



UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

**DISEÑO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DE UN
EMPRENDIMIENTO DE ALIMENTOS: “RESACA”. UBICADO EN LA ZONA Z2,
AZOGUES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

INGENIERÍA EMPRESARIAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

ALEJANDRO ESTEBAN DOMÍNGUEZ PALACIOS

DIRECTOR:

ING. JORGE EDWIN ORMAZA ANDRADE, MBA.

**Año
2020**



DECLARACIÓN

Yo, Alejandro Esteban Domínguez Palacios declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Alejandro Esteban Domínguez Palacios

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Alejandro Esteban Domínguez Palacios, bajo mi supervisión.

Ing. Jorge Ormaza Andrade. MBA
DIRECTOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA



DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres que siempre han deseado lo mejor para mi vida y me guiaron hasta este objetivo de vida, a mis abuelitos Cesar Palacios y Edith Vintimilla por sus valiosos consejos y a mi familia en general que siempre ha estado a mi lado, que me ha apoyado en cada uno de los pasos importantes de mi vida, a mi grupo de 6 compañeros que en el transcurso de estos 5 años me han apoyado y ayudado, jamás dejándome atrás y especialmente a mi compañero Alfredo Terán que siempre estuvo brindándome su apoyo y por ultimo a Dios por permitirme seguir cumpliendo mis sueños.



AGRADECIMIENTOS

Mi cordial y más sincero agradecimiento a cada uno de los integrantes que conforman la Universidad Católica de Cuenca, especialmente a mis docentes que en el transcurso de estos 5 años han sabido inculcarme valores, conocimiento y experiencia que me servirán para ser alguien de valor en nuestra sociedad y de manera muy especial a mi Docente Ing. Jorge Ormaza Andrade que además fue mi tutor de tesis y me ha orientado como maestro y amigo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN.....	2
CERTIFICACIÓN.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS.....	5
ÍNDICE DE CONTENIDO	6
LISTA DE FIGURAS	9
LISTA DE TABLAS.....	10
LISTA DE ANEXOS	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT	13
CAPÍTULO 1 ENFOQUE METODOLOGICO.....	14
1.1 Antecedentes.....	14
1.2 Resumen ejecutivo.....	16
1.3 Definición del negocio	16
1.3.1 Datos básicos del negocio.....	16
1.3.2 Descripción del negocio.....	16
1.3.3 Características diferenciadoras	16
1.3.4 Ventajas competitivas	16
1.3.5 Mercado objetivo	17
1.3.6 Misión	17
1.3.7 Visión.....	17
1.3.8 Idea de la necesidad u oportunidad del negocio	17
1.3.9 Objetivos del negocio	17
1.3.10 Estrategias del negocio	17
1.4 Problema de la investigación	18
1.5 Tipo de investigación.....	18
1.6 Alcance de la investigación.	18
1.7 Objetivo General	18
1.8 Objetivo específico	18
1.9 Métodos, técnicas e instrumentos.....	18
1.10 Justificación.....	19
1.10.1 Práctica.....	19
1.10.2 Metodológica	19
1.10.3 Teórica	19

CAPITULO 2: Perspectivas y aproximaciones teóricas	20
2.1 Fundamentación teórica de modelo de negocios	20
2.2 Fundamentos teóricos del sector económico y productivo.....	21
2.3 Fundamentos teóricos del sector de servicios de alimentación	22
2.4 Perspectivas y abordajes teóricos de los proyectos de inversión en el sector empresarial	23
2.4.1 Definición de estudios de inversión en el sector empresarial	23
2.4.2 Etapas de pre inversión e inversión.....	23
2.4.3 Investigación del comportamiento del consumidor	24
2.4.4 Definiciones del marco legal y administrativo de proyectos.....	25
2.4.5 Definiciones de estudio técnico	26
2.4.6 Definiciones de la estructura económica y financiera del proyecto	26
2.5 Definición de la evaluación económica y financiera del proyecto.....	27
2.5.1 Fundamento teórico de la sensibilidad del proyecto	27
2.6 Fundamentación teórica del gerenciamiento.....	28
2.6.1 La gerencia desde la teoría del marketing mix (4 ps)	28
2.7 Teorías de modelo de negocios	30
2.8. Estudios aplicados con relación al tema	31
CAPÍTULO 3 ESTUDIO DE MERCADO Y ESTUDIO TÉCNICO	32
3.1 Estudio de mercado	32
3.1.1 Definición del negocio	32
3.1.2 Segmentación de mercado.....	32
3.1.3 Instrumentos para la recolección de datos	32
3.1.4 Formato de la encuesta	32
3.1.5 Presentación y análisis de resultados	33
3.1.6 Análisis de la oferta	42
3.1.7 Oferta actual.....	42
3.1.8 Análisis de la demanda.....	49
3.1.9 Demanda potencial insatisfecha.....	51
3.1.10 Precios.....	51
3.1.11 Comercialización.....	51
3.2 Estudio técnico.....	51
3.2.1 Localización del restaurante.....	51
3.2.2 Tamaño óptimo (Capacidad).....	52
3.2.3 Proceso productivo	53
3.2.4 Aspectos administrativos (Organigrama).....	53

3.2.6 Aspectos legales.....	54
CAPÍTULO 4 ESTUDIO Y EVALUACION ECONÓMICA-FINANCIERA.....	57
4.1 Estudio económico-financiero	57
4.1.1 Inversión inicial	57
4.1.2 Estructura de costos y gastos.....	59
4.1.3 Capital de trabajo	61
4.1.4 Ingresos.....	62
4.1.5 Financiamiento y tabla de amortización de la deuda.....	63
4.1.6 Estado de pérdidas y ganancias.....	63
4.1.7 Balance general.....	65
4.2 Evaluación económica y financiera	65
4.2.1 Punto de equilibrio	65
4.2.2 Determinación del valor actual neto (VAN)	66
4.2.3 Calculo de la tasa interna de retorno (TIR).....	67
4.2.4 Análisis de sensibilidad en base al VAN Y TIR	67
4.2.5 Análisis de indicadores financieros	68
CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
5.1 Conclusiones.....	69
5.2 Recomendaciones	69
Bibliografía.....	70

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Variación del Producto interno bruto.....	15
Figura 2: Matriz de congruencia entre Autor y definición	21
Figura 3: Tasas de evolución de empleo de la provincia del cañar 2007-2016.....	22
Figura 4: Tasas de evolución de desempleo de la provincia del cañar 2007-2016	22
Figura 5: Etapas de la pre inversión e inversión.....	23
Figura 6: Estructura Económico-Financiera	27
Figura 7: Resultados de la pregunta 1	34
Figura 8: Resultados de la pregunta 2	35
Figura 9: Resultados de la pregunta 3	36
Figura 10: Resultados de la pregunta 4	37
Figura 11: Resultados de la pregunta 5	38
Figura 12: Resultados de la pregunta 6	39
Figura 13: Resultados de la pregunta 7	40
Figura 14: Resultados de la pregunta 8	41
Figura 15: Resultados de la pregunta 9	42

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Número de negocios en la región.....	15
Tabla 2: Datos estadísticos.....	19
Tabla 3: Etapas del Proceso de Decisión.....	25
Tabla 4: Teorías sobre modelos de negocios de distintos autores	30
Tabla 5: Resultados pregunta 1	33
Tabla 6: Resultados pregunta 2	34
Tabla 7: Resultados de la pregunta 3	35
Tabla 8: Resultados de la pregunta 4	36
Tabla 9: Resultados de la pregunta 5	37
Tabla 10: Resultados de la pregunta 6	38
Tabla 11: Resultados de la pregunta 7	39
Tabla 12: Resultados de la pregunta 8	40
Tabla 13: Resultados de la pregunta 9	41
Tabla 14: Oferta actual del servicio	49
Tabla 15: Calculo de la demanda	50
Tabla 16: Proyección de la demanda.....	50
Tabla 17: Calculo de la demanda potencial insatisfecha.....	51
Tabla 18: Precio de venta	51
Tabla 19: Diagrama de flujo.....	53
Tabla 20: Organigrama.....	54
Tabla 21: Inversión Inicial.....	57
Tabla 22: Maquinaria y Equipo.....	58
Tabla 23: Muebles y enseres.....	58
Tabla 24: Equipo tecnológico	59
Tabla 25: Sueldos y salarios	59
Tabla 26: Costos Indirectos	59
Tabla 27: Servicios básicos y otros gastos	60
Tabla 28: Servicios profesionales y otros.....	60
Tabla 29: Gasto publicidad	60
Tabla 30: Calculo de la depreciación	61
Tabla 31: Costos de operación	61
Tabla 32: Inversión inicial total	62
Tabla 33: Ingresos proyectados.....	62
Tabla 34: Tabla de amortización	63
Tabla 35: Estado de resultados.....	64
Tabla 36: Balance general	65
Tabla 37: Punto de equilibrio	66
Tabla 38: Punto de equilibrio	66
Tabla 39: Calculo del VAN	67
Tabla 40: Calculo del TIR.....	67
Tabla 41: Análisis de sensibilidad	68

LISTA DE ANEXOS

Imágenes 1: Instalaciones La Cava Roof Top.....	43
Imágenes 2: Logo de la cava Roof Top.....	43
Imágenes 3: Plaza Roti Instalaciones	44
Imágenes 4: Logo de Plaza Roti	45
Imágenes 5: Instalaciones El Balcón.....	45
Imágenes 6: Instalaciones externas El balcón.....	46
Imágenes 7: Logo El Balcón	46
Imágenes 8: Instalaciones Hotel Paraíso.....	47
Imágenes 9: Restaurante El Edén	47
Imágenes 10: Logo Vrazza Resto-Bar	48
Imágenes 11: Vrazza Resto-Bar instalaciones	48
Imágenes 12: Ubicación de la ciudad de Azogues.....	52
Imágenes 13: Requisitos de funcionamiento de la agencia de regulación, control y vigilancia sanitaria.....	56

RESUMEN

El crecimiento comercial de la Ciudad de Azogues se ha visto con la implementación de varias inversiones para lo cual se ha planteado el diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un emprendimiento de alimentos: resaca. Ubicado en la zona z2 para continuar con ese visible crecimiento de la ciudad de manera que familias, socios e inversionistas se beneficien de este emprendimiento logrando así que el consumidor Azogueño deguste la mayor calidad respecto a la comida gourmet. Este trabajo se realizó con la finalidad de conocer su viabilidad en la ciudad de Azogues, obteniendo por medio de encuestas la aceptación de este emprendimiento por parte de la ciudadanía Azogueña. Además, se realizaron los respectivos análisis financieros, obteniendo un VAN de \$22.654,91 y un TIR de 18.93% identificando que estas cantidades son viables para la implementación de este proyecto en la ciudad de Azogues.

Palabras clave: Restaurante, emprendimiento de alimentos, Gourmet

ABSTRACT

The commercial growth of the City of Azogues has been seen with the implementation of several investments for which the design of the investment project and management of a food enterprise: hangover has been raised. Located in zone z2 to continue with this visible growth of the city so that families, partners and investors benefit from this venture, thus making the Azogueño consumer taste the highest quality with respect to gourmet food. This work was carried out with the purpose of knowing its viability in the city of Azogues, obtaining through surveys the acceptance of this venture by the Azogueña citizenship. In addition, the respective financial analyzes were performed, obtaining a VAN of \$ 22,654.91 and an TIR of 18.93%, identifying that these amounts are viable for the implementation of this project in the city of Azogues.

Palabras clave o Keywords: Restaurant, food entrepreneurship, Gourmet

CAPÍTULO 1 ENFOQUE METODOLOGICO

1.1 Antecedentes

En tiempos antiguos, la actividad de permutar valor monetario por sustento alimenticio ya se observa la existencia de las posadas que brindaban dicho servicio, más el termino restaurante se utilizó luego de muchísimo tiempo, en Francia el termino restaurante es muy joven, en este país debido a su gastronomía de alta gama fueron ellos quienes originaron este término para un espacio tan requerido en estos tiempos.

Entre 1760 y 1770 específicamente en la ciudad de París se vendían caldos y sopas. A estos platos se les daba el nombre de restaurantes, debido a esto se originó un nuevo mercado de locales donde no solo se brinden los platos o bebidas requeridas por el cliente sino también los clientes se sintieran cómodos y se queden más tiempo a disfrutar del local, era una nueva era en la que los mesones o tabernas estarían un escalón abajo en lo que respecta a la calidad, los restaurantes serían más refinados.

Con el paso del tiempo, los restaurantes empezaron a ganar popularidad y por lo tanto clientes, esto derivó en que las decoraciones fueran más vistosas y finas, se empezaron a utilizar espectáculos como método de atracción, esto lograba que el restaurante no solo tenga una exquisita comida, sino que el comensal disfrute de un momento en el cual pueda relajarse.

En los comienzos de los años 1800 el concepto de restaurantes empieza a salir del país francés para desarrollarse en otros lugares, de esta manera también creció la demanda de locales y personal de trabajo, esto creó la necesidad de la creación de las primeras escuelas de restaurantes, en estas escuelas se capacitaba a todo el personal requerido para un restaurante, logrando que la calidad se eleve de una manera notable tomando en cuenta cada detalle, desde la comida hasta la manera en que se sirve. (Ecuadorinmediato, Ecuadorinmediato, 2010)

Respecto a las cifras que maneja el sitio web ecuadorinmediato, se tiene los siguientes datos: Farmacias (10 884), ferreterías (10 308), panaderías (8 217), locales de comida rápida (8 082), licorerías (4 193), tiendas de CD y DVD (4 165). En menor escala están los bares y discotecas (2 682), moteles (3 365), zapaterías (2 249), cafeterías (613), cooperativas de taxis (573), costureras (1 911), ferreterías al por mayor (910). Sabiendo que existen 8082 locales de comida en el País (Ecuadorinmediato, Ecuadorinmediato, 08)



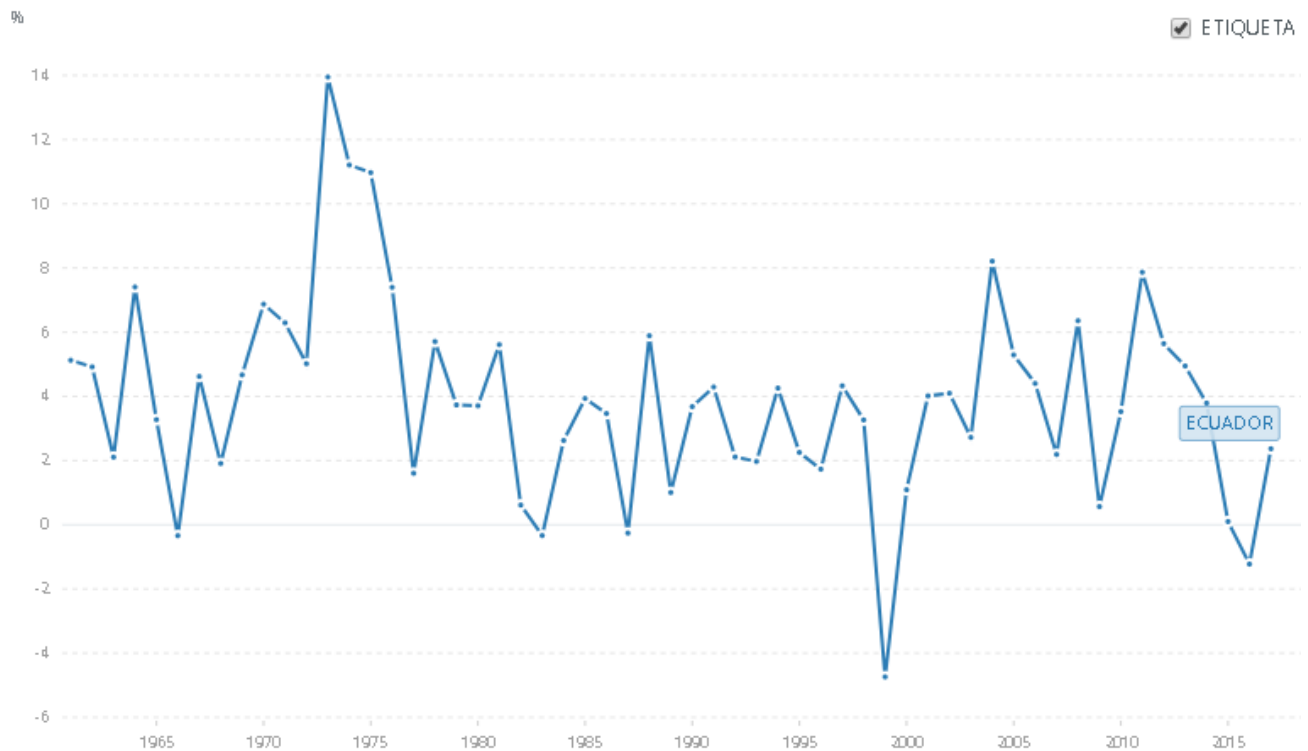
Tabla 1: Número de negocios en la región

NEGOCIOS	NUMERO DE NEGOCIOS
FARMACIAS	10884
FERRETERIAS	10308
PANADERIAS	8217
LOCALES DE COMIDA RAPIDA	8082
LICORERIAS	4193
TIENDAS DE CD Y DVD	4165
BARES Y DISCOTECAS	2682
MOTELES	3365
ZAPATERIAS	2249
CAFETERIAS	613
COOPERATIVAS DE TAXIS	573
COSTURERAS	1911
FERRETERIAS AL POR MAYOR	910

FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR

En el siguiente cuadro se puede apreciar la variación del PIB(Producto Interno Bruto) con el pasar de los años.

Figura 1: Variación del Producto interno bruto



Fuente: Banco Mundial (mundial, s.f.)

1.2 Resumen ejecutivo

El presente de titulación Modelo de negocios. Diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un emprendimiento de alimentos: “Resaca”. Ubicado en la zona Z2, Azogues en el ámbito de la investigación formativa es de tipo cuantitativo con enfoque exploratorio y descriptivo. Diseña un modelo de negocios de inversión y gerenciamiento para el sector de la economía popular y solidaria. En la línea de investigación institucional: Ciencias económicas, sociales y empresariales. El trabajo académico consta básicamente de tres escenarios: el primero está destinado al enfoque metodológico. El segundo rastrea el estado del arte y configura el marco teórico. El tercer momento propone un estudio de inversión y un modelo de gerenciamiento. Los resultados se muestran desde la posición teórica y el estudio de campo o llamado también de evidencia empírica.

