aceptación del Restaurante	71
Gráfico 18 Mapa Provincia del Carchi - Cantón Montúfar	79
Gráfico 19 Microlocalización	80
Gráfico 20 Diseño de Instalaciones	81
Gráfico 21 Proceso del Emprendimiento	82

TEMA: “Creación de un restaurante de comida tradicional carchense en la ciudad de San Gabriel cantón Montúfar provincia del Carchi”

1. ANTECEDENTES

La Asociación “Nuevo Amanecer “ es una entidad que se dedica a la crianza de animales menores en este caso cuyes la Asociación “Nuevo Amanecer” fue creada hace aproximadamente 20 años atrás, está ubicada en la comunidad de Chutan Bajo cantón Montufar, la conforman 15 socios, a la vez realizan más actividades como la agricultura y ganadería permitiéndoles mayores ingresos, su galpón de cuyes tiene una capacidad para 200 cuyes además que los integrantes de esta asociación también tienen en sus hogares más animales menores y se dedican a las ya actividades mencionadas.

La Asociación “Nuevo Amanecer” también ha participado en proyectos y capacitaciones a nivel provincial para el mejoramiento de la misma con estas oportunidades a logrado expandirse en lo cuál por un proyecto de Carchi Emprende ganó una inversión de 15000 dólares para la creación de Sol Plastic la cual se creó un centro de acopio de botellas plásticas en el 2011 ubicado en la ciudad de San Gabriel en la casa de una socia, a la vez esta asociación también a participado en ferias gastronómicas que son muy reconocidas en el cantón Montufar siendo así más reconocida y obteniendo premios por la participación tanto local como Nacional.

De esta manera la producción y comercialización de todas las actividades que realizan han hecho de esta asociación en una asociación emprendedora que busca mejorar la productividad y a la vez rescatar las culturas ancestrales de comida orgánica y cuidado del Medio Ambiente.

2. JUSTIFICACIÓN

En el ámbito cultural se puede decir que la ciudad de San Gabriel provincia del Carchi existe una diversa cultura gastronómica y por sus construcciones patrimoniales fue declarada el 11 de noviembre de 1992 como Patrimonio Nacional, esto la hace una ciudad más visitada y con más turismo además se debe recalcar su variedad en gastronomía siendo el cuy asado el principal plato de degustación por los visitantes a la vez siendo una ciudad ancestral aún encontramos la ganadería, agricultura como la principal fuente de ingresos por lo que la creación de asociaciones dedicadas a la crianza de animales menores es una oportunidad de progreso con la ayuda de Gobierno Provincial del Carchi, GADM y Prefectura dichas asociaciones reciben capacitaciones ayudas para incentivar a que se siga con la cultura tanto productiva como gastronómica.

En el ámbito económico podemos decir que con la creación de este emprendimiento como es el restaurante de comidas tradicionales típicas de nuestro sector dinamizaremos la economía puesto que no sólo intervienen un sector en específico quien brindará los productos necesarios para la comercialización de diferentes platos sino entraran todas las partes detrás de la preparación de estos desde su producción hasta su comercialización, esto genera una economía dinámica y una cadena para llegar a las personas que consumirán nuestros productos terminados.

En el ámbito Social daremos realce a la comida tradicional y típica que con el pasar del tiempo ha ido evolucionando convirtiéndose en perjudicial de la salud con este emprendimiento trataremos de que los consumidores se sientan con la seguridad de lo que se están sirviendo puesto que la Asociación “Nuevo Amanecer” ya es reconocida sabrán cómo fue su producción y comercialización dando así más credibilidad a la comida que se preparará y se servirá, consto

ayudaremos a comercializar sus productos terminados y brindarlos a toda la ciudadanía rescatando su valor nutricional en cada plato.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de San Gabriel existe una diversa gastronomía, pero con el pasar del tiempo se ha visto que las costumbres ancestrales y sobre todo la comida tradicional se ha ido perdiendo y se ha caído en la costumbre de comer comida rápida la cual tiene como consecuencia la epidemia silenciosa llamada Obesidad que día a día cobra víctimas en todo el mundo.

Con la creación de un restaurante de comidas tradicionales Carchenses se puede tomar conciencia del público por llevar una vida más sana y de esa forma recuperar costumbres y tradiciones gastronómicas perdidas puesto que en este restaurante se encontraran gracias a la experiencia de todos los socios de la Asociación “Nuevo Amanecer” productos orgánicos producidos y preparados por ellos mismos como: los mellocos, las habas, los nabos, las papas, el champús, el morocho, la leche, las cuajadas que son comidas típicas y que tienen un alto valor nutricional además de la producción y comercialización de animales menores como el cuy asado y el conejo que también son platos típicos de la zona a través de este restaurante podemos ayudar a comercializar de una manera directa a los consumidores que desean la comida más saludable y nutritiva brindándoles un restaurante que puedan visitarlo todos los días y encuentren sus platos preferidos y consuman lo más sano posible en vez de una salchipapa por que no unas habas con queso y un buen ají de piedra para recuperar las buenas costumbres alimenticias.

Esto también generará más oportunidades de trabajo y contará con una nueva forma de mirar los platos típicos de la región haciéndolos más atractivos y aprovechando todos los recursos y productos que nos brindan los agricultores y ganaderos del cantón Montúfar.

4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Rescatar ciertos platos típicos que se han perdido con el tiempo en la ciudad de San Gabriel cantón Montúfar, resaltando la comida tradicional y saludable del Cantón Montúfar Provincia del Carchi.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de emprendimiento para la creación de un restaurante de comida tradicional carchense en la ciudad de San Gabriel - Cantón Montúfar Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional en el Cantón Montufar, Provincia del Carchi, que permita analizar las respectivas variables e indicadores para la creación de este emprendimiento.
- Elaborar el marco teórico que permita sustentar el proyecto, mediante investigación bibliográfica y documental.
- Determinar el estudio de mercado, identificando las variables de mercado como son oferta, demanda, precio, producción y comercialización.
- Realizar el estudio técnico que permita determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto y las inversiones a realizarse.
- Determinar el respectivo Presupuesto Operacional que permita evaluar la inversión inicial del emprendimiento y la rentabilidad del Proyecto.
- Realizar un estudio organizativo para la definición de los aspectos que se tendrán en cuenta en la implementación del emprendimiento.
- Determinar los principales impactos del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes.

San Gabriel una ciudad situada en la provincia del Carchi en Ecuador. Está situado a tan solo 40 kilómetros de la frontera de Colombia. Es la cabecera cantonal del cantón Montúfar y segunda ciudad en tamaño y población de la provincia del Carchi.

La economía carchense se basa principalmente en el comercio; debido a su situación fronteriza con Colombia, esta provincia es la tercera generando rentas por importaciones y exportaciones para el país, luego de Guayas y Pichincha. Las industrias lácteas ocupan otro lugar importante en la economía, pues no solo distribuyen su producción a nivel local sino regional. La agricultura pasó a un segundo plano, pues el exceso de producción de papa genera grandes pérdidas en los productores del tubérculo; sin embargo, se cultivan otros productos como arveja, maíz, fréjol, zanahoria, entre otros que ayudan a la economía de los pequeños y medianos agricultores.

En la actualidad se considera que la comercialización de todos los productos que se producen en esta provincia se ha vuelto de gran importancia para el consumo de productos frescos y comida nutritiva, por lo que se ha considerado crear restaurantes donde se puedan consumir los principales platos tradicionales todos los días y no solo en eventos especiales como días festivos, matrimonios, cumpleaños, eventos especiales, etc.

Los factores antes mencionados identifican la necesidad de crear un restaurante de comercialización de las principales comidas tradicionales de nuestro cantón como: las habas mellocos, cuyes asados, choclos, champús, mata burros, humitas, quimbolitos, y los dulces con

cuajada con esto lograremos brindar a nuestros clientes comidas variadas y exclusivas de nuestra zona.

1.2 Objetivos del Diagnóstico

1.2.1 Objetivo General

- Realizar un diagnóstico situacional en el Cantón Montufar, Provincia del Carchi, que permita analizar las respectivas variables e indicadores para la creación de este emprendimiento.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Realizar el análisis económico del sector su actividad económica y el principal ingreso de la región para poder identificar el poder adquisitivo que tiene el sector.
- Determinar el aspecto socio- cultural del Cantón Montúfar sus principales costumbres y tradiciones.
- Determinar las políticas actuales del cantón Montúfar.
- Identificar la Población Económicamente Activa a la cuál va dirigido la creación de este emprendimiento.
- Determinar las posibles normas, reglas que puedan afectar o beneficiar al emprendimiento a realizarse.
- Realizar programas publicitarios por medio de redes sociales, medios de comunicación entre otros.

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Fuente	Técnica	Información
Realizar el análisis económico del sector su actividad económica y el principal ingreso de la región para poder identificar el poder adquisitivo que tiene el sector.	Situación Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades Económicas del Cantón Montúfar • Ingresos 	Secundaria	Inv. Bibliográfica	PDyOT, INEC
Determinar el aspecto socio-cultural del Cantón Montúfar sus principales costumbres y tradiciones.	Aspectos socio culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Situación Patrimonial • Asociación “Nuevo Amanecer” • Cultura Alimenticia • Costumbres Montúfareñas • Platos Típicos y Lugares turísticos 	Primaria y Secundaria	Observación Directa Inv. Bibliográfica Entrevista	PDyOT, INEC Autoridades Locales Miembro de la Asoc. Nuevo Amanecer.
Determinar las políticas actuales del cantón Montúfar.	Aspectos legales y políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas del Cantón Montúfar • Sistema Financiero 	Primaria y Secundaria	Observación Directa Inv. Bibliográfica	PDyOT, INEC Población
Identificar la Población Económicamente Activa a la cuál va dirigido la creación de este emprendimiento.	Aspectos demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • PEA • Población con empleo • Población Hombres y Mujeres 	Primaria y Secundaria	Inv. Bibliográfica	PDyOT, INEC
Determinar las posibles normas, reglas que puedan afectar o beneficiar al emprendimiento a realizarse.	Aspecto regulatorio	<ul style="list-style-type: none"> • SRI • Patentes 	Primaria y Secundaria	Inv. Bibliográfica	Autoridades Locales GADM
Realizar programas publicitarios por medio de redes sociales, medios de comunicación entre otros.	Aspecto tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de Comunicación • Redes Sociales 	Primaria y Secundaria	Inv. Bibliográfica	

1.3 Análisis de Variables Diagnósticas

1.3.1. Situación Económica

Sector económico primario

Según el (Territorial, 2011 - 2031), menciona que:

Las actividades agrícolas y ganaderas son la base de la economía ya que el 47% de la población se dedican a estas actividades, en el cantón Montúfar.

El 58,66% del territorio es utilizado para la producción de cultivos y pastos, este último representa más de un tercio del territorio y muestra la importancia de esta actividad en el territorio. El 19,71 % del cantón se encuentra cubierto por bosques naturales distribuidos en los flancos de las cordilleras oriental y occidental. El área erosionada es de 1,84% lo que corresponde a 708ha esta se encuentra en el sector de la Paz, en áreas cercanas a la panamericana.

Ingresos

Según (Territorial, <http://app.sni.gob.ec>, 2011 - 2031), manifiesta que:

Las ramas en las que se desarrollan los pobladores es la agricultura, ganadería y silvicultura (47%), comercio al por mayor y menor (10%), industria y manufactura (7,24%) que corresponden a las industrias lecheras principalmente y también las ladrilleras, la artesanía en madera y cerámica y las tejedoras, enseñanza (7%), y transporte y almacenamiento (5%). Las actividades comerciales en la zona dinamizan la economía ya que existen almacenes de abastos, de insumos agropecuarios, de enceres, prendas de vestir además de la feria ganadera y agrícola que moviliza recursos en la zona. Se puede afirmar que la economía del cantón está concentrada exclusivamente en el sector primario. Es interesante observar que la Industria llega en tercer lugar y sigue desarrollándose en el cantón.

1.3.2 Aspectos Socio Culturales

Situación Patrimonial del Cantón Montúfar

Ciudad pulcra que por medio de mingas populares se hace acreedora a llamarle "Procerato del Trabajo". El 11 de noviembre de 1.992, San Gabriel es declarado por la UNESCO como "Patrimonio Nacional" por la fachada colonial de sus construcciones. Conocida también como la ciudad de la Eterna Primavera se encuentra localizada en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 Kilómetros. de Tulcán, creada 27 de septiembre de 1905.

El valor turístico del Patrimonio Cultural del cantón Montúfar, es determinando que el cantón cuenta con un patrimonio tangible e intangible de alto valor ya sea por sus lugares turísticos, bosques, reservas y sobre todo por sus construcciones patrimoniales es por esto que la hace una ciudad más visitada y con más turismo además encontramos que las actividades que se realizan en este Cantón son realizadas aun con indicios de los antepasados y manteniendo el patrimonio que dejaron sus orígenes por lo que la creación de emprendimientos, asociaciones familiares dedicadas a la crianza de animales menores es una oportunidad de progreso para el Cantón

Asociación “Nuevo Amanecer”

La Asociación “Nuevo Amanecer “ es una entidad que se dedica a la crianza de animales menores en este caso cuyes la Asociación “Nuevo Amanecer” fue creada hace aproximadamente 20 años atrás, está ubicada en la comunidad de Chutan Bajo cantón Montufar, la conforman 15 socios, a la vez realizan más actividades como la agricultura y ganadería permitiéndoles mayores ingresos su galpón de cuyes tiene una capacidad para 200 cuyes además que los integrantes de esta asociación también tienen en sus hogares más animales menores y se dedican a las ya actividades mencionadas.

La Asociación “Nuevo Amanecer” también a participado en proyectos y capacitaciones a nivel provincial para el mejoramiento de la misma con estas oportunidades a logrado expandirse en lo cuál por un proyecto de Carchi Emprende ganó una inversión de 15000 dólares para la creación de Sol Plastic la cual se creó un centro de acopio de botellas plásticas en el 2011 ubicado en la ciudad de San Gabriel en la casa de una socia, a la vez esta asociación también a participado en ferias gastronómicas que son muy reconocidas en el cantón Montufar siendo así más reconocida y obteniendo premios por la participación tanto local como Nacional.

Cultura Alimenticia

En el ámbito cultural podemos decir que en la ciudad de San Gabriel provincia del Carchi existe una diversa cultura gastronómica su variedad en comida típica y tradicional es una oportunidad para disfrutar de diferentes platos de la zona siendo el cuy asado el principal plato de degustación por los visitantes a la vez como es una ciudad ancestral aún encontramos la ganadería, agricultura como la principal fuente de ingresos con la ayuda de Gobierno Provincial del Carchi , GADM y Prefectura dichas asociaciones reciben capacitaciones ayudas para incentivar a que se siga con la cultura tanto productiva como gastronómica.

Costumbres Montufareñas

Las ferias gastronómicas son las principales costumbres que se realizan en este Cantón al ser una estrategia para dar a conocer los productos y servicios que brinda el cantón Montúfar a propios y ajenos además el tradicional baile de inocentes y comparsas evento que se lo realiza por la calle principal de la ciudad de San Gabriel, y al cual asisten participantes locales, regionales, provinciales y también del vecino país de Colombia (Ipiates) evento que se lo realiza en el mes de enero. El Festival Carnavalero que se lo realiza en la Laguna del Salado,

en el feriado de Carnaval, esto a su vez es una oportunidad para disfrutar y conocer todos los lugares turísticos que se encuentran en esta ciudad.

Las Fiestas Populares que se realizan en cada parroquia so otra costumbre que se realiza en este cantón puesto que se realizan en las fiestas patronales de San Gabriel casi todo el mes de Septiembre por la Cantonización de Montúfar, además al ser un Cantón devoto y católico encontramos las diferentes fiestas a sus patronos como en la comunidad de Chutan Bajo San Juan Bautista, La Delicia Baja San Francisco de Asis, Fiesta de Nuestra Señora de la Paz en cada fiesta popular se puede encontrar diferentes ferias gastronómicas de acuerdo a la parroquia donde se realiza esto representa una reactivación económica y a la vez una oportunidad de mejora y bienestar colectivo.

Platos típicos

En el Cantón Montúfar existe una variedad de gastronomía que deleitan a propios y extranjeros entre los principales tenemos: papas con cuero, el exquisito Hornado, cuy asado, morocho, queso amasado con papas, papas asadas.

A la vez se conoce que existe 8 restaurantes que ofrecen diferentes platos típicos bajo pedido ubicados en el Cantón para mayor información se los detallará en el estudio de mercado.

Lugares Turísticos

El Cantón Montúfar tiene lugares turísticos muy reconocidos a nivel Nacional los cuáles favorecen al desarrollo del cantón dando a conocer sus costumbres, tradiciones, y su gastronomía entre los lugares turísticos tenemos:

- Bosque de los Arrayanes
- Cascada de Paluz

- Gruta de La Paz
- El Pilar de Athal
- Iglesia Matriz de San Gabriel
- Laguna del Salado

1.3.3 Aspectos Legales y Políticos

Políticas del Cantón Montúfar

Según el COOTAD, capítulo IV (del ejercicio de las competencias constitucionales), artículo 135 (ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias), “a los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales les corresponde de manera concurrente la generación y democratización de los servicios técnicos y financieros a la producción”. No les compete directamente a las municipalidades trabajar en la parte productiva. No obstante tiene que vincularse con las parroquias y el Gobierno Provincial para generar y democratizar servicios financieros a la producción; los GADs tienen que llenar el vacío dejado por las cooperativas de ahorro y crédito, con capital semillas para proyectos que serán a mediano o largo plazo.

Sistema Financiero

En la actualidad hemos visto un decremento en la economía del País lo que implica la falta de liquidez que perjudica la producción y comercialización de productos generando pérdidas económicas y cierre de negocios puesto que los indicadores como son: la rentabilidad, solvencia y liquidez del sistema financiero decaen y a la vez generan cambios sobre los hábitos de consumo de los Ecuatorianos ocasionando buscar otras alternativas para generar ingresos

en las familias como las empresas y así mejorar el desenvolvimiento de negocios y emprendimientos.

Según el COOTAD, capítulo IV (del ejercicio de las competencias constitucionales), artículo 135 (ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias), “a los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales les corresponde de manera concurrente la generación y democratización de los servicios técnicos y financieros a la producción”.

Tabla 2 Bancos y Cooperativas del Cantón Montúfar

Nombre Banco o Cooperativa	Nro.Clientes o Socios En Montúfar	Presente en el Cantón	Línea de Crédito	Montos	Plazo de Reembolso	Intereses	Modo de Pago	Observaciones/Política General
San Gabriel LTDA.	1000	38 años	Crédito ordinario, hipotecario, descuento rol de pagos, de sueldo, emergente y flash.	Hasta 5000 USD con garante y 15000 USD con hipoteca	Hasta 60 meses	21% y 22 % dependiendo del monto	Mensual, Trimestral, Semestral, para la agricultura dependiendo del ciclo productivo.	Clientes dentro y fuera del cantón.
Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción Imbaburapak	1481	1 meses	Créditos de Consumo y Créditos Productivos	Desde 100 USD hasta 3000 USD con garante	De 1 mes hasta 5 meses	13% anual	Diario, semanal, quincenal y mensual.	La mayor parte de los créditos son microcréditos que son dirigidos hacia la agricultura, ganadería y artesanías.
Banco Pichincha (CREDIFE)	3000	9 AÑOS	MICROCRÉDITOS (Capital de Trabajo , Activo Fijo, mejoramiento de vivienda)	Desde 300 hasta 20000 (sin garante con casa propia hasta 3000)	De 3 meses hasta 30 años	24,5% anual sin encaje, sin retención.	Mensual, trimestral y semestral.	Apertura de cuenta gratuita / el 90% es destinado para agropecuaria/ clientes desde Julio Andrade hasta EL Juncal/Créditos inmediatos en 48 horas.
Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán LTDA	12000	32 años	Crédito de consumo, Microcrédito, Vivienda y Comercial	Desde 200 USD hasta 60000 USD todos los créditos	De 1 mes hasta 36 meses, capital fijo a 5 años.	21,50 y 22,50 % anual	Mensual, quincenal, trimestral, semestral.	La mayor parte de clientes son de Montúfar y Bolívar / el 40 % de créditos dedicados a la agricultura.

