



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

TITULO:

Diseño del Restaurante y Cafetería de comidas típicas "ALMA LOJANA", mediante la elaboración del plan de negocios para promover el desarrollo del Turismo Gastronómico, en el Sur de la Ciudad de Quito, Cantón Quito, Provincia de Pichincha

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniero en Administración Turística.

Autor: José Enrique Romero Torres

Director: Ing. Rubén Darío Román, MAE

Loja- Ecuador

2017

Ing. Rubén Darío Román, MAE.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado **DISEÑO DEL RESTAURANTE Y CAFETERÍA DE COMIDAS TÍPICAS "ALMA LOJANA", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA PROMOVER EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO, EN EL SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA** ; de autoría del señor estudiante José Enrique Romero Torres, ha realizado bajo mi dirección en forma prolija tanto en su forma como en su contenido de conformidad con los requisitos institucionales y luego de haber realizado autorizo su presentación ante el tribunal respectivo, previo a optar por el grado de Ingeniero en Administración Turística.

Loja, diciembre del 2017



Ing. Rubén Darío Román MAE.

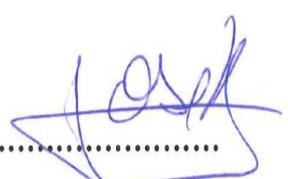
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo José Enrique Romero Torres declaro ser autor exclusivo del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional –Biblioteca Virtual.

Firma.....


Autor: José Enrique Romero Torres

Cedula: 1104651003

Lugar y fecha: Loja, diciembre del 2017

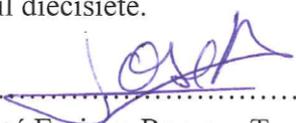
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo José Enrique Romero Torres declaro ser autor de la tesis titulada: **DISEÑO DEL RESTAURANTE Y CAFETERÍA DE COMIDAS TÍPICAS "ALMA LOJANA", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA PROMOVER EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO, EN EL SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA** ; como requisito para obtener el grado de Ingeniero en Administración Turística, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tengan convenios la universidad.

La Universidad nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Por constancia de la autorización, en la ciudad de Loja a los doce días de diciembre del dos mil diecisiete.

Firma: ... 

Autor: José Enrique Romero Torres

Cedula: 1104651003

Dirección: Quito- Av. Maldonado y 21 de Agosto

Correo Electrónico: joseromero380@yahoo.com

Teléfono: 3041091 **Celular:** 0987825096

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Rubén Darío Román, MAE

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Presidenta: Dra. Roció del Carmen Toral Tinitana

Vocal del tribunal: Ing. Melva Jaramillo Hidalgo, Mg. Sc

Vocal del tribunal: Ing. Manuel E. Pasaca Mora, Mg. SC.

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo y sacrificio del presente trabajo lo dedico con mucho cariño a mis queridos padres que gracias a su constante trabajo y sacrificio me brindaron su apoyo para culminar mi carrera universitaria, a mis hermanos, a mi hijo y a mi familia en general por su apoyo incondicional para poder culminar con éxito una meta más de mi vida.

JOSÉ ENRIQUE ROMERO TORRES

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mis más sinceros agradecimientos a todos quienes hicieron posible la terminación de la presente investigación:

A la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, a través de la Carrera de Administración Turística, donde obtuvimos los conocimientos técnicos, académicos, que han contribuido a nuestra formación profesional.

Mis agradecimientos muy especiales a todos los docentes que de manera particular nos impartieron sus conocimientos en todos los módulos cursados, para poder formar en nosotros un gran nivel profesional.

Así mismo expreso mi agradecimiento a la Dra. Rocío Toral Tinitana, Directora de Tesis, quién me supo guiar y apoyar para culminar con mi trabajo de investigación.

A todos ¡Muchas gracias!

JOSÉ ENRIQUE ROMERO TORRES

A. TITULO

DISEÑO DEL RESTAURANTE Y CAFETERÍA DE COMIDAS TÍPICAS "ALMA LOJANA", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA PROMOVER EL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO, EN EL SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA

B. RESUMEN

La ciudad de Loja, conocida como centinela del sur, la misma que aporta con elementos culturales, que deben ser rescatados, valorizados como por ejemplo sus costumbres, tradiciones, música, danza, gastronomía tradicional, son aspectos que fortalecen su identidad de la riqueza cultural.

Dentro de la Gastronomía típica se destacan la cecina, seco de chivo, seco de pollo, seco de costilla, repe, arveja con guineo, tamales, humitas, guata, además sus bebidas como horchata, café, entre otros, lo que motivo a que se lleve a efecto el presente estudio , cuyo objetivo principal fue el de Diseñar el restaurante y cafetería de comidas típicas "Alma Lojana", mediante la elaboración del Plan de negocios para promover el desarrollo del turismo gastronómico, en el sur de la ciudad de Quito, cantón Quito, provincia de Pichincha, para lo cual se utilizaron algunos métodos como el analítico sintético, descriptivo, inductivo-deductivo y el análisis estadístico; así mismo algunas técnicas, como la revisión bibliográfica y la encuesta, mismas que permitieron recopilar la información necesaria para la el desarrollo de la investigación.

En base a la recolección de la información se procedió a realizar el análisis de los diferentes estudios obteniendo resultados en cada una de sus etapas, es así que la evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: el Valor actual neto que dio un valor \$159.721 lo que significa que es mayor que la inversión de \$.19.292; la Tasa Interna de Retorno del 146.12% que es mayor al costo de oportunidad del 10%, el período de recuperación de capital que se lo va a realizar en 3 años 10 meses, la Relación Beneficio/Costo que arroja una rentabilidad de \$ 0,25 por cada dólar invertido, y el análisis de sensibilidad que soportó un incremento en los costos del 15.30% y una disminución en los ingresos de 12.55 , lo que significa que el proyecto no es sensible por consiguiente el mismo es rentable.

ABSTRACT

The city of Loja, known as the sentinel of the south, which contributes with cultural elements, which must be rescued, valued as for example their customs, traditions, music, dance, traditional gastronomy, are aspects that strengthen their identity of cultural wealth.

Within the typical Gastronomy are the cecina, dry goat, dry chicken, dry rib, repe, vetch with guineo, tamales, humitas, wadding, also their drinks such as horchata, coffee, among others, which is why the present study was carried out, whose main objective was to design the restaurant and cafeteria of typical foods "Alma Lojana", through the elaboration of the Business Plan to promote the development of gastronomic tourism, in the south of the city of Quito. , Quito canton, province of Pichincha, for which some methods were used such as synthetic, descriptive, inductive-deductive analytical and statistical analysis; likewise, some techniques, such as the bibliographic review and the survey, which allowed gathering the necessary information for the development of the investigation.

Based on the collection of information, the analysis of the different studies was carried out, obtaining results in each of its stages. The financial evaluation produced the following results: the net present value that gave a value of \$ 159,721, which means which is greater than the investment of \$.19,292; the Internal Rate of Return of 146.12% that is greater than the opportunity cost of 10%, the period of capital recovery that will be carried out in 3 years 10 months, the Benefit / Cost Ratio that yields a return of \$ 0, 25 for each dollar invested, and the sensitivity analysis that supported an increase in costs of 15.30% and a decrease in revenues of 12.55, which means that the project is not sensitive therefore it is profitable.

C. INTRODUCCIÓN

La Gastronomía se ha convertido en una forma de expresión cultural, por cuanto a través de los diferentes platos típicos que se ofertan en los diferentes lugares de la ciudad de Loja.

El turismo gastronómico es una actividad hoy en día en rápido crecimiento, a su vez contribuye al crecimiento y desarrollo de nuestro país, día a día se está convirtiendo en generador de recursos económicos.

Actualmente las autoridades gubernamentales de turno han hecho el esfuerzo para fomentar la actividad turística dentro de todo el país, buscando y obteniendo resultados satisfactorios para la población ecuatoriana.

La gastronomía de la ciudad de Loja, se caracteriza por ser típica del lugar ya que está compuesta por productos naturales, ofreciendo una alimentación sana con un delicioso sabor y cálido aroma.

Es importante destacar que en el sur de la ciudad de Quito, objeto de estudio no existe un restaurante que oferte el servicio de gastronomía, pese a la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad. Por lo tanto es una oportunidad que se presenta para poder explotar este nicho de mercado y razón a que motivo realizar el estudio para el Diseño del restaurante y cafetería de comidas típicas "Alma Lojana", mediante la elaboración del plan de negocios para promover el desarrollo del turismo gastronómico, en el sur de la ciudad de Quito, cantón Quito, provincia de Pichincha. Y de esta forma fomentar el desarrollo turístico gastronómico en el sur de la ciudad de Quito, motivando a los pobladores del mismo a crear emprendimientos que se encuentren vinculados al turismo, para mejorar de esa forma su nivel de vida y con ello contribuir al desarrollo del, cantón, provincia y país.

En esta investigación se determina la factibilidad de inversión para la implementación de una nueva empresa gastronómica, para ello hace referencia a los estudios que se debe analizar en un plan de negocios como son: el estudio de mercado, técnico, organización administrativa y legal, estudio financiero y posteriormente la evaluación financiera, ya que los mismos forman parte esencial de dicho proyecto.

La estructura de este proyecto empieza con la revisión de la literatura, en la cual abarca todo lo referente a la prestación de servicios la metodología para elaborar planes de negocios.

El título que engloba la totalidad del trabajo de investigación

El Resumen que trata de un extracto de la investigación

En los materiales y métodos se describe cada una de los materiales, métodos y técnicas que se utilizó para la elaboración del trabajo, se hace referencia a cuáles fueron los materiales que se utilizaron y los métodos que se utilizaron en cada uno de los elementos del trabajo, así como las técnicas que permitieron recopilar información primaria y secundaria.

En los resultados se presenta la información correspondiente a las encuestas realizadas mediante la tabulación, análisis e interpretación de cada uno de los resultados obtenidos en la investigación,

En cuanto a la discusión en el estudio de mercado se procede a determinar cada una de las demandas como: demanda potencial, demanda real y demanda efectiva, las cuales se las determino mediante la aplicación de la encuesta, se prosigue a sacar la oferta, para conocer la demanda insatisfecha.

En el estudio técnico se establece los requerimientos de recursos para el proceso del servicio, se hace referencia al tamaño, localización e ingeniería del proyecto, la estructura organizativa es otro aspecto de gran relevancia ya que permite asignar funciones y responsabilidades a los elementos que conforman dicha empresa.

En el estudio financiero se realiza los cálculos para conocer la inversión que se requiere y determinar las fuentes de obtención de capital, permitiendo obtener los resultados de la vida útil del proyecto.

Con la evaluación financiera se pudo determinar la factibilidad de dicho proyecto mediante la utilización de cada uno de los diferentes indicadores económicos como el: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio- Costo y el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente se detallan las conclusiones y recomendaciones tomando en consideración todo el trabajo de investigación, agregando también la bibliografía, la cual muestra las diferentes fuentes de información.

Así mismo se presenta la bibliografía que permitió fundamentar la Revisión de Literatura e identificarnos con la teoría que nos ayudó con el desarrollo de la investigación; y por último los anexos.

D. REVISIÓN DE LITERATURA

D.1 MARCO TEORICO

Restaurante

El término francés restaurant llegó a nuestro idioma como restorán o restaurante. Se trata del comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento. Dicho consumo debe ser pagado por el cliente, que suele ser conocido como comensal.

En la actualidad existe una gran cantidad de restaurantes diferentes, que ofrecen distintos servicios y especialidades. De acuerdo al tipo de cocina que sirven, puede hablarse de restaurantes chinos, restaurantes italianos, restaurantes mexicanos, etc. (Julián Pérez Porto, 2016).

Tipos de Restaurante

Hay otra clasificación de los restaurantes que se define de acuerdo a las costumbres sociales, hábitos y requerimientos personales y el tipo de clientes, a continuación el listado:

Restaurantes Gourmet: Aquí los alimentos son de alta calidad y servidos a la mesa, el servicio y menú es muy parecido al de primera clase, en general se especializa en platillos poco comunes y muy bien elaborados.

Restaurante de especialidad: Ofrece una variedad limitada de estilos de cocina, su menú cuenta con diferentes platillos de acuerdo a su especialidad. En ocasiones se confunde con el restaurante étnico que acostumbra ofrecer los platillos más representativos de una región.

Restaurante familiar: Se sirven alimentos sencillos a precios accesibles, se caracteriza por el tipo de servicio que es bastante confiable, generalmente este tipo de restaurantes son franquicias.

Restaurante buffet: Los comensales pueden elegir entre una gran variedad de platillos cocinados y dispuestos para autoservicio. Generalmente el precio es una cantidad fija por persona, aunque en ocasiones el precio va de acuerdo a la cantidad de platos.

Restaurante de comida rápida: Este tipo de restaurantes son informales y ofrecen productos simples y de rápida preparación como hamburguesas, papas fritas, pizzas o pollo frito.

Restaurantes temáticos: Se clasifican de acuerdo al tipo de comida que ofrecen, aquí es donde encontramos los que ofrecen alimentos de acuerdo a su origen (cocina italiana, cocina francesa, argentina, etc.) También encontramos los restaurantes espectáculos, que son los que generalmente están asociados con algún tipo de personaje o tipo de música. En este tipo de negocios y los restaurantes de especialidad, podemos encontrar una gran afluencia de turistas, debido a las actividades del turismo gastronómico.

Comida para llevar: En estos establecimientos se ofrece una gran variedad de primeros platos, segundos y aperitivos, expuestos en vitrinas frías o calientes, dependiendo del tipo de alimentos. Los clientes confecciona un menú de acuerdo a la oferta de alimentos que tiene, se usan recipientes desechables (María Merino, 2015).

Cafeterías

Al acto las cafeterías se clasifican en tres categorías: inspección, primera y segunda.

Cafetería de categoría especial: Este establecimiento se caracterizan por contar con un sistema de control eficiente, de que aplican los comandos personalizados y dependientes para que con ello se aplique la venta un comensal; cuenta con cócteles profesionales para brindar diferentes tipos y estilos de café, así como una barra o mostrador visible por instrucciones ensaladas, variedad de platillos con servicio de barra para que la persona seleccionar lo que más apetezca.

Tiene entrada para clientes independientes de la del personal de servicio; cuenta con estacionamiento, teléfono y servicios sanitarios cómodos e independientes; su mobiliario decoración serán apropiados, cómodos y funcionales; además, loza, plaque y cristalería adecuada y funcional para el servicio que su concierto ofrecen, así como lugar el deseo para el personal. Su carta o menú de limitado, dijo invisible con tres o cuatro tiempos de servicio, con variedad de platillos en cada uno de ellos. Tiene personal de contacto y de apoyo uniformado y capacitado para garantizar una atención rápida y eficiente. En ciertos casos ofrecer una carta de vinos o lista de Bebidas.

Cafetería de primera categoría: En General, estos lugares cuentan con comandar personalizadas independientes; con una misma entrada para comensales trabajadores; en algunas ocasiones el abastecimiento de mercancías era en la misma entrada. Sin servicio sanitario independiente; loza, plaque y cristalería existente; cafetería profesional y/o mostrador visible. La carta o menú más limitada idea, presentará tres o cuatro tiempos de servicio con poca variedad de platillos en cada uno de ellos. El personal se presentará en forma adecuada y uniformada ofreciendo un servicio rápido y eficiente.

Cafetería de segunda categoría: Este tipo de establecimiento cuenta con un servicio el teléfono, sanitarios independientes, loza, cristalería y plaque inoxidable en un buen estado de conservación; además con una cafetería profesional y barra o mostrador apropiado para ofrecer el servicio al que está comprometido; su carta está limitada algunos platillos y no más de tres tiempos de servicio o precios. El personal uniformado deberá brindar un servicio eficiente.

En General, todas las cafeterías deberían ofrecer las injerencias del día o menú del día, con tres tiempos de servicio. Estos sitios están comprometidos a cuidar la limpieza de sus instalaciones y servicios, así, la calidad de sus productos, dando preferencia y cuidado en la preparación de las comidas y bebidas con productos de ingredientes frescos y de calidad, la presentación de los platillos, y aunado a esto, el trato del personal de contacto cortés y amigable, así como el servicio sanitario pulcro. (Encebar, 2015).

Comida típica

La comida ecuatoriana es también conocida como dentro del país como la “comida criolla” o “comida típica”, y es muy común ver entre sus platos al Churrasco que se sirve con una buena ración de arroz, acompañado de dos huevos fritos, se trata de un plato muy fuerte pues también se acompaña con papas fritas y ensalada de verduras. La influencia española logró que animales como el cuy fueran apartados de la dieta para reemplazarse por la carne de res, o de cerdo.

Proyectos de inversión

Es el conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de recursos (Humanos, materiales, económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor, que la tasa de interés de oportunidad, el costo de oportunidad de la inversión, o el costo de capital.

Estudio de mercado

Según Naresh Malhotra (1997). Clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

Análisis de la demanda

“Aquí se determinan las cantidades del producto que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del producto, y el análisis de ciertas

características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro”. (NASSIR SAPAG, 2005)

Demanda Efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esta sería la demanda real.

Demanda satisfecha

Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque se queda conforme y se accedió al producto).

Demanda Aparente

Es aquella demanda que se genera según el número de personas.

Demanda Potencial

Es la demanda total del mercado, la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

Estrategias de Marketing

Producto o Servicio

Es el arma que nos va a permitir conquistar el segmento de mercado que nos hemos trazado como objetivo. Esto es muy importante, pues muchos emprendedores basan su idea de empresa sobre un producto muy concreto. Si bien esto no es bueno ni malo a priori, conviene tenerlo muy presente ya que tarde o temprano ese producto

habrá que abandonarlo y trabajar otros productos distintos, según la etapa del ciclo de vida en que se encuentre, por lo tanto el servicio que va a ofertar la nueva unidad productiva está en función de dar un servicio.

Precio

Es la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por un producto o servicio, se presenta como la única variable que genera ingresos a la empresa, sus variables son: costos, competencia, nivel de precio, demanda, fijación de precio y ciclo de vida del producto de acuerdo a estas variables el precio que se ofrece de un producto al final solo el consumidor decidirá si lo adquiere o no.

Plaza (Distribución)

La distribución incluye todas las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del cliente final para su consumo. El objetivo de la distribución es la penetración del mercado mediante canales de distribución como intermediarios que permiten hacer llegar el producto al consumidor final. El canal de distribución es el enlace entre fabricante y consumidor de sus necesidades y deseos de acuerdo a la cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística se garantiza que la distribución haga llegar el producto o servicio al lugar y momento adecuado.

Promoción

Es una herramienta o conjunto de técnicas que se confirman una de las variables controlables de la mercadotecnia cuyo objetivo es informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto, la mezcla promocional se presenta mediante la venta personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y propaganda, estas variables son la mayoría de las veces la función principal de la mercadotecnia pues no solo describen las características de un producto sino que se encargan de provocar la necesidad del consumidor hacia el producto que se oferta.

ESTUDIO TECNICO

El objetivo del Estudio Técnico es diseñar como se producirá aquello que se va a ofertar en el mercado. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos. (BACA URBINA, 2010)

El tamaño del proyecto

En el mundo empresarial encontramos micro, pequeña, mediana y gran empresa. Entonces uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto ¿hacia dónde va? Una micro, pequeña, mediana o gran empresa, todo ello va a depender del objetivo del productor y de su capacidad de inversión.

Localización del proyecto

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo, lo cual muchas veces no sucede con la empresa informal y lo grave de la informalidad es que muchas empresas que operan dentro de la clandestinidad ofrecen productos que al final atentan contra la integridad física del consumidor.

Entonces hay un problema de honestidad que ha alcanzado a todos los niveles de nuestra sociedad, en tal sentido la formalidad de alguna manera le podría dar al consumidor cierta garantía que lo que consume es un producto de una calidad aceptada.

