



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AL CARBÓN EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autora: PADILLA, Clara

Director de tesis: ROSALES, Francisco. Ing.

Ibarra, 2015

RESUMEN

El presente proyecto comprende en el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de carnes al carbón en el Cantón Mira con el objeto de identificar opciones gastronómicas que pueden dar un mejor realce a la cultura de la población, para la consecución de este estudio se analizó cuidadosamente los diversos aspectos que son necesarios para obtener información relévate que ayude a determinar su viabilidad. A través del estudio de la situación actual se determinó las ventajas y desventajas del sector y con esto poder analizar profundamente las oportunidades de expansión de mercado por medio de la matriz diagnóstica. En el estudio de mercado se analizó la competencia que existe en la localidad y mediante técnicas de investigación se confirma la aceptación del servicio a ofertarse. Con el estudio técnico se analizó la ubicación geográfica y la reingeniería civil misma que nos ayudó a determinar la infraestructura adecuada para el normal desenvolvimiento de las actividades y el tiempo necesario para obtener el producto final, además, con el estudio de los procedimientos se llegó a establecer la mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación necesarios para cumplir los objetivos propuestos. Con la aplicación del estudio económico y evaluadores financieros se determinó el monto de la inversión que está en función de la demanda y capacidad de la planta y con esto se analizó la factibilidad del proyecto a ejecutarse. La parte de la estructura organizativa se realizó de acuerdo a las características organizacionales de la empresa considerando la razón de ser de la misma, se estableció principios, valores y políticas las cuales regirán al personal, así como también se determinó el perfil profesional de la mano de obra a necesitar y las normas constitutivas. Y con el análisis de impactos se llega a determinar los beneficios que se generaría con la ejecución del proyecto tanto a nivel social, económico y ambiental.

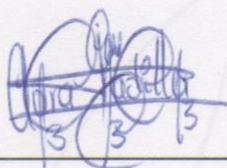
SUMMARY

The present Project comprising in the study feasibility for creating a restaurant steak at Carbon in Canton Mira with the objective of identify options gastronomic that can give a better enhance the culture of the population, for the attainment of this study was analyzed carefully the various aspects that are necessary to obtain information relevant to help determine its viability. Through the study of the situation actual was determined the advantages and disadvantages the sector and with this to analyze deeply the opportunities expansion market through the matrix diagnostic. In the market study analyzed the competition in the locality and through techniques research confirmed acceptance service to be offered. The study technician analyzed location geographic and reengineering civil same that helped determine the infrastructure adequate for the normal development of activities and the time needed to obtain the product end also with the study procedures was reached establishing manpower direct, matter premium direct and costs indirect fabrication necessary to meet the objectives proposed. With the implementation of the study economic and evaluators Financial determined the amount of the investment is a function of demand and capacity of the plant and with this analyzed the feasibility of the project to run. The part structure organizational was performed according to the characteristics organizational of the company considering the rationale behind thereof, was established principles, values and policies which govern the staff, as well as determined profile professional manpower need and rules constituent. And with the analysis of impacts is reached determine the benefits that would be generated with the execution project both atsocial, economic and environmental.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Clara Salomé Padilla Quispe**, portador de cédula de ciudadanía N° 100398095-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi **autoría** **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AL CARBÓN EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han presentado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra a los 09 días del mes de julio del año 2014.



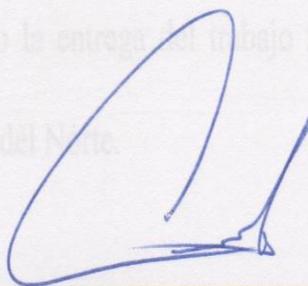
Clara Salomé Padilla Quispe

C.C. 100398095-8

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director de trabajo de grado presentado por la señorita **Clara Salomé Padilla Quispe** para optar por el título de Ingeniería Comercial, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AL CARBÓN EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI**. Considero que el presente trabajo tiene los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 09 días del mes de julio del año 2014.



Ing. Francisco Rosales

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, **Clara Salomé Padilla Quispe**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5,6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AL CARBÓN EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería Comercial en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales del trabajo antes citado. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

IDENTIDAD:	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Padilla Quispe Clara Salomé
DIRECCIÓN:	Ibarra, Av. 17 de Julio
EMAIL:	salome_padilla@unorte.edu.ec
TELÉFONO FIJO:	0988317538

Clara Salomé Padilla Quispe

C.C. 100398095-8

Ibarra, a los 23 días del mes de febrero del año 2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	DE	100398095-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Padilla Quispe Clara Salomé	
DIRECCIÓN:	Ibarra, Av. 17 de Julio		
EMAIL:	salome_pad@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0988317538

DATOS DE LA OBRA				
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AL CARBÓN EN EL CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”			
AUTOR:	Padilla Quispe Clara Salomé			
FECHA:	23 de febrero del 2015			
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO				
PROGRAMA:	PREGRADO	X	POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial			
TUTOR:	Ing. Francisco Rosales			

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Padilla Quispe Clara Salomé**, con cédula de ciudadanía No.100398095-8, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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 los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 23 de Febrero del 2015

DEDICATORIA

AUTORA:

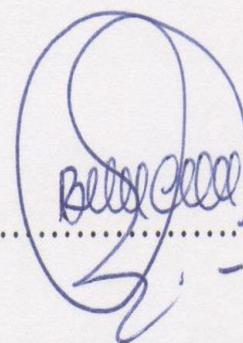
ACEPTACIÓN:

Firma.....



Nombre: Clara Padilla

Firma.....



Nombre: Ing. Bethy Chávez

Cargo: Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis padres que gracias a su esfuerzo y lucha me apoyaron para seguir adelante, ya que ellos fueron y son la razón de mi esfuerzo y superación.

Clara Salomé Padilla Quispe

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a Dios por iluminar mi vida con su luz y bendiciones recibidas día a día.

A mis padres quienes fueron el pilar fundamental para seguir adelante, ya que gracias a ellos tuve la oportunidad de superarme profesionalmente; a mis hermanos quienes me apoyaron con sus consejos y amistad.

A la Universidad y a todos los maestros que con mucha dedicación y empeño aportaron con sus conocimientos para mi formación académica.

Clara Salomé Padilla Quispe

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxiv
ANTECEDENTES	xxiv
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	xxiv
OBJETIVOS	xxv
OBJETIVO GENERAL.....	xxv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxv
CAPÍTULO I	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
Antecedentes del diagnóstico.....	27
Objetivos	30
Objetivo general.....	30
Objetivos específicos	30
Variables diagnósticas	30
Indicadores.....	30
Variable 1: Producción	31

Variable 2: Oferta	31
Variable 3: Demanda	31
Variable 4: Competencia.....	31
Matriz de la Relación Diagnóstica	32
Identificación de la población.....	33
Cálculo de la muestra.....	33
Fórmula para el cálculo.....	33
Diseño de instrumentos de evaluación.....	34
Información primaria	34
Información secundaria.....	37
Construcción matriz AOOR.....	37
Aliados	37
Oportunidades	38
Oponentes	38
Riesgos.....	38
Cruce estratégico AO AR OO OR.....	38
Estrategia AO.....	38
Estrategia AR	39
Estrategia OO.....	40
Estrategia OR	40
Identificación del problema	41
CAPÍTULO II.....	42
MARCO TEÓRICO.....	42
Estudio de factibilidad	42
Componentes del estudio de factibilidad	42
Estudio de mercado.....	43
Tipos de estudio de mercado.....	43
Proceso del estudio de mercado	44
Producto	44
Consumidor.....	45
Perfil del consumidor.....	45
Demanda	46
Oferta	46
Precio	46

Comercialización	47
Canales de distribución	47
Factores que intervienen en la elección de un canal de distribución	48
Estudio técnico.....	49
Tamaño del proyecto.....	49
Variables determinantes del tamaño del proyecto	49
Localización.....	50
Factores que influyen en la localización.....	50
Macro localización.....	51
Micro localización	51
Estudio económico.....	52
Evaluación económica	52
Técnicas de evaluación financiera	52
Estructura organizativa	54
Misión	54
Visión.....	55
Organigrama	55
Requisitos de un organigrama.....	56
Tipos de organigramas	56
Pequeña empresa.....	56
Características de la pequeña empresa.....	57
Ventajas de la pequeña empresa	58
Desventajas de la pequeña empresa.....	59
Tipos de pequeñas empresas.....	59
Carnes al carbón.....	60
Concepto	60
Antecedentes históricos	60
Formas de asar	61
Las parrillas.....	62
Utensilios básicos para realizar una parrillada.....	67
Reglas del buen asador.....	68
Productos.....	68
CAPÍTULO III.....	70
ESTUDIO DE MERCADO	70

Introducción	70
Objetivos del estudio de mercado	70
Objetivo general.....	70
Objetivos específicos	70
Matriz de variables de mercado	71
Identificación de la población.....	73
Determinación de la muestra	73
Identificación del producto	73
Análisis de la oferta	74
Características de los oferentes	75
Oferta local.....	76
Proyección de la oferta.....	76
Análisis de la demanda	78
Análisis de datos	78
Identificación de la demanda	95
Características de los consumidores	95
Análisis de la demanda	95
Proyección de la demanda	95
Balance Oferta-Demanda.....	97
Establecimiento de precios	97
Proyección de los precios.....	99
Plan de comercialización	100
Estrategias para el servicio.....	100
Estrategias para el precio	100
Estrategias de distribución	101
Estrategias de Promoción –Publicidad.....	101
Conclusiones estudio de mercado	102
CAPÍTULO IV.....	104
ESTUDIO TÉCNICO	104
Presentación	104
Localización del proyecto	104
Macro localización.....	105
Micro localización	105
Descripción de la ciudad de Mira	107

Ubicación del restaurante de carnes al carbón	108
Tamaño del proyecto.....	110
Distribución de la planta	110
Características de las instalaciones de un restaurante.....	110
Diseño de las instalaciones	112
Proceso de almacenamiento.....	113
Flujo grama de proceso adquisición del servicio.....	113
Presupuesto técnico.....	114
Inversiones fijas	114
Activos diferidos.....	117
Costos de producción.....	117
Gastos administrativos	121
Gastos de ventas.....	122
Capital de trabajo	123
Financiamiento.....	125
Seguimiento y monitoreo.....	125
CAPÍTULO V	126
ESTUDIO ECÓNÓMICO FINANCIERO	126
Presupuesto de la inversión.....	126
Inversión total	126
Plan de inversión fija	126
Cálculo costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	127
Determinación de los ingresos	128
Determinación de los egresos	129
Costos de producción.....	129
Gastos administrativos	132
Sueldos de personal administrativo	132
Depreciación	133
Gastos de ventas.....	134
Sueldo del personal de ventas	134
Gastos financieros.....	134
Amortización del préstamo	134
Estados financieros proyectados	137
Estado resultados	137

Flujo de caja.....	138
Balance general.....	138
Evaluación financiera.....	139
Tasa de redescuento.....	139
Valor Actual Neto (VAN).....	140
Tasa interna de retorno.....	140
Costo beneficio.....	141
Período de recuperación de la inversión.....	142
Punto de equilibrio.....	143
Resumen indicadores de evaluación financiera.....	145
Sensibilidad y riesgo del proyecto.....	145
CAPÍTULO VI.....	146
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	146
Introducción.....	146
Beneficiarios.....	146
Sector económico.....	146
Tipo de empresa.....	146
La empresa.....	147
Logotipo.....	147
Misión.....	147
Visión.....	147
Objetivos organizacionales.....	148
Objetivo general.....	148
Objetivos específicos.....	148
Políticas.....	148
Principios y valores corporativos.....	149
Valores.....	149
Principios.....	149
Niveles administrativos de EL LEÑON.....	150
Organigrama estructural.....	151
Manual de funciones gerente.....	152
Manual de funciones contador.....	154
Manual de funciones del chef.....	155
Manual de funciones del mesero.....	156

Prohibiciones de los empleados.....	157
Aspecto legal.....	157
Registro Único de Contribuyentes	158
Razón social.....	159
CAPÍTULO VII.....	160
EVALUACIÓN DE IMPACTOS.....	160
Impacto socio económico	161
Impacto ambiental.....	162
Impacto empresarial.....	163
Impacto general.....	164
CONCLUSIONES	165
ROCOMENDACIONES	167
BIBLIOGRAFÍA	169
ANEXOS	171
ANEXO 1 ENCUESTA.....	172
ANEXO 2 ENTREVISTA.....	178
ANEXO 3 FOTOS.....	179
ANEXO 4. PROFORMAS	183
ANEXO 5 REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ALIMENTOS PROCESADOS.....	185

ÍNDICE DE CUADROS

1. N° de habitantes zona rural (Parroquias).....	27
2. N° de habitantes zona urbana	28
3. Matriz relación diagnóstica.....	32
4. Matriz variables de mercado	72
5. N° de Clientes	74
6. Características	75
7. Oferta local.....	76
8. Oferta	77
9. Consumo	78
10. Frecuencia	79
11. Número de restaurantes.....	80
12. Importancia de apertura	81
13. Aceptación	82
14. Ubicación	83
15. Características importantes	84
16. Decoración del restaurante.....	85
17. Especialidades a ofertar	86
18. T- Bone	87
19. Bife de chorizo.....	87
20. Pincho	88
21. Medallón de lomo fino.....	89
22. Mix de asado al carbón	89
23. Filete de pollo a la parrilla	90
24. Horario de atención.....	92
25. Edad	93
26. Nivel de ingresos.....	94
27. Proyección demanda	96
28. Balance oferta-demanda.....	97
29. Determinación de precios	98
30. Precios.....	98
31. Proyección de los precios.....	99
32. Proyección de precios	100

33. Lugares.....	106
34. Ponderación de factores	106
35. Maquinaria y equipo requerido	115
36. Menaje y utilería	115
37. Muebles oficina y equipos de oficina	116
38. Equipo de computación.....	116
39. Gastos de constitución	117
40. T-Bone	118
41. Bife de Chorizo	118
42. Pinchos.....	119
43. Medallón de lomo fino.....	119
44. Mix de asado al carbón	119
45. Filete de pollo a la parrilla	120
46. Mano de obra	120
47. Insumos	121
48. Servicios básicos.....	121
49. Sueldo personal administrativo.....	122
50. Suministros de oficina.....	122
51. Sueldo personal de ventas.....	123
52. Costo total	124
53. Costo período de producción	124
54. Capital de trabajo	124
55. Distribución del financiamiento.....	125
56. Inversión Total.....	126
57. Inversión fija.....	126
58. Costo de oportunidad	127
59. Ingresos	128
60. Proyección de costos.....	129
61. Proyección costos de materia primas	130
62. Proyección costo de mano de obra directa.....	131
63. Proyección costos indirectos.....	131
64. Sueldos de personal administrativo	132
65. Proyección sueldos de personal administrativo	133
66. Proyección depreciación	133

67. Proyección gastos administrativos	133
68. Proyección sueldo personal de ventas.....	134
69. Tabla de amortización mensual	135
70. Proyección gastos financieros.....	137
71. Estado de resultados.....	137
72. Flujo de caja proyectado	138
73. Estado de situación financiera	139
74. Cálculo costo beneficio.....	142
75. Cálculo periodo de recuperación de la inversión.....	142
76. Costos para determinar el punto de equilibrio	143
77. Resumen evaluadores financieros.....	145
78. Funciones gerente	152
79. Funciones contador	154
80. Funciones del chef	155
81. Funciones del mesero.....	156
82. Valoración de impactos.....	160
83. Evaluación impacto económico	161
84. Evaluación impacto ambiental.....	162
85. Evaluación impacto empresarial	163
86. Evaluación impacto general.....	164

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Parrilla modelo hibachis	62
2. Parrilla modelo braseros	63
3. Parrilla modelo barbacoa	63
4. Parrilla modelo olla circular.....	64
5. Parrilla modelo barbacoas con ruedas.....	64
6. Parrilla modelo barbacoas de ladrillo	65
7. Modelo parrilla de gas	65
8. Modelo parrilla artesanal	66
9. Modelo parrilla eléctrica.....	67
10. Menú del restaurante.....	101
11. Modelo pancarta.....	102
12. Ubicación Cantón Mira en la Provincia del Carchi en el Ecuador	105
13. Cantón Mira	107
14. Ubicación restaurante carnes al carbón.....	109
15. Diseño de las instalaciones de la planta.....	112
16. Flujograma proceso de almacenamiento.....	113
17. Proceso adquisición del servicio	114
18. Nombre comercial.....	147
19. Niveles administrativos.....	150
20. Organigrama	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Consumo	78
2. Frecuencia de consumo	79
3. Número de restaurantes.....	80
4. Importancia de apertura	81
5. Aceptación	82
6. Ubicación	83
7. Características importantes	84
8. Decoración del restaurante.....	85
9. Especialidades a ofertar	86
10. Precio T-Bone	87
11. Precio bife de chorizo	88
12. Precio pincho	88
13. Precio medallón de lomo fino	89
14. Precio mix de asado al carbón	90
15. Precio filete de pollo a la parrilla	90
16. Horario de atención.....	92
17. Edad	93
18. Nivel de ingresos.....	94
19. Punto de equilibrio.....	144

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Mira cuenta con una privilegiada ubicación geográfica, lo que le hace merecedor por sus bellezas naturales tales como variedad de climas y competitividad en el turismo, su diversidad de paisajes y variedad de productos lo que hace que sea visitado por turistas nacionales y extranjeros. Su ubicación esta entre los 1000 y 3500 metros sobre el nivel del mar, por ello en el Cantón hay temperaturas altas, medias y bajas.

La falta de una unidad productiva que se dedique a la elaboración de productos gastronómicos diferentes, ha conllevado a que las personas que visitan el Cantón no encuentren productos variados y de calidad, por tal razón la implementación del presente proyecto es muy importante para dar realce e innovación a la gastronomía existente; usando productos propios de la zona proporcionando a los habitantes un producto nuevo, variado y de calidad.

El presente proyecto trata de fomentar la gastronomía y brindar a los turistas y habitantes un producto variado y de calidad, para crear una buena imagen frente a las personas que visitan el Cantón, además se creará una actividad económica que contribuirá a generar ingresos para las familias involucradas en la empresa, como propietarios y trabajadores; además de apoyar a los agricultores ya que se demandará productos del sector.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El presente proyecto será importante a nivel local, ya que se impulsará la imagen gastronómica de sector, mediante la oferta de un producto diferente, como las carnes al carbón preservando la calidad del producto y servicio.

En el proyecto a realizarse se demandará de productos propios de la zona y de mano de obra del Cantón.

Los beneficiarios directos serán las personas del Cantón que oferten una variedad de carnes por lo que este será el producto principal que se demandará para llevar a cabo el proyecto; mejorando la economía de aquellas personas que tengan a su cargo tercenas, manteniendo siempre la política de adquirir productos que cuenten con las debidas normas de salubridad con el objeto de brindar a los consumidores un producto confiable y con esto lograr prestigio y reconocimiento.

Este proyecto originará interés a nivel local ya que los pobladores y visitantes, no encuentran un lugar donde oferten el servicio de carnes al carbón generando en ellos inconformidad al momento de adquirir productos gastronómicos variados.

Es por todo esto que el proyecto se justifica debido a que actualmente existen pequeños restaurantes que ofrecen a sus consumidores otro tipo de productos. Además con la apertura de este proyecto se atraerá a nuevos consumidores logrando con esto ser reconocidos en la zona y por ende ganar prestigio a nivel local mejorando notablemente la economía de las familias.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de carnes al carbón en el Cantón Mira de la Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Mira perteneciente a la Provincia del Carchi.

Determinar los fundamentos teóricos y científicos que sustenten el estudio a través de la investigación bibliográfica y documental.

Realizar el estudio de mercado para determinar el producto, oferta, demanda y precio que establecerá la microempresa.

Realizar un estudio técnico, para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, tecnología, infraestructura física, inversión y talento humano.

Diseñar la estructura organizativa y operativa de la pequeña empresa de carnes al carbón.

Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

Determinar los impactos que conlleva la creación del restaurante de carnes al carbón.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes del diagnóstico

El Cantón Mira está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi, asentado en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”. Su acceso a este lugar es muy fácil y existen dos vías por la cual pueden llegar a este así tenemos, por el Norte usando la vía Tulcán – El Ángel – Mira y por el Sur usando la vía Ibarra - puente de Mascarilla.

Los límites del Cantón son: Norte y noroeste con el Cantón Tulcán; Norte y noreste con el Cantón Espejo; Sur y suroeste con la Provincia de Imbabura; Sur y sureste con el Cantón Bolívar.

El Cantón Mira cuenta con 4 parroquias como son: Mira como cabecera cantonal y las parroquias de Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño; y el número de pobladores de la zona rural es la siguiente:

Cuadro N° 1

N° de habitantes zona rural (Parroquias)

N° DE HABITANTES ZONA RURAL (Parroquias)	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Mira	1441	1457	2898
Juan Montalvo	671	637	1308
La Concepción	1414	1393	2807
Jacinto Jijón y Caamaño	1101	970	2071
TOTAL	4627	4457	9084

Fuente: INEC, Mayo 2012

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 2**N° de habitantes zona urbana**

N° DE HABITANTES ZONA URBANA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Mira	1464	1602	3096

Fuente: INEC, Mayo 2012

Elaborado por: La autora

Es así que la población total de Mira está conformada por 12180 habitantes, comprendidos entre hombres y mujeres; y se encuentran divididos en 3 grupos étnicos: mestizos, negros e indígenas (awa).

Por su privilegiada ubicación geográfica, el Cantón Mira cuenta con hermosos paisajes y variedad de climas, lo que le hace merecedor, por sus bellezas naturales, a ser visitado por turistas nacionales y extranjeros. Su ubicación esta entre los 1000 y 3500 metros sobre el nivel del mar, por ello en el Cantón hay temperaturas altas, medias y bajas.

En Mira, “Balcón de los Andes”, existen varios miradores, desde donde se divisa la Cordillera de los Andes en todo su esplendor, además del Valle de la Hoya del Chota, al Sur; el Cerro Iguán al Norte y una gama multicolor de praderas y sembríos que rodea la Ciudad, bajo un esplendoroso cielo azul, siendo por sí solos un deleite para la mirada de quienes visitan.

Cuenta con un agradable clima, que promedia los 18° C, por esta razón en su agricultura se dan gran variedad de productos como: granos de buena calidad (fréjol, arveja, maíz); tubérculos (papa, camote, zanahoria blanca); algunas hortalizas y legumbres (tomate, lechuga, col, acelga, remolacha, zanahoria amarilla, vainitas) y variados frutos (aguacate, limón, taxo, durazno, guaba, chirimoya, tomate de árbol, babaco, etc).

En la zona cálida seca del Cantón la alimentación se basa en productos como: fréjol, plátano (verde y maduro), yuca, camote, caña de azúcar, papaya, pepino, entre otros y en la

zona alta o fría en productos como: papa, melloco, chochos, ocas, habas, quinua, mortiños, mora silvestre, etc.

Cada región o lugar suele alimentarse principalmente con los frutos que da la tierra, por esta razón en Mira predominan los granos en la comida diaria, siendo la base de su alimentación casi “vegetariana”; teniendo ocasionalmente la carne de cerdo como complemento y actualmente la carne de pollo por su fácil acceso y precio económico.

Mención aparte merecen ciertas tradiciones y costumbres culinarias tanto nacionales, regionales como locales, que permiten a los habitantes deleitarse con exquisitas comidas, postres, antojos y bebidas, ya sea en fechas especiales o para deleitar el paladar cuando así deseen.

Es por esto que se puede citar que en cuanto a la gastronomía se hace necesario implantar nuevos alimentos forjando esencialmente en la cultura gastronómica del sector y por ende garantizar una economía sustentable de los beneficiarios.

Además en el lugar no existe gran variedad de alimentos o existen pequeños restaurantes que brindan comida común, por lo que los habitantes y visitantes no encuentran variedad de comida al momento de seleccionar.

Es así que el proyecto nace de la necesidad de la falta de un lugar que oferte alimentos variados a los habitantes del cantón y aquellos que de alguna u otra forma acuden a este lugar en calidad de turistas.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional del entorno que permita analizar la situación actual de la gastronomía existente en el Cantón Mira.

1.2.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la disponibilidad de productos y materias primas a utilizar para la prestación del servicio.
- b) Analizar la oferta actual del mercado meta.
- c) Identificar la población sujeta a investigación.
- d) Conocer la situación actual en la que se encuentra la competencia.

1.2.3. Variables diagnósticas

Para desarrollar el diagnóstico se consideró aspectos de carácter general; y en función de la información obtenida se determinó el problema diagnóstico.

Las variables que se consideraron entre las más importantes fueron las siguientes:

- a) Variable 1: Producción
- b) Variable 2: Oferta
- c) Variable 3: Demanda
- d) Variable 4: Competencia

1.3. Indicadores

Los indicadores a utilizarse para cada variable son:

1.3.1. Variable 1: Producción

- a. Control de la materia prima
- b. Control de calidad de los productos
- c. Control de herramientas a utilizar
- d. Control de mano de obra
- e. Adecuado control de las normas de higiene

1.3.2. Variable 2: Oferta

- a. Calidad del servicio
- b. Constancia del servicio

1.3.3. Variable 3: Demanda

- a. Gustos y preferencias
- b. Disponibilidad económica para el consumo
- c. Fidelidad del cliente
- d. Frecuencia del consumo

1.3.4. Variable 4: Competencia

- a. Frecuencia de prestación del servicio
- b. Estrategias de venta
- c. Atención al cliente
- d. Experiencia

1.4. Matriz de la relación diagnóstica

Cuadro N° 3

Matriz relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN	PÚBLICO META
Determinar la disponibilidad de productos y materias primas a utilizar para la prestación del servicio.	Producción	Control de materia prima.	Observación	Primaria	Localidad de la Ciudad de Mira
		Control de calidad de los productos.	Observación	Primaria	Localidad de la Ciudad de Mira
		Control de herramientas a utilizar.	Observación	Primaria	Localidad de la Ciudad de Mira
		Control de mano de obra.	Observación	Primaria	Localidad de la Ciudad de Mira
		Adecuado control de normas de higiene.	Observación	Primaria	Localidad de la Ciudad de Mira
Analizar la oferta actual.	Oferta	Calidad del servicio.	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
		Constancia del servicio.	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
Identificar la población sujeta a investigación.	Demanda	Gustos y preferencias	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
		Disponibilidad económica para el consumo	Observación	Primaria	Habitantes de la Ciudad de Mira
		Fidelidad del cliente	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
		Frecuencia del consumo	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
Conocer la situación actual en la que se encuentra la competencia.	Competencia	Frecuencia prestación del servicio	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
		Estrategias de venta	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
		Atención al cliente	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes
		Experiencia	Entrevista	Primaria	Propietarios de restaurantes

Fuente: Investigación directa, Mayo 2013

Elaborado por: La autora

1.5. Identificación de la población

Para la elaboración de la presente investigación se consideró a la población del Cantón Mira que poseen ingresos económicos, para lo cual se tomó información del número de habitantes mayores de 15 años ya que se consideró que es una edad promedio en la que las personas poseen ingresos.

1.6. Cálculo de la muestra

La población sujeta a investigación fueron los habitantes mayores de 15 años, ya que se consideró que están aptos para la adquisición de las carnes al carbón mismos que son aproximadamente 8503 personas, por ser una población mayor de 100 se aplicó la técnica de la encuesta y para la determinación de la muestra se hizo uso de la fórmula matemática.

1.7. Fórmula para el cálculo

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

En donde:

N: Población

n: Muestra

e²: Error del 5%

Z: Nivel de confianza 95%

δ: Desviación estándar 0.25

(N-1): nivel de correlación para universos grandes.

APLICACIÓN:

$$n = (?)$$

$$N = 1420$$

$$\delta^2 = 0.25$$

$$e^2 = 0.05$$

$$Z^2 = 1.95$$

CÁLCULO:

$$n = \frac{(1.95)^2(0.25)(8,503)}{(0.05)^2(8,503 - 1) + (1.95)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{8,083.16}{21.255 + 0.9506}$$

$$n = \frac{8,083.16}{22.2056}$$

$$n = 364.01$$

$$n = 364 \text{ encuestas}$$

1.8. Diseño de instrumentos de evaluación

Para obtener información a través del diagnóstico se utilizó técnicas de investigación y son las siguientes:

1.8.1. Información primaria

Para la obtención de la información primaria se diseñó encuestas y entrevistas:

a) Encuestas

Para la realización de la investigación se aplicó la encuesta a la muestra poblacional de 364 personas, las mismas que contribuirán a la realización del estudio de mercado y poder determinar su factibilidad.

b) Entrevista

Las entrevistas estructuradas de tipo mixtas, fueron aplicadas a 2 propietarios de restaurantes en funcionamiento, los mismos que se caracterizan por brindar productos de tipo general. La entrevista se realizó con la finalidad de obtener información de la competencia de los restaurantes en el mercado gastronómico del sector y determinar la situación actual.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE RESTAURANTES DEL
CANTÓN MIRA*****Restaurante 1***

Nombre del local: Pelibuey Amarillo

Propietario: Iván Montalvo

Restaurante 2

Nombre del local: Saborcito Criollo

Propietario: Araceli Loja

1. ¿Qué comidas consumen sus clientes con mayor frecuencia?

Los clientes en los dos restaurantes consumen desayunos, almuerzos y meriendas, es decir en general productos de consumo masivo.

2. ¿Con que frecuencia visita el local un determinado cliente?

Con respecto a los clientes que son permanentes o fijos son constantes ya que visitan el local todos los días.

3. ¿A qué hora tiene más clientes?

El horario que se tiene más clientes es de las 12:00 am hasta las 14:00 pm es decir que los clientes acostumbran visitar los restaurantes en las horas de almuerzo.

4. ¿Cuántos clientes tiene al día?

En general los dueños de los restaurantes manifestaron:

- a) Mínimo 30 clientes (Pelibuey Amarillo)
- b) Mínimo 20 clientes (Saborcito Criollo)

Estos son en el caso de los permanentes más los ocasionales que no se toman en cuenta porque no son fijos.