Fuente: PDyOT

Elaborado por: La Autora

1.3.4 Aspectos Demográficos

Población Económicamente Activa

El Cantón Montúfar con su cabecera cantonal es San Gabriel. Tiene una población de 30.511 habitantes, y cuenta con una superficie de 383.3 km² aproximadamente, comprendiendo el 50,9 % PEA.

El cantón Montúfar cuenta con 7 parroquias dos urbanas y cinco rurales: Gonzales Suárez y San Jose y las rurales comprendidas por, Cristobal Colón, La Paz, Piartal, Fernandez Salvador, Chitan de Navarretes.

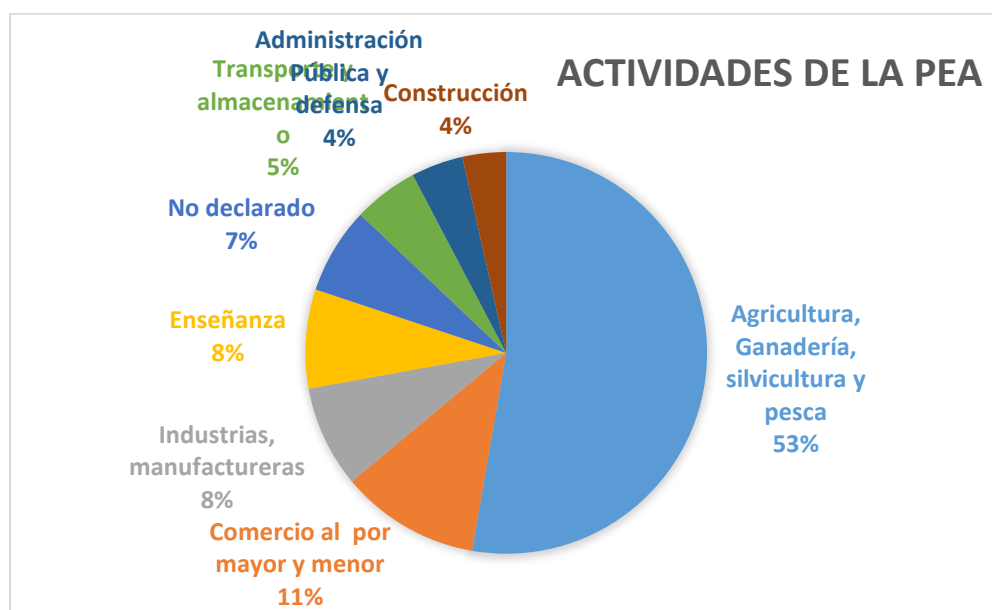
La población Urbana representa el 47,5% mientras que la Rural el 52,5% , esto representa el 10, 2% del territorio de la provincia de Carchi (aproxmadamente 0,4 mil km²).

El 50,9% de la población del cantón Montúfar es económicamente activa. Según el censo de población y vivienda 2010, la categoría de ocupación de la población económicamente activa del cantón se dedica en un 34,5% a laborar como jornalero(a) o peón, un 22,7% labora por cuenta propia y el 17,6% como empleado/a u obrero/a privado.

Una pequeña parte de la PEA (12,78%) son empleados públicos: enseñanza, administración pública y defensa. La mayoría de los jornaleros, quienes trabajan por cuenta propia, y de los empleados privados trabajan en el sector agropecuario.

Se puede observar que al ser un cantón con un nivel alto en actividades del sector primario encontramos que la mayoría de personas se dedican a trabajar como jornalero puesto que la agricultura y el comercio al por mayor y menor es la mayor prioridad y fuente de ingresos en este cantón. (Territorial, 2011 - 2031)

Gráfico 1 Rama de las Actividades de la PEA



Fuente: INEC 2010, SNI
Elaborado por: La Autora

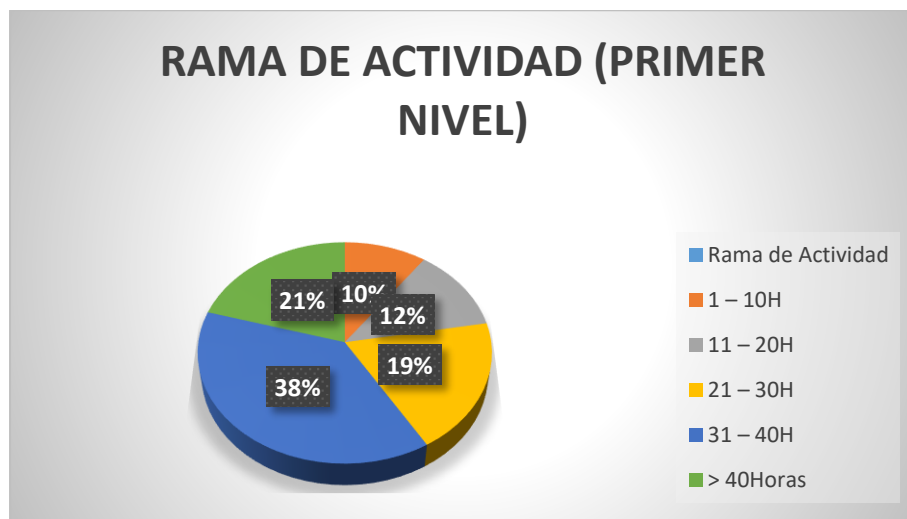
Población con Empleo

“Podemos decir que las personas del Cantón Montúfar se dedican en mayor parte a la agricultura con un total de 38% de horas trabajadas. Lo que podemos deducir población económicamente activa no tiene ninguna seguridad laboral y trabaja en función de las oportunidades que se presentan. Esta hipótesis se confirmaría con el número alto de jornaleros. Algunos niños y jóvenes ayudan a sus padres en las labores diarias. En este caso, se entiende porque el número de horas trabajadas es inferior a 40 horas. Por otra parte, esta cifra indica que el trabajo infantil es significativo en el cantón. El trabajo agrícola no es regular. Existen días donde no hay labores agrícolas o cuando el clima impide la realización de algunas tareas.” (Territorial, 2011 - 2031)

Podemos decir que el alto número de personas con subempleo es alto puesto que es una zona de agricultura las personas trabajan como jornaleros y esto genera inseguridad laboral porque días habrá trabajo y días que el clima no le permita no tendrán trabajo seguro es por

ello que las personas se dedican a comerciar productos de la zona para obtener ingresos para mantener a sus familias.

Gráfico 2 Rama de Actividad (Primer Nivel)



Fuente: PDYOT Montúfar

Población Hombres y Mujeres

En el Cantón Montúfar al contar con 5 parroquias encontramos los siguientes datos:

Tabla 3 Población Hombres y Mujeres - Cantón Montúfar

PARROQUIAS	Hombres	Mujeres	Total
CHITAN DE NAVARRETE	313	305	618
CRISTOBAL COLON	1.449	1.494	2.943
FERNANDEZ SALVADOR	663	619	1.282
LA PAZ	1.665	1.767	3.432
PIARTAL	586	554	1.140
SAN GABRIEL	10.234	10.862	21.096
Total	14.910	15.601	30.511

Se puede observar que el número de mujeres es mayor que el de hombres podemos deducir que las mujeres son las cabezas de hogar quiénes por falta de empleos buscan otras

alternativas o a la vez ser amas de casa y cuidar de sus hijos mientras que los hombres trabajan al jornal.

1.3.5 Aspectos Regulatorios

Patentes

Según INAPI; Una patente es un *derecho* exclusivo que concede el Estado para la protección de una invención, la que proporciona derechos exclusivos que permitirán utilizar y explotar su invención e impedir que terceros la utilicen sin su consentimiento. Si opta por no explotar la patente, puede venderla o ceder los derechos a otra empresa para que la comercialice bajo licencia.

Las buenas ideas convertidas en invenciones pueden constituirse en activos comerciales con importantes valores de mercado, siempre y cuando su creador las haya protegido legalmente. De lo contrario, se corre el riesgo que cualquier competidor más fuerte comercialice un producto o procedimiento no protegido, a un precio más bajo y sin ninguna obligación de compensar económicamente a su creador.

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el único organismo en Ecuador que garantiza la protección al derecho de propiedad sobre el producto inventado.

SRI

El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. (SRI)

EL servicio de rentas internas es un ente regulador el cual permitirá el cumplimiento tributario que se deben regir todas las actividades económicas que generen una utilidad, además es un requisito que se debe cumplir para la creación de cualquier emprendimiento o microempresa.

Art 97. Literal 97.2 LORTI En Vista de que es un emprendimiento de servicio en este caso restaurante y los ingresos no superan los 60.000 dólares americanos anuales se utilizará notas de venta, puesto que se entregaran directamente a consumidores finales, y el emprendimiento no cuenta con más de diez empleados.

1.3.6 Aspecto Tecnológico

Medios de Comunicación

Los medios de comunicación son herramientas que permiten dar a conocer algo de una manera masiva, rápida y eficaz llegando hasta los puntos más remotos de una región, ciudad o país. Esto facilita la manera de realizar publicidad de un bien o un servicio dando como resultado el intercambio y mejora continua del comercio y a la vez genera reactivación económica y mayor ingresos para los servicios o bienes a ofertarse.

Redes Sociales

En la actualidad, el análisis de las redes sociales se ha convertido en un método de estudio en ciencias como la antropología o la sociología. Internet y las nuevas tecnologías favorecen el desarrollo y ampliación de las redes sociales.

Las redes sociales en internet son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo o, incluso, la formación de nuevas parejas.

Actualmente las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para acercarse más y comunicarse en forma fácil y rápida alrededor del mundo, por medio del WhatsApp una aplicación en donde se puede dar a conocer los productos a ofertarse será una herramienta indispensable para llegar de una manera más directa con los clientes, consumidores y usuarios .

1.4 Matriz AOOR

Tabla 4 Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • El 50,9 % de la PEA Cantón Montúfar con alto poder adquisitivo. • Proveedor de Materia Prima Asociación “Nuevo Amanecer” • Acceso a microcréditos para emprendimientos. • Productos tradicionales y saludables • Precios accesibles al consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes que ofrecen comidas típicas en el Cantón Montúfar. • Competencia Directa en ciertos platos ofrecidos por restaurantes de la zona.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar el servicio alimenticio en el Cantón Montúfar • Participación en Ferias gastronómicas de comida tradicional en el cantón. • Uso de tecnología para dar a conocer el restaurante • Conducir al Cantón como un destino comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en preparación de alimentos y atención a los clientes. • Intereses altos por entidades financieras. • Desconocimiento de platos tradicionales de la zona. • Creación de nuevos emprendimientos con platos similares al emprendimiento a ejecutarse.

Elaborado por: La Autora

1.4.1. Análisis de la Matriz AOOD ALIADOS

- ✓ Los principales consumidores para el emprendimiento son considerados el 50,9% de la PEA que será el sector urbano del Cantón Montúfar.
- ✓ La Asociación “Nuevo Amanecer” será un potencial proveedor de materia prima e insumos para este emprendimiento puesto que son ellos los que forman parte del sector primario dedicados a la agricultura y de esta manera proveerán la materia prima necesaria para la elaboración de los diferentes platos típicos de la zona y los cuáles se van a comercializar en el restaurante.
- ✓ La accesibilidad de Microcréditos por parte de la entidad financiera BanEcuador con una tasa de interés baja.
- ✓ Al ser platos tradicionales que con el pasar de los años se han ido perdiendo rescataremos la comida tradicional del cantón Montúfar y se dará a conocer su alto valor nutricional para el público en general.
- ✓ Los precios son accesibles y de acuerdo a la competencia existente.

OPORTUNIDADES

- ✓ Al ser un emprendimiento nuevo e innovador generará un impacto positivo al mejorar el servicio y presentar nuevos productos a la ciudadanía
- ✓ La tecnología, las redes sociales también serán un aliado pues por medio de esto se fomentará las campañas publicitarias para el emprendimiento.
- ✓ Además, se encontró una oportunidad de participar en ferias gastronómicas en la región teniendo en cuenta y potenciando todo lo que posee el Cantón, y su materia prima.
- ✓ Al ser un emprendimiento de comida tradicional carchense el ministerio de turismo del GAD Montúfar fomenta el turismo en lo que respecta a la región con capacitaciones

ayudas e información para implementar de mejor manera el emprendimiento o proyecto a realizarse.

OPONENTES

- ✓ A nivel cantonal existen alrededor de 12 restaurantes en la provincia del Carchi los cuáles ofrecen comida típica en especial el principal plato como es el Cuy Asado un plato significativo para la región.
- ✓ Como competencia Directa se encontró 8 restaurantes que brindan el servicio de alimentación en este caso restaurantes ofrecen los mismos o similares platos de la zona.

RIESGOS

- ✓ Al ser platos tradicionales existe poca experiencia en preparación de alimentos y atención a los clientes, puesto que su preparación es mas compleja.
- ✓ Desconocimiento de la existencia de platos tradicionales de la zona, en especial los jóvenes.
- ✓ Intereses altos por las entidades financieras para microcréditos.
- ✓ Aparición de nuevos emprendimientos con productos iguales con valores agregados.

1.5 Oportunidad de la inversión

Con este emprendimiento y los respectivos aspectos determinados en el diagnóstico situacional tendrá como aliados a los consumidores que prefieren la comida tradicional Carchense además se cuenta con el principal aliado de proveedor de Materia Prima como es la asociación “Nuevo Amanecer”, cabe recalcar que su experiencia en la cocina y elaboración de platos típicos serán la prioridad para este emprendimiento.

Además, al ser un emprendimiento que rescata las tradiciones de la gastronomía antecesora y es originaria del cantón será una oportunidad la cual contará con el apoyo de la

Dirección de Turismo que fomenta los emprendimientos gastronómicos dando oportunidad a la gastronomía tradicional, también la tecnología será un aliado publicitario para dar a conocer este nuevo emprendimiento. Además, este emprendimiento enfatizará más a las posibilidades de crecimiento económico del cantón Montúfar

Dicho esto, se puede decir que el emprendimiento es posible realizarlo ya que no se encontró impedimentos u oponentes que sean de mayor impacto para no ejecutarlo.

CAPÍTULO II

2. Objetivo General

Elaborar el marco teórico, conceptual y legal que permita sustentar el emprendimiento, mediante investigación bibliográfica y documental.

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1 Emprendimiento

Según (Juan Fernando Reinoso Lastra, Emprendimiento y Empresarismo, 2013, pág. 13) “El emprendimiento se parte de la persona , sus actitudes, creatividad y emociones para aprovechar las oportunidades que se le presenten”

2.1.2 Emprendedor

Según (Silva, 2010, pág. 27) “Es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo, estos son los principales agentes de cambio”.

2.1.3 Tradición

“Es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad. Se trata de aquellas costumbres y manifestaciones que cada sociedad considera valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural.” (Gardey, 2010)

2.1.4 Comida Tradicional

“Es una manifestación cultural viva, antigua con continuidad histórica y originalidad de productos, técnicas y procedimientos” (Lemus, 2017).

2.1.5. Comida Típica

“Los platillos típicos son las preparaciones culinarias que dan identidad a un país, una región o una etnia, que al prepararlos o consumirlos nos recuerda el lugar de origen, forman parte del acervo cultural y sus recetas se transmiten de generación en generación para su conservación” (Lemus, 2017).

2.2. Proyecto de Inversión

Según Meza Orozco (2010,p.16) Un proyecto de inversión es aquel que se le asigna un determinado monto de capital con lo que se le proporciona insumos de varios tipos, estos insumos podrán producir un bien o servicio útil a la sociedad. En otras palabras , un proyecto de inversión son bienes o servicios que se utilizarán para poner en marcha un emprendimiento o microempresa.

Los emprendimientos son proyectos de inversión los cuáles necesitan de un capital para la creación o producción de un bien o servicio con el propósito de satisfacer una necesidad sea esta individual o colectiva , la adecuada asignación de recursos permiten un funcionamiento óptimo del emprendimiento generando la mayor utilidad y a la vez teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política de un cierto sector.

2.3. Estudio de Mercado

El estudio de mercado indica la necesidad de los demandantes por adquirir un bien o servicio, a un precio equitativo, además, determinando la oferta existente en el sector o zona de estudio de un bien o servicio.

“Se entiende como mercado al conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio”. Arévalo (2012,p.26)

2.3.1. Segmentación de mercados

Según Uribe (2015,p.99) Una segmentación de mercado permite conocer de una manera más definida el mercado en su conjunto puesto que se puede dividir en pequeños segmentos de iguales características, para identificar las necesidades de cada segmento y de esta manera tener éxito en la distribución del bien o servicio a comercializarse.

2.3.2 Mercado meta

Según Uribe (2015) El mercado Meta es un análisis concienzudo de cada segmento definiendo así si la empresa cuenta con los recursos y la capacidad para atender dicho segmento a esto se le llama targeting o mercado meta, que consiste en escoger uno o varios segmentos que se este en la capacidad de atender.

En cada proyecto o emprendimiento a realizarse se debe identificar el mercado meta, para poder conocer la demanda objetiva a la que va dirigido el emprendimiento y de acuerdo a la información investigada cubrir las necesidades de cierto grupo de clientes.

2.3.3 Muestra

“La muestra es un conjunto de elementos de una población o de un universo del que se quiere obtener o extraer información”Uribe (2015,p.113)

La muestra se debe tomar en cuenta que para que la información sea valida tiene que ser representativa de la población objetiva o dicho en otras palabras el mercado meta.

2.3.4 Mercado Competitivo

Según Vélez (2013,p.66) El mercado competitivo significa que existen varios vendedores que ofrecen productos similares esto produce que los compradores prefieran productos baratos y de similares características.

2.3.5. Demanda

La demanda permite determinar que cantidad de bienes o servicios están dispuestos a consumir los compradores de acuerdo a su necesidad y poder adquisitivo que posean. Vélez (2013, p.130)

2.3.6. Oferta

“La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos”. Vélez (2013, p.28)

Se debe tener en cuenta en ofrecer y vender puesto que ofrecer es tener la predisposición o estar dispuesto a vender, mientras que vender es concretar o hacerlo real.

2.3.7. Precio

Según Santestanes Mestres (2014, p.201) El precio se considera como el punto en el que se equipara el costo económico de un producto para el público con el objeto de realizar la transacción para el vendedor a cambio de un bien o servicio.

Se debe tomar en cuenta que el precio no es solo el valor monetario pagado por un bien o un servicio, sino también un intercambio de dinero por un producto de calidad que valga la pena pagarlo o invertir para obtener la satisfacción de una necesidad.

2.3.8. Producto

“Un producto es todo objeto que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”. Jairo Darío Murcia (2009, p.42)

El producto puede ser también un servicio que se presta o una idea que se requiere vender una persona, un lugar entonces se puede decir que un producto tiene conceptos muy

amplios.

2.3.9. Promoción

Según Jairo Dario Murcia M (2009) La promoción es una propuesta de importe la cuál es informada específicamente al mercado Meta, y del cuál se espera una acogida positiva en su entornola cual debe ser monitoreada y controlada.