Por lo tanto de acuerdo a lo descrito anteriormente, es necesario que nuestro proyecto a realizar contemple un domicilio fiscal para nuestra empresa, si es necesario indicarlo gráficamente (croquis).

Factores determinantes de la localización

Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- La política tributaria del gobierno
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- Disposiciones municipales
- Mano de obra disponible
- Costo del transporte
- Existencia de universidades, institutos, colegios

Macro localización, también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para

evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

Micro localización, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona

INGENIERIA DEL PROYECTO

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

Tecnología

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc., en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, bordadoras, etc. (PASACA MORA, 2017)

Procesos productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

Diagramas de flujo

Un diagrama de flujo es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa.

Son de gran importancia ya que ayudan a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este. En la actualidad los diagramas de flujo son considerados en la mayoría de las empresas como uno de los principales instrumentos en la realización de cualquier método o sistema.

Infraestructura

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes

La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales).

Determinación de necesidades de insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y

cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto).

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Es importante que toda persona que es parte de una empresa o que vayan a emprender en una empresa, conozca cuál es la definición de empresa para que tenga una idea clara acerca de cuáles son sus características básicas, funciones, objetivos y elementos que la componen.

Empresa

Una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la constitución continua de empresas. En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL DE UNA EMPRESA

Toda empresa cuenta con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato. Esto permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la

confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos.

Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La formal es la estructura explícita y oficialmente reconocida por la empresa (orgánico-funcional). La estructura informal es la resultante de la filosofía de la conducción y el poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros (organigramas).

ORGANIGRAMA

Es una representación gráfica de la organización de la empresa o de parte de ella. Agrupa las actividades de la empresa y los niveles jerárquicos que existen, por lo tanto, representa la organización formal de la empresa.

Es una gráfica estadística, lo que significa que corresponde a una radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no muestra su funcionamiento ni su dinámica.

NIVELES JERÁRQUICOS

Dentro de la estructura orgánica-funcional de una empresa existen los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel directivo

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normar procedimientos que debe seguir la organización.

Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este

organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

Nivel ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

Nivel asesor

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

Nivel operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la

ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

ESTUDIO FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Inversiones

Fijas

Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. También se le llama formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina). Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

Diferidas

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a

desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo.

Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.

Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Elementos Básicos de Financiamiento

Cuando se cita la dirección deficiente como la razón más frecuente por la cual fracasa un negocio, él es suficiente tener financiamiento; el conocimiento y la planificación son financiamiento inadecuado o a destiempo es el segundo. Ya sea que esté comenzando un negocio o expandiéndolo, disponer de suficiente capital es esencial. Pero no requisitos para manejarlo bien. Estas cualidades asegurar al empresario ahorrarse errores comunes como obtener un tipo de financiamiento

equivocado, calcular mal la cantidad necesaria, o subestimar el costo de pedir dinero prestado.

- Capital Propio
- Capital Ajeno
- **Presupuestos**

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. (ZAPATA SANCHEZ, 2016)

Costo de producción

Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

- Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo
- Sueldos y cargas sociales del personal de producción.
- Depreciaciones del equipo productivo.
- Costo de los servicios públicos que intervienen en el proceso productivo.
- Costo de envases y embalajes.
- Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

Costo de comercialización

Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes.

Por ejemplo: Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.

Comisiones sobre ventas, Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería, Seguros por el transporte de mercadería, Promoción y Publicidad, Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

Costo de administración

Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo: Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa; Honorarios pagados por servicios profesionales, Servicios Públicos correspondientes al área administrativa, Alquiler de oficina, Papelería e insumos propios de la administración

Costo de financiación

Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio. Por ejemplo: Intereses pagados por préstamos.

Comisiones y otros gastos bancarios.

Impuestos derivados de las transacciones financieras.

Costos fijos

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo: Alquileres, amortizaciones o depreciaciones, seguros, Impuestos fijos, servicios públicos (Luz, Teléfono, Gas, etc.), sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo: Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto), Materias Primas directas, Materiales e Insumos directos, Impuestos específicos, Envases, Embalajes y etiquetas, Comisiones sobre ventas.

Se aplican algunos métodos de evaluación que toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la relación Beneficio Costo principalmente.

Flujo de Caja

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos de las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

Evaluación Financiera

Valor actual neto

El Valor Actual Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados de la inversión inicial. La tasa utilizada para descontar los flujos es la tasa del costo de capital por la tasa de interés otorgada que es el 10%. Los criterios de decisión son:

Si el Van es positivo se debe realizar el proyecto.

Si el Van es negativo se rechaza el proyecto.

Si el Van es cero es indiferente su ejecución.

Fórmula del factor de actualización:

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$VANP = \sum VA(1 a 10) - INVERSIÓN$$

Tasa Interna de Rendimiento

Se define la TIR como la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos netos de Caja positivos sea igual a la inversión.

A la TIR se la utiliza como un criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto considerando:

Si la TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR es = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es propia del inversionista.

Si la TIR es < que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Para proceder al cálculo de esta utilizamos la siguiente formula

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}}\right)$$

Período de Recuperación de Capital

Permite determinar el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera inversión}}$$

Relación Beneficio/Costo

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se determina la factibilidad del en base a los siguientes criterios:

RB/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto.

RB/C igual que 1 es indiferente realizar el proyecto.

RB/C menor que 1 no se debe realizar el proyecto.

Análisis de Sensibilidad

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es:

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible.

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

D.2 MARCO REFERENCIAL

Ubicación política del cantón Quito

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Parroquia: San Bartolo

Distrito Metropolitano de Quito

El Distrito Metropolitano de Quito es un Distrito Metropolitano de la provincia de Pichincha en el norte de Ecuador. El Distrito Metropolitano de Quito se divide en 8 administraciones zonales, las cuales contienen a 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales y suburbanas. Las parroquias urbanas están divididas en barrios.

La población de la zona es de 2 505 344, sin contar el Cantón Rumiñahui, que si bien se encuentra conurbado pertenece a otra circunscripción territorial.

Administraciones Zonales del DMQ 8 Zonas Metropolitanas

1. Administración Zonal La Delicia
2. Administración Zona Calderón
3. Administración Zona Norte Eugenio Espejo
4. Administración Zona Centro Manuela Sáenz
5. Administración Zona Sur Eloy Alfaro
6. Administración Zona de Tumbaco
7. Administración Zona Valle de Los Chillos
8. Administración Zona Quitumbe

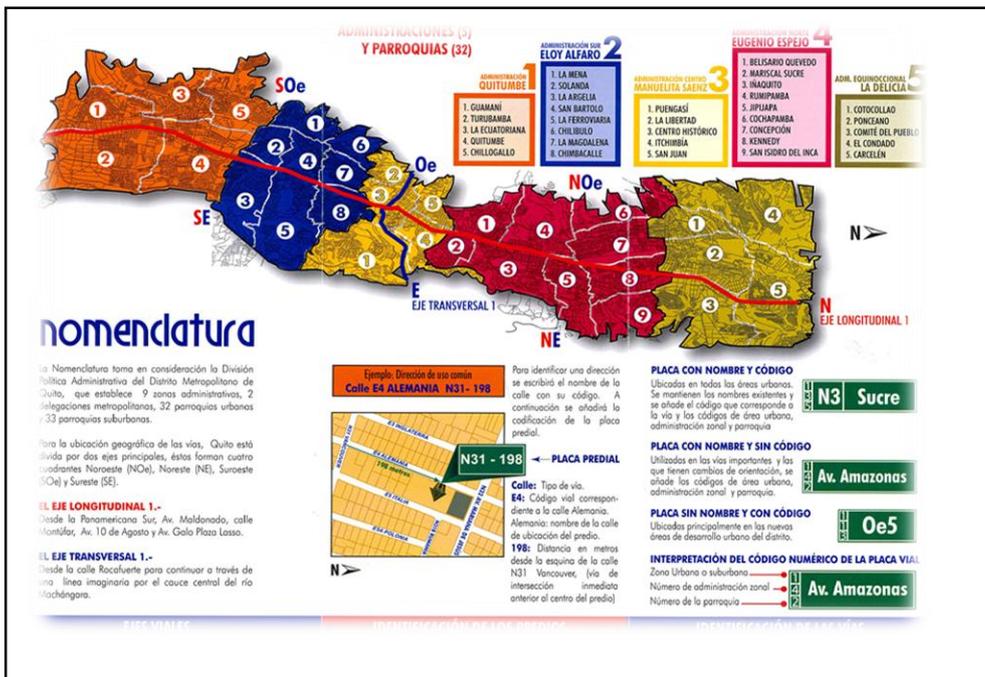
- **Parroquias urbanas del DM**

Cada Zona Metropolitana (o Administración Zonal) del Distrito Metropolitano de Quito está dividida en Parroquias. Quito D.M. tiene 65 parroquias. 32 urbanas (que conforman la "ciudad de Quito y la cabecera del Distrito) y 33 Rurales

- **Parroquias Urbanas de Quito DM**

Belisario, Quevedo, El Inca, Magdalena, Carcelén, Guamani, Mariscal Sucre, Centro Histórico, Iñaquito, Ponceano, Chilibulo, Itchimbía, Puengasí, Chillogallo, Jipijapa, Quitumbe, Chimbacalle, Kennedy, Rumipamba, Cochapamba, La Argelia, San Bartolo, Comité del Pueblo, La Ecuatoriana, San Juan, Concepción, La Ferroviaria, Solanda, Cotocolla, La Libertad, Turubamba, El Condado, La Mena.

Gráfico N: 1 Mapa Político del Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Pichincha, 2016

Elaboración: GAD Provincial de Pichincha.

Ubicación geográfica

La ciudad y el distrito se encuentran ubicados principalmente sobre el valle de Quito, que forma parte de la Hoya de Guayllabamba,⁴⁵ la cual está emplazada en las faldas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la Cordillera Occidental de los Andes septentrionales de Ecuador, a una altitud promedio de 2850 m.s.n.m (Quito,2017).

Actualmente, Quito se ubica en el valle cuyo terreno irregular tiene una altitud que oscila entre los 2800 msnm en los lugares llanos y los 3100 msnm en los barrios más elevados. Algunas estribaciones desprendidas de la cordillera de los Andes han formado un paisaje enclaustrado, dividido en su parte central por el cerro de El Panecillo (3035 m.s.n.m).

Sus imites son:

Norte: Provincia de Imbabura.

Sur: cantones Rumiñahui y Mejía.

Este: cantones Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia de Napo.

Oeste: cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Provincia de Santo Domingo de los Tsáchila.

Aspectos biofísicos y climáticos

Aspectos biofísicos

El desarrollo histórico y la actual configuración espacial de Quito han sido considerablemente influidos por las características naturales dominantes en la región. Algunas de ellas incluyen:

Topografía: La porción urbanizada del área metropolitana de Quito está situada en un estrecho valle montañoso localizado inmediatamente al Este de las faldas del volcán activo Pichincha. En la prehistoria, el lugar donde se asienta Quito fue una encrucijada de importantes rutas de comercio a través de los Andes, debido a su

localización en uno de los pocos pasos accesibles a través del difícil terreno montañoso. Las consideraciones defensivas de las poblaciones indígenas originales, así como de los conquistadores Incas y de los regímenes coloniales españoles, también contribuyeron a la selección de Quito como el lugar de una ciudad capital.

Hidrología: El área de Quito Metropolitano está localizada en la subcuenca hidrológica del Guayllabamba, una extensa red interandina de drenaje limitada por las cordilleras paralelas de los Andes al Este y Oeste, y por cadenas volcánicas transversales al Norte y Sur. Dentro de esta cuenca, y específicamente dentro del Distrito Metropolitano de Quito, fluyen algunos importantes ríos: Guayllabamba, Machángara, Monjas, Pita y San Pedro (Quito, 2017).

Suelos: Casi todos los suelos originales del área metropolitana son de origen volcánico. En las áreas periféricas localizadas en las escarpas occidentales de las cadenas montañosas de la zona, los suelos dominantes son francos y pseudo arenosos de textura fina (p. ej. Dystrandeps). Estos suelos tienen una retención de humedad extremadamente alta, pero no se consideran adecuados para uso agrícola debido a su localización en áreas muy empinadas. Las zonas agrícolas más importantes del área metropolitana están localizadas en Puembo, Pifo, Yaruquí, Checa, Tumbaco, El Quinche, Amaguaña y Píntag. Predominan en estas áreas, los suelos volcánicos negros profundos (> 1 m) con alguna presencia de limo y un contenido de arcilla menor al 30% (p. ej. Plustols, Arglustolls, Pludolls). Se encuentran suelos similares en las zonas de Lloa y Quito Sur.

Flora: Bosque muy húmedo Pre Montano (b.m.h.PM) (16) Debido a la inaccesibilidad del terreno, existe todavía bosque virgen, el dosel se caracteriza por la presencia de árboles de cauchillo, cedro, nogal, canelo, matapalos de los géneros Ficus y Coussapoa, sangre de gallina, anime, en el subdosel se encuentran especies de peine de mono, uva, caimitillo, tachuelo

En cuanto a la composición vegetal del bosque, las especies dominantes son el algarrobo (*Acacia macracantha*) (Mimosaceae), además está presente el cholán

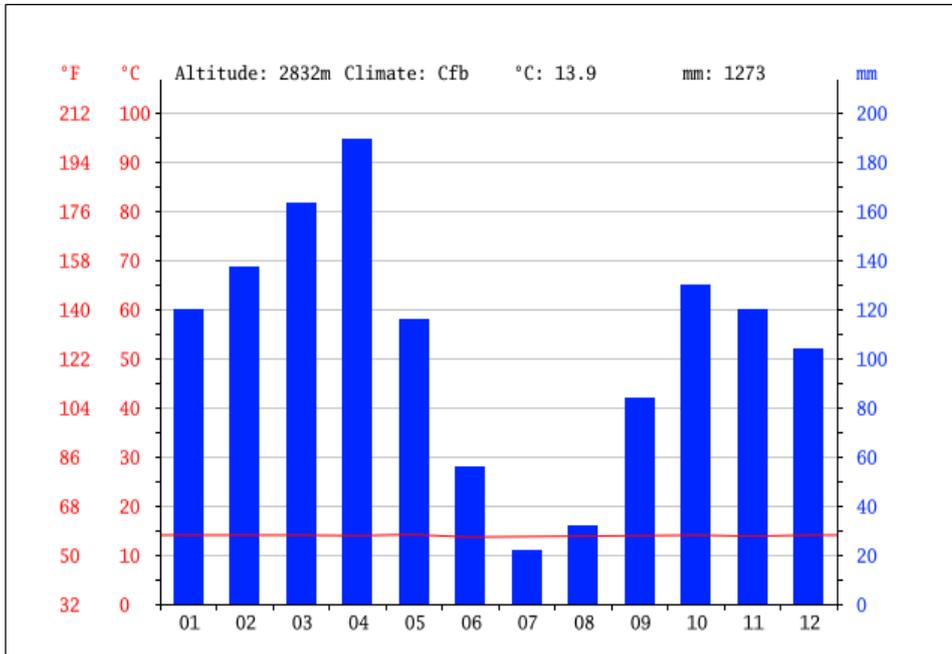
(*Tecoma stans*) (Bignoniaceae), el quishuar (*Buddleja bullata*) (Buddlejaceae) y el guarango o Campeche (*Caesalpinia spinosa*) (Caesalpinaceae).

Fauna: Anfibios En el ecosistema del PR-BPJ, únicamente dos especies han sido reportadas para el lugar, *Gastrotheca riobambae* (Fowler 1913) Rana marsupial andina y *Rhinella marina* (Linnaeus 1758) Sapo común, Reptiles, En el PR-BPJ se ha identificado cuatro especies de reptiles. La lista de reptiles está compuesta una lagartija, la guagsa *Stenocercus guentheri* (Boulenger 1885) y tres especies de serpientes identificadas: *Mastigodryas pulchriceps* (Cope, 1868) Falsa equis, *Dipsas oreas* (Cope, 1868) Serpiente caracolera y *Liophis epinephelus albiventris* (Cope 1868) Culebra boba verde. *Stenocercus guentheri* (Boulenger 1885). (Quito, 2017)

Aspectos climáticos

El clima de Quito tiende del templado al cálido, ya que su altitud oscila entre los 2200 msnm y los 3100 msnm. Las parroquias periféricas tienden a tener un clima más cálido (como los valles de Los Chillos, Cumbayá y Tumbaco), así como también más seco (como Carapungo, Calderón, Pomasqui y la Ciudad Mitad del Mundo). Pero en la meseta el clima es variable, en la mañana puede salir el sol y para la tarde caer un fuerte aguacero, como puede amanecer nublado y frío el día y para en la tarde quemar el sol, o, en especial, puede estar soleado en cierta parte de la ciudad mientras en otra llueve; éste clima tan caprichoso es una famosa particularidad de Quito.

Gráfico N: 2 Climograma de Quito

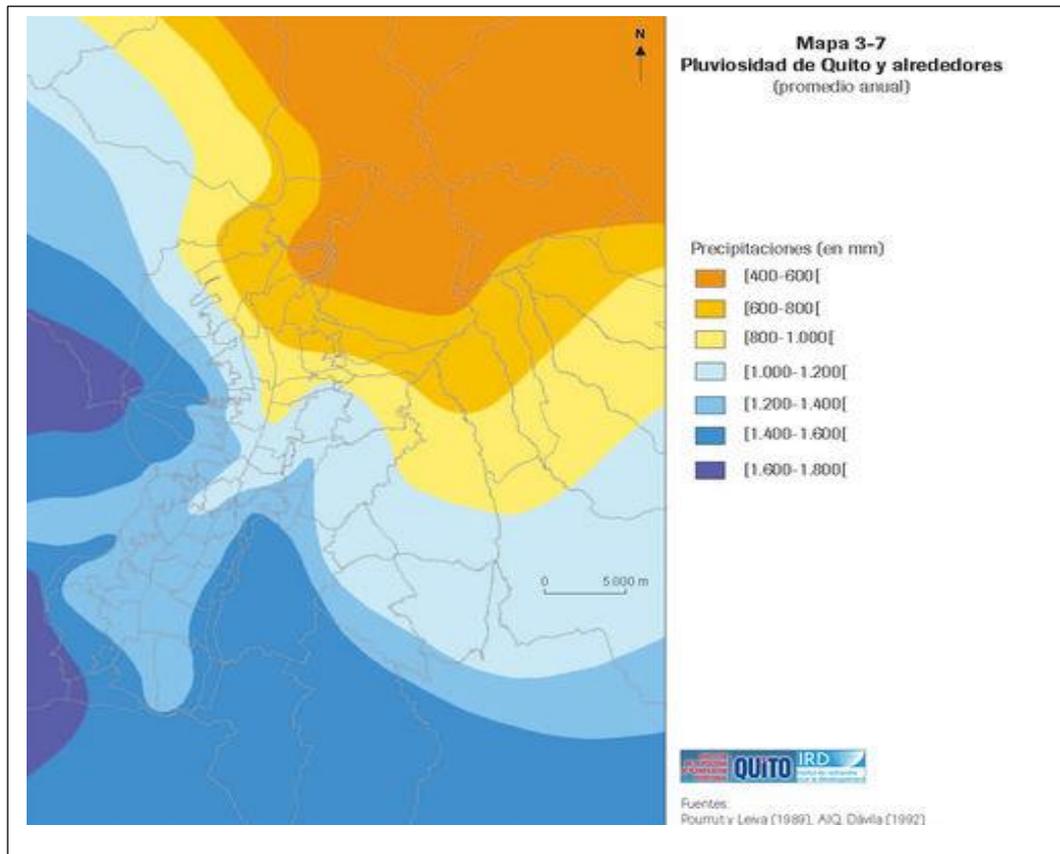


Fuente: Instituto Nacional de Meteorología e Hidrografía INAMHI, 2017
Elaboración: GAD Provincial de Pichincha.