5. ¿Cree usted que es factible la puesta en marcha de un restaurante de carnes al carbón?

Si fuese factible pero siempre que este sea permanente para ganar clientela, además la ubicación juega un papel muy importante ya que de la ubicación estratégica se puede generar grandes ventajas competitivas.

CONCLUSIÓN

La pequeña empresa a implantarse sería factible siempre y cuando cumpla con las expectativas que tienen los clientes al momento de adquirir un servicio. Al momento de implantar un negocio se hace de vital importancia considerar las sugerencias que brindan tanto consumidores como los negocios que se dedican a otra línea de actividad. La constancia del

servicio y la atención al cliente brinda grandes ventajas de las cuales se podría extraer grandes beneficios.

1.8.2. Información secundaria

La información secundaria en la cual se apoyó para la realización de la investigación son:

- a) Bibliografía especializada
- b) Revistas del Ilustre Municipio de Mira.
- c) Internet
- d) Información estadística (INEC)

Todas estas herramientas fueron muy útiles para ampliar y fundamentar a la investigación realizada.

1.9. Construcción matriz AOOD

1.9.1. Aliados

- a) Ubicación en un lugar donde tanto personas propias de la zona y turistas tengan acceso al consumo de las carnes al carbón.
- b) Disponibilidad de mano de obra acorde al perfil demandado.
- c) Existencia de una variedad de productos en la zona mismos que serán utilizados en la elaboración de las carnes al carbón.
- d) Buenos proveedores de insumos por que los productos que se cosechan en el lugar son de calidad.
- e) Adquisición de materias primas a precios más bajos por la débil demanda de los productos ofertados.

f) Atención personalizada

1.9.2. Oportunidades

- a) No existe una empresa dedicada al servicio de carnes al carbón
- b) Las personas prefieren mucho consumir carnes al carbón
- c) Abrir una sucursal

1.9.3. Oponentes

- a) La población no acostumbra a revisar la publicidad frecuentemente.
- b) Nivel económico medio bajo de los pobladores de la Ciudad de Mira
- c) Empleo de mayor tiempo en la preparación por prestar atención personalizada.

1.9.4. Riesgos

- a) Deserción de la mano de obra
- b) Aumento de precios de la materia prima por carencia de la misma.
- c) Existencia de futuros competidores
- d) Cambio de regulaciones sanitarias emitidas por las autoridades locales

1.10. Cruce estratégico AO AR OO OR

1.10.1. Estrategia AO

A1: Ubicación en un lugar donde tanto personas propias de la zona y turistas tienen acceso al consumo de las carnes al carbón.

O1: La población no acostumbra a revisar la publicidad frecuentemente.

A1-O1: Al tener una ubicación central permite que todos los habitantes por medio de la observación directa se enteren de que existe un nuevo lugar en donde puedan adquirir

alimentos ya preparados y diferentes, con esto se puede combatir con el poco interés que tiene la población por la publicidad lo que afecta al conocimiento de la existencia de este tipo de servicio en el lugar.

A5: Adquisición de materias primas a precios más bajos por la débil demanda de los productos ofertados.

O2: Nivel económico medio bajo de los pobladores de la ciudad de Mira.

A5- O2: Al adquirir los insumos a precios más bajos permitirá reducir los costos y por ende reducir el precio del servicio a ofertar estando al alcance del bolsillo de los consumidores y con esto aumentar la demanda.

A2: Disponibilidad de mano de obra acorde al perfil demandado

O3: Empleo de mayor tiempo en la preparación por prestar atención personalizada

A2 – O3: Con el personal idóneo el mismo que estará capacitado para la manipulación correcta de los alimentos se evitará que en la preparación exista inconvenientes y proporcionará las carnes al carbón lo más pronto posible evitando con esto que el cliente espere demasiado.

1.10.2. Estrategia AR

A6: Atención personalizada

R3: Existencia de futuros competidores

A1 - R2: Al brindar atención preferencial se podrá fidelizar al cliente evitando que posibles competidores lleguen a invadir el mercado donde ya se tiene posición con el servicio.

A2: Disponibilidad de mano de obra acorde al perfil demandado.

R4: Cambio de regulaciones sanitarias emitidas por las autoridades locales

A2- R4: Con la disponibilidad de la mano de obra calificada se podrá hacer frente a las disposiciones locales que las autoridades emitan sin que afecte al normal desenvolvimiento de las actividades para lograr el producto final.

1.10.3. Estrategia OO

O1: No existe una empresa dedicada al servicio de carnes al carbón

O3: Empleo de mayor tiempo en la preparación por prestar atención personalizada.

O1–O3: Al no existir una empresa que se dedique a la misma línea de negocio para la elaboración del producto se tomará el tiempo necesario sin recurrir a la pérdida de tiempo ya que se puede crear en el consumidor cierto malestar que generaría la pérdida de fidelidad del consumidor.

O2: Las personas prefieren mucho consumir carnes al carbón

O2: Nivel económico medio bajo de los pobladores de la ciudad de Mira

O2–O2: Al preferir mucho el consumo de las carnes al carbón los comensales estarán dispuestos a pagar por degustar lo que desean.

1.10.4. Estrategia OR

O1: No existe una empresa dedicada al servicio de carnes al carbón

R1: Deserción de la mano de obra

O1-R1: Al haber pocas empresas en el sector se puede mantener al personal evitando con esto que el personal abandone el lugar de trabajo.

1.11. Identificación del problema

Una vez que se ha realizado la investigación se concluyó que:

El servicio de carnes al carbón es casi nula ya que no hay una unidad productiva que se dedique a esta actividad, es decir que la competencia existente son los asaderos de pollos a los que se les hizo un análisis del cual se concluyó que el servicio que ofertan no es permanente, es decir que abren sus instalaciones por horas. Además según versiones de los encuestados manifestaron que al no encontrar este tipo de productos viajaban a otras ciudades a degustar alimentos diferentes.

La demanda se caracteriza por ser muy exigente a la hora de adquirir un producto es así que la atención será personalizada, es decir, que se realizará la preparación de acuerdo a los pedidos para evitar desperdicios.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de factibilidad

Según (ACEBEDO, ARIZA, & BARRIOS, 2010) publicado en la página de internet <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481> define: “*Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación*”.

Según la publicación de la página de internet se concluye que el estudio de factibilidad es el análisis comprensivo y detallado que sirve para recopilar datos sobre el desarrollo del proyecto y en base a ello tomar la decisión sobre si es factible o no realizar la inversión.

2.1.1. Componentes del estudio de factibilidad

a) Estudio de mercado

Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha un programa de producción. Resultados, proyecciones para: asegurar inversionistas, basándose en un mercado potencial que hace factible la venta para recuperar el capital y tener flujo de caja.

Estudio técnico

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área. Capacidad de planta Programa de producción y ventas.

b) Estudio financiero

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

2.2. Estudio de mercado

Según (BACA, Gabriel, 2006, pág. 5) define: *“Primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”*.

Según (THOMPSON, Iván, 2008) publicado en la página de internet <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html> define: “Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica”.

Según las dos páginas de internet se concluye que el estudio de mercado es una herramienta que ayuda a determinar la posibilidad de aceptación del producto en el mercado determinado, mediante el análisis de variables como es la demanda, oferta precio y comercialización.

2.2.1. Tipos de estudio de mercado

Según (THOMPSON, Iván, 2008) publicado en la página <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

a) Estudios cualitativos:

Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras.

b) Estudios cuantitativos:

Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud. Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia.

2.2.2. Proceso del estudio de mercado

- a) Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar.
- b) Realización de investigación exploratoria.
- c) Búsqueda de información primaria (Investigación basada en la observación, Entrevistas cualitativas, Entrevista grupal, Investigación basada en encuestas, Investigación experimental)
- d) Análisis de los datos y presentación del informe.

2.3. Producto

Según (STANTON, Etzel; WalKer, 2014) publicado en la página de internet http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_producto.pdf define:

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”

Tomando como referencia la página de internet se concluye que el producto es el bien o servicio que la oferta pone a disposición para el consumo.

2.4. Consumidor

Según la página de internet de (THOMPSON, Iván, 2009) <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html> define:

“Consumidor es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios”.

Consumidor es la persona u organización que adquiere el bien u/o servicio, es decir, constituye el mercado meta de la empresa.

2.4.1. Perfil del consumidor

Según (CÓRDOVA, Marcial, 2011), pág. 59 establece el siguiente perfil.

a) Consumidor individual

Alcanza en forma directa o a través del canal de distribución.

b) Consumidor industrial

Aquellos compradores que son demandantes de productos con el fin de integrarlos a su propio proceso de producción.

c) **Consumidor institucional**

Se presenta cuando el consumidor no es una persona natural sino una institución, caracterizada por un alto volumen de consumo para uso propio a diferencia de los consumidores para la comercialización o para transformación.

2.5. Demanda

Según (CÓRDOVA Marcial 2011), pág. 62: *Cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios de mercado por un consumidor (de manera individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total de mercado), en un momento determinado.*

Se concluye que demanda es la cantidad de bienes y servicios que el cliente adquiere para satisfacer sus necesidades y deseos.

2.6. Oferta

Según la página <http://definicion.de/oferta/> (Definición.de, 2014) define:

“Constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. Realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos”.

Se concluye que oferta es la cantidad de mercancía que el ofertante está dispuesto a ofrecer a un determinado precio.

2.7. Precio

Según la página de internet <http://www.gerencie.com/precio.html> (Gerencie.com, 2011) define:

“Monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener, usar o disfrutar un bien o un servicio”.

Precio es el valor monetario que se encuentra grabado al bien o servicio a ser adquirido y que el demandante estará dispuesto a pagar para satisfacer sus necesidades.

2.8. Comercialización

Según la publicación en (Definición.de, 2014) en la página <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php> define:

“Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta)”.

Según publicación en la página de internet donde establece como comercialización al conjunto de actividades que se desarrollan con la finalidad de facilitar la venta de la mercancía y poder llegar justo a tiempo con el producto. De la comercialización dependerá que el producto llegue en las condiciones y tiempos esperados lo que contribuye a cumplir con las exigencias del mercado consumidor y con esto ser los primeros frente al mercado competidor.

2.8.1. Canales de distribución

a) Canal directo

El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo.

b) Canal indirecto

Existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles.

c) Canal largo

Intervienen muchos intermediarios .Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente.

2.8.2. Factores que intervienen en la elección de un canal de distribución**a) Mercado**

Personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo.

b) Producto

Conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

c) Intermediarios

Eslabones que están colocados entre los productores y los consumidores o usuarios finales de tales productos (servicios, disponibilidad, políticas)

d) Compañía

Organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela.

2.9. Estudio técnico

Según la publicación en (E-técnico, 2011) en la página <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/> define:

“Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar”.

El estudio técnico comprende en el análisis de los aspectos que permiten el normal desenvolvimiento de la empresa en la fabricación del producto y/o prestación del servicio. Establece la viabilidad técnica en la fabricación del producto, determinando los factores que inciden en el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos necesarios las instalaciones y la organización para realizar la producción.

2.10. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto comprende la capacidad de producción que tiene las instalaciones y todos los recursos que intervienen para obtener como resultado el bien servicio a ofertar.

2.10.1. Variables determinantes del tamaño del proyecto

- a) La dimensión y características del mercado.
- b) La tecnología del proceso productivo.
- c) La disponibilidad de insumos y materia prima.
- d) La localización.
- e) Los costos de inversión y de operación.
- f) El financiamiento del proyecto.

2.11. Localización

Según (CÓRDOVA, Marcial, 2011) pág. 112 define: *“Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo.*

Comprende el análisis de variables económicas, estratégicas e institucionales para la determinación del lugar más adecuado con el fin de maximizar la rentabilidad del proyecto.

2.11.1. Factores que influyen en la localización.

Según (CÓRDOVA, Marcial, 2011) pág. 113 establece:

- a) *Medios y costos de transporte.*
- b) *Disponibilidad y costo de mano de obra.*
- c) *Cercanía de las fuentes de abastecimiento.*
- d) *Factores ambientales.*
- e) *Cercanía del mercado.*
- f) *Costo y disponibilidad de terrenos.*
- g) *Topografía de suelos.*
- h) *Estructura impositiva y legal.*
- i) *Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.*
- j) *Comunicaciones.*
- k) *Posibilidad de desprenderse de desechos.*

2.12. Macro localización

La macro localización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región. Para la macro localización, se debe analizar las mejores condiciones con respecto a:

- a) Ubicación de los Consumidores o usuarios
- b) Localización de M.P. y demás insumos
- c) Vías de comunicación y medios de transporte
- d) Infraestructura de servicios públicos
- e) Políticas, planes o programas de desarrollo
- f) Normas y regulaciones específicas
- g) Tendencias de desarrollo de la región
- h) Condiciones climáticas, ambientales, suelos
- i) Interés de fuerzas sociales y comunitarias.

2.13. Micro localización

La micro localización, que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Para la micro localización, se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- a) Disponibilidad y Costos de Recursos (Mano de obra, materias primas, servicios y comunicaciones).
- b) Otros Factores: (Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas).
- c) Costos de transporte de insumos y de productos.

2.14. Estudio económico

Según (BACA, Gabriel, 2006) pág. 6: *Ordenamiento sistemático de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.*

Estudia los costos y beneficios derivados de todas las fases del proyecto asociado al origen y destino de los recursos, así también, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto y el costo total de la operación de la planta, así como también sirven de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

2.15. Evaluación económica

Según (BACA, Gabriel, 2006) pág. 7: *Describe los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación para mostrar la aplicación práctica de ambos.*

De acuerdo a lo citado se llega a determinar que la evaluación económica comprende la utilización de métodos de evaluación que ayudan a determinar la factibilidad del proyecto, lo que orienta a tomar la decisión de invertir o no.

2.15.1. Técnicas de evaluación financiera

Según (CÓRDOVA Marcial, 2011) pág. 234 define: Se realiza una evaluación financiera para conocer el valor del proyecto en el tiempo o su expectativa de rentabilidad para que un inversionista tome decisiones, se revelan los índices financieros más significativos para el tratamiento operativo del proyecto en el tiempo.

a) Periodo de recuperación de la inversión.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Características

- Se interpreta como el tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido.
- Mide la rentabilidad en términos del tiempo.
- No considera todos los flujos de fondos del proyecto, ya que ignora aquellos que se producen con posterioridad al plazo de recuperación de la inversión.
- No permite jerarquizar proyectos alternativos.
- No consideran los flujos de fondo adecuadamente descontados.

b) Valor Presente Neto (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un valor determinado números de flujos de caja futuros originados por una inversión.

Es el método más conocido y más aceptado ya que mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Si el resultado del VAN es mayor a cero significa que la inversión a efectuarse producirá ganancias lo que quiere decir que el proyecto puede aceptarse, mientras que si el VAN es menor a cero el proyecto la rentabilidad produciría ganancias por bajo de la rentabilidad exigida lo que significa que el proyecto debería rechazarse y si el van es igual a cero la inversión no producirá ni ganancia ni pérdida dado esto, la inversión deberá basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado.

c) Razón costo beneficio

Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que uno entonces el proyecto es factible.

d) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arroja periodo a periodo durante toda su vida útil.

e) Punto de equilibrio

Según (VARELA, Rodrigo, 2010) pág. 350 define: “Volumen de producción que permite que los ingresos efectivos después de impuestos generados por el proyecto o sea los flujos de caja netos, considerando su posición en el tiempo sea capaces de : recuperar las inversiones propias, pagar la deuda adquirida si la hay, y generar el retorno mínimo sobre capital propio es decir, satisfacer a cabalidad los objetivos mínimos del inversionista”.

2.16. Estructura organizativa

2.16.1. Misión

Según la publicación de (THOMPSON, Iván, 2007) en la página <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>:

"La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades; por tanto, es aquello que todos los que componen la empresa u organización se sienten impedidos a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión del empresario o de los ejecutivos, y por ello, la misión es el marco de referencia que

orienta las acciones, enlaza lo deseado con lo posible, condiciona las actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas".

2.16.2. Visión

Según la publicación de (THOMPSON, Iván, 2006) publicado en la página <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>: “Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc”.

Preguntas frecuentes para elaborar la Visión

- a) ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?
- b) ¿Cómo seremos en el futuro?
- c) ¿Qué haremos en el futuro?
- d) ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

2.16.3. Organigrama

Según (CÓRDOVA, Marcial, 2011) pág. 169 define: Es el diagrama de organización de un negocio empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general.

a) ¿Para qué sirve un Organigrama?

- La división de funciones.
- Los niveles jerárquicos.
- Las líneas de autoridad y responsabilidad.

- Canales formales de comunicación.
- La naturaleza lineal.
- Los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores.
- Las relaciones existente entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento o sección.

2.16.4. Requisitos de un organigrama

- a) Los organigramas deben ser ante todo, muy claros; por ello se recomienda que no tenga un excesivo número de cuadros y de puestos.
- b) No deben comprender ordinariamente a los trabajadores o empleados, lo más frecuente es hacerlo por cargos.
- c) Deben contener nombres de funciones y no de personas.
- d) Pueden presentar un número grande de elementos de organización.

2.16.5. Tipos de organigramas

- a) **Tipo Lineal:** Donde la autoridad y responsabilidad viajan en forma directa con poca nivelación entre los elementos integrantes.
- b) **Tipo Lineal- Asesor:** Con la participación de expertos, carentes de autoridad directa sobre las unidades directas de la organización.
- c) **Tipo matricial.-** Donde la matriz se compone de las áreas operativas y las que brindan apoyo común en una interrelación lineal- asesor que permite la expansión contratación y optimización de recursos.

2.17. Pequeña empresa

Según (LONGENECKER, PETTY, PALICH, & HOY, 2012)

"Negocio que es pequeño en comparación con las grandes empresas en una industria, con operaciones limitadas a un sitio geográfico específico, financiado por unos cuantos individuos y dirigido por un pequeño grupo".

Entidad que se dedica a la producción, transformación y prestación de bienes y servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos a la colectividad.

En definitiva la pequeña empresa es una entidad que por lo general tiene un propietario o que en su defecto pertenecen a una familia cuyo capital es muy limitado y su participación en el mercado es casi nula. Su administración es más fácil ya que no se tiene tantos recursos para manejar pero requiere de estrategias bien definidas para ir creciendo en el mercado y poder llegar a ser una entidad competitiva.

A pesar de que una pequeña empresa tiene grandes ventajas a favor la misma posee desventajas que sin una administración adecuada no podría salir adelante sino más bien podría ir al declive, es decir, irá a la quiebra.

2.17.1. Características de la pequeña empresa

Las características principales de la pequeña empresa son las siguientes:

- a) Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- b) Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
- c) Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.

- d) Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- e) Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).
- f) Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

2.17.2. Ventajas de la pequeña empresa

- a) Tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor, más dispuesta a crear oportunidades para las mujeres y grupos minoritarios y para emprender actividades en las zonas empobrecidas.
- b) Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados.
- c) Actúa como punto de entrada a la economía de trabajadores nuevos o previamente menospreciados.
- d) La pequeña empresa brinda satisfacción y autonomía de trabajo a aquellos emprendedores que no tienen la capacidad financiera o técnica para iniciar una mediana o gran empresa.
- e) La pequeña empresa, en un mundo agobiado por la pobreza y la necesidad, tiene la capacidad no solo de mitigar el sufrimiento, sino también de crear una clase media sólida, generar una base impositiva segura y fomentar la estabilidad social.

2.17.3. Desventajas de la pequeña empresa

- a) Los emprendedores de pequeñas empresas, en muchas ocasiones, tienen que dejar su empleo para iniciar su empresa o lo hacen cuando sufren un despido; lo cual, implica un cambio drástico no solo en lo económico, sino también en el modo de vida.
- b) En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas empresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraído obligaciones (sueldos, alquileres, impuestos, etc).
- c) Las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos, capacidad técnica y de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.
- d) Las pequeñas empresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.
- e) Las pequeñas empresas tienen menor acceso al financiamiento o mayor dificultad para obtenerlo.

2.17.4. Tipos de pequeñas empresas

a) Empresas de transformación

Son aquellas que se dedican a la producción de bienes.

b) Empresas de servicio

Se dedican a prestar servicios a la comunidad.

c) Empresas de comercialización

Este tipo de empresas compra los bienes que una empresa de transformación produce para luego venderlos a sus propios clientes, con lo cual presta un servicio a la comunidad y obtiene una ganancia. Es decir comercializa los bienes y servicios.

2.18. Carnes al carbón

2.18.1. Concepto

Es cocinar carnes de diferentes animales con el calor del fuego o brasas. Este método nace desde la aparición del fuego ya que en tiempos preincaicos las personas preparaban los alimentos de esta manera.

Con frecuencia se prefiere como fuente de calor las brasas de una hoguera de madera. El calor se transmite gradualmente al alimento, que generalmente está suspendido sobre o cerca de las brasas ardientes. Las brasas se obtienen a partir de carbón vegetal o de la quema directa de madera.

2.18.2. Antecedentes históricos

Difundido en casi todo el planeta Tierra desde el descubrimiento del fuego, esto es, aún antes de que surgiera la especie humana, a tal punto que Claude Lévi-Strauss dedicó un libro al respecto llamado «Lo crudo y lo cocido» en el cual considera a la cocción de las carnes como un paso importante para definir a la cultura humana; entre otras cuestiones, sabido es desde – al menos– Pasteur que la antiquísima cocción sirve para eliminar gran parte de los gérmenes patógenos (en especial parásitos) que puedan estar en las carnes, por otra parte la cocción, ya sea en asado o en hervido facilita la masticabilidad de los alimentos. Además, los términos (parrillada, asado, carne asada, barbacoa) citados son el nombre mismo de la comida, y también se le nombra así a la reunión donde se consume.

La parrillada es normalmente cocinada en un ambiente caliente, cubierto y calentado por la llama de la incineración de madera, carbón, gas natural o propano. La parrillada en los restaurantes puede ser cocinada en una parrilla de metal diseñada especialmente para ese propósito.

En algunos sitios se le llama "parrillada" al acto de cocinar achuras (vísceras) de vaca en una parrilla sin el agregado de carnes.

El conocido asado, permite probar las diferentes partes de la vaca. Esta comida generalmente comienza con un chorizo y una morcilla, antes de que llegue la carne principal. También puede ser acompañado con riñones, mollejas, hígado y chinchulines, que componen las vísceras del ganado vacuno. También a veces se incluye carne de pollo y esporádicamente lechona.

2.18.3. Formas de asar

a) La parrillada clásica

Un método frecuente de preparar un asado, en donde las carnes se cocinan horizontalmente. Puede utilizarse un espiedo grande o también se utilizan pequeños espiedos para asar pollos o trozos de carne. Existen espiedos mecánicos que giran por medio de un motor, tanto sobre el fuego o a la brasa, como dentro de un horno.

b) Asado con cuero

Plato típicamente argentino que consiste en asar la carne junto con el cuero, se realiza en algunos eventos especiales y más por tradición. La preparación puede llevar muchas horas e incluso días.

c) Asado al asador

Consiste en cocinar con brasas de leña y con fuego; es necesario mantener algunas llamas para que la cocción sea perfecta. Los datos claves para este tipo de asado son: mantener algo de fuego vivo y utilizar leña muy dura.

2.18.4. Las parrillas

Según la publicación de (The free dictionary, 2007) en la dirección <http://es.thefreedictionary.com/parrilla>: “*Utensilio para asar o tostar alimentos a la brasa que consiste en una rejilla provista de un mango que se coloca sobre una estructura metálica, donde se ponen las brasas.*”.

Tomando como referencia la publicación en la página de internet se concluye que parrilla es un utensilio de hierro fundamental para llevar a cabo el trabajo de obtener un excelente asado esta se ubica encima del fuego para lograr el asado; de ella depende mucho la cantidad que se desee obtener.

a) *Tipos de Parrillas*

- **Hibachis**

Ilustración N° 1

Parrilla modelo hibachis



Fuente: www.google.com, año 2014
Elaborado por: La autora

Pequeños recipientes ahuecados, de hierro fundido, con fuertes parrilleras de hierro provistas de mangos de madera, cuya separación del fuego o altura es graduable, son apropiados para cocinar sobre la mesa, y son de origen o estilo japonés.

- **Braseros o Anafres**

Ilustración N° 2

Parrilla modelo braseros



Fuente: www.google.com, año 2014

Elaborado por: La autora

Hechos de material ligero, con recipientes cuadrados o redondos que se apoyan sobre patas, son muy bajos y algo incómodos para cocinar. Son hornillo portátiles, y muchas veces en los restaurantes especializados en carnes a las brasas, los traen humeantes hasta nuestras mesas.

- **Barbacoa o parrilleras para picnic**

Ilustración N° 3

Parrilla modelo barbacoa



Fuente: www.google.com, año 2014

Elaborado por: La autora

Son braseros compactos y pequeños que pueden empacarse fácilmente para llevar a viajes (paseos). Pueden ser redondos o rectangulares y están contruidos con materiales ligeros que facilitan su traslado. Está hecha de hierro, con barras soldadas en un marco. Cuenta con asas a ambos lados, algunas tienen patas y otras colocan directamente en el suelo o sobre piedras.

- **Barbacoas-ollao circulares**

Ilustración N° 4

Parrilla modelo olla circular



Fuente: www.google.com, año 2014

Elaborado por: La autora

Ideales para usas en lugares con mucho viento. Son parrilleras totalmente cerradas, con tapas que tiene bisagras, que se levantan hasta una posición vertical y que sirven como mampara en contra del viento. Cuenta con un recipiente metálico donde se coloca el carbón y cuando bajamos la tapa sobre las brasas puede convertirse en un horno portable, y la comida puede tener un ligero gusto a ahumado. Su base es un trípode que da estabilidad y por su tamaño puede movilizarse fácilmente. Tiene una desventaja y es que por su tamaño no permite asar mucha cantidad de carne y sus dimensiones dificultan acomodar de forma fácil los brasas complicando el control del calor.

- **Barbacoas con ruedas**

Ilustración N° 5

Parrilla modelo barbacoas con ruedas



Fuente: www.google.com, año 2014

Elaborado por: La autora

Son sofisticadas, montadas sobre ruedas, pueden tener tapa o no, y cuentan con utensilios en cantidad para facilitar el trabajo sobre ellas, son voluminosas y muy elegantes para tener en una casa, pueden guardarse fácilmente.

- **Barbacoas de ladrillo**

Ilustración N° 6

Parrilla modelo barbacoas de ladrillo



Fuente: www.google.com, año 2014
Elaborado por: La autora

Se pueden construir en una parte del patio donde no nos causen estorbo, y además de servirnos para preparar los alimentos, también nos permiten quemar con seguridad las hojas secas del jardín. Se caracteriza por tener la parrilla más firme. Se apoya en muros de ladrillos o de concreto que sirven para almacenar la madera o carbón. Permite colocar la parrilla a diferentes alturas y las brasas ser movidas a demanda.

- **Parrilla de gas**

Ilustración N° 7

Modelo parrilla de gas



Fuente: www.google.com, año 2014
Elaborado por: La autora

Son frecuentemente utilizadas en espacios al aire libre de mayor tamaño, en algunas ocasiones están fijas. Su parrilla es rectangular y en el fondo tienen instalados quemadores por donde el gas se quema. Una de sus características es que las llamas producidas por el gas funcionan como un simulador de brasas y calienta la parrilla de forma gradual, la intensidad o temperatura se controla con válvulas. Cuentan con una tapa para cerrar la parrilla y evitar la pérdida de calor, algunas cuentan con pequeñas ventanillas para observar el asado sin abrir la tapa completamente.

Al no utilizar carbón, estas parrillas emiten menos humo por lo que son ideales para departamentos.

Existen diferentes modelos de parrillas a gas, estas pueden ser de acero inoxidable, de hierro fundido y de aleación de metales. A la vez, pueden tener uno o varios niveles y rejillas, más quemadores y diferentes superficies o utensilios para utilizar mientras están en el asado. Algunas parrillas a gas también pueden tener entradas de aire, ruedas, regulador de altura, cortavientos, quemador lateral, etc.

- **Parrilla artesanal**

Ilustración N° 8

Modelo parrilla artesanal



Fuente: www.google.com, año 2014
Elaborado por: La autora

Son unas parrillas más comunes, baratas y durables, elaboradas de rines de llantas con una barrilla de hierro soldado. Por sus materiales son bastantes pesadas y normalmente se

utiliza en casa. La mayoría mide metro de altura y se apoya en tres patas largas. Se puede utilizar carbón o madera como combustible.

- **Parrillas eléctricas**

Ilustración N° 9

Modelo parrilla eléctrica



Fuente: www.google.com, año 2014
Elaborado por: La autora

Ideales para departamentos o incluso interiores, son muy fáciles de guardar, limpiar y la carne se asa rápidamente. La parrilla eléctrica se sugiere para cortes pequeños y no muy gruesos. Por lo general son pequeñas.

