



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PLAN DE NEGOCIOS: SERVICIO DE VIANDAS, SABOR
ECUATORIANO EN AZOGUES”**

**Tesis previa a la obtención del título de:
Ingeniería Comercial**

**Autora:
Claudia Quintuña**

**Director:
Ecom. Lenin Zúñiga**

Cuenca – Ecuador

2011

DEDICATORIA

Primeramente, le dedico este trabajo a DIOS todo poderoso por ser mi guía espiritual que me conduce siempre hacia el camino del bien y el éxito. Y por darme la conformidad de tener a mis padres con vida y mucha salud solo él sabe lo importante que son ellos para mí.

Gracias papa DIOS de darme la dicha de escribirles hoy esta dedicatoria, mis agradecimientos y tenerlos con salud y vida. A mis padres, Wilson Quintuña y María Olivo por ser ellos dos mi árbol principal que me cobijó bajo su sombra dándome así la fuerza para seguir caminando y lograr alcanzar esta meta anhelada, que hoy gracias a dios, conjuntamente con ellos lo he logrado.

A mis hermanos por compartir conmigo las alegrías y las tristezas de la vida y sobre todo a mi hermano mayor quien fue modelo principal para culminar la carrera. A mi amiga Paola quien me apoyo en la realización de este trabajo. Y con mi gran inmenso amor le dedico, a mi hija Alison quien es el regalo más hermoso que me ha dado la vida, y a mi esposo, Rommel quien es mi apoyo y mi pilar para forjar un mejor futuro para nuestro hogar.

AGRADECIMIENTO.

Al haber concluido este trabajo de investigación, quiero dejar constancias de mi sincero agradecimiento a los profesores de la Universidad del Azuay, quienes con su afán de servicio me transmitieron sus conocimientos, durante los años de estudio.

En forma especial agradezco al Economista Lenin Zúñiga, Director de Tesis, por asesorarme y transmitirme sus experiencias haciendo posible el desarrollo y conclusión de ésta tesis

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de ilustraciones y cuadros.....	viii
Índice de anexos.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Introducción.....	xii
Capítulo 1: La Empresa.....	1
1. Naturaleza Del Proyecto.....	1
1.1.1. Introducción.....	1
1.1.2. Elección Del Producto O Servicio.....	2
1.1.3. Justificación De La Empresa.....	2
1.2. Nombre De La Empresa.....	3
1.3 Descripción De La Empresa.....	3
1.3.1. Misión.....	4
1.3.2. Visión.....	4
1.3.3. Valores.....	4
1.3.4. Estructura Organizacional.....	4
1.3.5. Ubicación Y Tamaño De La Empresa.....	5
1.4. Objetivos De La Empresa (Corto, Mediano Y Largo Plazo).....	5
1.5. Ventajas Competitivas.....	6
1.6. Análisis Del Sector Empresarial.....	6
1.6.1. Macro localización.....	6

1.6.2. Análisis Microeconómico.....	7
1.7. Producto Y/O Servicio De La Empresa.....	10
1.7.1. Presentación.....	10
1.7.2. Diseño Del Envase.....	11
1.7.3. Canales De Distribución A Emplear.....	11
1.8. Calificaciones Para Entrar Al Área.....	12
CAPITULO 2: Estudio de mercado.....	13
2.1. Antecedentes.....	13
2.2. Definición del producto.....	13
2.3. Objetivos del estudio de mercado.....	14
2.3.1. Objetivo general.....	14
2.3.2. Objetivos específicos.....	14
2.4. Generación de la información.....	14
2.4.1. Segmentación del mercado.....	14
2.4.2. Determinación del Tamaño de la Muestra.....	17
2.5. Aplicación de la encuesta.....	19
2.5.1. Análisis y sistematización de la información obtenida.....	22
2.6. Análisis de la oferta.....	27
2.6.1. Participación en el mercado.....	27
2.7. Consumo aparente (Demanda).....	28
2.7.1. Objetivo del análisis de la demanda.....	29
2.7.2. Proyección de la demanda.....	30
2.8. Comercialización.....	33
2.8.1. Distribución.....	33
2.9. Promoción del producto o servicio.....	34
2.9.1. Medios a utilizar.....	34

2.9.2. Políticas de publicidad y promoción.....	34
2.9.3. Publicidad.....	34
2.9.4. Estrategia de medios a utilizar.....	35
2.9.5. Ejecución de la campaña.....	36
2. 9.6. Promoción.....	36
2.10. Precio.....	37
2.11. Plan de introducción al mercado.....	37
2.11.1. Riesgos y oportunidades en el mercado.....	38
CAPITULO 3: Producción.....	39
3.1. Proceso para la elaboración de las viandas.....	39
3.2. Principios para confeccionar el menú.....	39
3.2.1. Diseño de las viandas.....	41
3.3. Descripción del proceso de producción o presentación del servicio (proceso de producción).....	41
3.4. Características de la tecnología.....	42
3.5. Materia prima.....	44
3.5.1. Identificación de proveedores y cotizaciones.....	46
3.5.2. Compras.....	47
3.6. Capacidad instalada.....	48
3.7. Manejo de inventarios.....	48
3.8. Ubicación de la empresa.....	50
3.8.1. Localización óptima de la planta.....	50
3.8.2. Método de localización por puntos ponderados.....	50
3.8.3. Infraestructura.....	52
3.9. Diseño y distribución de la planta.....	52
3.9.1 Distribución de la planta.....	52

3.9.2 Preparación higiénica de los alimento.....	56
3.10. Mano de obra requerida.....	57
3.10.1. Diagrama de actividades.....	58
CAPITULO 4Estudio financiero.....	59
4.1. Plan de inversión.....	59
4.2. Financiamiento de capital.....	60
4.3. Plan operativo.....	61
4.4. Punto de equilibrio.....	66
4.5. Flujo de caja.....	68
4.6. Indicadores de rentabilidad.....	71
4.6.1. Valor actual neto para el servicio de vianda “SABOR ECUATORIANO”.....	71
4.6.1.1. Tasa de descuento.....	71
4.6.2. Tasa interna de retorno.....	73
4.7. Requisitos para el funcionamiento del local.....	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
BIBLIOGRAFIA.....	78

INDICE DE CUADROS

Cuadro # 1.1 Ponderación de factores.....	2
Cuadro # 1.2 Selección del nombre de la empresa.....	3
Cuadro #1.3 PIB sobre los ingreso económicos de los hogares Ecuatorianos.....	9
Cuadro # 1.4 Recetario de la primera semana.....	11
Cuadro # 2.1 Estimación de hogares en Azogues según su nivel económico.....	18
Cuadro #2.2 Análisis de la competencia.....	27
Cuadro # 2.3 Segmentación del mercado de Azogues.....	30
Cuadro # 2.4 Proyección de la demanda.....	31
Cuadro # 2.5 Incremento de hogares y participación del mercado.....	32
Cuadro # 2.6 Etiqueta.....	37
Cuadro # 3.1 Composición de los alimentos.....	40
Cuadro # 3.2 Cuidado adecuado de los alimentos a utilizar.....	41
Cuadro# 3.3 Proveedores existentes en la ciudad.....	47
Cuadro # 3.4 Capacidad utilizada de la empresa.....	48
Cuadro # 3.5 Materia prima.....	48
Cuadro # 3.6 Materia prima anual.....	50
Cuadro # 3.7 Alimentos no perecederos.....	50
Cuadro # 3.8 Localización de la empresa.....	51
Cuadro # 4.1 Inversión Inicial.....	60
Cuadro # 4.2 Financiamiento.....	60
Cuadro # 4.3 Tabla de amortización.....	61
Cuadro # 4.4 Tabla de depreciación anual.....	62
Cuadro # 4.5 Amortización del local.....	63
Cuadro #4.6 Costo de la empresa.....	64

INDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1: Tabla del nivel de ingresos del Ecuador y Cuenca.....	80
ANEXO # 2: Crecimiento poblacional de los hogares de Azogues en 10 años.....	81
ANEXO # 3: Recetario.....	82
ANEXO # 4: Perfil de personal.....	87
ANEXO # 5: Maquinaria y Equipos requeridos, Equipo de Cómputo, Muebles y enseres.	88
ANEXO # 6: Fichas técnicasnecesarias para los registros de cada actividad.....	90
ANEXO # 7: Mapa de la ciudad de Azogues.....	95
ANEXO # 8: Tabla de amortización del préstamo para 5 años.....	96
ANEXO # 9: Sueldos y salarios.....	97
ANEXO # 10: Servicios básicos.....	101
ANEXO # 11: Gasto de administración y venta.....	101
ANEXO # 12: Costo total de constitución.....	102

RESUMEN

La presente tesis tiene como finalidad la implementación de una microempresa en la Ciudad de Azogues, para la elaboración y venta de viandas a domicilio, destinada a los hogares Urbanos de la Ciudad. Para este propósito se obtuvo información sobre el mercado potencial; tanto del tamaño del mercado de acuerdo al nivel económico de los hogares.

El nombre que se eligió para la identificación de la micro empresa es "SABOR ECUATORIANO", las viandas a elaborar serán producidas de manera casera, los utensilios a utilizarse son lo básico en una cocina y para la distribución se contará con la compra de un automóvil Luv. 2200 c/s 2004, la ubicación será en la calle 10 de Agosto y Rivera.

Para introducir el servicio en el mercado se desarrollara campañas publicitarias que evolucionaran en relación a la etapa de crecimiento.

Finalmente se elaboro la inversión inicial y la rentabilidad en proyecciones a los próximos 10 años para determinar la viabilidad del proyecto en el medio.

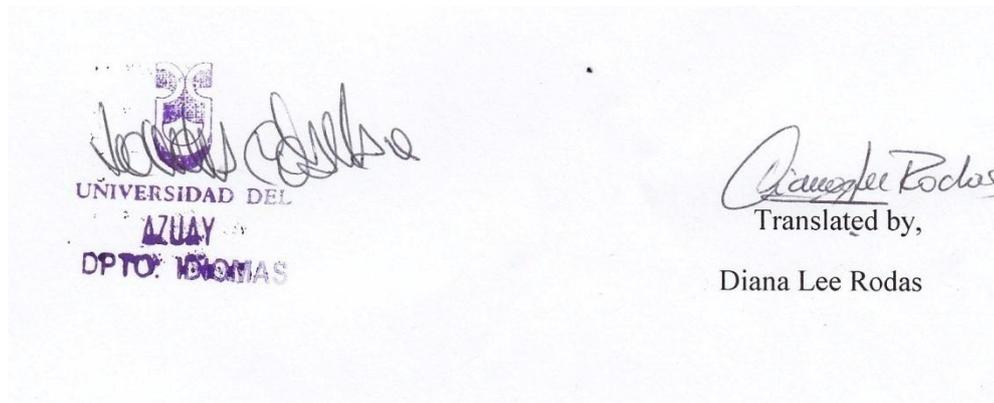
ABSTRACT

The goal of the present thesis is to implement a micro enterprise of food delivery to the homes located in the urban sector of the city of Azogues. In order to fulfill this goal, information of the potential market was obtained, considering the size of the market and the economic status of the clients as well.

"SABOR ECUATORIANO", was the name chosen to identify the micro enterprise. The food will be home cooked, the basic utensils for a kitchen will be used and a Luv. 2200 c/s 2004 automobile will be acquired for the distribution of the product. The business will be located in 10 de de Agosto y Rivera Streets.

Publicity campaigns will be developed in order to introduce this product in the market. The publicity will evolve in relation with the development of the business.

Finally, an initial investment and profitability 10 year projection was carried out in order to determine the project's viability.



INTRODUCCION

El crecimiento poblacional del Cantón Azogues, su proceso de desarrollo económico, la incorporación de las mujeres al mundo laboral y la migración han originado nuevos hábitos en las personas, quienes buscan comodidad y ahorro de tiempo en el desarrollo de sus actividades, especialmente en aquellas relacionadas con el quehacer domestico ya que sobre todo por falta de tiempo las amas de casa muchas veces no pueden abastecerse con las tareas del hogar.

En esta tesis se presenta un plan de negocio para la implementación de un servicio de viandas a domicilio denominado “Sabor Ecuatoriano”, en Azogues, con lo expuesto anteriormente se detecta la inexistencia de un buen servicios de entrega de comida, que brinde un servicio óptimo y adecuado para los hogares de la ciudad. En base a esta oportunidad se procedió a aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera universitaria. Para determinar si es factible la implementación del negocio, destacando la aceptación de producto por parte de la población y los aspectos económicos posteriores a la ejecución del proyecto.

La factibilidad de implementar el proyecto se fundamentó en el desarrollo de:

Un estudio de mercado que tiene como propósito analizar y conocer el accionar de los oferentes y demandantes del servicio de viandas en Azogues.

Un estudio de producción a través del cual se determinó la disponibilidad de recursos humanos y materiales para el adecuado desarrollo de las actividades comerciales del proyecto.

Un estudio económico en el que se aplicó los indicadores financieros: Valor Actual Neto y Tasa de Interna de Retorno; con finalidad de conocer la rentabilidad del proyecto y compararla con el costo de oportunidad, en un periodo de 10 años, determinado si es o no conveniente invertir en el proyecto

CAPITULO I

1.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1.1. INTRODUCCIÓN

Todos los sistemas económicos indistintamente de su orientación filosófica, desarrolla su actividad permanente gracias a la existencia de dos tipos de recursos que son: los de carácter material por un lado y por el otro el humano que es el gestor de la acción económica que dirige su labor al tener como resultado la obtención de beneficios que son la respuesta a la demanda de sus necesidades.

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de instalar un Servicio de Viandas que son almuerzos y meriendas puerta a puerta dentro de la Ciudad de Azogues, para cubrir la demanda insatisfecha que existe.

La realización del estudio sobre este tema es la escasez de este tipo de servicio que existe dentro del Cantón.

Este servicio abastecería buena parte de la demanda actual y futura, como consecuencia aumentaría el consumo de este importante servicio ya que la rentabilidad sobre la venta, la inversión y el capital social son considerables y su volumen de servicio podría ser ampliado en el futuro.

En base a esta oportunidad se procederá a aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera universitaria, con el objeto de determinar si es factible implementar el servicio de viandas denominado “SABOR ECUATORIANO”, destacando así la aceptación del servicio por parte de la población y los aspectos económicos posteriores en la ejecución del proyecto

La factibilidad de implementar el proyecto se fundamenta en el desarrollo de:

- ✓ El estudio de la naturaleza del proyecto en el que, se describe los aspectos generales que incluye: antecedentes, misión, visión, valores y objetivo general.
- ✓ El estudio de mercado desarrollado en el segundo capítulo contendrá: el perfil del consumidor, nivel de aceptación de este tipo de comidas, oferta, demanda y publicidad.
- ✓ El estudio técnico en donde analizamos la producción considerando el proceso de elaboración, variedad de los platos, perfil del personal, maquinaria y equipos.
- ✓ El estudio financiero del proyecto en el que se detallara: el presupuesto de costos y gastos, los estados de resultados y los flujos de efectivo con los se evaluara la rentabilidad del proyecto.
- ✓ Finalmente las conclusiones y recomendaciones.

1.1.2. ELECCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Para la determinación de un servicio /producto que se puede dar a conocer o desarrollar dentro de la Ciudad de Azogues se toma en cuenta algunas alternativas en productos y servicios que a continuación se detallan para ver cuál es la mejor alternativa.

Cuadro # 1.1 Ponderación de factores

Idea/criterio	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	total
Tacos mexicanos	4	2	0	3	9
Viandas a domicilio	2	5	5	3	15
Comida rápida	1	5	n	2	12
Coctelería	3	2	3	4	12
Cine	2	1	1	5	9

ELABORADO: LA AUTORA

De acuerdo a las calificaciones dadas a las ideas anteriores se demuestra que el Servicio de Viandas a domicilio presenta el mayor puntaje ponderado, por lo tanto se realizará el proyecto de implantación de servicio de viandas a domicilio.

1.1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

JUSTIFICACIÓN: La ciudad de Azogues en la actualidad cuenta con cuatro microempresas que prestan el servicio de viandas a domicilio pero sus servicios no son lo suficientemente agradables o no son comúnmente conocidos por su falta de publicidad. El consumidor verá con agrado la creación de una nueva microempresa dedicada a prestar este servicio pero con una mejor atención tomando en cuenta sus gustos y preferencias alimenticias. Ya que podrán obtener el servicio a precios cómodos lo que conllevará a que se tenga una demanda creciente del mismo.

Conociendo que las necesidades de la población de la Ciudad de Azogues es creciente ya que no tienen el tiempo suficiente para la preparación de los alimentos por que trabajan tanto el jefe de familia como la madre, ellos optan por comprar la comida en los diferentes lugares de servicio.

La ejecución de este proyecto orientará a muchos estratos sociales a aprovechar lo que se ofrece; ya que se brindará un mejor servicio con personal capacitado y contribuir con la mejora del tiempo a las amas de casa.

1.2. NOMBRE DE LA EMPRESA

Para determinar el nombre de la empresa se tomara en cuenta algunas características como:

- ✓ Claro y simple
- ✓ Significativo
- ✓ Agradable.

Para ello se toma en cuenta algunas alternativas en nombres que se relacionen con el servicio/producto que se ofrecerá, a continuación se describe diferentes alternativas de posibles nombres del cual será seleccionado uno, a través de una calificación.

Cuadro # 1.2 SELECCIONAMIENTO DEL NOMBRE DE LA EMPRESA

Nombre/ Atributo	Descriptivo	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	Total
Arco Iris	2	3	3	3	1	2	14
Sabor ecuadoriano	5	4	4	5	5	4	27
Romory	2	4	3	2	1	3	15
El tradicional	4	3	3	3	4	4	21

ELABORADO: LA AUTORA

El nombre con el cual se lanzará nuestro servicio al mercado será de fácil identificación y recordación como es “Sabor ecuatoriano” ya que tiene la mayor puntuación de la calificación que se ha dado a las diferentes alternativas en nombres para el servicio, cuyo significado es el sabor que tiene relación con el tipo de comida que se pretende vender.

El lema de nuestro servicio será “Ya es posible comer sano sin tener que cocinar”. Ya que el nombre seleccionado será la carta de presentación para llegar al corazón de los clientes.

1.3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Es empresa, dedicada a satisfacer la necesidad de personas que por falta de tiempo compran comida (ya no se arriesgue, ni gaste de más en comida) se ofrecerá una mejor opción, económica y sana, garantizando un servicio total, se contara con menú semanal y lo mejor es que el producto final será llevado a las puertas de su casa, para que no se pierda más tiempo ni dinero buscando que comer.

También se lo define un restaurante que forma parte de la industria alimentaria, enfocándose en el área de la gastronomía que involucra la preparación de viandas sanas y saludables. Es la opción perfecta para obtener; preparaciones de comidas con alimentos frescos.

Mediante este servicio se logrará preparar las viandas con productos frescos que en su gran mayoría son de origen orgánicos.

La empresa enseñara a valorar la calidad alimentaria y mejorar esencialmente nuestra calidad de vida; intentando en gran medida evitar la utilización de alimentos químicos, conservantes y aditivos artificiales, para preservar los valores más nobles y primarios de los nutrientes esenciales que los poseen.

La alimentación es un tratamiento preventivo y complementario para sentirnos más saludables integralmente. Transmitimos la importancia que tiene la alimentación con respecto al bienestar tanto físico como psíquico.

1.3.1 MISIÓN

El propósito fundamental es ofrecer un servicio que cuente con un alto valor agregado y diferenciado, que se transforme en un referente en el sector de la alimentación y salud de las familias de la ciudad de Azogues, contando con personal capacitado en el área de la gastronomía.

1.3.2 VISIÓN

Ser una empresa líder a nivel local, reconocida por nuestra capacidad para ofrecer alternativas a las exigencias de nuestros clientes, manteniendo así nuestra calidad y mejorando los procesos para proyectarnos a nivel nacional.

1.3.3 VALORES

Calidad. - Ofrecer a nuestros clientes lo mejor en nuestros productos. Y esto se basa en altas exigencias a nuestros proveedores, en el adecuado manejo, y en el control bacteriológico.

Servicio. – Siempre estaremos preocupados en la manera de mejorar cada día nuestro servicio, y en dar a nuestro cliente la atención que se merece.

Honestidad. – Se Procurara hacer las cosas de manera honesta, razón por la cual brindaremos ese ejemplo al personal para que sea honesto consigo mismo y con los demás.

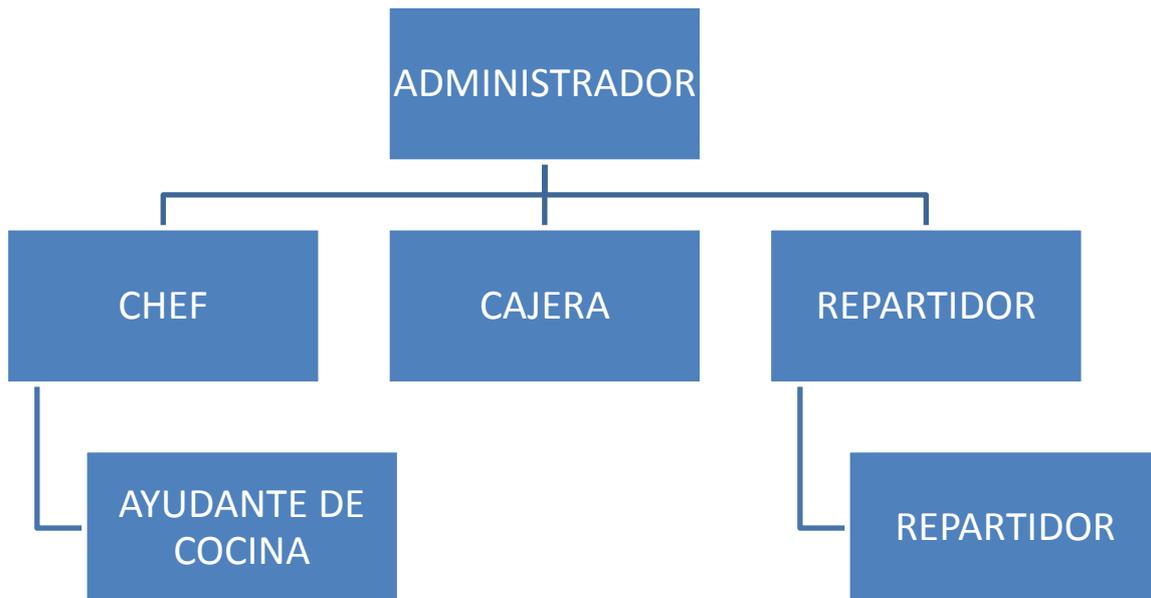
Precios razonables. - Siempre se trabajara para que los precios estén al alcance no solo de sectores privilegiados manteniendo la calidad y cantidad.

Personal comprometido. – Se trata de comprometer más al personal, mediante una comunicación participativa constante. Escuchando sus opiniones, y haciéndole actor de los cambios que se van dando.

1.3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La estructura organizacional se refiere a la estructura formal de la organización de una empresa, indica los departamentos y puestos administrativos existentes como así con sus relaciones entre sí.

Conforme a lo definido presentamos el organigrama diseñado para el servicio de viandas “Sabor Ecuatoriano”



En el cap. III se detallara ampliamente el personal que laborar en el servicio de viandas “Sabor Ecuatoriano” y las funciones que deben cumplir cada uno de estos.

1.3.5 UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

Para la localización del proyecto se debe seleccionar el sitio o lugar más conveniente, que favorezca su funcionamiento y el mejor desenvolvimiento de las actividades inherentes a ésta. El cual cuente con un lugar grande y cómodo para la preparación y distribución de las viandas a domicilio, a más de ello que el local se encuentre en un lugar céntrico y fácil de localizar, esto da la ventaja de ahorrar tiempo y dinero en la distribución del servicio.

1.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA (corto, mediano , largo plazo)

Corto Plazo.-Dar a conocer nuestro servicio para posicionarnos en el mercado garantizando a nuestros clientes los mejores platos con materias primas de calidad a precios cómodos.

Mediano Plazo.- Se adicione el servicio de buffet para ocasiones especiales y a más de esto se les otorgara opciones en formas de pago o crédito para el servicio.

Largo Plazo.- Establecer sucursales a nivel provincial e ir incrementando un 3% anual de la población insatisfecha.

1.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

VENTAJAS

- ✓ Modalidad en la variedad de menús.
- ✓ Listos para servirse en cualquier parte
- ✓ Elaborado con productos seleccionados y de la mejor calidad
- ✓ Entregas puntuales en cualesquier parte y sin recargo

DISTINGOS

- ✓ En la vianda constara el logotipo y datos de la micro empresa
- ✓ Se realizara evaluaciones periódicas sobre la satisfacción del servicio
- ✓ Calidad en el servicio

1.6 ANÁLISIS DEL SECTOR EMPRESARIAL

1.6.1 MACROLOCALIZACION

El cantón Azogues es capital de la provincia del Cañar, ubicada al Sureste de la provincia y al Sur del Ecuador, en América del Sur.

Está limitada al Norte por el cantón Biblián, al Sur con la provincia del Azuay, al Este con la provincia de Morona Santiago, y al Oeste por el cantón Déleg.



“Los primitivos pobladores del cantón Azogues fueron las tribus de los Cañarís y de Peleusí. La Confederación Cañarí estuvo regida por caciques era del seno de los Cañarís, extendía su territorio en las actuales provincias del Azuay, Cañar y parte de Loja, así Peleusí es parte de este inmenso territorio.