El mes más seco es julio, con 22 mm. 189 mm, mientras que la caída media en abril. El mes en el que tiene las mayores precipitaciones del año.

Precipitaciones: En el área metropolitana de Quito. El mapa muestra la distribución de las precipitaciones en el área metropolitana de Quito. Cada zona corresponde al valor promedio de precipitación anual de esa zona. Se puede ver la gran heterogeneidad del área metropolitana de Quito en cuanto a la repartición de la lluvia: en el sur de la ciudad las lluvias son más abundantes (alrededor de 1400 mm por año) mientras que en el norte son más escasas (cerca de 70 mm por año).

Gráfico N: 3 Climograma de Quito



Fuente: Instituto Nacional de Meteorología e Hidrografía INAMHI, 2017
Elaboración: GAD Provincial de Pichincha.

Humedad: Un promedio de 80% de humedad en Quito es el pronóstico del Instituto Nacional de Meteorología e Hidrografía (INAMHI). Desde el organismo, se aconseja tomar medidas para evitar problemas a causa de las lluvias.

Las lluvias en la Capital son constantes, por ello, los residentes toman medidas como el abrigo y el paraguas a la hora de salir de sus domicilios porque con el clima no se sabe, dicen. A su vez, exigen que las autoridades hagan énfasis en programas de prevención de riesgos para los ciudadanos.

E. MATERIALES Y METODOS

E.1. Materiales

En el desarrollo de la investigación se utilizaron los siguientes materiales:

Útiles de oficina

Equipos de oficina

Diseños de la encuesta

E.2. Métodos

Se utilizaron los siguientes métodos:

Método analítico sintético

Este método nos permitirá la desestructuración del proceso de ejecución modular y de los investigaciones que se generan en la, diferentes estudios de campo y en sus correspondientes variables, indicadores y subindicadores, para luego integrar los datos encontrados y proporcionar una visión global de las relaciones que existen entre cada una de las variables que se investigan en el presente proyecto de investigación.

Método Descriptivo

Permitió contar con una visión general para el diseño del restaurante, la elaboración del plan de negocio, para que esto sirva como aporte en la ubicación y orientación de los turistas en la ciudad de Quito.

Método inductivo-deductivo

Es el proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observación. Lo que permitió obtener información de fuentes primarias y secundarias.

Método explicativo

Permitió contar con una comprensión adecuada de la fundamentación teórica, metodológica y técnica que orienta el proceso del diseño del restaurante y elaboración del plan de negocios.

Método de análisis estadístico

Para demostrar la expresión cualitativa de los indicadores previstos este método ayudo a realizar la presentación de cuadros y gráficos estadísticos, así como los diferentes cálculos para los presupuestos y presupuestos.

E.3. Técnicas

Se aplicaron las siguientes técnicas:

Recolección bibliográfica

Se la aplico durante todo el proceso investigativo, y que permitió fundamentar principalmente la Revisión de Literatura y los diferentes conceptos utilizados en la tesis.

La encuesta

Se diseñó un cuestionario para conocer los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros, así como de los habitantes del lugar. La población Económicamente activa, objeto de estudio está en función de la proyección del último censo poblacional del 2010 hasta el 2016, que consta en el INEC, que es de 829.000 personas y, según las estadísticas del Ministerio de Turismo del cantón Quito para el año 2016, ingresan un promedio de 28.000 turistas nacionales y de 45.000 turistas extranjeros, dando un total de la población de 902.000 personas, con una tasa de crecimiento de 1,40%.

Cuadro N: 1 Población del cantón Quito

CARACTERÍSTICA	NÚMERO
Habitantes del cantón Quito	829.000
Turistas Nacionales	28.000
Turistas Extranjeros	45.000
TOTAL POBLACIÓN	902.000

Fuente: Censo poblacional 2010, Quito, INEC

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Con la siguiente fórmula se determinará el tamaño de la muestra

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza $(1.96)^2$

Q: Probabilidad de fracaso 0.5

P: Probabilidad de éxito 0.5

N: 902.000

E: error estándar (0.05)

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 902.000$$

$$0,05^2(902.000 - 1) +$$

$$n =$$

$$n = \frac{3.8416 * 225.500}{2.254 + 0.9604}$$

$$n = \frac{866.280.8}{2.254.96}$$

$$n = 384$$

Cuadro 2: Población objeto de estudio

SECTOR INVESTIGATIVO	POBLACION	PORCENTAJE	ENCUESTAS A APLICAR
Turistas Nacionales	28.000	3%	12
Turistas extranjeros	45.000	5%	19
PEA	829.000	92%	353
TOTAL	861.500	100%	384

Fuente: Datos del INEC

Elaboración: José Enrique Romero Torres

PROCEDIMIENTO

Luego de que se aplicó los instrumentos de investigación y se recopiló la información se procedió al procesamiento o sistematización de datos, para lo cual fue necesaria la aplicación de las siguientes actividades.

Organización de la información empírica.

Información referente al tema de investigación, que se recoge todo un conjunto de datos que más tarde se someten a un análisis cuidadoso o a un comentario interpretativo por el investigador, para una buena elaboración del plan de negocio para la creación del Restaurante “Alma Lojana”.

Fase de Campo

Análisis de información de campo.- El análisis y verificación de los datos se los realizó en función de cómo se presentaron factores ambientales, sociales, turísticos, económicos presentes en la zona de estudio, que nos ayudó a obtener resultados confiables para nuestra investigación.

Luego se realizó el análisis mediante la aplicación de la estadística descriptiva.

Elaboración del informe.- Se realizó la conclusión necesaria y se dio cumplimiento al objetivo general. De acuerdo con los resultados de la investigación se propuso medidas de mejora a nivel turístico.

Metodología por objetivos

Para cumplir con el primer objetivo específico, Realizar un análisis situacional de oferta y demanda del mercado objetivo, se realizó la siguiente metodología, Observación directa que nos permitido conocer de cerca el lugar donde se desarrollara el proyecto turístico gastronómico, la Encuesta que estuvo orientada a los turistas que visitan la ciudad y a la población económicamente activa, así como el método Estadístico, El inductivo-deductivo, el analítico sintético que nos sirvió para realizar un exhaustivo análisis del lugar de estudio.

Para cumplir con el segundo objetivo específico, Determinar el análisis técnico, administrativo y legal, se utilizó el método descriptivo que no ayudara a describir el proceso administrativo del personal de labores, así como el análisis de contenidos de la investigación desarrollada, además de documentos relacionados con el tema de investigación.

Estos métodos nos permitieron conocer el macro y micro localización del lugar del proyecto turístico gastronómico, así como también el análisis técnico, que se realizó obteniendo los diferentes costos de cada plato típico, en el análisis administrativo se procedió a identificar las tareas de cada trabajador y la cantidad de mano de obra necesaria para poner en marcha el proyecto gastronómico, en el aspecto legal se

procede a determinar los requisitos para poner en funcionamiento el local de gastronomía típica así como también el tamaño de la planta operacional.

Para cumplir con el tercer objetivo, Realizar el análisis económico, financiero, es fundamental la aplicación de cálculos, análisis e interpretaciones financieras, así como los métodos de análisis estadísticos que nos ayudó a la representación de cuadros, gráficos, tablas así como los cálculos de los diferentes presupuestos además la recolección bibliográfica que nos ayudó a fundamentar el aspecto del marco teórico.

F. RESULTADOS

Resultado de la aplicación de las encuestas a turistas locales, nacionales y extranjeros.

Análisis de la encuesta

La encuesta se realizó en el sur de la ciudad de Quito, con el objetivo de determinar información que permita diferenciar factores de suma importancia del cliente, en cuanto a alimentos y bebidas de gastronomía típica de la provincia de Loja.

Exactamente se realizaron 384 encuestas a personas que visitan regularmente restaurantes de comida típica.

1. Sexo

Cuadro N: 3 Sexo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	310	81 %
Femenino	74	19 %
Total	384	100 %

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados; el 81 % corresponde a 310 personas pertenecen al género masculino; mientras que el restante 19 % que corresponde a 74 personas pertenecen al género femenino.

2. ¿Cuál es su edad?

Cuadro N: 4 Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Xm	Xm*f
15 a 35	134	35%	25	3350
36 a 50	167	43%	43	7181
50 a más	83	22%	61	5063
Total	384	100%		15594
				41

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Del 100% de los encuestados; el 43 % corresponde a 167 personas están en una edad de 15 a 35 año ; el 35 % corresponden a 134 personas, están en una edad de 36 a 50 año y el restante 22 % que corresponde a 83 personas están pasando los 50 años. La edad promedio de las personas encuestadas es de 41 años, por lo general generan ingresos propios.

3. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Cuadro N: 5 Nivel de ingresos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1- 300	78	20%
301- 600	65	17%
601 – 900	75	20%
901 - 1,200	78	20%
+ de 1,200	88	23%
Total	384	100%

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que el 20 % tienen ingresos de hasta 300 dólares, el 17% de hasta 600, el 20% hasta 900, el 20% de hasta 1.200 y el 23% tiene ingreso superior a 1.200 dólares mensuales.

4. ¿Usted visita frecuentemente restaurantes de comida típica en la ciudad de Quito?

Cuadro N: 6 Visita los restaurantes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100
No	0	0
Total	384	100 %

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que el 100% de los encuestados visitan frecuentemente los restaurantes de comida típica de la ciudad de Quito, ello demuestra que existe una elevada demanda de comida típica.

5. ¿Gustaría exista un restaurante que ofrezca comida de gastronomía típica de las provincias de la Sierra?

Cuadro N: 7 Visita otro tipo de restaurantes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	335	87 %
NO	49	13 %
Total	384	100 %

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que las 335 personas que corresponde al 73% les gustaría visitar un restaurante que ofrezca otro tipo de gastronomía típica de la sierra y 49 personas que corresponden al 13 % no les gustaría visitar.

6. ¿De cuál provincia le gustaría a usted consumir platos típicos?

Cuadro N: 08 Platos típicos provinciales

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Pichincha	185	35 %
Guayas	89	23 %
Loja	110	29 %
Napo	50	13 %
Total	384	100 %

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que el 135 personas que corresponden 35 % de los encuestados prefiere comer platos típicos de la provincia de Pichincha; 89 personas que corresponde al 23 %, prefiere consumir gastronomía típica de la provincia del Guayas; 110 personas que corresponde al 29 % consumiría gastronomía de la

provincia de Loja y 50 personas que corresponden a 13 % consumirían gastronomía de la provincia de Napo.

7. ¿Si marcó la provincia de Loja, conoce cuáles son sus platos típicos?

Cuadro N: 9 Conoce platos típicos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	110	100 %
NO	0	0 %
Total	110	100 %

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que las 110 personas encuestadas y respondieron la Provincia de Loja si conocen su comida típica.

8. ¿Qué platos típicos en especial le gusta a usted consumir?

Cuadro N: 101 Platos típicos que consume

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Repe	110	100,00
Arveja con guineo	110	100,00
Cecina	110	100,00
Seco de pollo	110	100,00
Seco de chivo	95	86,36
Fritada	65	59,09
Humas	86	78,18
Tamales	110	100,00
Todos	110	100,00

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que los platos preferidos por la totalidad de los encuestados son el repe lojano; la arveja con guineo, la cecina, el seco de pollo, las humas y los tamales, con alta aceptación también está el seco de chivo, las humas y en menor grado la fritada.

9. ¿Con que frecuencia mensual visitarías el restaurant?

Cuadro N: 11 Frecuencia de visita

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	X*f
1	26	23,64	26
2	66	60,00	132
3	7	6,36	21
4	11	10,00	44
Total	110	100,00	223
			2,03

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que el 23,64% de las personas visitarían el restaurante de comida típica, una vez al mes, el 60% dos veces al mes, el 6,36% tres veces y el 10% cuatro veces, esto nos da un promedio de 2 veces al mes, con ello se tiene una frecuencia de visita anual del 24 veces.

10. ¿Cuál sería la razón, motivo que le impulsaría visitar este restaurante?

Cuadro N: 12 Motivo de visita

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Curiosidad	56	50,91
Producto	110	100,00
Precio	70	63,64
Servicio	93	84,55
Todos	110	100,00

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

Los resultados indican que 56 personas que corresponden al 15 % de los encuestados visitarían el restaurante por curiosidad; 110 personas que corresponden al 29 % visitarían por el producto; 70 personas que corresponden al 18 % lo haría por el precio; 93 personas que corresponden al 24% lo haría por el servicio y 55 personas que corresponden a un 14 % lo haría por todos los anteriores.

11. ¿Cuál es el medio publicitario al que Usted accede frecuentemente?

Cuadro N: 132 Publicidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Volantes	39	10%
Televisión	45	12 %
Radio	87	23 %
Internet	57	15 %
Referencia personales	67	23 %
Redes sociales	89	27 %
Total	384	100 %

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Análisis

A esta pregunta responden todos los encuestados, aun lo que no visitan los restaurantes de comidas típicas o no les interesa la comida Lojana. Los resultados indican que 39 personas que corresponde a un 10 % de encuestados le llaman la atención la publicidad por medio de volantes; 45 personas que corresponde a un 12 % les llama la atención la publicidad por televisión ; 87 personas que corresponde a un 23% les llama la atención la publicidad por radio ; 57 personas que corresponde a un 15% les llama la atención la publicidad por internet; 67 personas que corresponde a un 23% les llama la atención la publicidad por referencias personales y 89 personas que corresponde a un 27% les llama la atención la publicidad por rede sociales.

En conclusión, según los estudios realizados mediante esta encuesta nos arroja que es viable la puesta en ejecución del restaurante y cafetería.

ESTUDIO DE MERCADO.

EL SERVICIO.

El servicio que brindara la empresa será el de Restaurant – cafetería, con comidas típicas de la provincia de Loja, los siguientes son los platos a ofertar:

Cuadro N: 15 Platos a ofertar

Platos Típicos de la Provincia de Loja.
Repe
Arveja con guineo
Cecina
Seco de pollo
Seco de chivo
Fritada
Humas
Tamales

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

DEMANDANTES.

El mercado para el producto son la población económicamente activa del cantón Quito, más los turistas nacionales y extranjeros, de acuerdo a los datos de INEC y del GAD de Quito esta población asciende a 902.000 personas conforme se demuestra en el cuadro N° de la metodología; con una tasa de crecimiento del 1.15% la población para la vida del proyecto, 5 años, es la siguiente:

Cuadro N: 16 Demanda

Año	Proyección Poblacional 1.15%
0	902.000
1	912.373
2	922.865
3	933.478
4	944.213
5	955.072
6	966.055
7	977.165
8	988.402
9	999.769
10	1.011.266

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

ANALISIS DE LA DEMANDA.

Para poder analizar la demanda se tiene que tomar en consideración que el flujo de turistas al restauran contempla 24 visitas de consumo al año, por tanto se tiene:

DEMANDA POTENCIAL.

Toda la población económicamente activa más los turistas nacionales y extranjeros considerados en el estudio que son los siguientes:

Cuadro N: 17 Demanda potencial

año	Población Total	consumo anual	Demanda potencial en servicios
0	902.000	24	21.648.000
1	912.373	24	21.896.952
2	922.865	24	22.148.767
3	933.478	24	22.403.478
4	944.213	24	22.661.118
5	955.072	24	22.921.721
6	966.055	24	23.185.320
7	977.165	24	23.451.952
8	988.402	24	23.721.649
9	999.769	24	23.994.448
10	1.011.266	24	24.270.384

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

DEMANDA REAL.

Toda la población económicamente activa más los turistas nacionales y extranjeros que consumen comida típica de la sierra.

Cuadro N: 18 Demanda real

Año	Población Total	consumo anual	Demanda potencial en servicios	Demanda real 100%
0	902.000	24	21.648.000	21.648.000
1	912.373	24	21.896.952	21.896.952
2	922.865	24	22.148.767	22.148.767
3	933.478	24	22.403.478	22.403.478
4	944.213	24	22.661.118	22.661.118
5	955.072	24	22.921.721	22.921.721
6	966.055	24	23.185.320	23.185.320
7	977.165	24	23.451.952	23.451.952
8	988.402	24	23.721.649	23.721.649
9	999.769	24	23.994.448	23.994.448
10	1.011.266	24	24.270.384	24.270.384

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

DEMANDA EFECTIVA.

Toda la población económicamente activa más los turistas nacionales y extranjeros que consumen comida típica de la sierra y que demuestran preferencia por la comida Lojana, en este caso el 29% de los que consumen comida típica:

Cuadro N: 19 Demanda efectiva

Año	Población Total	Consumo anual	Demanda potencial en servicios	Demanda real	Demanda efectiva 29%. En servicios
0	902.000	24	21.648.000	21.648.000	6.277.920
1	912.373	24	21.896.952	21.896.952	6.350.116
2	922.865	24	22.148.767	22.148.767	6.423.142
3	933.478	24	22.403.478	22.403.478	6.497.009
4	944.213	24	22.661.118	22.661.118	6.571.724
5	955.072	24	22.921.721	22.921.721	6.647.299
6	966.055	24	23.185.320	23.185.320	6.723.743
7	977.165	24	23.451.952	23.451.952	6.801.066
8	988.402	24	23.721.649	23.721.649	6.879.278
9	999.769	24	23.994.448	23.994.448	6.958.390
10	1.011.266	24	24.270.384	24.270.384	7.038.411

Fuente: Estudio de campo

Elaborado: José Enrique Romero Torres

ANALISIS DE LA OFERTA.

Si bien es cierto en el Sur de la ciudad de Quito existen muchísimos restaurantes cafeterías, no existe ninguno que se especialice en la oferta de comida exclusiva de la gastronomía Lojana, es por ello que la oferta se considera cero.

DEMANDA INSATISFECHA.

Al considerar que no existe oferta, la demanda insatisfecha es la misma demanda efectiva determinada anteriormente.

ASPECTOS COMERCIALES.

Slogan

“Gastronomía típica.....el mejor sabor”

Etiqueta.

Grafico N: 4 Etiqueta



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Diseño del menú del restaurante y cafetería

Para la elaboración del menú del restaurante y cafetería se tomó datos influyentes de la encuesta realizada, además por la visión y experiencia en el área de la gastronomía ecuatoriana se ha incluido una gran variedad de platos típicos de la provincia de Loja, esto con la finalidad de satisfacer los exigentes paladares de los potenciales clientes.

Promoción

Estrategia

- a. Se desarrolló una marca radial de la gastronomía turística de la provincia de Loja, con el objetivo de dar a conocer la gastronomía al sur de la ciudad de Quito.
- b. Se diseñó calendarios en el cual está toda la información sobre la gastronomía típica de la provincia de Loja.
- c. Se elaboró afiches sobre la gastronomía típica de la provincia de Loja.

d. Se diseñó utensilios como tazas, esferográficos, llaveros, porta servilletas, con el logotipo del restaurante y cafetería Alma Lojana.

e. Se elaboró publicidad en los medios de redde sociales exactamente en Facebook

Política

a. La publicidad tendrá un tiempo estimado de duración de dos meses tiempo suficiente para dar a conocer al público en general el proyecto gastronómico.

b. La información que se dará a conocer debe estar actualizada, clara, veraz y explicita, sobre la gastronomía típica.

c. Se desarrolló promociones, tomando en cuenta las festividades de relevancia.

d. Los utensilios como tazas, esferográficos, llaveros, porta servilletas, se obsequiaran durante los seis primeros meses de la puesta en funcionamiento del proyecto gastronómico.