2.18.5. Utensilios básicos para realizar una parrillada

- a) Paelleras
- b) Mortero
- c) Palita, pinza y atizador para las brasas
- d) Platos de madera
- e) Tabla de madera
- f) Reja para cocinar
- g) Cuchillo
- h) Tenedor
- i) Pincel
- j) Vara de metal

2.18.6. Reglas del buen asador

- a) No servir jamás un asado frío
- b) No hacer esperar demasiado a los comensales
- c) Conocer los gustos de los comensales
- d) Preparar todo con anticipación
- e) No sirva demasiado entre-mesas para engañar el estomago
- f) No se apure a servir
- g) No insista

2.19. Productos

a) Bife de chorizo

El Bife de Chorizo es una parte del lomo del animal. Los filetes de este corte suelen ser de 2 a 3 cm. de espesor. Curiosamente, a pesar de lo que pueda indicar su nombre, no tiene nada que ver con el chorizo en sí. La explicación es sencilla: tiene forma cilíndrica, de ahí que se le denomine chorizo.

b) Ojo de bife

Ojo de Bife es un filete de carne que proviene de las costillas; por esta razón preferimos servirlo con su hueso (Bone-In RibEye). Su jugosa y suave carne está oculta debajo de capas de grasa que en la parrilla se vuelven una combinación soñada, su sabor es incomparable.

c) T-bone

Es un filete generalmente elaborado a la parrilla y de corte típico en el que puede verse el hueso en forma de T. El grosor de este filete no debe sobrepasar los dos centímetros. Las características más comunes es que el filete se elabora a la parrilla y no necesita mucho tiempo,

debido a que el hueso conduce y mantiene la temperatura, las partes carnosas son las que primero se exponen al fuego.

d) Asado de tira

El asado de tira es un corte de carne roja habitual en las parrilladas del Río de la Plata. La carne del costillar está infiltrada de grasa lo que, junto con la médula de las celdillas óseas, otorga a la carne, una vez cocida, un sabor y aroma particular. El costillar puede ser cortado en tiras de distinto tamaño. A la tira de poco ancho de hueso se le denomina “tira angosta” y su espesor es inferior a los 5 centímetros. La “tira ancha”, en cambio, tiene un espesor superior a los 5 centímetros. Cortes de más de 10 centímetros de ancho son poco frecuentes.

e) Carne en palito

Plato típico de la gastronomía de Ecuador, principalmente en la Costa Ecuatoriana. Es un khabob, hecho con un fino corte de carne de vaca, aliñada con sal, comino, ajo y achiote, y traspasada por un rudimentario y afilado palo de madera. Se cocina a la brasa.

f) Mix de asado al carbón

Es un tipo de asado común de filete de res, chuleta y una porción de pollo; se sirven en un mismo plato las tres porciones con sus debidos acompañantes, es por esta razón que se desprende el nombre de mix de asado al carbón.

g) Filete de pollo a la parrilla

Es un tipo de asado de filete de pollo el mismo que se caracteriza por ser un pedazo de carne sumamente delgado y para ser asado se debe de marinar de acuerdo a las gustos de cada consumidor. Este filete se lo obtiene generalmente de la pechuga del pollo.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado es una etapa muy importante en el desarrollo del trabajo investigativo, ya que a través de este se puede identificar la demanda existente e insatisfecha que existe en el mercado y con esto poder llegar a determinar futuros mercados potenciales, contribuyendo a disminuir el riesgo de inversión, ya que permiten conocer los antecedentes del problema mediante el análisis del consumidor, así como de la competencia y para determinar estrategias que permitan garantizar la producción y comercialización del producto a ofertar. Este estudio permite identificar la viabilidad comercial de la actividad económica a realizar.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Analizar el nivel de oferta y demanda, los precios, canales de comercialización y estrategias de valor de las carnes al carbón en el Cantón Mira.

3.2.2. Objetivos específicos

- a) Analizar la demanda existente de carnes al carbón.
- b) Determinar la competencia existente.
- c) Identificar el mercado objetivo

3.2.3. Matriz de variables de mercado

Para la elaboración de la matriz de relación estudio de mercado se analizó cada uno de los objetivos mediante técnicas de investigación con las cuales se determinó los criterios necesarios que permitirán expandir el mercado.

Cuadro N° 4**Matriz variables de mercado**

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN A INVESTIGAR
Analizar la demanda de carnes al carbón	Demanda	-Nivel de aceptación	Primaria	Encuesta	Población Cantón Mira
		-Capacidad económica	Primaria	Encuesta	Población Cantón Mira
		-Frecuencia de consumo	Primaria	Encuesta	Población Cantón Mira
Determinar la competencia existente	Competencia	-Lugares que brinden productos similares	Primaria	Encuesta	Población Cantón Mira
Analizar el mercado objetivo	Mercado meta	-Gustos y preferencias	Primaria	Encuesta	Población Cantón Mira

Fuente: Entrevista y Encuesta, diciembre 2014

Elaborado por: La autora

3.2.4. Identificación de la población

Para la identificación de la población se tomó como referencia los datos obtenidos del tercer censo económico del Ecuador, especialmente se ha considerado los datos del Cantón Mira.

3.2.5. Determinación de la muestra

Parte de la población estadística a la que se selecciona por medio de la aplicación de la fórmula matemática.

La técnica del muestreo permitió inferir propiedades de la totalidad de la población, la misma que debe reunir la característica de ser representativa esto permite que el estudio sea realizado de manera exhaustiva con mayor rapidez y menor costo, y proporcionando datos exactos ya que se maneja un menor número de población a investigar y por ende proporciona menos errores en la manipulación de datos.

Una vez determinado la muestra el número de individuos suele ser menor al número total de la población pero es lo suficientemente necesaria porque brinda información valiosa que ayuda a determinar los parámetros importantes mismos que orientan a fijar la factibilidad del proyecto.

3.3. Identificación del producto

El producto que se va a ofertar es las carnes asadas al carbón y sus debidos acompañamientos.

Se caracterizará por su calidad, economía y variedad al momento de que los consumidores adquieran este producto.

Las carnes al carbón son consideradas como algo bueno para la salud por su proceso y forma de llevarlo a la cocción ya que en su preparación se queman las grasas y su preparado solo se realiza de forma natural lo que contribuye a llevar una buena alimentación llevando consigo el mantenimiento de la salud.

3.4. Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se consideró fundamental aplicar una entrevista a los propietarios de asaderos ya que dentro del mercado no existen competidores que se dediquen a la producción de carnes al carbón. La entrevista proporcionó información relevante del comportamiento de los demandantes.

ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE ASADEROS

Asadero 1

Nombre del Local: Asadero Mi Casita

Propietario: Martha Eulalia Arboleda Ruíz

Asadero 2

Nombre del Local: Asadero la Delicia

Propietario: Nelly Reina

1. ¿Cuántos clientes tiene al mes?

Los clientes que tienen al mes son:

Cuadro N° 5

N° de Clientes

Nombre Del Competidor	Fijos	Transitorios
Asadero Mi Casita	80	20
Asadero La Delicia	60	No especifica

Fuente: Entrevista a propietarios de asaderos, 2013

Elaborado por: La Autora

En los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre son temporada baja ya que se atraviesa por la temporada escolar y se normaliza a partir de enero.

2. ¿Con qué frecuencia visita un determinado cliente su local?

En los dos casos sus clientes acuden a adquirir los productos constantemente ya que cada uno conoce las exigencias que tiene el mismo y se esfuerzan por cumplir con las expectativas, así como también se caracteriza por prestar un servicio de manera diferente para que el cliente sea quien decida pero sin perder la filosofía en el cual se creó.

3. ¿Qué tan leales son sus clientes?

Los clientes son muy leales ya que en la trayectoria de funcionamiento del local se han esforzado por satisfacer las necesidades y brindar un producto de calidad.

4. ¿Cuál es la ventaja que le ha ayudado a mantener sus clientes?

La ventaja que prevalece es la constancia del servicio y el importante manejo y distribución de los costos en el producto, además cuentan con bienes inmuebles propios.

3.4.1. Características de los oferentes

Cuadro N° 6

Características

Nombre del Competidor	Área geográfica que cubre		Principal Ventaja Competitiva
Asadero Mi Casita	Calle Moreno	García	<ul style="list-style-type: none"> • Constancia • Bienes propios • Manejo de costos
Asadero La Delicia	Calle Moreno	García	Constancia del servicio

Fuente: Entrevista a propietarios de asaderos, 2013

Elaborado por: La Autora

3.4.2. Oferta local

Para el análisis de la oferta existente se tomó como referencia a los asaderos de pollos más representativos de la ciudad de Mira que a través de la entrevista nos proporcionaron datos sobre la oferta mensual, además, manifiestan que en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre tienen débil demanda por época escolar.

Cuadro N° 7

Oferta local

Nombre Asadero	Oferta anual (Pollos Asados)
Asadero Mi Casita	928.00
Asadero La Delicia	673.00
Total	1,601.00

Fuente: Entrevista a propietarios de asaderos, 2013

Elaborado por: La Autora

3.4.3. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta existente se tomó la tasa del 0.8% que según catastros municipales es el porcentaje de crecimiento de los negocios de comida. Para la proyección se utilizó la fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde

C_n: Consumo Futuro

C_o: Consumo Actual

R: Tasa de Crecimiento

n: Año

Calculando

Año 2016: $C1 = Co(1 + i)^1$ $C1 = 1,601(1 - 0.8\%)^1$ $C1 = 1,614$

Año 2017: $C2 = Co(1 + i)^2$ $C2 = 1,601(1 - 0.8\%)^2$ $C2 = 1,627$

Año 2018: $C3 = Co(1 + i)^3$ $C3 = 1,601(1 - 0.8\%)^3$ $C3 = 1,640$

Año 2019: $C4 = Co(1 + i)^4$ $C4 = 1,601(1 - 0.8\%)^4$ $C4 = 1,653$

Año 2020: $C5 = Co(1 + i)^5$ $C5 = 200(1 - 0.8\%)^5$ $C5 = 1,666$

Cuadro N° 8**Oferta**

AÑO	PROYECCIÓN OFERTA
2015	1,601
2016	1,614
2017	1,627
2018	1,640
2019	1,653
2020	1,666
TOTAL	9,800

Fuente: Datos de la investigación, 2013

Elaborado por: La Autora

3.5. Análisis de la demanda

3.5.1. Análisis de datos

1. ¿Usted consume productos cocidos con carbón?

Cuadro N° 9

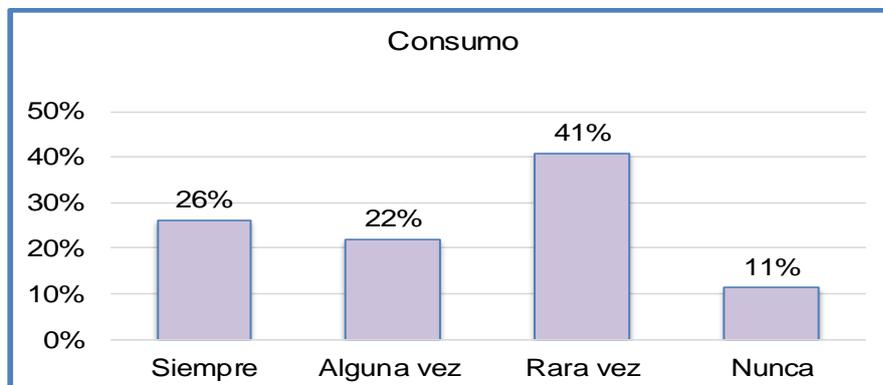
Consumo

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Siempre	95	26%
Alguna vez	80	22%
Rara vez	148	41%
Nunca	41	11%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 1

Consumo



Fuente: Encuesta "población", 2013
Elaborado por: La Autora

Análisis

De la información obtenida se tiene que el consumo de las carnes al carbón por parte de los habitantes de Mira la realizan siempre porque consideran que aporta mucho a la conservación de la salud y es bueno degustar otro tipo de alimentos preparados de diferente manera.

2. ¿Con qué frecuencia usted adquiere este producto?

Cuadro N° 10

Frecuencia

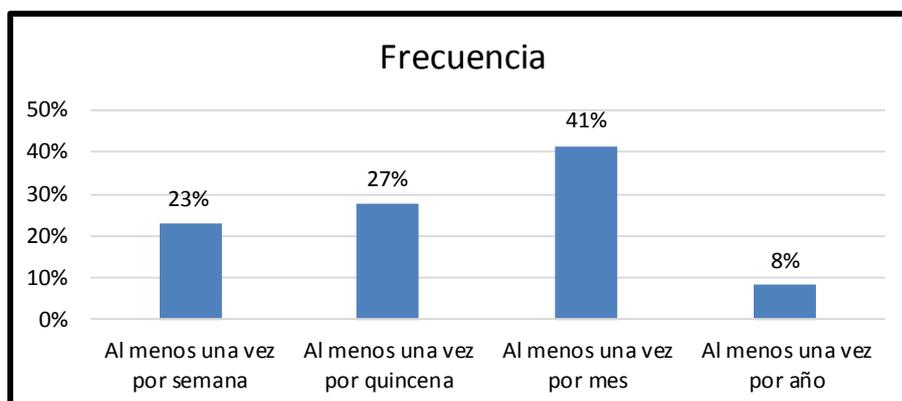
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Al menos una vez por semana	83	23%
Al menos una vez por quincena	100	27%
Al menos una vez por mes	151	41%
Al menos una vez por año	30	8%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2

Frecuencia de consumo



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

De la encuesta realizada se puede determinar que la frecuencia de consumo de las personas es de forma mensual pero también la realizan de forma semanal y quincenal dependiendo del nivel económico de cada persona, esto da como resultado que el proyecto a implantarse será factible y se puede obtener una mayor demanda por medio de ofertas.

3. ¿Cuántos lugares conoce usted que brinden un servicio de Carnes al Carbón en el Cantón?

Cuadro N° 11

Número de restaurantes

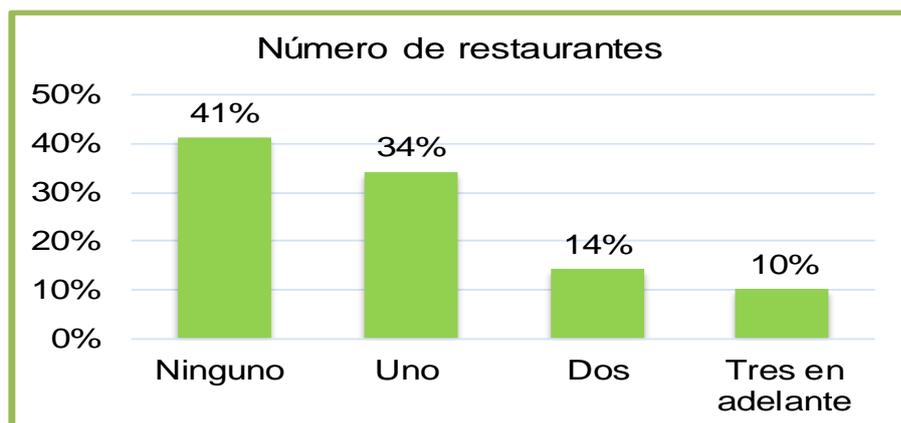
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ninguno	150	41%
Uno	125	34%
Dos	52	14%
Tres en adelante	37	10%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3

Número de restaurantes



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

De la encuesta realizada se llegó a determinar que en el Cantón Mira no existe competencia ya que la población investigada asume que no hay un lugar similar, y los consumidores para adquirir este producto viajan a la Ciudad de Ibarra es por esto que se llega a determinar que la pequeña empresa a crearse será la única lo que proporciona una mayor ventaja.

4. ¿Cree usted importante que se abra un nuevo restaurante que brinde servicios de carnes al carbón?

Cuadro N° 12

Importancia de apertura

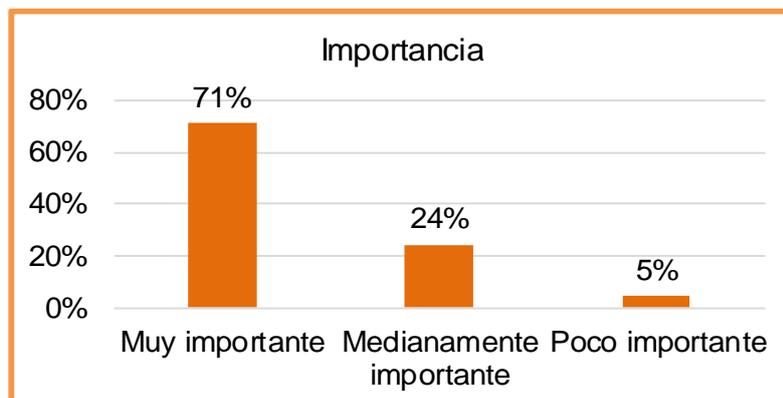
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy importante	258	71%
Medianamente importante	89	24%
Poco importante	17	5%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4

Importancia de apertura



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

En la investigación realizada se tiene que la mayoría de personas opinan que si sería importante abrir un local donde se oferte alimentos diferentes, para dar importancia y resaltar la gastronomía; además se considera que sería un medio para promover el turismo.

5. ¿Está dispuesto a adquirir este producto?

Cuadro N° 13

Aceptación

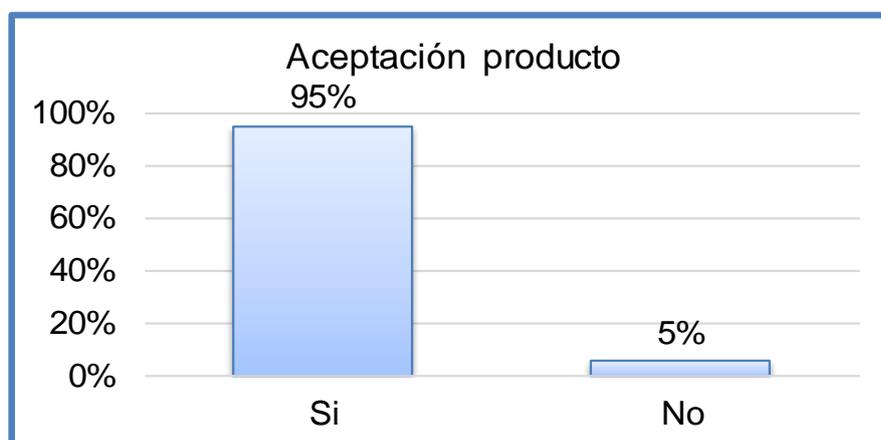
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	346	95%
No	18	5%
total	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5

Aceptación



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

De la aplicación de la encuesta se llega a determinar que el 95% de la población estaría dispuesto a adquirir el producto.

6. ¿Dónde cree usted que sería el lugar más adecuado para la ubicación del restaurante?

Cuadro N° 14

Ubicación

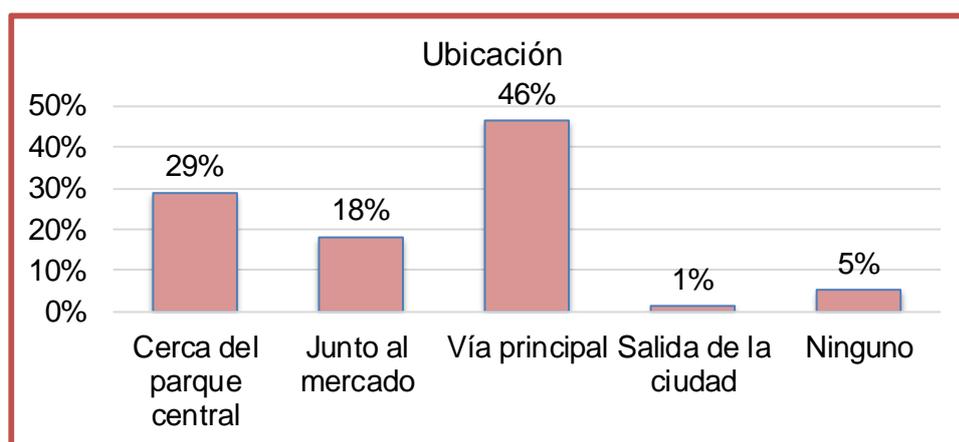
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cerca del parque central	104	29%
Junto al mercado	66	18%
Vía principal	167	46%
Salida de la ciudad	5	1%
Ninguno	19	5%
TOTAL	361	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6

Ubicación



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

De la encuesta realizada se obtuvo que el lugar más adecuado para la implantación de la pequeña empresa sería en la vía principal porque este lugar es más accesible para todos; ya por este lugar pasa la panamericana lo que proporciona mayor accesibilidad a los futuros consumidores.

7. ¿A la hora de visitar un restaurante qué características considera importantes?

Cuadro N° 15

Características importantes

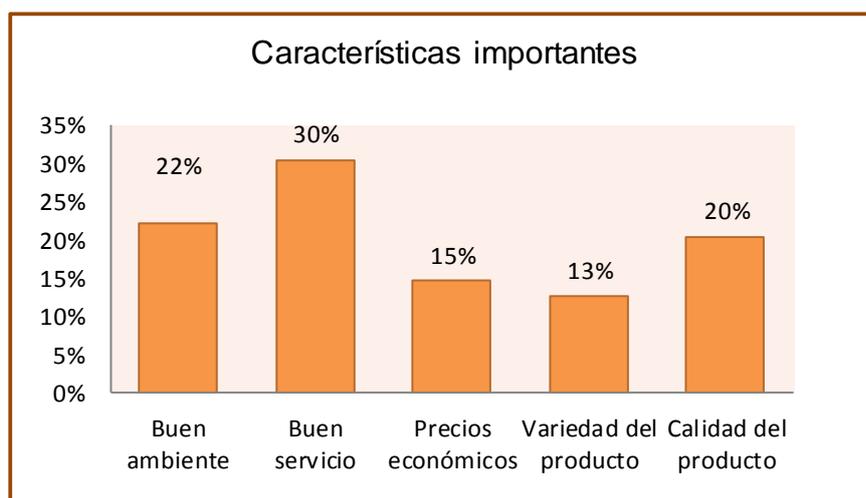
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Buen ambiente	203	22%
Buen servicio	280	30%
Precios económicos	134	15%
Variedad del producto	116	13%
Calidad del producto	188	20%
TOTAL	921	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7

Características importantes



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

De la encuesta aplicada se obtuvo que todos los habitantes concuerdan al momento de visitar un restaurante les gustaría recibir un buen servicio el mismo que debería estar acompañado de la presentación de una variedad de productos, de la calidad del producto y de precios económicos así como también de un buen ambiente; todo esto proporcionaría una buena imagen ante los consumidores.

8. ¿Cómo le gustaría que fuese la decoración del restaurante?

Cuadro N° 16

Decoración del restaurante

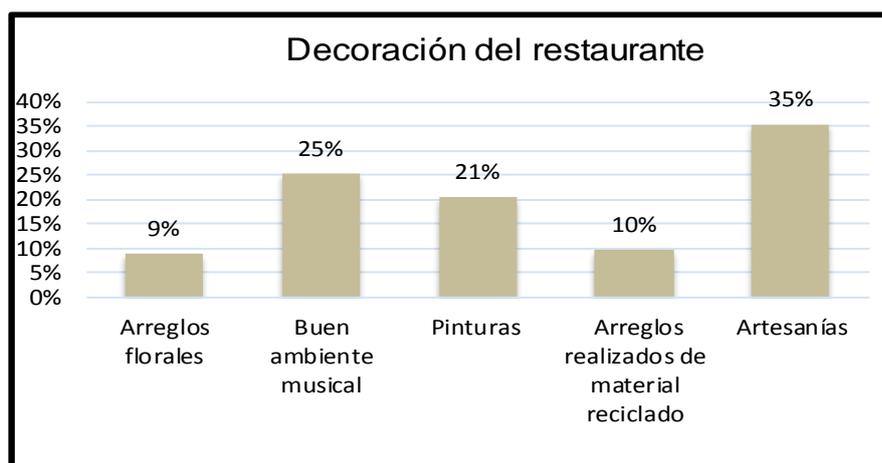
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Arreglos florales	56	9%
Buen ambiente musical	157	25%
Pinturas	128	21%
Arreglos realizados de material reciclado	61	10%
Artesanías	220	35%
TOTAL	622	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8

Decoración del restaurante



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

La presentación del restaurante de Carnes al Carbón será de forma rustica, utilizando artesanías las mismas que ayudaran a dar un realce a la imagen del lugar, además irá acompañada de un buen ambiente musical la misma que se caracterizará en guardar el respeto a los clientes.

9. ¿Qué especialidades le gustaría que se sirva en el restaurante de carnes al carbón?

Cuadro N° 17

Especialidades a ofertar

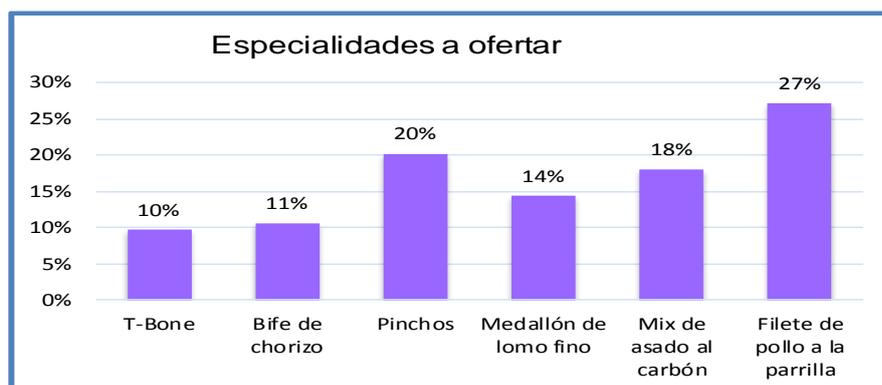
VARIABLE	FRECUENCIA	%
T-Bone	98	10%
Bife de chorizo	108	11%
Pinchos	205	20%
Medallón de lomo fino	145	14%
Mix de asado al carbón	183	18%
Filete de pollo a la parrilla	274	27%
TOTAL	1013	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9

Especialidades a ofertar



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

El producto que tiene mayor aceptación en el mercado es el filete de pollo ya que los habitantes del lugar investigado tienen preferencia en adquirir este tipo de carne, sin embargo otro número muy importante de la población manifiestan que los pinchos son un producto apetecido por jóvenes y adultos; mientras que los demás productos son consumidos por aquellas personas que han consumido por lo menos un vez pero sin embargo algunos concuerdan que debería haber una variedad de platos para que el cliente pueda escoger de un determinado menú.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes platos?

Cuadro N° 18

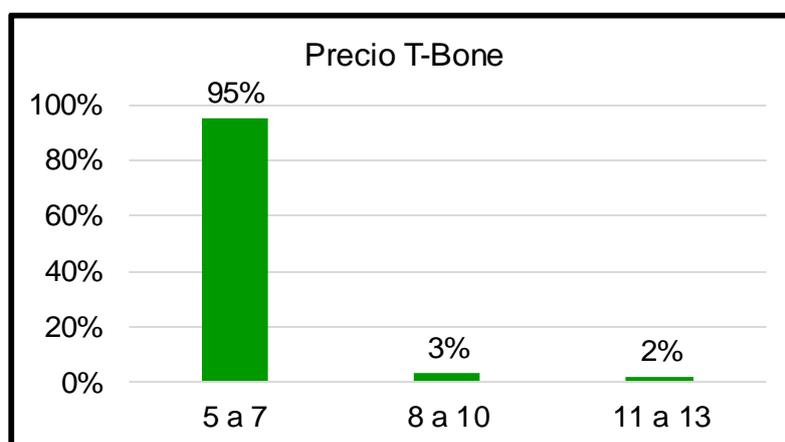
T- Bone

VARIABLE	FRECUENCIA	%
5 a 7	93	95%
8 a 10	3	3%
11 a 13	2	2%
TOTAL	98	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10

Precio T-Bone



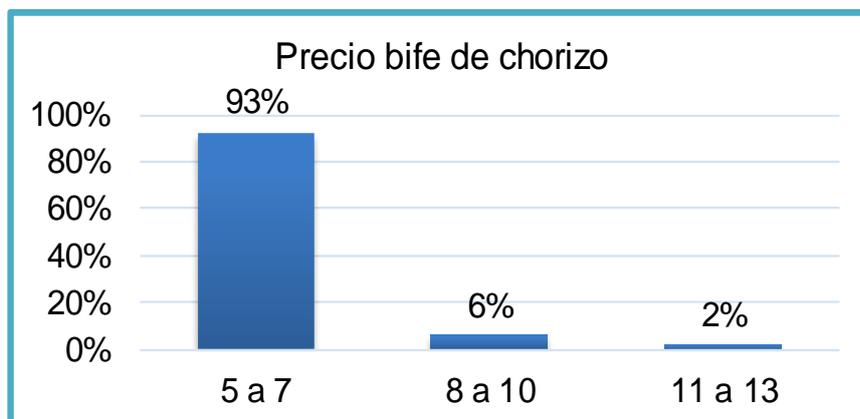
Fuente: Encuesta "población", 2013
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 19

Bife de chorizo

VARIABLE	FRECUENCIA	%
5 a 7	100	93%
8 a 10	6	6%
11 a 13	2	2%
TOTAL	108	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11**Precio bife de chorizo**

Fuente: Encuesta "población", 2013

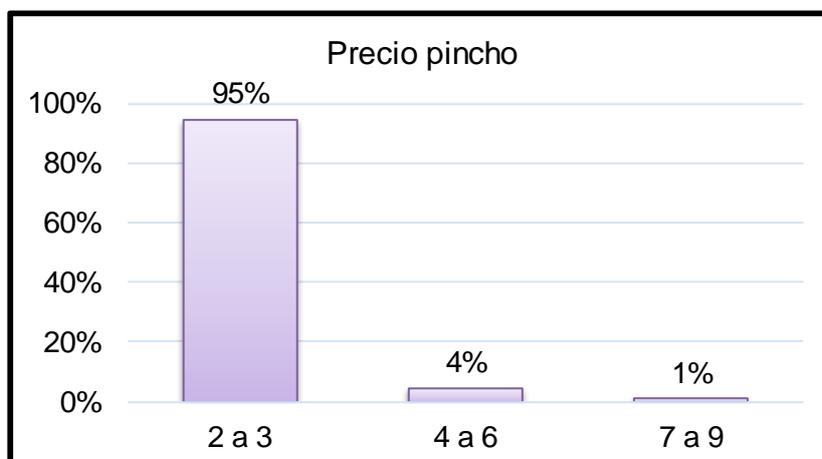
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 20**Pincho**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
2 a 3	194	95%
4 a 6	9	4%
7 a 9	2	1%
TOTAL	205	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12**Precio pincho**

Fuente: Encuesta "población", 2013

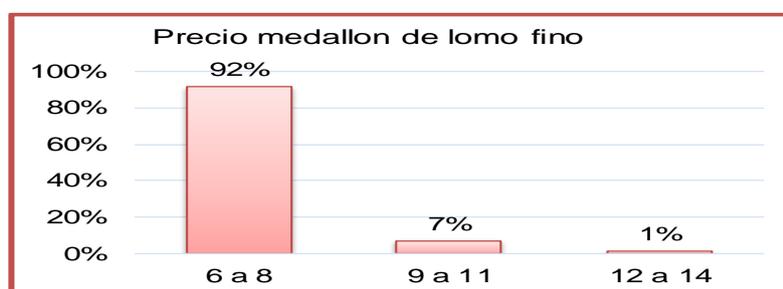
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 21**Medallón de lomo fino**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
6 a 8	133	92%
9 a 11	10	7%
12 a 14	2	1%
TOTAL	145	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 13**Precio medallón de lomo fino**

Fuente: Encuesta "población", 2013

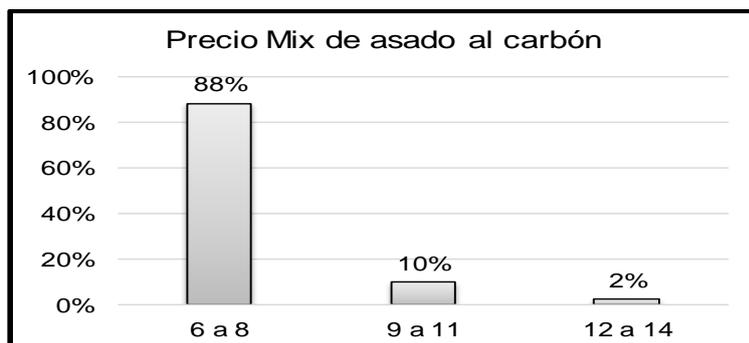
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 22**Mix de asado al carbón**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
6 a 8	161	88%
9 a 11	18	10%
12 a 14	4	2%
TOTAL	183	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 14**Precio mix de asado al carbón**

Fuente: Encuesta "población", 2013

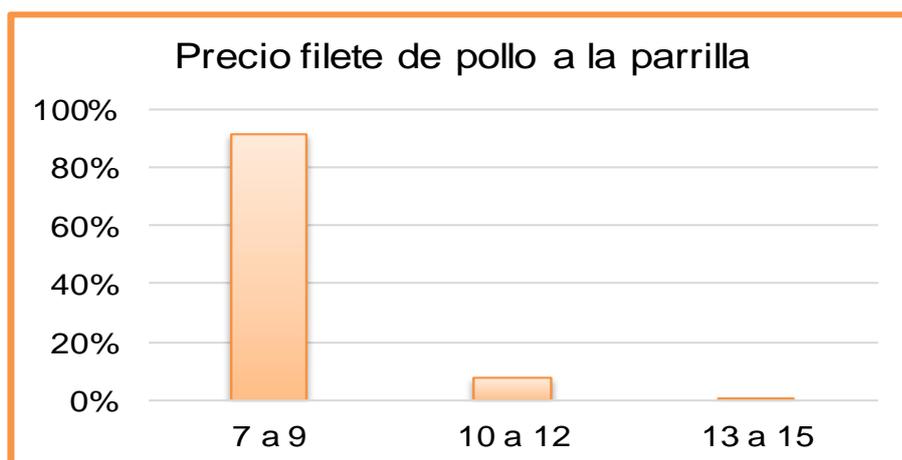
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 23**Filete de pollo a la parrilla**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
7 a 9	254	91%
10 a 12	22	8%
13 a 15	2	1%
TOTAL	278	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15**Precio filete de pollo a la parrilla**

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

Con respecto a los precios se obtuvo que en un porcentaje muy mayoritario las personas están en capacidad de pagar los precios más bajos, esto porque consideran que sería lo ideal para cubrir los costos y están al alcance económico de la población.