Luego, con la llegada de los españoles, el 4 de octubre inicia la celebración de la fiesta de San Francisco de Asís, así entonces se decidió el nombre de San Francisco de Peleusí; y se agregó "del Azogues" por el descubrimiento de las minas de azogues o mercurio.

Así, el 4 de Octubre de 1562, fue fundada San Francisco de Peleusí del Azogues. Lo proclamó Gil Ramírez Dávalos, como Asiento-Doctrina en Peleusí.

Azogues fue cantonizado; con su cabecera cantonal Azogues y las parroquias de Biblián, Déleg, Bayas, Chuquipata, Charasol, Guapán, San Marcos, Taday, Pindilig, Zhoray, San Miguel, Solano; y Decretado Oficialmente del 16 de Abril de 1825.

Actualmente le pertenece al cantón, las siguientes parroquias rurales: Guapán, San Marcos (Luis Cordero), Cojitambo, San Miguel de Porotos, Taday, Pindilig, Shoray y sus parroquias urbanas: Azogues, San Francisco, Opar (Bayas) y Charasol (Borrero).¹

1.6.2 ANALISIS MICROECONOMICO

“La microempresa es una organización que produce y distribuye bienes y servicios para satisfacer alguna necesidad de la comunidad y obtener un beneficio económico.

En las microempresa: laboran en la misma sus dueños, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados) el valor total de las ventas no excede de los CIEN MIL DOLARES ANUALES

La microempresa tiene la capacidad de contribuir al desarrollo, al acelerar la generación de empleos y al incrementar el ingreso familiar. Tiene la ventaja de aprovechar los recursos internos que existen en las áreas rurales y en los pequeños centros urbanos”.²

✓ CARACTERISTICAS DE LAS ACTIVIDADES DEL MICROEMPRESARIO.

“En su actividad, el microempresario logra beneficios económicos y sociales. Su actividad promueve mejores niveles de vida, plenitud de empleo y condiciones de progreso y desarrollo económico y social.

El empresario satisface necesidades y deseos del consumidor. De hecho, el empresario satisface las exigencias del consumidor. Generalmente, el éxito de una empresa está asociado con las mejores cualidades de sus productos.

¹<http://azogues.tripod.com/azhisor.htm>

²www.zonaeconomica.com

El empresario introduce beneficios económicos y sociales porque:

- Experimenta mejoras tecnológicas
- establece mejoras comerciales
- establece mejoras de organización en el proceso económico.

Cuando el microempresario introduce alguna innovación, suele experimentar la reacción del cliente. En esto el empresario no sólo es creativo, sino que además es perseverante. No sólo imagina la innovación sino que la somete a prueba. El microempresario sabe que siempre existen clientes experimentadores, es decir, clientes a los que se podría llamar "usuarios de vanguardia". Con ellos puede obtener información muy importante para mejorar las características del producto.

✓ **Ventajas De La Microempresa**

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.

✓ **Desventajas de la microempresa:**

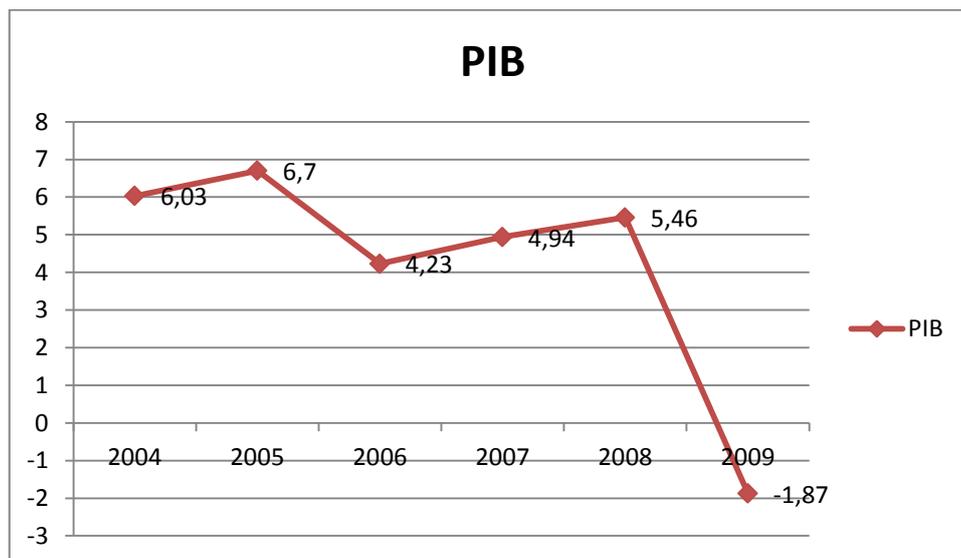
- Utilizan tecnología ya superada
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno³.

A CONTINUACION SE DEMUESTRA UN CUADRO DE VALORES DEL PIB HACERCA DEL CONSUMO APARENTE DE LOS HOGARES

En la reciente época ha sido notorio el incremento de la participación de la mujer en el ámbito laboral. Debido a que los ingresos del esposo son insuficientes, y esto hace que haya un aumento en el número de mujeres que asuman el rol de jefe de familia, y es por eso que la mujer se vea obligada a trabajar ya que la crisis nos lleva a abocarnos a la vida diaria y a las necesidades inmediatas que corresponden al hogar, dejando al último los quehaceres del hogar.

³ <http://www.members.tripod.com/aromaticas/Empresa.htm>

Cuadro #1.3 PIB sobre los ingreso económicos de los hogares Ecuatorianos



Fuente : <http://www.bce.fin.ec/resultadosBusqueda.php?cx>

Si se observa la economía en los años 2004 al 2005 obtuvo una alza 0.67% esto se podría haber dado por la economía del País estuvo estable tanto en los sectores de servicio como en los demás sectores

Pero existe una caída en el 2006 con una declinación 2.47% las razones pueden haber sido por la falta de trabajo o porque se incremento la inflación del País en este año.

Como así también se observa un déficit 3.59% en el periodo 2008-2009 lo que quiere decir que los ingresos en los hogares cada día va decaendo cada vez más y más.

Por lo que llega a la conclusión que los jefes de hogar no abastece lo suficiente para que para la economía del hogar, y es así que las amas de casa se han visto en la necesidad de salir a trabajar para mantener mejor sus hogares .

Por tal motivo se visto la necesidad de la creación de una empresa de servicios de viandas denominado "SABOR ECUATORIANO" que ayudara a solventar las necesidades que tienen las amas de casa, debido a la situación que de hoy en día es tan evidente, que por la falta de tiempo no pueden cubrir con sus necesidades del hogar y que buscan la manera de poderse ayudar y de disfrutar de platos exquisitos junto a sus familias.

Más allá del permanente desarrollo tecnológico de la humanidad, solemos decir que pocas son las cosas que quedan por inventar. En materia de servicios de entrega de comidas a domicilio parece que la cosa es así, y que la iniciativa surgió mucho antes de la creación del teléfono, Internet y de las cadenas de pizza.

En la ciudad de Azogues existen cuatro centros de servicios de viandas a domicilio las cuales no cumplen con todos los requisitos y expectativas del cliente, ya que estos centros utilizan demasiado condimento, conservantes y aditivos

artificiales que perjudican la salud de los clientes y sobre todo no cumplen con los servicios.

Es por ello que se ve conveniente la implantación de una nueva empresa que ofrezca un excelente servicio, con precios cómodos ya que el negocio es rentable y tiene como objetivo concientizar a las personas de que ya es posible comer sano sin tener que cocinar.

Dentro de los objetivos tenemos los siguientes:

- ✓ Elaborar un producto nutritivo con alimento de alta calidad
- ✓ Cumplir con todas las normas de higiene
- ✓ Lograr un crecimiento en la demanda del servicio

Se considera algunas estrategias para un mejor servicio:

- ✓ Obtención de productos de calidad a través de proveedores seleccionados
- ✓ Ampliar los menús según los gustos y preferencias de los consumidores a través de sondeos o encuestas pilotos.
- ✓ Entrega puntual del servicio
- ✓ Servicios agregados.

1.7 PRODUCTO Y/O SERVICIO DE LA EMPRESA

1.7.1 Presentación:

Este servicio de viandas comenzará con la elaboración de platos tradicionales con un menú variable.

En función a la demanda y a los gustos y preferencias se diversificará el servicio.

A continuación se presenta una lista del menú para la primera semana, y de esta manera se procederá a ir organizando diferentes tipos de degustaciones en menú para los clientes:

Cuadro # 1.4 Recetario De La Primera Semana

DÍAS	PRIMER PLATO	SEGUNDO PLATO	JUGOS	POSTRES
LUNES	Caldo de gallina	Arroz con bistec de carne	Naranja	Ensalada de fruta
MARTES	Locro de coles con papa chaucha	Arroz con ensalada de lechuga y carne de cerdo frita	Tomate	Espumilla con galleta
MIÉRCOLES	Sopa de alverjas con quesillo y papas	Arroz amarillo revuelto con zanahoria y polo al jugo	Colada de tapioca	Dulce de higo con queso
JUEVES	Caldo de res	Arroz con lentejas y tortilla de huevos (queso, jamón, hierbitas)	Agua aromática	Pedazo de sandia
VIERNES	Sopa de calabaza con cerdo	Arroz con chuleta ahumada	Piña	Cake
SÁBADO	Sopa de espinacas	Arroz con corvina, ensalada y plátano frito	Colada de avena	Dulce de membrillo

ELABORADO: POR LA AUTORA

1.7.2 Envase

Las viandas serán repartidas en viandas de 3 porciones de material térmico para que no se dañe ni se enfríe la comida, el cual contara con tres servicios, siendo los siguientes: comida líquida, arroz y postre, a más de ello se les proporcionara un vaso para el jugo y los cubiertos.

1.7.3 Canales de Distribución a Emplear

“Un canal de distribución ejecuta el trabajo de desplazar los bienes de los productores a los consumidores. Salva las principales brechas de tiempo, espacio y posesión que separan los bienes y servicios de aquellos que los usen.

Criterios para la Selección del Canal de Distribución

Las decisiones sobre distribución deben ser tomadas con base en los objetivos y estrategias de mercadotecnia general de la empresa.

La mayoría de estas decisiones las toman los productores de artículos, quienes

se guían por tres criterios gerenciales:

- * La cobertura del mercado. En la selección del canal es importante considerar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer.
- * Control. Se utiliza para seleccionar el canal de distribución adecuado, es decir, es el control del producto.
- * Costos. La mayoría de los consumidores piensa. Que cuando más corto sea al canal, menor será el costo de distribución y, por lo tanto menor el precio que se deban pagar.

Cuanto más económico parece un canal de distribución, menos posibilidades tiene de conflictos y rigidez. Al hacer la valoración de las alternativas se tiene que empezar por considerar sus consecuencias en las ventas, en los costos y en las utilidades. Las dos alternativas conocidas de canales de distribución son: la fuerza vendedora de la empresa y la agencia de ventas del productor. Como se sabe el mejor sistema es el que produce la mejor relación entre las ventas y los costos. Se empieza el análisis con un cálculo de las ventas que se realizan en cada sistema, ya que algunos costos dependen del nivel de las mismas.

Una manera para la distribución del producto será productor, consumidor final. Ya que al tener distribuidores se debe tener cuidado, al plantearse precios competitivos, por lo que optamos por el canal de distribución directa, lo que permitirá eliminar gastos de intermediarios. La empresa contara con algún automóvil del dueño que esto servirá para la distribución del producto, para esto se acordara horarios para la distribución y así abastecer a todos los clientes”⁴.

1.8 CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL ÁREA

Para posicionarnos dentro del mercado se debe poseer el conocimiento de todas las actividades a desarrollarse dentro de la microempresa desde el personal a contratar hasta la forma de distribución del servicio, para ello se contara con los siguientes requisitos:

- ✓ Conocimiento en el área gastronómico
- ✓ Conocimiento en el área de higiene
- ✓ Conocimiento en seguridad contra incendios
- ✓ Conocimientos con proveedores que nos proporcionen productos frescos y a tiempo.

Ya se cuenta con todas las especificaciones, es decir con un chef, con permisos y asesoramiento del área de higiene e incendios y con los proveedores existentes en la misma ciudad.

⁴http://www.freelancecolombia.com/articulos/mercadeo-canal_de_distribucion.php

CAPITULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANTECEDENTES

El Cantón Azogues pertenece a la Provincia de Cañar, está a 29 kilómetros de la Ciudad de Cuenca. Según el último censo realizado en el año 2001 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC- en el Cantón Azogues habitan 34.067 personas , existe un total 27.866 personas en el sector urbano de la Ciudad y por lo tanto existe un promedio de 6528 hogares habitados.

Azogues, es considerada como una Ciudad Patrimonio Arquitectónico y Cultural del Ecuador. Ciudad donde se podrá conocer hermosas Iglesias como la Catedral y la Iglesia de San Francisco ubicada en una colina a donde acuden los fieles para rezar a la “Virgen de la Nube”.

En cuanto a gastronomía se refiere, en el centro urbano es un paso obligado visitar el sector conocido como Cuchilandia, donde en diferentes locales se ofrece cuero de chanco chamuscado, con llapingachos, sancocho, fritada, etc. el sector se ubica en la Av. 24 de Mayo y Miguel de Santiago etc⁵.

También en cuanto en servicio de comida, Azogues cuenta con un gran número de restaurantes, sodas bares, cafeterías etc., de los cuales poco de estos brindan servicio de viandas a domicilio.

Razón por la cual, para el desarrollo de este proyecto surge la necesidad de realizar, una investigación de mercado en el Cantón Azogues, para la ejecución de un nuevo servicio de viandas denominado “Sabor Ecuatoriano” que ofrezca diversidad de producto (almuerzos y cenas) a precios competitivos y que cuente con un servicio eficaz, para la entrega de comidas a domicilio y así brindar comodidad a los clientes.

Debido a que muchos hogares de esta Ciudad, sienten la necesidad de adquirir estos servicios, ya que en dentro de ellos tanto la mujer y el hombre trabajan para solventar así el hogar, y por lo tanto las amas de casa no cumplen con dicho rol sobre todo en relación con la comida, debido a la falta de tiempo que les generaría la preparación de cada alimento para su familia.

2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Definimos al servicio de viandas como: Servicio de comida a domicilio ubicado dentro de la Ciudad de Azogues, en el cual se expende una gran variedad de platos a domicilio (almuerzos y cenas). Ofreciendo un servicio de comida de buen sabor, calidad, servicio preciso, buen precio y una atención excepcional del cliente.

⁵<http://www.azogues.gov.ec/portal/>

2.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1.- Objetivo General:

Determinar la pre factibilidad de comercializar el servicios de viandas a domicilio para el consumo de las familias, en Cantón Azogues, garantizando a los clientes los mejores menús, con materias primas de calidad a precios cómodos ya su vez dándole el lugar que se merece.

2.3.2.- Objetivos Específicos:

- ✓ Identificar la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado, y que sea capaz de aceptar el servicio.
- ✓ Conocer los medios que se emplean actualmente para entregar los productos a los consumidores.
- ✓ Ofrecer la mejor atención a nuestros clientes de forma atenta y confiable.
- ✓ Darle importancia a cada uno de nuestros clientes pues de ellos depende nuestro éxito.

2.4 GENERACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información se obtendrá de fuentes primarias y secundarias.

Fuentes primarias: Se realizara encuestas directas a los habitantes de la ciudad de Azogues, también se concurrirá a la observación directa para identificar a la competencia.

Fuentes secundarias: se considerara información obtenida por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), además se acudirá a libros de investigaciones de mercado, tesis referidas al mismo tema y revistas publicadas en el cantón Azogues.

2.4.1 Segmentación del mercado

Para la realización de la segmentación del mercado se acudió a las Instalaciones Del Instituto De Estadísticas Y Censos INEC. Para aclara de forma más concretas las dudas existentes en el desarrollo de este punto, ya que existía innumerables preguntas por resolver. El día 28 de octubre se acudió a la biblioteca de esta institución antes mencionada, dirigiéndome hacia el encargado el Econ. Fernando Pacheco, en lo cual se empezó a dialogar y supo explicar que en la Ciudad de Azogues existen 6528 hogares Urbanos, se necesitó también saber el nivel económico de los hogares, pero no se pudo obtener por falta de información específica.

Por lo tanto se tomo como referencia los hogares del Ecuador y de Cuenca del sector Urbano para poder llegar a determinar nuestro mercado objetivo, ya que aquí se encuentra distribuida de forma más descifrable la información.

De acuerdo a los datos proporcionados por el VI Censo de Población, realizado en el año 2001 por el INEC, en el Sector Urbano del Ecuador y Cuenca, se encuentra distribuida los hogares e ingresos en base de quintiles del 1 al 5 QUINTIL es decir:

“Si uno divide un grupo o población en 5 partes, cada parte es un quintil. Cuando se habla de "quintil de ingreso" significa que se ordena a la población desde el grupo familiar que vive con menos dinero hasta el grupo familiar que vive con más dinero. Y entonces se divide la población en 5 partes. El quintil 1 lo formarán todas las familias de esa población que viven con la menor cantidad de dinero; y el quintil 5 lo formarán todas las familias de esa población que viven con la mayor cantidad de dinero.”⁶: **ANEXO (1)**

INGRESO POR FAMILIA EN DOLARES

	QUINTIL 1	QUINTIL 2	QUINTIL 3	QUINTIL 4	QUINTIL 5
ECUADOR	112	178	245	354	619
CUENCA	346	509	698	889	1172

Elaborado: La Autora

Fuente: Inec.

Basándose en la información recolectada en base a los quintiles del Ecuador y Cuenca; se observó que entre Cuenca y el Ecuador no existe, gran diferencia en lo que se refiere a los hogares e ingresos como se demuestra a continuación:

ECUADOR EN PORCENTAJE TOTAL HOGARES.

Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
21.95%	21.31%	20.01%	19.04%	17.69%

Elaborado: La Autora

Fuente: Inec.

⁶ www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId

CUENCA EN PORCENTAJE TOTAL HOGARES.

Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
19.94%	20.06%	20.03%	20.06%	19.91%

Elaborado: La Autora

Fuente: Inec.

Como se observar que entre Cuenca y Ecuador existe gran proximidad, sin embargo la Ciudad de Cuenca obtiene porcentajes más altos que el Ecuador debido a que la mayor proporción de migración que existe en el País, se encuentra en la Ciudad de Cuenca. Por consiguiente el estudio de Servicio de Viandas "Sabor Ecuatoriano" tomara como referencia a la Ciudad de Cuenca ya que se encuentra situada cerca del Cantón Azogues, debido a que existe gran similitud en sus entre estos dos Cantonés.

Analizando cada quintil para determinar el mercado objetivo, se empezará eliminando el quintil 1 y 2 que representa los hogares más baja del país, por lo que no cuenta con un nivel económico estable, y los ingresos no son lo suficientemente considerables que les permita tener servicios adicionales, por lo que se hace imposible llegar hasta ellos. Por ejemplo: albañiles, jornaleros, agricultores. Etc.

También se eliminara el nivel económico del quintil 5, ya que existen ingresos extremadamente altos, ya que la mayoría de personas que pertenecen a este quintil, son grandes empresarios o dueños de negocio, tienen la facilidad de poseer servicios de personal doméstico dentro de sus domicilios por lo que es inaudito poder llegar a ellos.

Sin embargo para establecer el mercado objetivo del proyecto, se tomara en cuenta el quintil 3 y el quintil 4 de la ciudad de Cuenca, que representan el nivel medio y medio alto de los hogares. Ya que poseen ingresos económicos moderados de \$698 y \$889 dólares mensuales. Se centrara en este nivel ya que se encuentra en una economía estable, debido a que tanto el hombre y la mujer se dedican al trabajo y no poseen del tiempo necesario para realizar el quehacer doméstico, como tampoco poseen el dinero suficiente para contratar personal de servicio. Quienes forman parte de este mercado son; trabajadores públicos o privados, profesionales con dependencia, comerciantes etc.

2.4.2 Determinación del Tamaño de la Muestra

Previo a la determinación del tamaño de la muestra, se procede a realizar la proyección de la población correspondiente al año 2010, debido a que el último censo poblacional se lo realizó en el año 2001.

- ✓ Proyección de la población hasta el 2010

Para realizar la proyección de la población es necesario conocer ciertos términos que se utilizarán en la aproximación.

Tasa de crecimiento anual: “es el ritmo que la población aumenta (o disminuye) en un año determinado debido al aumento natural ya la migración neta, expresada como un porcentaje de la población base. La tasa de crecimiento toma en cuenta todos los componentes del cambio poblacional: los nacimientos, las defunciones y la migración”⁷

La tasa de crecimiento puede ser positiva o negativa. Si la tasa desciende no significa necesariamente que este disminuyendo la población, puede significar que la población está creciendo a un ritmo lento. Si la tasa de crecimiento es negativa, significa que el área está perdiendo población.

La tasa de crecimiento anual del Cantón Azogues fluctúa en el 2.55%, dato proporcionado por el Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos -INEC-.

Una vez que se conoce el número de hogares y la tasa de crecimiento poblacional se procede a aplicar la fórmula correspondiente al ajuste de tasa de crecimiento, que es:

$$\text{Numero de hogares} = N(1+i)^n$$

En donde:

N= Población base, en este caso el número de hogares durante el año 2001 en el Cantón Azogues

1= Numero constante

i= Tasa de crecimiento

n= numero de periodos a estimar, que corresponde a 9, contando desde el año 2002 al 2010.

⁷ <http://www.inec.gov.ec/glosario/cambpoblac.pdf>

Aplicando la fórmula expuesta anteriormente, obtenemos el número de hogares con el respectivo crecimiento, dependiendo del periodo, así para el año 2010 tenemos: **ANEXO (2)**

Hogares 2010 = $6528(1+0.00255)^9 = 6679$ hogares

Como se indicó anteriormente que la Ciudad de Azogues posee muy poca información sobre datos requeridos, se determinó que se tomara como referencia la Ciudad de Cuenca para obtener el tamaño de la muestra. Por lo que se considera el 20.03% y el 20.06% que representan el nivel medio y medio alto de los hogares de la Ciudad de Cuenca

El número de hogares en el año 2010 en el Cantón Azogues es de 6.679 hogares, por consiguiente se calculará el porcentaje del quintil 3 y 4 para determinar el número de hogares, que representaran el nivel medio y medio alto en la Ciudad de Azogues

Cuadro # 2.1 Estimación De Hogares En Azogues Según Su Nivel Económico

NUMEROS DE HOGARES	NUMERO DE QUINTIL	PORCENTAJE	TOTAL DE HOGARES
6.679	3	20.03%	1.338
	4	20.06%	1.340
TOTAL:			2.678

Elaborado: Por La Autora

Fuente: Inec.

Luego de haber determinado el número total de hogares según su nivel económico del quintil 3 y 4 se procederá a sacar la muestra representativa, por lo que se utilizará la siguiente fórmula

$$n = \frac{4 N p q}{E^2 (N-1) + 4 p q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra. Su resultado será el número de encuestados a realizarse

p = Proporción 1 o probabilidad de aceptación. Se considerará que existe un 50% de aceptación del servicio de viandas.

q = Proporción 2 o probabilidad de no aceptación. Se estimará que el 50% no acepta el servicio de viandas.

E = Error de estimación. Para proyectos de tipo social se utiliza 5% de error muestral.

N = Tamaño de la población. Corresponde al número de hogares habitados del sector económico medio y medio alto de la Ciudad de Azogues.

$$n = \frac{4(2.678) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (2.678-1) + 4 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 348$$

En consecuencia se tendrá que aplicar un total de 348 encuestas en los diferentes sitios de trabajo y hogares en la zona Urbana de la Ciudad de Azogues, dentro de estas se encuentra: los Sectores de San Francisco, la Playa, la Travesía.

Una vez conocido el tamaño de la muestra se procederá a elaborar el cuestionario mediante el cual obtendrá la información referente al comportamiento del consumidor, sus expectativas así también, cuál será su competencia.

También es necesario aclarar que previo a formular el modelo de la encuesta definitiva para el estudio de mercado, se procedió a realizar encuestas pilotos para corregir errores en la formulación de las preguntas y facilitar su entendimiento a los encuestados.

2.5 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Las encuestas serán realizadas a trabajadores públicos, privados, y comerciantes, dentro de la ciudad de Azogues, ya que ellos serán los principales consumidores de las viandas, a más de ello se realizarán a personas que pasan en sus hogares.

ENCUESTA

LA PRESENTE ENCUESTA TIENE COMO OBJETIVO REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCIÓN DE UN NUEVO SERVICIO .LE AGRADECO POR SU GENTILEZA EN APOYARME.

SEXO:

M _____ F _____

1.- ¿Actualmente Ud. Contrata algún servicio de viandas?

Sí _____ **No** _____

2.- ¿Donde acostumbra Ud. a servirse el almuerzo?

Casa _____
Restaurante _____
Utiliza Servicio de viandas _____
Otros _____

3.-¿Qué locales que brindan el servicio de viandas en esta ciudad conoce Ud.?

Cascada _____
Capitolio _____
Paulo Parra _____
Restaurante Azogues _____
Otros _____
Ninguno _____

4.-¿Como considera el servicio de viandas en la Ciudad de Azogues?