Cuadro N: 20 Presupuesto de publicidad

Cantidad	Detalle	Precio unitario	Total
1	Sponsor radial	600	600
100	Llaveros	0,7	70
100	Tazas	1,6	160
100	Esferográficos	0,4	40
100	Calendarios	1	100
100	Porta servilletas	1	100
	Material de oficina	20	20
Total			1.090

Fuente: Estudio de campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Diseño del sponsor radial de la gastronomía típica de la provincia de Loja

Para vender un producto hay que tener una marca representativa que identifique a la gastronomía típica de la provincia de Loja, en el cual se diseña un sponsor radial.

Nombre del sponsor:

Restaurante y Cafetería “Alma Lojana”

Eslogan:

Gastronomía típica.... El mejor sabor.

Estilo y texto:

Cuña a dos voces y con un jingle de fondo (hombre: Loc 1, hombre: Loc 2 y Jingle: Loc 3.), dirigido en tercera persona.

Texto:

Loc 1.

Venga y disfruta la deliciosa gastronomía típica lojana.....cecina, fritada, humas, tamales, café lojano, secos de pollo, chivo, carne, repe lojano y los tradicionales dulces lojanos, un deleite para cada antojo.

Loc 2.

En donde....en el restaurante y cafetería “Alma Lojana” en el sur de Quito, San Bartolo av. Pedro Vicente Maldonado S26-55, contáctenos al 304078 o al celular 098636618,,..... “Alma Lojana”, gastronomía típica.... el mejor sabor.

Descripción y público al que se dirige:

Gastronomía típica lojana está dirigida al público en general.

Medio en que aparece:

Radio 106.5 FM

Uso del lenguaje:

Tendencias de uso lúdico, cantado en un lenguaje expresivo y con reiteración de términos.

Política

- El comercial tendrá una duración de dos meses, será escuchado 6 veces por día.
- Tendrá un costo de \$ 600 dólares.

Diseñó utensilios como tazas, esferográficos, llaveros, porta servilletas, con el logotipo del restaurante y cafetería Alma Lojana.

Grafico N: 5 Taza con el logotipo



Fuente: José Enrique Romero Torres
Elaboración: José Enrique Romero Torres

Grafico N: 6 Llavero con el logotipo



Fuente: José Enrique Romero Torres
Elaboración: José Enrique Romero Torres

Gráfico N: 7 Porta servilletas con el logotipo



Fuente: José Enrique Romero Torres
Elaboración: José Enrique Romero Torres

Gráfico N: 8 Esferográfico con el logotipo



Fuente: José Enrique Romero Torres
Elaboración: José Enrique Romero Torres

ESTUDIO TECNICO

TAMAÑO Y LOCALIZACION.

Para la capacidad de carga del restaurante es inevitable que aproximadamente un cliente ocupa 1m² de espacio a esto se le agrega 20cm por concepto de espacio de pasillos, en el cual va hacer necesario 1,20 m² por persona.

El restaurante el salón dispondrá de un espacio físico de 80 m², con un largo de 10 m y un ancho de 8 m

C = Capacidad instalada

l = Largo del restaurante (metros)

A = Ancho del restaurante (metros)

e = Espacio que ocupa el cliente según el tipo de establecimiento

0,20 m² = Constante de espacio para servicio y mobiliario

Aplicación de la fórmula

Dónde:

C = Capacidad instalada

l = 10 (metros)

A = 8 (metros)

e = 1,20 m²

0,20 m² = Constante de espacio para servicio y mobiliario

$$C = \frac{L(m) * A(m)}{E(m) + 0.20(m)}$$

$$C = \frac{7.05(m)6.85(m)}{1.20 + 0.20} = 34,50$$

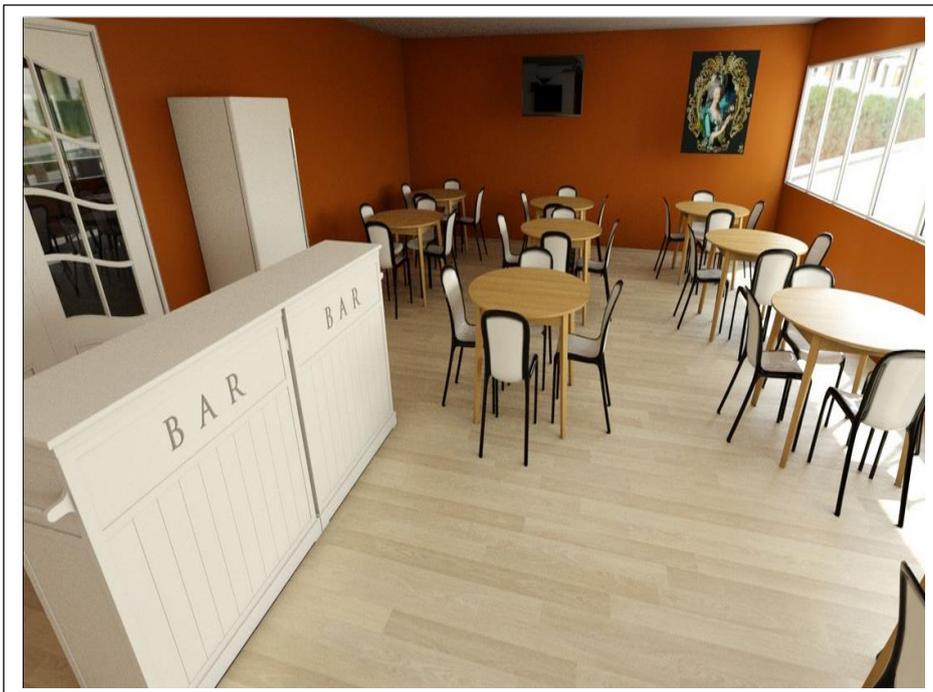
El restaurante “Alma Lojana “tiene una capacidad de carga de 35 personas, así mismo para calcular el número de mesas que se desea se divide el número de asientos de cada mesa por la capacidad de carga.

$$\text{Número de mesas} = \frac{\text{capacidad instalada}}{\text{numero de sillas de cada mesa}}$$

$$N. - \text{mesas} \frac{35}{4} = 8,75$$

El resultado que tenemos es de capacidad para 35 personas con 9 mesas y cuatro sillas cada mesa. Al multiplicar las 9 mesas por la 4 sillas se tiene una capacidad real de 36 personas.

Gráfico N: 9 Diseño del área de comedor o salón



Fuente: José Enrique Romero Torres
Elaboración: José Enrique Romero Torres

Se considera además que el servicio completo desde la recepción del pedido hasta que el cliente se retira de la mesa se toma un tiempo aproximado de 60 minutos, con este antecedente se puede determinar las capacidades instalada y utilizada, se considera además 10 horas de atención al público

CAPACIDAD INSTALADA.

Si se multiplica las 36 sillas (36 servicios por hora) por las 10 horas se tiene 360 servicios al día, si los multiplicamos por 365 días que tiene el año, se tiene una

capacidad instalada de 131.400 servicios al año.

CAPACIDAD UTILIZADA.

Al tratarse de un servicio que está en función del flujo de personas la capacidad instalada y utilizada es la misma, para efectos de proyecciones de ingresos y egresos se realiza la siguiente consideración; que de lunes a domingo las instalaciones se ocupen un 60% para platos típicos y un 10% para cafés, se considera 52 semanas, con ello se tiene:

$360 * 60\% = 180 * 7 \text{ días} = 1.512$ a la semana,

$1.512 * 52 \text{ semanas} = 78.624$ platos al año.

$360 * 10\% = 36 * 7 \text{ días} = 252$ a la semana

$252 * 52 = 13.104$ cafés al año.

LOCALIZACION.

Macrolocalización

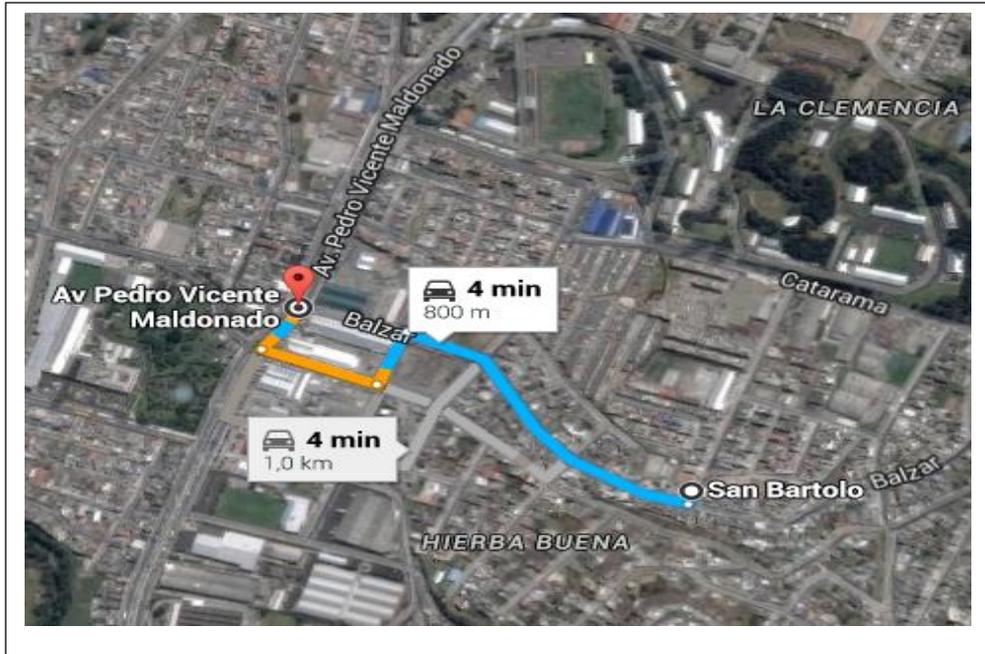
El restaurante y cafetería “Alma Lojana “tienen su principal modalidad de venta de sus productos a la población en general en la ciudad de Quito, sur de la ciudad, barrio San Bartolo.

Microlocalización

El restaurante y cafetería “Alma Lojana “tienen estará exactamente en el barrio San Bartolo en las calles Balzar y Av. Pedro Vicente Maldonado, frente al centro educativo 5 de Junio , el horario de atención del restaurante es de 07h00 a 19h00 de lunes a viernes y los fines de semana sábado está abierto desde las 08h00 a 20h00 y el domingo desde las 08h00 hasta las 14h00, las clientes que visitan el restaurante y cafetería , son atendidos por meseros (as) quienes serán los encargados de explicar detalladamente los diferentes platos del menú y su variedad de bebidas.

La Av Pedro Vicente Maldonado especialmente el barrio San Bartolo se ha convertido hoy en día en el corazón gastronómico por ser un sector altamente transitado debido a los múltiples centros de comercio como educativos que dan al lugar un buen lugar para poder poner en marcha el proyecto antes mencionado.

Grafico N: 10 Ubicación exacta del local



Fuente: Google mapa

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Distribución de la planta

El restaurante y cafetería es un proyecto gastronómico tradicional de platos típicos de la provincia de Loja, en el cual se ha realizado un análisis técnico de cómo deben estar conformadas las instalaciones como las divisiones entre cocina y salón además de las especificaciones técnicas de cómo estar establecida la cocina de donde van a hacer ubicadas la campana, cocinas, bodega, etc., y así mismo en el salón diseñar un sistema de mesas que den vida y elegancia al restaurante

Las Áreas que se distribuirán son:

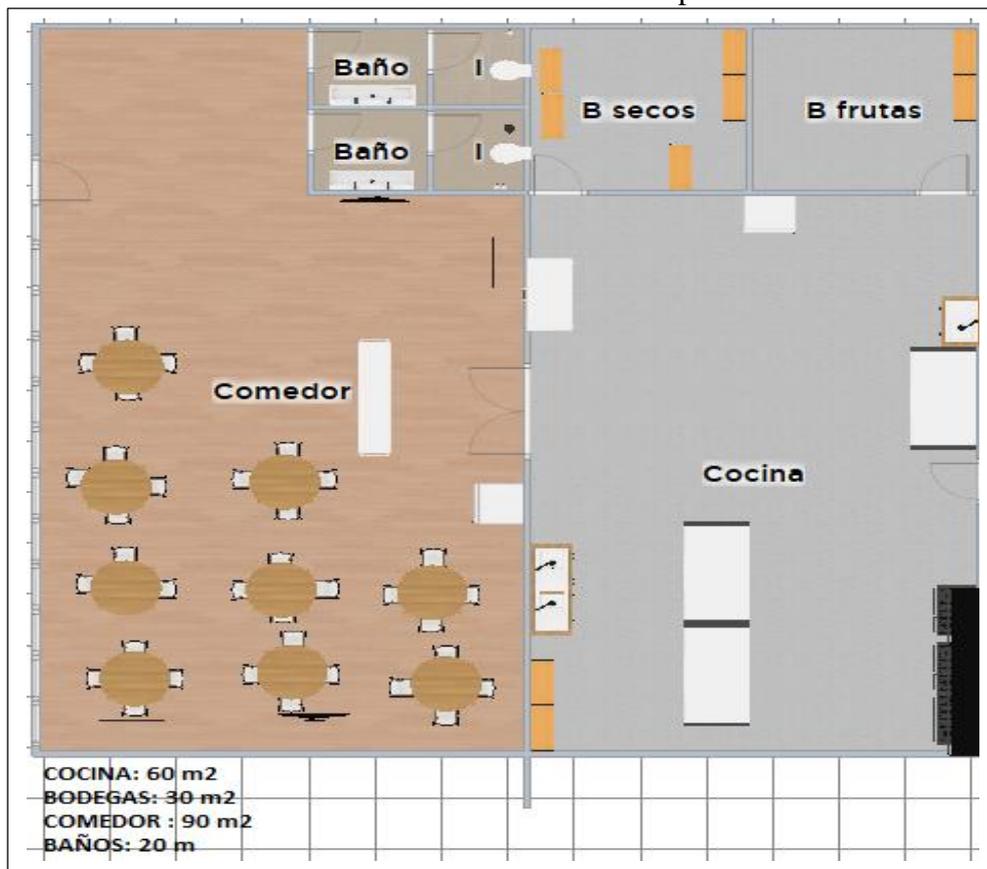
- Cocina es el área de producción del restaurante, con los estándares de calidad.
- Cámaras de frío es importante mantener los alimentos en conservación fresca
- Bodega mantener los alimentos en condiciones estables y libres de contaminación.

- Salón donde se procederá a realizar el servicio al cliente debe estar en condiciones higiénicas y con su respectiva decoración alusiva al proyecto antes mencionado.
- Baños para damas y caballeros en buen estado y con su limpieza total.

El restaurante tendrá a disposición una planta de un total de 200 m² en el cual estará distribuido de la siguiente manera.

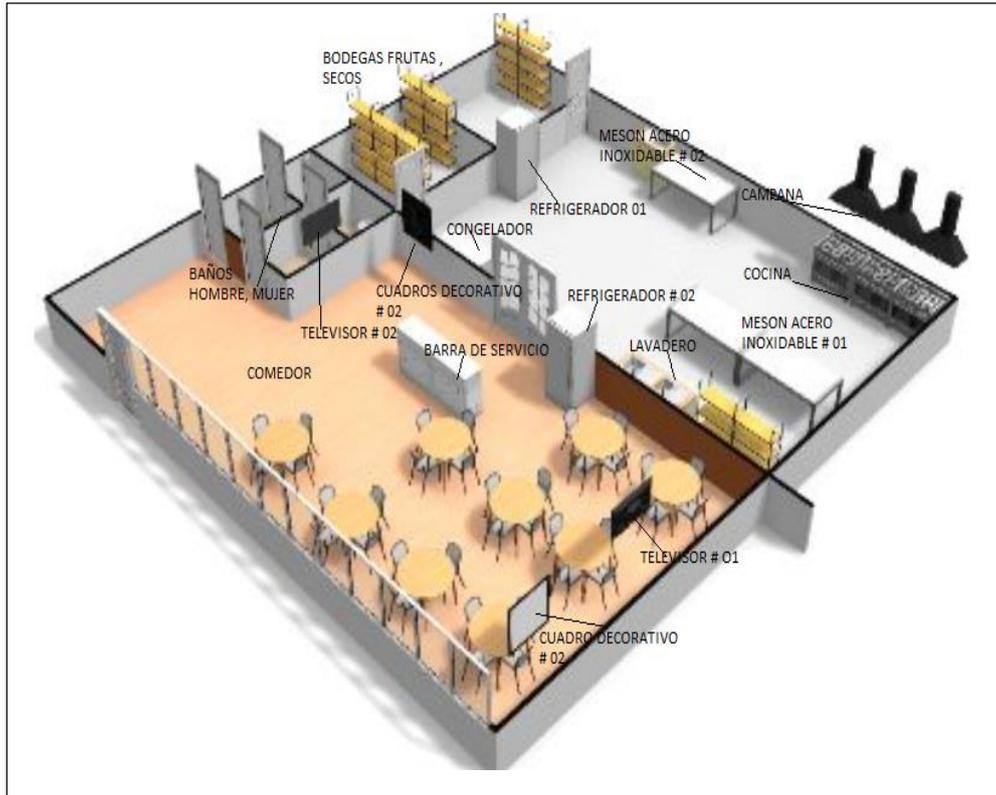
- Área de cocina.
- Área de bodegas y cuartos fríos.
- Área de servicio y baterías higiénicas.
- Área de recepción o salón.
- Dentro de la infraestructura consta la puerta de salida de emergencia.

Gráfico N: 11 Diseño de la planta



Fuente: José Enrique Romero Torres
 Elaboración: José Enrique Romero Torres

Grafico N: 12 Diseño de planta



Fuente: José Enrique Romero Torres
Elaboración: José Enrique Romero Torres

Producto y proceso.

Para la elaboración del menú del restaurante y cafetería se tomó datos influyentes de la encuesta realizada, además por la visión y experiencia en el área de la gastronomía ecuatoriana se ha incluido una gran variedad de platos típicos de la provincia de Loja, esto con la finalidad de satisfacer los exigentes paladares de los potenciales clientes.

Recetas Estándar

Cuadro N: 21 Repe

Receta estándar		Foto
Nombre: REPE		
Cantidad	Producto	
120 gr	Guineo	
50 gr	Quesillo	
100 ml	Leche	
40 gr	Cebolla blanca	
5 gr	Ajo	
10 gr	Cilantro	
2 gr	Sal	
Preparación		
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar en una olla el refrito de la cebolla blanca y el ajo. • Picar los guineos verdes en cuadros y agregarlos a la olla. • Colocar 300 ml de agua y dejar que se cocine hasta que tome una consistencia espesa, no olvide revolver constantemente. • Agregar quesillo rayado, sal, leche y por ultimo al momento de servir agregar el cilantro picado. 		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
10 20 30 40		Olla
Grado de dificultad		Cuchara de madera
Fácil Medio Difícil		Cuchillo de picar
Area		Tabla de picar
Fría Caliente		Espumadera
Porciones		Bowl
# 01		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 22 3 Arveja con guineo

Receta estándar		Foto	
Nombre: Arveja con guineo			
Cantidad	Producto		
120 gr	Guineo		
120 gr	Arveja seca		
100 ml	Leche		
40 gr	Cebolla blanca		
5 gr	Ajo		
50 gr	Quesillo		
10 gr	Cilantro		
1 gr	Pimienta		
1 gr	Comino		
2 gr	Sal		
1 gr	Achiote		
Preparación			
<ul style="list-style-type: none"> • Cocinar la arveja. • Hacer un refrito en una olla con la cebolla blanca, ajo, comino y achiote. • Agregar la arveja cocinada y el guineo picado en cuadros, dejar que cocine hasta que espese la mezcla, no olvide revolver constantemente. • Agregar la leche, el quesillo, rectificar el sabor con la sal y la pimienta, por ultimo antes de servir agregar el cilantro picado. 			
Tiempo de preparación		Materiales utilizados	
10 20 30 40		Olla	
Grado de dificultad		Cuchara de madera	
Fácil Medio Difícil		Cuchillo de picar	
Área		Tabla de picar	
Fría Caliente		Bowl	
Porciones			
# 01			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 234 Cecina

Receta estándar		
Nombre: Cecina		Foto
Cantidad	Producto	
200 gr	Lomo	
80 gr	Yuca	
80 gr	Encebollado	
2 gr	Sal	
5 gr	Limón	
1 gr	Pimienta	
Preparación		
<ul style="list-style-type: none"> • Extender el lomo fino sobre la mesa de aluminio aliñar con la sal, limón y pimienta. • Asar en la parrilla por los dos lados. • Servir en un plato con la ensalada, yuca y horchata. 		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
10 20 30 40		Olla
Grado de dificultad		Cuchillo cebollero
Fácil Medio Difícil		Tabla de picar
Área		Parrilla
Fría Caliente		Pinza
Porciones		
# 01		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 245 Seco de pollo

Receta estándar		Foto
Nombre: Seco de pollo		
Cantidad	Producto	
150 gr	Pollo	
100 gr	Tomate	
50 gr	Cebolla	
50 gr	Pimiento	
5 gr	Ajo	
1 gr	Pimienta	
1 gr	Comino	
30 gr	Apio	
2 gr	Canela	
4 gr	Panela	
1 gr	Cilantro	
1 gr	Perejil	
80 gr	Maduro frito	
2 gr	Achiote	
180 gr	Arroz	
80 gr	Aguacate	
Preparación		
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un refrito con el ajo y la cebolla, tomate, pimiento, luego licuar el refrito. • Agregar al refrito apio cortado en brunoise, la canela, panela y el pollo. • Sazonar con la pimienta, comino sal. • Dejar que se cocine hasta que la presa de pollo este suave. • Para terminar la cocción agregar el cilantro y perejil picado finamente. • Aparte pelar los plátanos maduros, córtalos en la forma y tamaño deseado y ponerlos a freír. • Acompañar con arroz amarillo, maduro frito, aguacate y horchata. 		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
10 20 30 40		Olla
Grado de dificultad		Cuchillo cebollero
Fácil Medio Difícil		Tabla de picar
Área		Freidora
Fría Caliente		Cuchareta
Porciones		Licuada
# 01		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 256 Seco de chivo

Receta estándar		Foto
Nombre: Seco de chivo		
Cantidad	Producto	
150 gr	Chivo	
100 gr	Tomate	
50 gr	Cebolla	
30 gr	Pimiento	
5 gr	Ajo	
1 gr	Pimienta	
1 gr	Comino	
2 gr	Pimienta dulce	
2 gr	Canela	
4 gr	Panela	
1 gr	Cilantro	
1 gr	Perejil	
80 gr	Maduro frito	
180 gr	Arroz	
80 gr	Aguacate	
80 gr	Naranjilla	
3 gr	Achiote	
5 gr	Ají	
Preparación		
<ul style="list-style-type: none"> • Sofreír carne de chivo con el ajo machacado, comino, pimienta y sal. • Hacer un refrito con el tomate, cebolla, pimiento, achiote licuar y agregar al chivo. • Agregar la canela, panela, pimienta dulce, ajís , naranjilla, pasta de tomate, a la preparación del chivo. • Cocinar hasta que la carne este totalmente suave, unas dos horas aproximadamente. • Rectifique con sal y pimienta al gusto, agregue el perejil y cilantro picado. • Servir con plátanos maduros fritos, aguacate, arroz amarillo y horchata. 		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
1 hora 2horas 3 horas		Olla
Grado de dificultad		Cuchillo cebollero
Fácil Medio Difícil		Tabla de picar
Área		Freidora
Fría Caliente		Cuchareta
Porciones		Licuada
# 01		Bowl

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 267 Fritada

Receta estándar		Foto
Nombre: Fritada		
Cantidad	Producto	
100 gr	Carne de cerdo	
100 gr	Costilla de cerdo	
80 gr	Yuca	
80 gr	Mote	
70 gr	Maduro	
50 g	Encebollado	
2 gr	Sal	
5 gr	Ajo	
1 gr	Pimienta	
1 gr	Comino	
10 gr	Cebolla paiteña	
10 gr	Cebolla blanca	
1 gr	Achiote	
Preparación		
<ul style="list-style-type: none"> • Licuar la cebolla blanca, cebolla paiteña, el comino, el ajo, sal, pimienta, alinear la carne dejar reposar. • En una olla poner la carne de cerdo con el achiote y agua y dejar cocinar hasta que se reduzca. • Revolver de vez en cuando, cocinar la carne hasta que este dorada. • Freír los plátanos maduros, en la misma grasa de la fritada. • Cocinar la yuca y el mote • Servir en un plato la fritada acompañada de mote, plátano maduro, mote, yuca y el encebollado y horchata 		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
10 20 30 40		Olla
Grado de dificultad		Cuchillo cebollero
Fácil Medio Difícil		Tabla de picar
Área		Cuchara de madera
Fría Caliente		Licudora
Porciones		Freidora
# 01		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 278 Pescado frito

Receta estándar		Foto
Nombre: Pescado frito		
Cantidad	Producto	
300 gr	Pescado rojo	
20 gr	Harina trigo	
80 gr	Lenteja	
70 gr	Plátano verde	
50 g	Encebollado	
2 gr	Sal	
5 gr	Ajo	
1 gr	Pimienta	
1 gr	Comino	
10 gr	Cebolla paiteña	
10 gr	Cebolla blanca	
10 gr	Pimiento	
10 gr	Cilantro	
100 gr	Arroz	
30 gr	Tomate	
1 gr	Achiote	
2 gr	Mostaza	
3 unidades	Limón Meyer	
Preparación		
<p>Aliñar el pescado con al limón, mostaza, comino, pimienta. Enharinar el pescado. Freír en abundante aceite. Hacer un sofrito de cebolla, pimiento, ajo, tomate, luego agregar agua y la lenteja dejar cocinar a fuego lento. Freír los patacones. Servir acompañado con arroz blanco, encebollado y limonada.</p>		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
10 20 30 40		Olla
grado de dificultad		Cuchillo cebollero
Fácil Medio Difícil		Tabla de picar
Área		Cuchara de madera
Fría Caliente		Licuada
Porciones		Freidora
# 01		Freidora

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 289 Humas

Receta estándar		
Nombre: Humas		Foto
Cantidad	Producto	
500 gr	Choclo	
30 gr	Manteca de cerdo	
30 gr	Mantequilla	
200 gr	Queso	
20 gr	Azúcar	
15 g	Sal	
10 gr	Polvo de hornear	
2 unidades	Claras de huevo	
10	Hojas de choclo	
Preparación		
<ul style="list-style-type: none"> • Moler el choclo. • Agregar al choclo molido la manteca de cerdo y la mantequilla derretida. • Agregar el queso fresco, el azúcar, el polvo de hornear, sal, las yemas de huevo. • Agregar las claras de huevo batidas a punto de nieve. • Poner la masa en cada hoja de choclo y envolver, ir colocando en la tamalera. • Cocinar por 30 minutos. 		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
10 20 30 60		Olla tamalera
Grado de dificultad		Batidora eléctrica
Fácil Medio Difícil		Bowl
Área		Cuchareta
Fría Caliente		Sartén pequeño
Porciones		
# 10		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 28 Tamales

Receta estándar		
Nombre: Tamales		Foto
Cantidad	Producto	
800 gr	Mote	
30 gr	Manteca de cerdo	
150 gr	Carne de cerdo	
150 gr	Pollo	
5 gr	Achiote	
15 g	Sal	
10 gr	Polvo de hornear	
40 gr	Zanahoria	
40 gr	Arveja fresca	
10	Hojas de achira	
5 gr	Cebolla blanca	
5 gr	Apio	
5 gr	Pimiento	
2 gr	Pimienta	
2 gr	Comino	
2 gr	Ajo	
Preparación		
<ul style="list-style-type: none"> • Moler el mote en una contextura fina, previamente remojado 3 días antes de la elaboración. • Cocinar en una olla la arveja y la zanahoria. • En una olla poner el agua y cocinar la carne de cerdo y el pollo con el pimiento, el apio, la cebolla, el ajo, el comino, la pimienta. • Agregar a la maza de mote el 500 ml de consomé de las carnes cocinadas, la manteca de cerdo previamente derretida, el achiote, el polvo de hornear, la sal. • Mesclar las carnes desmenuzadas con la arveja y zanahoria cocinada. • En cada hoja de achira colocar una porción de unos 80 gr de maza y rellenar con la mezcla de carnes y envolver, ir colocando en la tamalera. • Cocinar por 60 minutos. • Acompañar con una taza de café y salsa de ají. 		
Tiempo de preparación		Materiales utilizados
1 hora 2 horas 3 horas		Olla tamalera
Grado de dificultad		Molino
Fácil Medio Difícil		Bowl
Área		Cuchareta
Fría Caliente		Sartén pequeño
Porciones		Olla pequeña
# 10		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

LA EMPRESA

Nombre

El Restaurante y cafetería de gastronomía típica lojana se denominará “ Alma Lojana” con el afán de concientizar a los futuros clientes y ciudadanía en general que el degustar de la gastronomía típica lojana puede convertirse en una verdadera tradición que será transmitida de generación en generación conservando nuestras raíces alimenticias.

Slogan

“Gastronomía típica.....el mejor sabor”

Misión

“Que el restaurante y cafetería “Alma Lojana” se convierta en el lugar elegido por propios y extraños, brindando un excelente servicio y de calidad dentro de los productos ofrecidos, para lograr la consolidación en la preferencia de nuestros clientes.”

Visión

Alcanzar la excelencia en el servicio de alimentos y bebidas, capaz de lograr una mejor productividad al satisfacer las necesidades gastronómicas de los clientes lo que permitirá convertirse en el mejor restaurante de comida típica Lojana.

Logotipo

Gráfico N: 13 Logotipo del restaurante y cafetería “Alma Lojana”



Fuente: José Enrique Romero Torres

Elaboración: José Enrique Romero Torres

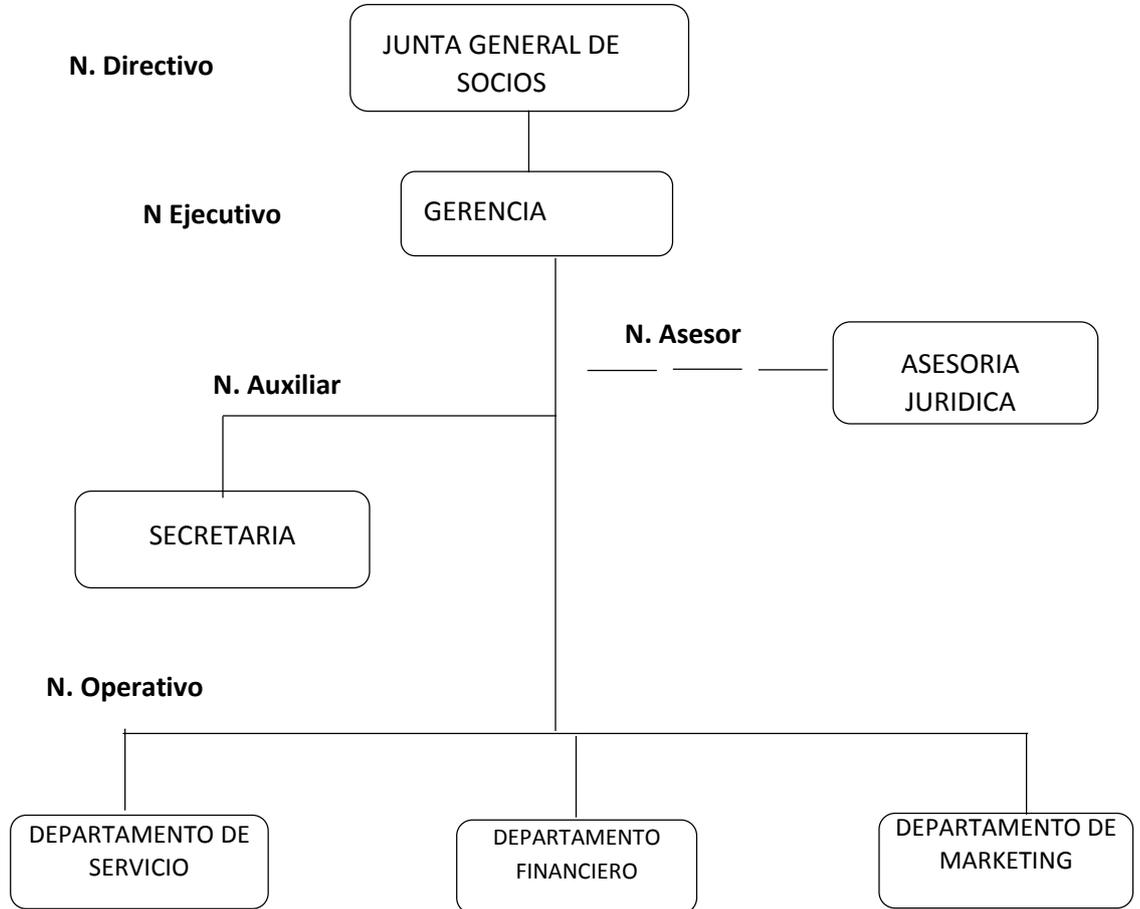
ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

Ya establecido los objetivos empresariales del restaurante, es necesario pensar en la manera eficaz de cómo alcanzar los mismos, razón por la que es necesario crear una estructura organizativa capaz de alcanzar dos fines:

- Identificar cada una de las tareas que tienen como resultado la obtención del producto gastronómico y del servicio que la empresa pretende ofrecer.
- Administrar las distintas tareas necesarias para que, al final de todo el proceso, se obtenga el producto gastronómico de calidad y el servicio esperado.

ORGANIGRAMAS

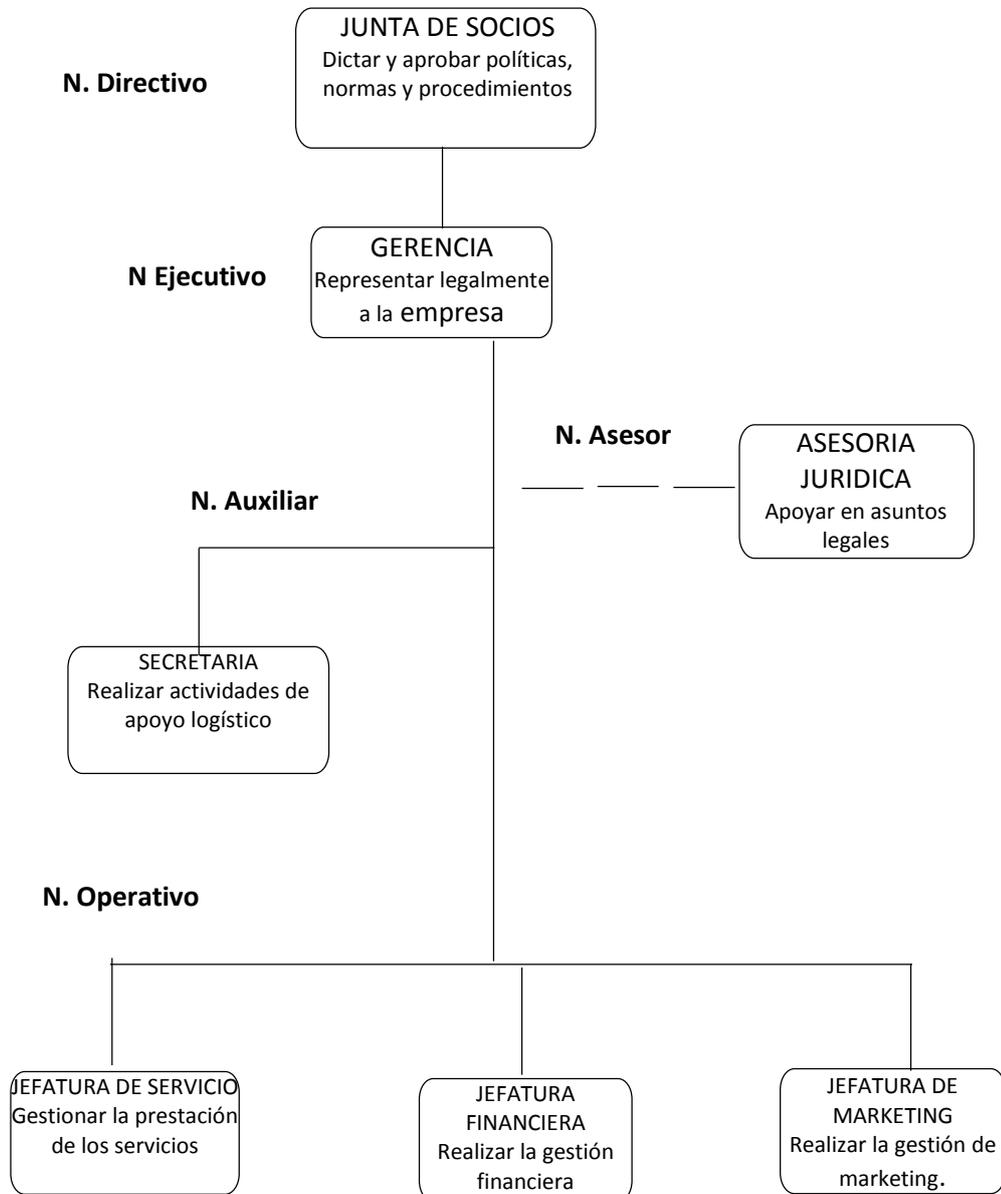
1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

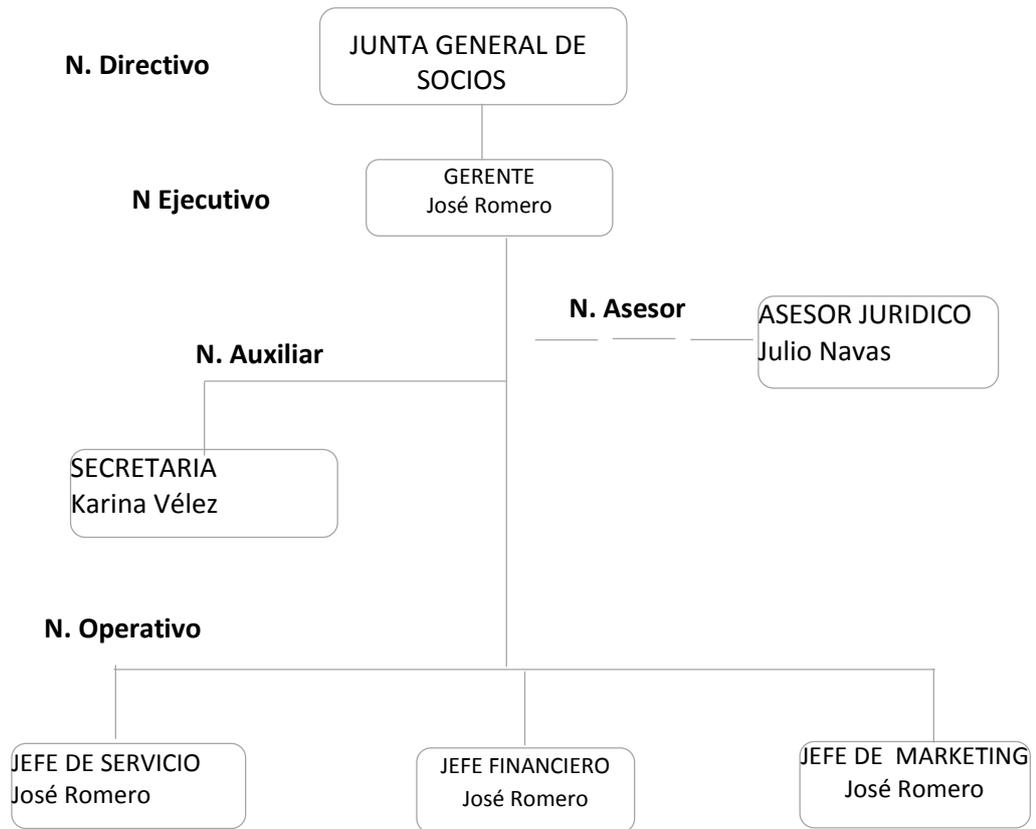
2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

3. ORGANIGRAMA DE POSICIÓN



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Descripción de los puestos de trabajo del personal

Gerentes - Administrador

Durante se empieza el funcionamiento del restaurante el propietario tendrá funciones de gerente general, será la personal que esté al frente de la puesta en marcha del restaurante.

Sus funciones:

- Crear el menú variado de cada día.
- Coordinar las funciones de cada empleado
- Administrar el restaurante en sí.
- Hacer funciones de bodeguero, pedidos de materia prima.
- Hacer funciones de cajero.

Cocinero

Será la persona que está a cargo del desempeño de las funciones de producción de la cocina.

Sus funciones:

- Preparar los alimentos controlando estándares de calidad.
- Supervisar los tiempos de preparación de alimentos.
- Jefe de cocina

Mesero

Se empezara las operaciones del restaurante con un mesero.

Sus funciones:

- Atender eficiente y oportunamente a los clientes.
- Sugerir las diferentes opciones de la carta.
- Recibir los pedidos de los clientes.
- Servir y retirar la orden de los clientes.
- Mantener limpias y ordenadas las mesas y sillas del restaurante.

- **Ayudante de cocina**

Se empezará con un solo ayudante de cocina.

Sus funciones:

- Apoyar en la preparación de los alimentos.
- Realizar la limpieza del área de cocina.
- Apoyar en las tareas de Bodega.
- Mantener una buena comunicación y coordinación con el área de servicio.

Posillero

Se empezará con un solo Posillero

Sus funciones:

- Lavar la vajilla de servicio
- Ayudar al proceso de alimentos.
- Limpieza de la cocina, bodega, baños, etc.

Análisis Legal

Constitución y funcionamiento del restaurante

Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:

- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
 - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
 - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
 - Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
 - Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO

Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal
Para artesanos
- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del Certificado de Votación
- Foto a color tamaño carné actualizada
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana)
- Carné del Gremio Actualizado

Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria

- Certificado del título profesional de la Senecyt
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
- Croquis de la ubicación de la planta
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

Activos fijos

Cuadro N: 29 Instrumento de computación

Instrumentos digitales	Cantidad	Valor U.	Valor total
Plasma tv	2	600	1.200
Computadora	1	500	500
Impresora	1	130	130
Caja registradora	1	45	45
software contable	1	300	300
Total			\$ 2.175

Fuente: Comandato, PC sistemas,

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 30 Mobiliario

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Silla ejecutiva	1	58	58
Barra de 2.5m x 0,60 cm	1	350	350
Silla ejecutiva para cajera	1	58	58
Mesas redondas	9	70	630
Sillas para restaurante	36	23	828
Estantería de almacenamiento lineal	3	150	450
Estantería de almacenamiento angular	3	150	450
Total			\$ 2.824

Fuente: Mueblería Caiza Hermanos

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 31 Menaje de Restaurante

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Cocina	3	130	390
Licadora industrial 3Litros	1	300	300
Cafetera eléctrica 30 tazas café	1	100	100
Horno de 8 latas a gas	1	300	300
Mesa de trabajo 2,20 x 80 m	2	250	500
Campana extractora de olores	1	400	400
Fregadero de dos pozos	1	200	200
Basureros grandes	2	50	100
Estantería de dos divisiones de 2,20 x 1,20 m	2	250	500
Balanza	1	30	30
Congelador diferentes divisiones	1	1500	1500
Frigoríficos diferentes divisiones	1	1000	1000
Cilindros de gas industriales	4	55	220
Total			\$ 4.850

Fuente: Montero, industrial Quitumbe, Pica.

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 32¹⁰ Utensilio de cocina

Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor total
Olla de 2 lt de acero inoxidable	3	10	30
Olla de 4 lt de acero inoxidable	3	15	45
Olla de 10 litros acero inoxidable	2	25	50
Olla de 20 lt de acero inoxidable	2	30	60
Sartén grande	2	10	20
Tabla picar colores 50 x 30 cm	4	7	28
Cuchillos	4	10	40
Cucharones de acero inoxidable	2	6	12
Cucharetas de acero inoxidable	8	4	32
Latas de pan	5	10	50
Bowls pequeños acero inoxidable	3	3	9
Bolws mediano acero inoxidable	3	4	12
Cernidor metálico	2	4	8
Espátulas acero inoxidable	2	3	6
Jarras plásticas 10 lt	2	4	8
Pinzas parrilleras	2	2	4
platos soperos	70	4	280
Plato base para sopero	70	3	210
Plato para fuertes	70	5	350
Platos para postre	70	3	210
Vasos de polietileno	70	2	140
Saleros	20	1	20
Pocillos para ají	12	3	36
Copas de helado	70	3	210
Tazas platos para café	30	5	150
Total			\$ 2.160

Fuente: Montero, Pica.

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Activos Diferidos

Cuadro N: 33 Activos Diferidos

Descripción	Valor total
Constitución legal (permiso de funcionamiento)	\$ 350

Fuente: Investigación de campo, Quito Turismo.

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Capital de Trabajo

Costo de Producción

Cuadro N: 34¹¹ Insumos de producción (mensuales)

Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Arroz (quintal)	4	50	200
Azúcar (quintal)	4	55	220
Aceite (litro)	160	1	160
Comino, pimienta, ajo, orégano. (Kilo)	1	2	2
Pasta de tomate (galón)	5	4,5	22,5
Maní (quintal)	1	60	60
Arveja seca (quintal)	1	70	70
Vino tinto (litro)	4	3	12
Vinagre (litro)	3	3	9
salsa de tomate (galón)	5	3,6	18
Mayonesa (galón)	5	3,5	17,5
Mote seco (quintal)	2	80,75	161,5
Achiote (kilo)	1	3	3
Café lojano (kilo)	3	2,35	7,05
Polvo de hornear (kilo)	1	3	3
Panela (kilo)	4	2	8
Leche (litro)	30	0,7	21
Crema de leche (litro)	10	3,5	35
Quesillo (kilo)	5	2,6	13
Queso (kilo)	5	2,8	14
Guineo (unidades)	100	0,05	5
Arveja fresca (quintal)	1	60	60
Yuca (quintal)	3	30	90
Cebolla paiteña (quintal)	1	40	40
Cebolla larga (atado)	20	1,3	26
Cebolla perla (quintal)	1	45	45
Tomate riñón (caja)	4	7	28
Pimiento verde y rojo (quintal)	1	38	38
Ajo (kilo)	15	3	45
Apio (kilo)	10	1,4	14
Plátano verde (unidades)	100	0,2	20
Zanahoria (quintal)	1	35	35
Naranjas (unidades)	50	0,1	5
Hojas de achira (unidades)	200	0,05	10
Choclo tierno (quintal)	1	40	40
Horchata (kilo)	3	3,5	10,5
Naranjillas (kilo)	3	2,8	8,4
Limón (kilo)	5	1,4	7
Papa (quintal)	1	26	26
Pollo (unidades)	30	7	210
Cerdo (kilo)	40	3	120

Costilla de res (kilo)	20	2	40
Cotilla de cerdo (kilo)	20	2	40
Guata (kilo)	20	2,2	44
Cuero cerdo (kilo)	20	1,8	36
Pescado (kilo)	20	2,5	50
Pescado (unidades)	20	0,6	12
Total			\$ 2.181,45

Fuente: Investigación de campo, Supermaxi, bodega central

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 35¹² Mantenimiento de Equipos

Descripción	Cant.	Precio U.	Mensual	semestral	anual
Equipo de computación	1	20	20	120	240
Equipo de cocina	1	60	60	360	720
Total			\$ 80	\$ 480	\$ 960

Fuente: Investigación de campo, Soluciones de cómputo, Pro soluciones de aluminio

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 36 Mano de obra directa (2017)

Descripción	Mensual	Semestral	Anual
Administrador	600	3.600,00	7.200,00
Cocinero	450	2.700,00	5.400,00
Ayudante de cocina	375	2.250,00	4500
Mesero	375	2.250,00	4500
Posillero	375	2.250,00	4500
Total	2.175,00	13.050,00	26.100,00

Fuente: Ministerio de relaciones laborales, IESS

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Gastos Generales

Cuadro N: 37 Servicios generales

Descripción	Mensual	Semestral	Anual
Arriendo	200	1200	2400
Agua	20	120	240
Energía eléctrica	40	240	480
Teléfono	20	120	240
Internet	25	150	300
Total	305	1830	3660

Fuente: Investigación primaria

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 38 Artículo de limpieza y aseo

Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor total
Escobas	3	3	9
Recogedor de basura	2	4	8
Guantes	5	1,6	8
Vileda	10	0,4	4
Funda pequeña	10	2,1	21
Trapeadores	2	3,4	6,8
Papel higiénico (rollo grande)	3	4	12
Toalla papel (baño)	3	4	12
Jabón líquido (litro)	5	2	10
Cloro (litro)	10	2	20
Dispensador jabón	2	5	10
Dispensador de toalla de mano	2	7	14
Lava vajilla (litro)	10	1,8	18
Total			\$ 152,8

Fuente: Investigación de campo, supermaxi, bodega central

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 39 Suministro de oficina (mensual)

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Rema de papel	4	3,5	14
Grapadora, perforadora	1	17	17
Sello y tinta para sello	1	10	10
Caja esferográfico	1	4	4
Grapadora, portaminas, cinta, corrector, cuadernos	3	31	93
Facturas	3	6	18
Total			\$ 156

Fuente: Súper Paco

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Gastos AdministrativosCuadro N: 40¹³ Publicidad

Descripción	Cantidad	Valor U.	Mensual	Semestral	Anual
Sponsor radial	1	180	180	1.080,00	2.160,00
Llaveros	100	0,7	70	420,00	840,00
Tazas	100	1,6	160	960,00	1.920,00
Esferográfico	100	0,4	40	240,00	480,00
Calendarios	100	1	100	600,00	1.200,00
Porta servilleta	100	1	100	600,00	1.200,00
Total			\$ 650	\$ 3.900	\$ 7.800

Fuente: Publihouse, Radio Canela,

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 41¹⁴ Uniformes del personal (anual)

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Uniformes de chef	2	40	80
Uniformes de ayudante de cocina	2	40	80
Uniformes de meseros	2	40	80
Total			\$ 240

Fuente: Chef city

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 42 Gasto de seguridad industrial (anual)

Descripción	Cantidad	Valor U.	Valor t
Extintores de 10 lb	2	40	80
Botiquín	1	33	33
Total			\$ 113

Fuente: farmacia económicas, Seguridad Industrial Amazonas

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Plan de inversión

Cuadro N: 43¹⁵ Plan de inversión

Conceptos	Cantidad	Costo unitario	Montos	Total
Activo fijo				
Plasma lg 41"	2	600,00	1.200,00	1.200,00
Computadora mini	1	500,00	500,00	500,00
Impresora Epson	1	130,00	130,00	130,00
Caja registradora	1	45,00	45,00	45,00
Software contable	1	300,00	300,00	300,00
Sillas ejecutivas	2	58,00	116,00	116,00
Mesas redondeadas	9	70,00	630,00	630,00
Sillas	36	23,00	828,00	828,00
Estantería de almacenamiento	6	150,00	900,00	900,00
Barra de 2,50m x 0,60cm	1	350,00	350,00	350,00
Cocina industrial	3	130,00	390,00	390,00
Licuada industrial	1	300,00	300,00	300,00
Cafetera eléctrica 30 tazas	1	100,00	100,00	100,00
Corno de 8 latas a gas	1	300,00	300,00	300,00
Mesa de trabajo 2,20m x 80m	2	250,00	500,00	500,00
Campana extractora de olores	1	400,00	400,00	400,00
Fregadero de dos pozos	1	200,00	200,00	200,00

Basurero grande	2	50,00	100,00	100,00
Estantería de dos divisiones	2	250,00	500,00	500,00
Balanza	1	30,00	30,00	30,00
Congelador diferentes divisiones	1	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Frigorífico diferentes divisiones	1	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Cilindro de gas industrial	4	55,00	220,00	220,00
Activo diferido				
Constitución legal	1	2.802.75	2.802.75	2.802.75
Capital de Trabajo				
Costos de producción y operación	1	5955.25	5955.25	5955.25
Capital – total			19.292,00	19.292,00

Fuente: Estudio Económico-Financiero
 Elaboración: José Enrique Romero Torres

Fuente de Financiamiento

Cuadro N: 44¹⁶ Fuente de financiamiento

Detalle	Aporte	%
BanEcuador	19.292	100%

Fuente: Estudio Económico-Financiero
 Elaboración: José Enrique Romero Torres

COSTO TOTAL DE PRODUCCION.

Para determinar este costo, se obtiene primeramente el costo de producción y a ello se suma el costo de operación, como se trata de platos típicos y cafés; se tiene un costo promedio para cualquiera de los platos típicos y otro para los cafés, de tal forma se tiene:

Costo de producción de platos típicos 78.624

Cuadro N: 45¹⁷ Costo promedio de plato

Ingredientes	Presentación	Precio	Tamaño	Porciones	Precio por unidad	Costo anual
Chanco	20 kg	\$ 100,00	200 gr	100	1	
Yuca	50 kg	\$ 10,00	100 gr	500	0,02	
Ensalada	1 kg	\$ 4,00	50 gr	20	0,2	
Horchata	160 c3	\$ 0,40	160 c3	20	0,1	
Total costo receta					1,32	103.309

Fuente: Estudio Económico-Financiero
 Elaboración: José Enrique Romero Torres

Costo de producción de cafés.

Cuadro N: 46 Costo promedio de café.

Ingredientes	Presentación	Cantidad	Costo por unidad	Costo total
Tamal, huma	Unidad	1	0.50	
Café		0	0.05	
Total costo receta			0.55	7.208

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaboración: José Enrique Romero Torres

Costo insumos directos 110.517 dólares.

Con estos datos elaboramos el correspondiente presupuesto de costos para 78.624 unidades.

Cuadro N: 47: Costos de producción

COSTO DE PRODUCCION	1,00
Insumos directos	110.517,00
Mano de obra	26.100,00
Arriendos	2.400,00
Uniformes de personal	240,00
Energía Eléctrica	480,00
Agua Potable	24,00
Depreciacion de utensilios de cocina	216,00
Depreciacion de Menaje	485,00
Depreciacion Muebles y Enseres	282,00
TOTAL COSTO PRODUCCION	140.744,00
COSTO DE OPERACIÓN	
<u>Gastos de Administración</u>	
Seguridad industrial	113,00
Material de oficina	156,00
Suministros de Limpieza	152,80
Servicio Telefónico	240,00
Servicio de Internet	300,00
Depreciacion Equipo de Computo	725,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.686,80
<u>Gastos de Ventas</u>	
Publicidad	7.800,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	7.800,00
<u>Gastos Financieros</u>	
Intereses sobre crédito	1.832,74
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.832,74

Otros Gastos	
Amortización del activo diferido	560,60
Amortización del crédito	3.858,40
TOTAL OTROS GASTOS	4.419,00
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	15.738,54
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	156.482,54

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaboración: José Enrique Romero Torres

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Cuadro N: 48 Presupuesto de ingresos

año	1	2	3	4	5
Costo Unitario	1,99	2,08	2,17	2,27	2,38
Unidades producidas	78.624,00	78.624,00	78.624,00	78.624,00	78.624,00
Precio de venta	2,50	2,50	2,50	3,00	3,00
Ingresos	196.560	196.560	196.560	235.872	235.872

año	6	7	8	9	10
Costo Unitario	2,43	2,55	2,68	2,81	2,95
Unidades producidas	78.624,00	78.624,00	78.624,00	78.624,00	78.624,00
Precio de venta	3,00	3,50	3,50	3,50	4,00
Ingresos	235.872	275.184	275.184	275.184	314.496

Fuente: Estudio Económico-Financiero

Elaboración: José Enrique Romero Torres

PREPUPUESTO PROYECTADO

El presupuesto se proyecta con el 5% de inflación.

Cuadro N: 49 Presupuesto proyectado

COSTO DE PRODUCCION	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Insumos directos	110.517,00	116.042,85	121.844,99	127.937,24	134.334,10	141.050,81	148.103,35	155.508,52	163.283,94	171.448,14
Mano de obra	26.100,00	27.405,00	28.775,25	30.214,01	31.724,71	33.310,95	34.976,50	36.725,32	38.561,59	40.489,67
Arriendos	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08	3.216,23	3.377,04	3.545,89	3.723,19
Uniformes ded personal	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70	354,59	372,32
Energía Eléctrica	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44	612,62	643,25	675,41	709,18	744,64
Agua Potable	24,00	25,20	26,46	27,78	29,17	30,63	32,16	33,77	35,46	37,23
Depreciacion de utensilios de cocina	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00
Depreciacion de Menaje	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00
Dereciacion Muebles y Enseres	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00
TOTAL COSTO PRODUCCION	140.744,00	147.732,05	155.069,50	162.773,83	170.863,37	179.357,39	188.276,11	197.640,76	207.473,65	217.798,18
COSTO DE OPERACIÓN										
Seguridad industrial	113,00	118,65	124,58	130,81	137,35	144,22	151,43	159,00	166,95	175,30
Material de oficina	156,00	163,80	171,99	180,59	189,62	199,10	209,05	219,51	230,48	242,01
Suministros de Limpieza	152,80	160,44	168,46	176,89	185,73	195,02	204,77	215,00	225,76	237,04

Servicio Telefónico	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70	354,59	372,32
Servicio de Internet	300,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Depreciacion Equipo de Computo	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.686,80	1.659,89	1.694,63	1.731,12	1.769,42	1.809,64	1.851,88	1.896,22	1.942,78	1.991,67
Publicidad	7.800,00	8.190,00	8.599,50	9.029,48	9.480,95	9.955,00	10.452,75	10.975,38	11.524,15	12.100,36
TOTAL GASTOS DE VENTAS	7.800,00	8.190,00	8.599,50	9.029,48	9.480,95	9.955,00	10.452,75	10.975,38	11.524,15	12.100,36
Interesses sobre crédito	1.832,74	1.446,90	1.061,06	868,14	289,38	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.832,74	1.446,90	1.061,06	868,14	289,38	-	-	-	-	-
Amortizacion del activo diferido	560,60	560,60	560,60	560,60	560,60	-	-	-	-	-
Amortizacion del crédito	3.858,40	3.858,40	3.858,40	3.858,40	3.858,40	-	-	-	-	-
TOTAL OTROS GASTOS	4.419,00	4.419,00	4.419,00	4.419,00	4.419,00	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	15.738,54	15.715,79	15.774,19	16.047,73	15.958,75	11.764,64	12.304,62	12.871,60	13.466,93	14.092,03
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	156.482,54	163.447,84	170.843,70	178.821,56	186.822,12	191.122,03	200.580,73	210.512,36	220.940,58	231.890,21

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

Cuadro N: 50: Estados de Pérdidas y Ganancias

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	196.560,00	196.560,00	196.560,00	235.872,00	235.872,00	235.872,00	275.184,00	275.184,00	275.184,00	314.496,00
TOTAL DE INGRESOS	196.560,00	196.560,00	196.560,00	235.872,00	235.872,00	235.872,00	275.184,00	275.184,00	275.184,00	314.496,00
Costo de producción	140.744,00	147.732,05	155.069,50	162.773,83	170.863,37	179.357,39	188.276,11	197.640,76	207.473,65	217.798,18
Costo de operación	15.738,54	15.715,79	15.774,19	16.047,73	15.958,75	11.764,64	12.304,62	12.871,60	13.466,93	14.092,03
COSTO TOTAL	156.482,54	163.447,84	170.843,70	178.821,56	186.822,12	191.122,03	200.580,73	210.512,36	220.940,58	231.890,21
UTILIDAD BRUTA	40.077,46	33.112,16	25.716,30	57.050,44	49.049,88	44.749,97	74.603,27	64.671,64	54.243,42	82.605,79
15% utilidad trabajadores	6.011,62	4.966,82	3.857,45	8.557,57	7.357,48	6.712,50	11.190,49	9.700,75	8.136,51	12.390,87
UTILIDAD ANT.IMPTO	34.065,84	28.145,34	21.858,86	48.492,87	41.692,40	38.037,48	63.412,78	54.970,89	46.106,90	70.214,92
25% impuesto a la renta	7.494,49	6.191,97	4.808,95	10.668,43	9.172,33	8.368,24	13.950,81	12.093,60	10.143,52	15.447,28
UTILIDAD ANT.RESERVA	26.571,36	21.953,36	17.049,91	37.824,44	32.520,07	29.669,23	49.461,97	42.877,29	35.963,39	54.767,64
10% Reserva Legal	2.657,14	2.195,34	1.704,99	3.782,44	3.252,01	2.966,92	4.946,20	4.287,73	3.596,34	5.476,76
UTILIDAD LIQUIDA	23.914,22	19.758,03	15.344,92	34.042,00	29.268,06	26.702,31	44.515,77	38.589,56	32.367,05	49.290,87

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:

José Enrique Romero Torres

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio es un cálculo crítico para el mantenimiento del restaurante y cafetería de gastronomía típica lojana. Implica la determinación del volumen de ventas (ingresos) necesarios para que el restaurante no gane ni pierda.