11. ¿En qué horario le gustaría que el restaurante preste sus servicios?

Cuadro N° 24

Horario de atención

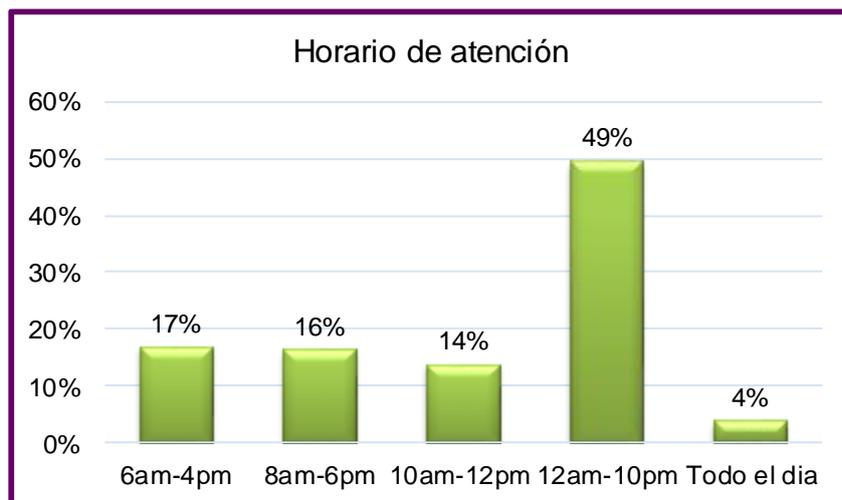
VARIABLE	FRECUENCIA	%
6am-4pm	61	17%
8am-6pm	59	16%
10am-12pm	50	14%
12am-10pm	180	49%
Todo el día	14	4%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 16

Horario de atención



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

De la encuestada realizada se tiene que en un mayor porcentaje dijeron que es más conveniente que el horario de atención sea de 12am a 10pm porque en esta hora no hay lugares que brinden alimentos a las personas que habitan en el lugar y así también a los turistas, sin embargo cabe resaltar que algunas personas manifestaron que sería muy idóneo que el restaurante preste sus servicios todo el día dando mayor preferencia al día domingo.

DATOS TÉCNICOS

Cuadro N° 25

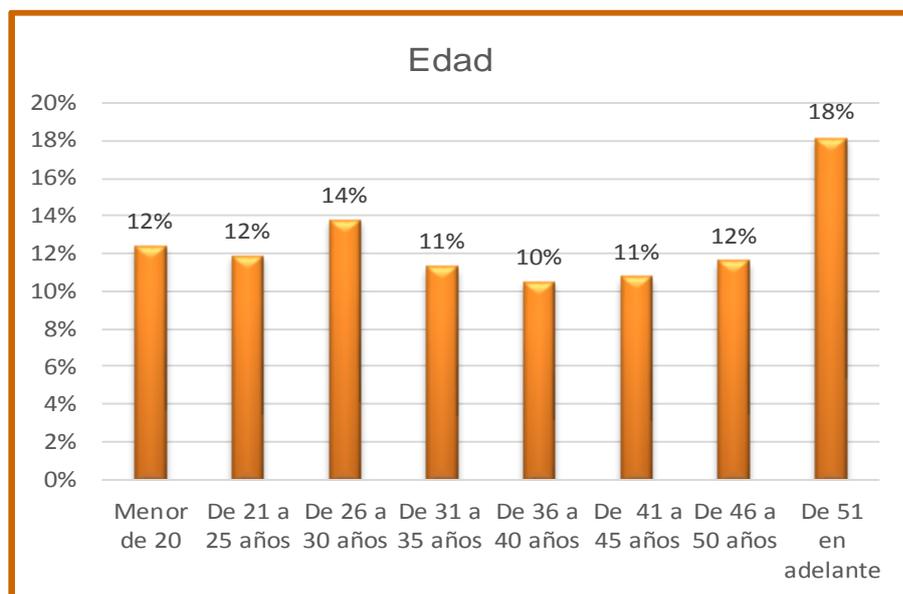
Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menor de 20	45	12%
De 21 a 25 años	43	12%
De 26 a 30 años	50	14%
De 31 a 35 años	41	11%
De 36 a 40 años	38	10%
De 41 a 45 años	39	11%
De 46 a 50 años	42	12%
De 51 en adelante	66	18%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 17

Edad



Fuente: Encuesta "población", 2013
Elaborado por: La Autora

Análisis

La información se ha obtenido de persona cuya edad es de 51 años en adelante.

NIVEL DE INGRESOS

Cuadro N° 26

Nivel de ingresos

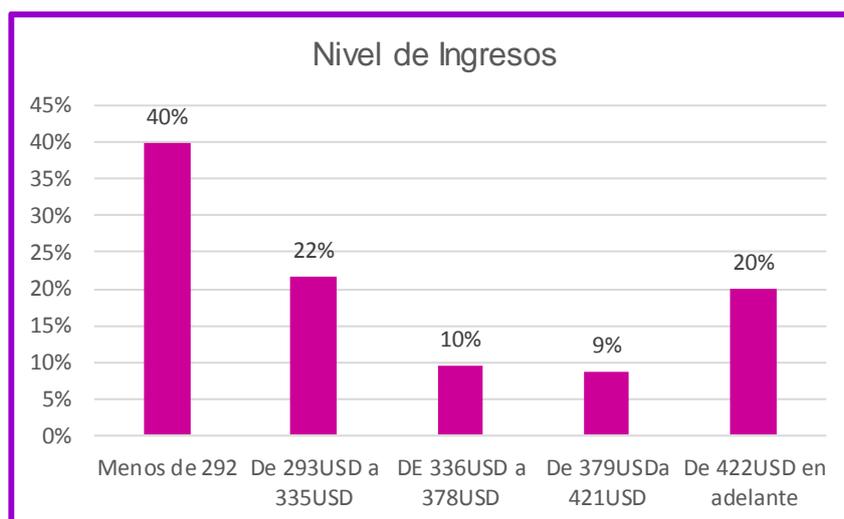
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menos de 292	145	40%
De 293USD a 335USD	79	22%
DE 336USD a 378USD	35	10%
De 379USD a 421USD	32	9%
De 422USD en adelante	73	20%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 18

Nivel de ingresos



Fuente: Encuesta "población", 2013

Elaborado por: La Autora

Análisis

La información obtenida de la investigación con respecto al nivel de ingresos de las personas es del básico mientras que en un porcentaje muy adecuado gozan de más de los 422 dólares por el ejercicio de su profesión.

3.6. Identificación de la demanda

Con el análisis de la demanda podemos percibir las necesidades o requerimientos, dudas, falencias en los procesos para la creación del restaurante de carnes al carbón, y los requerimientos en cuanto a calidad, precios y buen servicio al momento de adquirir el producto.

3.6.1. Características de los consumidores

Los consumidores del Cantón Mira ante todo dan preferencia a la calidad del servicio, es decir que el servicio a ofertar debe de ser dirigido de acuerdo a las características del consumidor de otra manera podemos decir que les gustaría que la atención sea preferencial. Además no acostumbran a adquirir un producto muy costoso ya que muchos de ellos salen a disfrutar en familia.

3.6.2. Análisis de la demanda

De la encuesta realizada a los habitantes se tiene que la mayoría de encuestados consumen y desearía que exista en el sector este tipo de servicio. Así tenemos que para obtener la demanda se toma como referencia a 8503 habitantes considerando el 5% como margen de error, y con la aplicación de la encuestas se determinó que al 95% le gustaría que exista un restaurante de carnes al carbón. Esto significa que el número de personas que adquirirían el producto es de 8078.

3.6.3. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del -0.65% del censo poblacional del 2010 proporcionada por Instituto de Estadísticas y Censos (INEC).

En la proyección de la demanda se utilizó la fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde

Cn: Consumo Futuro

Co: Consumo Actual

R: Tasa de Crecimiento

n: Año

Calculando

Año 2016: $C_1 = C_o(1 + i)^1$ $C_1 = 8,077.85(1 - 0.65\%)^1$ $C_1 = 8,025$

Año 2017: $C_2 = C_o(1 + i)^2$ $C_2 = 8,077.85(1 - 0.65\%)^2$ $C_2 = 7,973$

Año 2018: $C_3 = C_o(1 + i)^3$ $C_3 = 8,077.85(1 - 0.65\%)^3$ $C_3 = 7,921$

Año 2019: $C_4 = C_o(1 + i)^4$ $C_4 = 8,077.85(1 - 0.65\%)^4$ $C_4 = 7,870$

Año 2020: $C_5 = C_o(1 + i)^5$ $C_5 = 8,077.85(1 - 0.65\%)^5$ $C_5 = 7,819$

Cuadro N° 27

Proyección demanda

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA
2015	8,078
2016	8,025
2017	7,973
2018	7,921
2019	7,870
2020	7,819

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

3.7. Balance Oferta-Demanda

Al realizar la diferencia entre oferta y demanda se llegó a determinar la demanda insatisfecha existente de la cual se estimó que se va a satisfacer el 96%, así tenemos que para el primer año se tendrá 6,218 demandantes lo que se transforma en el número de platos a producir.

Cuadro N° 28

Balance oferta-demanda

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	96% DI satisfacer
2015	8,078	1,601	6,477	6,218
2016	8,025	1,614	6,412	6,155
2017	7,973	1,627	6,346	6,093
2018	7,921	1,640	6,282	6,030
2019	7,870	1,653	6,217	5,968
2020	7,819	1,666	6,153	5,907

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

3.8. Establecimiento de precios

Para la determinación del precio de los diferentes productos a ofertar se realizó un estudio de los costos de producción.

Así tenemos se tomó el costo total del primer año que es de 27,202.81 por un porcentaje de estimación que se cree que el producto absorbe en su elaboración:

Cuadro N° 29**Determinación de precios**

% ABSORCIÓN	PRODUCTO
12%	T-Bone
13%	Bife de Chorizo
9%	Pinchos
14%	Medallón Lomo Fino
22%	Mix de asado al Carbón
30%	Filete de pollo a la Parrilla
100%	

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Para la determinación del precio se utilizó la siguiente fórmula:

$$PVu = CTu + Un$$

Donde:

PVu: Precio de venta unitario

CTu: Costo total unitario

Un: utilidad

Cuadro N° 30**Precios**

CT*% Absorción	CANTIDAD	CTu	% UTILIDAD	VALOR UTILIDAD	PRECIO	PRODUCTO
3.264,34	622	5,25	30%	1,58	6,83	T-Bone
3.536,36	684	5,17	30%	1,55	6,72	Bife de Chorizo
2.448,25	1.244	1,97	30%	0,59	2,56	Pinchos
3.808,39	870	4,38	30%	1,31	5,69	Medallón Lomo
5.984,62	1.119	5,35	30%	1,60	6,95	Mix de asado
8.160,84	1.679	4,86	30%	1,46	6,32	Filete de pollo

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

3.8.1. Proyección de los precios

Para la proyección del precio se utilizó la tasa de inflación al año 2015 la cual se obtuvo del promedio de las tasas de inflación de los últimos 5 años:

Cuadro N° 31

Proyección de los precios

Año	Porcentaje de inflación anual
2010	3.33
2011	5.41
2012	4.16
2013	2.70
2014	3.67
Total	19.27

% Inflación 2015 = 19.27 / 5 años

% Inflación 2015 = 3.85%

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde

C_n: Consumo Futuro

C_o: Consumo Actual

R: Tasa de Crecimiento

n: Año

Cuadro N° 32**Proyección de precios**

PRODUCTO	P.Base	2016	2017	2018	2019	2020
T-Bone	6,83	7,09	7,36	8,24	9,59	11,58
Bife de Chorizo	6,72	6,98	7,25	8,12	9,44	11,41
Pinchos	2,56	2,66	2,76	3,09	3,60	4,34
Medallón Lomo Fino	5,41	5,62	5,83	6,53	7,60	9,18
Mix de asado al Carbón	6,61	6,86	7,13	7,98	9,29	11,22
Filete de pollo a la Parrilla	6,01	6,24	6,48	7,26	8,44	10,20

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

3.9. Plan de comercialización

Constituye las vías o formas utilizadas para que el producto llegue al consumidor.

3.9.1. Estrategias para el servicio

El servicio contendrá las siguientes características:

- Variedad de productos a ofertar.
- Utilización de elementos que decoren la presentación del producto.
- Presentación del producto en menús establecidos
- Atención especializada

3.9.2. Estrategias para el precio

Los precios estarán establecidos de acuerdo a las siguientes condiciones:

Se determinarán los costos de producción y se establecerá un margen de utilidad y se fijará el precio que será ofertado al mercado. Este será accesible considerando las características económicas que tienen los habitantes de la ciudad de Mira.

3.9.3. Estrategias de distribución

La estrategia de distribución del producto será de forma directa, es decir, que los clientes se acercarán al lugar y solicitarán de acuerdo a un determinado menú el plato a degustar, la persona encargada de la atención al cliente (mesero) será el encargado de recibir los pedidos.

Ilustración N° 10

Menú del restaurante



Elaborado por: La autora
Año: 2014

3.9.4. Estrategias de Promoción –Publicidad

Para la publicidad de los platos que brinda el restaurante se utilizará pancartas.

Ilustración N° 11**Modelo pancarta**

Elaborado por: La autora
Año: 2014

Mientras que para las promociones se aplicará descuentos en fechas especiales y de acuerdo a la temporada.

3.9.5. Conclusiones estudio de mercado

- El 41% de la población investigada misma que representa 3,312 habitantes afirma que la competencia que existe en la localidad son negocios que se dedican al desarrollo de actividades similares más no que se dediquen a la producción de carnes al carbón exactamente, además 5,735 que representa el 71% de la población objetivo creen que sería muy importante que se instale una unidad productiva de carnes al carbón ya que en el sector no se encuentra diversidad de gastronomía para poder seleccionar de acuerdo a los gustos de cada paladar.
- Mediante la investigación se determinó que a 1,777 personas que representa el 22% concuerdan que las características esenciales que debe tener el restaurante es el buen ambiente acompañada de una atención de calidad.

- El estudio de la demanda con relación a la oferta determinó que el 95% de la población es decir a 8.078 están de acuerdo en consumir las carnes al carbón.
- Con la ayuda de las encuestas se llegó a determinar que el producto estrella sería el filete de pollo ya que a 2,181 mismo que representa el 71% de la población investigada les gusta adquirir este producto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

El presente capítulo se enfoca en determinar exclusivamente la macro y micro localización de la unidad productiva a instalarse, así como también establecer los requerimientos de infraestructura de acuerdo con la capacidad de demanda a tener.

Nos permitirá verificar la posibilidad técnica para brindar el servicio, analizar y determinar el tamaño óptimo e instalaciones de organización requerida para el restaurante de carnes al carbón. Además se detallará los elementos y recursos necesarios para poder poner en marcha el proyecto.

La importancia de este capítulo radica en el conocimiento de la capacidad a instalarse de acuerdo a las características de la infraestructura y a los materiales necesarios para su normal funcionamiento, los mismos que garantizarán el éxito del proceso productivo.

4.2. Localización del proyecto

La localización del proyecto juega un papel muy importante ya que de este depende el éxito o fracaso del negocio, por lo que se brinda las facilidades de acceso para la adquisición y consumo de los productos a ofertar.

4.2.1. Macro localización

Ilustración N° 12

Ubicación Cantón Mira en la Provincia del Carchi en el Ecuador



Elaborado por: La autora
Fuente: www.google.com
Año: 2014

El proyecto a implantarse será en el Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Mira, Ciudad de Mira,

4.2.2. Micro localización

Mediante el estudio realizado se llegó a determinar que el lugar más idóneo para la instalación de la planta es en la Ciudad de Mira ya que presenta características que favorecen a la implantación de la unidad productiva como son: su gran número de pobladores y variedad de opciones turísticas.

Cuadro N° 33**Lugares**

Lugares a estudiarse:	
A	Cerca al parque central
B	Junto al mercado
C	Vía principal
D	Salida de la ciudad

Elaborado por: La autora
Año: 2014

Cuadro N° 34**Ponderación de factores**

VARIABLES	A	B	C	D
Cerca de la materia prima	1	3	2	1
Disponibilidad de servicios básicos	2	2	2	1
Fácil acceso al lugar	1	2	3	1
Disponibilidad de transporte	1	1	3	3
Disponibilidad de la planta	1	1	2	1
Fácil acceso a materiales y equipos	1	3	2	1
Cercanía a industrias conexas y servicios auxiliares (Bancos, Cooperativas)	1	1	3	1
TOTAL	8	13	17	9

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

En base a la ponderación de factores se llegó a determinar que la ubicación del restaurante será en la vía principal por el fácil acceso que tendrán los comensales a adquirir las carnes al carbón.

Ilustración N° 13**Cantón Mira**

Elaborado por: La autora
Fuente: www.google.com
Año: 2014

4.2.3. Descripción de la ciudad de Mira

Mira es uno de los seis cantones que tiene el Carchi. Fue elevado a esta categoría el 18 de agosto de 1980, mediante Decreto Legislativo No. 47 y publicado en el Registro Oficial No. 261 del 27 de agosto de 1980. Tiene tres parroquias: Concepción, Juan Montalvo y Jijón y Caamaño. Conocida como el "Balcón de los Andes", es el mirador del valle del Chota y la majestuosidad del cerro Cayambe. Su cabecera cantonal lleva el mismo nombre, se encuentra asentada en un mirador natural. Mira ha progresado notablemente en los aspectos urbanísticos, poblacionales, agrícolas y comerciales.

a) Clima

El Cantón Mira posee una variedad de climas como subtropicales semi-húmedos, subtropicales secos, templados y templado frío. Su temperatura promedio anual es de 16,2° C.

b) Actividad

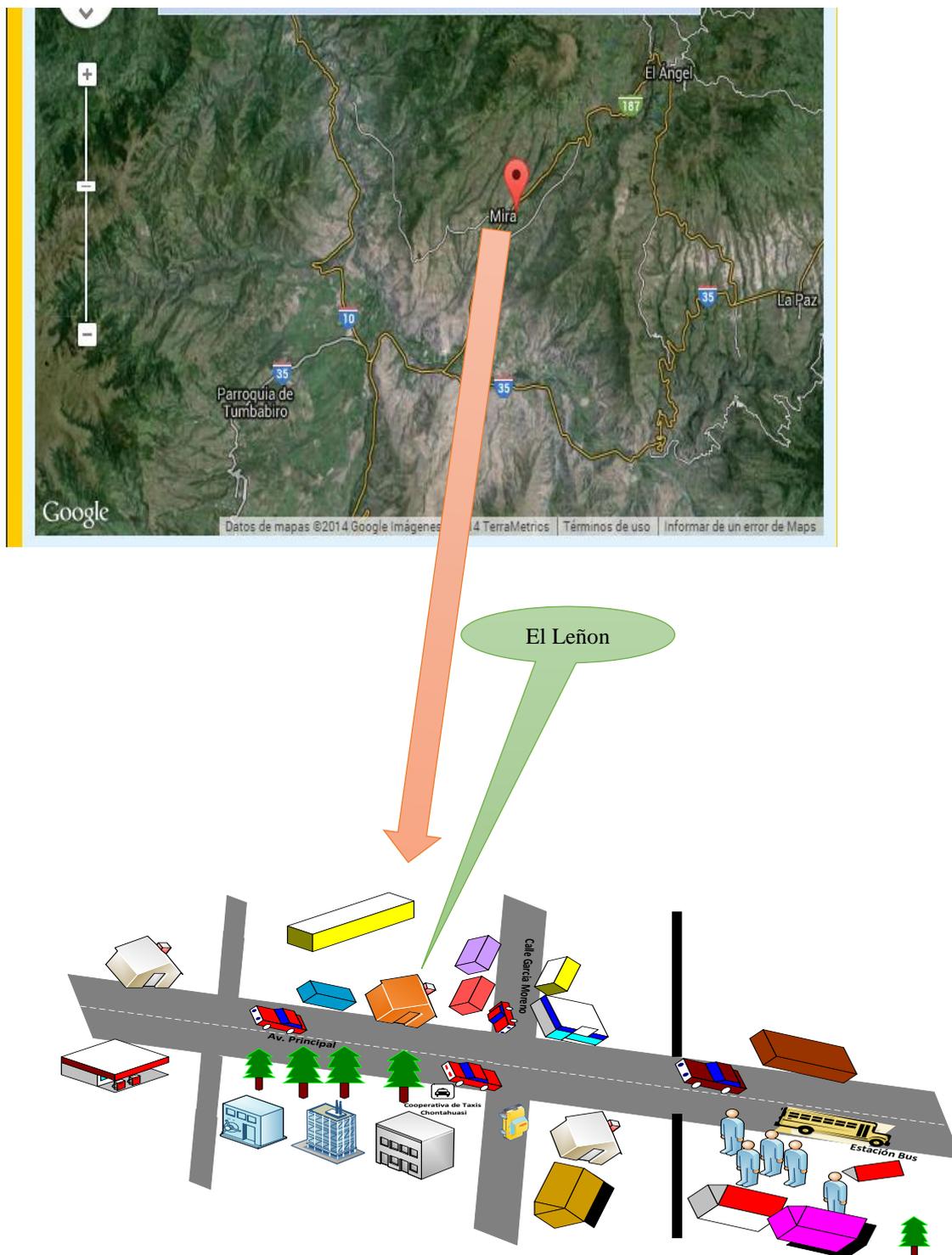
Como principal actividad la población de Mira se dedica a la agricultura de productos de clima seco tropical como: fréjol, tomate riñón, pepinos, pepinillos, ovos, pimiento y hortalizas. Sin embargo algunos habitantes han optado por trabajar en la crianza de aves y cerdos para mejorar la calidad de vida y por su fácil comercialización.

4.3. Ubicación del restaurante de carnes al carbón

El restaurante de carnes al carbón se ubicará en la ciudad de Mira en la vía principal diagonal a la calle García Moreno. Este punto se caracteriza por ser la entrada y salida de la ciudad además por el transitan muchas personas especialmente los días de feria.

Ilustración N° 14

Ubicación restaurante carnes al carbón



Elaborado por: La autora
Fuente: www.google.com
Año: 2014

4.4. Tamaño del proyecto

En el tamaño del proyecto se toma en cuenta los resultados del estudio de mercado para determinar la infraestructura necesaria y poder atender a la demanda existente.

4.5. Distribución de la planta

El área de la planta a utilizarse es de 176 m² la misma que está distribuida de la siguiente manera:

- **Área administrativa**

Gerencia 16 m²

- **Área de producción**

Cocina 40 m²

- **Área de bodega**

Cocina 16 m²

- **Área de atención al cliente**

Comedor 92 m²

4.5.1. Características de las instalaciones de un restaurante

Según la norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios a fines la estructura física de un restaurante debe ser de construcción sólida y los materiales que se empleen, deben ser resistentes a la corrosión, lisos, fáciles de limpiar y desinfectar. Sólo el área de comedor podrá ser de materiales diferentes, considerando el estilo del establecimiento (rústico, campestre, etc). Todas las edificaciones se mantendrán en buen estado de conservación e higiene.

Asimismo, se cumplirán las siguientes condiciones:

- Los pisos se construirán con materiales impermeables, absorbentes, lavables y antideslizantes, no deben tener grietas y serán fáciles de limpiar y desinfectar.
- Las paredes deben ser de materiales impermeables, absorbentes y lavables y serán de color claro. Deben ser lisas, sin grietas y fáciles de limpiar y desinfectar. Se mantendrán en buen estado de conservación e higiene.
- Los techos deben construirse y acabarse de manera que se impida la acumulación de suciedad y ser fáciles de limpiar.
- Las ventanas y otras aberturas deben construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad y estarán provistas de protección contra insectos u otros animales. También deben desmontarse fácilmente para su limpieza y buena conservación.
- Las puertas deben ser de superficie lisa y adsorbente, además de tener cierre automático en los ambientes donde se preparan alimentos.

a) La cocina

La cocina debe tener amplio espacio para la preparación adecuada de los alimentos, así como también fácil acceso a los materiales e ingredientes a utilizar cabe recalcar que debe estar próxima al comedor para brindar un servicio con rapidez.

b) El comedor

El comedor debe estar cerca la cocina, además debe tener mayor espacio para la distribución de las sillas guardando cierto espacio entre sí para evitar la aglomeración de los comensales.

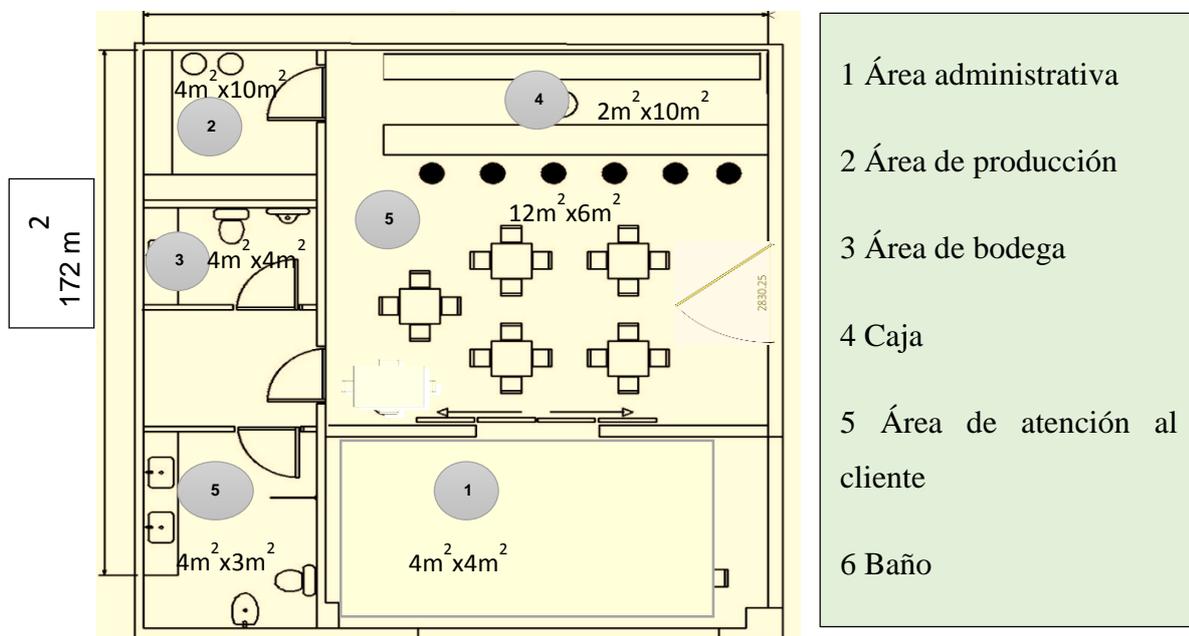
c) Los utensilios

Estos deben tener una forma que facilite la limpieza además para su aseo se debe de usar agua limpia mas no utilizar la misma agua para lavar todos los implementos, así también es recomendable el uso de detergentes y desinfectantes.