1.3 Definición del negocio

El modelo de negocios propuesto, tiene la iniciativa de incorporar en la ciudad de Azogues un restaurante que junte distintos estilos culinarios dando variedad al consumidor además de brindar un servicio de calidad con innovación. La definición del negocio incluirá los siguientes elementos:

1.3.1 Datos básicos del negocio

El restaurante se encontrará ubicado en la avenida 16 de abril ya que es una de las arterias de distracción de la ciudadanía local.

1.3.2 Descripción del negocio

Resaca brindará un tipo distinto de servicio culinario ya que se centrará en tres ejes fundamentales es decir asado argentino, comida italiana y comida mexicana, dando tres alternativas de consumo a los clientes además de obviamente tener un amplio repertorio de bebidas alcohólicas y sin alcohol,

1.3.3 Características diferenciadoras

De acuerdo con el manual de (Oslo, 2018) la innovación tiene dos segmentos de intervención: Innovación de producto; y, innovación de la gestión empresarial. El presente trabajo de titulación es de innovación de producto. De modo que la diferenciación viene dada por costos óptimos y ventaja competitiva

1.3.4 Ventajas competitivas

Modelo de negocios. Diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un emprendimiento de alimentos: “Resaca”. Ubicado en la zona Z2, Azogues: Se cuenta con un mercado objetivo y con un mercado potencial. La estructura de los costos se fundamenta en los principios de eficiencia y eficacia. La calidad del producto es ser eficaz y reconocida por el micro y macro entorno.

1.3.5 Mercado objetivo

El mercado objetivo del modelo de negocios es de hombres y mujeres ubicadas en el área urbana del cantón Azogues, con un número aproximado de 29 mil 719 habitantes, (INEC, 2010)

1.3.6 Misión

La empresa “Resaca” es una organización basada en los principios de la calidad total, su diferenciación, es la innovación de la manera brindar el servicio de alimentación al público, la gestión se fundamenta en la formación del capital humano la transferencia del conocimiento es la clave para disminuir la incertidumbre. Siempre respetando al medioambiente.

1.3.7 Visión

La empresa Resaca restaurante se proyecta en una línea de tiempo de innovación gastronómica. La calidad será reconocida por los clientes además de ser una propuesta diferente a los típicos servicios culinarios de la ciudad.

1.3.8 Idea de la necesidad u oportunidad del negocio

Esta idea nace de la necesidad y el consumismo de la ciudad de Azogues ya que el crecimiento comercial especialmente en la av. 16 de abril es visible, el servicio que se piensa brindar es más que nada facilitar la variedad de alimentos gourmet para la ciudadanía. De esta premisa nace la idea del restaurante “Resaca”.

1.3.9 Objetivos del negocio

Conseguir el cumplimiento de las metas mediante la gestión del mercado objetivo y potencial para la concreción del crecimiento y rentabilidad del negocio en el mediano plazo.

Posicionar la marca del negocio como un vehículo de reconocimiento a la calidad y diferenciación del producto.

Desarrollar las potencialidades de la vocación económica productiva y cultural de la zona 6, en relación al eje 2, objetivo 6 del plan nacional del buen vivir toda una vida.

1.3.10 Estrategias del negocio

Diseñar un modelo de negocios con fundamentación teórica y evidencia empírica.

Gestionar el plan de comunicación que contenga: publicidad, promoción, ventas y relaciones públicas.

Enlazar el emprendimiento a las políticas metas y estrategias de la planificación nacional y regional y local.

1.4 Problema de la investigación

¿Existe un modelo de negocios con un diseño de inversión y gerenciamiento para la implementación de un restaurante en la ciudad de Azogues?

1.5 Tipo de investigación

El tipo de investigación para el presente trabajo de titulación es cuantitativo. Se explica desde los datos, porcentajes e indicadores que se presentan del estudio.

1.6 Alcance de la investigación.

El alcance de la presente investigación es exploratorio y descriptivo. Se trata de una inmersión en datos e información de fuentes primarias y la correspondiente descripción de información constante en bases de datos científicas. La investigación por ahora no es correlacional ni tiene pretensiones explicativas.

1.7 Objetivo General

Diseñar un modelo de negocios mediante la aplicación de la metodología de la investigación científica para el sector de la economía popular y solidaria.

1.8 Objetivo específico

Fundamentar el enfoque metodológico aplicado al diseño de un modelo de negocios.

Rastrear los aportes teóricos desde las bases de datos científicas aplicados a teorías y estudios previamente realizados por la comunidad epistémica.

Diseñar un modelo de negocios para el sector de la economía popular y solidaria aplicado al tema de investigación.

1.9 Métodos, técnicas e instrumentos

Método: el método a utilizar es el científico se fundamenta en el conocimiento la comprensión y la propuesta.

Técnicas: se usará la técnica de la encuesta

Instrumentos: se utilizará el cuestionario para medir las variables de la investigación de mercados.

1.10 Justificación

1.10.1 Practica

El trabajo de titulación beneficiará a los clientes del restaurante, los trabajadores de la empresa con un aproximado de 5 personas, y a familias que requieran del servicio y producto que se ofrecerá en dicho restaurante, además de los servicios externos que se contratarán.

1.10.2 Metodológica

Se formulará una metodología de modelo de negocios para el presente caso que puede ser usado por académicos e investigadores.

Tabla 2: Datos estadísticos

FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	
Universo de población	Infinita
Ámbito geográfico	Local
Técnica de muestreo	Irrestringido aleatorio simple
Persona encuestada	Personas de clase media de la ciudad de Azogues
Población	29.719
Tamaño de la muestra	395
Nivel de confianza	95%
Error muestral	0,05%
Periodo temporal	Transversal

Fuente: Elaboración propia del autor

1.10.3 Teórica

Se integrará en beneficio de la comunidad epistémica un conjunto de teorías y estudios aplicados sobre el tema.

CAPITULO 2: Perspectivas y aproximaciones teóricas

2.1 Fundamentación teórica de modelo de negocios

El concepto de modelo de negocio contiene diferentes fuentes de ideas y la profundidad de cada concepto difiere del campo en el que se aplique. Es usado en áreas como la teoría tradicional de estrategia, la administración general, la literatura de la administración en información e innovación y literatura de e-business (Jansen, 2007). Los conceptos que fundamentan la definición de modelo de negocio son atribuibles a Peter Drucker, quien introduce el concepto de estrategia al mundo de los negocios, cuando esta palabra pertenecía exclusivamente al ámbito militar (Drucker, 1994).

Al modelo de negocio también se lo conoce como la herramienta previa al plan de negocio, y cumple con un objetivo que es definir con certeza la clase de negocio que se va a presentar al mercado, para que tipo de clientes se va a vender, de qué manera se lograra la venta y también define la manera en cómo se conseguirán los ingresos (Peiro, 2019).

Los modelos de negocios son muy antiguos, los registros muestran varios emprendimientos básicos desde el siglo XX. Pero su cimentación se daría en la década de los 50 ya que se crean restaurantes complejos como McDonald's, Estados Unidos fue pionera en temas de modelos de negocios, en el tiempo presente el internet se ha vuelto pieza fundamental en los modelos de negocios ya que es una manera eficiente de contacto con los clientes con un costo muy bajo (Peiro, 2019).

Figura 2: Matriz de congruencia entre Autor y definición

Autor	Definición
Brandenburger y Stuart, 1996	Un modelo de negocio está orientado a la creación de valor total para todas las partes implicadas. Sienta las bases para capturar valor por la empresa focal, al codefinir (junto con los productos y servicios de la empresa) el tamaño total de "la tarta", o el valor total creado en las transacciones, que se puede considerar como el límite superior para la captura de valor de la empresa.
Timmers, 1998,p.4	"Un modelo de negocio es una arquitectura de productos, servicios y flujos de información incluyendo una descripción de varios actores del negocio y sus roles, una descripción de los beneficios potenciales de diferentes actores del negocio y la descripción de las fuentes de ingreso".
Linder y Cantrell, 2000,p.1-2	"La lógica central de la organización para crear valor. El modelo de negocios para una empresa orientada a los beneficios explica como esta hace dinero".
Chesbrough y Rosenbloom, 2001	Un modelo de negocio consiste en articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de la cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios; describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva.
Petrovic et al., 2001,p.2	"Un modelo de negocio describe la lógica de un 'sistema de negocios' para crear valor que esté por debajo del proceso actual".
Magretta, 2002,p.4	"Un modelo de negocio cuenta una historia lógica que explica quiénes son sus clientes, qué valoran, y cómo va a hacer dinero en darles ese valor".

Fuente: (Preciado, 2011)

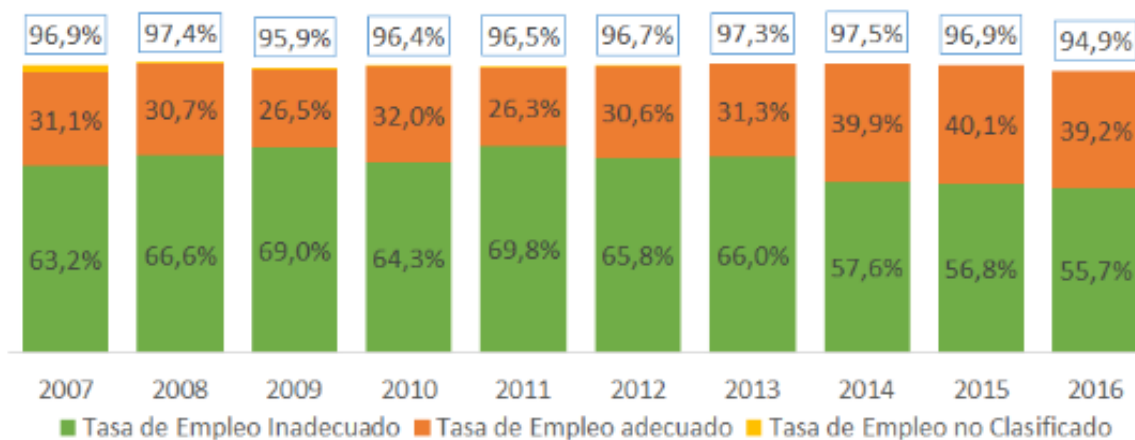
Para Eriksson & Penker (2000) postula que es una abstracción de cómo una empresa funciona, proporciona una vista simplificada de la estructura de negocios que actúa como la base para la comunicación, mejoras o innovación los requisitos de los sistemas de información que apoyan a la empresa.

Desde el antecedente, complementando por Magretta (2002) define el modelo de negocio como "historias que explican cómo la empresa trabaja". Utilizando a Drucker como referente, el autor define un buen modelo de negocio como aquél que responde a las siguientes preguntas: ¿Quién es el cliente y qué valora? ¿Cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo se aporta dicho valor al cliente a un coste apropiado?

2.2 Fundamentos teóricos del sector económico y productivo

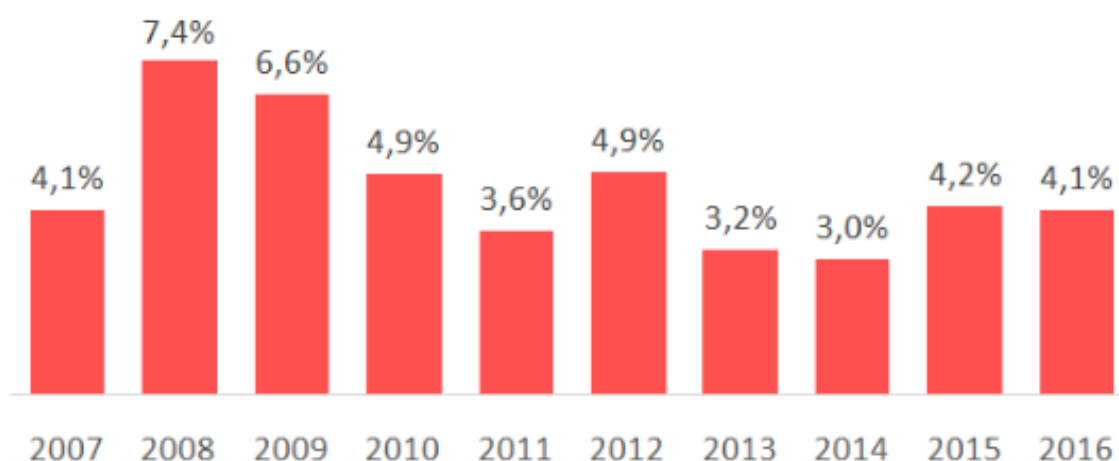
Vocación económica y productiva de la provincia del Cañar (Inteligencia productiva del Ministerio de la Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (inteligenciaproductiva.gob.ec)

Figura 3: Tasas de evolución de empleo de la provincia del cañar 2007-2016



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos - ENEMDU.

Figura 4: Tasas de evolución de desempleo de la provincia del cañar 2007-2016



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos-ENEMDU

2.3 Fundamentos teóricos del sector de servicios de alimentación

Los estudios aplicados en el tema de servicios de alimentación son muy variados y en Latinoamérica existen tesis y proyectos acerca de restaurantes tanto gourmet como de comida rápida, además en el rastreo del arte se ha evidenciado artículos científicos latinoamericanos que efectivamente especializan cada una de las zonas como cocina, servicio, aseo y gerenciamiento.

2.4 Perspectivas y abordajes teóricos de los proyectos de inversión en el sector empresarial

2.4.1 Definición de estudios de inversión en el sector empresarial

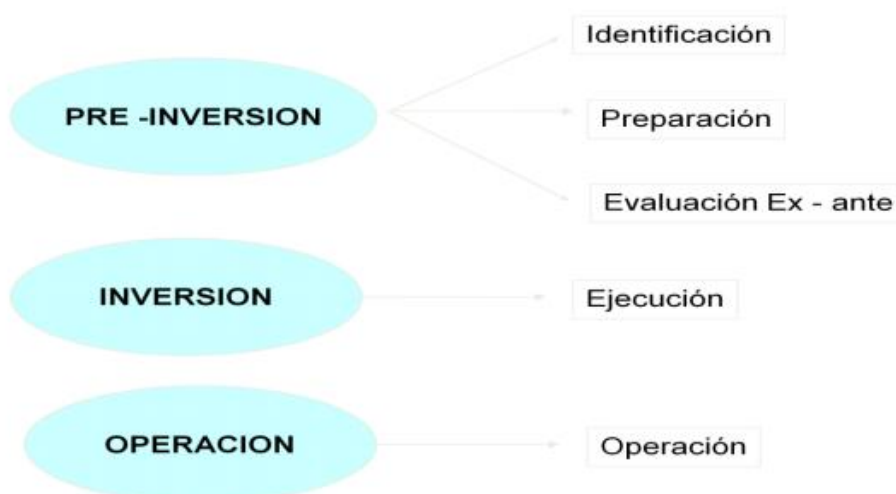
“Un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo.” (Santos Santos, 2008).

2.4.2 Etapas de pre inversión e inversión

Para la realización de cualquier tipo de proyecto existen tres etapas que se deben cumplir:

Pre inversión
Inversión
Operación.

Figura 5: Etapas de la pre inversión e inversión



Fuente: (Albis, 2015)

Entre las etapas de un proyecto se encuentra la pre-inversión que lo que realiza es identificar y evaluar el proyecto, es decir revisa que el proyecto tenga un futuro y se divide en 5 sub etapas que son: idea, perfil, pre factibilidad, factibilidad y proyecto según (Albis, 2015)

Se empieza por la idea, que detecta una necesidad o una solución a problemas, basados en juicios, experiencias o registros se lograría tener una visión de los costos que la idea que se tiene tendrá a futuro. Además, de las consecuencias o secuelas que esta idea traería a la sociedad, ambiente y bolsillo de las personas que inviertan en la idea.

El perfil no es más que un análisis exhaustivo de toda la información obtenida de la idea, pero mejorada y de cierta manera más limpia para quedar con lo esencial. Pre-factibilidad, se la puede llamar también anteproyecto, esta etapa nacen los antecedentes

del proyecto y se hace una evaluación financiera para determinar la viabilidad y conveniencia financiera del proyecto más detallado.

En la factibilidad se reduce el riesgo ya que con la información filtrada sobre, costos, impactos y aportes hacia la sociedad logrando así determinar si es factible o no la aplicación del proyecto de inversión.

Proyecto, simplemente se dan los formatos definitivos al proyecto para su respectiva ejecución además de analizar los objetivos y la factibilidad. (Albis, 2015)

En la inversión o ejecución se realiza la implantación del proyecto. Se genera el cronograma de inversiones y de trabajo. En esta etapa se debe comparar lo presupuestado y lo ejecutado para tener el control del proyecto que empieza en esta fase y acaba con la vida útil del proyecto. Se ejecutan las inversiones y se implementa la tecnología escogida basados en una óptima gestión del recurso humano y con un cuadro organizacional que permita la administración integrada del proyecto para poder darlo a luz, siendo capaz de empezar la producción del bien o servicio para el cual fue concebido. El gerente del proyecto debe estar atento a las necesidades adicionales que surjan durante la implementación del proyecto (Albis, 2015).

En la etapa de operación es la institucionalización del proyecto. Ya existe el bien o servicio cubriendo la necesidad, el objetivo fue cumplido. Sin embargo, esto no significa que el gerente deba bajar la guardia sobre el control; por el contrario, debe estar atento a los cambios financieros y de tiempo, a la calidad, los impactos socioeconómicos y ambientales y a la operación misma del proyecto. No debe permitir desviaciones por obsolescencia de equipos, por ejemplo, o las consideraciones de ampliación de planta o la posible diversificación de productos, que generaría un nuevo proyecto. En conclusión, el gerente de proyecto debe estar en constante retroalimentación en cada una de las etapas del ciclo de vida del proyecto. Costos previstos para el inicio de las operaciones (necesidad de pruebas previas) Ejecución y validación de las estimaciones hechas en la etapa de pre inversión. (Albis, 2015)

2.4.3 Investigación del comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor en los últimos tiempos ha sido muy relevante ya que el momento de adquirir un producto o servicio el consumidor toma muchísimas variables para decidir si es o no lo que el necesita y quiere.