CLASIFICACION DE COSTOS

Cuadro N: 51 Clasificación de costos

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS										
Depreciacion de edificio	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00	216,00
Depreciacion de herramientas	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00	485,00
Deprec. de muebles y enseres	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00	282,00
Deprec. Equipo de Computación	725,00	500,00	500,00	500,00	500,00	501,00	502,00	503,00	504,00	505,00
Mano de obra directa	26.100,00	27.405,00	28.775,25	30.214,01	31.724,71	33.310,95	34.976,50	36.725,32	38.561,59	40.489,67
Remuneraciones administrativas	113,00	118,65	124,58	130,81	137,35	144,22	151,43	159,00	166,95	175,30
Servivo telefónico	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70	354,59	372,32
Internet	300,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Utiles de oficina	156,00	163,80	171,99	180,59	189,62	199,10	209,05	219,51	230,48	242,01
Utiles de aseo	152,80	160,44	168,46	176,89	185,73	195,02	204,77	215,00	225,76	237,04
Intereses	1.832,74	1.446,90	1.061,06	868,14	289,38	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización del activo diferido	560,60	560,60	560,60	560,60	560,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización del crédito*	3.858,40	3.858,40	3.858,40	3.858,40	3.858,40	-	-	-	-	-
TOT. COSTOS FIJOS	35.021,54	35.688,79	36.707,94	37.990,27	38.960,52	35.879,59	37.588,37	39.382,54	41.266,37	43.244,34
COSTOS VARIABLES										
Insumos directos	110.517,00	116.042,85	121.844,99	127.937,24	134.334,10	141.050,81	148.103,35	155.508,52	163.283,94	171.448,14
Materiales indirectos	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08	3.216,23	3.377,04	3.545,89	3.723,19
Energía eléctrica	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44	612,62	643,25	675,41	709,18	744,64
Servicio religioso	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70	354,59	372,32
Agua Potable	24,00	25,20	26,46	27,78	29,17	30,63	32,16	33,77	35,46	37,23
Publicidad	7.800,00	8.190,00	8.599,50	9.029,48	9.480,95	9.955,00	10.452,75	10.975,38	11.524,15	12.100,36

TOT. COSTOS VARIABLES	121.461,00	127.534,05	133.910,75	140.606,29	147.636,60	155.018,43	162.769,36	170.907,82	179.453,22	188.425,88
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	156.482,54	163.222,84	170.618,70	178.596,56	186.597,12	190.898,03	200.357,73	210.290,36	220.719,58	231.670,21

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

Método matemático

a) En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{CostosFijos}}{1 - (\text{CostosVariables}/\text{VentasTotales})}$$

121.461

196.560

$$PE = \frac{1 - 35.021.54}{}$$

PE: 91.664 Dólares

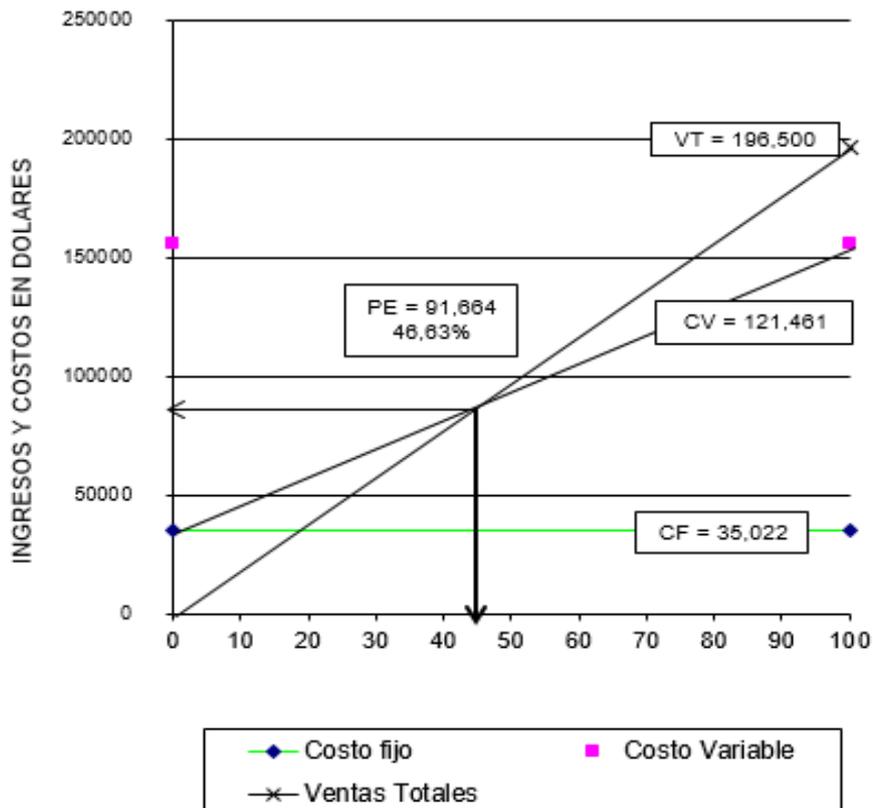
b) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{CostosFijos}}{\text{VentasTotales} - \text{CostosVariables}} \times 100$$

$$PE = \frac{35.021.54}{196.500 - 124.461} * 100$$

PE= 46.63%

GRAFICO N° 14
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LOS INGRESOS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA



Fuente: Estudio Económico-Financiero
 Elaboración: José Enrique Romero Torres

Análisis:

El gráfico anterior indica que el punto de equilibrio para el primer año se produce cuando el restaurante y cafetería “Alma Lojana” trabaje con una capacidad de instalada del 46.63% y sus ventas o ingresos sean de \$91.664 dólares. Cuando en el negocio se trabaje en un porcentaje inferior a la capacidad instalada indicada anteriormente y cuando sus ingresos sean menores, se tendrá pérdidas; cuando se trabaje más del 46.63% y las ventas sean mayores a \$91.664 dólares el restaurante y cafetería comenzará a obtener utilidades.

EVALUACION FINANCIERA

Para hacer la evaluación financiera se utiliza el flujo de caja.

Cuadro N: 52 Flujo de caja

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	196.560,00	196.560,00	196.560,00	235.872,00	235.872,00
valor residual					
TOTAL DE INGRESOS	196.560,00	196.560,00	196.560,00	235.872,00	235.872,00
EGRESOS					
Costo de producción.	140.744,00	147.732,05	155.069,50	162.773,83	170.863,37
Costo de operación	15.738,54	15.715,79	15.774,19	16.047,73	15.958,75
EGRESO TOTAL	156.482,54	163.447,84	170.843,70	178.821,56	186.822,12
UTILIDAD GRAVABLE	40.077,46	33.112,16	25.716,30	57.050,44	49.049,88
15% Trabajadores	6.011,62	4.966,82	3.857,45	8.557,57	7.357,48
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	34.065,84	28.145,34	21.858,86	48.492,87	41.692,40
22% Impto. a la renta	7.494,49	6.191,97	4.808,95	10.668,43	9.172,33
UTILIDAD NETA	26.571,36	21.953,36	17.049,91	37.824,44	32.520,07
Depreciaciones	3.453,00	3.453,00	3.453,00	3.453,00	3.453,00
FLUJO DE CAJA	30.024,36	25.406,36	20.502,91	41.277,44	35.973,07

INGRESOS	6	7	8	9	10
Ventas	235.872,00	275.184,00	275.184,00	275.184,00	314.496,00
valor residual					23.000,00
TOTAL DE INGRESOS	235.872,00	275.184,00	275.184,00	275.184,00	337.496,00
EGRESOS					
Costo de producción.	179.357,39	188.276,11	197.640,76	207.473,65	217.798,18
Costo de operación	11.764,64	12.304,62	12.871,60	13.466,93	14.092,03
EGRESO TOTAL	191.122,03	200.580,73	210.512,36	220.940,58	231.890,21
UTILIDAD GRAVABLE	44.749,97	74.603,27	64.671,64	54.243,42	105.605,79
15% Trabajadores	6.712,50	11.190,49	9.700,75	8.136,51	15.840,87
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	38.037,48	63.412,78	54.970,89	46.106,90	89.764,92
22% Impto. a la renta	8.368,24	13.950,81	12.093,60	10.143,52	19.748,28
UTILIDAD NETA	29.669,23	49.461,97	42.877,29	35.963,39	70.016,64
Depreciaciones	3.454,00	3.455,00	3.456,00	3.457,00	3.458,00
FLUJO DE CAJA	33.123,23	52.916,97	46.333,29	39.420,39	73.474,64

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El método de valor presente es uno de los criterios económicos más utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, es recomendable que el proyecto sea aceptado. Cuando el VAN toma un valor igual a 0 pasa a llamarse TIR (Tasa Interna de Retorno) que es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.) (Roca, Florencia ,2013).

$$F = \frac{1}{1 + i^n}$$

En donde:

F= Factor de Actualización

i = Tasa de oportunidad

n = Número de años

$$F = \frac{1}{1 + (17)^1} = 0,85470$$

Para calcular el van se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{VAN} - \text{Inversión inicial}$$

De acuerdo al resultado obtenido el VAN es de \$ 179.013, dólares, siendo este un valor positivo y mayor a 1; por lo tanto el proyecto desde el punto de vista financiero es rentable

Cuadro N: 53 Valor Actual Neto

A C T U A L I Z A C I Ó N			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 15%	VALOR ACTUAL
1	30.024,36	0,86957	26.108,14
2	25.406,36	0,75614	19.210,86
3	20.502,91	0,65752	13.481,00
4	41.277,44	0,57175	23.600,51
5	35.973,07	0,49718	17.884,97
6	33.123,23	0,43233	14.320,09
7	52.916,97	0,37594	19.893,45
8	46.333,29	0,32690	15.146,44
9	39.420,39	0,28426	11.205,73
10	73.474,64	0,24718	18.161,81
		Sumatoria	179.012,99
		Inversión	19.292,00

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

$$VAN = \sum VAN - \text{Inversión inicial}$$

$$VAN = 179.013 - 19.292$$

$$VAN = 159.721$$

Al tener un van positivo se acepta la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

En una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión.

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.(Roca, Florencia ,2013).

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

La TIR del presente proyecto es del 146.12%, siendo mayor a la tasa de oportunidad del mercado que es de 10%, por lo tanto en base a los criterios de decisión es factible la ejecución del proyecto.

Cuadro N: 54 Tasa de Retorno Interno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		146,00%		147,00%	
0			-19.292,00		-19.292,00
1	30.024,36	0,406504	12.205,02	0,404858	12.155,61
2	25.406,36	0,165246	4.198,29	0,163910	4.164,36
3	20.502,91	0,067173	1.377,24	0,066360	1.360,58
4	41.277,44	0,027306	1.127,13	0,026867	1.108,98
5	35.973,07	0,011100	399,30	0,010877	391,28
6	33.123,23	0,004512	149,46	0,004404	145,86
7	52.916,97	0,001834	97,06	0,001783	94,34
8	46.333,29	0,000746	34,55	0,000722	33,44
9	39.420,39	0,000303	11,95	0,000292	11,52
10	73.474,64	0,000123	9,05	0,000118	8,69
			14,98		-111,18

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

$$TIR = 146 + 1 \left(\frac{14.98}{14.98 - -111.18} \right)$$

$$TIR = 146 + 1 \left(\frac{14.98}{14.98 + 111.18} \right)$$

$$TIR = 146.12$$

Puesto que la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta la inversión.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO (B/C)

B/C un criterio adicional al VAN y a la TIR, tradicionalmente utilizado en la evaluación de un Plan de negocios es la razón beneficio - costo, es decir cuando se aplica teniendo en cuenta los flujos no descontados, lleva a los mismos problemas ya indicados al valor tiempo del dinero, estas limitaciones han inducido a utilizar factores descontados utilizando la tasa de oportunidad del capital en el mercado. (Roca, Florencia ,2013).

La relación beneficio/costo mide el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, a diferencia del VAN, la relación beneficio - costo, entrega un índice de relación, en lugar de un valor concreto; con lo cual se determina la factibilidad del mismo en base a los siguientes criterios:

- 1) Cuando se obtiene un índice menor a 1 el proyecto no renta lo que el inversionista exige a la inversión.
- 2) Cuando se obtiene un índice de la relación beneficio-costo igual a 1, el proyecto renta justo lo que el inversionista exige de la inversión.
- 3) Cuando el índice es mayor a 1, el proyecto renta más de lo que el inversionista exige de la inversión.

$$BENEFICIO/COSTO = \left(\frac{\sum \text{Ingresos actuales}}{\sum \text{Egresos actuales}} \right)$$

Cuadro N: 55 Beneficio- Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	196.560,00	0,8696	170.921,74
2	196.560,00	0,7561	148.627,60
3	196.560,00	0,6575	129.241,39
4	235.872,00	0,5718	134.860,58
5	235.872,00	0,4972	117.270,07
6	235.872,00	0,4323	101.973,97
7	275.184,00	0,3759	103.451,86
8	275.184,00	0,3269	89.958,14
9	275.184,00	0,2843	78.224,47
10	275.184,00	0,2472	68.021,28
			1.142.551,10

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

Cuadro N: 56 Beneficio- Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	156.482,54	0,9091	142.256,85
2	163.447,84	0,8264	135.080,86
3	170.843,70	0,7513	128.357,40
4	178.821,56	0,6830	122.137,53
5	186.822,12	0,6209	116.001,84
6	191.122,03	0,5645	107.883,40
7	200.580,73	0,5132	102.929,63
8	210.512,36	0,4665	98.205,57
9	220.940,58	0,4241	93.700,37
10	231.890,21	0,3855	89.403,72
			1.135.957,17

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

$$BENEFICIO/COSTO = \left(\frac{1.142.551,10}{1.135.957,17} \right)$$

$$BENEFICIO/COSTO = 1.25$$

$$RBC = 0.25 \text{ dolares}$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Permite determinar el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión

Los valores serán actualizados al 10 % que es la Tasa de descuento actualizada en función de la tasa de interés con la cual la entidad financiera (BE), nos otorga el crédito

$$PRI = \text{Año que supera} + \frac{(\text{Inversión} - \Sigma \text{Primeros Flujos})}{(\text{Flujo del año que supera la inversión})}$$

Cuadro N: 57 Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJO NETO	SUMATORIA
	19.292,00	
1	30.024,36	30.024,36
2	25.406,36	
3	20.502,91	
4	41.277,44	
5	35.973,07	
6	33.123,23	
7	52.916,97	
8	46.333,29	
9	39.420,39	
10	73.474,64	
		30.024,36

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

$$PRI = 1 + 30.024.36 \frac{(19.292 - 30.024.36)}{(30.024.36)}$$

$$PRI = 0.86$$

De acuerdo al análisis del cuadro adjunto, se puede determinar que el capital invertido se lo recupera en 3 años, 10 meses, pudiéndose solicitar créditos en base a los porcentajes determinados para cada año en dicho análisis.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del Plan de negocios, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles un incremento o disminución de los precios. (Roca, Florencia ,2013).

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el Plan de negocios es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el Plan de negocios no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible

Diferencia de TIR = TIR del plan - Nueva TIR

% de variación = Diferencia entre TIR

TIR del Plan

Sensibilidad = % de Variación

Nueva TIR

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 15,30% EN LOS COSTOS
Cuadro N: 58 Análisis de Sensibilidad

AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		15.30%			61,00%		62,00%	
						19.292,00		-19.292,00
1	156.482,54	180.424,37	196.560,00	16.135,63	0,62112	10.022,13	0,61728	9.960,27
2	163.447,84	188.455,36	196.560,00	8.104,64	0,38579	3.126,67	0,38104	3.088,19
3	170.843,70	196.982,78	196.560,00	-422,78	0,23962	-101,31	0,23521	-99,44
4	178.821,56	206.181,26	235.872,00	29.690,74	0,14883	4.418,93	0,14519	4.310,83
5	186.822,12	215.405,90	235.872,00	20.466,10	0,09244	1.891,93	0,08962	1.834,26
6	191.122,03	220.363,70	235.872,00	15.508,30	0,05742	890,45	0,05532	857,97
7	200.580,73	231.269,58	275.184,00	43.914,42	0,03566	1.566,12	0,03415	1.499,69
8	210.512,36	242.720,76	275.184,00	32.463,24	0,02215	719,09	0,02108	684,34
9	220.940,58	254.744,49	275.184,00	20.439,51	0,01376	281,21	0,01301	265,97
10	231.890,21	267.369,41	275.184,00	7.814,59	0,00855	66,78	0,00803	62,77
						66,36		-197,90
NTIR =		61,25%						

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:
José Enrique Romero Torres

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **84,87%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **58,08%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9482484**

Significa que la empresa puede incrementar sus costos hasta en 15.30% y seguir siendo rentable.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 12,55% EN LOS INGRESOS

Cuadro N: 59 Análisis de sensibilidad del 12,55% en los ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			12,55%		59,00%		60,00%	
						-19.292,00		-19.292,00
1	156.482,54	196.560,00	171.891,72	15.409,18	0,6289	9.691,31	0,6250	9.630,74
2	163.447,84	196.560,00	171.891,72	8.443,88	0,3956	3.340,01	0,3906	3.298,39
3	170.843,70	196.560,00	171.891,72	1.048,02	0,2488	260,72	0,2441	255,86
4	178.821,56	235.872,00	206.270,06	27.448,51	0,1565	4.294,67	0,1526	4.188,31
5	186.822,12	235.872,00	206.270,06	19.447,94	0,0984	1.913,76	0,0954	1.854,70
6	191.122,03	235.872,00	206.270,06	15.148,04	0,0619	937,51	0,0596	902,89
7	200.580,73	275.184,00	240.648,41	40.067,68	0,0389	1.559,60	0,0373	1.492,64
8	210.512,36	275.184,00	240.648,41	30.136,04	0,0245	737,75	0,0233	701,66
9	220.940,58	275.184,00	240.648,41	19.707,83	0,0154	303,43	0,0146	286,79
10	231.890,21	275.184,00	240.648,41	8.758,20	0,0097	84,81	0,0091	79,66
						208,48		-64,00
NTIR =		59,77%						

Fuente: Estudio Económico-Financiero Elaboración:

José Enrique Romero Torres

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **86,35%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **59,10%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9888417**

Significa que la empresa puede disminuir sus ingresos hasta el 12.55% y sigue siendo retable.