4.5.2. Diseño de las instalaciones

Ilustración N° 15

Diseño de las instalaciones de la planta

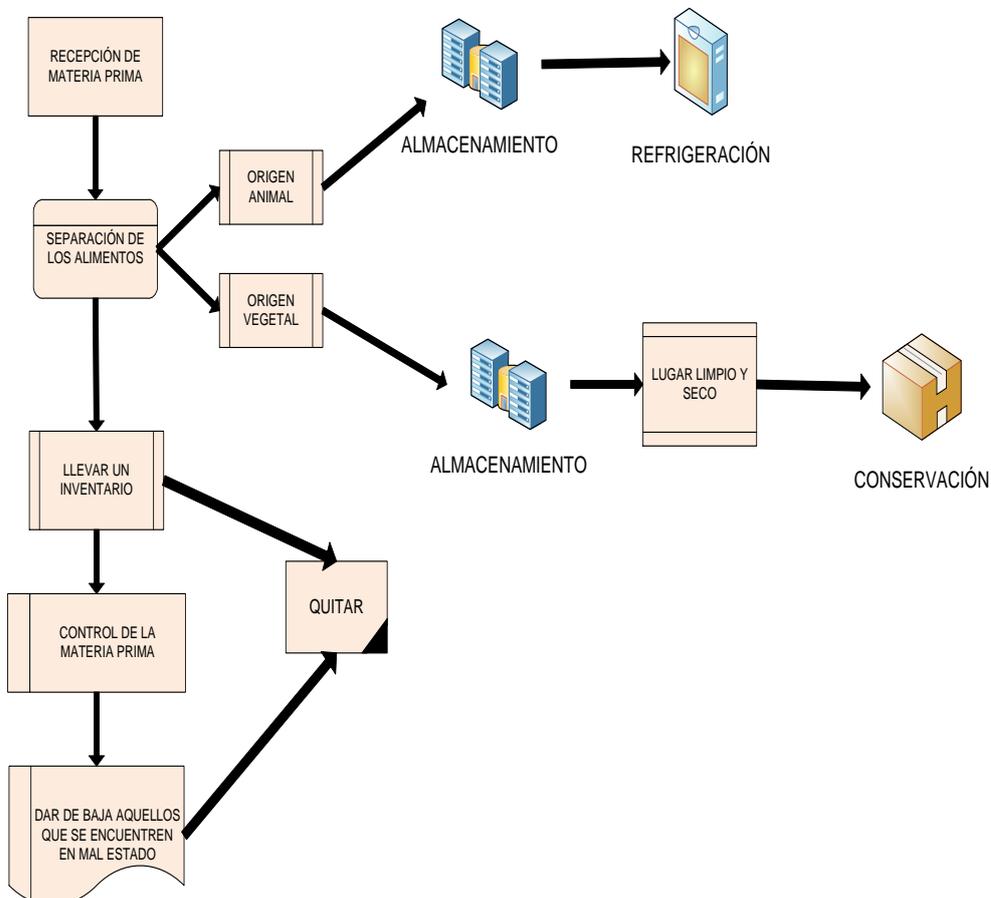


Elaborado por: Ing. Civil Pablo Ruíz
Año: 2014

4.5.3. Proceso de almacenamiento

Ilustración N° 16

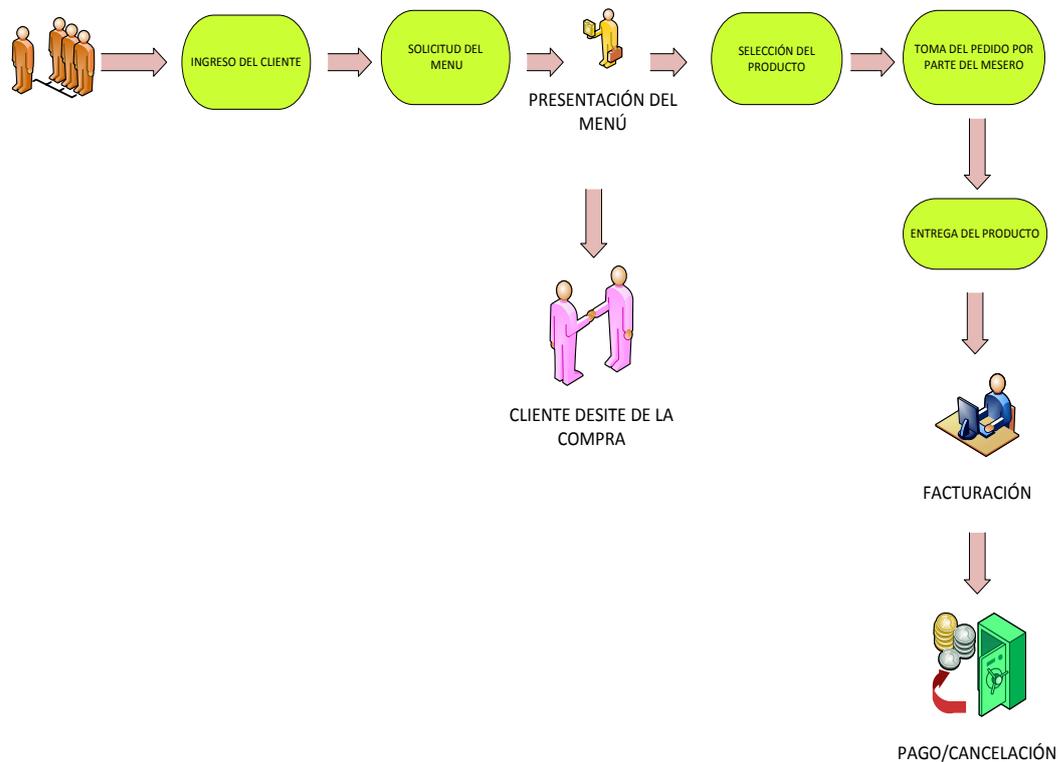
Flujograma proceso de almacenamiento



Elaborado por: La autora
Año: 2014

4.5.4. Flujo grama de proceso adquisición del servicio

Esta representación gráfica demuestra como los clientes tienen acceso a la adquisición de las carnes al carbón.

Ilustración N° 17**Proceso adquisición del servicio**

Elaborado por: La autora
Año: 2014

4.6. Presupuesto técnico**4.6.1. Inversiones fijas****a) Infraestructura física**

Lo costos para la instalación de la nueva unidad productiva se determinaron de acuerdo a la información proporcionada por varios proveedores de equipos de computación, muebles de oficina entre otros.

b) Maquinaria y equipo de producción

La maquinaria y equipo requerido para la producción son los siguientes:

Cuadro N° 35**Maquinaria y equipo requerido**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Refrigerador (Durex)	600.00	600.00
1	Licuada	80.00	80.00
1	Cocina industrial (tres quemadores)	200.00	200.00
1	Extintor 5 libras Co2	27.00	27.00
1	Parrilla portátil De 1,33 X 0,65 M	450.00	450.00
TOTAL		1,357.00	1,357.00

Fuente: Almacenes "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

c) Menaje y utilería

Las herramientas con las cuales se va apoyar para la elaboración del producto son:

Cuadro N° 36**Menaje y utilería**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Ollas		
1	60 litros	35.00	35.00
2	40 litros	30.00	60.00
3	30 litros	28.00	84.00
4	20 litros	20.00	80.00
7	Vajillas (contiene 30 piezas)	30.00	210.00
60	Vasos	0.55	33.00
36	Cubiertos		
60	Trinches	0.18	10.80
60	Cucharas	0.18	10.80
60	Cuchillos	0.18	10.80
60	Cucharilla	0.18	10.80
10	Recipientes	2.50	25.00
2	Coladores	1.00	2.00
1	Pailas (40 litros)	50.00	50.00
8	Manteles	4.00	32.00
	Varios		700.00
TOTAL		201.77	1,354.20

Fuente: Almacenes "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

d) Muebles de oficina y equipos de oficina

Los muebles y equipos a utilizarse se detallan a continuación:

Cuadro N° 37**Muebles oficina y equipos de oficina**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Mesas y sillas para restaurante 9 juegos	1,000.00	1,000.00
1	Teléfono inalámbrico motorola - altavoz + identificador Id	29.99	29.99
1	Minicomponente Panasonic, radio Cd Mp3 Music Port	100.00	100.00
4	Cuadro decorativos con relieve para el hogar	10.00	40.00
1	Televisión (LG 28 pulgadas)	439.00	439.00
TOTAL			1,608.99

Fuente: Almacenes "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

e) Equipo de computación

Los equipos a utilizarse en el proyecto son:

Cuadro N° 38**Equipo de computación**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computador Intel Core Duo 3.0ghz	500.00	500.00
1	Calculadora científica Fx-350ms	11.49	11.49
TOTAL			511.49

Fuente: Almacenes "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

4.6.2. Activos diferidos

Desembolso de dinero en aspectos legales para la apertura del restaurante:

Cuadro N° 39

Gastos de constitución

ACTIVOS INTANGIBLES
CONCEPTO
GASTOS DE CONSTITUCIÓN
Ruc
Permiso de funcionamiento
Permiso de sanidad
Patente Municipal
Permiso de bomberos

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.6.3. Costos de producción

a) **Materia prima**

La materia prima constituye el elemento básico para la producción, es por esto que es de vital importancia dar un manejo, inspección y control adecuado al ser utilizados, por la existencia de agentes contaminantes que pueden alterar su buen estado.

Además para su manipulación se hará uso de normas de higiene necesarios así se establece el uso de uniformes e implementos adecuados mismos que ayudarán a que la producción se realice en óptimas condiciones higiénicas.

Las materias primas a utilizarse se adquirirán en cantidades exactas, por un lado para que no exista desabastecimiento y por otro para evitar pérdidas económicas por mal estado ya

que los materiales a utilizar en este proyecto se caracterizan por ser perecibles es decir no tienen larga duración.

Para la determinación de la materia prima a utilizar en la elaboración de un plato se calculó que una libra contiene 453.6 gramos a un precio determinado por el mercado.

En donde el precio de la libra de carne de res y de chanco cuesta 2.20, la carne de pollo a 1.60 centavos.

Cuadro N° 40

T-Bone

MATERIA PRIMA	CARNE DE RES
UNIDAD DE MEDIDA	GRAMOS
CANTIDAD	50
PRECIO UNITARIO	0.0048501
PRECIO TOTAL	0.242505

Fuente: Mercado "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 41

Bife de Chorizo

MATERIA PRIMA	CARNE DE RES
UNIDAD DE MEDIDA	GRAMOS
CANTIDAD	45
PRECIO UNITARIO	0.004850088
PRECIO TOTAL	0.218253968

Fuente: Mercado "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 42**Pinchos**

MATERIA PRIMA	CARNE DE RES
UNIDAD DE MEDIDA	GRAMOS
CANTIDAD	10
PRECIO UNITARIO	0.004850088
PRECIO TOTAL	0.048500882

Fuente: Mercado "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 43**Medallón de lomo fino**

MATERIA PRIMA	CARNE DE RES
UNIDAD DE MEDIDA	GRAMOS
CANTIDAD	70
PRECIO UNITARIO	0.004850088
PRECIO TOTAL	0.339506173

Fuente: Mercado "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 44**Mix de asado al carbón**

MATERIA PRIMA	CARNE DE RES	CARNES DE CERDO	CARNES DE POLLO
UNIDAD DE MEDIDA	GRAMOS	GRAMOS	GRAMOS
CANTIDAD	50	50	50
PRECIO UNITARIO	0.004850088	0.004850088	0.003527337
PRECIO TOTAL	0.242504409	0.242504409	0.176366843

Fuente: Mercado "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 45**Filete de pollo a la parrilla**

MATERIA PRIMA	CARNE DE POLLO
UNIDAD DE MEDIDA	GRAMOS
CANTIDAD	90
PRECIO UNITARIO	0.003527337
PRECIO TOTAL	0.317460317

Fuente: Mercado "Ibarra"

Año: 2014

Elaborado por: La Autora

b) Mano de obra directa

Para la puesta en marcha la nueva unidad productiva se hace necesario la utilización de un chef que conozca de cómo preparar carnes al carbón y de sus debidos acompañamientos ya que del buen sabor depende el éxito del servicio.

Cuadro N° 46**Mano de obra**

CHEF		
Sueldo básico	361.33	4,335.96
Aporte patronal	43.90	526.82
Fondos de reserva	30.11	
Décimo tercer sueldo	30.11	361.33
Décimo cuarto sueldo	29.50	354.00
SUBTOTAL	494.95	5,578.11

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

c) Insumos y costos indirectos de fabricación

Desembolsos de dinero incurridos en el proceso de elaboración del producto.

Cuadro N° 47**Insumos**

INSUMOS		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Aceite	4.00	48.00
Sal	3.00	36.00
Patatas	40.00	480.00
Lechuga	10.00	120.00
Tomate	10.00	120.00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
Materiales Consumibles		
Gas Butano	5.00	60.00
Carbón	20.00	240.00
Otros CIF		
Arriendo	30.00	360.00
Servicios básicos	36.00	432.00
TOTAL	158.00	1,896.00

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Cuadro N° 48**Servicios básicos**

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Energía eléctrica	10.00	120.00
Servicio telefónico	8.00	96.00
Agua potable	18.00	216.00
TOTAL	36.00	432.00

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.6.4. Gastos administrativos

Desembolsos de dinero por concepto de la funcionalidad de la parte administrativa así tenemos sueldo administrativos, suministros de oficina, entre otros.

a) Sueldos administrativos

En el área administrativa se tiene al administrador:

Cuadro N° 49**Sueldo personal administrativo**

ADMINISTRADOR		
Sueldo básico	362.00	4,344.00
Aporte patronal	43.98	527.80
Fondos de reserva	30.17	
Décimo tercer sueldo	30.17	362.00
Décimo cuarto sueldo	24.25	291.00
TOTAL	490.57	5,524.80
CONTADOR		
Sueldo básico	362.00	4,344.00
Aporte patronal	43.98	527.80
Fondos de reserva	30.17	
Décimo tercer sueldo	30.17	362.00
Décimo cuarto sueldo	24.25	291.00
TOTAL	490.57	5,524.80

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

b) Suministros de oficina

Los suministros de oficina a utilizarse son:

Cuadro N° 50**Suministros de oficina**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Esferos	0.35	1.40
4	Lapices	0.25	1.00
3	Libretas	1.00	3.00
TOTAL			5.40

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.6.5. Gastos de ventas

Dentro de los gastos de ventas se considera los sueldos del mesero.

Cuadro N° 51**Sueldo personal de ventas**

MESERO	MENSUAL	ANUAL
Sueldo básico	354.00	4,248.00
Aporte patronal	43.01	516.13
Fondos de reserva	29.50	
Décimo tercer sueldo	29.50	354.00
Décimo cuarto sueldo	29.50	354.00
SUBTOTAL	485.51	5,472.13

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

4.7. Capital de trabajo

Constituyen aquellos rubros necesarios que requiere el proyecto para poder operar.

Para el cálculo del capital de trabajo se calculó el costo de producción neto y se considera 5 días como periodo de desfase que comprende:

Primer día: Adecuación del establecimiento

Segundo día: Adquisición de insumos y materias primas

Tercer día: Elaboración de pruebas de producción

Cuarto día: Degustación a amigos

Quinto día: Producción, venta y cobro por el producto

Cuadro N° 52**Costo total**

DESCRIPCIÓN	VALOR (USD) ANUAL
Materia prima directa	1,930.39
Mano de obra directa	5,578.11
Insumos y costos indirectos de fabricación	1,896.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldo personal administrativo	11,049.59
Suministros de oficina	5.40
GASTOS DE VENTAS	
Sueldo personal de ventas	5,472.13
GASTOS FINANCIEROS	
Pago de la deuda	3,550.18
SUBTOTAL	29,481.80
(-) Depreciación	1,978.99
(-) Amortización	300.00
COSTOS PRODUCCIÓN NETO	27,202.81

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Cuadro N° 53**Costo período de producción**

COSTOS PRODUCCIÓN NETO	27,202.81
Días año	365
Días período de desfase	5
Costo periodo de producción	372.64

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Cuadro N° 54**Capital de trabajo**

Inversión	5,071.68
Costo período de producción	372.64
CAPITAL DE TRABAJO	5,444.32

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.7.1. Financiamiento

La disponibilidad de recursos financieros marcan el éxito o fracaso de la gestión administrativa-financiera de toda organización, es por esto que se determina que para llevar a cabo el proyecto se dispondrá de recursos financieros comprendidos en dos partes que son: el 30% financiado por cuenta propia y el 70% financiado por el Banco Nacional de Fomento.

Las inversiones realizadas para dar funcionamiento al local se recuperaran paulatinamente con el desarrollo del proyecto.

Cuadro N° 55

Distribución del financiamiento

Capital Propio	30%	1,521.50
Financiamiento	70%	3,550.18

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.7.2. Seguimiento y monitoreo

Para el seguimiento y monitoreo del proyecto se analizará el desempeño y resultados intermedios de los procesos operativos, administrativos y financieros con el objetivo de identificar problemas y amenazas de forma oportuna y poder establecer medidas correctivas que encaminen al cumplimiento de los objetivos propuestos. Además, se evaluará el grado de alcance de los objetivos propuestos en los ámbitos: técnico, socioeconómico, social, ambiental y la capacidad organizacional.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECÓNOMICO FINANCIERO

El estudio financiero nos ayuda a tener una perspectiva sobre la factibilidad del proyecto ya que por medio de la investigación de los costos podemos llegar a analizar los indicadores financieros mismos que reflejan si el proyecto en estudio va a tener éxito en la puesta en marcha.

5.1. Presupuesto de la inversión

5.1.1. Inversión total

Cuadro N° 56

Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Capital de trabajo	5,444.32
Inversión fija	5,071.68
Inversión diferida	300.00
TOTAL	10,816.00

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.1.2. Plan de inversión fija

Cuadro N° 57

Inversión fija

INVERSIÓN FIJA	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Menaje y utilería	1,354.20
Maquinaria y equipo de producción	1,357.00
Muebles y equipos de oficina	1,848.99
Equipos de computación	511.49
TOTAL	5,071.68

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.2. Cálculo costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

Cuadro N° 58

Costo de oportunidad

RUBROS	VALOR	%ESTRUC	%TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Crédito	7,571.20	70.00	12.50	875.00
Propio	3,244.80	30.00	6.00	180.00
TOTAL	10,816.00	100.00	18.50	1,055.00

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

$$COSTO DE OPORTUNIDAD = \frac{TOTAL VALOR PONDERADO}{100}$$

$$COSTO DE OPORTUNIDAD = \frac{1,055.00}{100}$$

$$COSTO DE OPORTUNIDAD = 10.55\%$$

El 10.55% debe rendir el proyecto como rentabilidad mínima en condiciones optimas

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$$T R M = (1 + CO)(1 + inf) - 1$$

TRM = Tasa de Rendimiento Medio

CO = Costo de Oportunidad

inf = Inflación

$$T R M = (1+0.1055)(1+0.0385)-1$$

$$T R M = (1.1055)(1.0385)-1$$

$$T R M = 0.1481$$

T R M = 14.81% Rentabilidad mínima del proyecto en condiciones normales.

5.3. Determinación de los ingresos

Los ingresos están determinados considerando la demanda esperada y el precio del producto final analizando los seis productos a ofertarse y la proyección de los precios se la realizó con la tasa de inflación del 3.85% y la cantidad se proyecta con la tasa de crecimiento del -0.65%. En la tabla se refleja los ingresos obtenidos en los próximos cinco años.

Cuadro N° 59

Ingresos

T-BONE						
DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
CANTIDAD	622	616	609	609	597	591
PRECIO	6,83	7,09	7,36	7,64	7,94	8,24
SUBTOTAL	4.243,64	4.362,58	4.484,55	4.657,21	4.737,86	4.869,32
BIFE DE CHORIZO						
DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
CANTIDAD	684	677	670	663	657	650
PRECIO	6,72	6,98	7,25	7,53	7,53	7,82
SUBTOTAL	4.597,27	4.726,12	4.858,26	4.993,76	4.942,40	5.079,53
PINCHOS						
DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
CANTIDAD	1.244	1.231	1.219	1.206	1.194	1.181
PRECIO	2,56	2,66	2,76	2,87	2,98	3,09
SUBTOTAL	3.182,73	3.271,93	3.363,41	3.457,22	3.553,40	3.651,99
MEDALLÓN DE LOMO FINO						
DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
CANTIDAD	870	862	853	844	836	827
PRECIO	5,41	7,09	7,36	7,64	7,94	8,24
SUBTOTAL	4.709,34	6.107,61	6.278,37	6.453,48	6.633,01	6.817,05

MIX DE ASADO AL CARBÓN						
DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
CANTIDAD	1.119	1.108	1.097	1.085	1.074	1.063
PRECIO	6,61	6,86	7,13	7,40	7,69	7,98
SUBTOTAL	7.397,91	7.605,26	7.817,89	8.035,94	8.259,49	8.488,66
FILETE DE POLLO A LA PARRILLA						
DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
CANTIDAD	1.679	1.662	1.645	1.628	1.611	1.595
PRECIO	6,01	6,24	6,48	6,73	6,99	7,26
SUBTOTAL	10.089,59	10.372,37	10.662,38	10.959,75	11.264,64	11.577,19
TOTAL	34.220,48	36.445,87	37.464,88	38.557,35	39.390,79	40.483,75

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.4. Determinación de los egresos

Para la determinación de los egresos se ha considerado todos los costos a los que se va a incurrir en la elaboración de los productos a ofertarse con el objeto de poder apreciar los recursos económicos a emplearse y así poder tomar la decisión de inversión.

5.4.1. Costos de producción

Cuadro N° 60

Proyección de costos

DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Materia prima directa	1,930.39	1,991.68	2,054.91	2,120.15	2,187.47	2,282.39
Mano de obra directa	5,578.11	6,385.54	6,896.39	7,448.10	8,043.95	8,687.46
Costos indirectos de fabricación	1,896.00	1,966.69	2,040.09	2,116.33	2,195.50	2,216.73
TOTAL	9,404.50	10,343.91	10,991.39	11,684.58	12,426.91	13,186.58

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

1. Materia prima

La materia prima se ha determinado en base a las cantidades óptimas que se necesita en la preparación de cada plato. Las cantidades se establecen en gramos al igual que precios.

Cuadro N° 61

Proyección costos de materia primas

DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Carne de res	135,507.13	134,626.33	133,751.26	132,881.88	132,018.15	135,507.13
Precio	0.0049	0.0050	0.0052	0.0054	0.0056	0.0059
SUBTOTAL	657.22	678.09	699.62	721.83	744.75	793.86
Carne de pollo	207,051.94	205,706.10	204,369.01	203,040.61	201,720.85	200,409.67
Precio	0.0035	0.0037	0.0038	0.0040	0.0041	0.0043
SUBTOTAL	730.34	753.53	777.45	802.14	827.61	853.88
Carne de chanco	55,959.98	55,596.24	55,234.87	54,875.84	54,519.15	54,164.77
Precio	0.0049	0.0050	0.0052	0.0054	0.0056	0.0059
SUBTOTAL	271.41	280.03	288.92	298.09	307.56	317.32
TOTAL	1,930.39	1,991.68	2,054.91	2,120.15	2,187.47	2,282.39

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

2. Mano de obra directa

La mano de obra directa que participa en la elaboración de los diferentes menús está compuesta de un chef. A continuación se detalla los egresos anuales que se va a tener en el pago del sueldo considerando todos los beneficios de ley. Para la proyección se utilizó la tasa de crecimiento del 8% misma que se ha determinado tomando como referencia los sueldos de los últimos 5 años.

Cuadro N° 62**Proyección costo de mano de obra directa**

DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo básico	4,335.96	4,682.84	5,057.46	5,462.06	5,899.03	6,370.95
Aporte patronal	526.82	568.96	614.48	663.64	716.73	774.07
Fondos de reserva		361.19	390.08	421.29	454.99	491.39
Décimo tercer sueldo	361.33	390.24	421.46	455.17	491.59	530.91
Décimo cuarto sueldo	354.00	382.32	412.91	445.94	481.61	520.14
TOTAL	5,578.11	6,385.54	6,896.39	7,448.10	8,043.95	8,687.46

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

3. Costos indirectos

Constituyen todos aquellos rubros económicos por concepto de servicios básicos, materiales a utilizar para la obtención del producto final y la prestación del servicio.

Cuadro N° 63**Proyección costos indirectos**

DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Insumos						
Aceite	48.00	49.85	51.77	53.76	55.83	57.98
Sal	36.00	37.39	38.83	40.32	41.87	43.48
Patatas	480.00	498.48	517.67	537.60	558.30	579.79
Lechuga	120.00	124.62	129.42	134.40	139.57	144.95
Tomate	120.00	124.62	129.42	134.40	139.57	144.95
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Materiales consumibles						
Gas Butano	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Carbón	240.00	249.24	258.84	268.80	279.15	289.90
otros CIF						
Arriendo	360.00	373.86	388.25	403.20	418.72	373.86
servicios básicos	432.00	448.63	465.90	483.84	502.47	521.81
TOTAL	1,896.00	1,966.69	2,040.09	2,116.33	2,195.50	2,216.73

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

5.5. Gastos administrativos

Para el área administrativa se incurrirán en los siguientes gastos.

5.5.1. Sueldos de personal administrativo

Para la proyección de los sueldos se realizó con la tasa del 8% misma que se obtuvo con el cálculo de datos históricos.

Cuadro N° 64

Sueldos de personal administrativo

Año	Sueldos
2011	264.00
2012	292.00
2013	318.00
2014	340.00
2015	354.00

$$M = C(1 + R)^n$$

$$M = 354(1 + R)^{5-1}$$

$$M = 354(1 + R)^4$$

Despejando el valor de R se tiene

R=8% tasa de crecimiento

Cuadro N° 65**Proyección sueldos de personal administrativo**

DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo básico	8,784.00	9,486.72	10,245.66	11,065.31	11,950.54	12,906.58
Aporte patronal	1,067.26	1,152.64	1,244.85	1,344.44	1,451.99	1,568.15
Fondos de reserva		731.71	790.24	853.46	921.74	995.48
Décimo tercer sueldo	732.00	790.56	853.80	922.11	995.88	1,075.55
Décimo cuarto sueldo	582.00	628.56	678.84	733.15	791.80	855.15
TOTAL	11,165.26	12,790.18	13,813.40	14,918.47	16,111.95	17,400.90

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.5.2. Depreciación

Para el cálculo de la depreciación se ha considerado los porcentajes de depreciación establecidos por el servicio de rentas internas.

Cuadro N° 66**Proyección depreciación**

DEPRECIACIÓN								
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDU	2015	2016	2017	2018	2019
Muebles y Enceres	1,200.00	10.00	120.00	108.00	108.00	108.00	108.00	108.00
Equipo de Computación	500.00	3.00	50.00	149.99	149.99	149.99	0.03	0.00
Maquinaria y Equipo	1,978.99	10.00	197.90	178.11	178.11	178.11	178.11	178.11
TOTAL	3,678.99		367.90	436.09	436.09	436.09	286.14	286.11

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Cuadro N° 67**Proyección gastos administrativos**

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS						
DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos Sueldos y salarios	11,049.59	12,657.27	13,669.85	14,763.44	15,944.51	17,220.08
Suministros de oficina	5.40	5.67	5.95	6.25	6.56	6.89
TOTAL	11,054.99	12,662.94	13,675.80	14,769.69	15,951.08	17,226.97

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.6. Gastos de ventas

En el área de ventas se incurrirá en los siguientes gastos:

5.6.1. Sueldo del personal de ventas

Cuadro N° 68

Proyección sueldo personal de ventas

DESCRIPCIÓN AÑO	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo básico	4,248.00	4,587.84	4,954.87	5,351.26	5,779.36	6,241.71
Aporte patronal	516.13	557.42	602.02	650.18	702.19	758.37
Fondos de reserva		353.86	382.17	412.74	445.76	481.42
Décimo tercer sueldo	354.00	382.32	412.91	445.94	481.61	520.14
Décimo cuarto sueldo	354.00	382.32	412.91	445.94	481.61	520.14
TOTAL	5,472.13	6,263.76	6,764.86	7,306.05	7,890.53	8,521.78

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

5.7. Gastos financieros

Para la puesta en marcha el proyecto necesita de 1,521.50 de los cuales el 70% se incurrirá al financiamiento con el Banco de Nacional de Fomento cuyo monto asciende a 3,550.18 y el 30% restante será cubierto con recursos propios. La amortización de la deuda se realizará de forma mensual.