2.3.10 Comercialización

Según Vergara Cortina (2012, p.227) La comercialización es interacción de todos los esfuerzos que se llevan a cabo para efectuar una transferencia de mercancías o servicios lo cual proporcionan su distribución física e intercambio de bienes y servicios y lograr los objetivos de la empresa”.

2.4. Estudio Técnico

Según Arévalo (2012, p.57) “El estudio técnico aporta información muy valiosa cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, con esta información se llega finalmente a conocer la valoración económica y financiera del proyecto.”

Esta información sera imprescindible para la valoración de los presupuestos de inversión y su respectivo funcionamiento, considerando la magnitud de los costos de inversión y gastos de producción que se utilizarán para la realización del mismo.

2.4.1 Tamaño del proyecto

“El tamaño de un proyecto empresarial es su capacidad de producción del bien o de prestación del servicio durante un período de tiempo de funcionamiento”. Vélez, German Arboleda (2013, p.145).

Se debe tener en cuenta que al seleccionar el mejor tamaño o el tamaño óptimo permitirá maximizar la rentabilidad del proyecto y a la vez tomar en cuenta las cantidades de recursos requeridos sus respectivos costes de inversión y operación.

2.4.2. Capital de Trabajo

Según Uribe, Juan Antonio Flores (2015, p.28) “El Capital de Trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado”

El Capital de trabajo es la base para que el proyecto sea puesto en marcha, el monto del capital de trabajo depende de los recursos necesarios todos los gastos sean estos administrativos y de operación.

2.5. Presupuesto Operacional

“Los Presupuestos en la administración de un negocio se comprende mejor cuando los presupuestos se realcionan con los fundamentos de la administración misma: planeación, organización, coordinación, dirección y control”. Ruiz (2011, p.7)

Los presupuestos surgen como una herramienta para planear y controlar al reflejar el comportamiento de la competencia y en virtud con los diferentes aspectos administrativos, contables y financieros de la empresa.

2.5.1 Gastos Operacionales

Según (George, 2010) define a los gastos como:

“Los gastos son aquellos desembolsos necesarios para el normal funcionamiento de la entidad estos gastos tienen relación directa con el desarrollo del objeto social”

Estos gastos radican en forma directa en el efecto que causan frente a la utilidad ya que al tener presupuestada una utilidad bruta en ventas esta debe ser suficiente para cubrir los gastos

respectivos.

2.5.2. Gastos administrativos

“Son todos aquellos relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos , amortización de diferidos, seguros de la empresa”. Uribe, (2015, p.216)

Son gastos que se refieren a todo lo referente a el área administrativa, los materiales y útiles de oficina, los impuestos, la electricidad, el agua, arriendos, entre otros.

2.5.3. Gastos financieros

“También llamadas cargas financieras. Son pagos de intereses y comisiones, que se realizan a instituciones bancarias y financieras”. Jaramillo (2009, p.9)

Se refiere a gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. Estos Gastos se refieren a los salarios del Gerente General, Secretarias, Auxiliares Contables, Arriendos, Suministros y Equipo de oficinas, entre otros.

2.5.4. Gastos de ventas

Uribe (2015) menciona: “son los relacionados con el área de ventas, gastos de publicidad , gastos de distribución, fletes. Empaques”.

Son todos los Gastos de Venta que puedan incurrir en las diferentes áreas de la misma como marketing para el area publicitaria del producto o bien a ofertarse. Se incluyen los gastos legales necesarios como gastos de constitución.

2.5.5. Estado de resultado

(Zapata, 2011) Manifiesta que: “Es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas (ingresos), costos y gastos resultantes en periodo determinado”.

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa, y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida, resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.

2.5.6 Flujo de Caja

“El flujo de caja utilizado en la proyección financiera compila los conceptos de flujo de caja operativo, financiero y del inversionista”. Uribe (2015)

El flujo de caja refleja todas las entradas y salidas de dinero hasta el día antes de iniciar las operaciones.

2.6 Estructura Organizacional

2.6.1. Mision

Según Juan Fernando Reinoso Lastra (2015, p.83) “La Mision es la razón de ser de la empresa , para lo que fue creada, en función de los beneficios a clientes, comunidad y propietarios”.

En si la mision es todo lo que es la entidad o empresa de como la miran desde su entorno y los beneficios y servicios que esta presta para con la sociedad.

2.6.2. Visión

Según Juan Fernando Reinoso Lastra (2015,p.84) “La Vision es el futuro de la empresa desde una óptica positiva y acorde a lo que somos y en donde estamos y hacia donde se quiere llegar”

La vision debe tener un horizonte de tiempo, ser integradora, amplia y detallada y en lo mayor posible positiva y alentadora para que motive a todos los miembros de la empresa.

CAPITULO III

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

El presente Estudio de Mercado se lo realizó en San Gabriel Cantón Montúfar provincia del Carchi, fue dirigida a todas las personas Económicamente Activas del sector Urbano del Cantón además de una entrevista a los propietarios de restaurantes que ofrecen comidas típicas de la provincia. Se procedió a determinar el mercado meta de acuerdo a datos recopilados del INEC , GAD Montufar.

Este estudio tiene como finalidad identificar las principales variables de mercado (Oferta, Demanda, Producto y Comercialización) estos ayudarán a direccionar el proyecto, para la comercialización de platos típicos y tradicionales de la zona y a su vez se determinará la factibilidad comercial que existe en ésta ciudad para comercializar dichos productos.

Considerando que el principal objetivo del presente estudio de mercado es conocer las principales variables de mercado en la comercialización de platos típicos y tradicionales en el Cantón Montúfar provincia del Carchi, mediante “LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL CARCHENSE EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL , PROVINCIA DEL CARCHI”, emprendimiento que permitirá reactivar la economía en esta ciudad patrimonial mejorando la calidad de vida del recurso humano involucrado en dicho proyecto y ofrecer platos tradicionales que con el pasar de los años se han ido perdiendo por la mala costumbre de la comida rápida.

Para sustentar técnicamente este proyecto se recopiló la suficiente información para determinar el número de habitantes de la ciudad de San Gabriel en donde se ejecutará este emprendimiento llegando a un mercado meta al mismo a quienes se aplicará la respectiva

encuesta y permita obtener los resultados que se espera en el presente estudio.

Según el INEC determina que hay 30511 habitantes en la ciudad de San Gabriel de los cuáles el 50,9% es la PEA del cantón para lo que subdivide en Urbana y Rural por lo que se toma en cuenta la población Urbana puesto que el emprendimiento se lo pondrá en la ciudad de San Gabriel sector Urbano por lo que se puede constar que el 47,5% equivale a la población Urbana y el 52,5% es el porcentaje de la población con Empleo una vez realizado los cálculos respectivos se llegó a un mercado meta de 2013 consumidores, con esta información, se procedió a aplicar una técnica, que permita determinar una muestra para realizar el levantamiento de información por medio de encuestas.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo General

Determinar un estudio de mercado, identificando las variables de mercado como son oferta, demanda, precio, y comercialización.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar la preferencia de los platos tradicionales de la región.
- Identificar la oferta y la demanda existente de restaurantes de comida Tradicional Carchense en la ciudad de San Gabriel - Cantón Montúfar -Provincia del Carchi.
- Conocer los precios de venta de los productos a ofertarse.
- Identificar las estrategias de comercialización para el restaurante.

Tabla 5 Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos	Variable	Indicadores	Técnica	Fuentes De Información
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la preferencia de los platos tradicionales de la región 	Producto	Identificación de Platos Típicos Variedad de Platos Típicos Preferencia de Comida Tradicional	Observacion Directa Encuesta Encuesta	Personas Encuestadas
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la demanda existente de restaurantes de comida Tradicional Carchense en la ciudad de San Gabriel - Cantón Montúfar -Provincia del Carchi. 	Demanda	Cantidad Demandada Proyección de la Demanda	Encuesta Entrevista	Consumidores de Comida Tradicional Carchense Miembro de la Asoc. Nuevo Amanecer
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la oferta existente de restaurantes de comida Tradicional Carchense en la ciudad de San Gabriel - Cantón Montúfar -Provincia del Carchi 	Oferta	Cantidad Ofertada Competencia	Encuesta Entrevista	Consumidores de Comida Tradicional Carchense Dueños de restaurantes de productos similares
<ul style="list-style-type: none"> Conocer los precios de venta de los productos a ofertarse. 	Precio	Estrategias para determinar el precio Precio de Venta	Entrevista Encuesta	Dueños de resaturantes de productos similares Consumidores de Comida Tradicional Carchense
<ul style="list-style-type: none"> Identificar las estrategias de comercialización para el restaurante. 	Comercialización	Plaza Precio Producto Promoción	Encuesta Entrevista	Consumidores de Comida Tradicional Carchense Miembro de la Asoc. Nuevo Amanecer

Elaborado por: La Autora

3.3 Identificación de platos típicos

El Cantón Montúfar existe una variedad de gastronomía Carchense los principales platos típicos son: Hornado, cuy asado, fritada con choclos, miel con cuajada, empanadas, morocho, caldo de gallina criolla, chuleta asada, café de chuspa, dulces de diferentes frutas de la zona y los vicundos (tamales de mote) los cuáles son producidos por los pequeños productores ganaderos y agricultores de la región y son comercializados la mayoría de veces en diferentes restaurantes de la zona pero la comida tradicional del cantón Montúfar como el champús, vicundos, cuy asado, conejo asado y caldo de gallina son platos exclusivos de la zona en donde son comercializados solo en ferias o por pedidos.

Además, los pequeños emprendedores alternan la crianza de animales menores y siembra de productos tradicionales de la región con la preparación de platos típicos de la zona creando así una alternativa para proporcionar nuevos ingresos.

3.3.1 Origen de Platos Tradicionales Carchenses

Al ser un Cantón situado en la región Sierra de nuestro país la mayoría de los platos tradicionales son preparados con productos sembrados y cosechados por los propios residentes al ser una ciudad Patrimonial existen personas de mayor edad quienes siguen con la tradición de preparar platos típicos a la antigua como los antepasados utilizando los materiales que tenían en casa y así rescatando las delicias de la región.

Los platos típicos de la región anteriormente se les conocía con otros nombres, como por ejemplo las gauchas de nabos, ají de piedra, mata burros, champús y mazamorra; lo que en la actualidad se ha ido modernizando y a la vez cambiando o aumentando sus ingredientes de preparación y al encontrar más utensilios de cocina se hacen de diferente manera lo que ocasiona la pérdida de la comida tradicional.

Con este emprendimiento se pretende rescatar la tradición de cómo se preparaban los platos típicos ancestralmente al tener un aliado como la Asociación “Nuevo Amanecer” personas con conocimientos de preparación tradicional.

3.3.2 Características de los Platos Tradicionales

Los platos tradicionales son preparados con ingredientes de la zona que son sembrados y cosechados en las tierras del Cantón, así como: papas, cuajadas, choclos, cuyes, mellocos, habas, mote, conejos, cabe recalcar que las características fundamentales de estos platos son importantes en la preparación como es en cocinas de leña con carbón y realizados a mano como el ají de piedra o moler el mote para preparar un delicioso mata burro o vicundos y encontrar las respectivas hojas de bijao para envolver los mata burros, otro plato típico es el champús se que también se lo cocina por horas en cocinas de leña revolviendo de vez en cuando y agregando el mote para que se lo pueda servir.

3.4 Mercado Potencial

La creación de un Restaurante de comida tradicional Carchense en la ciudad de San Gabriel Cantón Montúfar, provincia del Carchi; tendrá un mercado potencial de 7377 clientes potenciales del restaurante ; ya que se ofertará a todas las personas que si desean consumir comida típica y tradicional del Carchi por medio de este proyecto se brindará platos saludables, nutritivos y tradicionales de la región estas comidas típicas se ofrecerán en el menú de dicho restaurante al ser apetecido será reconocido y atraerá a propios y visitantes del Cantón.

3.5 Segmento de Mercado

El segmento más importante que se tomó en cuenta para este proyecto fue la Población Económicamente Activa que ascienden a 15530 personas, el emprendimiento se dirigirá al sector Urbano siendo el 47,5% dando un total de 7377 que tengan la potestad de comprar los

productos que ofertará el restaurante al ser un emprendimiento de alimentos sólo personas con sustentabilidad económica podrán acceder a este servicio de comida.

3.6 Mecánica operativa del Estudio

3.6.1 Identificación de la Muestra

TÉCNICAS

Encuesta. - Esta técnica ayudó a la recolección de datos, mediante un cuestionario el cuál contendrá preguntas de interés para la realización del emprendimiento. (ANEXO 1)

Entrevista. - Esta técnica se utilizó para entrevistar a los principales consumidores y competidores de nuestra región por medio de un cuestionario el cuál será dirigido para aumentar la recolección de información. (ANEXO 2)

Observación Directa e Indirecta. - La observación Directa será utilizada de apoyo para constatar los procesos y el funcionamiento de varios restaurantes que se dediquen a la misma actividad económica.

- **POBLACIÓN Y MUESTRA**

Población.- Es un conjunto de individuos con mismas o diferentes características los cuáles serán objeto de estudio.

Individuo.- Es cada uno de los elementos en si el total de individuos es la población y se lo representa con la letra N.

Muestra.- Es una parte de la población se toma como referencia a un pequeño grupo de individuos para realizar el muestreo.

Fórmula:

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

DONDE:

n = Es el tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Depende de la confiabilidad determinada. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral o absoluto que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

3.6.2 Cálculo de la Muestra

El presente estudio permitió, conocer un mercado de 2013 personas económicamente activas, con esta información, se procedió a aplicar una técnica de muestra estratificado que consiste en dividir la población en subgrupos en este caso la PEA Urbana del cantón Montúfar la cual permitió determinar una muestra de 323 personas para realizar el levantamiento de información por medio de encuestas.

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

$$n = \frac{2013 * 0.5^2 * 1.96^2}{(2013 - 1)0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{1933}{5990}$$

$$n = 323$$

El mercado objetivo al cual se dirigió el estudio fue a los 323 consumidores de platos típicos tradicionales Carchenses de todo el Cantón Montúfar Provincia del Carchi.

$n = 323$ encuestas

A continuación se procede a levantar la respectiva información en las diferentes personas escogidas al azar del Cantón Montúfar por medio de una encuesta.

3.6.3 Encuesta

OBJETIVO:

Esta encuesta tiene la finalidad de determinar la probabilidad de crear un restaurante de comida tradicional Carchense en la ciudad de San Gabriel provincia del Carchi.

1.- ¿Consume usted comida tradicional Carchense?

Tabla 6 Pregunta 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	297	92%
NO	26	8%

Gráfico 3 Pregunta 1



Elaborado por: La Autora

Análisis

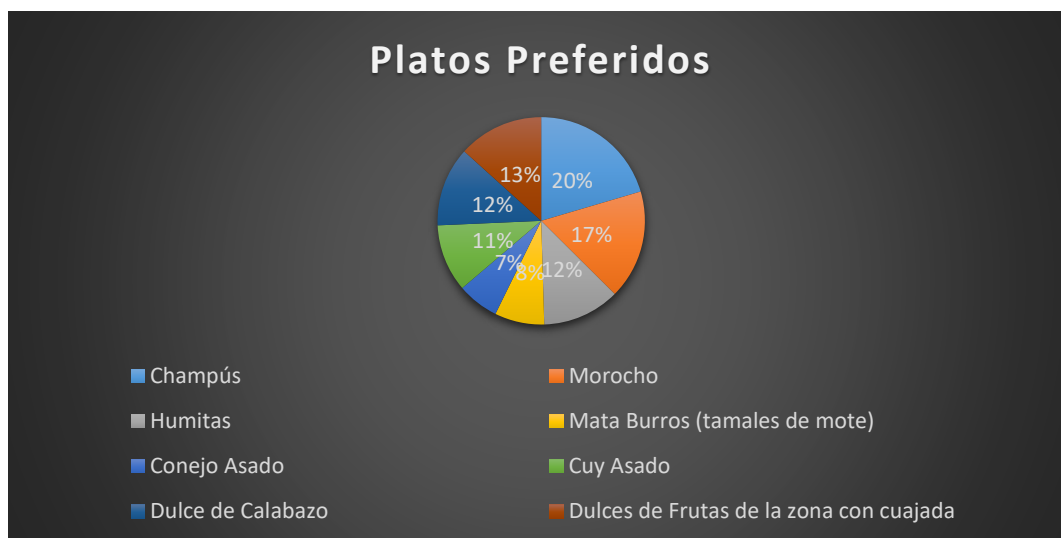
En la presente investigación realizada, sobre la factibilidad de crear un restaurante de comida tradicional Carchense en el Cantón Montúfar provincia del Carchi, se comprueba que existe una aceptación favorable del 92% para la creación de dicho establecimiento que brindará comidas tradicionales dentro del Cantón y la Provincia.

2.- ¿Qué plato es de su preferencia?

Tabla 7 Pregunta 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Champús	66	20%
Morocho	55	17%
Humitas	39	12%
Mata Burros (tamales de mote)	25	8%
Conejo Asado	21	7%
Cuy Asado	34	11%
Dulce de Calabazo	40	12%
Dulces de Frutas de la zona con cuajada	43	13%

Gráfico 4 Pregunta 2



Elaborado por: La Autora

Análisis

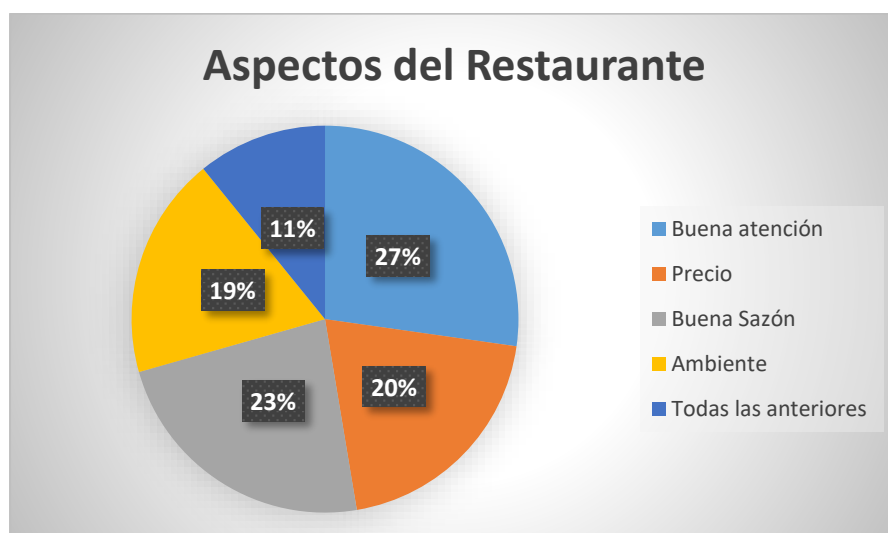
Con esta información se puede decir que existe una preferencia por casi todos los platos típicos de la zona en especial los platos que se ofertarán en dicho restaurante como el champús, mata burros o vicundos como se les conocía y los dulces de frutas de la zona.

3.- ¿Qué aspectos usted toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?

Tabla 8 Pregunta 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Buena atención	88	27%
Precio	65	20%
Buena Sazón	75	23%
Ambiente	60	19%
Todas las anteriores	35	11%

Gráfico 5 Pregunta 3



Elaborado por: La Autora

Análisis

Según la información recolectada se pudo constatar que para las personas encuestadas prefieren una buena atención como primordial aspecto en un restaurante seguido por el precio y una exquisita sazón para que el restaurante cubra las necesidades del demandante

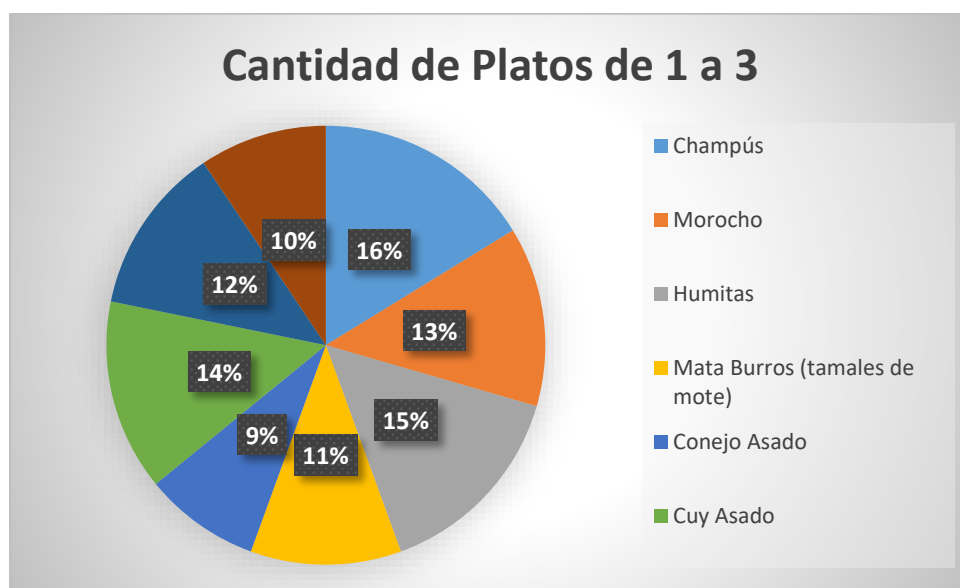
4.- ¿Cuándo sale a comer fuera qué cantidad de platos típicos consume?

Tabla 9 Pregunta 4

Variables	Frecuencia	Porcentaje
	1 a 3	
Champús	38	16%
Morocho	31	13%
Humitas	35	15%
Mata Burros (tamales de mote)	26	11%
Conejo Asado	20	9%
Cuy Asado	33	14%
Dulce de Calabazo	29	12%
Dulces de Frutas de la zona con cuajada	22	10%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 6 Pregunta 4



Elaborado por: La Autora

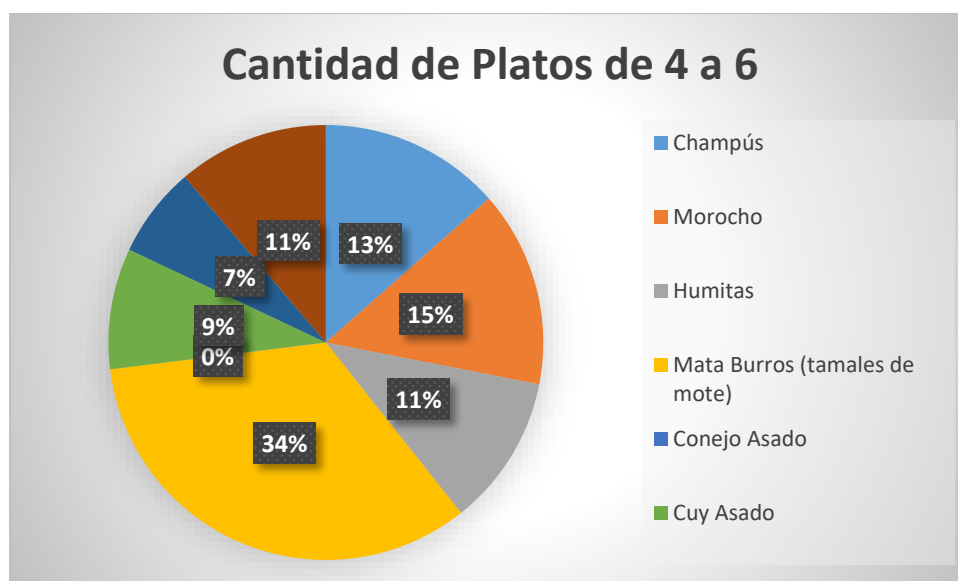
Análisis

De acuerdo a la información se puede determinar que la cantidad de platos más preferidos por los consumidores es del champús.

Tabla 10 Pregunta 4

Variables	Frecuencia	Porcentaje
	4 a 6	
Champús	12	13%
Morocho	13	15%
Humitas	10	11%
Mata Burros (tamales de mote)	30	34%
Conejo Asado	0	0%
Cuy Asado	8	9%
Dulce de Calabazo	6	7%
Dulces de Frutas de la zona con cuajada	10	11%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 7 Pregunta 4

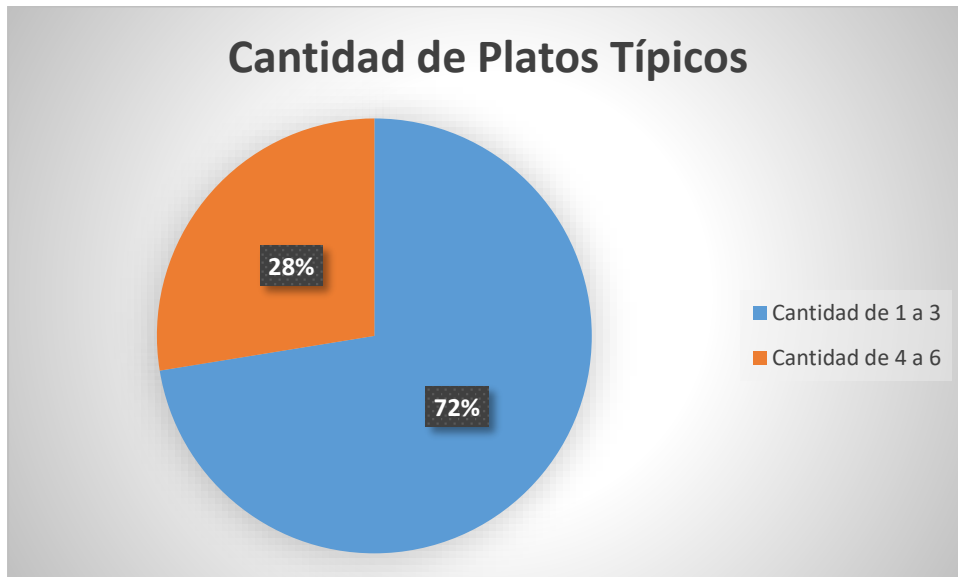
Elaborado por: La Autora

Análisis

Con la información receptada se puede decir que el champús sigue siendo un producto muy apetecido y en mayor cantidad que los demás platos

Tabla 11 Pregunta 4

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Cantidad de 1 a 3	234	72%
Cantidad de 4 a 6	89	28%

Gráfico 8 Pregunta 4

Elaborado por: La Autora

Análisis

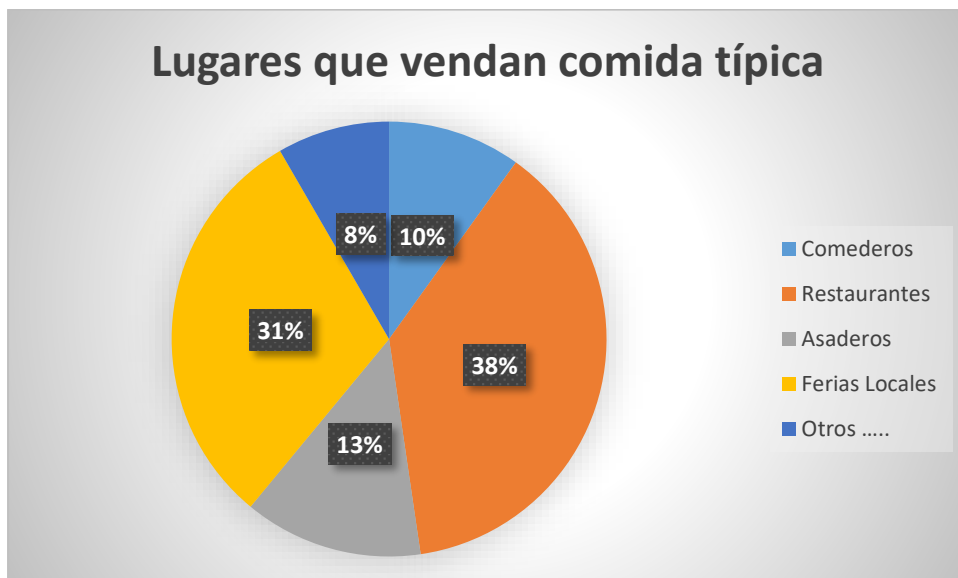
Se determinó que las personas prefieren de uno a tres platos por ser individuales, pero se afirmó que siempre salen a comer en familias y de ahí que consumen más cantidad de platos.

5.- ¿En qué lugares usted consume platos tradicionales Carchenses?

Tabla 12 Pregunta 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comederos	32	10%
Restaurantes	122	38%
Asaderos	43	13%
Ferias Locales	99	31%
Otros	27	8%

Gráfico 9 Pregunta 5



Elaborado por: La Autora

Análisis

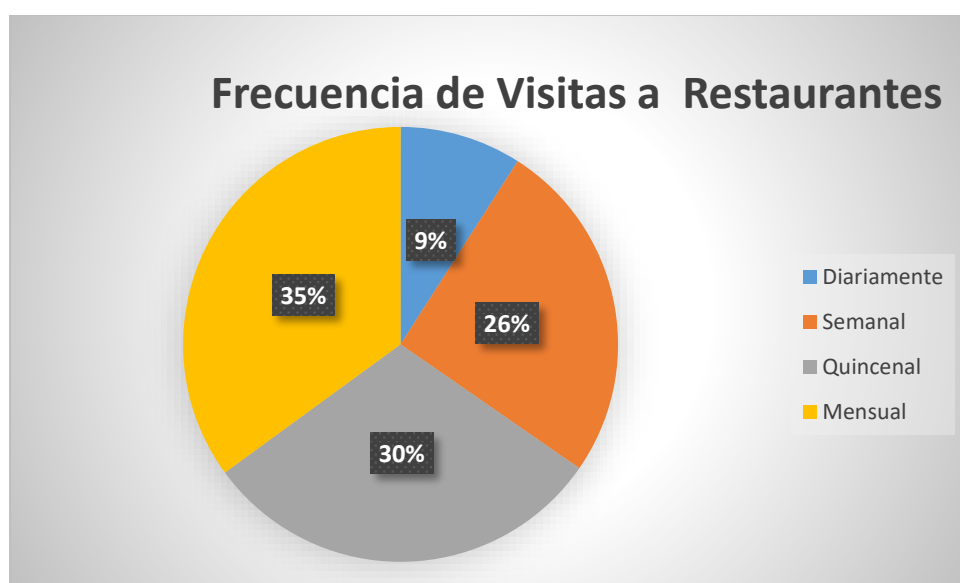
Con la información brindada por los consumidores de comida tradicional se puede identificar que los restaurantes son los más visitados y donde encuentran algunos platos pero no todos es por ello que las ferias gastronómicas locales son donde se puede encontrar todos los platos tradicionales de la región.

6.- ¿Con que frecuencia usted visita estos lugares?

Tabla 13 Pregunta 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	23	9%
Semanal	65	26%
Quincenal	77	30%
Mensual	89	35%

Gráfico 10 Pregunta 6



Elaborado por: La Autora

Análisis

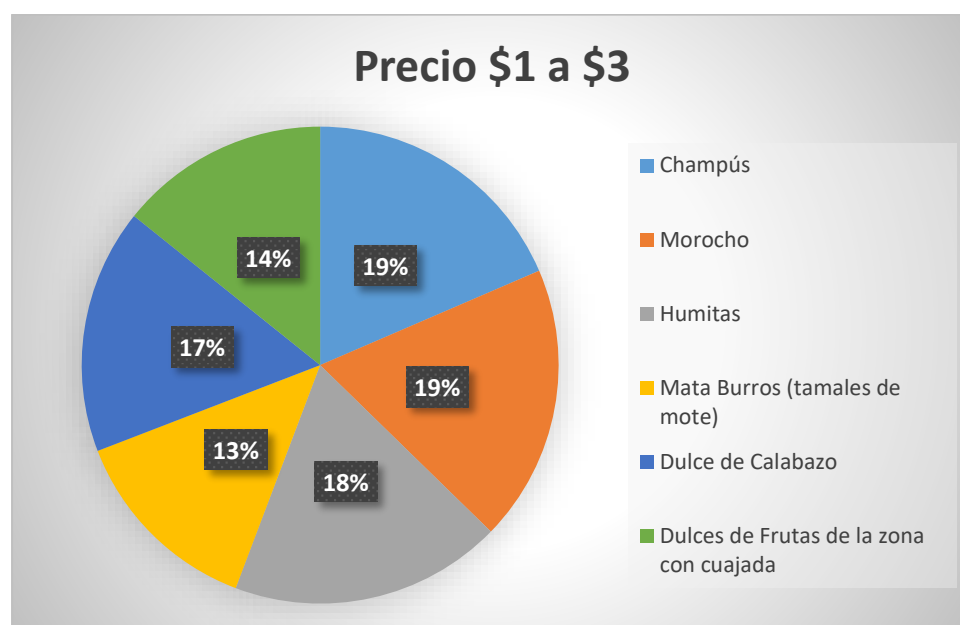
De acuerdo a las encuestadas realizadas y la información recolectada se puede decir que los consumidores salen a comer fuera de sus domicilios en un 35% mensual seguido por quincenal con un 30% y 26% semanal lo que significa que un 9% tenemos diariamente cabe recalcar que en las encuestadas realizadas además los consumidores sugirieron que si existía en restaurante de comida tradicional carchense claro que optarían por la opción de diariamente ir a servirse los platos típicos tradicionales de la zona.

7.- ¿Hasta qué precio usted está dispuesto a pagar por platos típicos de la zona?

Tabla 14 Pregunta 7

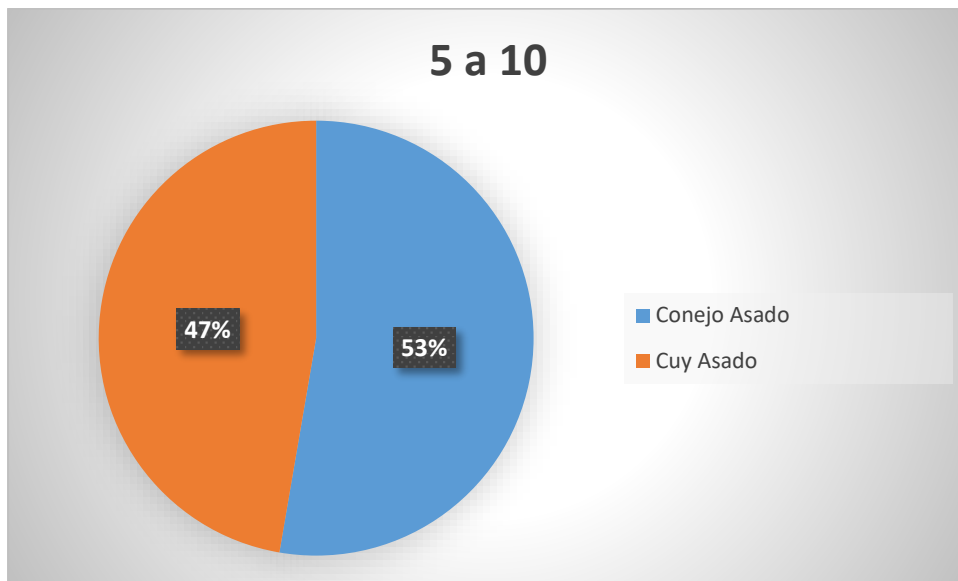
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	1 a 3		3 a 5	
Champús	299	19%	24	7%
Morocho	303	19%	20	6%
Humitas	298	18%	25	8%
Mata Burros (tamales de mote)	216	13%	107	33%
Dulce de Calabazo	268	17%	55	17%
Dulces de Frutas de la zona con cuajada	230	14%	93	29%
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Variable	5 a 10		10 a 18	
Conejo Asado	156	53%	167	48%
Cuy Asado	140	47%	183	52%

Gráfico 11 Pregunta 7



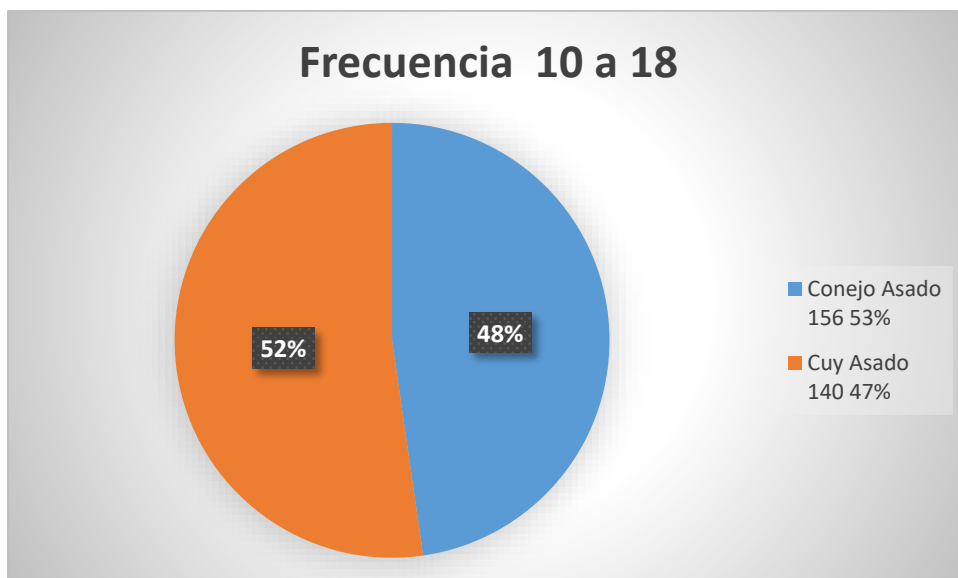
Elaborado por: La Autora

Gráfico 12 Pregunta 7



Elaborado por: La Autora

Gráfico 13 Pregunta 7



Elaborado por: La Autora

Análisis:

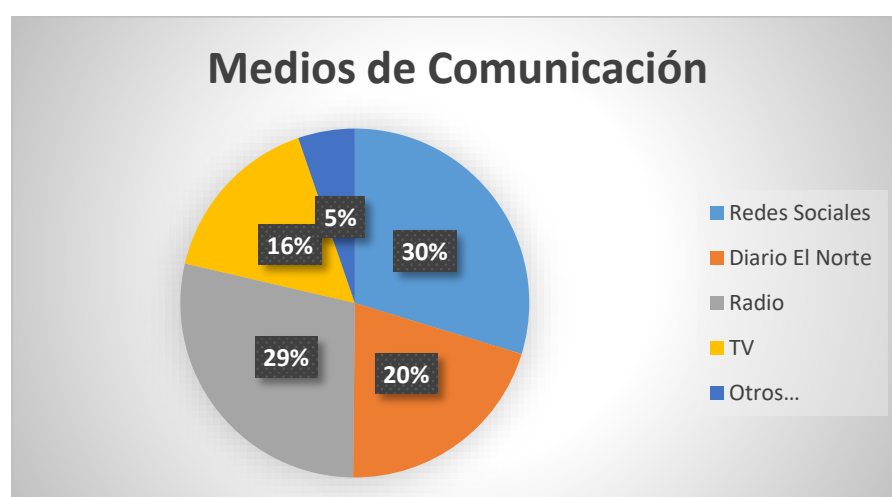
Como podemos observar y de acuerdo a los datos obtenidos los precios son de acuerdo a los platos puesto que es un restaurante y los valores varían para cada necesidad y de acuerdo al poder adquisitivo de cada persona.

8.- ¿Por qué medios de comunicación desearía conocer el restaurante?

Tabla 15 Pregunta 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	96	30%
Diario El Norte	66	20%
Radio	92	29%
TV	52	16%
Otros...	17	5%

Gráfico 14 Pregunta 8



Elaborado por: La Autora

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que en la actualidad las redes sociales son una manera más fácil y al alcance de todos es un medio publicitario muy recomendable para dar a conocer el emprendimiento seguido por un 20% al diario más conocido de la región como es El Norte.

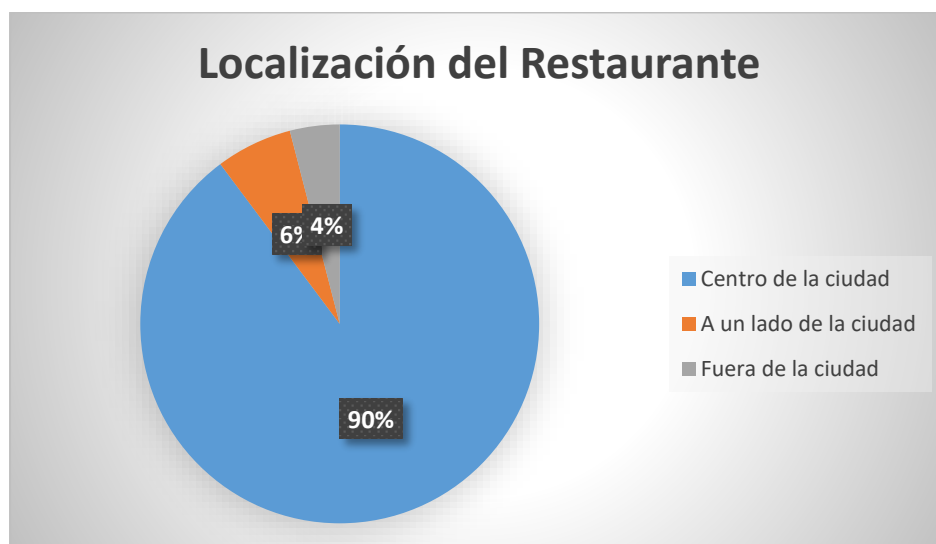
9.- ¿Dónde le gustaría que estuviera localizado el restaurante?

Tabla 16 Pregunta 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	290	90%
A un lado de la ciudad	20	6%
Fuera de la ciudad	13	4%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 15 Pregunta 9



Elaborado por: La Autora

Análisis

Las personas encuestadas dan como preferencia el centro de la ciudad para la ubicación del restaurante puesto que es más accesible.

10.-¿Estaría dispuesto a visitar un restaurante donde se preparen productos saludables y tradicionales de la región?

Tabla 17 Pregunta 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	322	100%
NO	1	0%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 16 Pregunta 10



Elaborado por: La Autora

Análisis

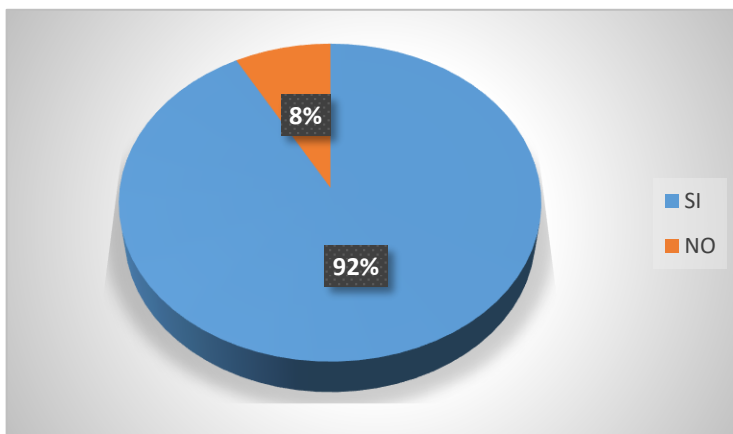
Al ser un proyecto novedoso y que no existe en la provincia del Carchi las personas ven la acogida del restaurante en un 100% para poder visitarlo.

3.6.4 Demanda

3.7 Determinación de la Demanda

Para determinar la demanda actual se tomó como referencia la investigación de campo, se determinó a través de la pregunta No. 1 la aceptación del restaurante un 92 % de los consumidores encuestados quienes si prefieren la comida típicas, también, a través de la pregunta No 4 , se indagó la cantidad. A continuación los resultados:

Gráfico 17 Aceptación del Restaurante



El 92% tiene aceptación para la creación del restaurante que serían las personas que si visitarían el restaurante con un total de 6787 personas que son clientes potenciales para el Restaurante.

3.8 Oferta

3.8.1 Determinación de la Oferta

De acuerdo a la pregunta Nro. 5 podemos determinar que existe un 38% de personas que conocen restaurantes que ofrecen platos similares dando un total de 2803 personas que sería la oferta.



Elaborado por: La Autora

3.8.2 Competencia

De acuerdo a la información receptada por medio de la entrevista y observación directa se puede identificar que existen 8 restaurantes que preparan platos típicos en el cantón Montúfar, bajo pedido más no existe un restaurante donde sólo ofrezca comida tradicional Carchense.

Además, en la ciudad de San Gabriel provincia del Carchi solo existen asaderos de cuyes quienes ofrecen este plato como típico de la zona, sin embargo, no preparan platos típicos como el champús, cuajadas con dulces de la zona, o conejo asado o mata burros (tamales de mote).

Nombre Restaurante	Menú	Dirección
1. San Pedro	Asadero de Pollos	Parque Principal
2. Asadero de Cuyes	Cuyes Asados bajo pedido	Aristizabal y Loja
3. .Parrilladas “El Capulí”	Parrilladas, caldo de gallina, choclos con queso, miel con cuajada	Sector El Capulí Terminal Terrestre de San Gabriel
4. Asadero de Cuyes	Cuyes Asados bajo pedido	Av. 13 de Abril
5. Asadero Doña María	Cuyes Asados y parrilladas bajo pedido.	Calle Montúfar
6. .El Palacio del Cuy	Cuyes Asados bajo pedido y fines de semana	Av. 13 de Abril y Panamericana
7. Restaurante Doña Rosita	Cuyes asados, carnes asadas bajo pedido	Montúfar y Olmedo
8. Restaurante Doña Fanny	Cuyes asados y asados de carnes bajo pedido atención solo las noches	Av. 13 de Abril frente al coliseo

3.9 Comercialización

La comercialización de los productos que se prepararán en dicho restaurante se basarán en las siguientes estrategias que a continuación se muestra, estas están basadas en la investigación previa que se realizó, tomando como referencia las cuatro Ps.

➤ Precio

- Plaza
- Producto
- Promoción

3.9.1 Precio

El precio se establecerá de acuerdo a los costos que se invertirán en la preparación de los platos típicos Carchenses, de igual forma los precios de la competencia y se tomará en consideración las diferentes opiniones vertidas del consumidor

3.9.2 Plaza

Al ser un emprendimiento de restaurante de comida tradicional Carchense su comercialización se realizará directamente al consumidor final, además que se implementará platos bajo pedido para satisfacción de los clientes que degusten comida tradicional y saludable.

3.9.3 Producto

Las estrategias de la comercialización del producto se basarán principalmente en las siguientes ventajas:

- Preparar productos tradicionales a base de materia prima de la región.
- Dar a conocer las fuentes de proveedor de materia prima en este caso la Asociación “Nuevo Amanecer”
- La preparación se la realizará tradicionalmente

3.9.4 Promoción

La promoción consiste en comunicar y dar a conocer los productos que se van a comercializar en este caso serán los platos típicos y tradicionales que se prepararán en el restaurante, para ellos es necesario las siguientes estrategias de promoción y publicidad:

- Diseñar afiches, carteles, para dar a conocer todos los productos que se ofertarán.
- Realizar cuñas publicitarias en radios de la localidad (Sky y Horizonte)
- Crear una página Web del restaurante.
- Utilizar las redes sociales como principal aliado (WhatsApp).

3.10 Conclusiones

Una vez analizado las variables más importantes del estudio de mercado, los datos más significativos son:

- Tenemos un 92% de clientes potenciales que visitarán el restaurante que serán 6787 personas de acuerdo a la pregunta Nro.1 realizada en la respectiva encuesta.
- La oferta se determinó en función de la pregunta Nro.5 dando un total del 37% de la población que conocen restaurantes que ofrecen comida tradicional esto nos da un total de 2803 personas.
- Como competencia directa encontramos que existen 8 restaurantes que ofrecen platos sustitutos de la comida tradicional Carchense puesto que los platos típicos y exclusivos de la zona solo los preparan bajo pedido, en fechas especiales o a la vez aún existen personas que lo realizan todavía en la casa, pero al ser platos que tienen una preparación especial y demorosa los consumidores prefieren comer fuera.
- El precio se determinará de acuerdo a los costos de producción de cada plato y a la vez tomando en cuenta los precios de la competencia, la fluctuación del precio es muy

impredecible, ya que los costos de materia prima varían de precios para cada plato esto provoca que el precio de cada plato varíe.

- Los restaurantes de la zona no ofrecen platos tradicionales y típicos exclusivos de la zona por lo tanto el restaurante de comida tradicional Carchense será el primer restaurante creado para la comercialización de platos típicos lo cual fortalece las expectativas del emprendimiento a ejecutarse en el Cantón Montúfar
- Las estrategias de publicidad serán precisamente encaminadas a dar a conocer el restaurante y los platos que ofrecerá al público en general no solo del Cantón sino también de la provincia del Carchi.

CAPÍTULO IV

4.1 ESTUDIO TÉCNICO

4.2 Objetivo del Estudio Técnico

4.2.1 Objetivo General

Realizar el estudio técnico que permita determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto y las inversiones a realizarse.

4.2.2 Presentación

En este estudio técnico se determinan los recursos necesarios que se requieren para la ejecución del emprendimiento, lo cual permite analizar y tomar las mejores decisiones para su óptima localización, el tamaño y la distribución física de éste proyecto, de igual manera determina la maquinaria, los materiales de trabajo y mano de obra con la que contará el emprendimiento y así poder desempeñar mejor todas las funciones que darán realce al mejor desenvolvimiento del proyecto.

4.3 Localización del emprendimiento

La localización del emprendimiento es parte fundamental para la creación del mismo puesto que esto nos garantizará éxito en el funcionamiento del restaurante de comida tradicional Carchense en el Cantón Montúfar, provincia del Carchi.

4.3.1 Macro localización

El emprendimiento de un Restaurante de comida tradicional carchense en el Cantón Montúfar Provincia del Carchi, estará ubicada en el Cantón Montúfar ciudad de San Gabriel, Provincia del Carchi.

El Cantón Montúfar se debe al Coronel Carlos Montúfar, prócer de la independencia ecuatoriana y uno de los más ilustres militares forjadores de la emancipación, nombre que fue

aplicado un 27 de septiembre de 1905, la ciudad de San Gabriel alcanzó su independencia político-administrativa que lo convertía en el segundo Cantón de la Provincia del Carchi.

La macro localización se identifica de la siguiente manera:

Tabla 18 Macrolocalización

PAIS	ECUADOR
PROVINCIA	CARCHI
CANTÓN	MONTÚFAR
CIUDAD	SAN GABRIEL
BARRIO	SANTA CLARA
PARROQUIA	GONZALES SUÁREZ

Elaborado por: La Autora

La Provincia del Carchi cuenta con seis cantones:

- Cantón Tulcán
- Cantón Montúfar
- Cantón Bolívar
- Cantón Espejo
- Cantón Mira
- Cantón Huaca

El cantón Montúfar cuenta con siete parroquias cinco rurales: Cristóbal Colón, Chitan de Navarretes, Fernández Salvador, La Paz y Piartal y dos urbanas Gonzáles Suárez y San José.

El cantón Montúfar está ubicado en la provincia del Carchi en la Sierra Norte del Ecuador, San Gabriel se encuentra a solo 40km de la frontera con Colombia, es la cabecera del Cantón Montúfar y es la segunda ciudad en tamaño y población de la Provincia del Carchi.

San Gabriel es una ciudad patrimonial con varios lugares turísticos los cuáles son visitados por propios y extraños además de ser un cantón con costumbres, culturas ancestrales

y una variedad de gastronomía exquisita que caracteriza al Cantón por su gran cantidad de platos típicos originarios y distintivos de cada región.

Además cabe mencionar que al ser una Provincia dedicada a la agricultura y ganadería facilita la compra de Materia Prima para la elaboración de los diferentes platos.

Gráfico 18 Mapa Provincia del Carchi - Cantón Montúfar



Fuente: Google

4.3.2 Micro localización

La Micro localización de donde se realizará el emprendimiento será en la ciudad de San Gabriel en la parroquia Urbana Gonzáles Suárez, en el barrio Santa Clara a una cuadra de BanEcuador y a una cuadra del cementerio de San Gabriel, puesto que existe la disponibilidad del uso de espacio físico y es propiedad del ejecutor del proyecto a la vez es un punto que se encuentra en el sector urbano del Cantón, y es de fácil acceso en lo que respecta a transporte público.

Gráfico 19 Microlocalización



Elaborado por: La Autora

Vías de Acceso

Por ser una parroquia Urbana todas las calles son asfaltadas se encuentra en un punto preciso y a unas cuadras del parque central de la ciudad en las calles Montúfar y Jose B Auz donde existen varias rutas de acceso además como es una ciudad de la sierra norte pueden llegar de una manera rápida y segura.

Transporte

El acceso a este lugar se lo puede hacer mediante transporte urbano público el cuál le deja al frente del restaurante, además existe transporte liviano o taxis que los pueden encontrar las 24H pues atienden de lunes a domingo con una tarifa de 1,25ctvs que es de alcance de la sociedad.

Servicios Básicos

El proyecto está ubicado en un lugar central de la ciudad lo que existe la cobertura de todos los servicios básicos como son: agua potable, electricidad, alcantarillado, servicio de recolección de basura, alumbrado público, tv cable e internet.

4.4 Ingeniería del Proyecto

Tamaño del Proyecto

Al ser un proyecto pequeño y que se lo realizará en un espacio físico disponible por la dueña del emprendimiento este será de 10.5 m² de largo por 5.5m² de ancho se dividirá en dos áreas cocina y salón de servicio.

4.4.1 Diseño de instalaciones

Es importante identificar las instalaciones físicas con las que debe contar el proyecto, para su correcto funcionamiento y ejecución del mismo.

Gráfico 20 Diseño de Instalaciones



Elaborado por: La Autora

4.4.2 Distribución de instalaciones

Al ser un emprendimiento de la creación de un restaurante las distribuciones de las áreas de cocina serán de acuerdo al tamaño del local a arrendarse.

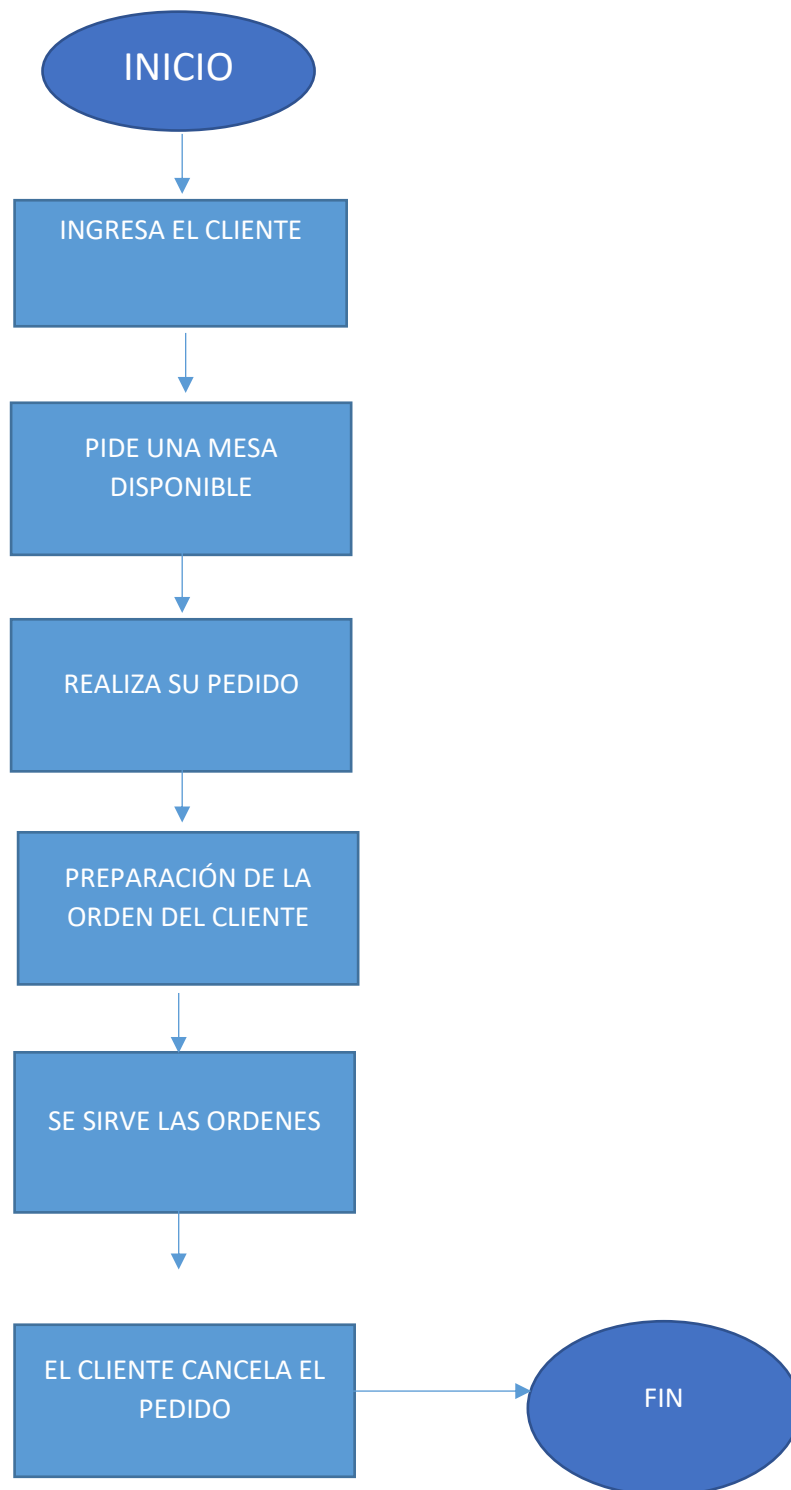
Tabla 19 Distribución de Áreas

ÁREAS	DETALLE
Cocina	Cocina industrial Horno
Salón de Servicio	Mesas Sillas
Baño	Baño Mujeres y Hombres

Elaborado por: La Autora

4.4.2 Flujograma de Proceso del emprendimiento

Gráfico 21 Proceso del Emprendimiento



4.5 Presupuesto Técnico

4.5.1 Inversión Fija

4.5.1.1 Maquinaria y Equipo

A continuación, se detallan las especificaciones que debe tener tanto la maquinaria y el equipo de cómputo, indispensables para la ejecución y funcionamiento eficaz del proyecto.

Tabla 20 Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
AREA	Detalle	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Cocina	Cocina Industrial de 6 quemadores	1	\$300,00	\$300,00
	Horno	1	\$180,00	\$180,00
	Refrigeradora	1	\$400,00	\$400,00
	Microondas	1	\$130,00	\$130,00
	Cilindro de Gas	2	\$55,00	\$110,00
	Licuada Oster	1	\$40,00	\$40,00
	Olla #50	1	\$50,00	\$50,00
	Olla # 60	1	\$65,00	\$65,00
TOTAL				\$1.275,00

Fuente: Tiendas locales de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La Autora

4.5.1.2 Equipo de Cómputo

El equipo de cómputo indispensable para el desarrollo del emprendimiento es el siguiente:

Tabla 21 Equipo de Cómputo

EQUIPO DE COMPUTO				
Salón de servicio	Televisor Led de 32 "	1	\$500,00	\$500,00
	Caja Registradora	1	\$300,00	\$300,00
	Minicomponente	1	\$250,00	\$250,00
	Computadora	1	\$300,00	\$300,00
	Impresora	1	\$150,00	\$150,00
TOTAL				\$1.500,00

Fuente: Tiendas locales de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La Autora

4.5.1.3 Mobiliario

Son todos los muebles y enseres para su ejecución, además del respectivo menaje necesario para el correcto funcionamiento del emprendimiento.

Tabla 22 Mobiliario

MOBILIARIO				
AREA	Detalle	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Salón de servicio	Mesas de 4 puestos	7	\$16,00	\$112,00
	Sillas Plásticas	30	\$5,50	\$165,00
	Basureros Medianos	2	\$6,50	\$13,00
Cocina	Gavetas grandes plásticas	3	\$18,00	\$54,00
	Mesa grande para cocina	1	\$60,00	\$60,00
	Tachos	2	\$35,00	\$70,00
TOTAL				\$474,00

Fuente: Tiendas locales de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La Autora

4.5.1.5 Resumen de Activos Fijos

Se presenta el resumen de inversión fija a continuación:

Tabla 23 Resumen de Activos Fijos

Detalle	Valores
Maquinaria y Equipo	\$1.275,00
Equipo de Cómputo	\$1.500,00
Mobiliario	\$474,00
TOTAL	\$ 3249

Elaborado por: La Autora

4.5.2 Costos de Producción

Los costos de Producción son los que el emprendimiento incurre para preparar los respectivos platos que el restaurante ofertará.

4.5.2.1 Materia Prima Directa

Se detallan todos los materiales que se utilizarán en los diferentes platos típicos que ofertará el restaurante.

Insumos necesarios para la elaboración del Champús.

Tabla 24 Insumos para el Champús

CHAMPÚS					
Detalle	Cantidad de MP por plato	Cantidad de MP para las 150 porciones	Precio Unit.	valor total	Costo Total por Porcion
Morocho	0,17	25 libras	\$0,40	\$ 10,00	\$ 0,07
Mote	0,17	25 libras	\$0,60	\$ 15,00	\$ 0,10
Dulce	0,13	20 ladrillos	\$0,25	\$ 5,00	\$ 0,03
Canela	0,01	1 porcion	\$0,50	\$ 0,50	\$ 0,003
Clavo de Olor	0,01	1 porcion	\$0,25	\$ 0,25	\$ 0,002
Cedrón	0,01	1 atado	\$0,25	\$ 0,25	\$ 0,002
Hierba Luiza	0,01	1 atado	\$0,25	\$ 0,25	\$ 0,002
	0,49	TOTAL		\$ 31,25	\$ 0,21

Fuente: Tiendas locales de la ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

El costo de los insumos a utilizarse para la preparación del Champús es de 31, 25 para 150 porciones dando un costo unitario de 0,21 por porción.

Insumos para Preparación de Mata Burros

Tabla 25 Insumos para los Vicundos

MATA BURROS					
Detalle	Cantidad de mp por plato	cantidad de mp para las 220 porciones	Precio Unit.	valor total	costo total por porcion
harina de Mote de maíz	0,11	25 libras	\$1,00	\$ 25,00	\$ 0,11
Dulce	0,07	15 ladrillos	\$0,25	\$ 3,75	\$ 0,02
Canela	0,00	1 atado	\$0,25	\$ 0,25	\$ 0,00
Huevos	0,05	12	\$0,11	\$ 1,32	\$ 0,01
Mantequilla	0,00	1 libras	\$0,65	\$ 0,65	\$ 0,00
Manteca	0,00	1 libras	\$1,00	\$ 1,00	\$ 0,00
cuajadas	0,00	1	\$2,00	\$ 2,00	\$ 0,01
escencia de vainilla	0,11	25 gramos	\$0,25	\$ 0,25	\$ 0,00
	0,37		TOTAL	\$ 34,22	\$ 0,16

Fuente: Tiendas locales de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La Autora

El costo de los insumos para preparar 220 mata burros (envueltos de mote) es de \$34,22 lo cual nos da un costo unitario por cada unidad de 0,16 centavos de dólar.

Insumos para la elaboración del Dulce de Calabazo

Tabla 26 Insumos para Dulce de Calabazo

DULCE DE CALABAZO					
Detalle	Cantidad de mp por plato	cantidad de mp para las 30 porciones	Precio Unit.	valor total	costo total por porcion
Calabazo	0,03	1	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,02
Azúcar	0,07	2 Libras	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 0,03
Dulce	0,07	2 ladrillos	\$ 0,25	\$ 0,50	\$ 0,02
Escencia de Vainilla	0,03	25 gramos	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,01
Canela	0,03	1 porcion	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,00
Cuajadas	0,07	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 0,13
	0,3		TOTAL	\$ 6,35	\$ 0,21

Fuente: Tiendas locales de la ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

La materia prima que se necesita para la elaboración del Dulce de Calabazo es de 6,35 para 30 porciones dando un costo unitario de 0,21 centavos de dólar.

Insumos para la Preparación del Cuy Asado

Tabla 27 Insumos para el Cuy Asado

CUY ASADO					
Detalle	Cantidad de mp por plato	cantidad de mp para las 5 porciones	Precio Unit.	valor total	costo total por porcion
CUY	3	5 (15 libras)	10	\$ 50,00	\$ 10,00
Aliño (cebolla, ajo pimiento, comino, sal)	0,1	0,5 libra	1,5	\$ 1,50	\$ 0,30
Papas	1	5 libras	0,25	\$ 1,25	\$ 0,25
Sarza	0,05	0,25 libras	1	\$ 0,05	\$ 0,01
	4,15/5		TOTAL	\$ 52,80	\$ 10,56
	0,83				

Fuente: Tiendas locales de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La Autora

El costo de Materia Prima para la preparación del Cuy Asado es de 52,80 por cada 5 cuyes preparada dando un costo unitario de \$10,56 .

Resumen de los insumos para los diferentes platos tradicionales Carchenses a prepararse diariamente.

Tabla 28 Resumen Insumos

RESUMEN DE INSUMOS		
PLATO	COSTO DIARIO	COSTO MES
Champús	31,25	781,25
Mata Burros	34,22	855,5
Dulce de Calabazo	6,35	158,75
Cuy Asado	52,8	1320
		3115,5

Elaborado por: La Autora

4.5.2.2 Mano de Obra Directa

De acuerdo al salario básico unificado para el año 2018 este será de \$386.

Tabla 29 Mano de Obra Directa

Personal	Cantidad	MANO DE OBRA			Aporte Patronal	TOTAL
		Valor Salario	Décimo Tercero	Décimo Cuarto		
Cocinero	1	386	32,17	32,17	43,04	493,37

Elaborado por: La Autora

4.5.2.3 Materia Prima Indirecta

Como materia prima indirecta se consideró el ají ya que es un complemento que no influye directamente en el plato para lo cual se lo elaborara al día.

Tabla 30 Materia Prima Indirecta

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Valor Mensual	
Aji		2	0,25	0,50	12,5
Sal	100 gramos		0,1	0,10	2,5
Cebolla		3	0,1	0,30	7,5
Tomate		4	0,1	0,40	10
		Total		1,30	32,50

Elaborado por: La Autora

4.5.2.4 Materiales Indirectos

Se encuentran todos los materiales indirectos que se utilizarán para un adecuado servicio y funcionamiento del restaurante estos son: desechables, tarrinas, fundas entre otros.

Tabla 31 Materiales Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS				
AREA	Detalle	Cant.	Valor Unitario	Valor Total Anual
Cocina	Vajilla	30	\$1,00	\$30,00
	Cubiertos	30	\$1,25	\$37,50
	Cristalería	30	\$1,00	\$30,00
	Bandejas	8	\$12,00	\$96,00
	Juego de Cuchillos	1	\$20,00	\$20,00
	Ajíceras	3	\$8,00	\$24,00
	Tasas medianas docena	2	\$7,50	\$15,00
Salón de Servicio	Servilleteros	8	\$1,50	\$12,00
	Saleros	10	\$6,50	\$65,00
	Manteles grandes	8	\$10,00	\$80,00
	uniformes	6	\$12,00	\$72,00
	Tarrinas 1/2 litro 50un	300	0,05	\$15,0
	Funda de 1lbr 100uni	5	0,5	\$2,5
	Funda negra de alar100uni	1	1,5	\$1,5
	Gas cilindros	2	2,5	\$5,0
Carbón qq	2	10	\$20,0	
TOTAL				\$525,50

Fuente: Locales Comerciales de la ciudad de San Gabriel
Elaborado por: La Autora

4.5.2.5 Servicios Básicos

Tabla 32 Servicios Básicos

Servicios Básicos				
Detalle	Cantidad	Valor Unit.	Total Anual	
Agua potable mtrs2	30	4,5	\$	135,00
Luz eléctrica KWH	2000	0,07	\$	140,00
			\$	275,00

Fuente: EMELNORTE- EMAPA
Elaborado por: La Autora

4.5.2.6 Resumen de costos indirectos de Fabricación

Tabla 33 Resumen de los CIF

RESUMEN DE LOS CIF	
Detalle	Valor Total Mensual
Materia Prima Indirecta	\$32,50
Materiales Indirectos	\$43,79
CIF (Servicios Básicos)	\$22,92
TOTAL CIF	\$ 99,21

Elaborado por: La Autora

4.5.2.7 Resumen de Costos de Producción

Resumen de Costos de Producción	
Materia Prima Directa	\$3.115,50
Mano de Obra Directa	\$493,37
CIF	\$99,21
Total Costos Producción	\$3.708,08

Elaborado por: La Autora

4.6 Gastos de Producción

4.6.1 Gastos Administrativos

Se detalla el sueldo del área administrativa

Tabla 34 Gastos Administrativos

MANO DE OBRA						
Personal	Cantida d	Valor Salario	décimo tercero	décimo cuarto	Aporte Patronal	TOTAL
Administrado r	1	386	32,17	32,17	43,04	493,37

Elaborado por: La Autora

- **Suministros de Aseo y Limpieza**

Tabla 35 Suministros de Aseo y Limpieza

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	1	2,5	2,5
Recogedor	1	2	2
Trapeador	1	2	2
Desinfectantes galón	1	4,5	4,5
Servilleta elite	2	0,25	0,5
Papel higiénico(FAMILIA)	1	1	1
Esponjas	2	1,5	3
LAVA vajillas	2	3	5
Jabón Líquido	2	2,2	4,4
Gel antibacterial	1	2,5	2,5
Mallas de cabello	2	1	2
Guantes	2	1,5	3
Limpión	2	1	2
Fundas de basura x10	3	1,1	3,3
TOTAL			37,70

Fuente: Locales Comerciales de la ciudad de San Gabriel

Elaborado por: La Autora

Los suministros de aseo y limpieza ascienden a 37.70 dólares, los cuales serán utilizados para mantener limpio el restaurante y dar una buena presentación para los comensales.

- **Resumen Gastos Administrativos**

Tabla 36 Resumen de Gastos Administrativos

Resumen Gastos Administrativos	
Mano de Obra	493,37
Suministros de Aseo y Limpieza	37,70
TOTAL CIF	531,07

Elaborado por: La Autora

4.7 Gastos de Constitución

Tabla 37 Gastos de Constitución

Detalle	Valores
Permisos de Funcionamiento	100
Investigación de Campo	500
Imprevistos(5%)	30
TOTAL	630

Fuente: Municipio Montúfar, Cuerpo de Bomberos Montúfar, Ministerio del Interior

Elaborado por: La Autora

4.8 Gastos de Ventas

Los gastos de ventas se enfocarán en campañas publicitarias locales como radio y prensa con cuñas publicitarias que serán anuales hasta dar a conocer el restaurante cada cuña cuesta \$3 la radio la pasará 5 veces al día por tres días dando un total de 45\$ semanales y a la vez también hojas volantes con un costo de \$5.

Tabla 38 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS	
Detalle	Valor Total
Cuñas publicitarias	\$180,00
Hojas volantes	\$20,00
TOTAL	\$200,00

Fuente: Radio SKY, Imprenta PAPIRO

Elaborado por: La Autora

4.9 Capital de Trabajo

El capital de trabajo se calculará mensualmente

Tabla 39 Capital de Trabajo

Detalle	Valor Total
Costos de producción	\$3.708,08
Gastos Administrativos	\$531,07
Gastos de Constitución	\$52,50
Gastos de ventas	\$200,00
Subtotal	\$4.491,65
imprevistos 5%	\$224,58
TOTAL	\$4.716,24

Elaborado por: La Autora

4.10 Inversión Total

La inversión se calcula mensualmente y anualmente

Tabla 40 Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL	
Detalle	Valor Mensual
Activos Fijos	\$3.249,00
Capital de Trabajo	\$4.716,24
TOTAL	\$7.965,24

Elaborado por: La Autora

4.11 Financiamiento

Para la implementación del emprendimiento se hará un crédito por el 63% de la inversión total que corresponde a \$5000 dólares a la entidad financiera Ban-Ecuador, y el valor restante que sería el 37% será cubierto por la dueña del emprendimiento esto es un valor de \$2965,24 Dólares.

Tabla 41 Financiamiento

DETALLE	VALOR MES	PORCENTAJE
Capital Propio	\$2.965,24	37%
Financiamiento	\$5.000,00	63%
TOTAL	\$7.965,24	100%

Elaborado por: La Autora

4.12 Amortización de la Deuda

El pago de la deuda del crédito que se requiere para la ejecución del emprendimiento es considerado como gasto financiero.

El crédito se lo adquirirá en la Entidad Financiera “Ban Ecuador”, el cuál será cancelado en su totalidad en 2 años con 6 meses de gracia, los pagos serán de forma mensual, con un interés del 15 % anual, la amortización de la deuda se representa en la siguiente tabla.

Tabla 42 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Capital	5.000,00				
Interés	15,00%				
Plazo (años)	2,00				
Cuota	\$242,43				
Banco	Ban Ecuador				Saldo
	Fecha	Cuota	Interés	Capital	5000
1	10/1/2019	\$242,43	\$62,50	\$179,93	4.820,07
2	10/2/2019	\$242,43	\$60,25	\$182,18	4.637,88
3	10/3/2019	\$242,43	\$57,97	\$184,46	4.453,42
4	10/4/2019	\$242,43	\$55,67	\$186,77	4.266,66
5	10/5/2019	\$242,43	\$53,33	\$189,10	4.077,56
6	10/6/2019	\$242,43	\$50,97	\$191,46	3.886,10
7	10/7/2019	\$242,43	\$48,58	\$193,86	3.692,24
8	10/8/2019	\$242,43	\$46,15	\$196,28	3.495,96
9	10/9/2019	\$242,43	\$43,70	\$198,73	3.297,22
10	10/10/2019	\$242,43	\$41,22	\$201,22	3.096,01
11	10/11/2019	\$242,43	\$38,70	\$203,73	2.892,27
12	10/12/2019	\$242,43	\$36,15	\$206,28	2.685,99
13	10/1/2020	\$242,43	\$33,57	\$208,86	2.477,14
14	10/2/2020	\$242,43	\$30,96	\$211,47	2.265,67
15	10/3/2020	\$242,43	\$28,32	\$214,11	2.051,55
16	10/4/2020	\$242,43	\$25,64	\$216,79	1.834,76
17	10/5/2020	\$242,43	\$22,93	\$219,50	1.615,27
18	10/6/2020	\$242,43	\$20,19	\$222,24	1.393,02
19	10/7/2020	\$242,43	\$17,41	\$225,02	1.168,00
20	10/8/2020	\$242,43	\$14,60	\$227,83	940,17
21	10/9/2020	\$242,43	\$11,75	\$230,68	709,49
22	10/10/2020	\$242,43	\$8,87	\$233,56	475,92
23	10/11/2020	\$242,43	\$5,95	\$236,48	239,44
24	10/12/2020	\$242,43	\$2,99	\$239,44	0,00
Total		\$5.818,40	\$818,40	\$5.000,00	

Fuente: Entidad Financiera "BanEcuador"

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5.1 PRESUPUESTO OPERACIONAL

5.1.1 OBJETIVO

Determinar el respectivo Presupuesto Operacional que permita la proyección de los ingresos y gastos, con estos resultados se obtendrá el estado de resultados y flujo de efectivo.

5.1.2 Introducción

El estudio financiero del emprendimiento consta de tres presupuestos que son: ingresos por platos, Costos y Gastos en donde se elaboran los estados financiero proformas que son Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados Integral, Estado de Flujo de Caja, la recuperación del Capital en el Tiempo, Punto de Equilibrio, este proceso sirve para determinar si el proyecto es factible económicamente realizarlo.

5.2. Presupuesto de Ventas

Para realizar el presupuesto de ventas se tomó dos aspectos principales; el precio de venta unitario y el número de unidades a venderse al mes; se consideró una producción de 1900 platos mensuales. Además, es indispensable tomar en cuenta que a partir del sexto mes el precio del plato será incrementado en 0,13 ctvs por unidad puesto que se empezará a cancelar el crédito con las respectivas cuotas.

A continuación, se detallan los presupuestos por cada plato:

Tabla 43 Presupuesto de Ventas CHAMPÚS

Presupuesto de ventas CHAMPÚS													
Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Precio Porción	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,64	1,64	1,64	1,64	1,64	1,64	
Ventas planeadas	670	670	670	670	670	670	670	670	670	670	670	670	8040
ventas(s)	1007,52	1007,52	1007,52	1007,52	1007,52	1007,52	1097,76	1097,76	1097,76	1097,76	1097,76	1097,76	12631,68

Elaborado por: La Autora.

Tabla 44 Presupuesto de Ventas MATA BURROS

Presupuesto de Ventas MATA BURROS													
Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Precio Porción	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,39	1,39	1,39	1,39	1,39	1,39	
Ventas planeadas	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	11808
ventas(s)	1230,97	1230,97	1230,97	1230,97	1230,97	1230,97	1363,51	1363,51	1363,51	1363,51	1363,51	1363,51	15566,88

Elaborado por: La Autora

Tabla 45 Presupuesto de Ventas DULCE DE CALABAZO

Presupuesto de Ventas DULCE DE CALABAZO													
Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Precio Porción	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,64	1,64	1,64	1,64	1,64	1,64	1,64
Ventas planeadas	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	1608
ventas(s)	201,61	201,61	201,61	201,61	201,61	201,61	219,66	219,66	219,66	219,66	219,66	219,66	2527,62

Elaborado por: La Autora

Tabla 46 Presupuesto de Ventas CUY ASADO

Presupuesto de Ventas CUY ASADO													
Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Precio Porción	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01	17,15	17,15	17,15	17,15	17,15	17,15	17,15
Ventas planeadas	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	1344
ventas(s)	1905,28	1905,28	1905,28	1905,28	1905,28	1905,28	1920,36	1920,36	1920,36	1920,36	1920,36	1920,36	22953,87

Elaborado por: La Autora

- Resumen de Ingresos Anuales

Tabla 47 Resmen de Ingresos Anuales

Resumen Ingresos Anuales		
Champús	12631,68	8040
Mata Burros	15566,88	11808
Dulce de Calabazo	2527,62	1608
Cuy Asado	22953,87	1344
Ingresos anuales	53680,05	22800

Elaborado por: La Autora

5.3 Presupuesto de materia prima e insumos

El presupuesto de materia prima se tomará en cuenta las unidades a producirse que serían las ventas planeadas con un incremento del 1% cada mes, para sacar la materia prima por unidad se tomó en cuenta cuantas libras de ingredientes se necesita y se divide para el número de platos a prepararse.

Además se desea dejar un total de 5% en materia prima directa para el inicio de la producción del siguiente mes.

Tabla 48 Presupuesto Materia Prima CHAMPUS

Presupuesto MP Champús														
Meses	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Unidades a producirse	670	670	670	670	670	670	670	670	670	670	670	670	670	8040
(x) Materia Prima por unidad	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49
(=) Materiales para producción total	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	3939,60
(+) Inventario final de material deseado														
(=) Necesidades totales de material	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	3939,60
(-) Inventario inicial de materiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
(=) Materiales a comprarse	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	328	3939,60
(x) Precio por unidad	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	
(=) Costo total de la compra	67,83	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	68,94	826,20
(=) Inventario inicial de materiales	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Inventario final de material deseado	6,09	6,30	6,30	6,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Elaborado por: La Autora

Tabla 49 Presupuesto de Materia Prima MATA BURROS

Presupuesto MP Mata Burros													
Meses	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Unidades a producirse	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	984	11808
(x) Materia Prima por unidad	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37
(=) Materiales para producción total	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	4368,96
(+) Inventario final de material deseado													
(=) Necesidades totales de material	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	4368,96
(-) Inventario inicial de materiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
(=) Materiales a comprarse	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	4368,96
(x) Precio por unidad	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	
(=) Costo total de la compra	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	58,25	699,03
(=) Inventario inicial de materiales	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Inventario final de material deseado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Elaborado por: La Autora

Tabla 50 Presupuesto de Materia Prima DULCE DE CALABAZO

Presupuesto MP Dulce de Calabazo														
Meses	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Unidades a producirse	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	1608
(x) Materia Prima por unidad	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
(=) Materiales para producción total	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	482,40
(+) Inventario final de material deseado														
(=) Necesidades totales de material	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	482,40
(-) Inventario inicial de materiales														
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
(=) Materiales a comprarse	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	482,40
(x) Precio por unidad	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	
(=) Costo total de la compra	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	8,44	101,30
(=) Inventario inicial de materiales														
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Inventario final de material deseado														
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Elaborado por: La Autora.

Tabla 51 Presupuesto de Materia Prima CUY ASADO

Presupuesto MP Cuy Asado													
Meses	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Unidades a producirse	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	1344
(x) Materia Prima por unidad	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83
(=) Materiales para producción total	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	1115,52
(+) Inventario final de material deseado													
(=) Necesidades totales de material	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	1115,52
(-) Inventario inicial de materiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
(=) Materiales a comprarse	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	1115,52
(x) Precio por unidad	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	10,56	
(=) Costo total de la compra	981,658	981,66	981,66	981,66	981,66	981,66	981,66	981,66	981,66	981,66	981,66	981,66	11779,89
	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Elaborado por: La Autora

5.4 Presupuesto de Mano de Obra

Tabla 52 Presupuesto de Mano de Obra

Presupuesto- Mano de Obra Directa												
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes12
Salario	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00	\$386,00
Decimo tercero	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17
Décimo cuarto	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17	\$32,17
Aporte Patronal	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04	\$43,04
Total MOD	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37

Elaborado Por: La Autora

5.5 Depreciaciones

- **Método de depreciación en línea recta**

En este método, la depreciación es considerada como función del tiempo y no de la utilización de los activos. Es un método simple que viene siendo muy utilizado y que se basa en considerar la obsolescencia progresiva como la causa primera de una vida de servicio limitada en este caso lo haremos para un año.

Las depreciaciones se tomaron en cuenta por cada una de las áreas a encontrarse en el emprendimiento a continuación se muestran sus respectivos datos:

Tabla 53 Depreciación Área de Producción

Maquinaria y Equipo	1275	10	127,5	10,63
Mesa Cocina	60	10	6	0,50
Total				11,13

Elaborado por: La Autora

Tabla 54 Depreciación Área Administrativa

Depreciación del área administrativa				
Computador	300	5	60,00	5,00
total				5,00

Elaborado por: La Autora

Tabla 55 Depreciación Área de Ventas

Mesa 4 puestos	112	10	0,09	0,01
Sillas	165	10	0,06	0,01
Caja Registradora	300	3	0,01	0,00
Total				0,01

Elaborado por: La Autora

5.6 Presupuesto de Gastos Generales de Fabricación

Tabla 56 Gastos Generales de Fabricación

Meses	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Gastos indirectos de fabricación fijos													
Depreciación	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 11,13	\$ 133,50
Servicios Básicos	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 6,50
(=) Total CIF Fijos	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 17,63	\$ 211,50
Gastos indirectos de fabricación variables													
Servicios Básicos	\$ 22,92	\$ 24,07	\$ 25,27	\$ 26,53	\$ 27,86	\$ 29,25	\$ 22,92	\$ 22,92	\$ 24,07	\$ 25,27	\$ 26,53	\$ 27,86	\$ 305,47
Materia Prima Indirecta	\$ 552,50	\$ 580,13	\$ 609,13	\$ 639,59	\$ 671,57	\$ 705,15	\$ 552,50	\$ 552,50	\$ 580,13	\$ 609,13	\$ 639,59	\$ 671,57	
Materiales Indirectos	\$ 43,79	\$ 45,98	\$ 48,28	\$ 50,69	\$ 53,23	\$ 55,89	\$ 43,79	\$ 43,79	\$ 45,98	\$ 48,28	\$ 50,69	\$ 53,23	
(=) Total CIF variables	\$ 619,21	\$ 650,17	\$ 682,68	\$ 716,81	\$ 752,66	\$ 790,29	\$ 619,21	\$ 619,21	\$ 650,17	\$ 682,68	\$ 716,81	\$ 752,66	\$ 305,47
Total CIF Fijos y Variables	\$ 636,84	\$ 667,80	\$ 700,31	\$ 734,44	\$ 770,28	\$ 807,91	\$ 636,84	\$ 636,84	\$ 667,80	\$ 700,31	\$ 734,44	\$ 770,28	\$ 8.464,07
(-)Depreciacion	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13	11,13
Total Desembolso de CIF	626	657	689	723	759	797	626	626	657	689	723	759	8.331

Elaborado por: La Autora

5.7 Presupuesto de Gastos Operacionales

Tabla 57 Gastos Administrativos y Ventas Fijos

Gstos Adm, y de ventas fijos		
Sueldo	493,37	
Publicidad	200	16,666667
Gstos Adm, y ventas Variables		
Suministros aseo y limpieza	37,7	0,02

Elaborado por: La Autora

5.8 Presupuesto de Gastos Administrativos y ventas

Meses	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ventas planeadas (porciones)	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	22800,00
Suministros de aseo y limpieza	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Gastos variables presupuestados	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	42,14	505,62
Gastos de administración y de venta fijos													
Publicidad	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	200,00
Sueldos y salarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	60,16
Arriendo	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	5920,44
Suministros de oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto Interés	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	242,43	242,43	242,43	242,43	242,43	242,43	1454,60
Subtotal	515,05	515,05	515,05	515,05	515,05	515,05	757,48	757,48	757,48	757,48	757,48	757,48	7635,20
TOTAL FIJOS + VARIABLES	557,19	557,19	557,19	557,19	557,19	557,19	799,62	799,62	799,62	799,62	799,62	799,62	8140,82
(-) Depreciación	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	5,01	60,16
Desembolso de caja para gastos operacionales	552,17	552,17	552,17	552,17	552,17	552,17	794,61	794,61	794,61	794,61	794,61	794,61	8080,66

Elaborado por: La Autora

Elaborado por: La Autora

5.9 PRESUPUESTO FINANCIERO

EMPRESA S.A "Doña Yolita"													
ESTADO DE COSTO PRODUCCIÓN Y VENTAS PROFORMA													
PERÍODO: ANUAL													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Inventario Inicial de materia prima directa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(+) Compras Netas Materia Prima Directa	1116,18	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	
(=) Materia prima directa disponible total	1116,18	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	
(-) Inventario final de materia prima directa	6,09	6,30	6,30	6,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Materia Prima directa utilizada en el periodo	1110,09	1111,00	1111,00	1111,00	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	
(+) Mano de obra directa	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	
(+) Gastos generales de fabricación	636,84	667,80	700,31	734,44	770,28	807,91	636,84	636,84	667,80	700,31	734,44	770,28	
(=) Costos de producción en proceso del período	2240,30	2272,16	2304,67	2338,81	2380,95	2418,58	2247,50	2247,50	2278,46	2310,97	2345,11	2380,95	
(+) Inventario inicial de productos en proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Costo de producción en proceso total	2240,30	2272,16	2304,67	2338,81	2380,95	2418,58	2247,50	2247,50	2278,46	2310,97	2345,11	2380,95	
(-) Inventario final de productos en proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Costo de productos terminados en el período	2240,30	2272,16	2304,67	2338,81	2380,95	2418,58	2247,50	2247,50	2278,46	2310,97	2345,11	2380,95	
(+) Inventario Inicial de productos terminados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Costo de productos terminados disponibles para la venta	2240,30	2272,16	2304,67	2338,81	2380,95	2418,58	2247,50	2247,50	2278,46	2310,97	2345,11	2380,95	
(-) Inventario final de productos terminados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) COSTO DE VENTAS	2240,30	2272,16	2304,67	2338,81	2380,95	2418,58	2247,50	2247,50	2278,46	2310,97	2345,11	2380,95	27765,98

5.10 Estados Financieros

- Estado de Situación Inicial

RESTAURANTE "DOÑA YOLITA"			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL			
Año 2018			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivos corrientes	
Inversión inicial en efectivo	4716,24	Cuentas por pagar	\$ 5.000,00
	\$		\$
Total Activo Corriente	4.716,24	Total Pasivo	5.000,00
Propiedad, planta y equipo		PATRIMONIO	
Maquinaria y equipo	\$ 1.275,00	Inversión total	
Mobiliario	\$ 474,00	Total	\$
Equipo de cómputo	\$ 1.500,00	Patrimonio	2.965,24
	\$		
Total activos fijos	3.249,00		
		TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS	\$ 7.965,24		\$ 7.965,24

Elaborado por: La Autora

➤ Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	
Ventas Netas	\$ 53.680,05
Champús	\$ 12.631,68
Mata Burros (envueltos de mote)	\$ 15.566,88
Dulce de Calabazo	\$ 2.527,62
Cuy Asado	\$ 22.953,87
(-) Costos de producción	37.184,66
(=) Utilidad bruta en ventas	16.495,39
(-) Gastos administrativos y de ventas	8.080,66
(=) Utilidad(pérdida)	8.414,73

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Se puede determinar que los ingresos por ventas serán de \$53,680.05 entre los 4 platos ofertados obteniendo una utilidad de \$8.414,73 dólares demostrando que es un proyecto factible para su ejecución.

5.11 Flujo de caja

Meses	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Saldo efectivo inicial	1179,06	2737,01	4262,88	5756,25	7215,48	8638,87	10024,63	11352,50	12680,37	13977,28	15241,69	16471,95	109537,99
Entradas de dinero:													
Ingreso por ventas	4345,39	4345,39	4345,39	4345,39	4345,39	4345,39	4601,29	4601,29	4601,29	4601,29	4601,29	4601,29	53680,05
Total ingresos de efectivo	4345,39	4345,39	4345,39	4345,39	4345,39	4345,39	4601,29	4601,29	4601,29	4601,29	4601,29	4601,29	53680,05
Desembolsos de dinero:													
Materiales directos	1116,18	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	1117,30	13406,43
Mano de obra directa	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	5920,47
Gastos generales de fabricación	625,71	656,67	689,18	723,31	759,16	796,79	625,71	625,71	656,67	689,18	723,31	759,16	8330,57
Gastos Interes							242,43	242,43	242,43	242,43	242,43	242,43	
Gastos operacionales	552,17	552,17	552,17	552,17	552,17	552,17	794,61	794,61	794,61	794,61	794,61	794,61	8080,66
Total desembolsos de efectivo	2787,44	2819,51	2852,02	2886,15	2922,00	2959,63	3273,42	3273,42	3304,38	3336,89	3371,02	3406,86	35738,13
Flujo de caja	1557,95	1525,87	1493,37	1459,23	1423,39	1385,76	1327,87	1327,87	1296,91	1264,40	1230,27	1194,43	16487,32
Saldo efectivo final	2737,01	4262,88	5756,25	7215,48	8638,87	10024,63	11352,50	12680,37	13977,28	15241,69	16471,95	17666,38	126025,31

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Mediante el flujo de caja determinamos que la inversión se recuperará en el quinto mes en su totalidad puesto que la inversión total es de \$7.965,24

dólares

CONCILIACIÓN

Total ingresos	\$ 53.680,05
Total egresos	\$35.738,13
Saldo efectivo final	17.941,92

Elaborado por: La Autora

5.12 PUNTO DE EQUILIBRIO

PRODUCTOS	PUNTO DE EQUILIBRIO				
	CHAMPUS	MATA BURROS	DULCE DE CALABAZO	CUY ASADO	
UNIDADES A VENDER	670	984	134	112	1900
%PARTICIPACION	35%	52%	7%	6%	100%
PRECIO VTA UNITARIO	1,25	1,25	1,50	17,01	
COSTO VARIABLE UNITARIO	0,29	0,1906	0,21	1,98	
COSTO FIJO					\$1026
MARGEN DE CONTRIBUCION	0,96	1,06	1,30	15,03	
MARGEN C. PONDERADO	0,337	0,549	0,092	0,886	1,864
PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL					550
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO	194	285	39	32	

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Se pudo determinar el punto de equilibrio de una manera general dando como resultado un total de 550 platos mensuales entre los cuatro platos que se ofertarán así respectivamente son: 194 de Champús, 285 de Mata Burros, 39 Dulces de Calabazo y 32 de Cuyes Asados.

CAPÍTULO VI

6. Estructura Organizacional

6.1. Propuesta Administrativa

Un emprendimiento se puede estructurar de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles. La estructura de esta organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.

Las prácticas administrativas tienen como objetivo tener resultados positivos y mejorar los servicios que vayan a ofrecerse para alcanzar la más alta calidad, no sólo con el fin de ofrecer el mejor producto sino también brinda el mejor servicio integral a sus clientes, considerando que la empresa será evaluada fundamentalmente por la atención y servicio que proporcione, acompañado de los platos a ofertarse.

En esta parte del proyecto se detalla todos los aspectos que tienen relación con la estructura funcional del emprendimiento.

6.2. Objetivo

Crear la Estructura Organizativa para la administración de los recursos humanos, económicos y financieros en la implementación del emprendimiento..

6.3. Conformación Del Emprendimiento

El funcionamiento del emprendimiento Restaurante de comida tradicional Carchense en la ciudad de San Gabriel cantón Montúfar debe cumplir con ciertos requisitos es decir presentar ciertos documentos para que de lugar a un adecuado funcionamiento y sea todo legal,

garantizando el buen servicio que este brindara a la ciudadanía en general.

6.3.1. Constitución legal y Razón Social

El emprendimiento “Restaurante de comida tradicional Carchense” es una microempresa y se le nominara con una razón social que se le identifique, con el nombre de “Restaurante Doña Yolita”, ya que es Unipersonal tiene una sola propietaria denominado micro empresario, el cual es responsable de la administración de la empresa y la inversión total será propio y financiado.

Es una microempresa porque cumple con las siguientes características:

La propietaria de la microempresa laboran en la misma institución.

El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.

El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias

6.3.2. Permisos de funcionamiento

- **RISE**

El Régimen Impositivo Simplificado (RISE), es de libre inscripción el cual sustituye al pago de IVA e IR, este se lo cancela mensualmente o también se lo puede pagar anual un solo pago para todo el año mejorando la cultura tributaria del país.

Requisitos

Ser persona natural.

No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravado con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.

No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.

No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

- **El Registro Único de Contribuyente (RUC)**

Requisitos

Original y copia de Cédula de representante legal en este caso propietaria del restaurante

Original y Copia de certificado de votación actualizado

Recibo de pago de agua, luz, teléfono

- **Patente municipal**

Requisitos

Recibo del último pago del impuesto predial

Copia del RUC

Original y copia de Cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal

- **Otros Requisitos**

Permiso de Bomberos

Permiso del Ministerio del Interior

Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.

Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.

Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y

sanitarios.

Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

6.4. Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros comensales con platos nutritivos y tradicionales de la región norte del País brindando un servicio de calidad a precios accesibles para todo tipo de gustos y preferencias contribuyendo positivamente a la economía del país.

6.5. Visión

El restaurante de comida tradicional Carchense se enfoca para el 2022 ser líder en servicio de restaurante para todos los clientes y a la vez ser un atractivo turístico donde puedan disfrutar de toda la comida típica y tradicional de la región.

- Logo del Restaurante



6.6. Políticas

- Trabajo en equipo
- Toma de decisiones consensuada
- Estimular la capacitación de los integrantes para lograr mejores niveles de productividad
- Generar una buena imagen por la calidez y la atención al cliente

6.7. Principios y Valores

Principios

Responsabilidad.- Cada miembro de la microempresa debe desenvolverse en su cargo de una manera responsable y eficiente.

Compromiso.- Comprometerse con la microempresa para alcanzar los objetivos propuestos de toda la microempresa para obtener el mejor mayores beneficios comunes.

Excelencia.- Todo los integrantes de la microempresa deben trabajar con eficiencia y efectividad con la que realiza sus actividades para llegar al éxito.

Integridad y justicia.- Dar una estimulación o reconocimiento justo a los empleados para incentivar a que se superen cada día.

Ética.- Práctica de valores humanos.

6.8. Valores

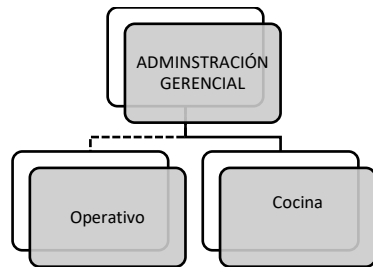
- Responsabilidad Social
- Puntualidad
- Innovación
- Respeto
- Compromiso con la Organización

6.9. Estructura Orgánica

La estructura organizacional es la disposición de roles, en la que cada persona asume un papel que se cumpla con el mayor énfasis posible. La finalidad de la estructura

organizacional es establecer un sistema de funciones que han de desarrollar los miembros del restaurante para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas y objetivos propuestos.

6.9.1 Organigrama Estructural



6.9.2. Manual De Funciones

Administración Gerencial

Cargo: ADMINISTRADOR

Funciones Principales

- Ser el representante legal de la microempresa.
- Dirigir todos los procesos que se lleven a cabo en el restaurante
- Conocer la situación financiera del restaurante
- Controlar y despedir al personal de las diferentes áreas.
- Aplicar y supervisar el cumplimiento de leyes, reglamentos, y normas de control interno.
- Planificar y ejecutar actividades del restaurante para un buen servicio.
- Atender quejas y sugerencias de los clientes.
- Controlar detalladamente el consumo de materia prima, uso de mano de obra, cantidad de producto terminado, pérdidas en tiempo de operación, consumos de energía.
- Programar las ventas para el cumplimiento de objetivos planteados.

- Convencer al cliente para que adquiera el producto.
- Establecer estrategias de ventas.

Area de Cocina

Cargo: Cocinera(o)

Funciones Principales

Naturaleza del Cargo: Manipulcion y preparación de platos para los clientes.

Funciones Principales.

- Msnipular los alimentos
- Preparar los platos típicos con todos los aspectos de calidad.
- Revisar que todos los alimentos esten bien cocidos y listos para servirse.
- Realizar las respectivas compras de materia prima para la preparación de alimentos.