Malo _____
Bueno _____
Excelente _____
Desconoce _____

5.-¿El costo unitario actual que Ud. Paga o considera que pagan quienes disponen de este servicio es de?:

1.25 _____

1.50 _____
1.75 _____
2.00 _____
Desconoce _____

6.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un nuevo servicio de viandas que cumpla con sus expectativas?

Si _____
No _____

7.- ¿Con que frecuencia estaría dispuesto a comprar Ud.?

Diario _____
Semanal _____
Quincenal _____
Imprevistos _____

8.- ¿Cuántas viandas estaría Usted dispuesto a adquirir diariamente?

1-2 viandas _____
2-3 viandas _____
3-4 viandas _____
4 - más viandas _____

9.- ¿Cómo sería su forma de pago?

Diariamente _____
Fin de semana _____
Mensual _____
Otros _____

10.- Según su criterio ¿Cuál es el medio publicitario más efectivo para dar a conocer el servicio de viandas?

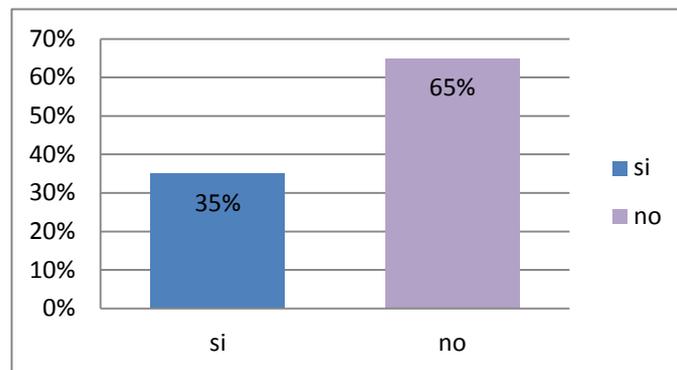
Radio	_____	Televisión	_____
Prensa escrita (periódico)	_____	Hoja volantes	_____
Mallas publicitarias (letreros)	_____		

GRACIAS POR SU IMPORTANTE INFORMACIÓN

2.5.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

De acuerdo a la encuesta realizada se logró obtener los siguientes resultados:

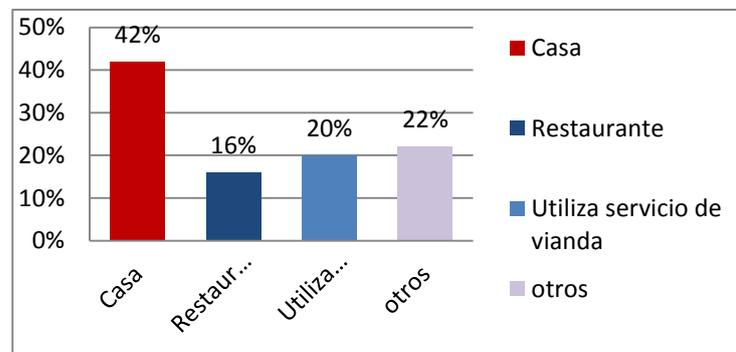
1.- ¿Actualmente Ud. recibe el servicio de viandas?



Del total de personas encuestadas, el 65% no contrata servicios de viandas, en cambio 35% si recibe el servicio.

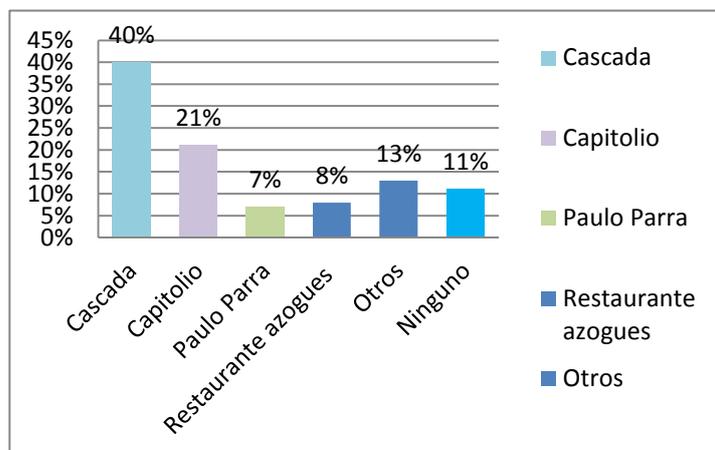
Con respecto del lugar donde acostumbran servirse el almuerzo se encuentra distribuido de la siguiente manera:

2.- ¿Donde acostumbra servirse Ud. el almuerzo?



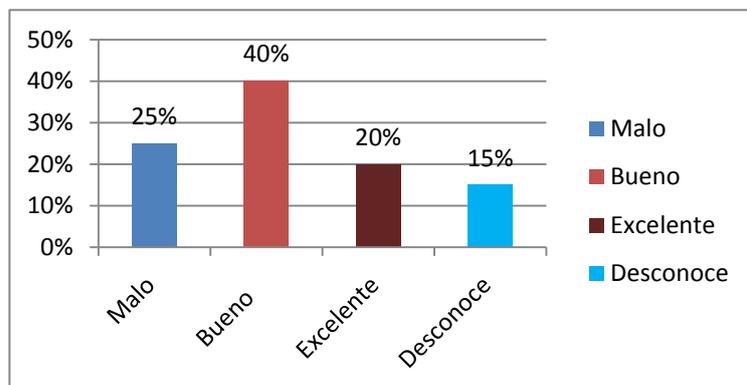
El 42% en los hogares, 20% utiliza servicio de vianda, 16% en restaurantes, el 22% en otros como por ejemplo: en la competencia indirecta.

3.- ¿Qué locales que brindan el servicio de viandas en esta Ciudad conoce Ud.?



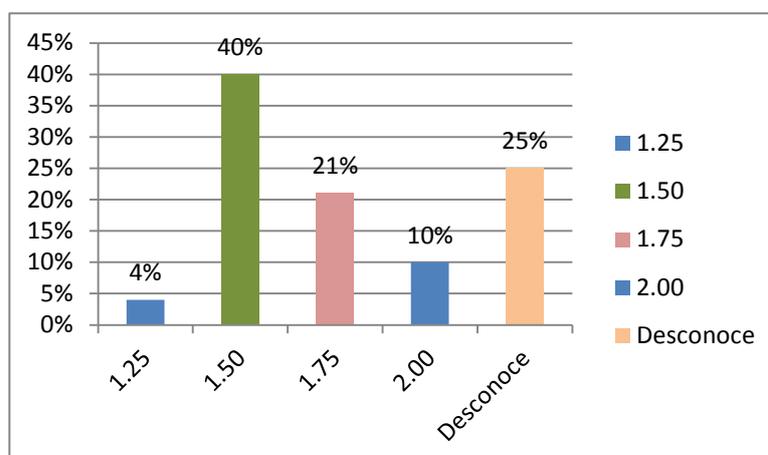
De acuerdo a la pregunta #2 ¿Donde acostumbra servirse Ud. el almuerzo? Se determino que el 20% de los hogares consumen este servicio , por lo tanto se establece en base a esta pregunta que los restaurantes más conocidos dentro de la Ciudad de Azogues y que prestan estos tipos de servicio son; el 37% lo realiza el restaurante la Cascada, el 21% en los salones del Capitolio, en 7% el restaurante Parra, en 8% el restaurante Azogues, el 13% en diferentes lugares, en 11% desconoce de estos lugares.

4.- ¿Como considera el servicio de viandas en la Ciudad de Azogues?



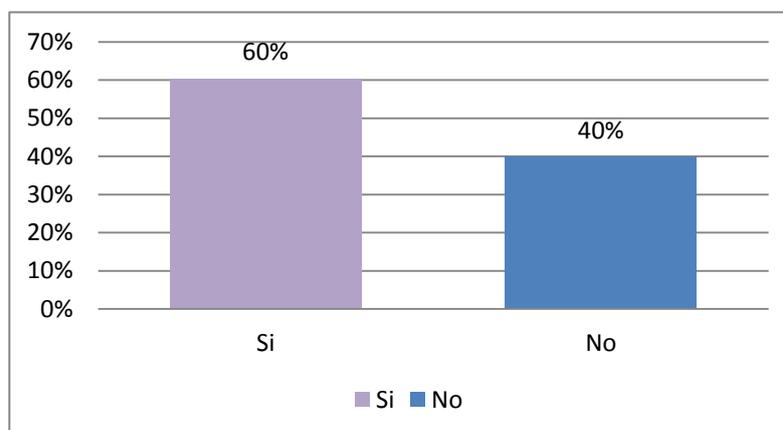
Del 20% de las familias que consumen este tipo de servicio prestados, el 40% da su criterio que considera que el servicio es bueno, el 20% que es excelente, el 15% desconoce de cómo sea este tipo de servicio, el 25% considero relativamente malo.

5.-¿El costo unitario actual que Ud. Paga o considera que pagan quienes disponen de este servicio?



Del total de hogares encuestados se determinó que el precio que se paga por cada vianda es; el 40% afirmaron que se paga 1.50\$(incluidos en esta respuesta el 14% los hogares que consumen este tipo de servicio, y el 26% las personas que considera que se paga por vianda), el 21% paga 1.75\$, el 4% paga 1.25\$, el 10% paga 2\$, sin embargo el 25% desconoce de cuál sea el precio por vianda.

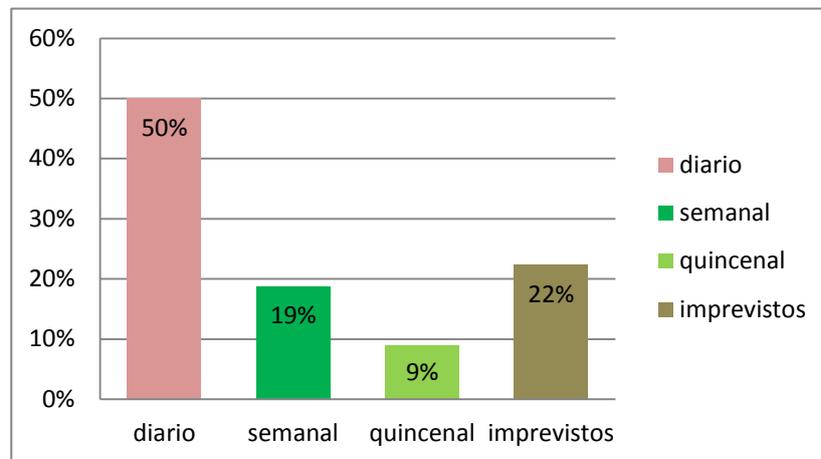
6.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un nuevo servicio de viandas, que cumpla con sus exigencias?



Según la encuesta realizada al total de hogares, el 60% está de acuerdo con la apertura de un nuevo local, que cumplan con sus expectativas, el 40% está en desacuerdo.

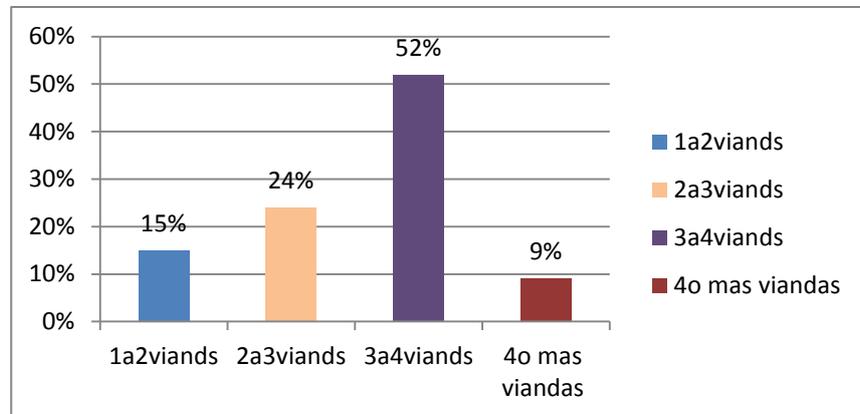
Del 20% de las personas que consumen viandas se determinó las respuestas de las siguientes preguntas:

7.- ¿Con que frecuencia estaría dispuesto a comprar Ud.?



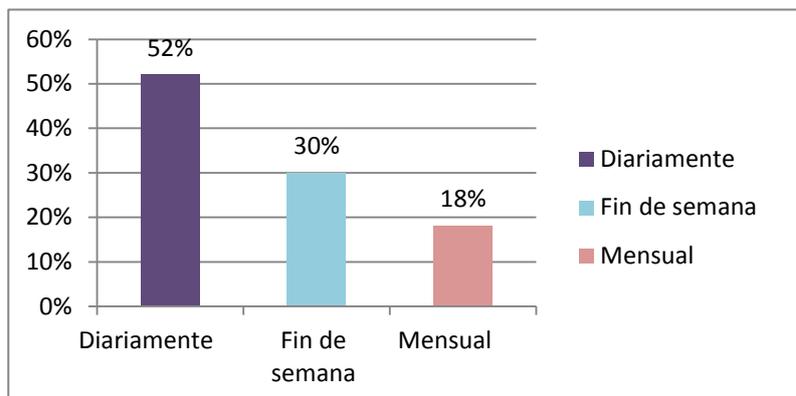
Es decir que la frecuencia del 20% de los hogares que consumen viandas a domicilio se distribuye de la siguiente manera: el 50% respondieron que diariamente, el 19% semanal, el 9% quincenal, y el 22% imprevistos.

8.- ¿Cuántas viandas estaría Usted dispuesto a adquirir diariamente?



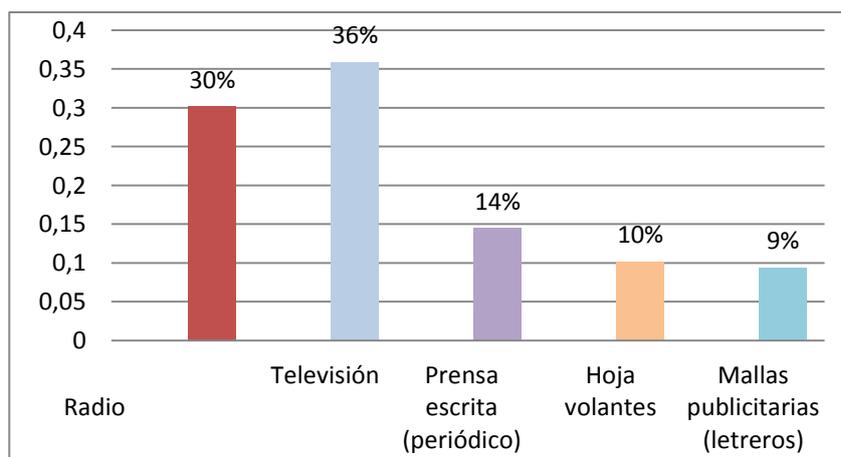
El numero de viandas que consumirían las personas encuestadas es, el 50% consumirían de 3-4 viandas, el 25% de 2-3viandas, el 15% 1-2 viandas, y el 10% 4 o más viandas.

9.- ¿Cómo sería su forma de pago?



La mayoría de los encuestados que corresponden al 52% están de acuerdo de que el pago se realice diariamente, el 30% cada fin de semana, el 18% mensualmente.

10.- ¿Cuál es el medio publicitario más efectivo para dar a conocer el servicio de viandas?



Finalmente en la muestra practicada se determinó que, los medios publicitarios más efectivos, para dar a conocer los servicios de viandas, constituyen tanto la televisión como el radio, debido a que el 36% de los encuestados consideran que el medio publicitario más efectivo para dar a conocer el servicio de viandas constituye la televisión, y el 30% de los encuestados, manifestaron que resulta conveniente utilizar el radio; en tanto que las otras alternativas consideradas tienen una aceptación baja frente a las mencionadas anteriormente, así el 14% de los encuestados considero la prensa escrita, el 10% se inclina por hojas volantes tan solo el 9% prefiere mallas publicitarias.

2.6 ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta es definida como, “cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a poner en el mercado a un precio determinado”⁸

En el estudio de la oferta es importante determinar la competencia que tendrá el servicio de vianda y las falencias que tienen al prestar su servicio, para en base a ello posteriormente, buscar estrategias que permitan llenar estos vacíos y captar mayor cantidad de consumidores.

Concretamente el objetivo es determinar quienes ofrecen el mismo servicio o servicios semejantes, así como la participación que tienen en el mercado y las características de cada oferente.

2.6.1 PARTICIPACION DEL MERCADO

La cobertura del mercado Azogueño de acuerdo a las encuestas realizadas en la pregunta # 3.-¿Qué locales que brindan el servicio de viandas en esta Ciudad conoce Ud.? Se determinó que los restaurantes con mayor influencia dentro del mercado son: La Cascada, Restaurante Paulo Parra, Restaurante Capitolio, Restaurante Azogues. Como es muy difícil conseguir información de fuentes primarias, se optó por realizar una investigación personal en cada uno ellos, lo que pude obtener es información muy general sobre el volumen de viandas vendidas por año, a continuación se presenta el cuadro 2.2 Análisis De La Competencia en el cual se resume la información obtenida.

Cuadro #2.2 Análisis De La Competencia

NOMBRE DEL COMPETIDOR	UBICACIÓN	NUMERO DE VIANDAS AL AÑO
Paulo Parra	La playa	103000
Cascada	Recinto ferial	112000
Capitolio	San francisco	85000
Restaurante Azogues	Emilio abad	90000
	TOTAL	390000

FUENTE: DATOS OBTENIDOS EN FORMA PERSONAL A LOS DUEÑOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Como se observa en el cuadro, el número total de viandas que se ofrecen en el mercado de Azogues al año por los principales oferentes asciende a trescientas noventa milviandas anuales.

Además se observa que el principal oferente es el restaurante La Cascada, pero no existe una marcada diferencia con el restaurante del señor Paulo Parra, los dos cubren el 57% del mercado. El Capitolio y el Restaurante Azogues, entre los dos representan el 43%. Se puede concluir que la diferencia no es significativa y que los cuatro restaurantes tienen un porcentaje del mercado considerablemente alto.

8 MALDONADO, Arias, Fernando, formulación y evaluación de proyectos, Edit. U ediciones, Primera Edición 2006, pág.27

Se puede decir, que el volumen de ventas de cada uno de ellos se basa en la ubicación del restaurante, por esta razón la ubicación del emprendimiento es crítico y por lo tanto es la variable a trabajar con detenimiento en el Capítulo III.

También en el estudio realizado se determinó que la competencia está distribuida en dos partes: La competencia directa y La competencia indirecta.

La competencia directa está formado por: El restaurante La Cascada y Paulo Parra, ubicados en la calle Ignacio Neira (junto al mercado Bartolomé Serrano). Dentro de la ciudad (3 de noviembre y Emilio Abad)

Los locales comerciales identificados como competencia indirecta son: las sodas bares, Snak bar "DIANITA" ubicado en las calles: Bolívar 5-02 y Sucre, "LA AMISTAD, Dirección: Luis Cordero y Tenemaza," "MULTISANDUCHE", Dirección: Bolívar 4-16 y Sucre; "PAPILANDIA # 1", Dirección: Emilio Abad y José Peralta. "VIRGEN DE LA NUBE", Avenida de la Virgen.

Los locales comerciales mencionados anteriormente se encuentran ubicados en el área Urbana del Cantón.

- **Debilidades de la competencia.**

Los puntos de venta existentes en Azogues, salvo el restaurante "La Cascada", no brindan un servicio rápido y eficiente dentro del campo de entrega de comida, ya que no les interesa entregar viandas de casa en casa.

Además estos locales comerciales no ofrecen comodidad al cliente y en la mayoría de los casos la atención es deficiente, lo que causa malestar en los consumidores.

Así también los restaurantes no se encuentran, en lugares céntricos, por lo que la mayoría de consumidores desconocen de estos servicios.

2.7 CONSUMO APARENTE (DEMANDA)

DEMANDA

La demanda constituye las "diferentes cantidades de y/o servicio, que los consumidores pueden o están en condiciones de adquirir, en un determinado periodo de tiempo, dependiendo de los precios de los bienes servicios, de los gustos y preferencias del consumidor sobre determinado producto , de las necesidades de los consumidores y del nivel de ingresos a los encuestados "⁹

El concepto presentado anteriormente, destaca que, la demanda hace referencia a todo lo que los consumidores están dispuestos a comprar, ya sea bienes y/o

9VAZQUEZ M., Marcelo. Introducción De La Teoría Económica. Edit. Cuenca, Primera Edición 2001, Pág.

servicios, en tiempo determinado, para satisfacer una necesidad de acuerdo a su capacidad adquisitiva, en muchas ocasiones se puede desear adquirir varios productos sin tener el dinero necesario para realizar la compra, entonces se frustra dicho deseo.

Es necesario aclarar que la demanda de los consumidores se lleva a cabo en un periodo determinado y está condicionado a ciertos factores como gustos y preferencias, precios, nivel de ingresos .etc.

2.7.1 OBJETIVO DEL ANALISIS DE LA DEMANDA

Mediante el análisis de la demanda pretendemos identificar la aceptación del servicio de viandas por parte de la Ciudad de Azogues, los gustos y preferencias, las costumbres y los factores que inciden en la demanda del servicio, así como también, el promedio del consumo de este servicio por parte de las personas que habitan en la ciudad, lo cual permitirá proyectar el monto de la demanda anual aproximada que tendrá el servicio de viandas.

PERFIL DEL CONSUMIDOR:

En esta parte se detallará el comportamiento de los consumidores frente a los restaurantes que ofrecen esto mismos servicios; para lo cual necesitamos obtener datos primarios recurriendo a la observación directa y sondeo de opiniones realizadas a clientes de dos restaurantes de mayor concurrencia de la ciudad de Azogues.

La observación directa se llevó a cabo contemplando a las personas que asisten a los restaurantes:

Restaurante la CASCADA

Asistí a este restaurante un día viernes y se logró observar que aproximadamente 20 personas se acercaron a este local para llevar su respectivas viandas sin embargo también se obtuvo 40 llamadas telefónicas a realizar su respectivo pedido el menú de ese día fue, sopa de verduras, arroz con pollo frito, jugo de mora, según supieron explicar que los menús se realizan de acuerdo a las exigencias de los consumidores, por lo que toman nota de los gustos y preferencias del cliente.

De acuerdo a esta experiencia se obtuvo los resultados que a continuación señalamos:

Las personas que consumen en este restaurante pertenece a la clase social trabajadora, media y media alta; las edades de los clientes fluctúan entre 18-60 años de ambos sexos, realizando su pedido para una grupo de dos o más personas. Además se pudo notar que la personas que acuden a él , dejan sus respectivos utensilios para que les sea trasladados la comida en estos, también que algunas personas no solo ordenada lo que era el menú del Día , sino que a

veces comento el dueño del lugar ,que algunas clientes se les antojaba alguna cosa adicional que se los llevara.

Cuando analizamos el comportamiento de compra, se comprueba que los clientes asisten a este lugar por los siguientes motivos: la excelencia en la comida, buena presentación en los platos, precios accesibles, lugar conocido.

Restaurante PAULO PARRA

A este local asistimos el día lunes y observamos que aproximadamente 35 personas realizaron llamadas telefónicas.

En base a esto obtuvimos los siguientes resultados:

Las personas que realizaban lo pedidos a este lugar pertenecen a la clase social media y media alta, edades comprendidas entre 18 y 60 años de ambos sexos Además se pudo notar que este restaurante indicaba al público el menú para la semana, los mismos asisten a este lugar por las siguientes razones, calidad de platos, pero se pudo notar que el trato no era lo suficientemente bueno hacia los cliente y como al personal de servicio.

2.7.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Previo a la proyección de la demanda anteriormente en la segmentación de mercados basándose en el VI Censo de población y Vivienda realizado en año 2001 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC_ . Se obtuvo como base al Ecuador y la Ciudad de Cuenca para la obtención del mercado potencial del Cantón Azogues debido a la falta de información que existe en este, por consiguiente se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Cuadro # 2.3 Segmentación Del Mercado De Azogues

NIVEL ECONOMICO(quintil)	HOGARES	PORCENTAJES
1	1.332	19.94%
2	1.340	20.06%
3	1.338	20.03%
4	1.340	20.06%
5	1.330	19.91%
TOTAL	6.679	100%

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS
Elaborado: POR LA AUTORA

Considerando la información anterior, se determinó que el servicio de viandas “Sabor Ecuatoriano” estará dirigido al 40.09% de los hogares existentes en el Cantón Azogues, esto es, hogares que pertenecen al nivel medio y medio alto.

Se excluye a los niveles 1 ,2 ,5 por las siguientes razones:

- En el nivel 1 y 2, se encuentra las personas de bajos recursos económicos que no sienten la necesidad de adquirir el servicio y además no tienen capacidad de compra.
- En el nivel 5 está conformada por las personas adineradas, que conforman el nivel alto de la sociedad, por lo en general poseen personal de servicio para mantener sus hogares.

Una vez determinado el mercado potencial se procede a proyectar la demanda que obtendrá el servicio de viandas “Sabor Ecuatoriano”, para lo cual se tomara en cuenta la pregunta #7 de la encuesta ¿Cuántas viandas está dispuesta a consumir?, el 50% de las personas encuestadas respondieron que estarían dispuestos a consumir de 3-4 viandas diarias. Ya que en Azogues los hogares está conformado por familias enteras.