5.7.1. Amortización del préstamo

Monto Inicial	3,550.18	
Plazo	5 AÑOS	60 Meses
Tasa de interés	12.50%	0.01042 Tasa mensual
Forma de Pago	Mensual	
Cuota	3,507.29	
Interés	42.89	
Monto	1,521.50	

Cuadro N° 69**Tabla de amortización mensual**

No. CUOTA	TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL				
	SALDO INICIAL	INTERÉS	AMORTIZ A DEUDA	SALDO FINAL	PAGO
1	3,550.18	36.98	42.89	3,507.29	79.87
2	3,507.29	36.53	43.34	3,463.95	79.87
3	3,463.95	36.08	43.79	3,420.16	79.87
4	3,420.16	35.63	44.24	3,375.91	79.87
5	3,375.91	35.17	44.71	3,331.21	79.87
6	3,331.21	34.70	45.17	3,286.04	79.87
7	3,286.04	34.23	45.64	3,240.39	79.87
8	3,240.39	33.75	46.12	3,194.28	79.87
9	3,194.28	33.27	46.60	3,147.68	79.87
10	3,147.68	32.79	47.08	3,100.60	79.87
11	3,100.60	32.30	47.57	3,053.02	79.87
12	3,053.02	31.80	48.07	3,004.95	79.87
13	3,004.95	31.30	48.57	2,956.38	79.87
14	2,956.38	30.80	49.08	2,907.31	79.87
15	2,907.31	30.28	49.59	2,857.72	79.87
16	2,857.72	29.77	50.10	2,807.62	79.87
17	2,807.62	29.25	50.63	2,756.99	79.87
18	2,756.99	28.72	51.15	2,705.84	79.87
19	2,705.84	28.19	51.69	2,654.15	79.87
20	2,654.15	27.65	52.22	2,601.93	79.87
21	2,601.93	27.10	52.77	2,549.16	79.87
22	2,549.16	26.55	53.32	2,495.84	79.87
23	2,495.84	26.00	53.87	2,441.97	79.87
24	2,441.97	25.44	54.43	2,387.53	79.87

25	2,387.53	24.87	55.00	2,332.53	79.87
26	2,332.53	24.30	55.57	2,276.96	79.87
27	2,276.96	23.72	56.15	2,220.80	79.87
28	2,220.80	23.13	56.74	2,164.07	79.87
29	2,164.07	22.54	57.33	2,106.74	79.87
30	2,106.74	21.95	57.93	2,048.81	79.87
31	2,048.81	21.34	58.53	1,990.28	79.87
32	1,990.28	20.73	59.14	1,931.14	79.87
33	1,931.14	20.12	59.76	1,871.38	79.87
34	1,871.38	19.49	60.38	1,811.01	79.87
35	1,811.01	18.86	61.01	1,750.00	79.87
36	1,750.00	18.23	61.64	1,688.36	79.87
37	1,688.36	17.59	62.28	1,626.07	79.87
38	1,626.07	16.94	62.93	1,563.14	79.87
39	1,563.14	16.28	63.59	1,499.55	79.87
40	1,499.55	15.62	64.25	1,435.30	79.87
41	1,435.30	14.95	64.92	1,370.38	79.87
42	1,370.38	14.27	65.60	1,304.78	79.87
43	1,304.78	13.59	66.28	1,238.50	79.87
44	1,238.50	12.90	66.97	1,171.53	79.87
45	1,171.53	12.20	67.67	1,103.86	79.87
46	1,103.86	11.50	68.37	1,035.49	79.87
47	1,035.49	10.79	69.09	966.40	79.87
48	966.40	10.07	69.80	896.60	79.87
49	896.60	9.34	70.53	826.07	79.87
50	826.07	8.60	71.27	754.80	79.87
51	754.80	7.86	72.01	682.79	79.87
52	682.79	7.11	72.76	610.03	79.87
53	610.03	6.35	73.52	536.52	79.87
54	536.52	5.59	74.28	462.23	79.87
55	462.23	4.81	75.06	387.18	79.87
56	387.18	4.03	75.84	311.34	79.87
57	311.34	3.24	76.63	234.71	79.87
58	234.71	2.44	77.43	157.28	79.87
59	157.28	1.64	78.23	79.05	79.87
60	79.05	0.82	79.05	0.00	79.87

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

Así tenemos que dentro de los gastos financieros se considera los intereses.

Cuadro N° 70**Proyección gastos financieros**

GASTO FINANCIERO					
DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto interés	413,24	341,04	259,28	166,70	61,86

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

5.8. Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados nos ayudaron a evaluar las consecuencias de las futuras decisiones.

5.8.1. Estado resultados**Cuadro N° 71****Estado de resultados**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	1	2	3	4	5
AÑO	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas Netas	34.220,48	36.445,87	37.464,88	38.557,35	39.390,79	40.483,75
(-) Costos de producción	9.404,50	10.343,91	10.991,39	11.684,58	12.426,91	13.186,58
Utilidad bruta en Ventas	24.815,98	26.101,96	26.473,48	26.872,77	26.963,88	27.297,17
(-) Gastos Administrativos	11.054,99	12.662,94	13.675,80	14.769,69	15.951,08	17.226,97
(-)Gastos de Ventas	5.472,13	6.263,76	6.764,86	7.306,05	7.890,53	8.521,78
(-)Gastos Financieros		413,24	341,04	259,28	166,70	61,86
(-)Depreciaciones	394,22	436,09	436,09	436,09	286,14	286,11
(-) Amortización	300,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Utilidad Operativa	7.594,64	6.265,93	5.195,68	4.041,66	2.609,43	1.140,46
(-)15% Participación trabajadores	1.139,20	939,89	779,35	606,25	391,41	171,07
Utilidad Antes de Impuestos	6.455,44	5.326,04	4.416,33	3.435,41	2.218,02	969,39
(-) Impuesto a la renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta	6.455,44	5.326,04	4.416,33	3.435,41	2.218,02	969,39

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

5.8.2. Flujo de caja

El flujo de caja constituye las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado, además es la base del cálculo para la valoración de las inversiones y con esto poder determinar la viabilidad del proyecto.

Cuadro N° 72

Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA (USD)						
DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	1	2	3	4	5
	AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
INVERSIÓN	10,816.00					
Propia	3,244.80					
Prestamo	7,571.20					
Ingresos						
Utilidad Operativa		6,265.93	5,195.68	4,041.66	2,609.43	1,140.46
Depreciación de activos fijos		436.09	436.09	436.09	286.14	286.11
Amortización		60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Reinversión		0.00	0.00	500.00	0.00	0.00
(-)15% Participacion trabajadores		939.89	779.35	606.25	391.41	171.07
(-) Impuesto a la Renta		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Valor en libros						367.90
(+) Recu. Capital de trabajo						
TOTAL FLUJO NETO DE CAJA	-10,816.00	5,822.13	4,912.42	4,431.50	2,564.15	1,683.39

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

5.8.3. Balance general

En el balance se muestra el resumen contable de activos, pasivos y patrimonio de la empresa

Cuadro N° 73**Estado de situación financiera**

Estado de Situación Financiera			
INVERSIÓN		APORTE FINANCIADO	
Capital de Trabajo	5.444,32	Deuda por pagar	7.571,20
INVERSIÓN FIJA		APORTE PROPIO	
Muebles y equipo de oficina	1.848,99	Inversión propia	3.244,80
Equipo de computación	511,49		
Maquinaria y equipo	1.357,00		
Menaje y utilería	1.354,20		
INVERSIÓN DIFERIDA			
Gastos de Constitución	300,00		
TOTAL	10.816,00	TOTAL	10.816,00

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

5.9. Evaluación financiera

La evaluación financiera constituye una herramienta imprescindible que ayuda a tener una visión sobre la factibilidad del proyecto y con esto poder tomar la decisión de inversión.

5.9.1. Tasa de descuento

$$T R M = (1 + CO)(1 + inf) - 1$$

Siendo

CO = Costo de Oportunidad 10.55

inf = Inflación 3.85%

$$T R M = (1+0.1055)(1+0.0385)-1$$

$$T R M = (1.1055)(1.0385)-1$$

$$T R M = 0.1481$$

$$T R M = 14.81\%$$

5.9.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es un procedimiento de valoración de las inversiones lo que proporciona una estimación financiera en el momento actual de los flujos de caja netos producidos por la inversión. Para el cálculo del Valor Actual Neto se utiliza la tasa de descuento actualiza todos y cada uno de los flujos de caja que produce la inversión y a este valor se resta la inversión inicial, así tenemos la fórmula

$$VAN = -10,816.00 + \frac{5,822.13}{(1 + 0.1481)^1} + \frac{4,912.42}{(1 + 0.1481)^2} + \frac{4,431.50}{(1 + 0.1481)^3} + \frac{2,564.15}{(1 + 0.1481)^4} + \frac{1,683.39}{(1 + 0.1481)^5}$$

$$VAN = -10,816.00 + 5,071.27 + 3,727.05 + 2,928.57 + 1,475.99 + 844.03$$

$$VAN = 3,230.91$$

De acuerdo con el resultado obtenido se puede llegar a establecer que el proyecto a ejecutarse es viable ya que el valor del VAN es positivo.

5.9.3. Tasa interna de retorno

Es un indicador financiero que proporciona la aceptación o rechazo del proyecto, así como también nos proporciona una idea sobre la decisión de inversión. Además, se puede decir que la TIR pretende que el VAN se haga cero, a continuación tenemos el proceso de cálculo:

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

De donde:

TIR = Tasa interna de retorno

Ti = Tasa inferior

Ts = Tasa superior

VAN Ti = Valor actual neto de la tasa inferior

VAN Ts = Valor actual neto de la tasa superior

Para determinar la TIR se utiliza la tasa del 29.64% para actualizar los flujos de caja y hacer que el VAN se haga cero:

$$VAN = -10,816.00 + \frac{5,822.13}{(1 + 0.2964)^1} + \frac{4,912.42}{(1 + 0.2964)^2} + \frac{4,431.50}{(1 + 0.2964)^3} + \frac{2,564.15}{(1 + 0.2964)^4} + \frac{1,683.39}{(1 + 0.2964)^5}$$

$$VAN = -10,816.00 + 4,491.13 + 2,923.09 + 2,034.09 + 907.90 + 459.78$$

$$VAN = 10,816.00$$

Utilizando la tasa del 29.64% da como resultado un VAN de 0 aplicando a la fórmula de la TIR se tiene:

$$TIR = 0 + (0.3299 - 0) \frac{10,816.00}{10,816.00 - 10,816.00}$$

$$TIR = 29.64\%$$

5.9.4. Costo beneficio

El costo beneficio ayuda a evaluar los resultados obtenidos en mayor o menor esfuerzo invertido, así tenemos que el costos beneficio en el proyecto es de 1.30, lo que significa que por cada dólar invertido se va a tener 1.30 de ganancia.

Cuadro N° 74**Cálculo costo beneficio**

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2016	5,822.13	5,071.27
2017	4,912.42	3,727.05
2018	4,431.50	2,928.57
2019	2,564.15	1,475.99
2020	1,683.39	844.03
TOTAL	19,413.61	14,046.91

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

$$CB = \frac{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$CB = \frac{14,046.91}{10,816.00}$$

$$CB = 1.30$$

De acuerdo a los a los resultados obtenidos nos indica que por cada dólar invertido se tendrá una ganancia de 1.30.

5.9.5. Período de recuperación de la inversión**Cuadro N° 75****Cálculo periodo de recuperación de la inversión**

AÑOS	FLUJOS NETOS DE CAJA	FLUJOS NETOS ACUMULADOS	% DE RECUPERACIÓN
2016	5,822.13	5,822.13	53.83%
2017	4,912.42	10,734.56	99.25%
2018	4,431.50	15,166.06	140.22%
2019	2,564.15	17,730.21	163.93%
2020	1,683.39	19,413.61	179.49%

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

La inversión en el proyecto se recuperara un año de puesta en marcha el proyecto.

5.9.6. Punto de equilibrio

1. Punto de equilibrio en ingresos

Muestra la situación en la cual la empresa ni gana ni pierde, la importancia de conocer el punto de equilibrio es determinar la rentabilidad del negocio.

Cuadro N° 76

Costos para determinar el punto de equilibrio

Consumo	Producto	Costos Variables	Unidades	Pv.u	Cv.u
10%	T-Bone	1,034.39	616	7.09	5.25
11%	Bife de chorizo	1,137.83	677	6.98	5.17
20%	Pinchos	2,068.78	1,231	2.66	1.97
14%	Medallón Lomo	1,448.15	862	5.62	4.38
18%	Mix de asado	1,861.90	1,108	6.61	5.35
27%	Filete de pollo	2,792.85	1,662	6.24	4.86
				35.20	26.97

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

Costos Fijos	
Arriendo	540.00
Servicios básicos	360.00
	900.00

$$P.E.I = \frac{C.F.T.}{\left(1 - \frac{CVu}{PVu}\right)}$$

$$P.E.I = \frac{900}{\left(1 - \frac{26.97}{35.20}\right)}$$

$$P.E.I = \frac{900}{0.23}$$

$$P.E.I = 3,913 \text{ dólares}$$

2. Punto de equilibrio en unidades de producción

$$P.E.U.P = \frac{P.E.I}{PVu}$$

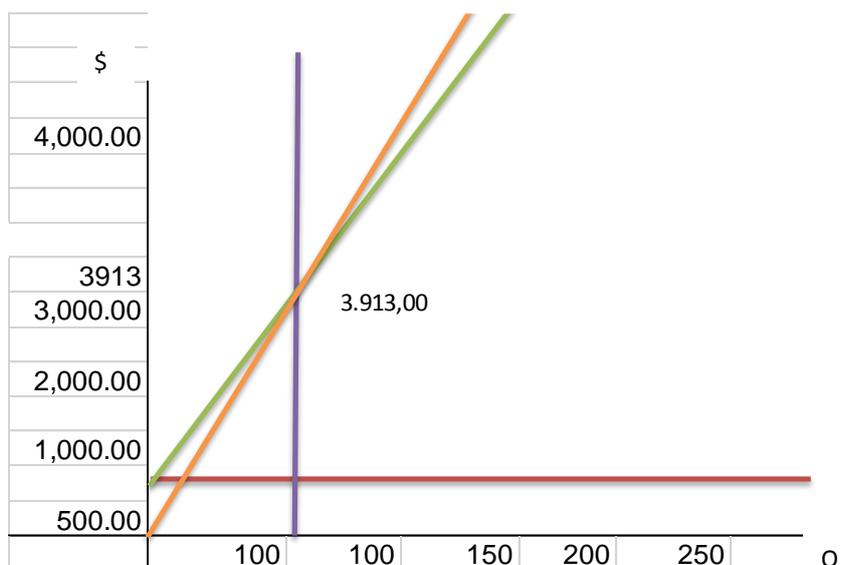
$$P.E.U.P = \frac{3,913.00}{35.20}$$

$$P.E.U.P = 111 \text{ unidades}$$

3. Representación gráfica

Gráfico N° 19

Punto de equilibrio



5.9.7. Resumen indicadores de evaluación financiera

Cuadro N° 77

Resumen evaluadores financieros

INDICADOR	VALOR
VAN	3,230.91
TIR	29.64%
TRM	14.81%
CB	1.30

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

5.9.8. Sensibilidad y riesgo del proyecto

La rentabilidad del proyecto puede ser afectada por variaciones en los precios, por el incremento de la tasa de financiamiento. El análisis de sensibilidad, tiene como finalidad evaluar del efecto que tiene sobre cualquier medida de rentabilidad de un proyecto, desviación potencial de las mejores estimaciones disponibles.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Introducción

Toda empresa debe necesariamente contar con una estructura organizativa la misma que se sujetará de acuerdo a las características y necesidades de la organización constituida. Aquí se especifican deberes y obligaciones de cada uno de los empleados, así como también la filosofía empresarial.

Su importancia radica en la facilidad de distribución de funciones así como también dirigirse correctamente a la unidad de mando. Facilita en gran medida la comprensión de sus funciones y evitar posibles confusiones laborales.

6.2. Beneficiarios

Los beneficiarios directos son las personas que se encuentran calificadas para laborar en la empresa, así como aquellos que se dediquen a la agricultura y a la crianza de animales porque se demandará de productos para entregar las carnes al carbón.

6.3. Sector económico

EL LEÑERO se constituirá como una empresa de producción por que se utiliza factores de fabricación que ayudan a transformar de forma la materia prima en productos terminados.

6.4. Tipo de empresa

EL LEÑERO es una empresa natural que ofrece carnes al carbón.

6.5. La empresa

El nombre de la empresa una vez ya constituida será EL LEÑERO

6.6. Logotipo

Ilustración N° 18

Nombre comercial



Elaborado: Por la Autora
Año: 2014

6.7. Misión

EL LEÑERO tiene como misión esencial brindar el servicio de carnes al carbón y sus debidos acompañantes, cumpliendo con las normas de calidad e higiene; y tiene como finalidad satisfacer las exigencias de los consumidores locales y turistas contando con una infraestructura amplia, acogedora, con personal capacitado.

6.8. Visión

El restaurante de carnes al carbón EL LEÑERO será una empresa líder en el mercado, el mismo que brindará un servicio diferente y novedoso que proporcionará óptima calidad mediante la conservación y aplicación de las normas de higiene y control sanitario a través del talento humano altamente comprometido, motivado, y capacitado de manera profesional;

además se contará con una infraestructura que se mejorará constantemente, logrando satisfacer las expectativas de nuestros clientes.

6.9. Objetivos organizacionales.

6.9.1. Objetivo general.

Brindar un servicio de calidad, el mismo que debe cumplir con todas las normas de control sanitario e higiénico con el fin de cumplir con las expectativas del cliente.

6.9.2. Objetivos específicos.

- a) Brindar a los clientes un servicio eficiente y de calidad.
- b) Ofrecer un servicio manteniendo el respeto hacia los clientes.
- c) Orientar el servicio de acuerdo a las características del consumidor.

6.10. Políticas

- a) Satisfacer las expectativas del cliente
- b) Dar un trato cortes al cliente.
- c) Realizar promociones dependiendo del valor de la compra y de la temporada.
- d) Brindar un ambiente adecuado
- e) Servir productos de calidad
- f) Dar un trato preferencial a los clientes
- g) Conservar el orden, higiene y mantención de todas las áreas del local muebles, equipo de trabajo y alimentos.
- h) Conservar la imagen corporativa.
- i) Ofrecer un menú variado

- j) Mantener un servicio rápido y eficiente, cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamiento para con el cliente.

6.11. Principios y valores corporativos

6.11.1. Valores

- a) **Honestidad:** El servicio a ofertarse se lo realizará respetando las normas de higiene y procurando el bienestar del cliente.
- b) **Respeto:** Cada cliente se merece el debido respeto de acuerdo a sus características
- c) **Puntualidad:** Este valor es importante para cumplir con las responsabilidades a tiempo y poder realizar más actividades, así como también se puede desempeñar mejor el trabajo.
- d) **Responsabilidad:** La responsabilidad es una obligación, ya sea moral o incluso legal de cumplir con lo que se ha comprometido.

6.11.2. Principios

- a) **Integridad y Calidad Humana:** Todos los productos serán procesados correctamente.
- b) **Atención:** El servicio será brindado considerando los gustos y preferencias del consumidor, es decir que la atención se realizará de forma personalizada.
- c) **Excelencia:** Se reflejará desde el inicio de la prestación del servicio hasta su fin, el cual será medido con la satisfacción del cliente.
- d) **Compromiso:** Responsabilidad de brindar un servicio de calidad, mediante el manejo y conservación adecuada de los productos.

6.12. Niveles administrativos de EL LEÑON

Ilustración N° 19

Niveles administrativos



Elaborado: Por la Autora
Año: 2014

El restaurante de carnes al carbón cuenta con el nivel administrativo directivo, auxiliar y operativo, mismos que se describen a continuación.

NIVEL DIRECTIVO: Este nivel comprende la parte administrativa el cual tiene la potestad de dirigir y establecer normas que regulan el buen funcionamiento de los procesos establecidos con el objeto de mejorar el buen funcionamiento de la organización.

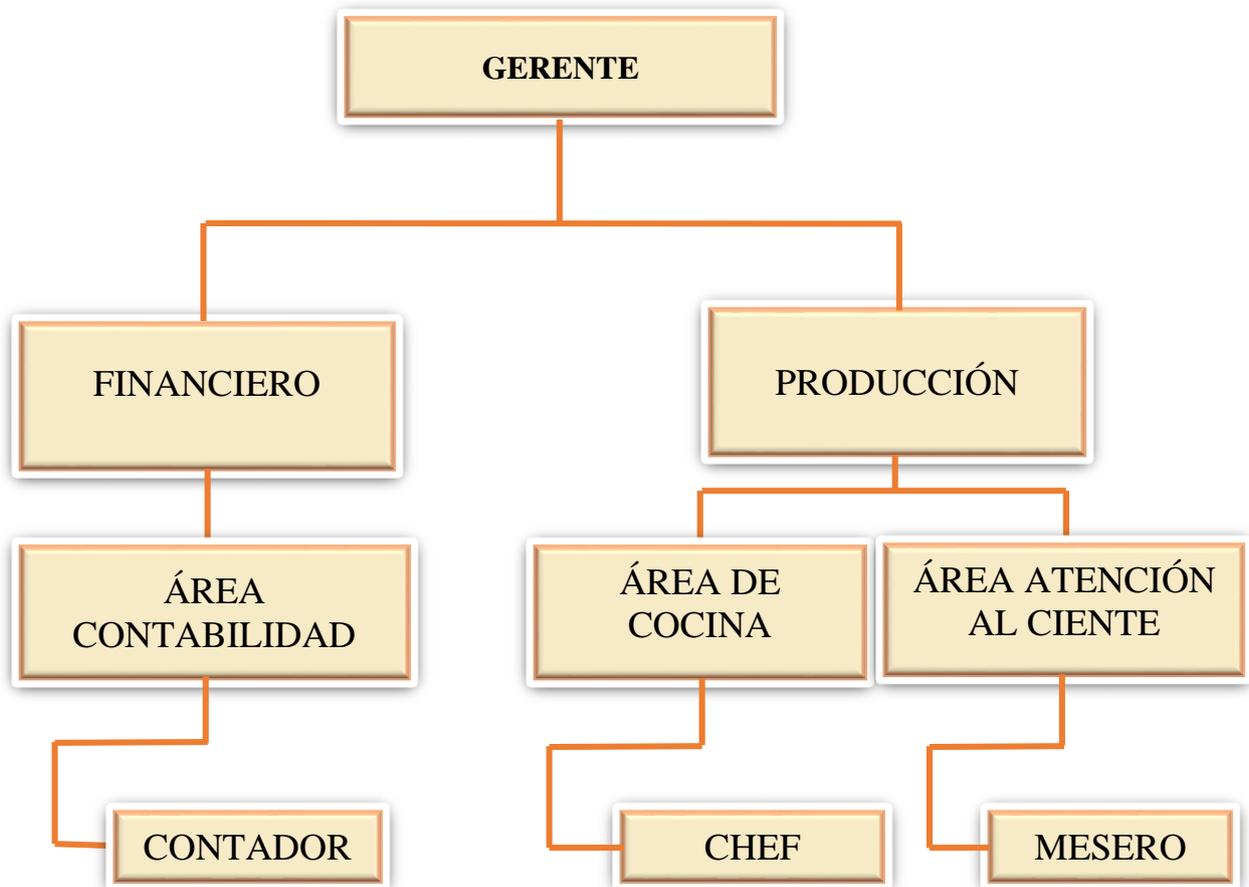
NIVEL AUXILIAR: No cuenta con autoridad de mando y es la parte donde se preocupa por la parte industrial y contable.

NIVEL OPERATIVO: Esta es la parte fundamental ya que tiene la responsabilidad de cumplir todo el procedimiento de producción con el fin de obtener un producto en óptimas condiciones y poder dar un servicio de calidad.

6.13. Organigrama estructural

Ilustración N° 20

Organigrama



Elaborado: Por la Autora
Año: 2014

6.14. Manual de funciones gerente

Cuadro N° 78

Funciones gerente

 <p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>	
Denominación del Cargo:	GERENTE
Jefe Inmediato:	NINGUNO
Número de Personas en el Cargo:	UNO (1)
Descripción del puesto	Administrar todos los recursos que dispone la empresa.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ● Ejecutar una gestión administrativa para que el restaurante logre los objetivos planteados. ● Proveer al local de las materias primas y artículos para llevar a cabo el proceso de producción. ● Mantener en regla la documentación respecto a la legalización del local, según lo exigido por las entidades reguladoras. ● Contratar personal idóneo y que cumpla con el perfil profesional. ● Legalizar el contrato de trabajo del talento humano. ● Informar al nuevo personal acerca de las políticas y criterios administrativos. ● Pagar al talento humano en las condiciones y cantidades prescritas en el contrato de trabajo. ● Otorgar permisos a los empleados o de designar sanciones en caso que estos incumplan con sus funciones. ● Aplicar multas que por el ejercicio de las funciones suscitasen. ● Asegurar a los empleados. ● Motivar al talento humano. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un registro de todas las transacciones de compra de materiales así como también de las ventas realizadas de forma diaria. • Hacer cuadros de caja de manera mensual con ayuda de los registros realizados de manera semanal. 	
Requisitos de Educación:	Ingeniero en administración de empresas con conocimiento y experiencia en el manejo de negocios.
Requisitos de Experiencia:	2 años de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 40 horas en: Dirección de empresas, Gestión de riesgos, Seguridad industrial
Perfil Profesional	Responsable, Capacidad de cumplir y hacer cumplir las funciones, Entusiasta Le guste trabajar en equipo.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Elaborado: Por la Autora
Año: 2014

6.15. Manual de funciones contador

Cuadro N° 79

Funciones contador

 DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	CONTADOR
Jefe Inmediato:	GERENTE GENERAL.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
Descripción del puesto	Registra todos los movimientos económicos-contables que se generen en función de la actividad
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Cobrar a los comensales por el producto adquirido. • Hacer cuadros de caja de manera mensual con ayuda de los registros realizados de manera semanal y reportar al gerente. • Supervisar y controlar los valores sujetándose a las políticas contables establecidas. • Formular los estados financieros y presentar al gerente general y a las instituciones externas. • Coordinar y examinar la ejecución del Presupuesto de inversión. • Representar a la empresa en aspectos económicos-contables ante instituciones de control. • Llevar en regla las obligaciones tributarias. • Establecer y controlar los valores de caja chica 	
Requisitos de Educación:	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA
Requisitos de Experiencia:	Un (1) años de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 20 horas en: Contabilidad, Recursos humanos, Tributación
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Elaborado: Por la Autora
Año: 2014

6.16. Manual de funciones del chef

Cuadro N° 80

Funciones del chef

	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	CHEF
Jefe Inmediato:	GERENTE
Número de Personas en el Cargo:	UNO (1)
Descripción del puesto	Innovar y coordinar los platos a preparar.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ● Cumplir con las tareas encomendadas por el gerente. ● Mantener el lugar de trabajo en orden para el desarrollo de las actividades. ● Llevar un inventario de productos o ingredientes que utiliza para la preparación del menú del día. ● Presentar informe diario de los ingredientes que utilizó. ● Será su responsabilidad vigilar que todos los alimentos sean preparados minuciosamente. ● Cuidar de que el plato antes de salir a la mesa este bien presentado. ● Informar al gerente con anticipación de los ingredientes que hacen falta. 	
Requisitos de Educación:	Estudios superiores en gastronomía
Requisitos de Experiencia:	2 años de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 40 horas en: Cursos de parrilladas
Perfil Profesional	Responsable, Puntual, Entusiasta, Creativo, trabajo en equipo
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Elaborado: Por la Autora
Año: 2014

6.17. Manual de funciones del mesero

Cuadro N° 81

Funciones del mesero

	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del Cargo:	MESERO
Jefe Inmediato:	CHEF
Número de Personas en el Cargo:	UNO (1)
Descripción del puesto	Asistencia y atender a los clientes proporcionando lo solicitado.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Prestar un servicio eficiente y de calidad a los clientes. • Mantener la buena imagen del local comercial • Llevar nota de todos los platos solicitados por los clientes • Mantener un trato cordial con los clientes. 	
Requisitos de Educación:	Bachiller
Requisitos de Experiencia:	2 años de experiencia en cargos similares.
Requisitos de capacitación:	Mínimo 20 horas en: Cursos relaciones humanas y atención al cliente.
Perfil Profesional	Responsable, Amable, Entusiasta, Carismático, Espontaneo.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Elaborado: Por la Autora
Año: 2014

6.18. Prohibiciones de los empleados.

- a. Tomar acciones que vayan contra las políticas del restaurante.
- b. Hurtar dinero o productos del local.
- c. Faltar sin justificación.
- d. Asistir al trabajo en condiciones inapropiadas.
- e. Incumplir con alguna función encomendada.
- f. Hacer uso de herramientas y equipos del restaurante sin previa autorización.
- g. Atentar contra su seguridad en el lugar de trabajo.

6.19. Aspecto legal

Para el buen funcionamiento del restaurante es necesario cumplir algunos requisitos dispuestos por el Ministerio de Salud Pública, así tenemos:

a) Solicitud para permiso de funcionamiento.

Documento que abala la apertura del negocio sujeto a vigilancia este documento tiene vigencia durante un año y; Los establecimientos que deben acceder a este documento son los que producen, importan, exportan, comercializan, almacenan, distribuyen, dispensan y/o expenden, los productos que están sujetos a obtención de registro sanitario o notificación sanitaria obligatoria.

b) Planilla de Inspección.

Hoja de control también llamada de Registro, sirve para reunir y clasificar las informaciones según determinadas categorías, mediante la notación y registro de sus frecuencias bajo la forma de datos.

c) Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos

Certificado emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) mediante el cual se verifica que el ciudadano manipulador de alimentos conoce el manejo correcto al momento de procesar un producto para poder brindar seguridad e inocuidad alimentaria al consumidor final.

Este certificado es uno de los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de los establecimientos que procesan alimentos.

d) Copia del certificado de salud ocupacional emitido por el Ministerio de Salud.

Este certificado se obtiene en el centro de salud de la localidad mismo que es solicitado al ministerio de salud pública.

e) Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos

Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos de la ciudad, este documento permite el normal desenvolvimiento de las actividades, mimo que es otorgado previa inspección.

6.20. Registro Único de Contribuyentes

Para una buena dirección se hace necesario la obtención del RUC mismo que corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica, en forma permanente u ocasional. En este documento consta la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo así como también las obligaciones tributarias que se derivan del desarrollo de las actividades.

6.21. Razón social

El nombre comercial del restaurante será EL LEÑERO nombre asignado por que la materia prima carbón proviene de la madera misma que se convierte en leña para cocinar los alimentos.

CAPÍTULO VII.

7. EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Con el análisis de impactos se llega a determinar los beneficios que se generaría con la ejecución del presente proyecto para lo cual se utiliza la Matriz de Valoración que mide el volumen del posible impacto, en ella se considera algunas escalas de medición, así tenemos:

Cuadro N° 82

Valoración de impactos

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Negativo en el nivel Alto
-2	Negativo en el nivel Medio
-1	Negativo en el nivel Bajo
0	Indiferente
1	Positivo en el nivel Bajo
2	Positivo en el nivel Medio
3	Positivo en el nivel Alto

Elaborado por: La autora
Año: 2014

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\frac{\Sigma}{\text{Indicador}} = \text{Grado de impacto}$$

7.1. Impacto socio económico

Cuadro N° 83

Evaluación impacto económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de fuentes de empleo					x			1
Mejores Ingresos						x		2
Estabilidad laboral							x	3
TOTAL					1	2	3	6
Sumatoria: 6/3								
Promedio: 2								

Elaborado por: La autora

Año: 2014

Generación de fuentes de empleo.