G. DISCUSIONES

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis denominado “Diseño del restaurante y cafetería de comidas típicas Alma Lojana”, mediante la Elaboración del Plan de Negocios para promover el Desarrollo del Turismo gastronómico, en el sur de la ciudad de Quito, cantón Quito, provincia de Pichincha”, se utilizó varios métodos y técnicas para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

En la realización del diagnóstico situacional se procedió a realizar un análisis general de la situación actual interna como la técnica de la observación directa a través de la cual se pudo recolectar información real del objeto de estudio,

La encuesta empleada permitió conocer gustos, preferencias y necesidades del mercado en estudio, así como el grado de aceptación de los productos o servicios a ofertar.

La propuesta del plan de negocios de productos turísticos para el restaurante “Alma Lojana” identifica una visión clara del negocio y proporciona los lineamientos generales para ponerlo en marcha; en su desarrollo se contempla el estudio de mercado, en el mismo se analiza la oferta, el perfil de la demanda y las estrategias de marketing mix; el estudio técnico determina la capacidad del proyecto y describe los procesos que se deben seguir para la prestación de servicios; en el estudio administrativo se establece la estructura organizacional y legal que debe tener el negocio para su correcto funcionamiento.

En el estudio financiero determina la inversión que se requiere realizar y se aplican indicadores financieros para conocer su rentabilidad que permite identificar los posibles impactos positivos y negativos que se generarían al ejecutarse el proyecto.

Con el presente plan de negocios se propició a la empresa a obtener la rentabilidad, organización y planificación con bajos niveles de incertidumbre, con la decisión de aprovechar el potencial turístico que tiene la parroquia y con los objetivos estratégicos direccionados para ponerla en marcha.

H. CONCLUSIONES

- La calidad, limpieza, presentación, decoración, servicio, atención y principalmente el sabor serán los puntos primordiales para captar la aceptación del cliente.
- La implementación de un restaurante de gastronomía típica Loja, es ideal y factible, esto generará empleo, promoverá el desarrollo turístico y dará a conocer la gastronomía Loja en el sur de Quito.
- Mediante la aplicación de encuestas a los transeúntes del lugar, se pudo constatar la aceptación de la gastronomía típica Loja.
- El análisis de mercado permitió denotar estrategias que permitirán posesionar los productos gastronómicos típicos de la Provincia de Loja.
- El diseño de una marca turística, publicidad radial, publicidad en medios tecnológicos, promocionarán los atractivos gastronómicos a nivel tanto local como nacional, los cuales darán una identificación propia en el sector turístico.
- Para la puesta en marcha de restaurante y cafetería “Alma Loja” se necesita un presupuesto aproximado de USD 19.292 dólares con una proyección a tres meses.

I. RECOMENDACIONES

- Capacitar constantemente a los trabajadores de los diferentes restaurantes de la ciudad de Quito, con el objetivo de innovar el servicio, el producto, y mejorar la cultura de servicio al turista.
- Realizar estudios periódicos de la demanda de gastronomía típica ecuatoriana en general incluida la gastronomía Lojana, que serán publicados en la página web del departamento de turismo de Quito (Quito Turismo), con la finalidad de promocionar la gastronomía típica Lojana.
- Diseñar un manual de políticas, normas reglamentos del restaurante y cafetería “Alma Lojana”, con el objetivo que todo el personal se encuentre informado acerca de los derechos y obligaciones que tienen como empleados del establecimiento.
- Realizar promociones periódicas de los platos típicos que ofrecerán el restaurante y cafetería, cautivando así el interés del cliente en general.
- Mantener una publicidad constante del restaurante y cafetería con la finalidad dar a conocer el establecimiento no solo en el sur de Quito sino a toda la ciudad en general.

J. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Antonio Madrid Vicente, 2012 (1ª Edición), Restaurantes, Cafeterías, Bares y Catering, Madrid, España.

ENCEBAR, 2017 Cursos de Gastronomía, 6ta edición.

Isabel López Villalta, 2014, Diseño de Hoteles y Restaurantes, Madrid España.

Francisco Javier González, 2014 Elaboración y exposición de comidas en el bar-cafetería. 1ª ed. Málaga.

Libro de internet. Consultado 01 de mayo 2017.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). «Cafetería». Diccionario de la lengua española (23.ª Edición). Madrid: España.

Valentín Rico, 2010, Estudios de mercado y análisis de mercado, revisado, Mayo 2017.

Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, José Sapag Puelma, Preparación Y Evaluación De Proyectos - 6ª Edición, 2014, Málaga España.

INFORMACIÓN

Quito turismo. Revisado Mayo 19,2017, www.quito.gob.ec.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Revisado Mayo, 2017, www.quito.gob.ec/

Saransig Picuasi, Julio (2011). Instituto de Idiomas, Ciencias y Saberes Ancestrales del Ecuador IICSAE Ministerio de Educación, ed. Toponimias y heráldica Andina en el Ordenamiento Territorial (Ensayo de investigación edición). Quito - Ecuador: IICSAE.

Registro Único del Contribuyente, RUC

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Censo poblacional 2010, Quito, INEC

Cámara de turismo de Pichincha Ley de la cámara de turismo y sus reglamentos

Cámara de turismo de Pichincha Base legal Arts. 8 y 9 de la ley de turismo

Cámara de turismo de Pichincha Ley de turismo artículo 39 y 40

Ministerio de turismo de Pichincha Obligación del registro único de turismo, Reglamento general de la ley de turismo.

LINKOGRAFIA

(ARQHYS. 2012, Revista ARQHYS.com, Raúl Escolástico A, <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>

Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2014. Actualizado: 2016.

Definiciones: Definición de restaurante (<http://definicion.de/restaurante/>)

http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda.

Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia. (2015). Oferta y demanda. Recuperado de:

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda

Glagovsky, Hugo Esteban (2001). ¡Esto es FODA! Consultado en Mayo, 2017 en, <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estoesfoda.htm>.

Simeon Pickers, Managing Director, 2016 PSYMA GROUP AG, consultado Mayo 18, 2017 <http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

Ana Rivadeneira, Reporte de Economía Laboral –Marzo 2016, consultado, Abril 15, 2017 http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf

K. ANEXOS

Anexo 01 Anteproyecto

REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

DISEÑO DEL RESTAURANTE Y CAFETERÍA DE COMIDAS TÍPICAS
"ALMA LOJANA", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE
NEGOCIOS PARA PROMOVER EL DESARROLLO DEL TURISMO
GASTRONÓMICO, EN EL SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, CANTÓN
QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA

Proyecto de Trabajo de Tesis previo
a optar el Título de Ingeniero en
Administración Turística.

Autor: JOSE ENRIQUE ROMERO TORRES

Docente: Lcdo. Chiriboga Coca Diego Patricio Mg. Sc.

Loja –Octubre

2016

TEMA

Diseño del restaurante y cafetería de comidas típicas "Alma Lojana", mediante la elaboración del plan de negocios para promover el desarrollo del turismo gastronómico, en el sur de la ciudad de Quito, cantón Quito, provincia de Pichincha.

PROBLEMÁTICA

La gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias y productos que existen en el país. Además, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales. A esta combinación tan singular se la ha definido como Comida Criolla.

En el contexto nacional los restaurantes de gastronomía típica tiene una amplia oferta en cuanto a su gastronomía , esto gracias a que, nuestro territorio cuenta con cuatro regiones naturales, que dan paso a una diversidad de platos gastronómicos, , esto ha hecho q floten estos gustos y sabores gastronómicos y viajes a todo el ámbito nacional, es así como las gastronomía típica Loja ha viajado a cada lugar de nuestro país , haciendo una expansión gastronómica , ya esta sea por su migración de la población Loja y también por su exquisitez de cada plato típico de la provincia de Loja.

La situación problemática que engloba la investigación específicamente de campo está marcada por algunos sinsustancias que a su vez se transforman en dificultades o problemas para poder ejecutar el proyecto antes mencionado.

- Un problema constante se ve palpable es la falta de variedad en cuanto a platos típicos de nuestro país en el sector donde se realizara el proyecto en diseño.
- La poca oferta en cuanto a gastronomía típica hacen un problema en general que se tratara de solucionar con la implementación del proyecto antes mencionado.
- La carencia de un buen servicio al cliente se ha convertido en un problema de gran importancia por lo que se ha visto la oportunidad para solucionar este inconveniente con la implementación del proyecto gastronómico.
- La falta de experiencia de los restaurantes de la localidad hacen que la implementación del proyecto tenga una viabilidad en un alto porcentaje.

JUSTIFICACIÓN

El proyecto está encaminado a satisfacer las necesidades de la población quien gustan de la gastronomía típica de la Provincia de Loja, , el proyecto estará ubicado en el sur de la ciudad de Quito, además de proponer ser pioneros y líderes en la elaboración y comercialización de productos originales gastronómicos, Lo cual es satisfacer las necesidades de los consumidores ecuatorianos y extranjeros rescatando la gastronomía Lojana y así fortaleciendo el desarrollo económico del turismo en el sur de la capital Ecuatoriana, estableciendo un lugar adecuado que genere una experiencia gastronómica y que ayude a las nuevas generaciones a conservar lo tradicional de una forma correcta y creativa, por esta razón se ha determinado la necesidad de diseñar un restaurante de comidas típicas que procure satisfacer a los clientes, en cuanto a brindar un servicio de calidad, con un valor agregado en el cual mantenga una correlación entre precio y calidad, y así buscar los parámetros fundamentales y estratégicos que lleguen a posesionar nuestro productos en el mercado nacional, una de las razones más importantes es tomar en cuenta a todos los estatus sociales así como también las organizaciones tanto privadas como públicas hacer parte de este proyecto , con la finalidad de hacer conocer las tradiciones de la provincia de Loja , un punto en beneficiarse del proyecto mencionado, son la población en general en estos incluidos las autoridades institucionales del sector tanto como privados como públicos.

Esta investigación causará un impacto social y económico positivo en el sur de la ciudad de Quito, permitiendo de esta manera realizar cambios efectivos que permitan mejorar la calidad de vida de sus habitantes, ya que es de vital importancia para las autoridades de la provincia, el cantón, que laboran en el sector turístico.

El objetivo institucional de la Universidad Nacional de Loja, tiene como finalidad formar profesionales en Administración turística con conocimientos profesionales quienes deben ser promotores del progreso turístico local que diseñaran y pondrán en marcha micro emprendimientos originales que se convertirá en una fuente de consulta de tesis para los estudiantes de futuras generaciones, no solo estudiantes de la universidad local si no de los estudiantes de gastronomía en general.

La investigación a desarrollarse como tema de tesis está alineado dentro de lo dispuesto en el Reglamento del Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior, en el ámbito de formación profesional como requisito indispensable para la graduación en la carrera de administración turística. Acción en donde se pone en práctica conocimientos y experiencias adquiridas durante la formación profesional a lo largo de toda la carrera, planteando una solución viable sustentable del mejoramiento situacional.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar el restaurante y cafetería de comidas típicas "alma lojana", mediante la elaboración del plan de negocios para promover el desarrollo del turismo gastronómico, en el sur de la ciudad de Quito, cantón Quito, provincia de Pichincha.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis situacional, para la implementación del restaurante de gastronomía típica de la Provincia de Loja, en la ciudad de Quito.
- Determinar el análisis técnico, administrativo y legal para implementación del restaurante de gastronomía típica de la Provincia de Loja, en la ciudad
- Realizar el análisis económico, financiero para la implementación del restaurante de gastronomía típica de la Provincia de Loja, en la ciudad de Quito.

MARCO TEÓRICO

Historia de los Restaurantes

Restaurante

Tipos de Restaurante

Clasificación de Restaurantes

Cafeterías

Instalaciones de los Restaurantes

Elaboración del menú

Estudio de mercado

Análisis de oferta y demanda

Tamaño de la muestra

Población Económicamente Activa

Plan de Marketing para un restaurante

Análisis Técnico

Análisis administrativo

Análisis legal

Análisis financiero

METODOLOGÍA

DISEÑO ASUMIDO

En la actual investigación sobre el proyecto en curso, y de acuerdo a las características de naturaleza tanto sociales como educativas , el objeto de estudio actual se considera determinar el diseño de investigación no experimental , por lo que el proceso se desarrolla en el lugar donde se producirán los hechos ejecutables, como la investigación de campo.

MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para describir las actuaciones que comprende el proceso a desarrollar para la explicación-comprensión y mejoramiento del objeto de estudio propuesto, como método general, se hará uso del método de investigación científico, por lo que será necesario, según lo plantea Mario Bunge, el desarrollo de la siguiente serie ordenada de operaciones.

a) Métodos

En coherencia con el método general y los requerimientos de los objetivos específicos de la investigación, se utilizarán como métodos particulares, los siguientes:

- Método Estadístico: Este método se utilizará al momento de tabular los datos obtenidos de las encuestas.
- El analítico sintético: Que nos permitirá la desestructuración del proceso de ejecución modular y de las investigaciones que se generan en los diferentes estudios de campo y en sus correspondientes variables, indicadores y subindicadores, para luego integrar los datos encontrados y proporcionar una visión global de las relaciones que existen entre cada una de las variables que se investigan.
- El descriptivo: Que permitirá contar con una visión general de las características que tiene la formación científica y pedagógica de los actores tanto administrativos como personal.
- El inductivo-deductivo: El método inductivo determinara conclusiones de premisas particulares, en el cual esta distinguido por cuatro pasos esenciales como la observación de su entorno, la clasificación y estudio de los hechos y por último la derivación inductiva que nace de los hechos y permite llegar a una investigación objetiva. Este método se utilizara para realizar una investigación minuciosa del mercado y llegar a una conclusión de la situación actual del sector del sur de Quito, determinado la rentabilidad del mismo.

- El explicativo: Que permitirá contar con una comprensión adecuada de la fundamentación teórica, metodológica y técnica que orienta el proceso de ejecución de la investigación de campo del mercado gastronómico.

b) Técnicas e Instrumentos

En relación con el proyecto de investigación en curso se ha procedido a desarrollar las siguientes técnicas de investigación.

Observación: Se aplicará para el análisis y diagnóstico situacional en el barrio San Bartolo, sur de Quito.

c) Técnicas de recolección bibliográfica

Técnicas de recolección bibliográfica

Para la recolección de investigación se basará en fichas bibliográficas, artículos, libros, revistas. Esto ayudara al investigador a acceder a fuentes de información necesarias para la realización de la presente investigación, en este proceso se aplicara el marco teórico que es donde se fundamenta científicamente el proyecto con esta base la investigadora se crea un criterio bien formado con sólidos conocimientos en las características de estudio.

d) Técnicas para la recolección de datos empíricos

Encuesta

Las encuestas estarán dirigidas a transeúntes en general con la finalidad de conocer algunos aspectos como el precio que estarían dispuestos a pagar, los servicios que quisieras ser satisfechos, la calidad y cantidad de cada plato típico, etc.

POBLACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Tomo la población económicamente activa de Quito, turistas nacionales e internacionales, aplicando la fórmula para lograr el número total de encuestas a realizar.

Cuadro N. 61 Población del cantón Quito

CARACTERÍSTICA	NÚMERO
Habitantes del cantón Quito	829.000
Turistas Nacionales	28.000
Turistas Extranjeros	45.000
TOTAL POBLACIÓN	902.000

Fuente: Censo poblacional 2010, Quito, INEC

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Para demostrar el cálculo se utilizó el método de muestreo aleatorio no proporcional simple con la fórmula existente para determinar el número de encuestas a realizar.

Los resultados permitirán definir el perfil del consumidor bajo las siguientes características:

- Socioeconómicas.
- Geográficas.
- Motivacionales.
- Hábitos de consumo,
- Gustos
- Preferencias

Con la siguiente fórmula se determinará el tamaño de la muestra

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza $(1.96)^2$

Q: Probabilidad de fracaso 0.5

P: Probabilidad de éxito 0.5

N: universo

E: error estándar (0.05)

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 902.000$$

$$\frac{1,96^2 * (0,5) * (0,5)}{0,05^2(902.000 - 1) +}$$

$$n =$$

$$n = \frac{3.8416 * 225.500}{2.254 + 0.9604}$$

$$n = \frac{866.280.8}{2.254.96}$$

$$n = 384$$

TIEMPO ACTIVIDADES	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Proyecto De Tesis																																
2. Realizar Un Diagnóstico De La Situación Actual																																
3. Propuesta Del Plan De Marketing Turístico																																
4. Impresión Del Documento																																
5. Preparación Para La Audiencia Reservada																																
6. Sustentación De La Audiencia Reservada																																
7. Impresión – Tesis																																
8. Empastado – Tesis																																
9. Sustentación Pública																																

CRONOGRAMA

Cuadro N.62 Cronograma de actividades

PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Talentos humanos

- Director de tesis
- Investigador.
- Directica barrial San Bartolo.
- Ministerio de Turismo (MINTUR)
- Municipio de Quito (zona Sur)

Recursos materiales

- Computadora
- Impresora
- Teléfono
- Internet
- Encuestas
- Material de escritorio.

Recursos económicos (presupuesto)

Cuadro N. 63 Gastos económicos del presupuesto

ORD	RUBROS DE GASTOS	Valor
1	Computadora , impresora	\$ 1000
2	Material de escritorio	\$ 90
3	Teléfono	\$700
4	Internet	\$ 350
5	Encuestas	\$ 120
6	Transporte	\$900
7	Anillados	\$ 850
8	GPS	\$ 600
9	Alimentación	\$ 680

10	Maqueta	\$ 500
11	Diseño 3D	\$ 400
Total		6.190

Elaborado: José Enrique Romero Torres

Financiamiento

Los gastos que demanden el diseño y ejecución del proyecto, así como la elaboración del informe final de investigación, serán asumidos, en su totalidad, por el investigador

Anexo N: 2

Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



Buenos días, como estudiante de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y como requisito previo a la obtención del Título me encuentro realizando la presente encuesta, que tiene como objetivo primordial determinar la factibilidad de implementar el restaurante y cafetería Alma Lojana en el sur de la ciudad de Quito cantón Quito, provincia de Pichincha, es por esto que solicito a Ud. se digne contestar a las siguientes preguntas:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Datos generales del encuestado

Sexo:

Masculino Femenino

Edad

15 a 35 36 a 50 50 a más

Ingresos económicos

1- 300
301- 600
601-900

¿Usted visita frecuentemente restaurantes de comida típica en la ciudad de Quito?

Si

No

¿Gustaría exista un restaurante que ofrezca comida de gastronomía típica de las provincias de la Sierra?

Si

No

¿De cuál provincia le gustaría a usted consumir platos típicos?

Pichincha

Guayas

Loja

Napo

¿Si marcó la provincia de Loja, conoce cuáles son sus platos típicos?

Si

No

¿Qué platos típicos en especial le gusta a usted consumir?

- Repe
- Arveja con guineo
- Cecina
- Seco de pollo
- Seco de chivo
- Fritada
- Humas
- Tamales

¿Con que frecuencia mensual visitaría el restaurante?

- 1
- 2
- 3
- 4

¿Cuál sería la razón, motivo que le impulsaría visitar este restaurante?

- Curiosidad
- Producto
- Precio
- Servicio

INDICE

Caratula.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización de tesis.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
a. Título	1
b. Resumen	2
Abstract	3
c. Introducción	4
d. Revisión de literatura.....	7
e. Materiales y métodos.....	34
f. Resultados.....	40
g. Discusión	107
h. Conclusiones	108
i. Recomendaciones.....	109
j. Bibliografía	110
k. Anexos	113
Índice.....	129