Además como ya se mencionó anteriormente nuestro mercado potencial es el 40.09% de los hogares Azogueños, de cuyo porcentaje se pretende cubrir el 3% durante el primer año de funcionamiento, para posteriormente mediante estrategias de mercadeo seguir incrementándolo hasta alcanzar el 7% del mercado.

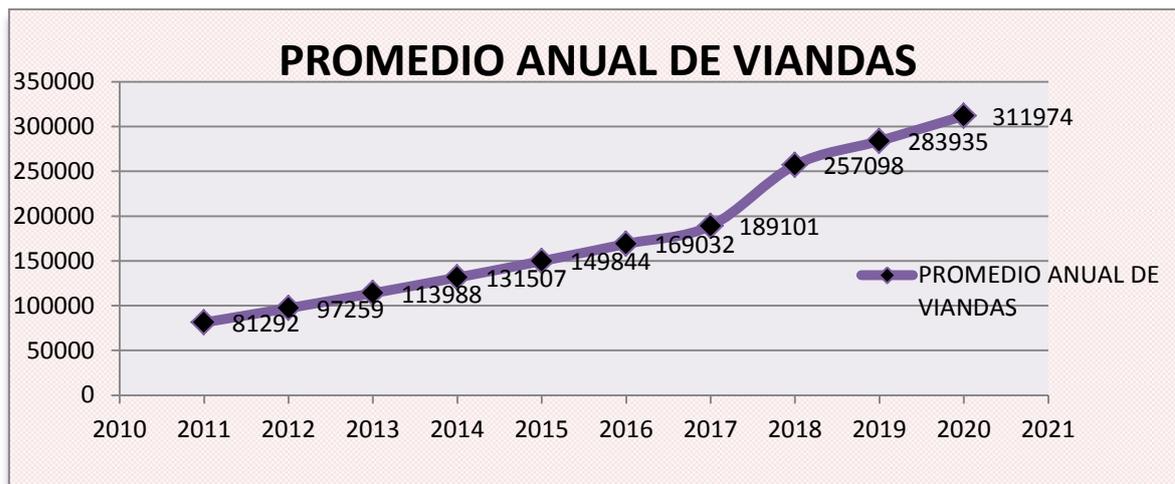
Se consideró también, los días que se trabajara ya que comúnmente se trabaja de lunes a viernes, se excluye los sábados y domingo ya que las personas no laboran estos días, así también se tomó en cuenta los días feriados. Y a si se obtuvo un total de 253 días laborables.

DEMANDA PROYECTA DEL SERVICIO DE VIANDAS “SABOR ECUATORIANO”

Cuadro # 2.4 Proyección De La Demanda

AÑOS	# HOGARES	INTREGRANTES DE LA FAMILIA	# VIANDAS DIARIAS	DÍAS DE ATENCIÓN	DEMANDA ANUAL DE VIANDAS
2011	80	4	321	253	81292
2012	96	4	384	253	97259
2013	113	4	451	253	113988
2014	130	4	520	253	131507
2015	148	4	592	253	149844
2016	167	4	668	253	169032
2017	187	4	747	253	189101
2018	254	4	1016	253	257098
2019	281	4	1122	253	283935
2020	308	4	1233	253	311974

Elaborado: Por La Autora



Elaborado: Por La Autora

Para calcular el número de hogares a ser atendidos por el Restaurante se consideró el criterio expuesto anteriormente de alcanzar los primeros años el 3% y se calculó de la siguiente manera:

El número de hogares en los quintiles 3 y 4 suman 2678 hogares y de ahí se extrajo el 3%, dando un mercado objetivo de 80 hogares a ser atendidos. También se trabajó con el supuesto de que cada hogar tiene 4 miembros (por lo menos), el número total de viandas comercializadas anualmente por el emprendimiento asciende a OCHENTA Y UN MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y DOS viandas.

Como también para los siguientes años de trabajo con el supuesto de que la población de Azogues mantendrá una tasa de crecimiento del 2,55% según los datos obtenidos en la investigación realizada según la información del INEC.

Cuadro # 2.5 Incremento De Hogares Y Participación Del Mercado

AÑO	CRECIMIENTO 2,55	MERCADO OBJETIVO
2011	2.678	80
2012	2.746	96
2013	2.816	113
2014	2.888	130
2015	2.961	148
2016	3.037	167
2017	3.114	187
2018	3.908	254
2019	4.008	281
2020	4.110	308

Elaborado: Por La Autora

Lo que se presenta el cuadro 2.4 constituye el incremento en cada año de los hogares del Cantón Azogues en un 2.55%, también se observa el mercado objetivo que se desea alcanzar en los años posteriores. Pudiendo alcanzar el 7% del total de la población en el año 2020.

2.8 COMERCIALIZACIÓN

Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar al consumidor un bien o servicio.

La forma a través de la cual el bien o servicio llegue al consumidor puede ser directa o a través de intermediarios, dependiendo del tipo de producto.

El objetivo del estudio de comercialización es determinar la alternativa que permita colocar el producto en un lugar y momento adecuados para proporcionar al consumidor la satisfacción que él espera, con costos adecuados.

El canal seleccionado por “Sabor Ecuatoriano” es directo, es decir, no contará con intermediarios.

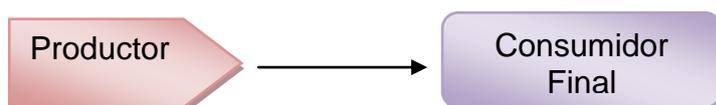
El servicio del restaurante será personalizado tratando de que nuestros clientes sean atendidos en el mínimo tiempo posible.

2.8.1 DISTRIBUCIÓN

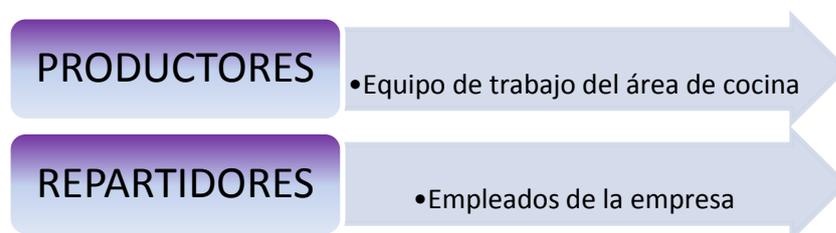
2.8.1.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El entrega de las viandas, tendrá un periodo de distribución corta; es decir del productor al consumidor final, debido a que el producto es perecedero y no puede ser retenido en un lapso de tiempo, por tanto no existen intermediarios del producto. Lo que nos permitirá controlar la calidad del producto y mantener los costos bajos evitando incrementos en la distribución.

Diseño del proceso:



Responsables de la cadena de Distribución



Elaborado: Por La Autora

El sistema de distribución es un sistema selectivo y muy personal dependiendo de cada consumidor, ya que recibirá nuestro servicio en su domicilio o lugar que lo solicite.

2.9 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.9.1 Medios a utilizar

La publicidad con la que se pretende llegar al conocimiento de los consumidores según la pregunta # 9 de la encuesta ¿cuál es el medio de publicación más efectivo para dar a conocer el servicio? el 36% respondieron que constituye la televisión, pero también utilizaremos el resto de opciones como 30% que la radio, el 14% la prensa escrita. 10% hojas volantes, 9% mallas publicitarias, por lo tanto los medios de comunicación que se utilizarán serán los siguientes:

- ✓ Televisión
- ✓ Prensa
- ✓ Radio
- ✓ Hojas volantes

2.9.2 Políticas De Publicidad Y Promoción.-

Basándonos en la pregunta # 2 ¿Donde acostumbra servirse Ud. el almuerzo? Las personas, que respondieron esta pregunta, supieron explicar que por falta de publicidad o propagandas, no conocían de sitios cercanos que les proporcionaran estos servicios.

Razón por la cual los instrumentos que vamos a utilizar en nuestra campaña promocional serán la publicidad, la venta personal y la promoción de ventas.

En cuanto a la publicidad, que será una de nuestras herramientas más importantes, nos centraremos en los siguientes medios: prensa, radio, televisión y hojas volantes.

Por lo que respecta a la venta personal, ésta también será una de las principales armas para introducirnos en el mercado. Hay que decir que, en relación con la publicidad, la venta personal que realizaremos tendrá bastante peso, dadas las condiciones de empresa pequeña y de servicios que tenemos.

La promoción de ventas, por su parte, también tendrá un gran peso en relación con la publicidad, ya que es complemento directo de ésta.

2.9.3 Publicidad

Los objetivos generales de nuestra publicidad serán:

- 1.-Informar sobre la empresa y el servicio que se ofrece.
- 2.-Persuadir para que se acerquen a nuestro local y adquieran el servicio.

A través de la publicidad se dará conocer el principal servicio que se está expenderá en la empresa; indicando, además, las características específicas del servicio que se brindara, entre las cuales se destacara: la variabilidad de los platos, precio competitivos, y comodidad etc. Factores que constituirán en el eje primordial de la empresa.

2.9.4 Estrategia de medios a utilizar

*Prensa

Los periódicos que hemos elegido para llevar a cabo nuestra campaña publicitaria son tres: El Heraldo, El Espectador y Portada. Mismo que contendrá el siguiente texto:

**“YA ES POSIBLE COMER SANO, SIN TENER QUE
COCINAR”**

SERVICIO DE VIANDAS



“SABOR ECUATORIANO”

Servicio de “**Viandas Sabor Ecuatoriano**”. Te brinda la oportunidad de servirte tu almuerzo preparado con productos seleccionados, naturales con fin de proteger tu salud; en el lugar que prefieras y a la hora que tú decidas; con un variado menú durante todo el tiempo que se encuentre a disposición de su distinguida clientela.

Para pedidos comunicarse al teléfono: 2243-951
ESTAREMOS GUSTOSOS EN ATENDERTE

*Radio

Contrataremos espacios en las siguientes emisoras: En La VP radio, Génesis, Ondas Cañarís, Súper S. con el mismo texto que se presenta para el periódico se lo realizara para la radio de la misma manera adicionándole un fondo musical.

***Televisión**

Dado el elevado coste de la publicidad en este medio, nos limitaremos al soporte de Austral TV, de carácter regional. Así, insertaremos nuestro anuncio todos los días de lunes a viernes en el horario de noticias. En este sentido, colocaremos los anuncios justo antes de empezar el noticiero.

Nuestra campaña promocional en televisión la acotaremos al primer mes de actividad de la empresa. Tras este periodo, y analizando el impacto que la campaña haya tenido en los televidentes, se planteara seguir haciendo publicidad en este medio. Con grabaciones especiales del servicio.

2.9.5 Ejecución de la campaña.-

***Realización física del mensaje:**

Contratación de espacios y tiempos en los medios y soportes publicitarios:

El objetivo principal de la promoción de ventas, será apoyar la introducción de servicio de viandas.

Se utilizara instrumentos de mix de comunicación para introducir considerablemente el servicio de viandas. Estamos, pues, ante un objetivo de tipo proactivo, ya que buscamos algo que nos habíamos planteado desde un principio, no como respuesta a una acción de la competencia.

2.9.6 Promoción.-

La política de promoción de nuestra empresa se basará en el volumen de ventas y secuencia de las mismas y fechas especiales, que se realizará a través de descuentos o agregación de productos.

2.9.6.1 Promoción de Ventas

Ya que interesa conocer mejor a los clientes para ello se desarrollará una red de atención personalizada con personal capacitado que realizará una evaluación completa de los alimentos a consumir por nuestros clientes.

2.9.6.2 Marcas

La marca es un aspecto fundamental en la estrategia del producto. Ya que a través de la misma podrá ser reconocida por nuestros clientes y esta estará relacionada con el nombre de la empresa.

2.9.6.3 Etiquetas

Nuestra etiqueta estará confeccionada para dar información de los productos con los que se elaboran el servicio gastronómico, ingredientes, dirección de nuestra empresa, entre otras.

Cuadro # 2.6 Etiqueta

<p>“YA ES POSIBLE COMER SANO, SIN TENER QUE COCINAR”</p>		<p>Comida preparada con productos sanos, naturales; distinguiéndose por su alta calidad.</p>
<p>Dirección: Rivera 8-11 y 10 de Agosto (segundo piso)</p>	<p>Para pedidos comunicarse al Teléf. 2243_951</p>	<p>COME SANO</p>

Elaborado: por la Autora

2.10 PRECIO

El precio es un importante regulador ya que determinara el rendimiento sobre la inversión, maximizara las utilidades y lograra una participación en el mercado.

En la pregunta 5 de la encuesta realizada se determino que 50% de los consumidores este acuerdo de que el precio sea de \$1.5 la empresa “Sabor Ecuatoriano” fijará los precios de sus productos tomando como referencia los de la competencia.

2.11 PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

La estrategia de posicionamiento en el mercado será a través de la publicidad en los diferentes medios de comunicación dando la información necesaria de nuestro servicio, así como también de nuestra empresa.

El nombre con el cual se lanzara nuestro servicio al mercado será de fácil identificación y recordación como es “SABOR ECUATORIANO” cuyo significado es el sabor que tiene relación con el tipo de comida que se pretende vender. El lema de nuestro servicio es “Ya es posible comer sano, sin tener que cocinar”. Los colores con los que se identificará a nuestro logo estarán diseñados con colores primarios como son:

Azul, Amarillo, rojo, plomo ya que son de fácil identificación para el cliente.

“SABOR ECUATORIANO” le ofrece una innovadora propuesta en servicios de comida a domicilio. Pensado para personas que gustan de la "vida sana", y que desean optimizar su tiempo.

Nuestra oferta gastronómica asocia la cocina sana, natural, equilibrada y especialmente sabrosa; elaborada por un equipo multidisciplinario que cuidan la calidad del servicio y la preparación de los alimentos.

La innovación permanente, la pasión y dedicación hacen que ayudan mantener nuestra misión: la satisfacción de nuestros clientes en la búsqueda por mantener su estilo de vida. Queremos que descubra el placer de degustar en su casa u oficina platos saludables, elaborados, originales y deliciosos que despertarán sus sentidos con aromas y sabores naturales

SERVICIO DE VIANDAS



“SABOR ECUATORIANO”

ya es posible comer sano, sin tener que cocinar.

2.11.1 Riesgos Y Oportunidades En El Mercado

La empresa que penetran en el mercado tiene el riesgo de no permanecer en el mercado por mucho tiempo, ya que en nuestro país, el riesgo es mayor debido a la inestabilidad política y económica en la que nos encontramos.

RIESGOS

- ✓ Que el servicio no sea aceptado por el consumidor
- ✓ Fuerte competencia.
- ✓ Nuevas empresas competidoras.
- ✓ Nuevos productos más afines a las demandas del mercado.
- ✓ Desarrollo de nuevas tecnologías en las empresas competidoras.
- ✓ Nuevas redes de distribución.
- ✓ Mercado de los productos o servicios en declive.
- ✓ Escasez de suministros en productos.

OPORTUNIDADES

- ✓ Nuevas posibilidades en temas relacionados con la publicidad, la promoción o las relaciones públicas.
- ✓ Nuevos usos a nuestros servicios.
- ✓ Apertura de nuevos mercados.
- ✓ Nuevas estrategias de negociación con los proveedores.
- ✓ Cierre de empresas con la competencia directa.
- ✓ Nuevos sistemas de venta más adaptados al servicio.

CAPITULO 3

PRODUCCIÓN

3.1 PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS VIANDAS.

El servicio de viandas “Sabor Ecuatoriano” prepara menús completos con las mejores recetas ecuatorianas, utilizando materias primas de calidad , y así generar los mejores deleites a su paladar , como también cada semana se tratara de renovar cada menú , y combinarlo de manera balanceada y equilibrada garantizar así un excelente producto.

El proceso de elaboración del menú que se dispondrá el servicio de viandas requiere de ciertos puntos previos a tener en cuenta así como:

a.- Recetario: en el **ANEXO (3)** se incluirá la descripción de los ingredientes que dispondrá y cantidades que se requiere para la preparación de cada vianda tiempos de demora y la presentación de la vianda final.

b.- Perfil del Personal: Hace referencia específicamente al personal requerido y sus funciones respectivas. Este punto se ampliara en la parte de la mano de obra requerida **ANEXO (4)**

c.- Ciclo de Compras: Las materias primas a comprar deben ser de alta calidad al tratarse de productos perecibles, en la medida de lo posible deben estar frescos por lo que se recomienda que las compras se hagan semanales. A demás se debe incluir algunos productos no perecibles.

El ciclo de compras finaliza con el almacenamiento de los vivieres y otros artículos necesarios para la elaboración de las viandas.

d.- Normas de Calidad del servicio: El servicio de viandas “Sabor Ecuatoriano” adoptara las siguientes:

- ✓ Se considera fundamental la limpieza en toda etapa del proceso de elaboración de las viandas para garantizar la comida sana.
- ✓ Comprar ingredientes frescos, naturales y de alta calidad.
- ✓ Las preparaciones se mantendrán a una temperatura adecuada hasta su servicio.
- ✓ Trato amable por parte del personal de servicio hacia el cliente.
- ✓ Mantener el buen sabor de los platos.

3.2 ALGUNOS PRINCIPIOS PARA CONFECCIONAR EL MENÚ

Para la preparación de los alimentos, se tendrán en cuenta los siguientes porcentajes nutricionales, para una correcta alimentación y así ayudar a cuidar la salud aun cuando el físico es expuesto a grandes esfuerzos o al estrés diario:

Cuadro # 3.1 Composición De Los Alimentos

Composición química de los alimentos (por 100 gr.)				
Alimentos	H. de C.	Proteínas	Grasas	Kcal
Leche	5	3	3	59
Queso	-	22	24	304
Huevo	-	12	12	156
Carne	-	20	5	125
<i>de vaca</i>	-	20	7	143
<i>de pollo</i>	-	20	5	125
<i>de pescado</i>	-	18	1	81
Hortalizas A	3	1	-	16
Hortalizas B	8	1	-	36
Hortalizas C	20	2	-	88
Frutas	12	1	-	52
Cereales	70	12	-	328
Legumbres	59	20	2	334
Pan	60	10	-	280
Galletitas	70	10	10	410
Azúcar	100	-	-	400
Dulce	70	-	-	280
Aceite	-	-	100	900
Manteca	-	-	84	756
Crema	2	2	40	376

FUENTE: <http://www.gimnasiargentina.com.ar/preparacionfisica/nutricion/nutricion.html>

-Las proteínas: sirven para construir y reparar los tejidos. Las enzimas, muchas hormonas y los anticuerpos son sustancias proteicas.

-Los carbohidratos H. de C.: son la principal fuente de energía para el organismo, además de ofrecernos una buena cantidad de fibra.

-Las grasas: son la fuente de energía proveniente de los alimentos más concentrada. Nos abastecen de algunos nutrientes esenciales, como ser los ácidos grasos poli saturados y pueden transportar a las vitaminas liposolubles.

-Las vitaminas: son reguladoras de muchos de los procesos y reacciones químicas de nuestro organismo. No aportan ni energía ni materiales, pero participan activamente en el proceso de traspaso de energía de los alimentos al organismo.

-Los minerales: son indispensable para el mantenimiento de la salud y el crecimiento participando en la composición del tejido óseo y de otros tejidos. También participan en procesos celulares vitales (por ejemplo la contracción muscular) y en la regulación de los líquidos corporales.

-El agua: aunque no se la considere específicamente un nutriente es indispensable para nuestro organismo. Representa aproximadamente el 60 a 65% de nuestro cuerpo. Su consumo regular es esencial para el hombre pues es un elemento que no puede ser depositado en reservorios (a diferencia de otros animales que sí lo hacen). El agua es la que hace posible que ocurran las reacciones químicas en nuestros organismos, el transporte de nutrientes, la consistencia de los distintos tejidos, etc. ¹⁰

¹⁰<http://www.gimnasiargentina.com.ar/preparacionfisica/nutricion/nutricion.html>

3.2.1 Diseño de las viandas

Las comidas serán entregadas en viandas de tres proporciones, las mismas que servirán para las sopas, para el segundo plato y el postre o jugo. Y serán retiradas una hora después del entrega para su adecuada limpieza.

Las viandas vendrán diseñadas con el logotipo, el número de teléfono, y la dirección de la empresa para pedidos.



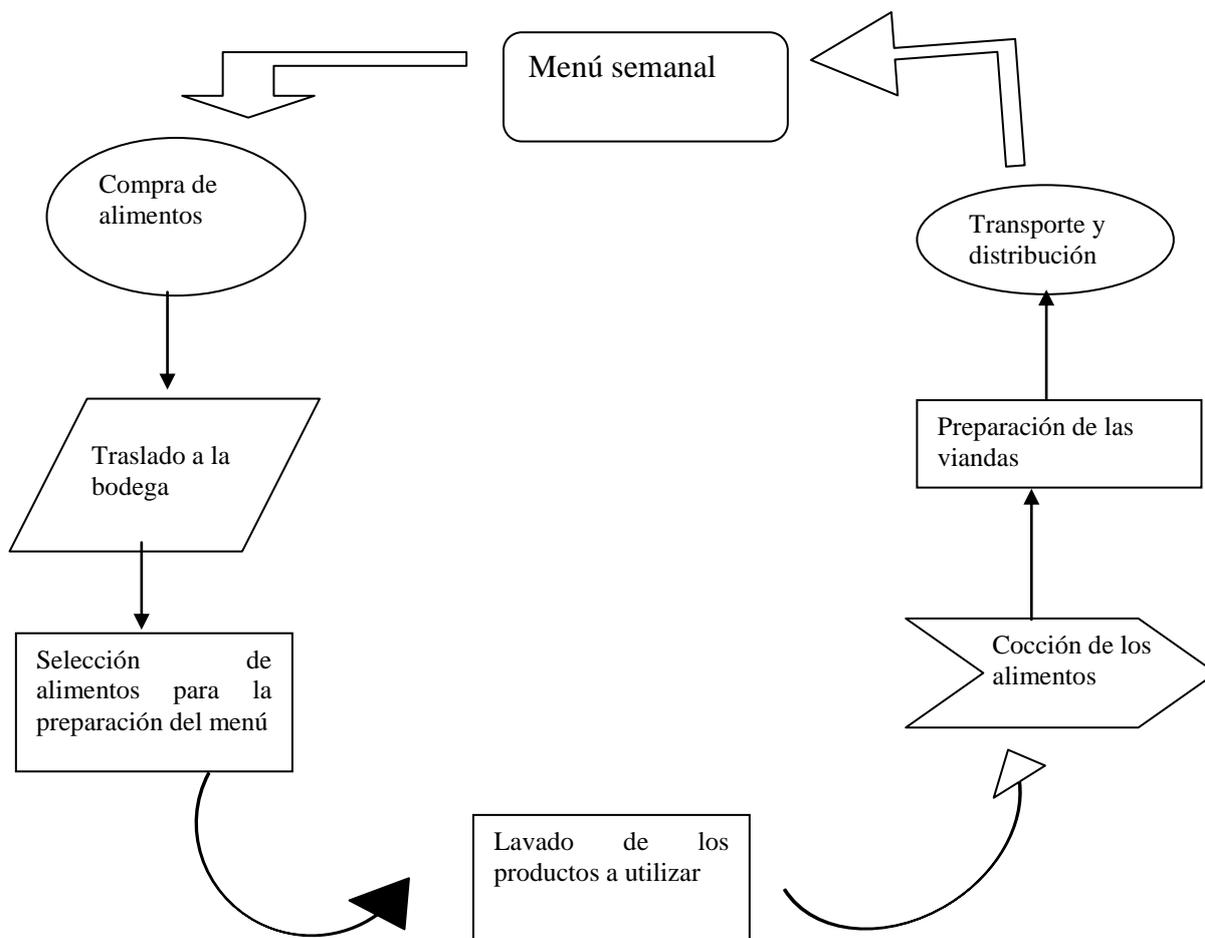
3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESENTACIÓN DEL SERVICIO.

La elaboración de las viandas se elaborara de acuerdo al tipo de menú que se determine con anterioridad, ya que para cada semana abra diferentes tipos de menús.

Una vez preparado los alimentos se procederá a colocar en las viandas para ser distribuidos, el tiempo total de preparación será de 4 horas, luego de esto se procederá a distribuir a los diferentes lugares de pedido.

Como son varios los menús que se prepararan, se guiara en el siguiente flujo de proceso que servirá para todas las elaboraciones de los platos.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO



3.4 CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

La tecnología que se requiere para la elaboración de viandas es sencilla, el equipo y la maquinaria es accesible se encuentra en el mercado nacional y no requiere de mayor sofisticación.

La microempresa elaborara viandas a domicilio que es de fácil preparación la manipulación y la conservación de la materia prima estará en buenas prácticas de mantenimiento. Para la conservación contaremos con un frigorífico y dos congeladores que mantendrán en un buen ambiente de preservación de las materias primas. El embasado y el etiquetado se realizara en formas manual.

Para la distribución de las viandas la empresa, contara con automóvil propio de la empresa

Requerimientos para el desarrollo del proyecto: Hemos subdividido estas imposiciones de la siguiente manera:

- Recursos necesarios: A continuación se detallan los principales recursos que se deben considerar para establecer el negocio.

El costo de cada recurso se especifica en él. **Anexo (5)**

❖ **“Maquinaria y Equipos requeridos, Equipo de Cómputo, Muebles y enseres.**

Nombre	Descripción	Cantidad
1.- Maquinaria Y Equipo		
Cocina Industrial De 6 Quemadores	Niqueladas De 4 Quemadores Grandes	2
Ollas Para Cocinar Al Vapor	Umco 70cm De Alto X 50	3
Ollas De Presión	Presto - Modelo 21672 (6 L.)	2
Olla Industrial	Umco150x150 Acero Inoxidable	3
Set De Ollas De Calderos Industriales	Umco Tamaños: 32, 34, 36, 38, 40	3
Licuadaora	Skym - Modelo Lar-10 (10 L.)	1
Batidora	Kitchen Aid - Modelo Ka-Rrk5awh (5 L.)	1
Congelador Industrial	Inxd, Incluye 5repisa(67x87x95)	1
Refrigeradora	Indurama	1
Mesón De Trabajo	(1.52x76),Con2 Repisas	2
Viandas	Plásticas (3porciones)	330
Total		
2.- Utensilios		
Cuchara De Madera Grande	Grande	3
Colador	Modelo Cox0220 Grandes Inoxid.	3
Juego De Cucharones	Doble Medida Juego De 4	3
Cucharón Acero Inoxidable	8 Onzas	4
Dispensador De Ingredientes	Juego De 5 Frascos De Vidrio	4
Encendedor	Para Cocina	2
Exprimidor	De Limón Mental	4
Frasco Para Salsas	Plástico	4
Juego De Ollas Aluminio,	7 Ollas, Tamaños Variados	4
Paila Industrial	Acero Inoxidable	4
Rayador	De 4 Medidas	3
Tabla De Picar	Plásticas 50cmx45cm	3
Tacho De Basura	90cm Redondo	2
Set De Saleros	Pequeños	4
Jarras Plásticas	De 4 Litros	8
Bandeja De Acero Profundo	38x18 Y 8,50cm Acero Inocx	4
Juego De Cuchillos	50 Cm Mango De Madera x docena	2
3.- Equipo De Oficina		
Caja Registradora	Electrónico	1
Teléfono Sencillo	Digital	2

4.-Equipo De Computo		
Computadora	Intel, Teclado Sencillo, M RAM 128.	1
Impresora	Lexmark	1
CPU	Procesador Intel, Pentium 4	1
5.- Muebles		
Cartel Con El Nombre Del Local	Luminoso, 2x1.25	1
Mesa Para El Computador	Madera Resistente Color Plomo	1
Juego Mesa	Con 6 Sillas Material De Aluminio	3
6. Vehículo	Luv 2200 C/S 2004	1
7.-Decoración Del Local		

Elaborado: por la Autora

A más de estos componentes se requiere de agua, gas y electricidad para la preparación de las viandas.

El mantenimiento de los elementos de cocina se realizara todos los días, cada vez que se termine de realizar las actividades y cuando se requiera de la limpieza.

3.5 MATERIA PRIMA

Para la elaboración de la viandas se requiere de un sin número de materia prima ya que se ofrece una variedad de menús el cual incluye jugos y postre a mas de ellos aperitivos, a continuación se detalla por grupo los materiales a utilizarse para la preparación de las viandas:



“La pirámide nutritiva será una guía útil para la elaboración de los menús ya que ayudara a mantener la salud de las personas, y demuestra lo debe consumirse diariamente para obtener los nutrientes que el cuerpo necesita.

Para su interpretación se entiende que los alimentos dispuestos en la cima o vértice superior son los que deben consumirse en menor cantidad y los que están cerca de la base son los que se deben comer con mayor frecuencia y en cantidades mayores, incluyendo las calorías que aportan.

La pirámide estaba estructurada horizontalmente según la clasificación de los alimentos en los siguientes grupos:

- Cereales y derivados (en la base de la pirámide).
- Verduras y hortalizas.
- Frutas frescas.
- Leche y sus derivados.
- Carnes, pescados, huevos y legumbres secas.
- Azúcares y grasas (en la cúspide de la pirámide).¹¹

Estos elementos deben ser guardados de acuerdo a su condición de la siguiente manera:

Cuadro # 3.2 Cuidado Adecuado De Los Alimentos a Utilizar

Cereales y granos	En la alacena
Papas, y cebollas	En lugares oscuros y secos. Separar las cebollas de las papas
Tomates, zapallitos, zanahorias, hortalizas de hojas, rabanitos, apio, perejil, frutas	En la parte de abajo de la alacena
Lácteos y huevos	En la parte media de la heladera
Carnes y grasas	En la parte superior de la heladera
Aceite	En lugares oscuros y a temperatura ambiente
Quesos	En la heladera o en lugares cuyas temperaturas sean menores a 10° C, lejos de la luz y la humedad. Las campanas de vidrio no resultan aconsejables ya que no permiten una correcta aireación del producto.

FUENTE: http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_alimentaria

La materia prima para la elaboración de las viandas proviene de proveedores calificados y sobre todo conocido en el mercado nacional.

Para el control de las materias primas, se llevara a cabo en fichas técnicas necesarias para los respectivos registros de cada actividad que se realice: **(ANEXO 6)**

¹¹http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_alimentaria

Cuadro# 3.3 Proveedores Existentes En La Ciudad

MATERIA PRIMA	PROVEEDOR	CALIDAD	PROVEEDOR SELECCIONADO
Lácteos	San Andrés Cristo Pobre	Buena Excelente	X
Vegetales	Mercado Supermercado	Buena Buena	X
Frutas	Mercado	Buena	X
Carnes	Mercado Supermercado	Excelente Buena	X
Embutidos	Projasa La Italiana La Europea	Excelente Buena Buena	X
Granos	Mercado	Buena	X
Embases	Plásticos Pika	Excelente Buena	X
Etiquetas	Imprenta Ortega Imprenta Ulloa	Buena Regular	X

ELABORADO: POR LA AUTORA

3.5.2 Compras

Después de fijarse qué ingredientes se necesita se debe comprobar cuáles se tiene y hacer una lista con los que faltan. La lista no sólo tiene que estar completa, sino también ordenada por rubros: Lácteos, frutas y verduras, carnes, conservas, Etc. Así se evita tener que ir dos veces a un negocio o dar vueltas innecesarias por el supermercado.

Es fundamental comparar precios y calidades, así como controlar las fechas de elaboración y vencimiento de los productos perecederos. No hay que aceptar frutas machucadas, pasadas o demasiado verdes, ni verduras marchitas. Unas y otras deben verse coloridas, brillantes y tentadoras como flores recién cortadas.

La carne debe tener poca grasa y ser de color claro; cuanto más oscura se ve, más vieja o dura es. El pescado tiene que ser firme, con agallas bien rojas y ojos brillantes.

Es aconsejable comprar en lugares que renueven su mercadería a menudo, nunca en locales sucios o descuidados. Controla siempre el peso: No vaciles en mirar la balanza y reclamar si falta o si quieren venderte de más. Si vas a comprar un kilo de algo, vuelve con un kilo: ni con 900 gramos ni con un kilo y cuarto porque el comerciante "se pasó un poquito". En esta forma se cuidará el presupuesto y evitarás que la receta falle por diferencias en las cantidades.

3.6 CAPACIDAD INSTALADA

El tamaño óptimo de la planta está dado por su capacidad instalada expresada en la producción, los utensilios y el personal a contratarse, permiten producir 100 almuerzos diarios, sin embargo, considerando la demanda estimada de almuerzo diarios, se prevé elaborar 80% almuerzo, razón por la cual, la empresa laborara en el 80% capacidad instalada por lo que la capacidad de producción del servicio de viandas será.

Cuadro # 3.4 Capacidad Utilizada De La Empresa:

Periodo de Preparación	Cantidad de Producto
Capacidad Total Diaria	400 almuerzos
Producción diaria	321 almuerzo
Capacidad utilizada	$321/400= 80\%$
K	80%

Elaborado: por la Autora

Si la producción se incrementando más de lo planeado, se replantara el uso de los equipos y el tiempo de trabajo. Estos cambios se darán a la marcha de la empresa.

3.7 MANEJO DE INVENTARIOS

La micro empresa “Sabor Ecuatoriano” maneja en un mínimo los inventarios ya que el producto a elaborar es la comida y por ende la materia prima que se adquiere no se puede almacenar muchos días ya que es perecedera, por lo que se realizara dos veces por semana la compra de la materia prima.

COMPRA DE ALIMENTOS PARA UN MES.

Cuadro # 3.5 MATERIA PRIMA

Materia Prima	Unidad	Cantidad/ Mes	Val. Unid.	Valor Total
Arroz	Quintales	3,5	45	157,5
Azúcar	Quítales	2	40	80
Arvejas Secas	Libra	50	2	100
Porotos	Libra	86	0,7	60,2
Fideos	Libra	100	0,8	80
Harina	Quintal	1	50	50
Maicena	Libra	17,2	0,5	8,6
Huevos	Cubetas	30	2,2	66
Sal	Quintal	1	60	60
Pan	Unidades	150	0,1	15
Manteca	Bidones	1	90	90
Aceite	Bidones	5	32	160
Otros				1500
Verduras Y Frutas				
Acelga	Atados	20	0,25	5

Ajíes	Baldes	3	1	3
Cebolla	Saco	2	23	46
Lechuga	Unidades	15	0,25	3,75
Bananas	Racimos	3	5	15
Naranjas	Unid(100)	5	5	25
Manzana	Caja(100)	1	15	15
Piña	Unidades	50	1	50
Tomate De Árbol	Unida(100)	5	5	25
Tomate	Caja(100)	3	8	24
Zanahoria	Quintal	2	5	10
Zapallo	Unidades	10	0,5	5
Culantro	Atados	15	0,25	3,75
Limón	Saco	1	10	10
Pimienta	Libras	10	0,3	3
Apio	Atado	5	0,25	1,25
Pepinillo	Unidad	60	0,5	30
Ajo	Libras	20	1,5	30
Cebolla Verde	Atados(100)	2	2	4
Papa	Quintal	5	16	80
Col	Unidades	10	0,35	3,5
Plátanos	Racimos	3	8	24
Aguacates	Caja(100)	1	30	30
Arvejas Frescas	Libras	50	2	100
Otros verduras				500
Carnes Y Mariscos				
Pollo	Libras	80	1	80
Carne De Res	Libras	60	1,5	90
Carne De Cerdo	Libras	40	2	80
Menudos	Libras	25	0,8	20
Camarones Pequeños	Libras	10	2,2	22
Corvina	Libras	19	2	38
Otras carnes				1000
Lácteos				
Leche Condensada	Unidades	8	1,5	12
.6.Leche	Litros	25	0,6	15
Queso Fresco	Unidades	8	3	24
Yogur	Litros	10	2	20
Condimentos				
Caldos En Cubos O Polvo	Libra	5	0,5	2,5
Pimienta En Polvo	Libra	4	0,5	2
Sabora	Libra	3	0,5	1,5
Esencias De Vainilla	Poma	1	25	25
Otros				1000
TOTAL				5905,55

Cuadro # 3.6 Materia prima anual

MATERIA PRIMA ANUAL			DEMANDA ANUAL	81292		Valor de producción
TOTAL MENSUAL	5905,55		DEMANDA MENSUAL	6774		0,87175368
TOTAL ANUAL	70866,6					

1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO	6 AÑO	7 AÑO	8 AÑO	9 AÑO	10 AÑO
5.906	84.786	99.369	114.641	130.627	147.354	164.849	224.126	\$247.521	271.964
70.867	88.076	103.225	119.089	135.695	153.071	171.245	232.822	257.125	282.516

Elabora: por la Autora

Lo que se realizó en el cuadro # 3.6 sobre la materia prima anual, es multiplicar la demanda anual, por el costo de producción de cada vianda, para los años siguientes se trabajó con el supuesto de la inflación de 3.88% actualmente

3.8 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

3.8.1 Localización óptima de la planta

Para la localización del proyecto se ha seleccionado el sitio o lugar más conveniente, que favorezca su funcionamiento y el mejor desenvolvimiento de las actividades inherentes a ésta, a continuación se utilizará un método eficaz de localización óptima. **(ANEXO 7)**

Para ello se toma en cuenta algunos factores como:

- ✓ Cercanía de los Principales consumidores
- ✓ Geografía de la ciudad
- ✓ Accesibilidad a los productos
- ✓ Servicios básicos y transporte

3.8.2 Método de localización por puntos ponderados.

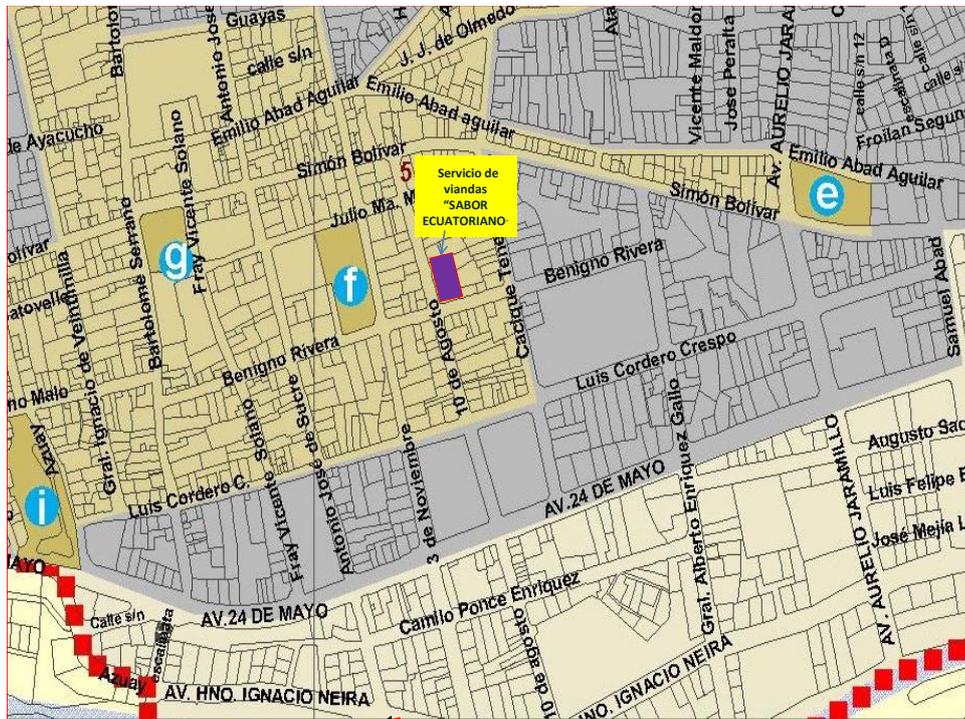
Para realizar este método se requiere mencionar determinados factores que benefician o perjudican la ubicación de la planta y asignarles una calificación. Los factores seleccionados y calificaciones asignadas se detallan en la siguiente tabla:

Cuadro # 3.8 Localización De La Empresa

FACTORES	La Playa	Centro 10 de agosto y Rivera	San Francisco 4 de Noviembre
Cercanía de los principales consumidores	4	10	5
Geografía de la ciudad	8	10	6
Accesibilidad a los productos	7	9	8
Servicio básico y transporte	10	10	8
Total	29	39	27

ELABORADO: LA AUTORA

De la tabla anterior resulta que el mejor sitio para la elaboración de la viandas está ubicado en el centro de la ciudad teniendo la más alta calificación en primera mención en la calle 10 de agosto y Rivera, ya que cuenta con todos los servicios necesarios tanto para la microempresa como para los consumidores, por lo tanto es el seleccionado para instalar el servicio de viandas, lo cual es conveniente si se está contemplando que el proyecto crezca en el futuro.



FUENTE:www.azogues.gov.ec

3.8.3 INFRAESTRUCTURA:

El local estará ubicado parte céntrica de la Ciudad de Azogues, se alquilara la casa en donde se pretende ofrecer el servicio el cual tiene una dimensión de terreno que es de 8 metros que baja por la calle 10 de agosto y de 14 metros que sube por la calle rivera.

El local cuenta con todos los servicios básicos que se necesita como lo es (agua, luz), las paredes del local se encuentran en perfecto estado ya que está elaborado de cemento concreto, los piso son de baldosas artesanales de 25cmx25cm, también cuenta con una cocina en el interior que tiene una mediada 3metrs x 5 metros. Además existe un baño y un cuarto de almacenamiento que servirá de bodega, la iluminación es totalmente clara ya que cuenta con dos ventanas de 1 metro x 1.5 de alto, tanto en la derecha como en la izquierda del lugar. El ambiente del lugar es normal ya que cuenta con todos los desagües necesarios y existe claridad lugar por lo que no existe humedad.

3.9 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

3.9.1 Distribución de la planta

La distribución de una planta debe integrar numerosas variables interdependientes. Una buena distribución reduce al mínimo los costos de producción, como el manejo de los materiales y almacenamiento, mientras que permite aprovechar al máximo la eficiencia de los trabajadores.

El objetivo de cada una de las distribuciones es:

Distribución por Proceso.-Permite reducir al mínimo el costo del manejo de los materiales, ajustando el tamaño y modificando los departamentos de acuerdo a las necesidades del producto.

Distribución del Producto.-Permite aprovechar al máximo la efectividad de los trabajadores que producen una alta utilización de la mano de obra y evitando que exista tiempo ocioso.

El método a utilizarse en la distribución del servicio de viandas será el denominado SLP (Systematic Layout Planning =Metodología de la Planeación Sistemática de la Distribución en Planta). “El cual es un diseño que integran todos los factores que intervienen en la producción, minimización de distancias recorridas por los materiales, estructuración lógica de procesos, minimización del espacio necesario, satisfacción y seguridad de los operarios y flexibilidad para ampliaciones o modificaciones futuras”¹². Para el cuál se requiere conocer:

El Producto.- con todas sus especificaciones, las cuales se especifican desde el principio de la evaluación del proyecto.

La Cantidad.- que se desea producir, lo cual se determina en el estudio de mercado como la determinación del tamaño de la planta

¹² <http://www.unizar.es/aeipro/finder/METODOLOGIA%20DE%20PROYECTOS/AA06.htm>

A Secuencia.- que sigue la materia prima en el proceso de producción.

Los Insumos.- necesarios para llevar a cabo la producción.

El Tiempo.- que es la programación de la producción.

Una vez determinados estos elementos se procede a verificar el espacio requerido para la implantación de la planta.

El método SLP utiliza una técnica poco cuantitativa al poner distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos. Para lo cual emplea la siguiente simbología.

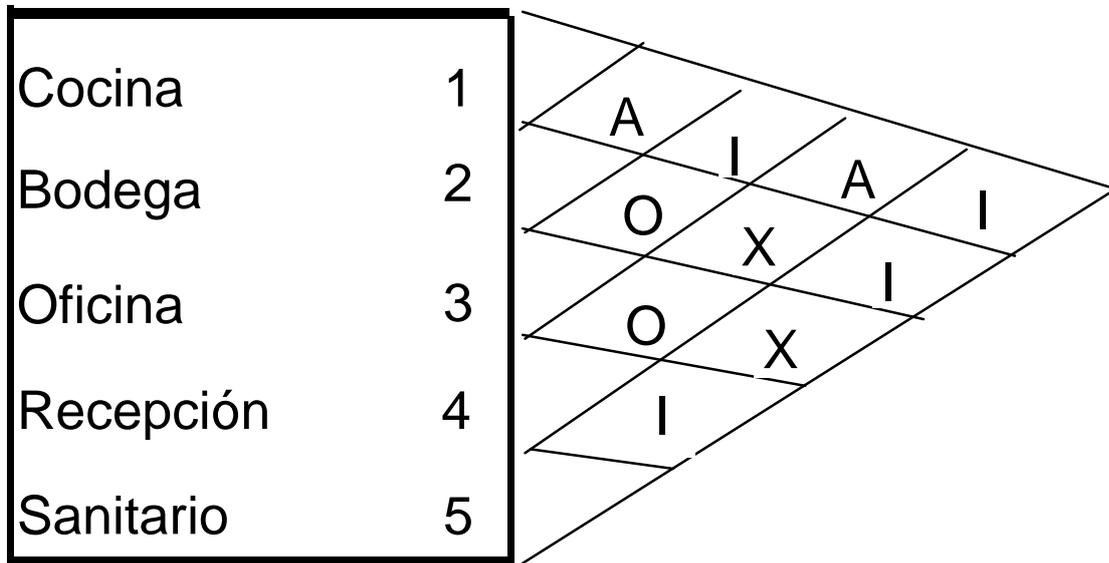
Para comenzar a distribuir la planta se establecerá cualitativamente la conveniencia de proximidad entre los departamentos.

Se utilizara las siguientes nomenclaturas y codificaciones

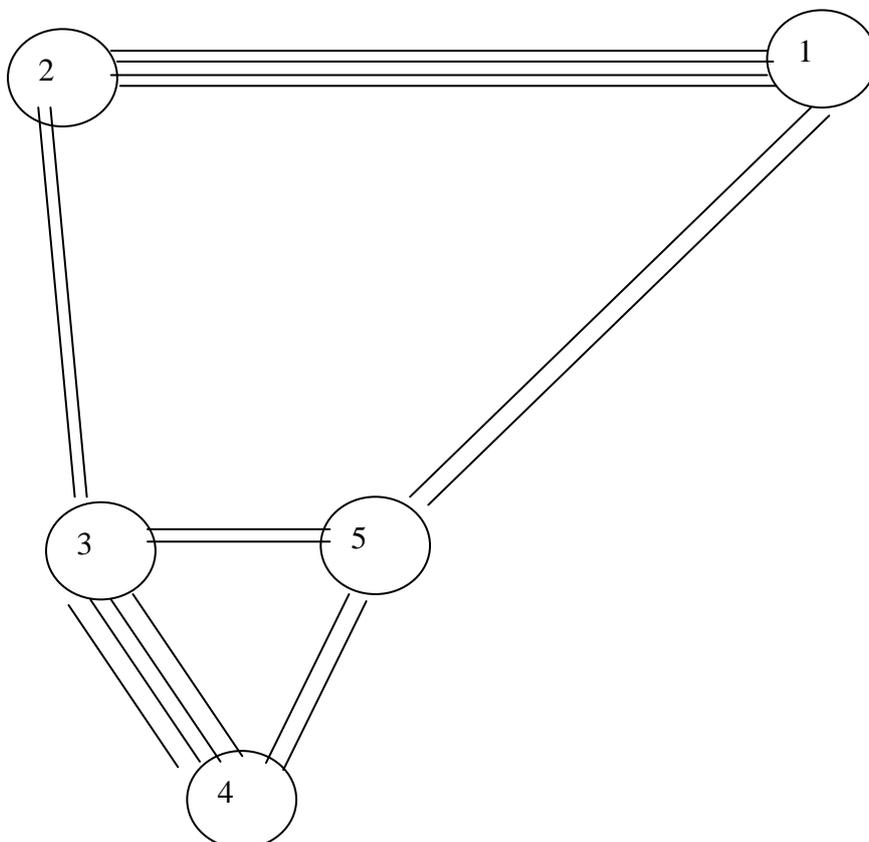
Letra	Volumen en Líneas en Orden de Proximidad	
A	Absolutamente necesaria	=====
E	Especialmente importante	=====
I	Importante	=====
O	Normal	=====
U	Sin importancia	~~~~~
X	Indeseable	▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲
XX	Muy indeseable	▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲

MÉTODO SLP (Systematic Layout Planning)

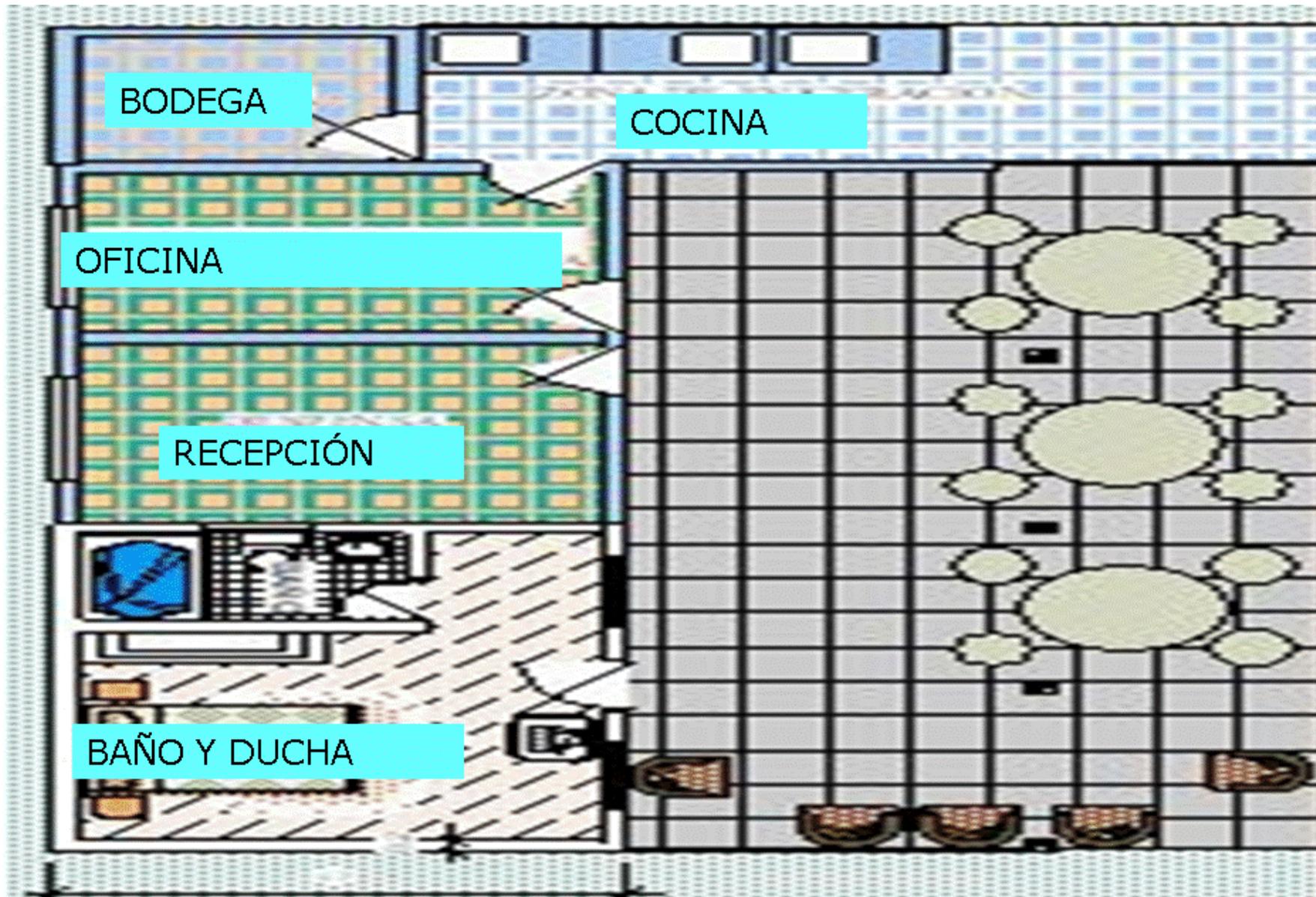
ALTERNATIVAS DEL LAYOUT:



RELACIONES ENTRE DEPARTAMENTOS:



DISTRIBUCION DE LA PLANTA



3.9.2 Preparación higiénica de los alimentos

El adecuado manejo, limpieza y conservación de los alimentos tanto frescos, como semielaborados o envasados, se deberá tener en cuenta en el momento de su preparación, evitar la contaminación y sus riesgos.

La contaminación de los alimentos se produce a través de organismos microscópicos llamados gérmenes, transmitidos por el hombre o los animales. Los gérmenes pueden pasar a los alimentos por diversos medios:

- ✓ Aire: a través de pequeñas gotitas de saliva al hablar o estornudar.
- ✓ Manos: especialmente las uñas, pueden transportar polvo, tierra, basura y gérmenes.
- ✓ Agua no potable: a veces se la utiliza para lavar los alimentos y los utensilios de cocina.
- ✓ Insectos, especialmente moscas: pueden posarse en la basura y luego en los alimentos.

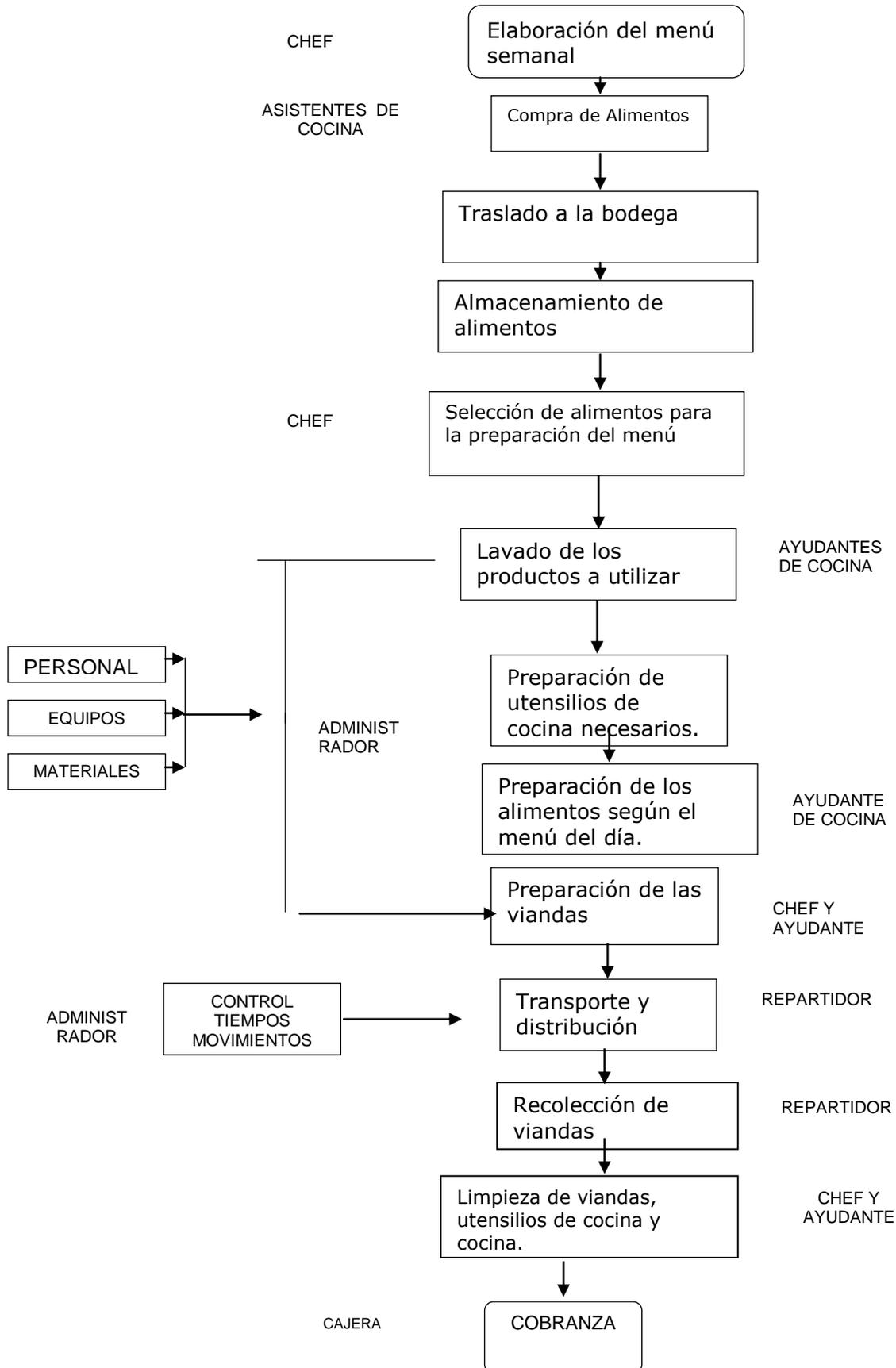
La higiene al cocinar

- ✓ Una norma indispensable de higiene es lavarse las manos antes de empezar a cocinar y después de manipular cada uno de los alimentos crudos.
- ✓ Luego de lavar la vajilla es aconsejable secarla para evitar que las gotitas de agua que quedan en la superficie favorezcan la supervivencia de bacterias.
- ✓ Es importante poner especial cuidado en la limpieza de electrodomésticos, máquinas picadoras, procesadoras y licuadoras. A veces quedan restos de alimentos que no son visibles pero contaminan a otros. Lo mejor es lavarlos con detergente y agua caliente, y enjuagarlos bien.
- ✓ Lavar los recipientes donde se mezclaron ingredientes crudos antes de utilizarlos para ingredientes que no lleven cocción.
- ✓ Limpiar los huevos con un paño seco -en vez de lavarlos con agua- para evitar quitarles una película protectora contra la contaminación. Una forma de saber si están frescos es sumergirlos, momentos antes de utilizarlos, en un recipiente con agua salada: si flotan deberán desecharse.

3.10 MANO DE OBRA REQUERIDA

La mano de obra que se requiere para la preparación de los alimentos a distribuir, deben contar con algunos requisitos para poder desempeñar su función y de la misma manera poder cumplir con los objetivos de la empresa; a continuación se detalla las personas con las cuales funcionara la microempresa las mismas que deberán desarrollar varias funciones de acuerdo a su área de trabajo y destrezas.**(ANEXO 5)**

3.10.1 DIAGRAMA DE ACTIVIDADES



PITULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permitirá determinar los niveles de rentabilidad del proyecto en este caso del servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” para lo cual comparamos los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que incurre.

El objetivo general será ordenar y sistematizar la información monetaria es decir determinara: La inversión inicial y los costos de operación es decir de:

- Administración,
- Ventas,
- Financiación en caso de egresos.

Se determinará si el proyecto es viable o no en términos monetarios mediante el respectivo análisis del flujo de caja proyectado a la vida útil del proyecto y el cálculo de indicadores de rentabilidad.

4.1 PLAN DE INVERSIÓN

Previamente a la elaboración del flujo de caja neto es importante proceder a la formulación del plan de inversiones, que contiene los egresos realizados tanto de gastos como de montos invertidos en la adquisición necesaria al momento de implementar el proyecto

El plan de inversión incluye una lista de todos los recursos en que se incurrirá para la implantación del proyecto, el mismo que consta de:

Inversión Fija: Es la inversión en activos fijos tangibles de \$ 24.041,72 que representa el 73% de la inversión total. En lo que constan los recursos necesarios para iniciar el negocio.

Capital de Trabajo: Se consideran todos los elementos para el primer mes de funcionamiento de \$ 8.889,22 representando el 27%.

El monto total de la inversión requerida para el proyecto del servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” se estima en \$ 32.930,94 la misma que se detalla a continuación:

Cuadro # 4.1 Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)
-------------	------------

INVERSIONES FIJAS	
CONSTITUCIÓN LEGAL	
Tramites de constitución	170,00
MUEBLES Y ENSERES	670,00
EQUIPOS DE OFICINA	540,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	1.280,00
EQUIPOS Y MAQUINARIA	7.381,72
VEHICULO	12.000,00
ADECUACIONES DE LOCAL	1.500,00
IMPREVISTOS	500,00
SUBTOTAL	\$ 24.041,72
CAPITAL DE TRABAJO (1 mes)	
MANO DE OBRA	2.063,51
Mercadería (alimentos para preparar)	5.905,55
GASTOS ADMINISTRACIÓN	147,83
GASTOS DE VENTA	772,33
SUBTOTAL	\$ 8.889,22
TOTAL	\$ 32.930,94

ELABORADO: POR LA AUTORA

4.2.- FINANCIAMIENTO DE CAPITAL

Por otra parte el Plan de Inversión debe contener una descripción de la estructura de financiamiento, que consiste en determinar cómo se van a financiar los recursos en los que se va a incurrir el proyecto. Para ello tenemos dos opciones capital propio y capital ajeno, el monto de los mismos se detalla a continuación:

Cuadro # 4.2 Financiamiento

FINACIAMIENTO		
PRESTAMO	19758,56	60%
CAPITAL PROPIO	13172,38	40%
TOTAL	\$ 32.930,94	100%

ELABORADO: POR LA AUTORA

Como se observa en el recuadro de financiamiento la cantidad requerida es de \$32.930,94 del cual el 40% corresponde a capital propio de \$13.172,38, mientras el 60%,sera obtenida mediante un préstamo realizado en la Cooperativa De Ahorro Y Crédito "JARDIN AZUAYO" de \$20.000 amortizable para 5 años utilizando el método de amortización constante , según los cuales el pago serán fijos , la tasa de interés que está utilizando la entidad financiera corresponde al 12,77% debiendo realizar pagos mensuales.

Para determinar los gastos financieros se procedió a diseñar la tabla de amortización (**ANEXO 8**) correspondiente al crédito. Del valor total del préstamo se simplifico la tabla tomando los valores anuales, los mismos que se obtuvieron sumando todos los valores mensuales a cancelar; a continuación se presenta la tabla simplificada de amortización:

Cuadro # 4.3 Tabla De Amortización

AÑOS	SALDO INICIAL	CUOTAS	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL
1	20000	4000	2320	6320	13680
2	13680	4000	1809	5809	7871
3	7871	4000	1298	5298	5820
4	5820	4000	787	4787	4277
5	4277	4000	277	4277	0
	TOTAL	\$20.000	\$6.491	\$ 26.491	

ELABORADO: POR LA AUTORA

4.3 PLAN OPERATIVO

Para poder realizar la actividad económica se debe considerar tanto ingresos como egresos. Para lo cual se procederá a realizar el Estado de Resultados o Pérdidas o Ganancia.

- ✓ Estado de Resultados, “Muestra la información que una entidad económica generó en un determinado periodo desde el enfoque de los ingresos y los egresos pero no vistos con base en flujo de efectivo sino en facturación, es decir, en términos amplios cuanto se vendió (independientemente de que se cobraran esas ventas) y cuanto se gasto (independientemente de que se pagaran esos costos y gastos), y por consecuencia después de enfrentar ingresos facturados contra egresos facturados, cuanto se ganó o se perdió en esa escala de tiempo”¹³

En el estado financiero se detallan los ingresos y gastos de la empresa durante un periodo determinado. La diferencia entre los ingresos y los gastos constituye perdida, si los ingresos son menores a los gastos; o la utilidad, si los ingresos son mayores a los gastos

¹³<http://www.roblaguna.com/2008/04/13/el-estado-de-resultados-o-estado-de-perdidas-y-ganancias-los-estados-financieros/>
El estado de Resultado del servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” consta de las siguientes cuentas:

INGRESO

- Ventas: Constituye los valores proyectados en la estimación de la demanda, realizada en el capítulo de Investigación de Mercado.
- Costo de Venta: Está formado por la valoración de las materias primas y de la mano de obra directa.

EGRESOS

- Sueldos y salarios: son los valores que van a percibir los empleados de la empresa por sus servicios. **(ANEXO 9)**
- Servicios básicos: son los servicios de agua, energía eléctrica y teléfono necesarios para el funcionamiento de la empresa. Se estima que los valores calculados para esta cuenta se incrementara en 10% los 5 primeros años y el 20% los 5 años posteriores **(ANEXO 10)**.
- Arriendo: el costo del arriendo haciende a 400 dólares mensuales en los 2 primeros años, posteriormente en los años subsiguientes se incrementara 50 dólares cada año
- Publicidad: se estima que el valor de la publicad anual durante el primer año alcanzará los 3000 dólares en los años posteriores se prevé un incremento de 10%
- Depreciaciones: constituye la pérdida de valor que sufren los activos fijos de una empresa en el tiempo. El importe de la depreciaciones correspondientes a los activos del servicio de viandas "SABOR ECUATORIANO "se calcularan considerando el porcentaje máximo establecido poa la ley del régimen tributario interno y se encuentran desglosando en la siguiente tabla.

Cuadro # 4.4 Tabla De Depreciación

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	VALOR DE LOS BIENES (\$)	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL (\$)
Maquinaria y Equipos	10%	7.382	738
Muebles y enseres	10%	670	67
Equipos de Oficina	10%	540	54
Equipos de Computación	33%	1.280	422
Vehículo	20%	12.000	2.400
REALIZADO: POR LA AUTORA		TOTAL	\$ 3.682

- Gasto de suministros y materiales: Corresponde a los costos de materiales necesarios para el desenvolvimiento, tales como: papel, bolígrafos, lapiceros, etc.

También en el estado de pérdida y ganancias se hará constar en la cuenta de Suministro y Materiales, los gastos de Administración y Venta detallados en el **(ANEXO 11)** se prevé un incremento del 2% anual a partir del tercer año.

Amortización por remodelación del local: si existe un contrato de arrendamiento a largo plazo y el arrendatario realiza mejoras en local, es posible realizar la amortización de dichas mejoras a través de la siguiente fórmula:

Cuadro # 4.5 Amortización Del Local

Amortización De Mejoras En Locales Arrendados =	$\frac{\text{Valor Del Gasto}}{\text{N. de años}}$
--	--

Amortización de mejoras en = $\frac{1500}{5}$

Amortización de mejoras en = 300

Por lo tanto se deduce que 300 dólares anuales será por concepto de amortización de mejoras en locales arrendados

- Gastos financieros: son los intereses que estamos obligados a cancelar por el préstamo obtenido. de acuerdo a la Ley Del Régimen Tributario Interno el interés se pueden cargar como gastos deducibles. los rubros se obtuvieron en la determinación de la financiación para el capital realizada en el capítulo en el desarrollo.

VIDA ECONOMICA: El presente proyecto tiene una vida útil de 10 años, ya que todos los componentes incluidos en este trabajo están destinados para un periodo de 10 años, después de ese lapso de tiempo, se tendrá que cambiar por maquinarias nuevas de acuerdo a la tecnología.

Con lo expuesto anteriormente establecido, se procederá a realizar el Estado De Pérdidas Y Ganancias que se detallan a continuación:

SERVICIO DE VIANDAS “SABOR ECUATORIANO” ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Cuadro # 4.6 Estado De Pérdidas Y Ganancias

RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESO										
Ventas (CUADRO#2,4 PROY. DEMANDA PAG.31)	142.261	170.204	207.219	248.342	293.951	344.457	400.305	565.365	648.606	740.307
(-)-Costo de Ventas	81267	100306	121181	139342	156322	175549	195294	258441	283866	309631
Materia prima (CUADRO #36 MAT.PRIM ANUALPAG 50)	70867	88076	103225	119089	135695	153071	171245	232822	257125	282516
Mano de obra directa (ANEXO 9)	10.400	12.231	17.956	20.253	20.627	22.478	24.049	25.619	26.741	27.115
(=)UTILIDAD BRUTA	60995	69898	86038	109000	137629	168907	205011	306924	364740	430676
Gastos Operacionales										
Gastos de sueldos y salarios M,O,I, (ANEXO 9)	14.362	16.723	23.093	25.854	26.228	28.838	29.810	36.289	39.296	39.670
Gastos de servicio básicos(ANEXO 10)	4320	4752	5227	5750	6325	7590	9108	10929	13115	15738
Gasto de arriendo	4800	4800	5400	5400	6600	6600	7200	7200	7800	7800
Gasto de publicidad	3000	3000	3600	3600	4800	4200	4200	4800	5400	5400
Gasto de depreciación maquinaria y equipo CUADRO # 4,4 TABLA DE Depreciación PAG.62?	738	738	738	738	738	738	738	738	738	738
Gasto de depreciación de muebles y enseres CUADRO # 4,4 TABLA DE Depreciación PAG.62 ?	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Gasto de depreciación equipos de oficina CUADRO # 4,4 TABLA DE Depreciación PAG. 62?	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Gastos de depreciación de equipo de computación CUADRO # 4,4 TABLA DE DepreciaciónPAG.62?	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422
Gastos de depreciación de Vehículo CUADRO # 4,4 TABLA DE Depreciación PAG. 62?	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Amortizaciónremodelación del local CUADRO # 4,5 amortización del local PAG63. ?	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
GASTOS DE ADMINISTRACION (ANEXO 11)	1774	1.774	1.809	1.846	1.883	1.920	1.959	1.998	2.038	2.079
GASTOS DE VENTA (ANEXO 11)	9268	9.268	9.453	9.642	9.835	10.032	10.233	10.437	10.646	10.859
Gastos de constitución (ANEXO 12)	170	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TOTAL GASTOS OPERACIONALES	41.675	44.298	52.565	56.074	59.652	63.162	66.491	75.635	82.277	85.528
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	19.319	25.600	33.474	52.926	77.976	105.746	138.520	231.288	282.463	345.148
GASTOS FINANCIEROS										
Intereses pagados CUADRO# 4.3 TABLA DE AMORTIZACION PAG.63	2320	1809	1298	787	277	0	0	0	0	0
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	16999	23790	32175	52139	77700	105746	138520	231288	282463	345148
(-) 15% Participación de los trabajadores	2550	3569	4826	7821	11655	15862	20778	34693	42369	51772
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA	14449	20222	27349	44318	66045	89884	117742	196595	240094	293376
(-)25% impuesto a la renta	3612	5055	6837	11079	16511	22471	29436	49149	60023	73344
(=)UTILIDAD LIQUIDA	10837	15166	20512	33238	49534	67413	88307	147446	180070	220032

Elaborado por la: AUTORA

4.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio “En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y los gastos, al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar se produce pérdida.”¹⁴

Este modelo financiero implica determinar el volumen de ventas necesaria para no incurrir en pérdidas ni en ganancias, por lo que se denominó también punto muerto. Si se obtiene ingresos superiores a este punto una empresa obtiene utilidades, y si el volumen de ingresos obtenido se ubica por debajo del punto muerto se produce pérdida.

Para determinar el punto equilibrio del servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” es necesario determinar los costos fijos y variables que se incurren al momento de la presentación del servicio.

- **COSTOS FIJO:**” Son los que permanecen en forma invariable con cualquier nivel de ventas.”¹⁵ En este caso fuese los: (Arriendos, Sueldos y salarios, Depreciación, Impuestos fijos)

- **COSTOS VARIABLES:**”Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa”¹⁶ Como la (Materia prima directa e indirecta, Impuestos específicos, Envases por productos terminados)

A continuación se detalla los costos en que se incurren:

Cuadro # 4.7 Costo De Los Recursos

COSTOS FIJOS	MONTO (\$)
Mano de obra indirecta	14.362
Servicios básicos	4320
Arriendo	4800
Depreciaciones	3.682
Amortizaciones	300
Gasto de venta	9268
Gastos de administración	1774
Total de costos fijo	38.505
COSTO VARIABLES	
mano de obra directa	10.400
materia prima	70867
Publicidad	3000
Constitución	170
Intereses	2320
Total de costos variables	76356
COSTO TOTAL	114862

Fuente: Estado De Pérdidas O Ganancias
Elaborado: Por La Autora

14,15,16 <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%2016/puntoequilibrio.htm>

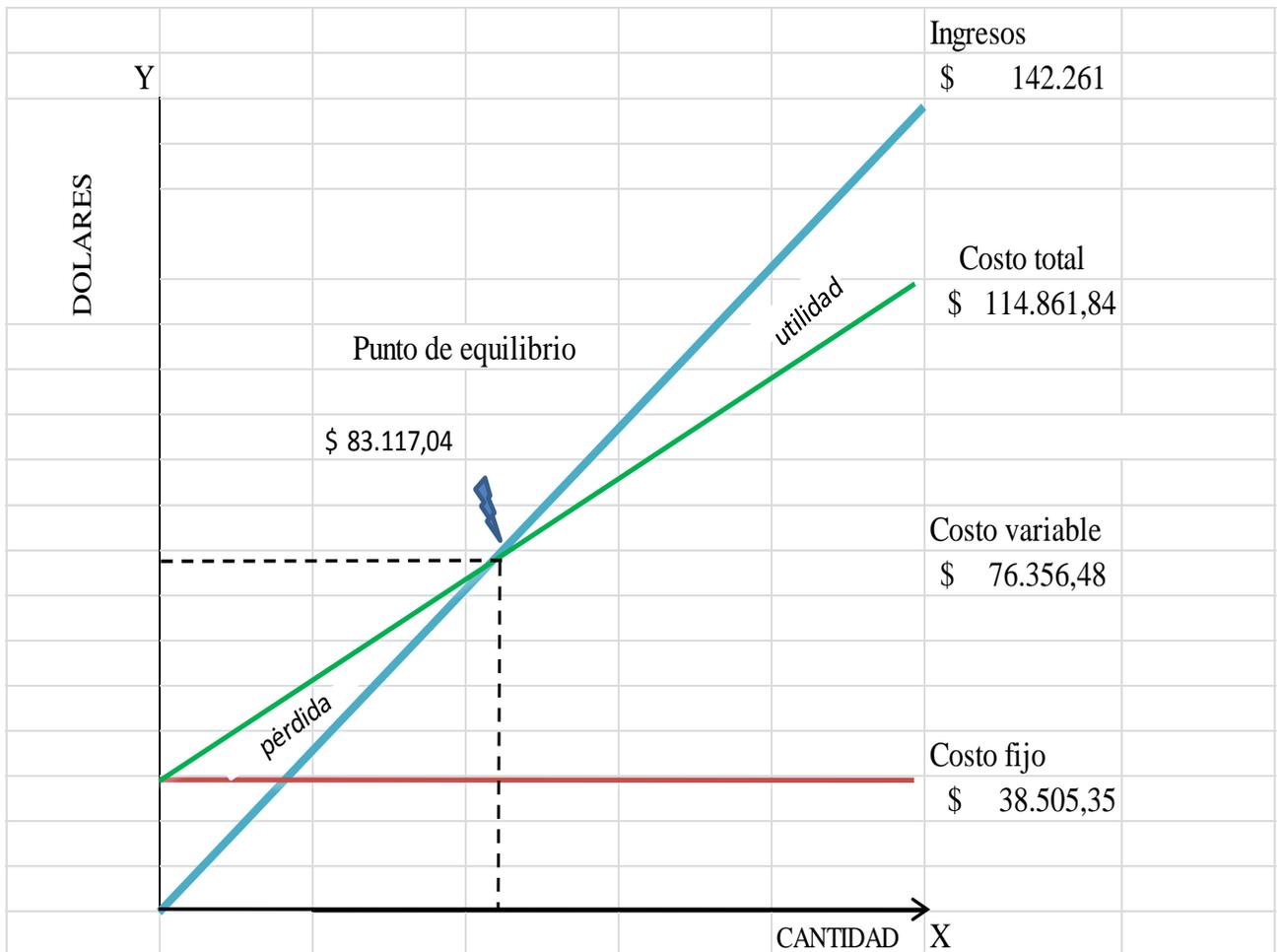
La fórmula que se utilizara para calcular el punto de equilibrio es la

P. E.	=	Costos Fijos		
		1 -	Costos Variables	

P. E.	=	38.505		
		1 -	76.356	
				142.261

siguiente:

$$P.E = \$ 83.177$$



De acuerdo al resultado obtenido el servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” deberá obtener ingresos de \$83.117.04 para alcanzar el punto de equilibrio, este valor le permitirá cubrir los costos del primer año de operación, de obtener un valor

inferior al mencionado, se obtendrá pérdida, por el contrario si el valor es superior se obtendrá ganancias.

4.5 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja contendrá los desembolsos e ingresos reales de dinero: así por ejemplo, las depreciaciones o amortizaciones no constan en el flujo, porque no generaran movimiento de dinero.

Consecuentemente debido a que el flujo de caja contiene información condensada de los ingresos y egresos, permitirá con conocer anterioridad, determinar los excedentes de efectivo o la falta del mismo. Esto permitirá tomar decisiones cuando lo amerite o tomar medida correctiva para evitar la iliquidez de la empresa

A continuación se presenta el flujo de caja del servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” proyectada para 10 años.

SERVICIO DE VIANDAS "SABOR ECUATORIANO"
FLUJO DE CAJA

RUBROS	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSIONES											
INV FIJAS (Cuadro # 4,1 INVERCION INICIAL PAG. 60)	-24041,72										
INV CAPITAL TRABAJO (CUADRO # 4,1 INVERCION INICPAG. 60)	-8889,22										
TOTAL INVERSIONES	-32930,94	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INGRESOS											
Ventas (Cuadro # 4.6 Estado De Pérdidas Y Ganancias PAG.64,65)		142.261	170.204	207.219	248.342	293.951	344.457	400.305	565.365	648.606	740.307
TOTAL INGRESOS		142.261	170.204	207.219	248.342	293.951	344.457	400.305	565.365	648.606	740.307
EGRESOS											
materia prima (CUADRO #3,6 MAT.PRIM ANUAL.PAG 50)		70.867	88.076	103.225	119.089	135.695	153.071	171.245	232.822	257.125	282.516
Gastos Operacionales											
Gastos de Sueldos y Salarios(ANEXO 9)		24.762	28.953	41.049	46.107	46.855	51.316	53.859	61.909	66.038	66.786
Gastos de servicios Básicos (ANEXO 10)		4.320	4.752	5.227	5.750	6.325	7.590	9.108	10.929	13.115	15.738
Gastos de Arriendo(Cuadro # 4.6 estado de PYG PAG. 64,65)		4.800	4.800	5.400	5.400	6.600	6.600	7.200	7.200	7.800	7.800
Gastos de Publicidad(Cuadro # 4.6 Estado de PYG PAG. 64,65)		3000	3000	3600	3600	4800	4200	4200	4800	5400	5400
Gasto de venta (ANEXO 11)		9.268	9.268	9.453	9.642	9.835	10.032	10.233	10.437	10.646	10.859
Depreciacion (cuadro # 4,4 pag)		3.682	3.682	3.682	3.259	3.259	859	859	859	859	859
Gastos de administracion (ANEXO 11)		1.774	1.774	1.809	1.846	1.883	1.920	1.959	1.998	2.038	2.079
Otros egresos											
Intereses Pagados(ANEXO 8 TABLA DE AMORTIZACION)		2.320	1.809	1.298	787	277	0	0	0	0	0
TOTAL DE EGRESOS EN EFECTIVO	0	124.793	146.114	174.744	195.480	215.528	235.589	258.662	330.954	363.021	392.036
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	0	17.469	24.090	32.475	52.861	78.422	108.868	141.643	234.411	285.586	348.271



(-) 15% participación trabajadores(Cuadro # 4.6 Estado de PYG PAG.64,65)	0	2.550	3.569	4.826	7.821	11.655	15.862	20.778	34.693	42.369	51.772
(-) 25% Impuesto a la renta(Cuadro # 4.6 Estado de PyGPAG.64,65)	0	3.612	5.055	6.837	11.079	16.511	22.471	29.436	49.149	60.023	73.344
Depreciación (cuadro # 4,4)		3.682	3.682	3.682	3.259	3.259	859	859	859	859	859
FLUJO OPERATIVO		14.989	19.148	24.493	37.220	53.515	71.394	92.288	151.428	184.052	224.014
Valor Residual Neto (estimado)											10.000
FLUJO DE CAJA NETO	\$ (32.931)	\$ 14.989	\$ 19.148	\$ 24.493	\$ 37.220	\$ 53.515	\$ 71.394	\$ 92.288	\$ 151.428	\$ 184.052	\$ 234.014

Elaborado: Por La Autora

4.6 INDICADORES DE RENTABILIDAD

Para determinar si el proyecto es o no económicamente rentable utilizaremos los siguientes criterios de evaluación: Van (Valor Actual Neto) y TIR (Taza De Retorno Interno), los mismos que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

4.6.1 VALOR ACTUAL NETO PARA EL SERVICIO DE VIANDA “SABOR ECUATORIANO”

El valor actual neto “es el valor actualizado de todos los rendimientos esperados; es decir, es igual a la diferencia entre el valor actual de los cobros menos el valor también actualizado de los pagos”¹⁷

El VAN es el indicador de rentabilidad más satisfactorio, expresa el valor monetario de exceso o disminución de un proyecto en relación con la mejor alternativa de inversión que se disponga.

Para obtener el Valor Actual Neto es necesario realizar la suma de los flujos netos descontados al presente, y de este valor restarle la inversión inicial. Para determinar los flujos es necesario determinar una tasa de descuento, la cual puede ser calculada en función al capital propio y al aporte financiero.

El valor actual neto puede ser:

- Si el Van es positivo, conviene realizar la inversión el rendimiento del proyecto es mayor a la tasa de descuento.
- Si el Van es igual a cero, no existe pérdidas ni ganancias, el resulta indiferente invertir o no en el proyecto.
- Si el Van es negativo, no conviene invertir en el proyecto.

4.6.1.1 Tasa de descuento

“La tasa de descuento es la tasa de retorno requerida sobre la inversión. La tasa de descuento refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente por lo como también se le conoce como costo o tasa de oportunidad.

Su operación consiste en operar en forma contraria el concepto de la tasa compuesta, es decir que si a futuro la tasa compuesta capitaliza el monto de interés de una inversión presente, la tasa de interés descontada reinvierte dicha operación en otras palabras esta tasa se encarga de descontar el monto capitalizada de interés del total del ingreso percibidos a futuro”¹⁸.

Por lo tanto la tasa de descuento considera el valor del dinero, e indica el costo de oportunidad que tiene el capital, pues señala la rentabilidad a la cual se renuncia por invertir en un proyecto determinado.

¹⁷BUENO C , Eduardo CRUZ R , Ignacio, DURAN H., Juan Economía De La Empresas Análisis De Las Decisiones Empresariales , edit. Pirámide año 1979 , pág. 264

Para obtener la tasa promedio ponderada es necesario conocer la tasa activa y pasiva vigente al momento de la evaluación financiera.

La tasa para la determinación de la tasa de descuento ponderado es emitida por el Banco Central Del Ecuador el 31 de mayo 2011

Cuadro # 4.8 Tasa De Descuento

RECURSOS	MONTO (A)	PROPORCION C = (A) / (B)	TASA (D)	PONDERACION = (C) * (D)
Propios	13.172	40,00%	4,60%	1,84%
			T. Pasiva	
Préstamo	19.759	60,00%	8,84%	5,30%
			T. Activa	
TOTAL (B)	\$ 32.931	100,00%		7,14%

ELABORADO POR: LA AUTORA
FUENTE: B.C.E

Se obtuvo que la tasa de descuento ponderado es de 7.14% el cual se utilizó para el cálculo correspondiente del VAN y la TIR.

4.6.1.2 Valor actual neto

Este indicador se calcula en base a la tasa de descuento que mide el costo de oportunidad de los fondos, y los valores equivalentes a los flujos netos de caja, y finalmente se resta la inversión inicial ya que se complementa y es pertinente aplicarle:

DATOS DEL CÁLCULO PARA EL VAN:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

TASA DE DESCUENTO	25%
INVERSION	\$ (32.931)
FLUJO NETO CAJA	
AÑO	VALOR (\$)
VALOR 1	\$ 14.989
VALOR 2	\$ 19.148
VALOR 3	\$ 24.493
VALOR 4	\$ 37.220
VALOR 5	\$ 53.515
VALOR 6	\$ 71.394
VALOR 7	\$ 92.288
VALOR 8	\$ 151.428
VALOR 9	\$ 184.052
VALOR 10	\$ 234.014
VAN	\$ 149.941,74

Se puede observar que el VAN, descontado al 25% es positivo, por lo tanto el proyecto es viable.

Si comparamos con el costo de oportunidad de \$ 37.485,435 dólares frente al VAN de \$ 149.941.74 dólares se determinó que la rentabilidad a obtenerse durante los 10 primeros años es 4 veces mayor al costo de oportunidad.

Financieramente conviene invertir en el proyecto ya que se obtendrá ganancias extra de \$ 149.941.74 sobre el costo de oportunidad.

4.6.2 TASA INTERNA DE RETONO.

La Tasa Interna de Retorno es un indicador porcentual, que matemáticamente hace que el VAN sea igual a cero. Para aceptar el proyecto la TIR tiene que ser mayor a la tasa de descuento.

La TIR se calculó utilizando la formula en EXEL, por lo que se determinó la siguiente ecuación $TIR = (- inversión; valor1; valor2.....valor_n)$

Calculo de la TIR:

INVERCION	\$-(32.931)
FLUJO NETO CAJA	
AÑO	VALOR (\$)
VALOR 1	\$ 14.989
VALOR 2	\$ 19.148
VALOR 3	\$ 24.493
VALOR 4	\$ 37.220
VALOR 5	\$ 53.515
VALOR 6	\$ 71.394
VALOR 7	\$ 92.288
VALOR 8	\$ 151.428
VALOR 9	\$ 184.052
VALOR 10	\$ 234.014
TIR	78%

Determinado el cálculo de la Tasa Interna de Retorno resulto ser de 78% comparando con la tasa de descuento (25%), se puede decir que según los criterios de la TIR se determina que el proyecto es rentable.

Por lo tanto se considera que la inversión resulta atractiva ya que la tasa de interés que generaría al implementar el proyecto es de 78% que frente a la tasa que produce el costo de oportunidad es 4 veces mayor a la tasa de descuento.

Al finalizar el estudio financiero la decisión de poner en marcha el proyecto se sustenta en el siguiente análisis:

Para comenzar con las actividades de la empresa se requiere de una inversión inicial de \$ 32.930,94 para la compra de activos fijos y para la elaboración de las viandas requeridas para un mes.

La empresa se financiara con el 60 % mediante préstamos a tercero, con una tasa de interés del 12.77%, para 5 años y el 40% es capital propio.

También se determinó que para implementar el servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” se requiere de un monto aproximado de \$ 24.041,72 para la inversión fija y un importe de \$ 8.889,22 para destinarle a capital detrabajo.

La utilidad neta obtenida el primer año es de \$ 10.837, esto va en aumento ya que se obtiene un VAN de \$ 149.941.74 y un TIR de 78% durante los 10 años, mientras que la mejor alternativa a la que se renuncia es descontada al 25%

El dueño al invertir \$13172,38 tiene un costo de oportunidad anual de \$ 605.92, si consideramos la tasa pasiva de 4.60% que nos ofrece una entidad financiera; pero si decide invertir ganaría \$10.837 durante el primer año, lo que significa que

la rentabilidad de su inversión alcanzaría al 82%, es decir ganaría 4 veces al costo de oportunidad.

4.7 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL LOCAL:(ANEXO12)

Los principales requisitos para la instalación que debe cumplir el servicio de viandas “sabor ecuatoriano” son las siguientes

Registro único de contribuyentes

Patente Municipal

Registro al Ministerio de Turismo

Pago a Benemérito Cuerpo de Bomberos

Permiso Sanitario (Ministerio de Salud)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Determinado el estudio de investigación para poder verificar si es conveniente o no la implementación del servicio de viandas “SABOR ECUATORIANO” en el Cantón Azogues, se llegó a las siguientes conclusiones.

- Con el estudio de mercado se pudo determinar que el 60% de los hogares desconoce del servicio o los servicios que prestan algunos restaurantes no son los suficientemente eficientes.
- Se determinó además que en la Ciudad de Azogues existe un 50.99% de aceptación del servicio de viandas.
- En el estudio de mercado también se determinó las debilidades de los principales consumidores y sus estrategias de venta, que se convertirán en fortaleza para el servicio de viandas.
- La tecnología que se utilizara para la elaboración de las viandas es convencional y el equipo que se requiere se encuentra en el mercado nacional y las materias primas que se utilizaran para la producción son del mercado regional.
- También a través del método de ponderación de factores, se determinó la localización óptima del proyecto, la misma que contribuirá a obtener una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital
- La empresa iniciara su actividad económica tomando un índice de participación del 3% del mercado potencial en el primer año, para los años posteriores se irá incrementando en 0.05%
- La capacidad de producción de la empresa es de 400 viandas, pero que la cantidad de que se va producir diariamente es de 321 viandas, por lo tanto la capacidad de producción es del 80% y se obtendrá un total de 6420 viandas mensuales al mes.
- Se determinó a su vez que el servicio será brindado de lunes a viernes ya que el fin de semana por lo general las madres de familia no laboran estos días, como también se excluye los días feriados, por lo tanto el total de días laborables para la empresa es de 253 días al año
- Desde el punto de vista financiero podemos decir que el proyecto, es viable, pues se obtuvo una tasa interna de retorno del 65% y su valor actual neto es de \$88.404. esto determina la rentabilidad de proyecto.
- Se requiere una inversión inicial de \$32930.94 que se financiara en un 60% mediante un préstamo bancario con una tasa de interés de 12.77% en un plazo de 5 años y el 40% restante es capital propio.

RECOMENDACIONES:

- En el estudio realizado de determino la factibilidad de implementar el servicio de viandas "SABOR ECUATORIANO", por lo que se recomienda llevar a cabo el proyecto ya que las utilidades a generar son mayores al costo de oportunidad de dinero , se crea fuentes de trabajo y se impulsa al desarrollo económico de Cantón.
- Cuando se pretende realizar un proyecto como es la creación de una empresa sin importar su actividad económica y su tamaño se deberá realizar un estudio de factibilidad, el mismo que le indicara la realización o no del proyecto.
- El servicio de viandas debe adaptarse constantemente a los cambios y requerimientos del mercado la adecuada adaptación a la dinámica de los negocios posibilita el mantenimiento de una empresa en el mercado.
- El ingreso al mercado es fácil, pero hay que tener en cuenta que la dificultad se encuentra en mantenerse y para ello se debe recurrir a estrategias que nos permitan diferenciarnos de la competencia.
- Se recomienda fomentar en este negocio, ya que no solo tiene el fin del lucro sino que brindar un servicio que ayude sobre todo a las amas de casa con el que hacer domestico, como lo son los almuerzos ya que no cuentan con el tiempo suficiente para prepararlo ya que la gran parte de estas laboran en distinto lugares.
- Consideramos que quienes estén interesados en realizar proyectos similares, deberían realizar una observación directa en diversos puntos de la ciudad, midiendo el comportamiento del consumidor ya que con esta, podrá elegir una ubicación idónea.
- Por último si la rentabilidad de la empresa va en aumento, se deberá realizar una publicidad más agresiva, en los medios más conocidos dentro de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Graham friend y Stefan Zehle (2008),Como Diseñar Un Plan De Negocios primera edición en español, lima, el comercio, S.A.

- Hernández Sampieli, Roberto, Fernández Collado Y Pilar Baptista,(1991), Metodología De La Investigación, segunda edición, México McGraw-Hill/Interamericana De México S.A De C.V
- Bradey And Myres (1993), Fundamentos De Financiamiento Empresarial, 4^{TA}Edicion Mexico . Mc.Gran Hill
- MALDONADO, Fernando, Formulación Y Evaluación de proyectos, Centro De Publicación De Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas De La Universidad De Cuenca 2007
- MENDEZ, Vicente ROLDON DIEGO, MATEMATICA Financiera Con Excel Y Matablab, 2005
- Vázquez M, Marcelo., Introducción A La Teoría Económica, edit. Cuenca primera edición 2001
- Terry, George R 1980 Principios De Administración, edit. Continet. Al S.A., MEXICO
- Welsch Glenn a Hilton ,Ronald W , GORDON, Paul N, 1900, Presupuestos Planificación Y Control De Utilidades , Prentice Hall- Hispanoamericana S.A México
- Alfonso A. Gardea Béjar, Gustavo A. González, Inocencio Higuera-Ciapara y Fabiola Cuamea Navarro ,Trillas, S.A de C.V. (México, D.F) Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. (CIAD) 2007 ,2009, Primera Reimpresión
- Julia Read,Trillas, S.A. de C.V. (México, D.F.) 2008, Segunda Edición Planeación Y Control De La Producción ,por Robert H. Bock William K. Holstein
- Thomas E., Planeación y control de la producción - Administración de la cadena de suministros, Vollman, (aut.) Editorial McGraw-Hill 2005

INTERNET

- www.zonaeconomica.com
- www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId
- www.gimnasiargentina.com.ar/preparacionfisica/nutricion/nutricion.html
- ww.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_alimentaria
- www.nestle.es/nutricion/asp/arview.asp?doc_id=55§ion_order=001_006_0
- www.azoques.gov.ec
- www.unizar.es/aeipro/finder/METODOLOGIA%20DE%20PROYECTOS/AA06.h
- www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%2016/puntoequilibrio.htm

- www.bce.fin.com
- www.iess.gov.ec
- www.sri.gov.ec

ANEXOS

ANEXO (1)

TABLA DEL NIVEL DE INGRESOS DEL ECUADOR Y CUENCA.

ECUADOR											
			QUINTIL 1			QUINTIL 2			QUINTIL 3		
INGRESO	HOGARES	INGRESO	HOGARES	INGRESO		HOGARES	INGRESO		HOGARES	INGRESO	
	3.822.883	13.231.042.169	839.189	1.129.323.753	21,95%	814.647	1.742.992.187	21,31%	764.816	2.244.831.399	20,01%
INGRESO X FAMILIA ANUAL		3.461		1.346			2.140			2.935	
INGRESO X FAMILIA MENSUAL		288		112			178			245	

QUINTIL 4			QUINTIL 5		
HOGARES	INGRESO		HOGARES	INGRESO	
728.033	3.093.880.895	19,04%	676.198	5.020.013.935	17,69%
	4.250			7.424	
	354			619	

CUENCA											
			QUINTIL 1			QUINTIL 2			QUINTIL 3		
INGRESO	HOGARES	INGRESO	HOGARES	INGRESO		HOGARES	INGRESO		HOGARES	INGRESO	
	70.955	615.289.897	14.145	58.694.415	19,94%	14.233	86.901.982	20,06%	14.214	119.123.299	20,03%
INGRESO POR FAMILIA ANUAL		8.672		4.149			6.106			8.381	
INGRESO POR FAMILIA MENSUAL		723		346			509			698	

QUINTIL 4			QUINTIL 5		
HOGARES	INGRESO		HOGARES	INGRESO	
14.237	151.863.060	20,06%	14.126	198.707.141	19,91%
	10.667			14.067	
	889			1.172	

AZOGUES										
	QUINTIL 1		QUINTIL 2		QUINTIL 3		QUINTIL 4		QUINTIL 5	
HOGARES	HOGARES	PROMEDIO								
6.679	1.332	19,94%	1.340	20,06%	1.338	20,03%	1.340	20,06%	1.330	19,91%

ANEXO (2)

CRECIMIENTO POBLACIONAL DE LOS HOGARES DE AZOGUES EN 10 AÑOS

AÑO	HOGARES	TASA DE CRECIMIENTO	ESTIMACION DE HOGARES
2001			6.528
2002	6.528	0.0255%	6.545
2003	6.545	0.0255%	6.561
2004	6.561	0.0255%	6.578
2005	6.578	0.0255%	6.595
2006	6.595	0.0255%	6.612
2007	6.612	0.0255%	6.629
2008	6.629	0.0255%	6.645
2009	6.645	0.0255%	6.662
2010	6.662	0.0255%	6.679

(ANEXO 3) RECETARIO

PRIMER PLATO

➤ Caldo de gallina

Ingredientes:

- 1 gallina gorda mediana
- 1 cebolla paiteña picada
- 3 dientes de ajo machacados
- 1 rama de cebolla blanca
- 1 taza de leche
- 2 yemas de huevo
- 1/2 cucharadita de comino
- 1/4 cucharadita de pimienta
- 1/4 de taza de apio y perejil
- Yucas cocinadas sin sal
- Sal al gusto.

Elaboración: Cocinar la gallina en agua con sal, ajo, cebolla, apio y perejil. Cuando la carne esté suave, cernir el caldo sobre una cacerola, agregarle pimienta, comino, cebolla blanca bien picada y darle un hervor. Retirar el contenido y guisarlo con la leche mezclada previamente con las yemas de huevo. Cortar la gallina en presas para poner una en cada plato de caldo, espolvorear perejil y cebolla blanca picada finamente y agregar uno o dos pedazos de yuca.

➤ Caldo de patas de res

Ingredientes:

- 1 pata de res
- 2 ramas de cebolla blanca
- 1 rama de perejil
- 1/2 taza de cebolla blanca picada
- 2 cucharadas de culantro picado
- 3 cucharadas de aceite
- 4 onzas de maní tostado y molido
- 1/4 de litro de leche
- 1 libra de mote cocido
- Achiote, sal y comino molido al gusto.

Elaboración: Lavar bien la pata, ponerla en una olla de presión junto con las ramas de cebolla y la rama de perejil. Agregar el agua necesaria sin añadir y cocinarla hasta que la carne este blanda. En otra olla, refreír la cebolla picada,

el culantro, el aceite, el achiote, sal y comino. Agregar la leche y el maní, luego el caldo de pata previamente cernido. Tapar la olla y dejar cocinar durante 20 minutos. Picar la pata en trozos pequeños y agregarlos al caldo. Servir caliente.

SEGUNDO PLATO:

➤ **Pollo al horno**

Ingredientes:

- 1 pollo de acuerdo con la cantidad de personas
- Pimentón rojo a gusto
- 4 cucharadas de aceite de oliva
- ½ taza de vino blanco
- 1 cebolla, en rodajas
- 2 tomates, en rodajas
- 1 pimiento, en trozos
- 2 limones, 1 exprimido, 1 cortado en cubos pequeños
- Sal y pimienta a gusto

Elaboración: Lavar bien y secar el pollo. Quitar la mayor cantidad de grasa posible. Poner el aceite de oliva y el vino blanco en una fuente para horno. Cubrir toda la asadera con la cebolla, el tomate y el pimiento. Rociar el pollo con jugo de limón y poner los cubos de limón dentro de la cavidad del ave. Salpimentar y echar pimentón. Hornear de 45 minutos a 1 hora a 180°C. Salsear el pollo cada tanto con su propio jugo. Si éste se seicara, agregar un poco más de agua. Servir con papas horneadas que se podrán cocinar simultáneamente.

➤ **Estofado de Pollo**

Ingredientes:

- ½ taza de aceite de oliva
- 4 dientes de ajo, picados
- ¼ kilo de cebolla, picada
- ½ kilo de papas/patatas, peladas y cortadas en cuartos
- 2 tazas de alverja as/guisantes/chícharos
- ¼ kilo de zanahorias, picadas
- Aproximadamente ½ kilo de pollo, limpio, en trozos pequeños
- ½ taza de vino blanco
- Sal y pimienta a gusto, Pimentón dulce a gusto.

Elaboración: En una cacerola honda, calentar el aceite con el ajo y agregar la cebolla; sofreír, añadir la papa, las arvejas y el resto de los ingredientes. Por último

agregar el pollo, el vino, la sal, la pimienta y el pimentón. Cocinar de 20 a 30 minutos o hasta que los vegetales estén tiernos.

➤ **Lomo con tocino**

Ingredientes:

- 4 ½ libras de lomo de res
- 1 libra de tocino
- 4 onzas de zanahoria amarilla
- ½ taza de crema de leche
- 1 cucharada de salsa inglesa
- 1 cabeza de ajos
- 1 cucharada de cebolla paiteña rallada
- ¼ de cucharadita de orégano
- 3 cucharaditas de sal
- ½ cucharadita de pimienta

Elaboración: Moler los ajos con la cebolla, orégano, sal y pimienta. Limpiar bien el lomo y mechar con el tocino y la zanahoria cortada en tiras largas y delgadas. Atar con un hilo fuerte para que el lomo no pierda su forma. Freír en poco aceite hirviendo hasta q se doren todos los lados. Sacar la carne frita y sazonar con los condimentos molidos. Poner en una fuente de horno, bañar con el aceite en que se frió, tapar bien con el papel aluminio y meter en horno caliente a 350°F, durante una hora y media, más o menos. Cuando la carne esté cocinada, quitar el hilo, cortar en tajadas y acomodar en la fuente de servir. En el jugo de la carne, añadir la crema de leche y la salsa inglesa, hervir un momento y poner sobre la carne o servir en una salsera.

POSTRES:

➤ **Ensalada de frutas:**

Ingredientes:

- 600g. de fruta variada: plátano, sandía, manzana, papaya, fresas, unas uvas
- Azúcar al gusto
- Jugo de una naranjas
- Jugo de 1/2 limón.

Elaboración: Pela y trocea la fruta en dados pequeños retirando las Semillas. Algunas frutas, como las uvas o las cerezas, pueden ir bien limpias y sin pelar. Coloque la fruta troceada en un recipiente. Añada los jugos de naranja y de limón y el azúcar, al gusto. Mézclelo todo bien y deje macerar alrededor de 2 horas. Se puede servir en recipientes individuales o copas decorado con unas hojas de menta.

➤ **Dulce de higos**

Ingredientes:

- 25 higos grandes
- queso tierno
- 2 bancos de panela
- 1 cucharadita de bicarbonato
- Canela
- agua.

Elaboración:

Cortar los higos en cruz por su parte delgada y dejarlos en remojo por un día. Exprimirlos uno por uno, con la mano. Cocinar los higos con agua y bicarbonato. Escurrirlos y déjelos enfriar durante algunas horas. En una olla grande, poner los higos al fuego; verter sobre ellos la panela troceada y la canela. Añadir una media taza de agua en la que se cocinó los higos. Cocinar a fuego muy lento. Revolver con cuidado y tapar la olla. Al final, la miel debe aparecer algo espesa. Se sirve los higos con un pedazo de queso tierno.

ENSALADAS**➤ Ensalada California****Ingredientes:**

- 2 lechugas grandes
- 3 tomates riñón
- 2 cebollas
- 1 ají
- 1 pepino rebanado
- 2 taza de vinagre blanco
- 3 cucharadas soperas de aceite de oliva
- Pan tostado frito y cortado en cuadritos
- Sal y queso parmesano rallado al gusto.

Elaboración: Cortar la lechuga en cuadros grandes, partir los tomates en gajos y el pepino en rebanadas, la cebolla se filetea y el ají se parte en cuadros. En un recipiente, colocar la lechuga, los tomates, el pepino, la cebolla y el ají; mezclar con vinagre blanco, aceite de oliva y sal. A la mezcla, agregar el pan tostado y bañar con el queso rallado.

➤ Ensalada de habas**Ingredientes:**

- 1/2 kilo de habas
- 2 tomates
- 2 dientes de ajo
- 1 cebolla
- Vinagreta
- 1 cucharada perejil
- Aceitunas negras
- Sal y pimienta.

Elaboración:

Cocer las habas en gran cantidad de agua salada y escurrir. Añadir la cebolla picada, el ajo picado, la vinagreta y el perejil. Presentar en ensaladera.

ANEXO (4) PERFIL DE PERSONAL

CARGO	FUNCIONES GENERALES	FUNCIONES ESPECIFICAS	REQUERIMIENTOS
CHEF	Es el responsable directo de toda la cocina, los utensilios y los ingredientes para cocinar, debe hacer e implementar las reglas de seguridad y limpieza en todos los rincones de ésta, no debe permitir que haya artículos o ingredientes fuera de su lugar a menos que se esté utilizando en ese momento, la higiene, la limpieza y seguridad de la cocina y sus ayudantes es primordial en todo momento. Debe llevar el control de ingredientes y reportar al administrador.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar un horario de trabajo para la elaboración de los platos. 2. Debe designar funciones de limpieza al personal. 3. Llevar un control de existencias de materias primas y realizar reportes al administrador. 4. Proceder a la cocción de los diferentes platos con sus respectivos asistentes. 	<p>Conocer y saber manejar los Utensilios y aparatos de la cocina.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tener don de mando. - Ponerse de acuerdo con los asistentes para la preparación de los platos.
Asistente de cocina	Debe tener muy buenos conocimientos de cocina, dedicación, saber trabajar en equipo y tener seguridad en sí mismo, es responsable de que no falte ningún utensilio en la cocina y mantener limpio y seguro su lugar de trabajo, de estar abierto a todo tipo de sugerencias.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encarga de realizar las compras. 2. Debe servir al público. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gusto por la cocina sin importar a que temperatura esté su centro de trabajo. - Ser limpio, saludable, con ganas de enseñar y aprender cosas nuevas. - Mantenerse con calma y buena actitud bajo presión - Tener creatividad
Cajera	Se encarga de la caja, recepción de pedidos, dar reportes al administrador.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender al público en caja. 2. Mantener comunicación con todo el personal. 3. Realizar reportes diarios de las ventas, gastos, entre otros y atender llamadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Debe tener buenos conocimientos de administración, experiencia en el área, ser muy responsable y confiable. - Saber trabajar en equipo, ser amables con los clientes.
Repartidor	Se encarga de la repartición de las viandas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender al publico 2. Realizar reportes sobre las repeticiones 3. Ser capaz de recibir reclamos de los clientes y solucionarlos adecuadamente 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena presencia, puntual y amable. - conocimientos de las zonas de distribución
Administrador	Conocimientos en la área administrativa , poder trabajar en equipo , disponibilidad de tiempo, encargado de las finanzas de la microempresa	<ol style="list-style-type: none"> 1 tener en claro todos los procedimientos legales de la microempresa 2.realizar procesos de las áreas de reparación 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en la área administrativa

ANEXO (5)

“Maquinaria y Equipos requeridos, Equipo de Computo, Muebles y enseres.

Nombre	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1.- Maquinaria Y Equipo				
Cocina Industrial De 6 Quemadores	Niqueladas De 4 Quemadores Grandes	2	500	1000
Ollas Para Cocinar Al Vapor	Umco 70cm De Alto X 50	3	60	180
Ollas De Presión	Presto - Modelo 21672 (6 L.)	2	130,37	260,74
Olla Industrial Industrial	Umco150x150 Acero Inoxidable	3	60	180
Set De Ollas De Calderos Industriales	Umco Tamaños: 32, 34, 36, 38, 40	3	100	300
Licuadora	Skym - Modelo Lar-10 (10 L.)	1	425,44	425,44
Batidora	Kitchen Aid - Modelo Ka-Rrk5awh (5 L.)	1	528,64	528,64
Congelador Industrial	Inxd, Incluye 5repisa(67x87x95)	1	1220	1220
Refrigeradora	Indurama	1	600	600
Mesón De Trabajo	(1.52x76),Con2 Repisas	2	200	400
Viandas	Plásticas (3porciones)	330	5	1650
Total				6744,82
2.- Utensilios				
Cuchara De Madera Grande	Grande	3	1,1	3,3
Colador	Modelo Cox0220 Grandes Inoxid	3	6	18
Juego De Cucharones	Doble Medida Juego De 4	3	3	9
Cucharón Acero Inoxidable	8 Onzas	4	2	8
Dispensador De Ingredientes	Juego De 5 Frascos De Vidrio	4	6,5	26
Encendedor	Para Cocina	2	1	2
Exprimidor	De Limón Mental	4	1,15	4,6
Frasco Para Salsas	Plástico	4	1	4
Juego De Ollas Aluminio,	7 Ollas, Tamaños Variados	4	18	72
Paila Industrial	Acero Inoxidable	4	25	100
Rayador	De 4 Medidas	3	15	45
Tabla De Picar	Plásticas 50cmx45cm	3	5	15
Tacho De Basura	90cm Redondo	2	12	24
Set De Saleros	Pequeños	4	3	12
Jarras Plásticas	De 4 Litros	8	8	64
Bandeja De Acero Profundo	38x18 Y 8,50cm Acero Inocx	4	50	200
Juego De Cuchillos	50 Cm Mango De Madera Xdocena	2	15	30
				636,9
3.- Equipo De Oficina				
Caja Registradora	Electrónico	1	500	500
Teléfono Sencillo	Digital	2	20	40

				540
4.-Equipo De Computo				
Computadora	Intel, Teclado Sencillo, M Ram 128.	1	500	500
Impresora	Lexmark	1	80	80
CPU	Procesador Intel, Pentium 4	1	700	700
				1280
5.- Muebles				
Cartel Con El Nombre Del Local	Luminoso, 2x1.25	1	250	250
Mesa Para El Computador	Madera Resistente Color Plomo	1	120	120
Juego Mesa	Con 6 Sillas Material De Aluminio	3	100	300
				670
6. Vehículo				
	Luv 2200 C/S 2004	1	12000	12000
7 .-Decoración Del Local				
			1500	1500
TOTAL				21871,7192

**ANEXO (6)
FICHAS TÉCNICAS NECESARIAS PARA LOS REGISTROS DE CADA
ACTIVIDAD**

“SABOR ECUATORIANO”		
SOLICITUD DE COMPRA MP		
Proceso: PRODUCCIÓN		
Materia Prima solicitada	Cantidad (Kg.-Lbr.)	Presupuesto
TOTAL		
FIRMA.....		

SERVICIO DE VIANDAS			
“SABOR ECUATORIANO”			
COMPROVANTE DE INGRESOS MP			
Nombre del responsable:.....		Cargo:.....	
Departamento:			
Fecha:.....			
Comprasrealiza das	Cantidad o número	PrecioUnitario \$	TOTAL \$
TOTAL GENERAL \$			
FIRMA			

<p>SERVICIO DE VIANDAS “SABOR ECUATORIANO” REGISTRO DE ACTIVIDADES DIARIAS</p>		
ACTIVIDAD:		
PERSONAL :		
RESPONSABLE:		
DIA Y FECHA	ACTIVIDAD	HORA
FIRMA.....		

<p>SERVICIO DE VIANDAS “SABOR ECUATORIANO” TARJETA DE CONTROL DE TIEMPO</p>		
Nombre del responsable:.....		Cargo:.....
Fecha:.....		
Hora de inicio del proceso	Hora de terminación del proceso	Tiempo de retraso
FIRMA.....		



SERVICIO DE VIANDAS “SABOR ECUATORIANO”			
REGISTRO DE NÚMERO DE VIANDAS A ENTREGAR			
Nombre del responsable:.....		Fecha:.....	
Cargo:.....		Hora	
Número de viandas a distribuir	Número de viandas colocadas en cada canasto	Número de canastas	Total de unidades viandas
FIRMA.....			

SERVICIO DE VIANDAS “SABOR ECUATORIANO” RECORRIDOS DE VENTA			
Nombre del vendedor:.....		Hora.....	
Fecha:.....			
Lugar de entrega	Inicia en la calle	Termina en la calle	Número de clientes
FIRMA.....			

**SERVICIO DE VIANDAS
“SABOR ECUATORIANO”
REGISTRO DE ENTREGAS**

Nombre del vendedor:.....

Fecha:..... Hora.....

Lugar de entrega	Clientes	Número de viandas	Total (\$)

FIRMA.....

**SERVICIO DE VIANDAS
“SABOR ECUATORIANO”
ORDEN DE PRODUCCIÓN**

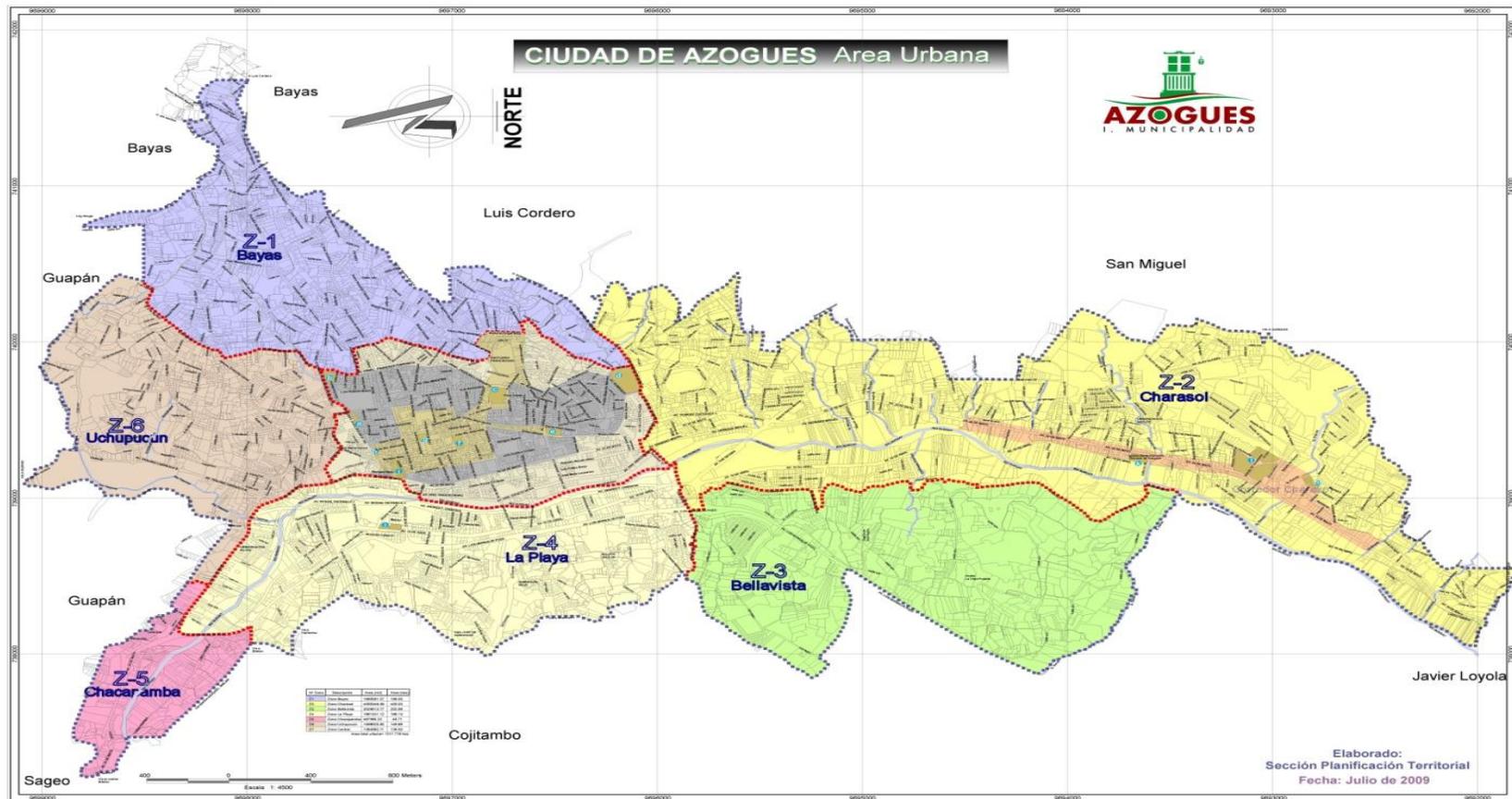
Responsable:.....

Fecha:..... Hora.....

Tipo de Menú	Cliente	Orden especial o valor agregado	Numero de viandas
FIRMA.....			

DIRECCION: Rivera y 10 Agosto Telf. 2243951 RUC: 0302102462		 <p style="font-size: small;">"SABOR ECUATORIANO" ya es posible comer sano, sin tener que cocinar</p> FACTURA #.....	
CLIENTE..... RUC..... DIRECCION.....		TELEF.....	
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.UNITARIO	P.TOTAL
.....		SUBTOTAL	
VENDEDOR		DECUENTO	
.....		IVA12%	
CLIENTE		IVA0%	
.....		TOTAL	

ANEXO (7) MAPA DE LA CIUDAD DE AZOGUES



FUENTE: www.azogues.gov.ec/

ANEXO (8)
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO PARA 5 AÑOS

CUOTA	CAPITAL PENDIENTE	CUOTA DE CAPITAL	INTERES MENSUAL	CUOTA TOTAL
1	20000	333,33	212,83	546,17
2	19666,67	333,33	209,29	542,62
3	19333,33	333,33	205,74	539,07
4	19000,00	333,33	202,19	535,53
5	18666,67	333,33	198,64	531,98
6	18333,33	333,33	195,10	528,43
7	18000,00	333,33	191,55	524,88
8	17666,67	333,33	188,00	521,34
9	17333,33	333,33	184,46	517,79
10	17000,00	333,33	180,91	514,24
11	16666,67	333,33	177,36	510,69
12	16333,33	333,33	173,81	507,15
13	16000,00	333,33	170,27	503,60
14	15666,67	333,33	166,72	500,05
15	15333,33	333,33	163,17	496,51
16	15000,00	333,33	159,63	492,96
17	14666,67	333,33	156,08	489,41
18	14333,33	333,33	152,53	485,86
19	14000,00	333,33	148,98	482,32
20	13666,67	333,33	145,44	478,77
21	13333,33	333,33	141,89	475,22
22	13000,00	333,33	138,34	471,68
23	12666,67	333,33	134,79	468,13
24	12333,33	333,33	131,25	464,58
25	12000,00	333,33	127,70	461,03
26	11666,67	333,33	124,15	457,49
27	11333,33	333,33	120,61	453,94
28	11000,00	333,33	117,06	450,39
29	10666,67	333,33	113,51	446,84
30	10333,33	333,33	109,96	443,30
31	10000,00	333,33	106,42	439,75
32	9666,67	333,33	102,87	436,20
33	9333,33	333,33	99,32	432,66
34	9000,00	333,33	95,78	429,11
35	8666,67	333,33	92,23	425,56
36	8333,33	333,33	88,68	422,01
37	8000,00	333,33	85,13	418,47
38	7666,67	333,33	81,59	414,92
39	7333,33	333,33	78,04	411,37

40	7000,00	333,33	74,49	407,83
41	6666,67	333,33	70,94	404,28
42	6333,33	333,33	67,40	400,73
43	6000,00	333,33	63,85	397,18
44	5666,67	333,33	60,30	393,64
45	5333,33	333,33	56,76	390,09
46	5000,00	333,33	53,21	386,54
47	4666,67	333,33	49,66	382,99
48	4333,33	333,33	46,11	379,45
49	4000,00	333,33	42,57	375,90
50	3666,67	333,33	39,02	372,35
51	3333,33	333,33	35,47	368,81
52	3000,00	333,33	31,93	365,26
53	2666,67	333,33	28,38	361,71
54	2333,33	333,33	24,83	358,16
55	2000,00	333,33	21,28	354,62
56	1666,67	333,33	17,74	351,07
57	1333,33	333,33	14,19	347,52
58	1000,00	333,33	10,64	343,98
59	666,67	333,33	7,09	340,43
60	333,33	333,33	3,55	336,88
		20000	6491.62	2691.62

ANEXO (9)
SUELDOS Y SALARIOS

AÑO 4

NUMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SALARIO INDIVIDUAL ANUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	6.300	6.300	525	351	765	263	351	8.556
1	CHEFF	6000	6.000	500	351	729	250	351	8.182
2	ASISTEN.COCINA	4560	9.120	760	351	1108	380	351	12.071
1	CAJERA	4560	4.560	380	351	554	190	351	6.387
2	REPARTIDOR	3840	7.680	640	669	933	320	669	10.912
TOTAL			33.660	2.805	2.075	4.090	1.403	2.075	46.107

AÑO 5

NUMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SALARIO INDIVIDUAL ANUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	6.600	6.600	550	351	802	275	351	8.930
1	CHEFF	6300	6.300	525	351	765	262,5	351	8.556
2	ASISTEN.COCINA	4560	9.120	760	351	1108	380	351	12.071
1	CAJERA	4560	4.560	380	351	554	190	351	6.387
2	REPARTIDOR	3840	7.680	640	669	933	320	669	10.912
TOTAL			34.260	2.855	2.075	4.163	1.428	2075	46.855

AÑO 6

NUMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SALARIO INDIVIDUAL ANUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	6.900	6.900	575	422	838	288	422	9.444
1	CHEFF	6600	6.600	550	422	802	275	422	9.070
2	ASISTEN.COCINA	5040	10.080	840	422	1225	420	422	13.408
1	CAJERA	5040	5.040	420	422	612	210	422	7.126
2	REPARTIDOR	4320	8.640	720	749	1050	360	749	12.268
TOTAL			37.260	3.105	2.436	4.527	1.553	2436	51.316

AÑO 7

NUMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SALARIO INDIVIDUAL ANUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	7.200	7.200	600	422	875	300	422	9.818
1	CHEFF	6900	6.900	575	422	838	287,5	422	9.444
2	ASISTEN.COCINA	5520	11.040	920	422	1341	460	422	14.605
1	CAJERA	5520	5.520	460	422	671	230	422	7.724
2	REPARTIDOR	4320	8.640	720	749	1050	360	749	12.268
TOTAL			39.300	3.275	2.436	4.775	1.638	2436	53.859

AÑO 8

NUMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SALARIO INDIVIDUAL ANUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	7.500	7.500	625	422	911	313	422	10.192
1	CHEFF	7200	7.200	600	422	875	300	422	9.818
2	ASISTEN.COCINA	6000	12.000	1000	422	1458	500	422	15.801
1	CAJERA	5520	5.520	460	422	671	230	422	7.724
3	REPARTIDOR	4320	12.960	1080	1.109	1575	540	1109	18.373
TOTAL			45.180	3.765	2.796	5.489	1.883	2796	61.909

AÑO 9

NUMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SALARIO INDIVIDUAL ANUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	7.800	7.800	650	422	948	325	422	10.566
1	CHEFF	7500	7.500	625	422	911	312,5	422	10.192
2	ASISTEN.COCINA	6300	12.600	1050	422	1531	525	422	16.549
1	CAJERA	6000	6.000	500	422	729	250	422	8.322
3	REPARTIDOR	4800	14.400	1200	1.229	1750	600	1229	20.408
TOTAL			48.300	4.025	2.916	5.868	2.013	2916	66.038

AÑO 10									
NUMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SALARIO INDIVIDUAL ANUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	8.100	8.100	675	422	984	338	422	10.940
1	CHEFF	7800	7.800	650	422	948	325	422	10.566
2	ASISTEN.COCINA	6300	12.600	1050	422	1531	525	422	16.549
1	CAJERA	6000	6.000	500	422	729	250	422	8.322
3	REPARTIDOR	4800	14.400	1200	1.229	1750	600	1229	20.408
TOTAL			48.900	4.075	2.916	5.941	2.038	2916	66.786

AÑOS	SUELDOS Y SALARIOS (\$)	M.O.D	M.O.I
1	24.762	10.400	14.362
2	28.953	12.231	16.723
3	41.049	17.956	23.093
4	46.107	20.253	25.854
5	46.855	20.627	26.228
6	51.316	22.478	28.838
7	53.859	24.049	29.810
8	61.909	25.619	36.289
9	66.038	26.741	39.296
10	66.786	27.115	39.670

ANEXO (10) SERVICIOS BASICOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Agua	1.440	1.584	1.742	1.917	2.108	2.530	3.036	3.643	4.372	5.246
Energía Eléctrica	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635	3.162	3.795	4.554	5.465	6.558
Teléfono	1.080	1.188	1.307	1.437	1.581	1.897	2.277	2.732	3.279	3.935
Total	\$ 4.320	4.752	\$ 5.227	5.750	\$ 6.325	\$ 7.590	\$ 9.108	\$ 10.929	\$13.115	\$15.738

ANEXO (11) GASTO DE ADMINISTRACION Y VENTA

	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN ANUALES				
Facturas	18000	unidades	0,05	900,00
Papel	6	cajas	29,00	174,00
Útiles de oficina				200,00
Varios				500,00
			TOTAL	\$ 1.774,00
GASTOS DE VENTAS ANUALES				
<i>Materiales</i>				
<i>Combustible</i>	720	galones	2,1	1512
<i>Mantenimiento vehículo</i>	12	mensual	500	6000
Tóner impresora	12	unidades	38,00	456,00
materiales indirectos				800,00
<i>Varios</i>				200,00
<i>Uniformes</i>				300,00
			TOTAL	\$ 9.268,00

(ANEXO12)

- **COSTO TOTALES DE CONSTITUCIÓN**

ENTIDAD	VALOR DEL TRAMITE
Patente Municipal	85
B. Cuerpo de Bomberos	15
Certificado de Salud	50
Permiso intendencia	20
TOTAL	170

1. Requisitos para obtener el RUC:

- Llenar formulario 01-A y 01-B
- Copia de la cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Copia del nombramiento.
- Copia de la planilla de luz, agua y teléfono.
- Copia de la escritura de constitución.

2. REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL:

- Llenar e tunantes I formulario de “declaración de capital en giro” en tesorería en la ventanilla de predios rústicos
- Certificado de no adeudar al municipio
- Registro en la Dirección de Higiene y Medio Ambiente
- Llenar formulario
- Copia del RUC
- Copia del acta de constitución

3. REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO EN LA INTENDENCIA:

- Inspección en el local.
- Realizar una solicitud
- Copia de la cédula y certificado de votación.
- Copia del contrato de arriendo.
- Lista de precios (menú)
- Copia del RUC
- Llenar formulario

4. REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL B. CUERPO DE BOMBEROS.

- Inspecciona miento del local parte del departamento de prevención de incendios
- Copia de la cedula de identidad de representante legal de la empresa
- Copia del RUC
- Copia de la factura de compra o recargara de extintores a nombre del propietario.

- Cancelar \$5.00 para obtener el documento que avala el permiso de funcionamiento.

5.-REQUISITOS PARA EL PERMISO DE SANIDAD

- Copiad e la cedula de ciudadanía del representante legal.
- Foto de tamaño carnet del representante legal de la empresa.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Tipo de establecimiento o actividad.
- Pago de la tasa correspondiente.
- Examen laboratorio: sangre, heces y orina del propietario y sus empleados.
- Las personas jurídicas de derecho privado que realicen actividades de salud, presentara sus respectivos estatutos y reglamentos internos.
- La inspección del local no tendrá fecha determinad, el propietario deberá estar preparando en cualquier tiempo para la inspección correspondiente.