Con la puesta en marcha de la unidad productiva se demandará mano de obra del sector, es decir se creará una fuente de trabajo, esto generaría un impacto positivo en menor escala por lo que se requiere de poca mano de obra.

Mejores ingresos

Al demandar personal para realizar el trabajo se mejorará los ingresos de personas que laboran, lo que genera un impacto positivo.

Estabilidad laboral

Al captar personal se ofrecerá y se evitará que el personal se desvincule de la empresa a través de la incentivación, esto crea un impacto positivo alto.

7.2. Impacto ambiental

Cuadro N° 84

Evaluación impacto ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos							x	3
Conservación del ambiente						x		2
Utilización de técnicas de reciclaje							x	3
TOTAL						2	6	8
Sumatoria: 8/3								
Promedio: 2.67								

Fuente: Investigación directa

Año: 2014

Manejo de desechos

Con respecto al manejo de desechos se tendrá un impacto positivo ya que todos los desperdicios serán almacenados correctamente.

Conservación del ambiente

En la conservación del medio ambiente se tiene un impacto medio ya que por la función de la actividad se contaminará en poca medida.

Utilización de técnicas de reciclaje

Todos los desechos que se generen en los procesos productivos realizados se almacenarán por separado considerando sus características para entregar al recolector de basura mismo que realiza el tratamiento de desechos, lo que quiere decir que habrá un impacto positivo ya que dado por la actividad económica habrá más desechos orgánicos que inorgánicos lo que facilitará su tratamiento.

7.3. Impacto empresarial

Cuadro N° 85

Evaluación impacto empresarial

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generar emprendimiento						x		2
Mejorar la atención y servicio al cliente							x	3
TOTAL						2	3	5
Sumatoria: 5/2								
Promedio: 2.50								

Elaborado por: La autora
Año: 2014

Generar emprendimiento

Con la apertura de la unidad productiva se aportará a que las personas se arriesguen a ejecutar nuevas ideas de negocio, además se fortalecerá el crecimiento empresarial del sector, lo que quiere decir que habrá un impacto positivo en un nivel medio.

Mejorar la atención y servicio al cliente

Respecto a la atención y servicio al cliente se tendrá un impacto positivo porque se ofertara un producto variado satisfaciendo las necesidades del consumidor interno como externo.

7.4. Impacto general

Cuadro N° 86

Evaluación impacto general

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto socio-económico						x		2
Impacto ambiental						x		2
Impacto empresarial						x		2
TOTAL						6		6
Sumatoria: 6/3								
Promedio: 2								

Elaborado por: La autora
Año: 2014

Mediante la exposición del impacto socio-económico, ambiental y empresarial se tiene que el proyecto a ejecutarse estaría adecuado ya que se aporta al crecimiento social y económico del sector, además mediante técnicas y evaluaciones de métodos de conservación del medio ambiente se preservara el entorno.

CONCLUSIONES

- Con el análisis de variables e indicadores se ha podido llegar a determinar la factibilidad de implantación de la unidad productiva de carnes al carbón ya que se analizó profundamente los aliados y oportunidades y con esto se determinó estrategias que fortalezcan la demanda.
- En el marco teórico se estableció los conceptos básicos para el mejor desarrollo de trabajo investigativo lo que ayudó en gran medida a sustentar el trabajo realizado.
- En el estudio de mercado se llega a determinar que en el Cantón Mira existe débil competencia, además se identifica que el producto más apetecido por el mercado consumidor es el filete de pollo convirtiéndose así en nuestro producto estrella.
- Mediante el estudio técnico se determina los recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos, así como también la infraestructura adecuada para el cumplimiento de los procesos de elaboración de las carnes al carbón.
- Con respecto a la evaluación financiera se concluye que el proyecto sería factible ya que se tiene un VAN positivo de 3,230.91 además presenta una TIR de 29,64% con un tiempo de recuperación de un año, mientras que el costo beneficio es de 1.30 lo que justifica la inversión.
- Una vez concluido las tres fases del proyecto como son estudio de mercado, técnico y financiero se llegó a determinar la estructura organizativa así como también los

lineamientos administrativos y legales para el normal de desenvolvimiento de las actividades.

- En la evaluación de impactos con relación a los diferentes ámbitos socio-económicos, ambientales y empresariales se tiene impactos positivos además se determina que beneficiara al propietario, empleados y consumidores.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable analizar los aliados y oportunidades para hacer frente a los aspectos negativos que pueden afectar en la ejecución del proyecto, además nos ayuda a determinar posibles ventajas para el crecimiento de la demanda.
- Se recomienda investigar más sobre alimentos elaborados con carbón para luego poner a disposición del consumidor, además debe estar actualizado con respecto a las normas de buenas prácticas de manufactura ya que para obtener el producto final atraviesa por diferentes procesos.
- Expandir la empresa a otras provincias dando a conocer el producto que se está ofertando estableciendo estrategias de diversificación tomando en cuenta las características esenciales del mercado meta con el afán de tener buena demanda en el sector a implantar.
- De las utilidades obtenidas es recomendable reinvertirlas en la adquisición de equipos y adecuación de las instalaciones para la ampliación futura del proyecto y por ende lograr mayor crecimiento empresarial.
- Para la puesta en marcha del proyecto es recomendable realizar un análisis de los costos y gastos incurridos en el proyecto y que por medio de evaluadores financieros se determine la factibilidad.
- Es recomendable cumplir con todas las normas de constitución para que la empresa no tenga problemas de operatividad, así como también se debe establecer funciones, políticas

procedimientos para que todo el personal de la empresa cumpla con el afán de evitar problemas internos que pueden afectar al normal desenvolvimiento de las actividades.

- Para la puesta en marcha del proyecto es importante determinar los impactos negativos que se generaría a consecuencia de la actividad productiva para evitar multas y sanciones.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA, Gabriel. (2006). Evaluación de proyectos. En G. BACA, *Evaluacion de Proyectos* (pág. 5). México: McGraw-Hill.
- CÓRDOVA, Marcial. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe.
- LONGENECKER, J. G., PETTY, J. W., PALICH, L. E., & HOY, F. (2012). *Administración de la pequeña empresa*. México: McGraw-Hill.
- VARELA, Rodrigo. (2010). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Colombia: McGraw-Hill.

LINKOGRAFÍA

- ACEBEDO, k., ARIZA, E., & BARRIOS, J. (21 de Marzo de 2010). *slideshare*. Obtenido de slideshare: <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>
- *Definición.de*. (Abril de 2014). Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/comercializacion/>
- *Definición.de*. (Abril de 2014). Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/oferta/>
- *E-técnico*. (Mayo de 2011). Obtenido de E-técnico: <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- *Gerencie.com*. (24 de 10 de 2011). Obtenido de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/precio.html>
- STANTON, Etzel; WalKer. (Abril de 2014). *INTI*. Obtenido de INTI: http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_producto.pdf
- *The free dictionary*. (2007). Obtenido de The free dictionary: <http://es.thefreedictionary.com/parrilla>
- THOMPSON, Iván. (Diciembre de 2006). *Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- THOMPSON, Iván. (Octubre de 2007). *Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>
- THOMPSON, Iván. (Junio de 2008). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- THOMPSON, Iván. (Julio de 2009). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS****INGENIERÍA COMERCIAL**

La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información para determinar si es factible o no la creación de un restaurante de carnes al carbón en el Cantón Mira.

Lea detenidamente la pregunta y marque con una x según crea conveniente.

1. ¿Usted consume productos cocidos al carbón?

Siempre

Alguna vez

Rara vez

Nunca

2. ¿Con qué frecuencia usted adquiere este producto?

Al menos una vez por semana

Al menos una vez por quincena

Al menos una vez por mes

3. ¿Cuántos lugares conoce usted que brinden un servicio de Carnes al Carbón en el Cantón?

Ninguno

Uno

Dos

Tres en adelante

4. ¿Cree usted importante que se abra un nuevo restaurante que brinde servicios de carnes al carbón?

Muy importante

Medianamente importante

Poco importante

5. ¿Dónde cree usted que sería el lugar más adecuado para la ubicación del restaurante?

Cerca del parque central

Junto al mercado popular

Vía principal

6. ¿A la hora de visitar un restaurante qué características considera importantes? Ordene del 1 al 6 siendo seis la calificación más importante

Buen ambiente

Buen servicio

Precios económicos

Variedad de productos

Calidad del producto

Otros_____

7. ¿Cómo le gustaría que fuese la decoración del restaurante?

Arreglos florales

Buen ambiente musical

Pinturas

Arreglos realizados de material reciclado

Artesanías

Otros_____

8. ¿Qué especialidades le gustaría que se sirva en el restaurante de carnes al carbón?

T-Bone

Bife de chorizo

Pinchos

Medallón de lomo fino

Mix de asado al carbón

Filete de pollo a la parrilla

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes platos?

T-Bone	5-7	7-8	8-9
Bife de chorizo	5-7	7-8	8-9
Pincho	2-3	3-4	5-6
Medallón de lomo fino	6-8	8-10	10-12
Mix de asado al carbón	6-8	8-10	10-12
Filete de pollo a la parrilla	7-9	10-12	13-15

10. ¿En qué horario le gustaría que el restaurante preste sus servicios?

6am-4pm

8am-6pm

10am-12pm

12am-10pm

11. ¿Qué medios publicitarios le gustaría que se utilice para promocionar el restaurante?

Periódico

Hojas volantes

Radio

Pancartas

Redes sociales

DATOS TÉCNICOS**EDAD**

- Menor de 20
- De 21 a 25 años
- De 26 a 30 años
- De 31 a 35 años
- De 36 a 40 años
- De 41 a 45 años
- De 46 a 50 años
- De 51 en adelante

NIVEL DE INGRESOS MENSUAL

- Menos de 292
- De 293USD a 335USD
- DE 336USD a 378USD
- De 379USD a 421USD
- De 422USD en adelante

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2 ENTREVISTA**Dirigida a los propietarios de asaderos ubicados en la zona urbana del Cantón Mira**

1. ¿Cuántos clientes tiene al día?
2. ¿Con qué frecuencia visita un determinado cliente su local?
3. ¿Qué tan leales son sus clientes?
4. ¿Cuál es la ventaja que le ha ayudado a mantener sus clientes?

ANEXO 3 FOTOS**FILETE DE POLLO A LA PARRILLA**

T-BONE**MEDALLÓN DE LOMO FINO**

MIX DE ASADO AL CARBÓN

BIFE DE CHORIZO



PINCHOS



ANEXO 4. PROFORMAS



760\$

- MOUSE, TECLADO, PARLANTES)
- PLACA INTEL H61 CR
- PROCESADOR INTEL CORE I5-2310 2.9Ghz 6MB CACHE
- MEMORIA KINGSTON 4GB.
- DISCO DURO SEAGATE 1TB SATA 7200RPM
- DVD RWITER
- MONITOR LG E1942CB-N 18.5" LED

ANEXO 5 REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ALIMENTOS PROCESADOS.

Decreto Ejecutivo 3253, Registro Oficial 696 de 4 de Noviembre del 2002.

Gustavo Noboa Bejarano

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Considerando:

Que de conformidad con el Art. 42 de la Constitución Política, es deber del Estado garantizar el derecho a la salud, su promoción y protección por medio de la seguridad alimentaria;

Que el artículo 96 del Código de la Salud establece que el Estado fomentará y promoverá la salud individual y colectiva;

Que el artículo 102 del Código de Salud establece que el Registro Sanitario podrá también ser conferido a la empresa fabricante para sus productos, sobre la base de la aplicación de buenas prácticas de manufactura y demás requisitos que establezca el reglamento al respecto;

Que el Reglamento de Registro y Control Sanitario, en su artículo 15, numeral 4, establece como requisito para la obtención del Registro Sanitario, entre otros documentos, la presentación de una Certificación de operación de la planta procesadora sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura;

Que es importante que el país cuente con una normativa actualizada para que la industria alimenticia elabore alimentos sujetándose a normas de buenas prácticas de

manufactura, las que facilitarán el control a lo largo de toda la cadena de producción, distribución y comercialización, así como el comercio internacional, acorde a los avances científicos y tecnológicos, a la integración de los mercados y a la globalización de la economía; y,

En ejercicio de la atribución que le confiere el numeral 5 del artículo 171 de la Constitución Política de la República.

Decreta:

Expedir el REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA PARA ALIMENTOS PROCESADOS.

TÍTULO I

CAPÍTULO I

ÁMBITO DE OPERACIÓN

Art. 1.- Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son aplicables:

- a. A los establecimientos donde se procesen, envasen y distribuyan alimentos.
- b. A los equipos, utensilios y personal manipulador sometidos al Reglamento de Registro y Control Sanitario, exceptuando los plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, a los cosméticos, productos higiénicos y perfumes, que se registrarán por otra normativa.
- c. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- d. A los productos utilizados como materias primas e insumos en la fabricación, procesamiento, preparación, envasado y empacado de alimentos de consumo humano.

El presente reglamento es aplicable tanto para las empresas que opten por la obtención del Registro Sanitario, a través de la certificación de buenas prácticas de manufactura, como para las actividades de vigilancia y control señaladas en el Capítulo IX del Reglamento de Registro y Control Sanitario, publicado en el Registro Oficial No. 349, Suplemento del 18 de junio del 2001. Cada tipo de alimento podrá tener una normativa específica guardando relación con estas disposiciones.

TÍTULO II

CAPITULO UNICO

DEFINICIONES

Art. 2.- Para efectos del presente reglamento se tomarán en cuenta las definiciones contempladas en el Código de Salud y en el Reglamento de Alimentos, así como las siguientes definiciones que se establecen en este reglamento:

Alimentos de alto riesgo epidemiológico: Alimentos que, en razón a sus características de composición especialmente en sus contenidos de nutrientes, actividad de agua y pH de acuerdo a normas internacionalmente reconocidas, favorecen el crecimiento microbiano y por consiguiente cualquier deficiencia en su proceso, manipulación, conservación, transporte, distribución y comercialización puede ocasionar trastornos a la salud del consumidor.

Ambiente: Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

Acta de Inspección: Formulario único que se expide con el fin de testificar el cumplimiento o no de los requisitos técnicos, sanitarios y legales en los establecimientos en

donde se procesan, envasan, almacenan, distribuyen y comercializan alimentos destinados al consumo humano.

Actividad Acuosa (Aw): Es la cantidad de agua disponible en el alimento, que favorece el crecimiento y proliferación de microorganismos. Se determina por el cociente de la presión de vapor de la sustancia, dividida por la presión de vapor de agua pura, a la misma temperatura o por otro ensayo equivalente.

Area Crítica: Son las áreas donde se realizan operaciones de producción, en las que el alimento esté expuesto y susceptible de contaminación a niveles inaceptables.

Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura: Documento expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con todas las disposiciones establecidas en el presente reglamento.

Contaminante: Cualquier agente químico o biológico, materia extraña u otras sustancias agregadas no intencionalmente al alimento, las cuales pueden comprometer la seguridad e inocuidad del alimento.

Contaminaciones Cruzadas: Es el acto de introducir por corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos o circulación de personal, un agente biológico, químico bacteriológico o físico u otras sustancias, no intencionalmente adicionadas al alimento, que pueda comprometer la inocuidad o estabilidad del alimento.

Desinfección - Descontaminación: Es el tratamiento físico, químico o biológico, aplicado a las superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de eliminar los microorganismos indeseables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente la calidad e inocuidad del alimento.

Diseño Sanitario: Es el conjunto de características que deben reunir las edificaciones, equipos, utensilios e instalaciones de los establecimientos dedicados a la fabricación de alimentos.

Entidad de Inspección: Entes naturales o jurídicos acreditados por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación de acuerdo a su competencia técnica para la evaluación de la aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura.

HACCP: Siglas en inglés del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, sistema que identifica, evalúa y controla peligros, que son significativos para la inocuidad del alimento.

Higiene de los Alimentos: Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo, incluida su distribución, transporte y comercialización.

Infestación: Es la presencia y multiplicación de plagas que pueden contaminar o deteriorar las materias primas, insumos y los alimentos.

Inocuidad: Condición de un alimento que no hace daño a la salud del consumidor cuando es ingerido de acuerdo a las instrucciones del fabricante.

Insumo: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos.

Limpieza: Es el proceso o la operación de eliminación de residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables.

MNAC: Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación.

Proceso Tecnológico: Es la secuencia de etapas u operaciones que se aplican a las materias primas e insumos para obtener un alimento. Esta definición incluye la operación de envasado y embalaje del alimento terminado.

Punto Crítico de Control: Es un punto en el proceso del alimento donde existe una alta probabilidad de que un control inapropiado pueda provocar, permitir o contribuir a un peligro o a la descomposición o deterioro del alimento final.

Sustancia Peligrosa: Es toda forma de material que durante la fabricación, manejo, transporte, almacenamiento o uso puede generar polvos, humos, gases, vapores, radiaciones o causar explosión, corrosión, incendio, irritación, toxicidad u otra afección, que constituya riesgo para la salud de las personas o causar daños materiales o deterioro del medio ambiente.

Validación: Procedimiento por el cual con una evidencia técnica, se demuestra que una actividad cumple el objetivo para el que fue diseñada.

Vigilancia Epidemiológica de las Enfermedades Transmitidas por los Alimentos: Es un sistema de información simple, oportuno, continuo de ciertas enfermedades que se adquieren por el consumo de alimentos o bebidas, que incluye la investigación de los factores determinantes y los agentes causales de la afección, así como el establecimiento del diagnóstico de la situación, permitiendo la formación de estrategias de acción para la

prevención y control. Debe cumplir además con los atributos de flexible, aceptable, sensible y representativo.

TÍTULO III

REQUISITOS DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

CAPÍTULO I

DE LAS INSTALACIONES

Art. 3.- DE LAS CONDICIONES MÍNIMAS BÁSICAS: Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Que el riesgo de contaminación y alteración sea mínimo;
- b. Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiado que minimice las contaminaciones;
- c. Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar; y,
- d. Que facilite un control efectivo de plagas y dificulte el acceso y refugio de las mismas.

Art. 4.- DE LA LOCALIZACIÓN: Los establecimientos donde se procesen, envasen y/o distribuyan alimentos serán responsables que su funcionamiento esté protegido de focos de insalubridad que representen riesgos de contaminación.

Art. 5.- DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN: La edificación debe diseñarse y construirse de manera que:

- a. Ofrezca protección contra polvo, materias extrañas, insectos, roedores, aves y otros elementos del ambiente exterior y que mantenga las condiciones sanitarias;
- b. La construcción sea sólida y disponga de espacio suficiente para la instalación; operación y mantenimiento de los equipos así como para el movimiento del personal y el traslado de materiales o alimentos;
- c. Brinde facilidades para la higiene personal; y,
- d. Las áreas internas de producción se deben dividir en zonas según el nivel de higiene que requieran y dependiendo de los riesgos de contaminación de los alimentos.

Art. 6.- **CONDICIONES ESPECÍFICAS DE LAS ÁREAS, ESTRUCTURAS INTERNAS Y ACCESORIOS:** Estas deben cumplir los siguientes requisitos de distribución, diseño y construcción:

I. Distribución de Áreas.

- a) Las diferentes áreas o ambientes deben ser distribuidos y señalizados siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia adelante, esto es, desde la recepción de las materias primas hasta el despacho del alimento terminado, de tal manera que se evite confusiones y contaminaciones;
- b) Los ambientes de las áreas críticas, deben permitir un apropiado mantenimiento, limpieza, desinfección y desinfestación y minimizar las contaminaciones cruzadas por corrientes de aire, traslado de materiales, alimentos o circulación de personal; y,
- c) En caso de utilizarse elementos inflamables, éstos estarán ubicados en una área alejada de la planta, la cual será de construcción adecuada y ventilada. Debe mantenerse limpia, en buen estado y de uso exclusivo para estos alimentos.

II. Pisos, Paredes, Techos y Drenajes:

- a) Los pisos, paredes y techos tienen que estar contruidos de tal manera que puedan limpiarse adecuadamente, mantenerse limpios y en buenas condiciones;
- b) Las cámaras de refrigeración o congelación, deben permitir una fácil limpieza, drenaje y condiciones sanitarias;
- c) Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada y estar diseñados de forma tal que se permita su limpieza. Donde sea requerido, deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza;
- d) En las áreas críticas, las uniones entre las paredes y los pisos, deben ser cóncavas para facilitar su limpieza;
- e) Las áreas donde las paredes no terminan unidas totalmente al techo, deben terminar en ángulo para evitar el depósito de polvo; y,
- f) Los techos, falsos techos y demás instalaciones suspendidas deben estar diseñadas y contruidas de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de mohos, el desprendimiento superficial y además se facilite la limpieza y mantenimiento.

III. Ventanas, Puertas y Otras Aberturas.

- a) En áreas donde el producto esté expuesto y exista una alta generación de polvo, las ventanas y otras aberturas en las paredes se deben construir de manera que eviten la acumulación de polvo o cualquier suciedad. Las repisas internas de las ventanas (alféizares), si las hay, deben ser en pendiente para evitar que sean utilizadas como estantes;
- b) En las áreas donde el alimento esté expuesto, las ventanas deben ser preferiblemente de material no astillable; si tienen vidrio, debe adosarse una película protectora que evite la proyección de partículas en caso de rotura;

- c) En áreas de mucha generación de polvo, las estructuras de las ventanas no deben tener cuerpos huecos y, en caso de tenerlos, permanecerán sellados y serán de fácil remoción, limpieza e inspección. De preferencia los marcos no deben ser de madera;
- d) En caso de comunicación al exterior, deben tener sistemas de protección a prueba de insectos, roedores, aves y otros animales; y,
- e) Las áreas en las que los alimentos de mayor riesgo estén expuestos, no deben tener puertas de acceso directo desde el exterior; cuando el acceso sea necesario se utilizarán sistemas de doble puerta, o puertas de doble servicio, de preferencia con mecanismos de cierre automático como brazos mecánicos y sistemas de protección a prueba de insectos y roedores.

IV. Escaleras, Elevadores y Estructuras Complementarias (rampas, plataformas).

- a) Las escaleras, elevadores y estructuras complementarias se deben ubicar y construir de manera que no causen contaminación al alimento o dificulten el flujo regular del proceso y la limpieza de la planta;
- b) Deben ser de material durable, fácil de limpiar y mantener; y,
- c) En caso de que estructuras complementarias pasen sobre las líneas de producción, es necesario que las líneas de producción tengan elementos de protección y que las estructuras tengan barreras a cada lado para evitar la caída de objetos y materiales extraños.

V. Instalaciones Eléctricas y Redes de Agua.

- a) La red de instalaciones eléctricas, de preferencia debe ser abierta y los terminales adosados en paredes o techos. En las áreas críticas, debe existir un procedimiento escrito de inspección y limpieza;

- b) En caso de no ser posible que esta instalación sea abierta, en la medida de lo posible, se evitará la presencia de cables colgantes sobre las áreas de manipulación de alimentos; y,
- c) Las líneas de flujo (tuberías de agua potable, agua no potable, vapor, combustible, aire comprimido, aguas de desecho, otros) se identificarán con un color distinto para cada una de ellas, de acuerdo a las normas INEN correspondientes y se colocarán rótulos con los símbolos respectivos en sitios visibles:

VI Iluminación.

Las áreas tendrán una adecuada iluminación, con luz natural siempre que fuera posible, y cuando se necesite luz artificial, ésta será lo más semejante a la luz natural para que garantice que el trabajo se lleve a cabo eficientemente.

Las fuentes de luz artificial que estén suspendidas por encima de las líneas de elaboración, envasado y almacenamiento de los alimentos y materias primas, deben ser de tipo de seguridad y deben estar protegidas para evitar la contaminación de los alimentos en caso de rotura.

VII Calidad del Aire y Ventilación.

- a) Se debe disponer de medios adecuados de ventilación natural o mecánica, directa o indirecta y adecuado para prevenir la condensación del vapor, entrada de polvo y
- b) facilitar la remoción del calor donde sea viable y requerido;
- c) Los sistemas de ventilación deben ser diseñados y ubicados de tal forma que eviten el paso de aire desde un área contaminada a una área limpia; donde sea necesario, deben permitir el acceso para aplicar un programa de limpieza periódica;

- d) Los sistemas de ventilación deben evitar la contaminación del alimento con aerosoles, grasas, partículas u otros contaminantes, inclusive los provenientes de los mecanismos del sistema de ventilación, y deben evitar la incorporación de olores que puedan afectar la calidad del alimento; donde sea requerido, deben permitir el control de la temperatura ambiente y humedad relativa;
- e) Las aberturas para circulación del aire deben estar protegidas con mallas de material no corrosivo y deben ser fácilmente removibles para su limpieza;
- f) Cuando la ventilación es inducida por ventiladores o equipos acondicionadores de aire, el aire debe ser filtrado y mantener una presión positiva en las áreas de producción donde el alimento esté expuesto, para asegurar el flujo de aire hacia el exterior; y,
- g) El sistema de filtros debe estar bajo un programa de mantenimiento, limpieza o cambios.

VIII Control de Temperatura y Humedad Ambiental.

Deben existir mecanismos para controlar la temperatura y humedad del ambiente, cuando ésta sea necesaria para asegurar la inocuidad del alimento.

IX Instalaciones Sanitarias.

Deben existir instalaciones o facilidades higiénicas que aseguren la higiene del personal para evitar la contaminación de los alimentos. Estas deben incluir:

- a) Instalaciones sanitarias tales como servicios higiénicos, duchas y vestuarios, en cantidad suficiente e independientes para hombres y mujeres, de acuerdo a los reglamentos de seguridad e higiene laboral vigentes;
- b) Ni las áreas de servicios higiénicos, ni las duchas y vestidores, pueden tener acceso directo a las áreas de producción;

- c) Los servicios sanitarios deben estar dotados de todas las facilidades necesarias, como dispensador de jabón, implementos desechables o equipos automáticos para el secado de las manos y recipientes preferiblemente cerrados para depósito de material usado;
- d) En las zonas de acceso a las áreas críticas de elaboración deben instalarse unidades dosificadoras de soluciones desinfectantes cuyo principio activo no afecte a la salud del personal y no constituya un riesgo para la manipulación del alimento;
- e) Las instalaciones sanitarias deben mantenerse permanentemente limpias, ventiladas y con una provisión suficiente de materiales; y,
- f) En las proximidades de los lavamanos deben colocarse avisos o advertencias al personal sobre la obligatoriedad de lavarse las manos después de usar los servicios sanitarios y antes de reiniciar las labores de producción.

Art. 7.- SERVICIOS DE PLANTA - FACILIDADES.

I. Suministro de Agua.

- a) Se dispondrá de un abastecimiento y sistema de distribución adecuado de agua potable así como de instalaciones apropiadas para su almacenamiento, distribución y control;
- b) El suministro de agua dispondrá de mecanismos para garantizar la temperatura y presión requeridas en el proceso, la limpieza y desinfección efectiva;
- c) Se permitirá el uso de agua no potable para aplicaciones como control de incendios, generación de vapor, refrigeración; y otros propósitos similares, y en el proceso, siempre y cuando no sea ingrediente ni contamine el alimento; y,
- d) Los sistemas de agua no potable deben estar identificados y no deben estar conectados con los sistemas de agua potable.

II. Suministro de Vapor.

En caso de contacto directo de vapor con el alimento, se debe disponer de sistemas de filtros para la retención de partículas, antes de que el vapor entre en contacto con el alimento y se deben utilizar productos químicos de grado alimenticio para su generación.

III. Disposición de Desechos Líquidos.

- a) Las plantas procesadoras de alimentos deben tener, individual o colectivamente, instalaciones o sistemas adecuados para la disposición final de aguas negras y efluentes industriales; y,
- b) Los drenajes y sistemas de disposición deben ser diseñados y construidos para evitar la contaminación del alimento, del agua o las fuentes de agua potable almacenadas en la planta.

IV. Disposición de Desechos Sólidos.

- a) Se debe contar con un sistema adecuado de recolección, almacenamiento, protección y eliminación de basuras. Esto incluye el uso de recipientes con tapa y con la debida identificación para los desechos de sustancias tóxicas;
- b) Donde sea necesario, se deben tener sistemas de seguridad para evitar contaminaciones accidentales o intencionales;
- c) Los residuos se removerán frecuentemente de las áreas de producción y deben disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores para que no sean fuente de contaminación o refugio de plagas; y,
- d) Las áreas de desperdicios deben estar ubicadas fuera de las de producción y en sitios alejados de la misma.

CAPÍTULO II

DE LOS EQUIPOS Y UTENSILIOS

Art. 8.- La selección, fabricación e instalación de los equipos deben ser acorde a las operaciones a realizar y al tipo de alimento a producir. El equipo comprende las máquinas utilizadas para la fabricación, llenado o envasado, acondicionamiento, almacenamiento, control, emisión y transporte de materias primas y alimentos terminados.

Las especificaciones técnicas dependerán de las necesidades de producción y cumplirán los siguientes requisitos:

1. Construidos con materiales tales que sus superficies de contacto no transmitan sustancias tóxicas, olores ni sabores, ni reaccionen con los ingredientes o materiales que intervengan en el proceso de fabricación.
2. Debe evitarse el uso de madera y otros materiales que no puedan limpiarse y desinfectarse adecuadamente, a menos que se tenga la certeza de que su empleo no será una fuente de contaminación indeseable y no represente un riesgo físico.
3. Sus características técnicas deben ofrecer facilidades para la limpieza, desinfección e inspección y deben contar con dispositivos para impedir la contaminación del producto por lubricantes, refrigerantes, sellantes u otras sustancias que se requieran para su funcionamiento.
4. Cuando se requiera la lubricación de algún equipo o instrumento que por razones tecnológicas esté ubicado sobre las líneas de producción, se debe utilizar sustancias permitidas (lubricantes de grado alimenticio).
5. Todas las superficies en contacto directo con el alimento no deben ser recubiertas con pinturas u otro tipo de material desprendible que represente un riesgo para la inocuidad del alimento.