Para (Solomon, 2008) primero se tiene que reconocer la necesidad, luego sigue con la búsqueda de información sobre lo que se quiere, además de la búsqueda de alternativas, y la selección del producto o servicio requerido

Tabla 3: Etapas del Proceso de Decisión

ETAPAS	DESCRIPCIÓN
Reconocimiento de la necesidad	Ocurre cuando el consumidor nota una diferencia significativa entre su situación actual y alguna situación deseada
Búsqueda de información	Proceso mediante el cual un consumidor explora en el ambiente y encuentra datos apropiados
Evaluación de las alternativas	Decidimos los criterios más importantes y reducimos a un número aceptable las alternativas
Selección del producto	Los criterios de evaluación son las dimensiones que se utilizan
Resultado	Compra

Fuente: (Solomon, 2008)

2.4.4 Definiciones del marco legal y administrativo de proyectos

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. El marco legal de una elección, y especialmente los temas relacionados con la integridad de la misma, regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

Su fundamento en muchos países es La Constitución en tanto suprema legislación, que se complementa con la legislación promulgada por un parlamento o legislatura donde se incluye una ley electoral (leyes, que incluyen provisiones para el proceso electoral, el financiamiento de campañas electorales y derecho de los ciudadanos al voto), leyes, códigos penales, y Regulaciones, que incluyen Códigos de Conducta/Ética, dados a conocer por distintas instancias reguladoras que guardan estrechos vínculos con la materia electoral.

Dentro de las provisiones legales se encuentran los lineamientos para determinar la estructura de la administración electoral, las instrucciones destinadas a los administradores de la elección sobre la forma en que deberán llevar a cabo su labor, y los derechos y responsabilidades de los partidos políticos, los medios de comunicación, los electores y demás participantes en una elección. (aceproject, 1999)

2.4.5 Definiciones de estudio técnico

Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001)

2.4.6 Definiciones de la estructura económica y financiera del proyecto

Desde la perspectiva económico-financiera, Andrés S. Suárez Suárez define a la empresa como una sucesión en el tiempo de proyectos de inversión y financiación. En el balance de las empresas se detallan todas las inversiones (Activo o Estructura Económica) que ha ido realizando a lo largo de su existencia y las fuentes de financiación de esas inversiones (Pasivo o Estructura Financiera):

Activo o Estructura Económica, es la que permite la producción de bienes o la prestación de servicios. Debe proporcionar una determinada rentabilidad.

Pasivo o Estructura Financiera, son los recursos que dispone la empresa para financiar la estructura económica. Suponen un coste para la empresa.

Estructura Económica, que corresponde con el Activo, compuesta por todas las inversiones que ha realizado la empresa, y su Estructura Financiera, que corresponde con el Pasivo y Patrimonio Neto. Se compone de los recursos financieros que han posibilitado la adquisición y utilización de las inversiones del Activo todo esto desde la perspectiva del sitio web Yirepa. (YIREPA, 2019)

Es decir, la estructura financiera es un método de financiamiento para la empresa.

Figura 6: Estructura Económico-Financiera



FUENTE: (YIREPA, 2019)

2.5 Definición de la evaluación económica y financiera del proyecto

2.5.1 Fundamento teórico de la sensibilidad del proyecto

Inflación: según los autores, Gutiérrez, Andrade y Zurita, la inflación es un aumento generalizado y continuo en el nivel general de precios de los bienes y servicios de la economía. La inflación usualmente se calcula como la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que mide los precios promedio de los principales artículos de consumo. Para conocer qué productos deben incluirse en esta canasta representativa, se hace generalmente una encuesta a una muestra representativa de hogares. La composición de la canasta usada para el IPC varía entre países y refleja los diferentes patrones de consumo e ingreso de cada uno de ellos. (Gutiérrez Andrade & Zurita Moreno, 2006)

Riesgo: se la puede definir de varias formas, pero en si es la incertidumbre, el riesgo es una advertencia a un daño que se puede dar, existen 3 tipos de riesgos:

Riesgos económicos: estos provocan la explotación de una empresa por varios factores.

Riesgos financieros: estos se os pueden definir como la probabilidad de una pérdida en el matrimonio como resultado de transacciones.

Riesgos operativos

2.6 Fundamentación teórica del gerenciamiento

2.6.1 La gerencia desde la teoría del marketing mix (4 ps)

El Marketing Mix se trata de poner el producto adecuado, en el lugar apropiado, en el momento indicado y al precio justo. La parte difícil es hacerlo bien, ya que se necesita conocer todos los aspectos de tu plan de negocios.

Producto

Un producto es un artículo que se construye para satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas. El producto puede ser intangible o tangible, ya que puede ser en forma de servicios o bienes.

Se debe asegurar se tiene el tipo correcto de producto que está en la demanda del mercado. Así que, durante la fase de desarrollo del producto, el vendedor debe hacer una investigación exhaustiva sobre el ciclo de vida del producto que está creando.

Un producto tiene un cierto ciclo de vida que incluye la fase de crecimiento, la fase de madurez y la fase de declive de las ventas. Es importante para los vendedores reinventar sus productos para estimular más demanda una vez que alcanza la fase de la declinación de las ventas.

Los vendedores deben también crear la mezcla correcta del producto. Puede ser aconsejable ampliar tu actual combinación de productos mediante la diversificación y el aumento de la profundidad de tu línea de productos.

Precio

El precio del producto es básicamente la cantidad que un cliente paga para disfrutarlo. El precio es un componente muy importante de la definición de marketing mix.

También es un componente muy importante de un plan de marketing, ya que determina el beneficio de tu empresa y la supervivencia. Ajustar el precio del producto tiene un gran impacto en toda la estrategia de marketing, así como en gran medida las ventas y la demanda del producto.

Esto es inherentemente un área delicada. Si una empresa es nueva en el mercado y no ha hecho un nombre para sí mismo todavía, es poco probable que tu mercado objetivo esté dispuesto a pagar un alto precio.

Aunque pueden estar dispuestos, en el futuro, a entregar grandes sumas de dinero, es inevitablemente más difícil conseguir que lo hagan durante el nacimiento de un negocio.



Los precios siempre ayudan a dar forma a la percepción de tu producto en los ojos de los consumidores. Recuerda siempre que un precio bajo generalmente significa un bien inferior a los ojos de los consumidores, ya que comparan su bien con un competidor.

En consecuencia, los precios demasiado altos harán que los costos superen los beneficios a los ojos de los clientes, y, por lo tanto, valorará su dinero sobre tu producto. Asegúrate de examinar los precios de los competidores y el precio en consecuencia.

Al establecer el precio del producto, los vendedores deben considerar el valor percibido que el producto ofrece. Existen tres estrategias principales de precios y estas son:

- Precios de penetración de mercado.
- Precios del mercado.
- Precios neutros.

Plaza o lugar

El “aplazamiento” o distribución es una parte muy importante de la definición de la mezcla de productos. Tienes que colocar y distribuir el producto en un lugar que sea accesible a los compradores potenciales.

Esto viene con una comprensión profunda de tu mercado objetivo. Entiéndelos de adentro hacia afuera y descubrirás los canales de posicionamiento y distribución más eficientes que hablan directamente con tu mercado.

Hay muchas estrategias de distribución, incluyendo:

- Distribución intensiva.
- Distribución exclusiva.
- Distribución selectiva.
- Franquiciamiento.

Promoción

La promoción es un componente muy importante del Marketing, ya que puede impulsar el reconocimiento de la marca y las ventas. La promoción se compone de varios elementos como:

- Organización de ventas.
- Relaciones públicas.
- Publicidad.
- Promoción de ventas.

2.7 Teorías de modelo de negocios

Referente a la teoría analizada sobre los modelos de negocios, los autores Henry Chesbrough y Richard Rosenbloom proponen un modelo de negocios con 6 fases que consiste en empresas con un modelo de negocios indiferenciado, con alguna diferenciación en su modelo de negocios, desarrolla su modelo de negocios segmentado, consiente del ambiente externo, integra su modelo de innovación al modelo de negocios y como una plataforma administrativa. (BUENO, 2010)

Según los planteamientos de los autores Osterwalder, Magreta, Zott ,Amit, Afuah, Tucci, Chesborough y Rosembloo, se propone que la perspectiva adecuada para definir un modelo de negocios es a través de la teoría de sistemas, siendo “un modelo de negocios el conjunto de actividades que desarrolla una empresa para satisfacer a los clientes en un momento determinado del tiempo”, el cual se aplica para empresas u organismos con y sin fines de lucro. (BUENO, 2010)

Tabla 4: Teorías sobre modelos de negocios de distintos autores

Rajala y Westerlund	2005	“La manera de crear valor para los clientes y la manera en que el negocio convierte, las oportunidades de mercado en beneficio a través de grupos de actores, actividades y colaboraciones”.
Anderson	2006	“Los modelos de negocios se crean con el fin de dejar claro quiénes son los actores empresariales que se encuentran en un caso de negocio y cómo son sus relaciones explícitas. La relaciones en un modelo de negocio se formulan en término de valores intercambiados entre los actores”.
Johnson, Christensen	2008	“Los modelos de negocio se componen de cuatro elementos entrelazados que, en su conjunto, crean y entregan valor. Se trata de la propuesta de crear valor para el cliente, la formulación de beneficios, recursos y procesos clave”.
Casadesu-Masanell y Ricart	2010	“Un modelo de negocio consiste en un conjunto de elecciones y un conjunto de consecuencias derivadas de dichas elecciones. Hay tres tipos de elecciones: políticas, recursos, y la gestión de activos. Las consecuencias pueden ser clasificadas como flexibles o rígidas”.
George y Bock	2011	“Un modelo de negocio es una estructura transactiva, según la cual el comportamiento de la empresa está en función de las características de su respectivo modelo”.
Osterwalder y Pigneur	2012	“Un modelo de negocio describe las bases de cómo una organización crea, proporciona y captura valor”.

Fuente: Emilia Martínez Rodríguez

2.8. Estudios aplicados con relación al tema

Con el paso del tiempo se ha podido observar que los modelos de negocios se implementan en los negocios ya que efectivamente estos estudios existen, como modelos de negocios aplicados en distintas ramas, como emprendimientos de todo tipo como el caso de estudio que se expresa en el presente documento, dedicado al sector de servicio de alimentación.

La autora Carmen García Puertas en su investigación titulada Plan de Negocios para la creación de un restaurante de comida a base de productos orgánicos en la parroquia Ayacucho en la ciudad de Guayaquil opina que en la actualidad para crear una empresa pequeña, mediana o grande es necesario contar con información para saber qué tan factible será el negocio, además de apuntalar que los productos que se consumen en la actualidad son alterados totalmente por productos o procesos químicos que contaminan los alimentos que ingresan al organismo. (Puerta, 2015)

El punto de vista de la investigadora Gissela Dennisse Jurado Toledo al 2014 manifiesta que el Ecuador es un país privilegiado por muchas razones, cuenta con una localización única en el mundo que permite tener cuatro regiones diferentes y exuberantes tanto en flora y fauna, y personas muy hospitalarias y de buen corazón, siendo estas cualidades las que los hacen únicos en el mundo, además menciona que el sector hotelero, alimentos, bebidas y turístico es una fuente de ingresos importante para el país, mas no cuenta con el desarrollo requerido para cumplir las exigencias de los clientes tanto nacionales como extranjeros. Uno de los principales inconvenientes que existe es que el personal de este sector no cuenta con la preparación y capacitación necesaria, razón por la cual no existe un servicio de calidad para los clientes. Otra situación que es necesaria mencionar es que la normativa para abrir un restaurante de lujo o de otras categorías tiene 25 años, es decir, está vigente desde el año 1989, y hasta la actualidad se mantiene sin modificación alguna, por lo que los restaurantes la cumplen como parte del trámite de apertura, pero no se la aplica, ya que es obsoleta para la realidad que se vive actualmente. (TOLEDO, 2014)

De acuerdo al estudio de mercado de Ximena Gabriela Garzón Patiño se pudo determinar que existe una gran demanda insatisfecha entre turistas nacionales e internacionales que requieren del servicio de alimentación, por lo cual se determinó una gran oportunidad para la creación de un Restaurante de comida ecuatoriana en el centro histórico de la ciudad de Quito. (PATIÑO, 2010)

CAPÍTULO 3 ESTUDIO DE MERCADO Y ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Estudio de mercado

3.1.1 Definición del negocio

El restaurante “RESACA” será un restaurante innovador ya que se especializará en 3 tipos de menú obteniendo la atención de la creciente demanda en el sector alimenticio debido al crecimiento comercial de la Av. 16 abril, transformado así la materia prima de primera calidad en platillos que serán del deleite del paladar Azogueño.

3.1.2 Segmentación de mercado

Para la segmentación de mercado principalmente se dirigirá a personas de clase media ya que gente sin recursos y niños no podrían pagar el precio de los platillos, debido a que el proyecto está dirigido a comida gourmet y su precio es un poco más alto que el promedio de comida normal.

3.1.3 Instrumentos para la recolección de datos

Para la correcta recolección de información se utilizaron las encuestas estructuradas, con una población de 29.719 habitantes, lo cual dio un resultado 395 encuestas a realizarse en la ciudad de Azogues con el fin de saber si es o no un proyecto viable de inversión, se lo realizo de manera personal.

3.1.4 Formato de la encuesta

Para el correcto desarrollo de la encuesta se realizaron un total de diez preguntas, en ellas se intentó ser lo más directo y conciso para la recolección de información, cabe manifestar que cada encuesta se realizó de manera personal y en hoja de papel.

1 ¿Le gusta comer, fuera de casa?

Si

No

2 ¿De las siguientes opciones, ¿cuál es su preferida para comer fuera de casa?

Restaurantes

Foodtracks (camiones de comida)

Restaurantes de comida rápida (fast food)

3 ¿Si en la ciudad de azogues se creara una nueva opción de restaurant gourmet usted asistiría?

Si

No

4 ¿Qué tan seguido frecuenta restaurantes gourmet con su familia?

Una vez al mes

Dos veces al mes

Dos o más veces al mes



5 ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en un restaurante gourmet?

Comida Italiana

Comida China

Comida Mexicana

Asados (carnes en general)

6 ¿Cuánto está dispuesto a gastar usted por un plato de comida?

Entre \$3 y \$5

Entre \$5 y \$7

Entre \$8 y \$10

Más de \$10

7 ¿En qué lugar de la ciudad cree usted que el restaurante tendría más aceptación?

Centro de la ciudad

Sector la playa

Av. 16 de abril

Charasol

8 ¿Estaría de acuerdo que el local venda bebidas alcohólicas?

Si

No

9 ¿Hasta qué hora le gustaría que el local este abierto?

De 3pm a 10pm

De 3pm a 12am

De 5pm a 12am

De 3 pm a 2am

De 5pm a 2am

3.1.5 Presentación y análisis de resultados

Luego de la realización de las encuestas, se procede a la tabulación de cada uno de los datos obtenidos con el fin de realizar los gráficos mostrando los resultados de cada respuesta obtenida.

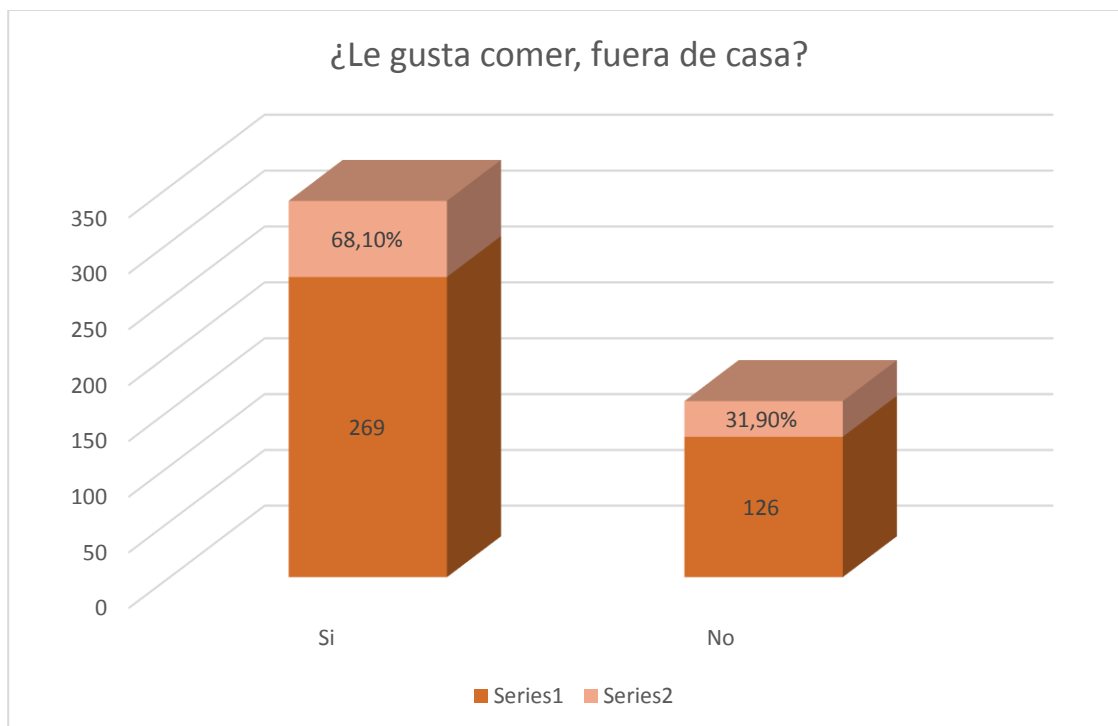
Pregunta 1

Tabla 5: Resultados pregunta 1

Pregunta 1		¿Le gusta comer fuera de casa?	
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	
Si	269	68,10%	
No	126	31,90%	
Total	395	100	

Fuente: El autor

Figura 7: Resultados de la pregunta 1



Fuente: El autor

Análisis

Aquí podemos analizar el mercado de la ciudad de Azogues que consume el servicio de alimentación, fuera de casa, del total de las 395 encuestas, 269 personas consumen el servicio de alimentación fuera de sus hogares, esto representa el 68.10% de la muestra tomada, sin dejar en cuenta que 126 personas de las 395 encuestadas, no les gusta consumir el servicio de alimentación fuera de su hogar

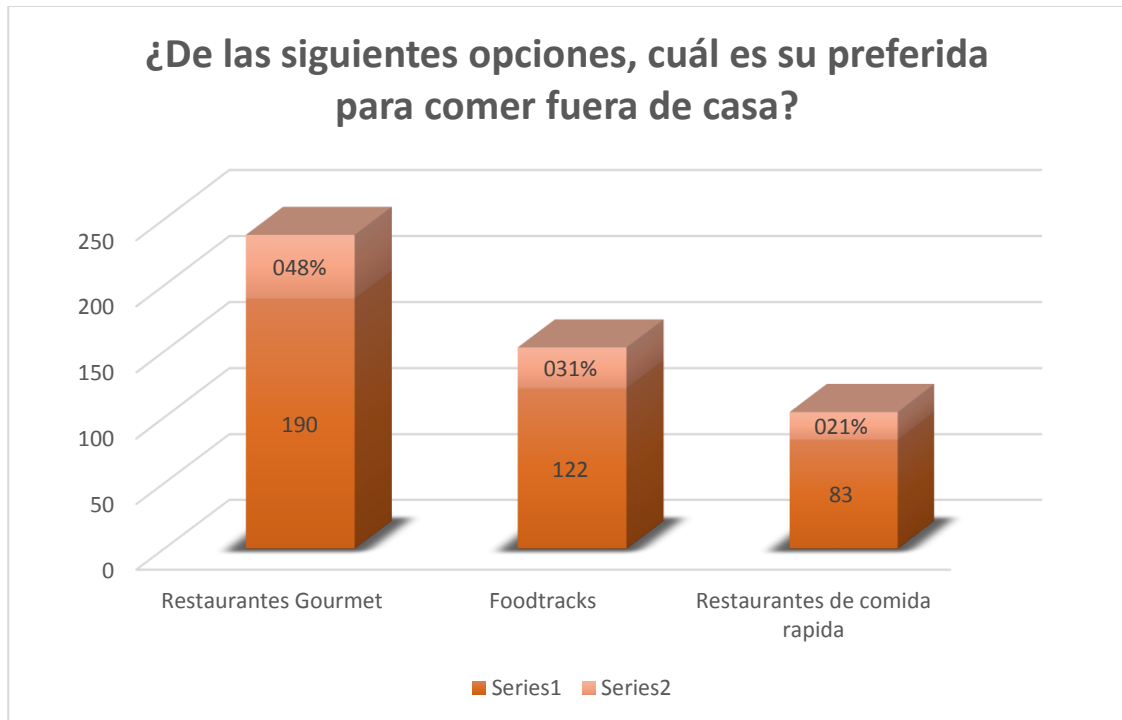
Pregunta 2

Tabla 6: Resultados pregunta 2

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Restaurantes Gourmet	121	44,98%
Foodtracks	59	21,93%
Restaurantes de comida rápida	89	33,09%
Total	269	100

Fuente: El autor

Figura 8: Resultados de la pregunta 2



Fuente: El autor

Análisis

En base a la pregunta anteriormente realizada se pudo constatar de que a 269 personas les gusta consumir el servicio de alimentación fuera del hogar, de los cuales 190 personas prefieren consumirlos en restaurantes gourmet, esto equivale al 48% del total de personas que consumen dicho servicio, cabe manifestar que 122 personas, equivalente al 31% prefieren consumir este servicio en Foodtracks y que 83 de las 296 personas encuestadas cuyo equivalente al 21% prefieren consumir el servicio en restaurantes de comida rápida,

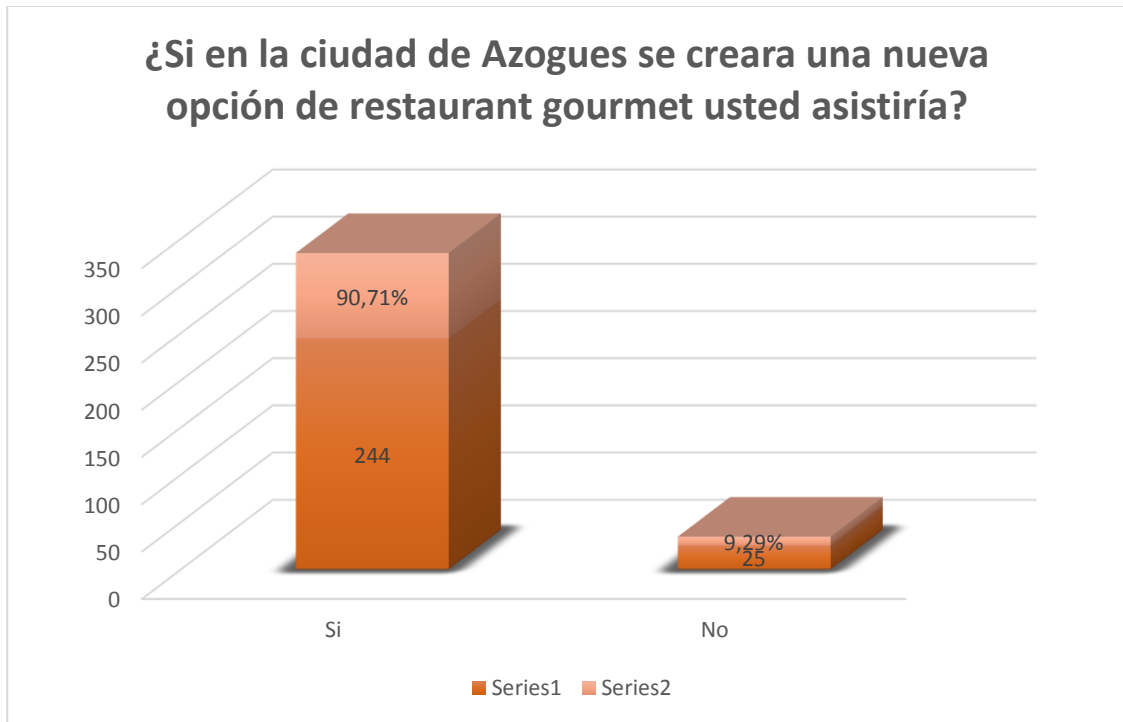
Pregunta 3

Tabla 7: Resultados de la pregunta 3

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	244	90,71%
No	25	9,29%
Total	269	100,00%

Fuente: El autor

Figura 9: Resultados de la pregunta 3



Fuente: El autor

Partiendo de la información recolectada podemos apreciar que de las 269 personas que les gusta consumir el servicio de alimentación fuera de casa, 244 personas, equivalente al 90.71% si asistiría a consumir en una nueva opción de restaurante Gourmet dentro de la ciudad de Azogues.

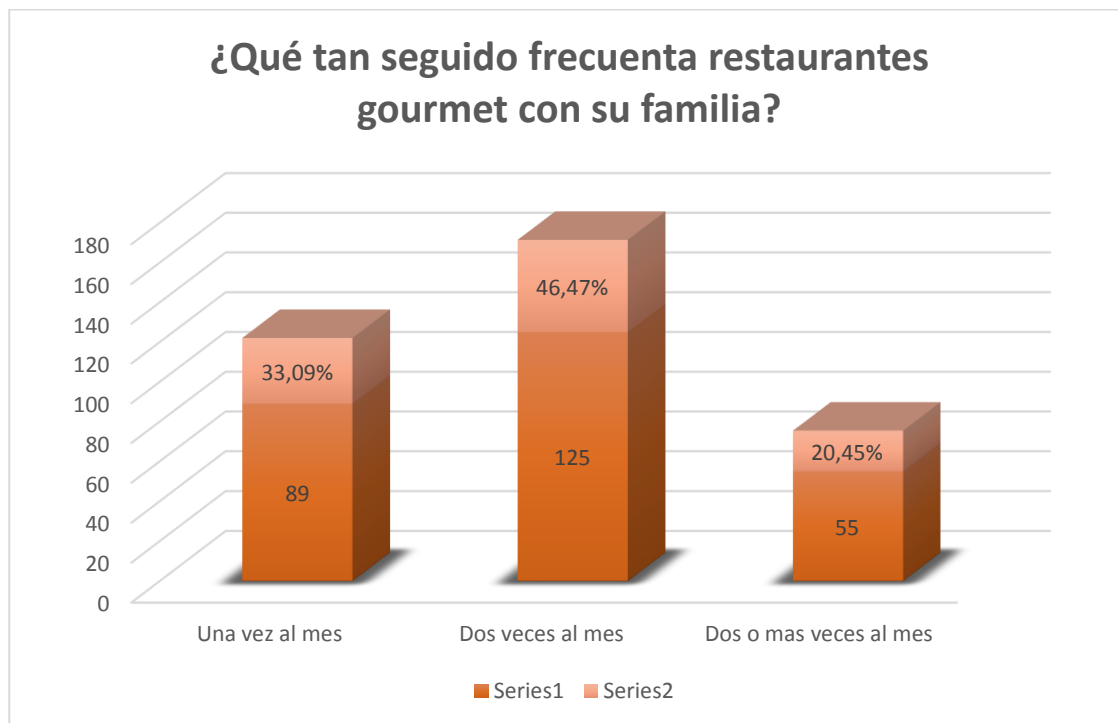
Pregunta 4

Tabla 8: Resultados de la pregunta 4

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al mes	89	33,09%
Dos veces al mes	125	46,47%
Dos o más veces al mes	55	20,45%
Total	269	100,00%

Fuente: El autor

Figura 10: Resultados de la pregunta 4



Fuente: El autor

Análisis

De las 269 personas que consumen el servicio de alimentación, fuera de casa, 89 personas que representan el 33.09% consumen fuera de casa una vez al mes, 125 personas es decir 46.47% de 269 consumen dos veces al mes fuera de casa y, por último, 55 personas manifestaron que consumen dos o más veces al mes fuera de su hogar.

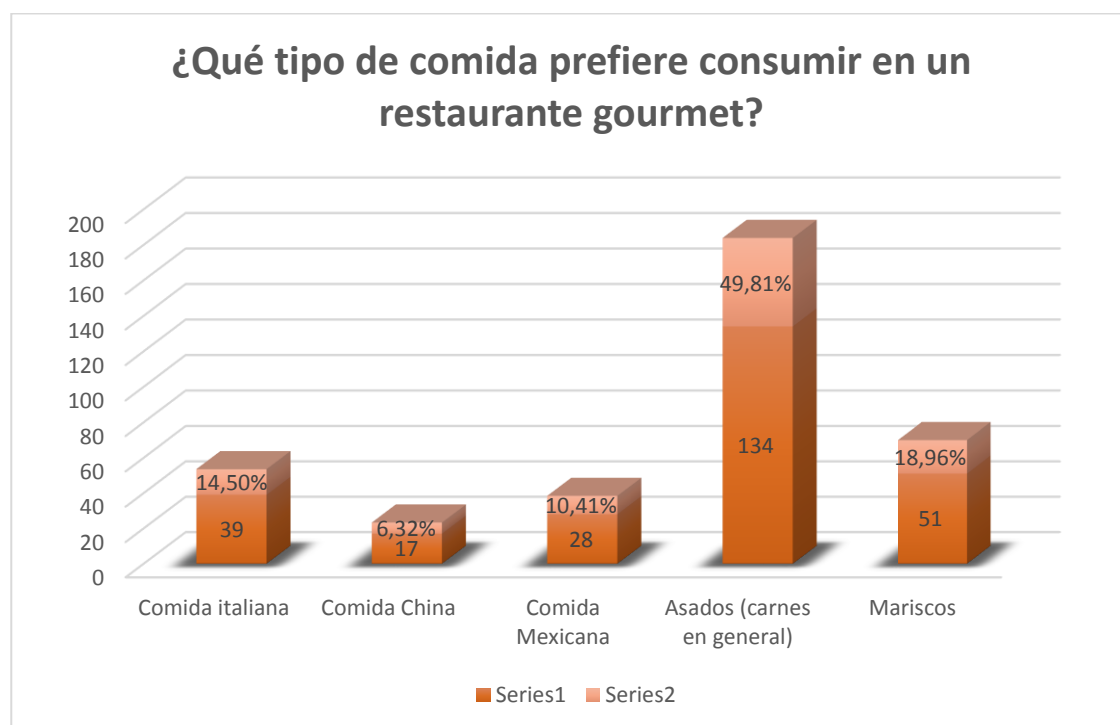
Pregunta 5

Tabla 9: Resultados de la pregunta 5

Pregunta 5		¿Qué tipo de comida prefiere consumir en un restaurante gourmet?	
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	
Comida italiana	39	14,50%	
Comida China	17	6,32%	
Comida Mexicana	28	10,41%	
Asados (carnes en general)	134	49,81%	
Mariscos	51	18,96%	
Total	269	100,00%	

Fuente: El autor

Figura 11: Resultados de la pregunta 5



Fuente: El autor

Análisis

Para saber la preferencia del consumidor Azogueño, se planteó la pregunta sobre qué tipo de comida prefiere consumir en un restaurante, de las 269 personas que les gusta consumir el servicio de alimentación, 39 (14.50%) prefiere la comida italiana, 17 (6.32%) opta por la comida china, 28 (10.41%) se deleita por la comida mexicana, 134 (49.81%) eligió los asados o carnes en general y, por último, 51 (18.96%) se decantó por los mariscos.

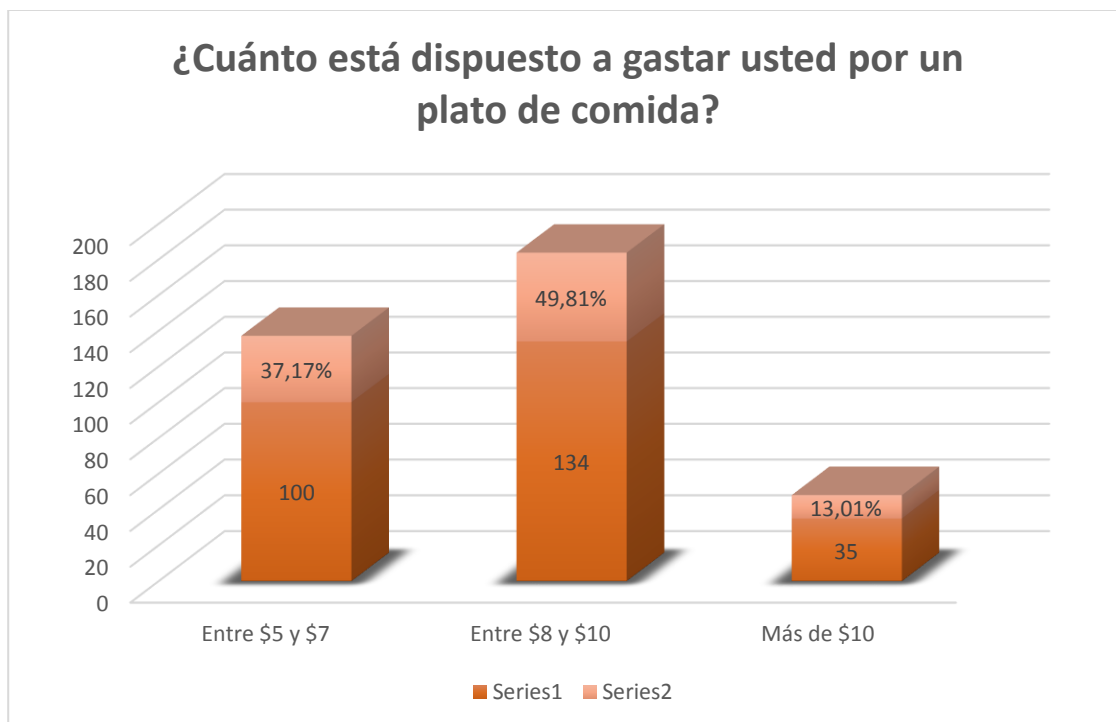
Pregunta 6

Tabla 10: Resultados de la pregunta 6

Pregunta 6		¿Cuánto está dispuesto a gastar usted por un plato de comida?	
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	
Entre \$5 y \$7	100	37,17%	
Entre \$8 y \$10	134	49,81%	
Más de \$10	35	13,01%	
Total	269	100,00%	

Fuente: El autor

Figura 12: Resultados de la pregunta 6



Fuente: El autor

Análisis

El precio del servicio es muy importante para saber cuánto dinero estará dispuesto a pagar nuestro cliente o consumidor, por medio de la encuesta se supo que 100 personas estarían dispuestas a pagar entre \$5 y \$7 por plato lo cual da a entender que 31.17% quiere un precio entre estos valores, 134 supieron manifestar que estarían dispuestos a gastar entre \$8 y \$10 por plato de comida de un restaurante, lo que da un 49.81% del total, y por ultimo 35 personas accederían a gastar en el restaurante más de \$10 por plato

Pregunta 7

Tabla 11: Resultados de la pregunta 7

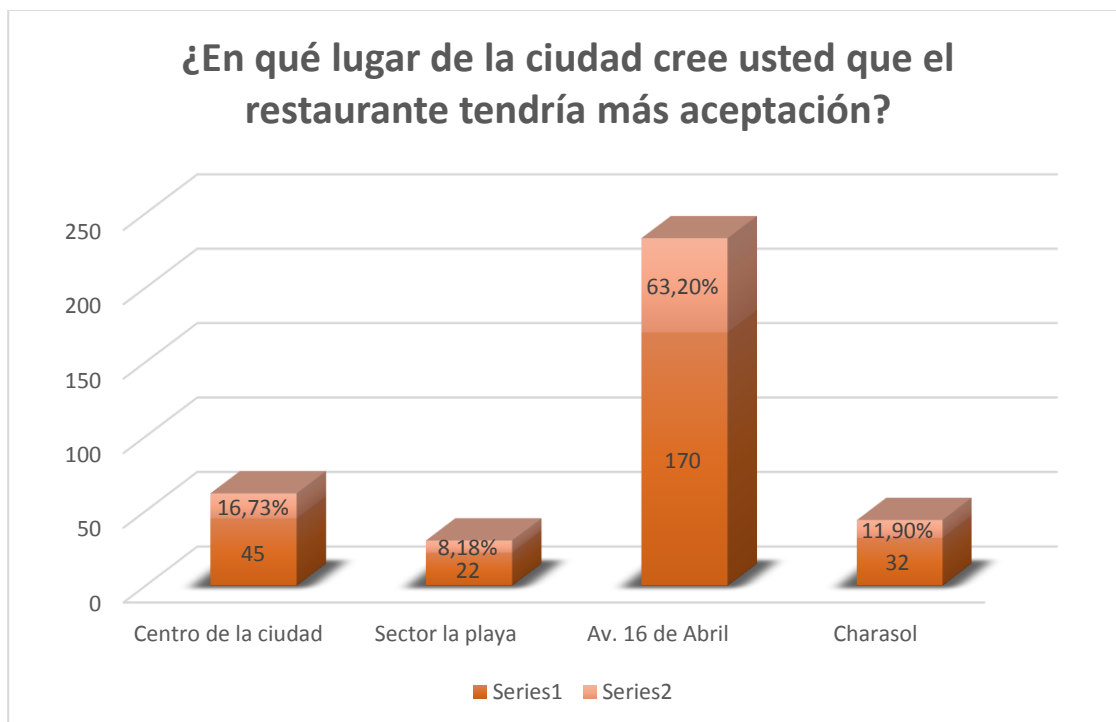
Pregunta 7

¿En qué lugar de la ciudad cree usted que el restaurante tendría más aceptación?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	45	16,73%
Sector la playa	22	8,18%
Av. 16 de Abril	170	63,20%
Charasol	32	11,90%
Total	269	100

Fuente: El autor

Figura 13: Resultados de la pregunta 7



Fuente: El autor

Análisis

La ubicación es fundamental para que cualquier negocio sea rentable para esto se planteó la pregunta dando al consumidor escoger el mejor lugar para que el restaurante funcione, se plantearon 4 lugares, el centro de la ciudad que recibió la elección de 45 de las 269 personas encuestadas, el sector la playa fue el menos preferido por la ciudadanía encuestada ya que 22 de las 269 personas encuestadas la seleccionaron, es decir 8.16%, la Av. 16 de Abril fue la mejor posicionada en esta encuesta ya que el 63.20% prefirió su ubicación, es decir 170 personas, por último el sector de Charasol obtuvo un 11.90% de preferencia de los encuestadores, es decir 32 personas manifestaron su preferencia a este lugar.

Pregunta 8

Tabla 12: Resultados de la pregunta 8

Pregunta 8		¿Estaría de acuerdo que el local venda bebidas alcohólicas?	
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	
Si	224	83,27%	
No	45	16,73%	
Total	269	100,00%	

Fuente: El autor

Figura 14: Resultados de la pregunta 8



Fuente: El autor

Análisis

Respecto al consumo o no de bebidas alcohólicas en el restaurante se tomó en cuenta la opinión de las personas encuestadas para saber si es o no factible la venta y elaboración de cocteles, como resultado se obtuvo que el 83.27% de las personas encuestadas prefiere que se venda bebidas alcohólicas, el 16.73% es decir 45 personas prefirieron que no se venda bebidas alcohólicas en el restaurante.

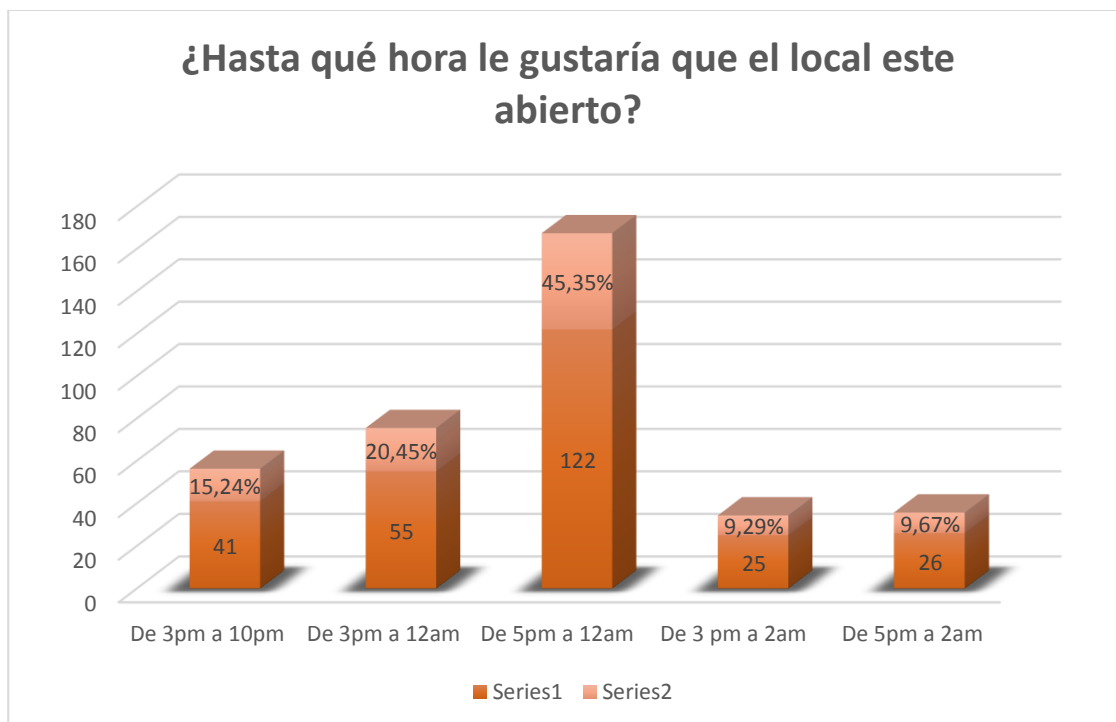
Pregunta 9

Tabla 13: Resultados de la pregunta 9

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 3pm a 10pm	41	15,24%
De 3pm a 12am	55	20,45%
De 5pm a 12am	122	45,35%
De 3 pm a 2am	25	9,29%
De 5pm a 2am	26	9,67%
Total	269	100,00%

Fuente: El autor

Figura 15: Resultados de la pregunta 9



Fuente: El autor

Análisis

Respecto al horario de funcionamiento del restaurante se puso varias alternativas para saber el horario en que las personas encuestadas podrían asistir, en porcentajes dio un resultado de que el 15.24% prefiere que se abra de 3pm a 10pm, el 20.45% selecciono de 3pm a 12am, el 45.35% fue el porcentaje que mayor aceptación tuvo, su horario es de 5pm a 12am, el horario de 3pm a 2am fue aceptado por el 9.29% de los encuestados y por último el horario de 5pm a 2am fue seleccionado por el 9.67% de las personas encuestadas.

3.1.6 Análisis de la oferta

3.1.7 Oferta actual

Para determinar la oferta se realizó una investigación visitando cada uno de los locales que serán explicados, de manera que se aprecie de mejor manera que oferta se brinda en la ciudad de Azogues

La Cava Roof Top es un restaurante con conceptos nuevos - americanos, cuenta con una vista privilegiada de la ciudad de Azogues. Ofrece un menú con variadas opciones, como cortes especiales de carne, comida gourmet, carta de vinos además de cocktelería que brindan variedad a sus clientes.

Se encuentra ubicado en la Av. Andrés F. Córdova y General Enríquez, marginal al río

Burgay.

La Cava Roof Top funciona con un horario de atención de martes a sábado de 16:30 a 24:00 y domingos de 11:00 a 16:00

Imágenes 1: Instalaciones La Cava Roof Top



Fuente: Elaborado por La Cava Roof Top

La Cava Roof Top dispone de sus propias instalaciones las cuales están adecuadas para el correcto servicio a sus clientes, cuenta con servicio al aire libre y calefacción para los clientes que prefieran consumir en la parte externa del local.

Imágenes 2: Logo de la cava Roof Top



Fuente: La Cava Roof Top

Plaza Roti es un restaurante de comida rápida y asados, disponen de servicio de catering, dispone de aparcamiento en la calle y también garaje.

Imágenes 3: Plaza Roti Instalaciones



Fuente: Elaborado por Plaza Roti

Además, sus instalaciones disponen de 2 plantas, una que es una terraza en la cual se dan shows en vivo y dispone una planta baja que es totalmente cerrada y funciona como Bar-Karaoke.

Plaza Roti se encuentra ubicada en la Av. 16 de abril, sector la concordia en la ciudad de Azogues, atienden de lunes a jueves desde las 15:00pm hasta las 23:00pm y los días viernes y sábados atienden desde las 15:00pm hasta las 03:00am.

Imágenes 4: Logo de Plaza Roti



Fuente: Elaborado por Plaza Roti

El balcón es un restaurante que ofrece dos ambientes, uno interno y otro externo, se centran en la atención, además cuenta con un bar en la parte externa

Imágenes 5: Instalaciones El Balcón



FUENTE: El Balcón

El balcón se encuentra ubicado en la Av. 16 de abril al frente del parque del migrante, también presentan shows en vivo.

Imágenes 6: Instalaciones externas El balcón



FUENTE: Restaurante El Balcón

El balcón trabaja con un horario de atención de lunes a sábados desde las 4pm hasta las 00 horas

Imágenes 7: Logo El Balcón



Fuente: El Balcón

Hotel paraíso, es un hotel ubicado en la ciudad de Azogues en la Av. Alberto Ochoa y Av. Miguel Vintimilla, que cuenta con 55 habitaciones, su horario de atención son las 24 horas del día.

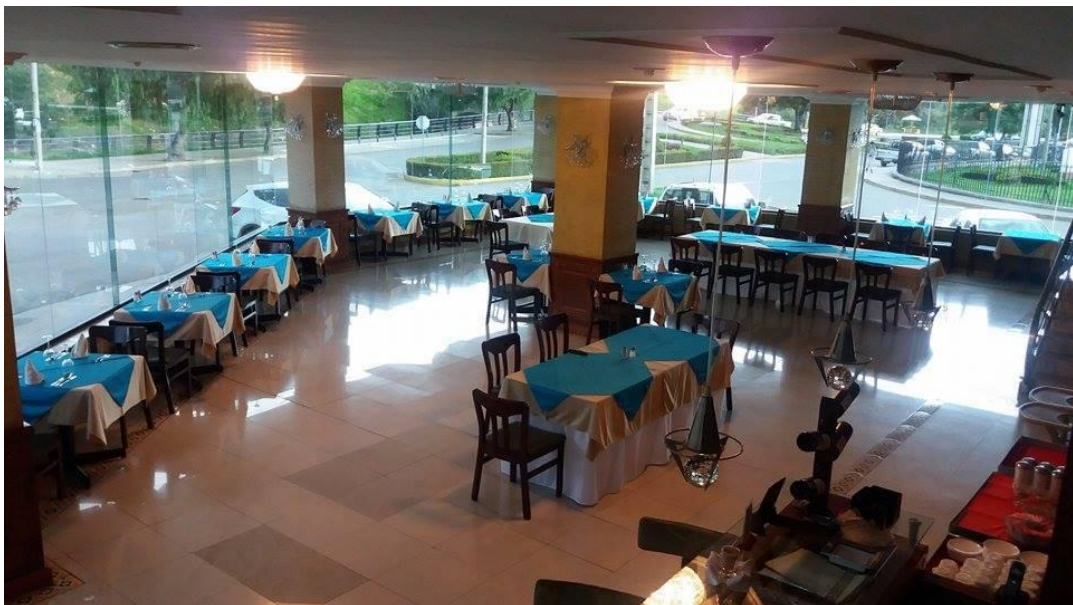
Imágenes 8: Instalaciones Hotel Paraíso



Fuente: Hotel Paraíso

Las instalaciones del Hotel Paraíso, en su parte inferior, cuenta con el Restaurante El Edén que ofrece desayunos, almuerzos y platos a la carta con gastronomía gourmet y nacional.

Imágenes 9: Restaurante El Edén



Fuente: Hotel Paraíso

Además de contar con un restaurante en sus Instalaciones, cuenta con la cafetería San Marcos, que ofrece sándwiches picadas, especiales, postres, bebidas y cockteles.

Vrazza Resto-Bar es un restaurante ubicado en la Av. 16 de abril y Av. Ernesto Che Guevara, su concepto es una mezcla entre lo urbano y lo moderno.

Imágenes 10: Logo Vrazza Resto-Bar



Fuente: Vrazza Resto-Bar

Vrazza trabaja con un horario de atención de 16:00 Hasta las 23:00 de lunes a jueves, los viernes labora de 16:00 a 00:00 y los sábados de 12:00 hasta las 00:00

Imágenes 11: Vrazza Resto-Bar instalaciones



Fuente: Vrazza Resto-Bar

Cabe indicar que en la ciudad de Azogues existen muchos locales más que brindan el servicio de alimentación, mas no son competencia directa, los ejemplos más claros son Yura, Ambrosia y Tonic ya que son restaurantes con características parecidas, mas no iguales ya que en estos locales no se encuentra con platos gourmet, pero se los puede tomar como empresas sustitutas al servicio, debido a que en sus platos no son de una calidad gourmet.

En este apartado se realizó una tabla de congruencia entre locales y la oferta que se brinda.

Tabla 14: Oferta actual del servicio

Cuadro de oferta semanal y anual				
CUADRO DE OFERTA	LOCAL	DIARIO	SEMANAL	ANUAL
1	ROTI		175	8400
2	BALCON		149	7152
3	CAVA		185	8880
4	PARAISO		155	7440
5	VRAZA		180	8640
6	OTROS		615	29520
7	Totales		1459	70032

Fuente: El autor

3.1.8 Análisis de la demanda

Para determinar una demanda en la ciudad de Azogues se realizó la pregunta 1 que determina el porcentaje de ciudadanos Azogueños que consumen el servicio de alimentación fuera de casa, de los 369 encuestados 269 manifestaron que consumen dicho servicio fuera de casa, lo cual nos da un resultado de que el 68.10% de la población encuestada es un potencial mercado.

Ante la diversidad de restaurantes que existen se utilizó la pregunta número 2 para saber qué porcentaje de las 269 personas visitaría restaurantes gourmet, con el objetivo de filtrar más aun la demanda existente, como resultado se obtuvo que del 68.10% que consume el servicio de alimentación fuera de casa el 44.98% prefiere restaurantes gourmet.

Para finalizar el filtrado de población que utilizaría el servicio, valiéndonos de la pregunta 3 se quiere saber si se abriera un nuevo restaurante gourmet en la ciudad de Azogues, la gente asistiría con lo cual se obtuvo un 90.71% de personas que consumirían en el nuevo restaurante.

Con los datos obtenidos se realiza el cálculo de la demanda que se verá reflejada en el siguiente cuadro.

Tabla 15: Calculo de la demanda

POBLACIÓN		PREFERENCIA DE CONSUMO DEL SERVICIO			
POBLACIÓN TOTAL	UTILIZACIÓN SERVICIO	RANGO	PORCENTAJE	TOTAL	Total anual
16.020	14.532	Dos o más veces al mes	44,98%	6536	78436

Fuente: Elaborado por el autor

Con los datos obtenidos se procede a la interpretación de los resultados, del total de la población Azogueña entre 15 y 75 años nos dio 23524 habitantes de los cuales, 16020 consumen el servicio de alimentación fuera de casa dos o más veces al mes, además de estas personas el 90.71% de personas encuestadas asistirían si se crea un nuevo restaurante en la ciudad de Azogues, con un total de 14532 personas y por ultimo de ellas 44.98% tiene una tendencia a preferir restaurantes gourmet lo cual nos da una población total de 6536 personas que visitan restaurantes mensualmente.

Tabla 16: Proyección de la demanda

Demanda Proyectada		
Años	No. Visitas	
(-)		78.436
2020	78439+1568	80.004
2021	80004+1569	81.573
2022	81573+1569	83.142
2023	83142+1569	84.711

Fuente: Elaborado por el autor

La proyección de la demanda se obtiene mediante la tasa de crecimiento poblacional que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) brinda, el cual es del 2%, con los datos existentes se procedió a realizar el cálculo:

$$M = c(1 + i)^n$$

Donde:

M= Proyección de la demanda

C= Población segmento

i= Tasa de crecimiento anual

n= Número de años

$$M=78.436(1+0.02)^n$$

3.1.9 Demanda potencial insatisfecha

Realizado ya el análisis de la demanda y la investigación sobre la oferta que brindan distintos restaurantes gourmet en la ciudad de Azogues se realiza el cálculo de la demanda potencial insatisfecha, el cual no es más que una resta entre la demanda proyectada y la oferta.

Tabla 17: Calculo de la demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda anual proyectada	Oferta	Demanda potencial insatisfecha proyectada
1	78436	70.032,00	8404
2	80004	71.432,64	8572
3	81573	72.833,28	8740
4	83142	74.233,92	8908
5	84711	75.634,56	9076

Fuente: El autor

3.1.10 Precios

Para la obtención de los precios de venta se costeo un plato promedio de los restaurantes visitados, el cual nos daría un precio neto de 13.17 por plato, especificando que son platos completos es decir el plato fuerte más una bebida y una pequeña entrada, obteniendo un precio de venta de \$15.80 debido a que se obtiene un 20% de utilidad sobre el precio neto.

Tabla 18: Precio de venta

Precio neto	\$	16,46
Margen de utilidad 80%	\$	3,29
Precio de venta	\$	19,76

Fuente: El autor

3.1.11 Comercialización

Luego de realizarse una investigación visual se optó por promocionar los productos que brindaremos a los visitantes del restaurante Resaca por medio de publicidad en redes sociales, eso quiere decir que promocionaríamos el restaurante no solo por Facebook, sino además por Instagram que específicamente es una red social que brinda el servicio de promoción paga, para lo cual se contratara a la empresa perspectiva para la elaboración del material visual que se promocionara, se selecciona la proforma que tiene un costo de \$100 mensuales, el cual se encuentra detallado en el anexo 2.

3.2 Estudio técnico

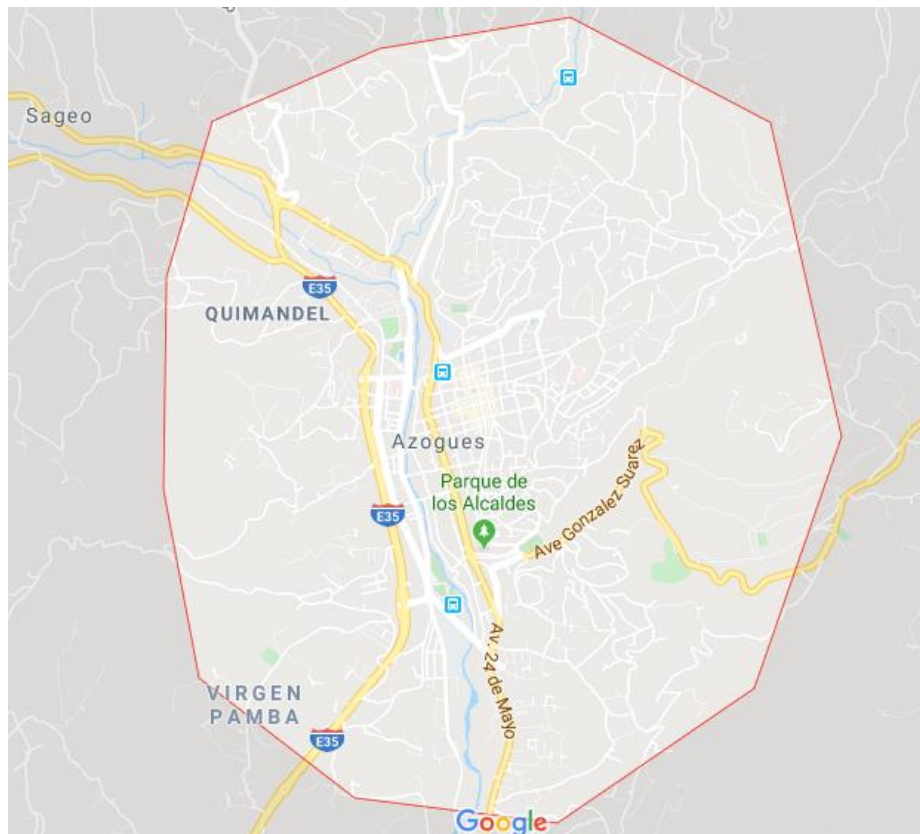
3.2.1 Localización del restaurante

Como su nombre lo indica en este punto nos centraremos en el estudio de la localización del restaurante, analizando las diversas zonas de consumo y comerciales de la ciudad.

El proyecto estará ubicado en la ciudad de Azogues ya que su auge comercial se ubica dentro de la ciudad.

San Francisco de Peleusi de Azogues se encuentra ubicada en el Haya del río Paute, al norte limita con el nudo de Curiquingue y en la parte sur por el Nudo de Portete, en el oeste se encuentra la cordillera donde se encuentran los cerros Soldados y el cerro Minas, en su sector oriental se encuentra también la cordillera con 3 cerros que no tienen nieve, el Allcuquiro, Patacocha y Pan de Azúcar, el Cantón Azogues se extiende alrededor de 1200km cuadrados, políticamente delimita al norte con la provincia de Chimborazo y Morona Santiago, al Este y Sur con la provincia del Azuay y al oeste con los cantones Déleg y Biblián, cabe destacar que el Cantón Azogues es la capital de la provincia del Cañar.

Imágenes 12: Ubicación de la ciudad de Azogues



Fuente: Google Maps 2019







3.2.2 Tamaño óptimo (Capacidad)

En este apartado nos centraremos en la capacidad de producción del restaurante y que porcentaje de la demanda insatisfecha será cubierto, nuestro restaurante cubrirá el 40% de la demanda calculada, pero en los años siguientes ira incrementando su capacidad de producción.

3.2.3 Proceso productivo

A continuación, se presenta el proceso que se realizara en el restaurante para brindar el servicio desde la llegada del cliente hasta que su plato llegue a la mesa.

Tabla 19: Diagrama de flujo

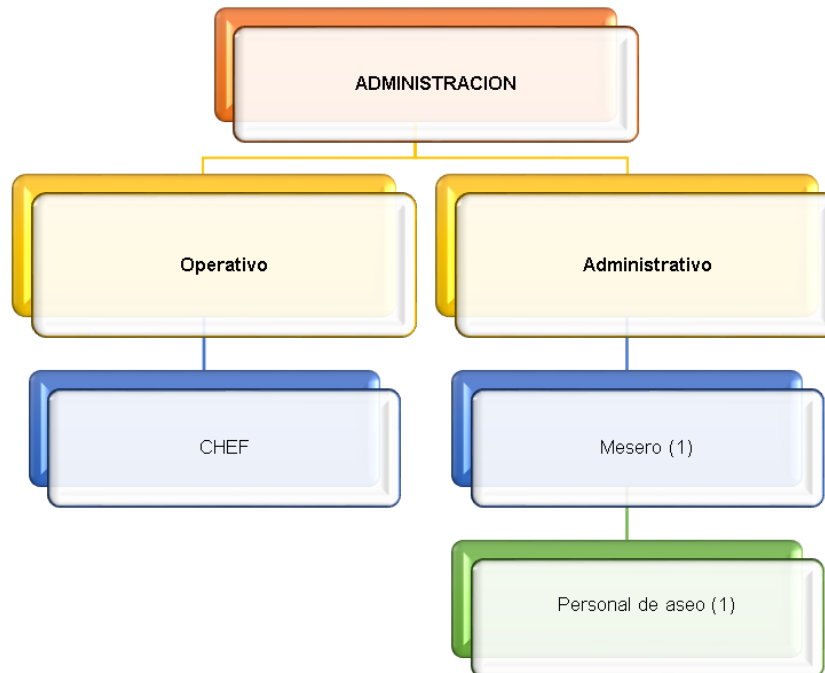
Diagrama de Flujo		
Proceso de servicio brindado en el restaurante		
No.	Actividades	Gráficos
1	Llegada del cliente y atención del mesero	
2	Orden y toma del pedido	
3	Localización de la materia prima	
4	Elaboración de los platos ordenados	
5	Armado del plato	
6	Transporte hacia la mesa	

Fuente: El autor

3.2.4 Aspectos administrativos (Organigrama)

Toda empresa debe tener para su funcionamiento un organigrama que represente de manera jerárquica como estará constituida de forma tal que especifique un orden y muestre una organización debida, para este emprendimiento se ha considerado un administrador que al mismo tiempo será el dueño, cabe resaltar que también tendrá funciones extras, se contara con un chef que será el encargado de proporcionar todos los alimentos a los clientes, además de un mesero que proporcionara los platillos y un encargado de limpieza para que el local se encuentre óptimo para mayor confortabilidad a la clientela.

Tabla 20: Organigrama



Fuente: El autor

3.2.6 Aspectos legales

Para que un restaurante pueda funcionar se deben tener en cuenta que se necesitan permisos, los cuales son:

Registro del establecimiento RUC: este trámite debe tenerlo cualquier persona jurídica o natural por los cuales se deben pagar impuestos. Este incluye información relativa a la actividad comercial de la persona como dirección y teléfono del establecimiento principal, para la obtención del RUC se debe llenar un formulario en la página del Servicio de Rentas Internas SRI www.sri.gob.ec/web/quest/ruc y llevarlo a sus oficinas, adjuntando los documentos que se solicitan.

Permiso de funcionamiento: En la provincia del Cañar se necesita el PAF Permiso anual de funcionamiento. La gobernación del Cañar manifiesta que Los locales comerciales donde presten servicios de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes, o en general, lugares donde se consuman alimentos y bebidas alcohólicas, comercio en general que no estén dentro de la jurisdicción del Ministerio de Turismo, obtendrán su Permiso Anual de Funcionamiento (PAF) otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia.

Inclusión: Para ingresar en el catastro de los establecimientos sujetos al cobro de los PAF, que se encuentran bajo el control de la Intendencia General de Policía de Loja en la Provincia de Loja, en la apertura de nuevos establecimientos o la inclusión en el catastro de locales que no lo constaban.

Requisitos:

Fotocopia legible de la Cédula de Ciudadanía
Fotocopia legible del RUC
Fotocopia legible de la Patente (en caso de tenerla)
Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud
Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
Permiso de Funcionamiento de la Comisaría de Ornato del Cantón
Permiso de Uso de suelo (Licorerías, Bar, Discotecas, Night club, Karaoke, Restaurantes.
Solicitud en papel valorado de la Gobernación de Loja (original y copia)
Para los locales que expenden bebidas alcohólicas: informe de la inspección realizada del Local; adjuntando Croquis de ubicación y Fotografías.

Tipos de establecimiento: tienen un valor de \$15, los siguientes locales Restaurante, Cafetería, Bodega de Alimentos, Licorería, Bar Discoteca, Supermercado, Sala de Recepciones, Sala de Juegos, Bar, Delicatessen, Salón de Bebidas, Burguer, Motel, Residencial, Café-net, Parrilladas, Asadero, Pollos Dorados, Comidas Ligeras, Fonda, Chifa, Pizzería, Panadería, Marisquería, Tercena, Frigorífico, Heladería, Cafetería, Frutería, Legumbres, Tienda, Venta de Bebidas, Confitería, Comisariato, y similares.

Permiso para bebidas alcohólicas: Según acuerdo Ministerial No. 0176 de 7 de septiembre del 2005, establece los valores de los permisos Anuales de Funcionamiento que regirán desde el 1 de enero del 2006 \$15 dólares por concepto de permiso anual de funcionamiento a excepción de los establecimientos de atención nocturna, donde se consuman bebidas alcohólicas que será de \$250 dólares.

Cabe recalcar que toda esta información está dada por la Gobernación de la provincia del Cañar.

Además, se realizó una entrevista con el Capitán Omar Ramírez del cuerpo de bomberos de la ciudad de Azogues el cual manifestó que los permisos para los locales se dan en base al catastro.

Respecto al ministerio de salud, la emisión del permiso de funcionamiento a establecimientos de servicios de salud públicos y privados del Sistema Nacional de Salud.

El costo por concepto de permiso de funcionamiento depende del tipo de establecimiento de acuerdo a la categorización establecida en el artículo 22 del Acuerdo Ministerial 00000079 (Normativa Sanitaria para la Emisión del Permiso de Funcionamiento de los Establecimientos de Salud Públicos y Privados del Sistema Nacional de Salud).

A este servicio pueden ingresar entidades públicas y privadas con o sin fines de lucro.



Imágenes 13: Requisitos de funcionamiento de la agencia de regulación, control y vigilancia sanitaria

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS										
C Ó D I G O	REQUISITOS TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura actualizado (1 y 2)	Título del Técnico responsable del establecimiento (3)	Categorización otorgada por el MIPRO (1)	Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado y material de envase, sistema de almacenamiento de producto Terminado (3)	Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico, operarios (3)	Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso (3)	Planos de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas (3)	Información referente al edificio (3)	Detalle de los productos a fabricarse (3)
		Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema
14.0	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS									
14.1	ESTABLECIMIENTOS PROCESADORES DE ALIMENTOS									
14.1.1	ESTABLECIMIENTOS DE ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE CARNE Y SUS DERIVADOS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.2	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN, Y CONSERVACIÓN DE PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y SUS DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.3	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES, HORTALIZAS, TUBÉRCULOS, RAÍCES, SEMILLAS, OLEAGINOSAS Y SUS DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14.1.4	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE ACEITES DE ORIGEN VEGETAL Y/O ANIMAL Y DERIVADOS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014; 2. Emitir política de plazos de cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos. Registro Oficial 839, 27 de noviembre de 2012. 3. Reglamento de Alimentos, Decreto 4114, Registro Oficial 984, 22-VII-1988)

Fuente: Agencia de regulación, control y vigilancia sanitaria

CAPÍTULO 4 ESTUDIO Y EVALUACION ECÓNOMICA-FINANCIERA

4.1 Estudio económico-financiero

4.1.1 Inversión inicial

Para realizar un correcto estudio financiero debemos comenzar desde la inversión inicial, el resultado obtenido para la realización de este emprendimiento es de \$92.120,46 dólares americanos, la manera de financiación será en 2 partes, accionistas y un préstamo.

Los accionistas financiarán el 26.05% que equivale a \$24.000,00 que se repartirán en tres socios, A, B y C cada uno se dispondrá a aportar con \$8.000,00 dólares americanos.

El porcentaje restante de 73.95% equivalente a \$68.120,46 será financiado con un préstamo en el Banco internacional cuya tasa de interés es de 11.20%

Tabla 21: Inversión Inicial

Total Inversión	% Inversión	\$	92.570,46
Accionistas	25,93%	\$	24.000,00
Préstamo	74,07%	\$	68.570,46

Accionistas	% Inversión	\$	68.570,46
Accionista A	33,33%	\$	8.000,00
Accionista B	33,33%	\$	8.000,00
Accionista C	33,33%	\$	8.000,00
Accionistas	100,00%	\$	24.000,00

Fuente: El autor

Para realizar la inversión inicial se hizo varios presupuestos que son necesarios para la formación y el correcto cálculo de dicha inversión. Estos presupuestos son:

Pre inversión: Se compone de los estudios y gastos realizados en este proyecto, como lo son hojas de papel, internet, gasolina, gastos en los restaurantes investigados, esferos además de varios gastos más, lo cual nos resultó en un gasto total de \$255,00 dólares americanos.

Constitución y Adecuación: Aquí tomamos todos los gastos que se realizan para la adecuación y constitución esto quiere decir que aquí se encuentran los tramites y sus costos para la creación de la empresa además de insumos necesarios. Para la constitución de los tramites, es decir para todos los trámites burocráticos y permisos del restaurante se obtuvo un resultado de \$800,00 dólares americanos y para la ejecución de obra o gastos de adecuación se logró una cotización de \$1.450,00 dólares americanos.

Instrumentos para la construcción: La cantidad que brinda como resultado los siguientes cuadros son todas las maquinas que se necesitan para transformar la materia prima en el platillo que será consumido por los clientes del restaurante. La cotización nos dio

un valor de \$7.910,00 Dólares americanos

Tabla 22: Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Cocina	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Instrumentos de cocina (Cuchillos, ollas, sartenes, equipo de repostería, etc.)	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
parrilla con freidora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
extractor de jugos	1	\$ 80,00	\$ 80,00
extractor de olores	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
horno	1	\$ 400,00	\$ 400,00
licuadora	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Tostadora	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Máquina de café	1	\$ 700,00	\$ 700,00
refrigeradora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Total			\$ 7.910,00

Fuente: El autor

Muebles y enseres: como su nombre lo explica estos serán todos los muebles que el local va a necesitar para que el cliente pueda disfrutar del servicio de una manera cómoda, todos estos muebles se encontraran ubicados dentro del restaurante, su cotización es de \$4.121,88 dólares americanos

Tabla 23: Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Mesas (4 personas)	6	\$ 160,00	\$ 960,00
Mesas (6 personas)	2	\$ 190,00	\$ 380,00
Mesas (8 personas)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sillas	44	\$ 40,00	\$ 1.760,00
adornos	9	\$ 30,00	\$ 270,00
vajilla	7	\$ 46,00	\$ 322,00
juego de cubiertos	6	\$ 29,98	\$ 179,88
Total			\$ 4.121,88

Fuente: El autor

Equipo tecnológico: Estos equipos son parte fundamental del funcionamiento ya que sin ellos no se podría facturar y registrar las ventas realizadas por parte del emprendimiento, su cotización es de, \$1.020,00 dólares americanos.

Tabla 24: Equipo tecnológico

Descripción	Cantidad/año	Precio	Total
Computadora de escritorio	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Caja registradora	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total			\$ 1.020,00

Fuente: El autor

4.1.2 Estructura de costos y gastos

En este apartado se explica de manera detallada los costos y gastos tanto administrativo, como de venta, además se expone los sueldos y salarios de la mano de obra directa e indirecta que intervienen en la correcta prestación del servicio de alimentación.

Tabla 25: Sueldos y salarios

Cargo	No. Personas	No. Meses	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	IESS	Total Anual	Total Mensual
Propietario										
Administrador	1	12	700,00	700,00	394,00	350,00	700,00	1.730,40	12.274,40	1.022,87
chef	1	12	1.200,00	1.200,00	394,00	600,00	1.200,00	2.952,00	20.746,00	1.728,83
Mesero	1	12	394,00	394,00	394,00	197,00	394,00	969,24	7.076,24	589,69
Personal de aseo	1	12	394,00	394,00	394,00	197,00	394,00	969,24	7.076,24	589,69
Total	4	12	2.688,00	2.688,00	1.576,00	1.344,00	2.688,00	6.620,88	47.172,88	3.931,07

Fuente: El autor

La materia prima indirecta, la mano de obra indirecta y los CIF conforman el cuadro de costos indirectos, su valor es de \$14.500,47 dólares americanos. Donde la materia prima directa tiene un total de \$1.420,00 dólares americanos que se encuentra especificado en el cuadro 15, la mano de obra indirecta tiene un valor de \$1.022,87 dólares americanos y el CIF o costos indirectos de fabricación se toma un 60%.

Tabla 26: Costos Indirectos

Descripción	Cantidad/año	Precio	Total
Materiales indirectos			\$ 1.420,00
Gas	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Aceite	40	\$ 24,00	\$ 960,00
Condimentos	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Mantequilla	50	\$ 2,00	\$ 100,00
Mano de obra indirecta			\$ 1.022,87
Propietario administrador	1	\$ 1.022,87	\$ 1.022,87
meseros	2	\$ 589,69	\$ 1.179,37
personal de aseo	1	\$ 589,69	\$ 589,69
CIF			\$ 12.057,60
60% Servicios básicos y otros	1	\$ 12.057,60	\$ 12.057,60
Total			\$ 14.500,47

Fuente: El autor

Los servicios básicos son gastos indispensables para el funcionamiento del restaurante ya que sin ellos no se realizaría la transformación de la materia prima en el resultado que recibirán los comensales del local, entre los gastos que se realizan se encuentran, agua, energía eléctrica, teléfono, internet, arriendo del local y gastos varios. También en estas cantidades se localiza el 40% del CIF restante.

Tabla 27: Servicios básicos y otros gastos

Descripción	Cantidad/año	Precio		Total
Agua Potable	12	\$	100,00	\$ 1.200,00
Energía eléctrica	12	\$	130,00	\$ 1.560,00
Teléfono	12	\$	8,00	\$ 96,00
Internet	12	\$	20,00	\$ 240,00
Arriendo	12	\$	1.400,00	\$ 16.800,00
Gastos varios	1	\$	200,00	\$ 200,00
Total		\$	1.858,00	\$ 20.096,00
60% CIF			60%	\$ 12.057,60
40% Operativo			40%	\$ 8.038,40

Fuente: El autor

La empresa también contara con servicios realizados por personas o empresas externas como el mantenimiento semestral de la maquinaria que se utiliza para la transformación de la materia prima, además de contratar servicios contables ya que no se contara con un contador de planta.

Tabla 28: Servicios profesionales y otros

Descripción	Cantidad/año	Precio		Total
Servicios Contables	12	\$	50,00	\$ 600,00
Servicios de Mantenimiento	2	\$	200,00	\$ 400,00
Total		\$	250,00	\$ 1.000,00

Fuente: El autor

Para la promoción del restaurante se contratará a la empresa perspectiva para una campaña permanente en redes sociales, cuyo costo se cotizo en \$100 dólares americanos mensuales.

Tabla 29: Gasto publicidad

Descripción	Cantidad/año	Precio		Total
Publicidad en Redes sociales	12	\$	100,00	\$ 1.200,00
Total				\$ 1.200,00

Fuente: El autor

En este punto se realizó la investigación al interés que brinda el banco internacional. Además, se especifica la depreciación del equipo tecnológico y los muebles y enseres, incluyendo las cifras de inversión, gastos de constitución y ejecución de obra.

Tabla 30: Calculo de la depreciación

Descripción	Total	% Depreciar	Depreciación Año 1	Depreciación Año 2	Depreciación Año 3	Depreciación Año 4	Depreciación Año 5	Valor residual
Muebles y enseres	\$ 4.121,88	10%	\$ 412,19	\$ 412,19	\$ 412,19	\$ 412,19	\$ 412,19	\$ 2.060,94
Equipo de tecnológico	\$ 1.020,00	33%	\$ 339,97	\$ 339,97	\$ 339,97	-	-	\$ 1.019,90
Instalaciones	\$ 2.505,00	10%	\$ 250,50	\$ 250,50	\$ 250,50	\$ 250,50	\$ 250,50	\$ 1.252,50
Total			\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 662,69	\$ 662,69	\$ 4.333,34

En la siguiente tabla se presenta la construcción de los costos de operación.

Tabla 31: Costos de operación

Fuente: El autor

PERÍODO	1	2	3	4	5
<i>Tasa inflación anual</i>		0,27%	0,27%	0,27%	0,27%
COSTO DE VENTAS					
Remuneraciones operativas	\$ 20.746,00	\$ 20.802,01	\$ 20.858,18	\$ 20.914,50	\$ 20.970,97
Materiales	\$ 20.096,00	\$ 20.150,26	\$ 20.204,66	\$ 20.259,22	\$ 20.313,92
Suministros & Otros	\$ 14.500,47	\$ 14.539,62	\$ 14.578,87	\$ 14.618,24	\$ 14.657,71
SUBTOTAL	\$ 55.342,47	\$ 55.491,89	\$ 55.641,72	\$ 55.791,95	\$ 55.942,59
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Remuneraciones administrativas	\$ 26.426,88	\$ 26.498,23	\$ 26.569,78	\$ 26.641,52	\$ 26.713,45
Gastos de oficina	\$ 306,30	\$ 307,13	\$ 307,96	\$ 308,79	\$ 309,62
Servicios externos	\$ 1.000,00	\$ 1.002,70	\$ 1.005,41	\$ 1.008,12	\$ 1.010,84
Servicios Básicos	\$ 8.038,40	\$ 8.060,10	\$ 8.081,87	\$ 8.103,69	\$ 8.125,57
SUBTOTAL	\$ 35.771,58	\$ 35.868,16	\$ 35.965,01	\$ 36.062,11	\$ 36.159,48
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.203,24	\$ 1.206,49	\$ 1.209,75	\$ 1.213,01
SUBTOTAL	\$ 1.200,00	\$ 1.203,24	\$ 1.206,49	\$ 1.209,75	\$ 1.213,01
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses préstamo	\$ 7.234,16	\$ 5.965,48	\$ 4.548,63	\$ 2.966,30	\$ 1.199,17
SUBTOTAL	\$ 7.234,16	\$ 5.965,48	\$ 4.548,63	\$ 2.966,30	\$ 1.199,17
TOTAL COSTOS Y GASTOS EFECTIVOS	\$ 99.548,20	\$ 98.528,77	\$ 97.361,84	\$ 96.030,11	\$ 94.514,25
DEPRECIACIONES					
Depreciaciones	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65
SUBTOTAL	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 100.550,86	\$ 99.531,43	\$ 98.364,50	\$ 97.032,76	\$ 95.516,90

Fuente: El autor

4.1.3 Capital de trabajo

Realizando la tabla de capital de trabajo se obtiene que para su funcionamiento necesitara \$77.012,58 dólares americanos en los cuales se encuentran materiales, sueldos y gastos de oficina, de modo que los correctos desarrollos de las actividades se las realicen sin contratiempos

Tabla 32: Inversión inicial total

Detalle	Parcial	Total
INVERSIÓN TOTAL		\$ 92.570,46
INVERSIÓN FIJA		\$ 15.556,88
Pre inversión		\$ 255,00
Estudios	\$ 255,00	
Adecuación		\$ 1.450,00
Ejecución de obra	\$ 1.450,00	
Constitución		\$ 800,00
Trámite de registro	\$ 800,00	
Equipamiento		\$ 13.051,88
Maquinaria y equipo	\$ 7.910,00	
Muebles y enseres	\$ 4.121,88	
Equipo tecnológico	\$ 1.020,00	
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 77.013,58
Gastos de operación		\$ 40.842,00
Materiales y suministros necesarios	\$ 20.096,00	
Sueldos y salarios personal operativo	\$ 20.746,00	
Gastos de administración		\$ 34.771,58
Sueldos y salarios personal administrativo	\$ 26.426,88	
Gastos de oficina	\$ 306,30	
Servicios básicos	\$ 8.038,40	
Gastos de ventas		\$ 1.200,00
Publicidad	\$ 1.200,00	
Contingencias operativas		\$ 200,00
Contingencias operativas	\$ 200,00	

Fuente: El autor

4.1.4 Ingresos

El cálculo de los ingresos se lo realizó con la proyección calculada de la demanda potencial insatisfecha, de esta en base a la capacidad del emprendimiento se tomó el 40% de un total de 8404 visitas, tomando en cuenta el precio de venta promedio que es \$19.76 dólares americanos, de los datos obtenidos se calculó la proyección de ingresos con un porcentaje de inflación de 0.27% para lograr el incremento de precios.

Tabla 33: Ingresos proyectados

Producto	UNIDAD	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Producto						
Plato resaca		6.051	6.172	6.295	6.421	6.549
% Incremento de los precios			0,27%	0,27%	0,27%	0,27%
PRECIOS DE VENTA:						
Plato promedio		\$ 19,76	\$ 19,81	\$ 19,86	\$ 19,92	\$ 19,97
TOTAL INGRESOS		\$ 119.539,73	\$ 122.259,73	\$ 125.041,63	\$ 127.886,83	\$ 130.796,77

Fuente: El autor

4.1.5 Financiamiento y tabla de amortización de la deuda

Este emprendimiento constara de dos partes, los socios y el prestamos, con la investigación realizada se logró llegar a una tasa del 11,2% de interés anual que sería dada por el Banco Internacional, el monto del préstamo sería \$68.570, 46 dólares americanos, que se dividirían en cuotas trimestrales durante 5 años, la tabla detalla todos estos valores a continuación.

Tabla 34: Tabla de amortización

Descripción	Valor	Tiempo
Crédito	68.570,46	
Tasa de interés	11%	Anual
Plazo	5	Años
Cuotas trimestrales	4	

Periodo	Capital	Interés	Cuota	Saldo
				\$ 68.570,46
1	\$ 2.604,24	\$ 1.919,97	\$ 4.524,21	\$ 65.966,22
2	\$ 2.677,15	\$ 1.847,05	\$ 4.524,21	\$ 63.289,07
3	\$ 2.752,12	\$ 1.772,09	\$ 4.524,21	\$ 60.536,95
4	\$ 2.829,17	\$ 1.695,03	\$ 4.524,21	\$ 57.707,78
5	\$ 2.908,39	\$ 1.615,82	\$ 4.524,21	\$ 54.799,39
6	\$ 2.989,83	\$ 1.534,38	\$ 4.524,21	\$ 51.809,56
7	\$ 3.073,54	\$ 1.450,67	\$ 4.524,21	\$ 48.736,02
8	\$ 3.159,60	\$ 1.364,61	\$ 4.524,21	\$ 45.576,42
9	\$ 3.248,07	\$ 1.276,14	\$ 4.524,21	\$ 42.328,35
10	\$ 3.339,02	\$ 1.185,19	\$ 4.524,21	\$ 38.989,34
11	\$ 3.432,51	\$ 1.091,70	\$ 4.524,21	\$ 35.556,83
12	\$ 3.528,62	\$ 995,59	\$ 4.524,21	\$ 32.028,21
13	\$ 3.627,42	\$ 896,79	\$ 4.524,21	\$ 28.400,79
14	\$ 3.728,99	\$ 795,22	\$ 4.524,21	\$ 24.671,80
15	\$ 3.833,40	\$ 690,81	\$ 4.524,21	\$ 20.838,40
16	\$ 3.940,73	\$ 583,48	\$ 4.524,21	\$ 16.897,67
17	\$ 4.051,07	\$ 473,13	\$ 4.524,21	\$ 12.846,60
18	\$ 4.164,50	\$ 359,70	\$ 4.524,21	\$ 8.682,09
19	\$ 4.281,11	\$ 243,10	\$ 4.524,21	\$ 4.400,98
20	\$ 4.400,98	\$ 123,23	\$ 4.524,21	\$ (0,00)
	\$ 68.570,46	\$ 21.913,72	\$ 90.484,18	

Fuente: El autor

4.1.6 Estado de pérdidas y ganancias

En la siguiente tabla se podrá observar el estado de pérdidas y ganancias que brinda una utilidad o perdida al final de un resultado de los ingresos que tiene el emprendimiento frente a los costos y gastos, un punto importante también es el impuesto a la renta ya que la ley de fomento productivo exonera el pago por 10 años del impuesto a la renta debido a que es un emprendimiento.

Tabla 35: Estado de resultados

Detalle	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 119.539,73	\$ 122.259,73	\$ 125.041,63	\$ 127.886,83	\$ 130.796,77
COSTOS	\$ 55.342,47	\$ 55.491,89	\$ 55.641,72	\$ 55.791,95	\$ 55.942,59
Costos directos	\$ 40.842,00	\$ 40.952,27	\$ 41.062,84	\$ 41.173,71	\$ 41.284,88
Costos indirectos	\$ 14.500,47	\$ 14.539,62	\$ 14.578,87	\$ 14.618,24	\$ 14.657,71
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 64.197,26	\$ 66.767,84	\$ 69.399,91	\$ 72.094,88	\$ 74.854,18
Gastos de administración	\$ 26.733,18	\$ 26.805,36	\$ 26.877,73	\$ 26.950,30	\$ 27.023,07
Gastos de ventas	\$ 1.200,00	\$ 1.203,24	\$ 1.206,49	\$ 1.209,75	\$ 1.213,01
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	\$ 36.264,08	\$ 38.759,24	\$ 41.315,69	\$ 43.934,83	\$ 46.618,09
Gastos financieros	\$ 7.234,16	\$ 5.965,48	\$ 4.548,63	\$ 2.966,30	\$ 1.199,17
Depreciación	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65	\$ 1.002,65
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION	\$ 28.027,27	\$ 31.791,11	\$ 35.764,41	\$ 39.965,88	\$ 44.416,27
15 % Participación utilidades	\$ 4.204,09	\$ 4.768,67	\$ 5.364,66	\$ 5.994,88	\$ 6.662,44
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	\$ 23.823,18	\$ 27.022,45	\$ 30.399,75	\$ 33.970,99	\$ 37.753,83
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD (PERD) NETA	\$ 23.823,18	\$ 27.022,45	\$ 30.399,75	\$ 33.970,99	\$ 37.753,83

Fuente: El autor

4.1.7 Balance general

Tabla 36: Balance general

Detalle		Detalle		Detalle	
ACTIVOS		PASIVOS		PATRIMONIO	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes		Capital Social	
Caja Chica	\$ 2.400,00	Publicidad	\$ 1.200,00	Capital Socio A	\$ 8.000,00
Caja	\$ 48.631,28	Servicios Básicos x Pagar	\$ 8.038,40	Capital Socio B	\$ 8.000,00
Bancos	\$ 24.000,00	Cuentas x Pagar Terceros	\$ 1.000,00	Capital Socio C	\$ 8.000,00
Cuentas por Cobrar	\$ 5.976,99	Participación Trabajadores x Pagar	\$ 4.204,09	Utilidad Del Ejercicio	\$ 23.823,18
equipo	\$ 20.096,00				
Inventario Suministros de Oficina	\$ 306,30				
Total Activos Corrientes	\$ 101.410,57	Total Pasivo Corriente	\$ 14.442,49		
Activos Fijos		Pasivos L/P			
Maquinaria y equipo	\$ 7.910,00	Obligaciones Bancarias	\$ 57.707,78		
Equipos tecnológico	\$ 1.020,00				
Muebles y Enseres de Oficina & Instalaciones	\$ 6.626,88				
(-) Depreciación Acumulada Activa					
Total Activos Fijos	\$ 15.556,88	Total Pasivos L/P	\$ 57.707,78		
Otros Activos					
Gastos de constitución	\$ 800,00				
Adecuación	\$ 1.705,00				
(-) Amortización Gtos. De Constitución	\$ (501,00)				
Total Otros Activos	\$ 3.006,00	TOTAL PASIVOS	\$ 72.150,27	TOTAL PATRIMONIO	\$ 47.823,18
TOTAL ACTIVOS	\$ 119.973,45	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 119.973,45		

Fuente: El autor

4.2 Evaluación económica y financiera

4.2.1 Punto de equilibrio

En el cálculo del punto de equilibrio se tomó en cuenta las cifras obtenidas de los costos totales, fijos y variables además del total estimado de las ventas. Como se observa en la tabla el emprendimiento iniciara con el 69% de las ventas, el valor ira descendiendo con el avance de los años ya que ciertos ingresos y gastos.

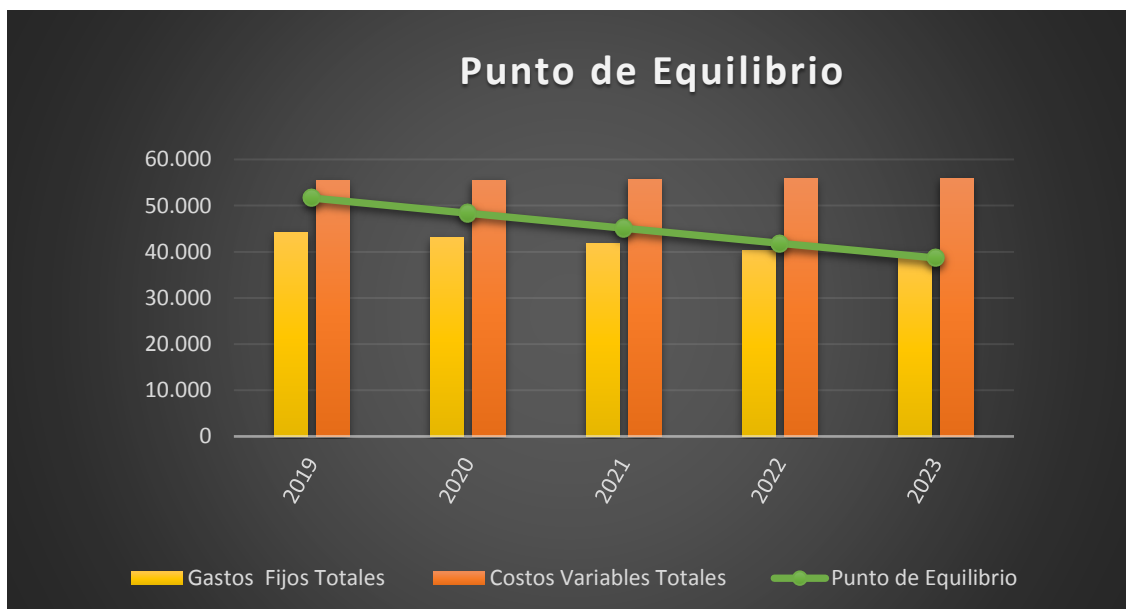
Tabla 37: Punto de equilibrio

SERVICIO	AÑOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos Fijos Totales	\$ 44.205,74	\$ 43.036,88	\$ 41.720,12	\$ 40.238,16	\$ 38.571,66
Costos Variables Totales	\$ 55.342,47	\$ 55.491,89	\$ 55.641,72	\$ 55.791,95	\$ 55.942,59
Ventas Totales	\$ 119.539,73	\$ 122.259,73	\$ 125.041,63	\$ 127.886,83	\$ 130.796,77
Punto de Equilibrio	\$ 82.314,13	\$ 78.805,56	\$ 75.169,43	\$ 71.377,20	\$ 67.398,35

Punto de Equilibrio	69%	64%	60%	56%	52%
----------------------------	------------	------------	------------	------------	------------

Fuente: El autor

Tabla 38: Punto de equilibrio



Fuente: El autor

4.2.2 Determinación del valor actual neto (VAN)

En este punto se obtendrá la rentabilidad de la inversión frente a otra de menos riesgo en la siguiente tabla se apreciarán valores como la proyección de ingresos y la proyección de gastos. El resultado de los cálculos realizados fue un VAN de \$22.654,91 positivo.

Tabla 39: Calculo del VAN

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO NETO
1	\$ 18.167,24
2	\$ 16.458,32
3	\$ 18.450,19
4	\$ 20.473,33
5	\$ 103.873,29
Valor Inicial (Inversión)	\$ (91.770,46)
Tasa de descuento	12%
VAN	\$ 22.654,91

Fuente: El autor

4.2.3 Calculo de la tasa interna de retorno (TIR)

Luego de realizado el cálculo se obtiene una Tasa Interna de Retorno de 18.93%, esto quiere decir que el proyecto va encaminado a su ejecución ya que la Tasa Interna de Retorno es mayor a la tasa de descuento.

Tabla 40: Calculo del TIR

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO NETO
1	\$ 18.167,24
2	\$ 16.458,32
3	\$ 18.450,19
4	\$ 20.473,33
5	\$ 103.873,29
Valor Inicial (Inversión)	\$ (91.770,46)
Tasa de descuento	12%
VAN	\$ 22.654,91
TIR	18,93%

Fuente: El autor

4.2.4 Análisis de sensibilidad en base al VAN Y TIR

Para verificar de manera más detallada y comprobar de manera efectiva la viabilidad y la factibilidad del proyecto se ha realizado un análisis de escenarios tanto positivos como negativos mismos que demuestran que el proyecto tiene los elementos necesarios tanto financiero como económicos para su ejecución.



Tabla 41: Análisis de sensibilidad

AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	-3,10%	3,10%	-8,84%	8,84%
0	\$ (91.770,46)	\$ (91.770,46)	\$ (91.770,46)	\$ (91.770,46)	\$ (91.770,46)
1	\$ 18.167,24	\$ 17.258,88	\$ 19.030,19	\$ 16.350,52	\$ 19.983,97
2	\$ 16.458,32	\$ 15.635,40	\$ 17.240,09	\$ 14.812,49	\$ 18.104,15
3	\$ 18.450,19	\$ 17.527,68	\$ 19.326,57	\$ 16.605,17	\$ 20.295,21
4	\$ 20.473,33	\$ 19.449,66	\$ 21.445,81	\$ 18.426,00	\$ 22.520,66
5	\$ 103.873,29	\$ 98.679,63	\$ 108.807,28	\$ 93.485,97	\$ 114.260,62
TIR	19%	17,26%	20,48%	15,53%	22,15%
VAN	\$ 22.654,91	\$ 99.489,07	\$ 72.953,60	\$ 141.137,72	\$ 48.449,56

Fuente: El autor

4.2.5 Análisis de indicadores financieros

Se presenta los resultados y el análisis de los siguientes indicadores financieros.

Índice de liquidez: Por medio de este podemos saber el monto que se la empresa paga frente a sus obligaciones y su ejercicio. los resultados obtenidos fueron que la empresa puede pagar \$1.43 por cada dólar para su funcionamiento adecuado.

LIQUIDEZ	Activo Corriente	20.602,30	=	1,43
	Pasivo Corriente	14.442,49		

Apalancamiento financiero: Esta operación brinda el porcentaje financiado a través de una deuda de la empresa. Luego de realizada la operación se obtiene un resultado de 60.14%.

APALANCAMIENTO FINANCIERO	Pasivo Total	72.150,27	=	60,14%
	Total Pasivo + Patrimonio	119.973,45		

Rendimiento del patrimonio: Este cálculo permite saber cuál será la rentabilidad de la inversión que se realiza frente al patrimonio del emprendimiento. Luego de realizar las operaciones se obtiene que el restaurante resaca tendrá una rentabilidad de 49.82%

RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	Utilidad Neta	23.823,18	=	49,82%
	Patrimonio	47.823,18		

Rendimiento del activo: La cantidad obtenida mide la rentabilidad de la inversión que se realiza en el emprendimiento frente a los activos de la empresa. Como resultado este proyecto se obtiene un 60.83% sobre los activos

RENDIMIENTO DEL ACTIVO	Utilidad Neta	23.823,18	60,83%
	Activo Total	39.165,18	

Margen de utilidad: En este punto se obtiene un margen de utilidad de 19.93% en el primer año

MARGEN DE UTILIDAD NETA	Utilidad Neta	23.823,18	19,93%
	Ventas	119.539,73	

CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El presente proyecto se realizó mediante el método científico el cual se fomenta en el conocimiento y la propuesta. De la misma manera responde a un modelo de investigación cuantitativo, el cual analiza todos los datos obtenidos.

Partiendo del capítulo dos se fundamenta la teoría en donde se basa la investigación realizada analizando distintos puntos de vista de autores que en si son el pilar de la justificación teórica realizada.

Desde el primer momento se tiene como objetivo principal que la demanda en la ciudad de Azogues aún no ha sido cubierta en su totalidad por lo tanto aún se puede implementar este tipo de negocios siempre y cuando sus costos sean correctos.

Luego de obtenidos todos los datos financieros se identificó que un 25.93% del capital con el que se financiara el proyecto será por parte de 3 accionistas, mientras el 77.04% será gracias a un préstamo que se realizara en el Banco Internacional. Como conclusión de la evaluación financiera se obtiene un VAN de 22.654,91y un TIR de 18.93%. que indican que la viabilidad del proyecto es favorable.

Como conclusión final luego de todos los análisis realizados se recomienda la implementación de este modelo de negocios.

5.2 Recomendaciones

Como recomendación principal se dicta que la promoción tendrá que ser permanente para que los clientes no dejen de ir, realizar promociones y eventos los cuales den oportunidad a artistas locales con el fin de obtener mayor clientela.

La capacitación del talento humano en el tema de relación con el cliente debe ser permanente para así lograr una experiencia positiva y lograr el retorno del cliente, esto motivara la demanda.

Se recomienda variar el menú para no cansar al cliente con el mismo producto, esto también logra la atracción de nuevos clientes que buscan alternativa a la hora de seleccionar este servicio.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

(s.f.).

aceproject. (1999). <http://aceproject.org>. Recuperado el 09 de 06 de 2019, de <http://aceproject.org>:
<http://aceproject.org/main/espanol/ei/eic.htm>

Albis, M. A. (2015). CICLOS Y FASES DE LA INVESTIGACION DE PROYECTOS. (UNINORTE, Ed.) *UNINORTE.EDU*, 10. Recuperado el 06 de 08 de 2019, de
<http://manglar.uninorte.edu.co/jspui/bitstream/10584/2202/1/Ciclo%20del%20proyecto.pdf>

Baca, G. (2001). Evaluación de proyectos. *Mc Graw Hill*. Recuperado el 08 de 06 de 2019, de
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudiotecnico.pdf>

BUENO, G. A. (2010). Una perspectiva al Concepto de Modelo de Negocios. *Université Libre des Sciences de l'Entreprise*, 15. Recuperado el 07 de 01 de 2020, de
<https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/paperventajacompetitiva.pdf>

Castellano, I. (2012). (E. S. S.A., Ed.) Recuperado el 23 de 04 de 2019, de
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8149>

Drucker, P. (1994). *The theory of the business*. (H. B. Review, Ed.) Recuperado el 01 de 06 de 2019, de
<http://www.bdigital.unal.edu.co/5152/1/940794.2011.pdf>

Ecuadorinmediato. (2011 de 08 de 08). *Ecuadorinmediato*. Recuperado el 16 de 04 de 2019, de Ecuadorinmediato:
http://www.ecuatorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=155330

Ecuadorinmediato. (2010). *Ecuadorinmediato*. Recuperado el 09 de 04 de 2019, de Ecuadorinmediato:
<http://www.ecuatorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Origenesderestaurante.html>

Emprendedores. (27 de 03 de 2017). *Emprendedores*. Recuperado el 09 de 04 de 2019, de Emprendedores:
<https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a69057/que-significa-modelo-de-negocio/>

Forero, S. (22 de 07 de 2008). *MODELOSGERENCIALESTECNICASMODERNAS*. Recuperado el 01 de 04 de 2019, de MODELOSGERENCIALESTECNICASMODERNAS:
<http://modelosgerencialestecnicasmodernas.blogspot.com/>

Gutiérrez Andrade, O., & Zurita Moreno, A. (2006). Sobre la inflación. *PERSPECTIVAS*, 36. Recuperado el 09 de 09 de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942413004.pdf>

- Jansen, W. S. (2007). *New Business Models for the*. Oxon: Ashgate Publishing Group. Recuperado el 01 de 06 de 2019, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5152/1/940794.2011.pdf>
- mundial, b. (s.f.). *Banco Mundial*. Recuperado el 30 de 04 de 2019, de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=EC>
- OLIVERA, C. G. (21 de 03 de 2017). <http://repositorio.ug.edu.ec>. Recuperado el 01 de 04 de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec>: <http://repositorio.ug.edu.ec>
- Oslo. (2018). *Directrices para recopilar, informar y utilizar datos sobre innovación, 4a edición, la medición de las actividades científicas, tecnológicas y de innovación*. Paris: Eurostat, Luxemburgo.
- PATIÑO, X. G. (2010). "DISEÑO DE UN PLAN PARA LA CREACIÓN DE UN. TESIS , Universidad Tecnológica Equinoccial , QUITO. Recuperado el 09 de 09 de 2019, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2105/1/46435_1.pdf
- Peiro, R. (2019). *Economipedia*. Recuperado el 02 de 06 de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html>
- Preciado, M. P. (2011). Modelos de Negocio: Propuesta de. *Modelos de Negocio: Propuesta de*, 88. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado el 01 de 06 de 2019, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5152/1/940794.2011.pdf>
- Puerta, C. G. (2015). *Plan de negocios para la creacion de un restaurante de comida a base de productos organicos en la parroquia Ayacucho en la ciudad de Guayaquil* . Tesis, Universidad Politecnica Salesiana . Recuperado el 09 de 09 de 2019, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9957/1/UPS-GT000982.pdf>
- Santos Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *EUMED*. Recuperado el 08 de 06 de 2019, de <http://www.eumed.net/ce/2008b/>
- Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Editorial Pearson.
- TOLEDO, G. D. (2014). *CALIDAD DE LA GESTIÓN EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS OPERACIONES INTERNAS EN RESTAURANTES DE LUJO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE QUITO*. Tesis previa a la obtencion del titulo, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ . Recuperado el 09 de 09 de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8010/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20OJURADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- YIREPA. (2019). *YIREPA*. Recuperado el 09 de 06 de 2019, de YIREPA: <http://yirepa.es/estructura%20econ%C3%B3mica%20y%20financiera.html>

ANEXOS

De nuestra consideración,

A través de la presente ponemos a su consideración nuestro servicio de Community Mánager Profesional, gestor de la comunidad en línea, digital o virtual, quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.

Community Mánager. Fan Page Profesional.

- Elaboración y publicación de 3 anuncios orgánicos por semana en Facebook. (12 al mes).
- Respuesta oportuna de todas las inquietudes o consultas por parte de los usuarios de facebook.
- Fotografías personalizadas para cada uno de los anuncios.
(Cada fin de mes se las realizaria)
- Creación de eventos, concursos, sorteos o promociones.
- Publicaciones de tipo jpg, gif animados, tips o consejos, artículos de interes, etc.
- Community Mánager 24 horas los 7 dias de la semana.

Precio: \$100 USD

No incluye IVA.



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Alejandro Esteban Domínguez Pala...
Título del ejercicio: REVISION DE TRABAJOS DE TITU...
Título de la entrega: Diseño del proyecto de inversión y g...
Nombre del archivo: TESIS_FINAL_ALEJO.docx
Tamaño del archivo: 3.84M
Total páginas: 72
Total de palabras: 14,354
Total de caracteres: 75,394
Fecha de entrega: 16-ene-2020 03:34p.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1242780238



UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACION

CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un
emprendimiento de alimentos: "Resaca". Ubicado en la zona Z2, Azogues

TRABAJO DE GRADUACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: INGENIERO EMPRESARIAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Alejandro Esteban Domínguez Palacios

Director: Ing. Jorge Edwin Ormaza Andrade, MBA.

Año
2019

Diseño del proyecto de inversión y gerenciamiento de un emprendimiento de alimentos "Resaca", ubicado en la zona Z2, Azogues

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Corporación Universitaria del Caribe

Trabajo del estudiante

2%

2

spiny.at.org

Fuente de Internet

1%

3

plusformacion.com

Fuente de Internet

<1%

4

Submitted to Universidad Americana

Trabajo del estudiante

<1%

5

Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS

Trabajo del estudiante

<1%

6

Submitted to Universidad Francisco de Paula Santander

Trabajo del estudiante

<1%

7

www.dspace.uce.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

8	Submitted to Escuela Politecnica Nacional Trabajo del estudiante	<1%
9	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
10	revistad-arte.com Fuente de Internet	<1%
11	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
12	Submitted to Universidad Autónoma de Nuevo León Trabajo del estudiante	<1%
13	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
14	Submitted to Universicorp Universi S.A. Blue Hill College Trabajo del estudiante	<1%
15	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1%
16	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1%
17	Submitted to Universidad de Jaén Trabajo del estudiante	<1%

18	Submitted to Fundacion Universitaria Juan de Castellanos Trabajo del estudiante	<1%
19	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1%
20	Submitted to 95131 Trabajo del estudiante	<1%
21	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	<1%
22	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1%
23	Submitted to Universidad Politecnica Salesiana del Ecuador Trabajo del estudiante	<1%
24	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	<1%
25	Submitted to Universidad Tecnologica de Honduras Trabajo del estudiante	<1%
26	Submitted to Systems Link Trabajo del estudiante	<1%
27	www.bdigital.unal.edu.co Fuente de Internet	<1%

28	observatorio.sena.edu.co Fuente de Internet	<1%
29	Submitted to Universidad EAFIT Trabajo del estudiante	<1%
30	Submitted to UISEK Trabajo del estudiante	<1%
31	repositorio.ute.edu.ec Fuente de Internet	<1%
32	linkedpolitics.project.cwi.nl Fuente de Internet	<1%
33	documents.mx Fuente de Internet	<1%
34	www.etbu.edu Fuente de Internet	<1%
35	www.google.es Fuente de Internet	<1%
36	uncliparalagestion.wordpress.com Fuente de Internet	<1%
37	Submitted to Atlantic International University Trabajo del estudiante	<1%
38	Submitted to CONACYT Trabajo del estudiante	<1%
39	Submitted to Esumer Institucion Universitaria Trabajo del estudiante	<1%

40 www.naya.org.ar <1 %
Fuente de Internet

41 Submitted to Instituto Europeo de Posgrado <1 %
Trabajo del estudiante

42 eco.unne.edu.ar <1 %
Fuente de Internet

43 www.fundacionbip-bip.org <1 %
Fuente de Internet

44 Submitted to UNIACC <1 %
Trabajo del estudiante

45 elgatu.blogspot.com <1 %
Fuente de Internet

46 www.ii.iteso.mx <1 %
Fuente de Internet

47 www.scribd.com <1 %
Fuente de Internet

48 es.scribd.com <1 %
Fuente de Internet

49 www.eumed.net <1 %
Fuente de Internet

50 repositorio.ucsg.edu.ec <1 %
Fuente de Internet

51 www.turismoinkaiko.net

Fuente de Internet

<1%

52

www.ccamlr.org

Fuente de Internet

<1%

53

Submitted to Universidad Católica San Pablo

Trabajo del estudiante

<1%

54

dspace.spbu.ru

Fuente de Internet

<1%

55

Submitted to 97488

Trabajo del estudiante

<1%

56

Submitted to COLEGIO NACIONAL
EXPERIMENTAL AMBATO

Trabajo del estudiante

<1%

57

dspace.uniandes.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

58

Submitted to University of New South Wales

Trabajo del estudiante

<1%

59

www.foroaps.org

Fuente de Internet

<1%

60

dspace.ucuenca.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

61

Submitted to Universidad Pontificia Bolivariana

Trabajo del estudiante

<1%

arizona.openrepository.com

62

Fuente de Internet

<1%

63

biblio.uabcs.mx

Fuente de Internet

<1%

64

dom2neo.ru

Fuente de Internet

<1%

65

www.monografias.com

Fuente de Internet

<1%

66

www.cfia.or.cr

Fuente de Internet

<1%

67

www.bilingualonline.net

Fuente de Internet

<1%

68

J. L. Cavazos, M. P. Guerrero-Mata, P. Zambrano. "Annealing of a ferritic stainless steel 409 stabilized with titanium and zirconium additions", Revista de Metalurgia, 2011

Publicación

<1%

69

Submitted to Universidad Del Magdalena

Trabajo del estudiante

<1%

70

Submitted to Universidad Dr. José Matías Delgado

Trabajo del estudiante

<1%

71

Submitted to Universidad Internacional de la Rioja

Trabajo del estudiante

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



PERMISO DE AUTOR DE TESIS PARA SUBIR AL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Yo, **Alejandro Esteban Domínguez Palacios** portador de la cédula de ciudadanía número **0302395637** en calidad de autor y titular de los derechos patrimonial del trabajo de titulación: **DISEÑO DEL PROYECTO DE INVERSION Y GERENCIAMIENTO DE UN EMPRENDIMIENTO DE ALIMENTOS “RESACA”, UBICADO EN LA ZONA Z2, AZOGUES**, de conformidad en lo establecido en el artículo 114 del Código orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, así mismo, autorizo a la Universidad para que realice la publicación de este trabajo en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 114 de la ley orgánica de Educación Superior.

Azogues, 20 de enero de 2020

Alejandro Esteban Domínguez Palacios
Ci. 0302395637
Estudiante UCACUE

EL BIBLIOTECARIO DE LA SEDE AZOGUES

Que: **DOMINGUEZ PALACIOS ALEJANDRO ESTEBAN**, con cedula de ciudadanía Nro. **0302395637** de la Carrera de **INGENIRIA EMPRESARIAL**.

No adeuda libros, a esta fecha: **20 de enero de 2020**



Eco. Fabián Rodríguez Herrera

BIBLIOTECARIO

Biblioteca Universitaria
MONS. "FROILAN POZO QUEVEDO"