Operarios

Cargo : Nivel Operativo

Naturaleza del cargo: recurso humano responsable de realizar labores de mesero y aseo del restaurante

Funciones Principales

- Desarrollar las diferentes labores del restaurante.
- Servir y Limpiar todas las areas de cocina y salon de servicio.
- Y demás disposiciones que asigne el administrador

CAPÍTULO VII

7.1. Objetivo

Identificar los principales impactos que generarán en la implementación de este proyecto en los ámbitos económico, social, cultural.

7.2. Impactos

En el desarrollo de una microempresa, se prevé alcanzar impactos tanto positivos como negativos en su entorno de incidencia; por lo que para contrarrestar los posibles efectos negativos que se presenten en el desarrollo del proyecto se ha provisto un plan de contingencia.

Por ello para medir los impactos generados en este proyecto de preparación de alimentos

Valoración De Impactos

<i>POSITIVO</i>	<i>NIVEL</i>
<i>1</i>	Impacto a bajo positivo
<i>2</i>	Impacto Medio positivo
<i>3</i>	Impacto Alto positivo
<i>NEGATIVO</i>	<i>NIVEL</i>
<i>-1</i>	Impacto Bajo negativo
<i>-2</i>	Impacto Medio negativo
<i>-3</i>	Impacto Alto negativo

Elaborado por: La Autora

Impacto Económico

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Inversión							X	3
Ingresos							X	3
Producción							X	3
TOTAL								9

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Inversión

Se estima un efecto positivo alto en la inversión ya que al invertir un capital para el emprendimiento, permite obtener los mejores materiales para la elaboración y preparación de los platillos a ofertarse y así aprovechar de los recursos financieros invertidos.

Ingresos

El funcionamiento de este restaurante, generará un impacto positivo alto en el nivel de ingresos que percibirán los integrantes de la familia; ya que con la creación del restaurante no solo se beneficia la familia dueña de la microempresa, sino que también la comunidad en general se sentirá atraída por formar parte de la misma.

Producción

Con la puesta en marcha del presente emprendimiento y mientras funcione esta iniciativa, se prevee obtener un alto nivel de la producción, lo que significa que genera un impacto positivo alto para el sector; porque la microempresa constantemente pondrá en funcionamiento estrategias de ventas para cubrir de mejor manera las expectativas de los clientes.

Impacto social

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fuentes de trabajo							X	3
Consumo						X		2
Mejor calidad de vida						X		2
Total						4	3	7

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Fuentes de trabajo

El emprendimiento en sí, generará nuevas fuentes de trabajo para los integrantes de la familia que se involucran de manera directa o indirecta en el proyecto y la comunidad por lo que producirá un impacto medio positivo para el sector, permite a las personas tener una fuente de trabajo que le permita cubrir sus necesidades.

Consumo

Una vez generado el proyecto traerá consigo impacto positivo porque abastecerá a la demanda de comida tradicional Carchense del Cantón Montúfar.

Mejor calidad de vida

Con la creación de este restaurante en la ciudad de San Gabriel, se fortalecerá la economía local y por ende se tiene una mejor calidad de vida para los involucrados en el proyecto y los que forman parte del emprendimiento como los proveedores locales.

Impacto Cultural

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Gastronomía							X	3
Tradición							X	3
TOTAL								6

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Gastronomía

Al ser un emprendimiento de servicio alimenticio tendrá un impacto positivo puesto que se ofertarán platos diversos de la región y elaborados con ingredientes nutritivos y saludables.

Tradición

Al rescatar platos que con el tiempo se van perdiendo estamos recuperando tradiciones perdidas y con este emprendimiento eso se pretende dar a conocer a la ciudadanía en general platos ancestrales su elaboración mas natural posible, entonces diremos que tendrá un impacto alto en lo que respecta a tradición.

CONCLUSIONES

- Mediante el Diagnostico Situacional se determinó todos los factores a favor de este emprendimiento determinando una población total de 30511 habitantes en el Cantón Montúfar divididos en Sector Urbano y Rural para lo cual elegimos el sector Urbano quienes serán los principales consumidores y tomando en cuenta la PEA que serán quienes puedan acceder a los platos a ofertarse, este se lo creara en las calles Montúfar y Jose B Auz de la ciudad de San Gabriel en la casa de la Autora del emprendimiento.
- Como conclusión pudimos observar que en el estudio de mercado se tomo en cuenta la Población Económicamente Activa del Cantón Montúfar el sector Urbano dándonos un total de 30511 habitantes en la ciudad de San Gabriel de los cuáles el 50,9% es la PEA del cantón para lo que subdivide en Urbana y Rural por lo que se toma en cuenta la población Urbana puesto que el emprendimiento se lo pondrá en la ciudad de San Gabriel sector Urbano por lo que se puede constar que el 47,5% equivale a la población Urbana y el 52,5% es el porcentaje de la población con Empleo una vez realizado los cálculos respectivos se llegó a un mercado meta de 2013 dando una muestra de 323 encuestas, de estas el 92% tiene aceptación para la creación del restaurante que serían las personas que si visitarían el restaurante con un total de 6787 personas, para la oferta se tomó en cuenta la pregunta 5 de la encuesta donde nos da un 38% de restaurantes como competencia directa dando un total de 2803 personas lo cual entre estas dos variables nos da como resultado un total de 3984 personas que serán el 58% de demanda insatisfecha.
- En el estudio técnico se procedió al análisis de los costos e inversión para la creación del emprendimiento concluyendo que la inversión total será de 7965,24 dólares de la cual se solventará un 37% con capital propio y un 63% será mediante un crédito que se

obtendrá en Ban-Ecuador, adicionalmente, se determinaron los recursos necesarios para poner en marcha la ejecución del proyecto, esto permitió conocer el tamaño del emprendimiento, la capacidad de producción que será de 95 platos diarios de acuerdo al plato a prepararse y a las ventas que también sean para llevar o pedidos especiales a la vez se toma en cuenta los procesos que se llevarán a cabo en la elaboración de los productos.

- Al realizar el presupuesto operacional se logró identificar que el emprendimiento es factible, esto mediante la elaboración de estados financieros que ayudaron a determinar que la utilidad anual será de \$17.941,92 dólares, recuperando la inversión en cinco meses. El punto de equilibrio general es de 547 platos al mes.
- La Estructura Organizacional se le creó un logo y se le dio un nombre al emprendimiento “Restaurante Doña Yolita”, además de establecer la misión, visión, principios y valores que le den más realce y compromiso al restaurante y a las personas a trabajar en él, además, se determinó los respectivos manuales de funciones que permitirán el correcto funcionamiento del emprendimiento.
- Los impactos son altos positivos puesto que influyen de manera directa con las personas involucradas en este emprendimiento y a la vez ayudara a pequeños comerciantes de la zona en especial a la Asoc. Nuevo Amanecer que serán los principales proveedores de Materia Prima, creando más fuentes de trabajo, ingresos adicionales y una reactivación económica del Cantón Montúfar.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en marcha el emprendimiento y dar un seguimiento de todo el funcionamiento desde la inversión como la preparación de los platillos a deleitar los comensales.
- Se recomienda tener todos los permisos en orden y al día en lo que respecta al funcionamiento, patentes, RISE.
- Se recomienda cuidar el medio ambiente a través de políticas ambientales internas como 3R reciclar, reutilizar, reducir para así reducir la contaminación.
- Se recomienda aprovechar todos los recursos que se tengan a mano como también aprovechar los aliados y oportunidades que se dan para el emprendimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arévalo, D. A. (2012). *Proyectos de Inversión, Análisis, Formulación y Evaluación práctica*. México: Trillas.
- AsociaciónMunicipalesdelEcuador. (s.f.).
- Blomer, E. A. (2012). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. España: Paraninfo.
- Blomer, E. A. (2012). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. España: Paraninfo.
- FINANZAS, E. (01 de 01 de 2015). (http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_INSATISFECHA.htm). Recuperado el 7 de 07 de 2014
- Gardey, J. P. (2010). *Definición.de*. Contenido de Definición.de: <https://definicion.de/tradicion/>
- George, J. M. (2010). *Administración Contemporánea*. Mc Graw Hill.
- Jairo Dario Murcia M., F. N. (2009). *Proyectos Formulación y criterios de evaluación*. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Jaramillo, M. P. (2009). *Costos I*. Ecuador: Segunda Edición.
- Juan Fernando Reinoso Lastra, M. E. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo*. Bogotá,Colombia: Ediciones de la U.
- Juan Fernando Reinoso Lastra, M. E. (2015). *Emprendimietno y Empresarismo diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa*. Ediciones de la U.
- Lemus, Y. J. (26 de 06 de 2017). *Comida tipica tradicional*. Obtenido de Comida tipica tradicional: <http://maseualtapalol.blogspot.com/2017/06/diferencia-de-tipico-y-tradicional.html>
- Meza Orozco, J. J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ruiz, J. E. (2011). *Presupuestos Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión, y control de recursos*. Bogotá: McGraw-Will.

- Santesmases Mestre, M. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. Larousse-grupo editorial patria.
- Sierra, C. P. (2014). *Emprendimiento Conceptos y Plan de Negocios*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Silva, J. E. (2010). *Emprendedor "Crear su propia empresa"*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.
- Territorial, P. d. (2011 - 2031). <http://app.sni.gob.ec>. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/CARCHI/MONTUFAR/INFORMACION_GAD/05%20%20CANTON%20MONT%C3%9AFAR/DOCUMENTOS%20PDOT/\(e\)%20CAPITULO_I/\(e\)%20%20CAP%20I%20DIAGN%C3%93STICO%20TERRITORIAL%20MONTUFAR.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/CARCHI/MONTUFAR/INFORMACION_GAD/05%20%20CANTON%20MONT%C3%9AFAR/DOCUMENTOS%20PDOT/(e)%20CAPITULO_I/(e)%20%20CAP%20I%20DIAGN%C3%93STICO%20TERRITORIAL%20MONTUFAR.pdf)
- Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Vélez, G. A. (2013). *Proyectos identificación formulación evaluación y gerencia*. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Vergara Cortina, N. (2012). *marketing y comercialización internacional*. Ecoe Ediciones.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General: con base en las normas internacionales de información financiera*. España: Séptima Edición.

ANEXOS

Anexo 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENCUESTA****OBJETIVO:**

Esta encuesta tiene la finalidad de determinar la probabilidad de crear un restaurante de comida tradicional Carchense en la ciudad de San Gabriel provincia del Carchi.

INSTRUCCIONES:

Marque con una “X” dentro del paréntesis la (s) respuesta(s) que mejor indique(n) cuál es su opinión con respecto a lo que se pregunta.

PREGUNTAS:**1.- ¿Consume usted comida tradicional Carchense?**

Si (...)

No(...)

2.- ¿Qué plato es de su preferencia?

Champús (...)

Morocho (...)

Humitas (...)

Mata Burros (tamales de mote) (...)

Conejo Asado (...)

Cuy Asado (...)

Dulce de Calabazo (...)

Dulces de Frutas de la zona con cuajada (...)

3.- ¿Qué aspectos usted toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?

Buena atención (...)

Precio (...)

Buena Sazón (...)

Ambiente (...)

Todas las anteriores (...)

4.- ¿Cuándo sale a comer fuera qué cantidad de platos típicos consume?

Champús 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

Morocho 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

Humitas 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

Mata Burros (tamales de mote) 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

Conejo Asado 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

Cuy Asado 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

Dulce de Calabazo 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

Dulces de Frutas de la zona con cuajada 1 a 3 (...)4 a 6 (...)

5.- ¿En qué lugares usted consume platos tradicionales Carchenses?

Comederos (...)

Restaurantes (...)

Asaderos (...)

Ferias Locales (...)

OtrosCuáles.....

6.- ¿Con que frecuencia usted visita estos lugares?

Diariamente (...)

Semanal (...)

Quincenal (...)

Mensual (...)

7.- ¿Hasta qué precio usted está dispuesto a pagar por platos típicos de la zona?

Champús \$1 a \$3 (...) \$3 a \$5 (...)

Morocho \$1 a \$3 (...) \$3 a \$5 (...)

Humitas \$1 a \$3 (...) \$3 a \$5 (...)

Mata Burros (tamales de mote) \$1 a \$3 (...) \$3 a \$5 (...)

Conejo Asado \$5 a \$10 (...) \$10 a \$18 (...)

Cuy Asado \$5 a \$10 (...) \$10 a \$18(...)

Dulce de Calabazo \$1 a \$3 (...) \$3 a \$5 (...)

Dulces de Frutas de la zona con cuajada \$1 a \$3 (...) \$3 a \$5 (...)

8.- ¿Por qué medios de comunicación desearía conocer el restaurante?

Redes Sociales (...)

Diario El Norte (...)

Radio (...)

TV (...)

Otros...(..)

9.- ¿Dónde le gustaría que estuviera localizado el restaurante?

Centro de la ciudad (...)

A un lado de la ciudad (...)

Fuera de la ciudad (...)

10.-¿Estaría dispuesto a visitar un restaurante donde se preparen productos saludables y tradicionales de la región?

Si (...)

No (...)

!!Muchas gracias!!

Anexo 2

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENTREVISTA**

DIRIGIDA A: Dueños de restaurantes similares

Preguntas:

1. Que productos ofrece

Cuy asado

2. Ofrece platos típicos de la zona

Si bajo pedido

3. Que servicios presta su restaurante(desayuno, almuerzo y cena, otros)

Solo fines de semana

4. Que platos son más pedidos por los clientes

Cuy asado, champús

5. Con que frecuencia prepara platos típicos bajo pedido

Según en fechas especiales de 20 a 30 cuyes

6. A qué precio son vendidos los principales platos típicos de la región

17\$ cuy asado

7. En su menú ofrece postres de la zona

si

8. Que capacidad de atención es de su restaurante

20 personas

9. Con cuántos empleados cuenta su restaurante

6 personas

Anexo 3

Permiso Bomberos

		CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN MONTÚFAR			
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO		N° 000001319			
Direc.: Calle Río Esmeraldas y Carlos Oña Benavides Telf.: 2290-317 San Gabriel - Carchi					
R.U.C. 0460036160001		VALOR A PAGAR:		16. 80	
RAZÓN SOCIAL: RESTAURANTE "DOÑA YOLITA"			CÉDULA O R.U.C.:	TELF.:	
			0401620034001	(06) 2291639	
NOMBRE: BURBANO MALLAMAS CARMEN ESTEFANÍA			DIRECCIÓN: CALLE MONTÚFAR Y JOSÉ B AUZ		
MEDIDAS DE DEFENSA CONTRA INCENDIOS					
DETALLE: POSEE UN EXTINTOR PSQ 10 LBS		CATEGORÍA: MEDIANO - MEDIANO	INSPECTOR: BRO VICTOR VILLOTA		
Permiso de Funcionamiento Válido hasta: 31 DE DICIEMBRE DE 2019					
San Gabriel, 11 de FEBRERO del 20 19					
 JEFE CB-CM		 TESORERO CB-CM		 INSPECTOR CB-CM	
				<small>Q-ORIGINAL/COPIA</small>	

Anexo 4

Ministerio del Interior

Permiso de Funcionamiento


**REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DEL INTERIOR**
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

AÑO DE PAGO

Fecha de Emisión: **05 de FEBRERO del 2019**Número de Permiso: **20190044959** Valor: **20.00**RUC: **0401620034001**

Razón Social: **BURBANO MALLAMAS CARMEN ESTEFANIA**Nombre Comercial: **RESTAURANTE "DOÑA YOLITA"**Nombre del Representante L.: **BURBANO MALLAMAS CARMEN ESTEFANIA**Nombre del Administrador: **BURBANO ESTEFANIA**Tipo de Establecimiento: **RESTAURANTE**Horario de Funcionamiento: **Lunes a domingo de 06H00 a 23H00**Provincia: **CARCHI**Cantón: **MONTÚFAR**Dirección: **CALLE MONTÚFAR Y JOSÉ B AUZ (ESQUINA)**

El Permiso de Funcionamiento se obtiene mediante internet a través del portal de esta Cartera de Estado, y es otorgado exclusivamente para la actividad descrita en el mismo. Su emisión se fundamenta en el Decreto Supremo 3310-B y Acuerdos Ministeriales 7915 y 6987.

El mal uso del Permiso de Funcionamiento o de la información generada a través de este medio, será de exclusiva responsabilidad del requirente del mismo. Las sanciones por su mal uso, serán desde la clausura hasta el retiro o revocatoria del mismo en el caso de infringir cualquier disposición legal sobre la materia. Las sanciones podrán ser impuestas únicamente por funcionarios autorizados de la Intendencia General de Policía de cada provincia.



Ubique este documento a color,
en un lugar visible del establecimiento.

Es obligación del propietario del establecimiento, actualizar los datos en el sistema y volver a imprimir el permiso cuando se efectúe el cambio de administrador.



477/21
ALVARADO SALAS CARMEN
ADRIANA
DIRECTORA FINANCIERA
DEL MINISTERIO DEL INTERIOR






CAMARGO MARTINEZ TANYA
TUPAMARA
INTENDENTE GENERAL DE POLICIA
CARCHI

Este documento es firmado electrónicamente

Fuente: Unidad de Control de Ingresos de la Dirección Financiera del Ministerio del Interior
<http://www.ministeriodelinterior.gob.ec/permiso-funcionamiento>

Anexo 5

Patente TEFA

	GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE MONTÚFAR		
<u>PATENTE</u> OFICINA DE RENTAS	000013324	PARA FINES DIDÁCTICOS	
De conformidad con el Título IX, Capítulo III, Sección Novena del COOTAD, en sus artículos 546 al 551; la Ordenanza aprobada en el Registro Oficial N° 47 del 30 de Julio del 2013, se emite la presente patente.			
REGISTRO	AÑO	CED. o R.U.C.	
	2019	0401620034001	
NOMBRES	CARMEN ESTEFANÍA BURBANO MALLAMAS		
DIRECCIÓN	CALLE MONTÚFAR Y JOSÉ B AUZ (ESQUINA)		
R. SOCIAL	RESTAURANTE "DOÑA YOLITA"	ACT. ECON. RESTAURANTE	
CONCEPTO	VALOR	CONCEPTO	VALOR
PATENTE ANUAL	15,00	INTERES	17,00
SERVICIOS ADM.	2,00	TOTAL A PAGAR	
NOTA: en caso de cierre o cambio de dirección de la actividad económica acercarse a la Ofc. de Rentas del Municipal			
 DIRECCIÓN FINANCIERA Lcda. YOLANDA... DIRECTORA FINANCIERA	 OFICINA DE RENTAS JEFEE DE RENTAS	 RECAUDADOR (A)	

PEG-O-ORIGINAL-COPIA CELESTE

Anexo 6



Ministerio de Salud



DIRECCIÓN DISTRITAL 04D02
MONTÚFAR - BOLÍVAR - SALUD



Nº DE SERIE
Z0104D0200__201__

CERTIFICADO DE SALUD				
FECHA DE EMISIÓN			TIPOLOGÍA Y NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO DE SALUD	UNICÓDIGO
DÍA	MES	AÑO		
CERTIFICO HABER ATENDIDO A:				
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRES	CÉDULA	HISTORIA CLÍNICA
NOMBRE DEL MÉDICO/A:	CÓDIGO MSP:	FIRMA Y SELLO:	 Dra. Gabriela Castillo MÉDICO GENERAL C.C. 0401448469	
NOMBRE DEL ODONTÓLOGO/A:	CÓDIGO MSP:	FIRMA Y SELLO:		
VALIDO POR 30 DÍAS			 Pineda Marvaz Edison Abel ODONTÓLOGO	

SELLO INSTITUCIONAL

Ministerio de Salud Pública
Dirección Distrital 04D02 Montúfar - Bolívar - Salud
Libro 4 Folio 265 N° 786