6. Las superficies exteriores de los equipos deben ser construidas de manera que faciliten su limpieza.
7. Las tuberías empleadas para la conducción de materias primas y alimentos deben ser de materiales resistentes, inertes, no porosos, impermeables y fácilmente desmontables para su limpieza. Las tuberías fijas se limpiarán y desinfectarán por recirculación de sustancias previstas para este fin.
8. Los equipos se instalarán en forma tal que permitan el flujo continuo y racional del material y del personal, minimizando la posibilidad de confusión y contaminación.
9. Todo el equipo y utensilios que puedan entrar en contacto con los alimentos deben ser de materiales que resistan la corrosión y las repetidas operaciones de limpieza y desinfección.

Art. 9.- MONITOREO DE LOS EQUIPOS: Condiciones de instalación y funcionamiento.

1. La instalación de los equipos debe realizarse de acuerdo a las recomendaciones del fabricante.
2. Toda maquinaria o equipo debe estar provista de la instrumentación adecuada y demás implementos necesarios para su operación, control y mantenimiento. Se contará con un sistema de calibración que permita asegurar que, tanto los equipos y maquinarias como los instrumentos de control proporcionen lecturas confiables.

El funcionamiento de los equipos considera además lo siguiente: que todos los elementos que conforman el equipo y que estén en contacto con las materias primas y alimentos en proceso deben limpiarse a fin de evitar contaminaciones.

TÍTULO IV

REQUISITOS HIGIENICOS DE FABRICACIÓN

CAPÍTULO I

PERSONAL

Art. 10.- CONSIDERACIONES GENERALES: Durante la fabricación de alimentos, el personal manipulador que entra en contacto directo o indirecto con los alimentos debe:

1. Mantener la higiene y el cuidado personal.
2. Comportarse y operar de la manera descrita en el Art. 14 de este reglamento.
3. Estar capacitado para su trabajo y asumir la responsabilidad que le cabe en su función de participar directa e indirectamente en la fabricación de un producto.

Art. 11.- EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN:

Toda planta procesadora de alimentos debe implementar un plan de capacitación continuo y permanente para todo el personal sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, a fin de asegurar su adaptación a las tareas asignadas. Esta capacitación está bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por ésta, o por personas naturales o jurídicas competentes. Deben existir programas de entrenamiento específicos, que incluyan normas, procedimientos y precauciones a tomar, para el personal que labore dentro de las diferentes áreas.

Art. 12.- ESTADO DE SALUD:

1. El personal manipulador de alimentos debe someterse a un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, debe realizarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente

después de una ausencia originada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminaciones de los alimentos que se manipulan. Los representantes de la empresa son directamente responsables del cumplimiento de esta disposición.

2. La dirección de la empresa debe tomar las medidas necesarias para que no se permita manipular los alimentos, directa o indirectamente, al personal del que se conozca o se sospeche padece de una enfermedad infecciosa susceptible de ser transmitida por alimentos, o que presente heridas infectadas, o irritaciones cutáneas.

Art. 13.- HIGIENE Y MEDIDAS DE PROTECCIÓN:

A fin de garantizar la inocuidad de los alimentos y evitar contaminaciones cruzadas, el personal que trabaja en una Planta Procesadora de Alimentos debe cumplir con normas escritas de limpieza e higiene.

1. El personal de la planta debe contar con uniformes adecuados a las operaciones a realizar:
 - a) Delantales o vestimenta, que permitan visualizar fácilmente su limpieza;
 - b) Cuando sea necesario, otros accesorios como guantes, botas, gorros, mascarillas, limpios y en buen estado; y,
 - c) El calzado debe ser cerrado y cuando se requiera, deberá ser antideslizante e impermeable.
2. Las prendas mencionadas en los literales a y b del inciso anterior, deben ser lavables o desechables, prefiriéndose esta última condición. La operación de lavado debe hacérsela en un lugar apropiado, alejado de las áreas de producción; preferiblemente fuera de la fábrica.
3. Todo el personal manipulador de alimentos debe lavarse las manos con agua y jabón antes de comenzar el trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada, cada vez que use los servicios sanitarios y después de manipular cualquier material u objeto que

podiese representar un riesgo de contaminación para el alimento. El uso de guantes no exime al personal de la obligación de lavarse las manos.

4. Es obligatorio realizar la desinfección de las manos cuando los riesgos asociados con la etapa del proceso así lo justifique.

Art. 14.- COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL:

1. El personal que labora en las áreas de proceso, envase, empaque y almacenamiento debe acatar las normas establecidas que señalan la prohibición de fumar y consumir alimentos o bebidas en estas áreas.
2. Asimismo debe mantener el cabello cubierto totalmente mediante malla, gorro u otro medio efectivo para ello; debe tener uñas cortas y sin esmalte; no deberá portar joyas o bisutería; debe laborar sin maquillaje, así como barba y bigotes al descubierto durante la jornada de trabajo.

En caso de llevar barba, bigote o patillas anchas, debe usar protector de boca y barba según el caso; estas disposiciones se deben enfatizar en especial al personal que realiza tareas de manipulación y envase de alimentos.

Art. 15.- Debe existir un mecanismo que impida el acceso de personas extrañas a las áreas de procesamiento, sin la debida protección y precauciones.

Art. 16.- Debe existir un sistema de señalización y normas de seguridad, ubicados en sitios visibles para conocimiento del personal de la planta y personal ajeno a ella.

Art. 17.- Los visitantes y el personal administrativo que transiten por el área de fabricación, elaboración manipulación de alimentos; deben proveerse de ropa protectora y acatar las disposiciones señaladas en los artículos precedentes.

CAPÍTULO II

MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Art. 18.- No se aceptarán materias primas e ingredientes que contengan parásitos, microorganismos patógenos, sustancias tóxicas (tales como, metales pesados, drogas veterinarias, pesticidas), ni materias primas en estado de descomposición o extrañas y cuya contaminación no pueda reducirse a niveles aceptables mediante la operación de tecnologías conocidas para las operaciones usuales de preparación.

Art. 19.- Las materias primas e insumos deben someterse a inspección y control antes de ser utilizados en la línea de fabricación. Deben estar disponibles hojas de especificaciones que indiquen los niveles aceptables de calidad para uso en los procesos de fabricación.

Art. 20.- La recepción de materias primas e insumos debe realizarse en condiciones de manera que eviten su contaminación, alteración de su composición y daños físicos. Las zonas de recepción y almacenamiento estarán separadas de las que se destinan a elaboración o envasado de producto final.

Art. 21.- Las materias primas e insumos deberán almacenarse en condiciones que impidan el deterioro, eviten la contaminación y reduzcan al mínimo su daño o alteración; además deben someterse, si es necesario, a un proceso adecuado de rotación periódica.

Art. 22.- Los recipientes, contenedores, envases o empaques de las materias primas e insumos deben ser de materiales no susceptibles al deterioro o que desprendan sustancias que causen alteraciones o contaminaciones.

Art. 23.- En los procesos que requieran ingresar ingredientes en áreas susceptibles de contaminación con riesgo de afectar la inocuidad del alimento, debe existir un procedimiento para su ingreso dirigido a prevenir la contaminación.

Art. 24.- Las materias primas e insumos conservados por congelación que requieran ser descongeladas previo al uso, se deberían descongelar bajo condiciones controladas adecuadas (tiempo, temperatura, otros) para evitar desarrollo de microorganismos.

Cuando exista riesgo microbiológico, las materias primas e insumos descongelados no podrán ser recongeladas.

Art. 25.- Los insumos utilizados como aditivos alimentarios en el producto final, no rebasarán los límites establecidos en base a los límites establecidos en el Codex Alimentario, o normativa internacional equivalente o normativa nacional.

Art. 26.- AGUA:

1. Como materia prima:

- a) Sólo se podrá utilizar agua potabilizada de acuerdo a normas nacionales o internacionales; y,
- b) El hielo debe fabricarse con agua potabilizada, o tratada de acuerdo a normas nacionales o internacionales.

2. Para los equipos:

- a) El agua utilizada para la limpieza y lavado de materia prima, o equipos y objetos que entran en contacto directo con el alimento debe ser potabilizada o tratada de acuerdo a normas nacionales o internacionales; y,

- b) El agua que ha sido recuperada de la elaboración de alimentos por procesos como evaporación o desecación y otros pueden ser reutilizada, siempre y cuando no se contamine en el proceso de recuperación y se demuestre su aptitud de uso.

CAPÍTULO III

OPERACIONES DE PRODUCCIÓN

Art. 27.- La organización de la producción debe ser concebida de tal manera que el alimento fabricado cumpla con las normas establecidas en las especificaciones correspondientes; que el conjunto de técnicas y procedimientos previstos, se apliquen correctamente y que se evite toda omisión, contaminación, error o confusión en el transcurso de las diversas operaciones.

Art. 28.- La elaboración de un alimento debe efectuarse según procedimientos validados, en locales apropiados, con áreas y equipos limpios y adecuados, con personal competente, con materias primas y materiales conforme a las especificaciones, según criterios definidos, registrando en el documento de fabricación todas las operaciones efectuadas, incluidos los puntos críticos de control donde fuere el caso, así como las observaciones y advertencias.

Art. 29.- Deberán existir las siguientes condiciones ambientales:

1. La limpieza y el orden deben ser factores prioritarios en estas áreas.
2. Las sustancias utilizadas para la limpieza y desinfección, deben ser aquellas aprobadas para su uso en áreas, equipos y utensilios donde se procesen alimentos destinados al consumo humano.
3. Los procedimientos de limpieza y desinfección deben ser validados periódicamente.

4. Las cubiertas de las mesas de trabajo deben ser lisas, con bordes redondeados, de material impermeable, inalterable e inoxidable, de tal manera que permita su fácil limpieza.

Art. 30.- Antes de emprender la fabricación de un lote debe verificarse que:

1. Se haya realizado convenientemente la limpieza del área según procedimientos establecidos y que la operación haya sido confirmada y mantener el registro de las inspecciones.
2. Todos los protocolos y documentos relacionados con la fabricación estén disponibles.
3. Se cumplan las condiciones ambientales tales como temperatura, humedad, ventilación.
4. Que los aparatos de control estén en buen estado de funcionamiento; se registrarán estos controles así como la calibración de los equipos de control.

Art. 31.- Las sustancias susceptibles de cambio, peligrosas o tóxicas deben ser manipuladas tomando precauciones particulares, definidas en los procedimientos de fabricación.

Art. 32.- En todo momento de la fabricación el nombre del alimento, número de lote, y la fecha de elaboración, deben ser identificadas por medio de etiquetas o cualquier otro medio de identificación.

Art. 33.- El proceso de fabricación debe estar descrito claramente en un documento donde se precisen todos los pasos a seguir de manera secuencia) (llenado, envasado, etiquetado, empaque, otros), indicando además controles a efectuarse durante las operaciones y los límites establecidos en cada caso.

Art. 34.- Se debe dar énfasis al control de las condiciones de operación necesarias para reducir el crecimiento potencial de microorganismos, verificando, cuando la clase

de proceso y la naturaleza del alimento lo requiera, factores como: tiempo, temperatura, humedad, actividad acuosa (Aw), pH, presión y velocidad de flujo; también es necesario, donde sea requerido, controlar las condiciones de fabricación tales como congelación, deshidratación, tratamiento térmico, acidificación y refrigeración para asegurar que los tiempos de espera, las fluctuaciones de temperatura y otros factores no contribuyan a la descomposición o contaminación del alimento.

Art. 35.- Donde el proceso y la naturaleza del alimento lo requiera, se deben tomar las medidas efectivas para proteger el alimento de la contaminación por metales u otros materiales extraños, instalando mallas, trampas, imanes, detectores de metal o cualquier otro método apropiado.

Art. 36.- Deben registrarse las acciones correctivas y las medidas tomadas cuando se detecte cualquier anomalía durante el proceso de fabricación.

Art. 37.- Donde los procesos y la naturaleza de los alimentos lo requiera e intervenga el aire o gases como un medio de transporte o de conservación, se deben tomar todas las medidas de prevención para que estos gases y aire no se conviertan en focos de contaminación o sean vehículos de contaminaciones cruzadas.

Art. 38.- El llenado o envasado de un producto debe efectuarse rápidamente, a fin de evitar deterioros o contaminaciones que afecten su calidad.

Art. 39.- Los alimentos elaborados que no cumplan las especificaciones técnicas de producción, podrán reprocesarse o utilizarse en otros procesos, siempre y cuando se garantice su inocuidad; de lo contrario deben ser destruidos o desnaturalizados irreversiblemente.

Art. 40.- Los registros de control de la producción y distribución, deben ser mantenidos por un período mínimo equivalente al de la vida útil del producto.

CAPÍTULO IV

ENVASADO, ETIQUETADO Y EMPAQUETADO

Art. 41.- Todos los alimentos deben ser envasados, etiquetados y empaquetados de conformidad con las normas técnicas y reglamentación respectiva.

Art. 42.- El diseño y los materiales de envasado deben ofrecer una protección adecuada de los alimentos para reducir al mínimo la contaminación, evitar daños y permitir un etiquetado de conformidad con las normas técnicas respectivas. Cuando se utilizan materiales o gases para el envasado, éstos no deben ser tóxicos ni representar una amenaza para la inocuidad y la aptitud de los alimentos en las condiciones de almacenamiento y uso, especificadas.

Art. 43.- En caso de que las características de los envases permitan su reutilización, será indispensable lavarlos y esterilizarlos de manera que se restablezcan las características originales, mediante una operación adecuada y correctamente inspeccionada, a fin de eliminar los envases defectuosos.

Art. 44.- Cuando se trate de material de vidrio, debe existir procedimientos establecidos para que cuando ocurran roturas en la línea; se asegure que los trozos de vidrio no contaminen a los recipientes adyacentes.

Art. 45.- Los tanques o depósitos para el transporte de alimentos al granel serán diseñados y construidos de acuerdo con las normas técnicas respectivas, tendrán una superficie que no favorezca la acumulación de suciedad y den origen a fermentaciones, descomposiciones o cambios en el producto.

Art. 46.- Los alimentos envasados y los empaquetados deben llevar una identificación codificada que permita conocer el número de lote, la fecha de producción y la identificación del fabricante a más de las informaciones adicionales que correspondan, según la norma técnica de rotulado.

Art. 47.- Antes de comenzar las operaciones de envasado y empaquetado deben verificarse y registrarse:

1. La limpieza e higiene del área a ser utilizada para este fin.
2. Que los alimentos a empaquetar, correspondan con los materiales de envasado y acondicionamiento, conforme a las instrucciones escritas al respecto.
3. Que los recipientes para envasado estén correctamente limpios y desinfectados, si es el caso.

Art. 48.- Los alimentos en sus envases finales, en espera del etiquetado, deben estar separados e identificados convenientemente.

Art. 49.- Las cajas múltiples de embalaje de los alimentos terminados, podrán ser colocados sobre plataformas o paletas que permitan su retiro del área de empaque hacia el área de cuarentena o al almacén de alimentos terminados evitando la contaminación.

Art. 50.- El personal debe ser particularmente entrenado sobre los riesgos de errores inherentes a las operaciones de empaque.

Art. 51.- Cuando se requiera, con el fin de impedir que las partículas del embalaje contaminen los alimentos, las operaciones de llenado y empaque deben efectuarse en áreas separadas.

CAPÍTULO V

ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN,
TRANSPORTE Y COMERCIALIZACIÓN

Art. 52.- Los almacenes o bodegas para almacenar los alimentos terminados deben mantenerse en condiciones higiénicas y ambientales apropiadas para evitar la descomposición o contaminación posterior de los alimentos envasados y empaquetados.

Art. 53.- Dependiendo de la naturaleza del alimento terminado, los almacenes o bodegas para almacenar los alimentos terminados deben incluir mecanismos para el control de temperatura y humedad que asegure la conservación de los mismos; también debe incluir un programa sanitario que contemple un plan de limpieza, higiene y un adecuado control de plagas.

Art. 54.- Para la colocación de los alimentos deben utilizarse estantes o tarimas ubicadas a una altura que evite el contacto directo con el piso.

Art. 55.- Los alimentos serán almacenados de manera que faciliten el libre ingreso del personal para el aseo y mantenimiento del local.

Art. 56.- En caso de que el alimento se encuentre en las bodegas del fabricante, se utilizarán métodos apropiados para identificar las condiciones del alimento: cuarentena, aprobado.

Art. 57.- Para aquellos alimentos que por su naturaleza requieren de refrigeración o congelación, su almacenamiento se debe realizar de acuerdo a las condiciones de temperatura humedad y circulación de aire que necesita cada alimento.

Art. 58.- El transporte de alimentos debe cumplir con las siguientes condiciones:

1. Los alimentos y materias primas deben ser transportados manteniendo, cuando se requiera, las condiciones higiénico - sanitarias y de temperatura establecidas para garantizar la conservación de la calidad del producto.
2. Los vehículos destinados al transporte de alimentos y materias primas serán adecuados a la naturaleza del alimento y contruidos con materiales apropiados y de tal forma que protejan al alimento de contaminación y efecto del clima.
3. Para los alimentos que por su naturaleza requieren conservarse en refrigeración o congelación, los medios de transporte deben poseer esta condición.
4. El área del vehículo que almacena y transporta alimentos debe ser de material de fácil limpieza, y deberá evitar contaminaciones o alteraciones del alimento.
5. No se permite transportar alimentos junto con sustancias consideradas tóxicas, peligrosas o que por sus características puedan significar un riesgo de contaminación o alteración de los alimentos.
6. La empresa y distribuidor deben revisar los vehículos antes de cargar los alimentos con el fin de asegurar que se encuentren en buenas condiciones sanitarias.
7. El propietario o el representante legal de la unidad de transporte, es el responsable del mantenimiento de las condiciones exigidas por el alimento durante su transporte.

Art. 59.- La comercialización o expendio de alimentos deberá realizarse en condiciones que garanticen la conservación y protección de los mismos, para ello:

1. Se dispondrá de vitrinas, estantes o muebles de fácil limpieza.
2. Se dispondrá de los equipos necesarios para la conservación, como neveras y congeladores adecuados, para aquellos alimentos que requieran condiciones especiales de refrigeración o congelación.

3. El propietario o representante legal del establecimiento de comercialización, es el responsable en el mantenimiento de las condiciones sanitarias exigidas por el alimento para su conservación.

TÍTULO V

GARANTÍA DE CALIDAD

CAPÍTULO ÚNICO

DEL ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE CALIDAD

Art. 60.- Todas las operaciones de fabricación, procesamiento, envasado, almacenamiento y distribución de los alimentos deben estar sujetas a los controles de calidad apropiados. Los procedimientos de control deben prevenir los defectos evitables y reducir los defectos naturales o inevitables a niveles tales que no represente riesgo para la salud. Estos controles variarán dependiendo de la naturaleza del alimento y deberán rechazar todo alimento que no sea apto para el consumo humano.

Art. 61.- Todas las fábricas de alimentos deben contar con un sistema de control y aseguramiento de la inocuidad, el cual debe ser esencialmente preventivo y cubrir todas las etapas de procesamiento del alimento, desde la recepción de materias primas e insumos hasta la distribución de alimentos terminados.

Art. 62.- El sistema de aseguramiento de la calidad debe, como mínimo, considerar los siguientes aspectos:

1. Especificaciones sobre las materias primas y alimentos terminados. Las especificaciones definen completamente la calidad de todos los alimentos y de todas las materias primas con los cuales son elaborados y deben incluir criterios claros para su aceptación, liberación o retención y rechazo.

2. Documentación sobre la planta, equipos y procesos.
3. Manuales e instructivos, actas y regulaciones donde se describan los detalles esenciales de equipos, procesos y procedimientos requeridos para fabricar alimentos, así como el sistema almacenamiento y distribución, métodos y procedimientos de laboratorio; es decir que estos documentos deben cubrir todos los factores que puedan afectar la inocuidad de los alimentos.
4. Los planes de muestreo, los procedimientos de laboratorio, especificaciones y métodos de ensayo deberán ser reconocidos oficialmente o normados, con el fin de garantizar o asegurar que los resultados sean confiables.

Art. 63.- En caso de adoptarse el Sistema HACCP, para asegurar la inocuidad de los alimentos, la empresa deberá implantarlo, aplicando las BPM como prerequisite.

Art. 64.- Todas las fábricas que procesen, elaboren o envasen alimentos, deben disponer de un laboratorio de pruebas y ensayos de control de calidad el cual puede ser propio o externo acreditado.

Art. 65.- Se llevará un registro individual escrito correspondiente a la limpieza, calibración y mantenimiento preventivo de cada equipo o instrumento.

Art. 66.- Los métodos de limpieza de planta y equipos dependen de la naturaleza del alimento, al igual que la necesidad o no del proceso de desinfección y para su fácil operación y verificación se debe:

1. Escribir los procedimientos a seguir, donde se incluyan los agentes y sustancias utilizadas, así como las concentraciones o forma de uso y los equipos e implementos requeridos para efectuar las operaciones. También debe incluir la periodicidad de limpieza y desinfección.

2. En caso de requerirse desinfección se deben definir los agentes y sustancias así como las concentraciones, formas de uso, eliminación y tiempos de acción del tratamiento para garantizar la efectividad de la operación.
3. También se deben registrar las inspecciones de verificación después de la limpieza y desinfección así como la validación de estos procedimientos.

Art. 67.- Los planes de saneamiento deben incluir un sistema de control de plagas, entendidas como insectos, roedores, aves y otras que deberán ser objeto de un programa de control específico, para lo cual se debe observar lo siguiente:

1. El control puede ser realizado directamente por la empresa o mediante un servicio tercerizado especializado en esta actividad.
2. Independientemente de quien haga el control, la empresa es la responsable por las medidas preventivas para que, durante este proceso, no se ponga en riesgo la inocuidad de los alimentos.
3. Por principio, no se deben realizar actividades de control de roedores con agentes químicos dentro de las instalaciones de producción, envase, transporte y distribución de alimentos; sólo se usarán métodos físicos dentro de estas áreas. Fuera de ellas, se podrán usar métodos químicos, tomando todas las medidas de seguridad para que eviten la pérdida de control sobre los agentes usados.

TÍTULO VI

PROCEDIMIENTO PARA LA CONCESIÓN DEL CERTIFICADO DE OPERACIÓN SOBRE LA BASE DE LA UTILIZACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

CAPÍTULO I

DE LA INSPECCIÓN

Art. 68.- Para la inspección de la utilización de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en las plantas procesadoras de alimentos, el Ministerio de Salud Pública delega al Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación (MNAC) para acreditar, bajo procedimientos internacionalmente reconocidos, las entidades de inspección públicas o privadas, encargadas de la inspección de las buenas prácticas de manufactura.

Art. 69.- Las entidades de inspección acreditadas deben portar las credenciales expedidas por el Sistema Ecuatoriano Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación (MNAC) que les habilita para el cumplimiento de actividades de inspección de buenas prácticas de manufactura.

Art. 70.- A las entidades de inspección les queda prohibido realizar actividades de inspección por cuenta propia.

Art. 71.- Durante la inspección, las entidades de inspección deben solicitar el concurso de los responsables técnico y legal de la planta.

Art. 72.- La inspección debe ser consecuente con lo que determinan el Acta de Inspección y el presente Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura.

Art. 73.- Para constancia de las visitas e inspecciones realizadas, se firmará el Acta de Inspección por parte de los inspectores y los representantes del establecimiento inspeccionado, dejando una copia en la empresa.

Art. 74.- Cumplidos los requisitos establecidos en el Acta de Inspección, las entidades de inspección deben elaborar un informe detallado del desarrollo de dicha inspección, el que debe incluir el Acta de Inspección diligenciada y lo deben presentar a las autoridades provinciales de salud competentes con copia al representante legal de la planta inspeccionada.

Art. 75.- Si luego de la inspección se obtienen observaciones y recomendaciones, las entidades de inspección elaborarán un informe preliminar, donde constará el plazo que de común acuerdo se establezca con los responsables de la planta, para el cumplimiento de dichas recomendaciones u observaciones, teniendo en cuenta la incidencia directa que ellas tengan sobre la inocuidad del alimento.

Art. 76.- Vencido el plazo señalado en el Art. 75 del presente reglamento, las entidades de inspección procederán a reinspeccionar para determinar el cumplimiento de las recomendaciones u observaciones realizadas.

Art. 77.- Si la evaluación de reinspección señala que la planta no cumple con los requisitos técnicos o sanitarios involucrados en los procesos de fabricación de los alimentos, las entidades de inspección tendrán la base para no dar el informe favorable y darán por terminado el proceso.

Art. 78.- Si la evaluación de reinspección señala que la planta ha cumplido parcialmente con los requisitos técnicos, las entidades de inspección podrán otorgar un nuevo y último plazo no mayor al inicialmente concedido.

CAPÍTULO II

DEL ACTA DE INSPECCIÓN DE BPM

Art. 79.- El Acta de Inspección de BPM es el documento en el que, sobre la base de lo observado durante la inspección, las entidades de inspección hacen constar la utilización de las BPM en el establecimiento, y servirá para el otorgamiento del certificado de operaciones respectivo y para el control de las actividades de vigilancia y control señaladas en el Reglamento de Registro y Control Sanitario.

Art. 80.- La inspección se debe realizar de conformidad con el Acta de Inspección de Buenas Prácticas de Manufactura.

CAPÍTULO III

DEL CERTIFICADO DE OPERACIÓN SOBRE LA UTILIZACIÓN

DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

Art. 81.- El Certificado de Operación sobre la base de la utilización de buenas prácticas de manufactura de la planta procesadora, será otorgado por la autoridad de Salud Provincial competente, en un periodo máximo de 3 días laborables a partir de la recepción del informe favorable de las entidades de inspección y la documentación que consta en el Art. 74 del presente reglamento y tendrá una vigencia de tres años. Este certificado podrá otorgarse por áreas de elaboración de alimentos, cuyas variedades correspondan al mismo tipo de alimento.

Este mismo documento que certifica la aplicación de buenas prácticas de manufactura de la totalidad de la planta o establecimiento, o de ciertas áreas de elaboración de alimentos es el único requisito para la obtención del Registro Sanitario de

sus alimentos o de aquellos correspondientes al área certificada de conformidad con las disposiciones establecidas en el Código de la Salud.

Art. 82.- El Certificado de Operación sobre la base de la utilización de buenas prácticas de manufactura debe tener la siguiente información:

1. Número secuencial del certificado.
2. Nombre de la entidad auditoria acreditada.
3. Nombre o razón social de la planta, o establecimiento.
4. Area(s) de producción(es) certificada(s).
5. Dirección del establecimiento: provincia, cantón, parroquia, calle, número, teléfono y otros datos relevantes para su correcta ubicación.
6. Nombre del propietario o representante legal de la empresa titular o administradora de la planta, o establecimiento inspeccionados y/o de su representante técnico.
7. Tipo de alimentos que procesa la planta.
8. Fecha de expedición del documento.
9. Firmas y sellos: Representante de la entidad auditora y Director Provincial de Salud o su delegado.

Art. 83.- Se requerirá un nuevo Certificado de Operación sobre la base de la utilización de buenas prácticas de manufactura en los siguientes casos:

1. Si se incluyen otras áreas de elaboración de alimentos para otro(s) tipo(s) de alimentos.
2. Si se realizan modificaciones mayores en la planta de procesamiento que afecten a la inocuidad del alimento.
3. Si se tienen antecedentes de un historial de registros sanitarios con suspensiones o cancelaciones en los dos últimos años.

CAPÍTULO IV
DE LAS INSPECCIONES PARA LAS ACTIVIDADES
DE VIGILANCIA Y CONTROL

Art. 84.- Las autoridades competentes podrán realizar una visita anual de inspección a las empresas que tengan el Certificado de Operación sobre la base de la utilización de buenas prácticas de manufactura.

Para las empresas que no poseen dicho certificado se aplicarán las disposiciones de vigilancia y control contenidas en el Reglamento de Registro y Control Sanitario.

Art. 85.- Si luego de la inspección de las autoridades sanitarias y una vez evaluada la planta, local o establecimiento se obtienen observaciones y recomendaciones, éstas de común acuerdo con los responsables de la empresa, establecerán el plazo que debe otorgarse para su cumplimiento, que se sujetará a la incidencia directa de la observación sobre la inocuidad del producto y deberá ser comunicado de inmediato a los responsables de la empresa, planta local o establecimiento, con copia a las autoridades de salud competentes.

Art. 86.- Si la evaluación de reinspección señala que la planta no cumple con los requisitos técnicos o sanitarios involucrados en los procesos de fabricación de los alimentos, se aplicarán las medidas sanitarias de seguridad previstas en el Reglamento de Registro y Control Sanitario.

Art. 87.- Si la evaluación de reinspección señala que la planta ha cumplido parcialmente con los requisitos técnicos, la autoridad de salud podrá otorgar un nuevo y último plazo no mayor al inicialmente concedido.

DISPOSICIÓN GENERAL

Las empresas que deseen obtener el Registro Sanitario de sus grupos de alimentos por la opción del Certificado de Operación sobre la utilización de las buenas prácticas de manufactura, les bastará presentar la solicitud de Registro Sanitario ante las autoridades provinciales de salud competentes, en los términos establecidos en el Capítulo V del Reglamento de Registro y Control Sanitario.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA: En un plazo máximo de seis meses, contados a partir de la publicación del presente reglamento en el Registro Oficial, el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación, Certificación iniciará la acreditación de las entidades de inspección públicas y privadas, para la certificación BPM objeto de este reglamento.

SEGUNDA: Para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 68 del presente reglamento, el Sistema Ecuatoriano MNAC emitirá y difundirá a las partes interesadas, los procedimientos necesarios e internacionalmente reconocidos, que guarden concordancia con el presente reglamento.

TERCERA: Para las procesadoras de alimentos calificadas como artesanales, restaurantes, ventas ambulantes, panaderías, tercenos, camales y otros locales similares, el Ministerio de Salud Pública expedirá una reglamentación específica.

CUARTA: Las disposiciones de este reglamento prevalecerán sobre otras de igual naturaleza y prevalecerán sobre éstas en caso de hallarse en oposición.

QUINTA: El presente reglamento entrará en vigencia partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial.