



## **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **Tema:**

DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
PARADERO – BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA.

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero  
Comercial con mención en Administración de la Productividad**

### **Línea de investigación:**

Emprendedorismo y/o Responsabilidad Social

### **Autor:**

DAMIÁN ALEJANDRO ROMERO ARROBA

### **Director:**

Ec. Mg. TELMO DIEGO PROAÑO CÓRDOVA

**Ambato – Ecuador  
Noviembre 2015**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE AMBATO**

**HOJA DE APROBACIÓN**

**Tema:**

DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
PARADERO – BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA.

**Línea de investigación:**

Emprendedorismo y/o Responsabilidad Social

**Autor:**

Damián Alejandro Romero Arroba

Telmo Diego Proaño Córdova Ec. Mg.

F.-----

**CALIFICADOR**

Julio César Zurita Altamirano Ing. Mg.

F.-----

**CALIFICADOR**

Miguel Augusto Torres Almeida Ing. Mg.

F.-----

**CALIFICADOR**

Fanny Paulina Pico Barrionuevo Ing. Mg.

F.-----

**DIRECTORA DE LA ESCUELA DE**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel Dr.

F.-----

**SECRETARIO GENERAL PUCESA**

**Ambato – Ecuador  
Noviembre 2015**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

Yo, Romero Arroba Damián Alejandro portador de la cédula de ciudadanía N° 1803862018, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del proyecto propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

---

Damián Alejandro Romero Arroba  
C.I. 1803862018

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por todas las bendiciones que me ha brindado durante mis estudios universitarios.

A mis padres por su amor, motivación y paciencia durante mi etapa universitaria.

A la prestigiosa Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato, a sus docentes y autoridades, por sus conocimientos y valores otorgados, para crecer como persona y profesional.

Al Ec. Mg. Diego Proaño, por compartir sus valiosos conocimientos, su tiempo y dedicación para la preparación, corrección y dirección de este proyecto.

A mis lectores Ing. Miguel Torres e Ing. Julio Zurita por su amistad y orientaciones.

## **DEDICATORIA**

A mis padres Rafael y Ligia, por su apoyo incondicional, dedicación y abnegación a lo largo de mis estudios y mi vida. Les Amo.

A mi hermana Viviana que me da su cariño y a mis sobrinos por sus risas en momentos difíciles.

A mí enamorada Anita Granda por su ayuda, apoyo y consejos. Te amo, gracias por todo.

A todos mis familiares, amigos y personas que se preocuparon desinteresadamente.

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación es una idea innovadora debido a que no existen establecimientos estilo buffet de comida típica. Su finalidad es la satisfacción alimenticia de los consumidores, otorgando un servicio diferente en el cual puedan servirse los platos de comida típica de la Región Sierra por ellos mismos, brindando una nueva alternativa gastronómica a los turistas locales, nacionales y extranjeros. El Paradero – Buffet está ubicado en la parroquia Juan Benigno Vela km. 8, este sector no cuenta con un lugar adecuado y atractivo para el consumo de la comida típica, aun cuando la demanda de clientes es alta. La metodología utilizada fue inductiva, deductiva, descriptiva y exploratoria y para obtener la información del mercado se aplicaron 382 encuesta de la población económicamente activa del cantón Ambato entre 25 y 54 años de edad. La factibilidad del proyecto se demostró mediante los estudios de mercado, administrativo – legal, técnico y económico – financiero, determinando los siguientes resultados a partir de la utilización de indicadores económicos como: el VAN, que es mayor a la inversión inicial; la TIR del 19%, que es superior a la TMAR y un costo beneficio de \$0,55 centavos adicionales por cada dólar invertido. Estas cifras indican que el proyecto es viable y llamativo para los inversionistas.

**Palabras clave:** Factibilidad, proyecto de investigación, buffet.

## ABSTRACT

This investigation project is an innovative idea because there is not any restaurant with buffet service of typical meals. This is aiming to satisfy food requirements of customers, by providing a different service in which they can help themselves taking any typical food meal of the Sierra Region, allowing local, national and foreign tourists to have a new gastronomic alternative. Paradero – Buffet is located in Juan Benigno Vela parish at km. 8; this area does not have adequate and attractive facilities to eat typical food, even when the customers demand is high. The used methodology was deductive, inductive, descriptive and explorative; 382 surveys were directed to economically active population of Ambato between 25 and 54 years old to gather information of the target. The project's feasibility was proven by the market, legal – administrative, technical and financial – economy studies, determining the findings based on economic indicators such as: VNA, which is higher than the initial investment; IRR is 19%, which is higher than the MARR and the benefit cost is \$0,55 cents extra per each dollar invested. This data show that the project is viable and interesting for investors

**Keywords:** Feasibility, investigation project, buffet.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Preliminares

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA .....	3
1. Tema.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.1.1 Macro .....	3
1.2.1.2 Meso.....	3
1.2.1.3 Micro.....	4
1.2.2 Análisis crítico .....	4
1.2.3 Antecedentes del problema .....	5
1.2.4 Prognosis .....	5
1.3 Delimitación del objetivo de investigación.....	6
1.3.1 Delimitación contextual .....	6
1.3.2 Delimitación espacial .....	6
1.4 Justificación.....	6
1.5 Objetivo.....	7
1.5.1 General .....	7
1.5.2 Específicos .....	7
CAPÍTULO II .....	8
2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes Investigativos.....	8
2.2. Fundamentación Legal .....	10
2.2.1. Ley Orgánica de Defensoría del Consumidor.....	10
2.3. Fundamentación Teórica.....	12
2.3.1. Proyecto.....	12
2.3.1.1. Elementos de un proyecto.....	12

2.3.1.2.	Ciclo de vida del proyecto .....	13
2.3.2.	Proyecto de inversión .....	14
2.3.3	Factibilidad.....	14
2.3.4	Estudio de Factibilidad.....	15
2.3.5.	Objetivos del estudio de factibilidad.....	15
2.3.6.	Estudio de mercado .....	15
2.3.6.1.	Etapas del estudio de mercado.....	16
2.3.6.2.	Demanda .....	16
2.3.6.2.1.	Demanda Insatisfecha .....	17
2.3.6.3.	Oferta .....	17
2.3.6.3.1.	Tipos de Oferta.....	18
2.3.6.4.	Segmentación de mercados.....	18
2.3.6.4.1.	Ventajas de la segmentación de mercados .....	18
2.3.6.4.2.	Variables de la segmentación del mercado .....	19
2.3.7.	Estudio técnico .....	20
2.3.7.1.	Tamaño del proyecto .....	20
2.3.7.2.	Localización del proyecto.....	20
2.3.7.3.	Ingeniería del proyecto .....	21
2.3.8.	Estudio financiero .....	22
2.3.8.1.	Costos de producción.....	22
2.3.8.1.1.	Costos de fabricación .....	23
2.3.8.1.2.	Gastos operativos .....	23
2.3.8.1.3.	Gastos financieros .....	23
2.3.9.	Fuentes de financiamiento.....	23
2.3.9.1.	Fuentes internas .....	24
2.3.9.2.	Fuentes externas.....	24
2.3.10.	Criterios de rentabilidad.....	25
2.3.10.1.	Valor Presente Neto (VPN) .....	25
2.3.10.2.	Tasa Interna de Retorno .....	26
2.3.10.3.	Relación Costo – Beneficio .....	26
2.3.10.4.	Periodo de recuperación.....	27
2.3.11.	Impacto ambiental.....	27
	CAPÍTULO III.....	29
3.	METODOLOGÍA .....	29

3.1. Modalidad de la investigación .....	29
3.2. Tipos de investigación.....	29
3.2.1. Investigación de campo.....	29
3.2.2. Bibliográfica.....	30
3.3. Métodos de investigación.....	30
3.3.1. Inductivo .....	30
3.3.2. Deductivo .....	30
3.3.3. Descriptivo .....	31
3.3.4. Exploratoria.....	31
3.4. Fuentes de información.....	32
3.4.1. Primaria.....	32
3.4.2. Secundaria.....	32
3.5. Instrumentos para obtener información .....	33
3.5.1. Encuesta .....	33
3.6. Población y muestra .....	33
3.6.1. Población.....	33
3.6.2. Muestra Poblacional.....	34
3.7. Plan de recolección y procesamiento de información.....	36
CAPÍTULO IV.....	37
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	37
4.1. Encuesta .....	37
CAPÍTULO V .....	48
5. PROPUESTA.....	48
5.1. Estudio de Mercado.....	48
5.1.1. Objetivos .....	48
5.1.1.1. General.....	48
5.1.1.2. Específicos .....	48
5.1.2. Antecedentes .....	48
5.1.3. Demanda Actual.....	49
5.1.4. Oferta Actual.....	50
5.1.5. Proyección de la Demanda.....	51
5.1.6. Proyección de la Oferta.....	52
5.1.7. Cálculo de la Demanda insatisfecha .....	53
5.1.8. Plan de Marketing .....	54

5.1.8.1.	Producto .....	55
5.1.8.2.	Precio .....	58
5.1.8.3.	Plaza.....	59
5.1.8.4.	Promoción.....	59
5.2.	Estudio Administrativo Legal .....	60
5.2.1.	Objetivos .....	60
5.2.1.1.	General.....	60
5.2.1.2.	Específicos .....	60
5.2.2.	Organización Administrativa .....	61
5.2.2.1.	Estructura Organizacional.....	61
5.2.2.2.	Estructura Funcional .....	62
5.2.3.	Estructura Legal .....	67
5.2.3.1.	SRI (Servicio de Rentas Internas).....	67
5.2.3.2.	Municipio.....	70
5.2.3.3.	Ministerio de Salud Pública.....	72
5.2.3.4.	Bomberos .....	75
5.2.3.5.	Seguridad Social .....	75
5.2.3.6.	Certificado – Permiso Ambiental .....	78
5.3.	Estudio Técnico.....	79
5.3.1.	Objetivos .....	79
5.3.1.1.	General.....	79
5.3.1.2.	Específicos .....	79
5.3.2.	Flujo-grama de Procesos .....	80
5.3.2.1.	Flujo-grama de la elaboración de platos típicos .....	81
5.3.2.2.	Flujo-grama del servicio al cliente.....	82
5.3.3.	Tamaño.....	84
5.3.4.	Localización de la planta.....	86
5.3.4.1.	Macro – localización.....	86
5.3.4.2.	Micro – localización .....	87
5.3.5.	Implantación.....	88
5.4.	Estudio Económico – Financiero .....	89
5.4.1.	Objetivos .....	89
5.4.1.1.	General.....	89
5.4.1.2.	Específicos .....	89

5.4.2. Inversión Inicial .....	90
5.4.3. Capital de Trabajo .....	90
5.4.4. Financiamiento .....	92
5.4.5. Flujo Neto de Fondos .....	93
5.4.6. Punto de Equilibrio .....	94
5.4.7. Balance General Inicial .....	95
5.4.8. Estado de Resultados.....	95
5.4.9. VAN (Valor Actual Neto).....	96
5.4.10. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	97
5.4.11. Análisis Costo – Beneficio .....	98
5.4.12. Payback Period .....	99
5.4.13. Análisis de Sensibilidad.....	99
5.4.14. Matiz de Impacto Ambiental .....	101
CAPÍTULO VI.....	105
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	105
6.1. Conclusiones: .....	105
6.2. Recomendaciones:.....	106
BIBLIOGRAFÍA.....	108
ANEXOS.....	114
Anexo I - Encuesta .....	114
Anexo II – Formulario de Preinscripción del RUC .....	117
Anexo III – Formulario de Patente Municipal .....	118
Anexo IV – Declaración de Actividad Económica .....	119
Anexo V – Certificado Ambiental .....	120
Anexo VI – Tabla de Amortización .....	121
Anexo VII – Proforma Requerimientos .....	122

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### Gráficos

Gráfico 2.1 Interrelación de los elementos de un proyecto.....	13
Gráfico 2.2 Objetivos del estudio de factibilidad.....	15
Gráfico 2.3 Etapas del estudio de mercado .....	16
Gráfico 2.4 Tipos de Oferta .....	18
Gráfico 4.1 Rango de edad.....	38
Gráfico 4.2 Conocimiento Buffet.....	39
Gráfico 4.3 Degustación de la comida típica .....	40
Gráfico 4.4 Buffet en Tungurahua .....	41
Gráfico 4.5 Frecuencia de consumo.....	42
Gráfico 4.6 Implementación de un Buffet.....	43
Gráfico 4.7 Preferencia de platos típicos .....	44
Gráfico 4.8 Rango de Precios.....	45
Gráfico 4.9 Rango de Precios actuales.....	46
Gráfico 4.10 Servicios complementarios .....	47
Gráfico 5.1 Proyección de la demanda .....	52
Gráfico 5.2 Proyección de la oferta.....	53
Gráfico 5.3 Demanda Insatisfecha .....	54
Gráfico 5.4 Llapingachos .....	55
Gráfico 5.5 Hornado.....	56
Gráfico 5.6 Fritada .....	56
Gráfico 5.7 Caldo de Gallina .....	57
Gráfico 5.8 Chugchucaras .....	57
Gráfico 5.9 Yahuarlocro.....	58
Gráfico 5.10 Estructura Organizacional.....	61
Gráfico 5.11 Estructura Funcional .....	62
Gráfico 5.12 Funciones del Gerente.....	63
Gráfico 5.13 Funciones de la Secretaria .....	63
Gráfico 5.14 Funciones del Jefe Administrativo – Financiero .....	64
Gráfico 5.15 Funciones del Cajero/a.....	64
Gráfico 5.16 Funciones del Jefe de Producción y Ventas.....	65
Gráfico 5.17 Funciones del Ayudante de cocina .....	65

Gráfico 5.18 Funciones del Cocinero/a.....	66
Gráfico 5.19 Funciones del Mesero .....	66
Gráfico 5.20 Flujo-grama de elaboración de platos típicos .....	81
Gráfico 5.21 Flujo-grama de servicio al cliente.....	82
Gráfico 5.22 Macro – localización.....	86
Gráfico 5.23 Micro – localización .....	87
Gráfico 5.24 Implantación del local.....	88

## **Tablas**

Tabla 2.1 Variables de la segmentación del mercado .....	19
Tabla 3.1 Población Económicamente Activa de Ambato 2013.....	33
Tabla 3.2 Proyección de la Población Económicamente Activa de Ambato 2015 ...	34
Tabla 3.3 Grupos de edad según la actividad económica del Cantón Ambato .....	35
Tabla 4.1 Rango de edad.....	38
Tabla 4.2 Conocimiento Buffet.....	39
Tabla 4.3 Degustación de la comida típica .....	40
Tabla 4.4 Buffet en Tungurahua .....	41
Tabla 4.5 Frecuencia de consumo .....	42
Tabla 4.6 Implementación de un Buffet.....	43
Tabla 4.7 Preferencia de platos típicos .....	44
Tabla 4.8 Rango de Precios.....	45
Tabla 4.9 Rango de Precios actuales.....	46
Tabla 4.10 Servicios complementarios .....	47
Tabla 5.1 Población de Juan Benigno Vela .....	49
Tabla 5.2 Demanda Actual de Ambato .....	50
Tabla 5.3 Demanda Actual de Juan Benigno Vela .....	50
Tabla 5.4 Tasa de crecimiento oferta actual.....	51
Tabla 5.5 Oferta Actual.....	51
Tabla 5.6 Tasa de crecimiento demanda .....	51
Tabla 5.7 Proyección de la demanda.....	52
Tabla 5.8 Proyección de la oferta.....	53
Tabla 5.9 Demanda Insatisfecha .....	54
Tabla 5.10 Plaza.....	59
Tabla 5.11 Simbología de Flujo-gramas .....	80

Tabla 5.12	Tiempos y responsables de la elaboración de platos.....	83
Tabla 5.13	Tiempos y responsables del servicio al cliente .....	83
Tabla 5.14	Costos de construcción.....	84
Tabla 5.15	Requerimientos atención al cliente .....	84
Tabla 5.16	Requerimientos elaboración platos típicos .....	85
Tabla 5.17	Inversión Inicial .....	90
Tabla 5.18	Capital de Trabajo.....	91
Tabla 5.19	Rol de Pagos.....	92
Tabla 5.20	Monto a Financiar .....	92
Tabla 5.21	Financiamiento.....	92
Tabla 5.22	Amortización anual .....	93
Tabla 5.23	Flujo Neto de Fondos .....	94
Tabla 5.24	Punto de Equilibrio .....	94
Tabla 5.25	Balance Inicial.....	95
Tabla 5.26	Estado de Resultados .....	96
Tabla 5.27	Cálculo de la TMAR.....	96
Tabla 5.28	Cálculo del VAN.....	97
Tabla 5.29	Cálculo de la TIR .....	97
Tabla 5.30	VAN Ingresos .....	98
Tabla 5.31	VAN Egresos .....	98
Tabla 5.32	Payback Period.....	99
Tabla 5.33	Análisis de Sensibilidad .....	100
Tabla 5.34	Matriz de Impacto Ambiental .....	103
Tabla 5.35	Plan de contingencia .....	104

## INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto de investigación se diseña el estudio de factibilidad para la creación de un Paradero – Buffet de comida típica de la región Sierra, partiendo de la inexistencia de lugares donde las personas del sector tengan acceso a un servicio en el cual puedan escoger sus alimentos, generando una demanda que no está cubierta.

En el capítulo I: se puede observar la contextualización del problema mediante una visión macro, meso y micro, las delimitaciones del proyecto, el análisis crítico que permite conocer que se puede alcanzar con el proyecto y los objetivos general y específicos.

En el capítulo II: se detalla la sustentación teórica y bibliográfica que se utiliza para entender de mejor manera conceptos que van de la mano con la factibilidad y temas administrativos legales, financieros y técnicos, además de otros asuntos imprescindibles para esta investigación

En el capítulo III: se menciona la metodología con la cual el proyecto se lleva a cabo, además de calcular la población y la muestra para simplificar y fijar el número de encuestas a realizar, para obtener información correspondiente.

En el capítulo IV: conforme se finaliza la recolección de los datos a partir de las encuestas elaboradas, se analiza e interpretan los resultados obtenidos, con lo que se pretende conocer la aceptación de los posibles clientes y factibilidad económica y financiera.

El capítulo V: se desarrolla los objetivos específicos del proyecto, es decir se va a poner en marcha la propuesta del mismo. Se menciona cada uno de los estudios que permiten tener un enfoque de la probabilidad de éxito o fracaso de la investigación.

El capítulo VI, se centra en sacar las conclusiones y para cada una de ellas una recomendación, de acuerdo a la experiencia que se ha adquirido a través de los estudios correctamente realizados.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1. Tema**

DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARADERO – BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA.

### **1.2 Planteamiento del problema**

#### **1.2.1 Contextualización**

##### **1.2.1.1 Macro**

Ecuador se distingue como un país altamente gastronómico, porque posee un amplio y diverso menú de comidas típicas, esto se debe a su pluriculturalidad y diferentes costumbres de sus pueblos nativos. Por esta razón, se puede encontrar en cada uno de ellos diferentes lugares donde se expenden varios platos de comida típica, diferenciados por su sazón o presentación, lo que influye en la decisión del cliente. Actualmente, nuestro país cuenta con pocos restaurantes con servicio de buffet, generando una demanda insatisfecha, debido a que las personas buscan opciones diferentes para poder salir de sus rutinas.

##### **1.2.1.2 Meso**

La provincia de Tungurahua posee diferentes sectores turísticos y cuenta con muchos paraderos o restaurantes, en donde las personas locales o extranjeras pueden degustar de platos típicos de la región, siendo que estos locales generan una competencia

directa, con servicio diferenciado que se visualiza en el servicio buffet, que actualmente no se puede distinguir en ningún restaurante.

### **1.2.1.3 Micro**

En el cantón Ambato específicamente en la parroquia Juan Benigno Vela existen diferentes lugares donde las personas de la zona pueden satisfacer sus necesidades alimenticias, pero a su vez en un mismo sitio no encuentran la mayoría de platos típicos de nuestra gastronomía, por lo que crear un paradero en el cual se ofrezca un servicio estilo buffet, atraerá a más personas ya que pueden encontrar diferentes opciones a elección en un mismo lugar todo.

### **1.2.2 Análisis crítico**

Mediante el estudio de factibilidad de este proyecto, se pretende encontrar el camino adecuado para ofrecer una nueva alternativa gastronómica a las personas de la ciudad y visitantes nacionales o extranjeros, que permitiría potenciar el turismo en la parroquia Juan Benigno Vela, y la creación de plazas de trabajo para personas de dicho sector. Por otro lado, la demanda insatisfecha de la población sería cubierta, disminuyendo la búsqueda de otras alternativas gastronómicas por parte de las personas, por consiguiente se debe llevar a acotación que las personas deben ser el centro de investigación para determinar que requieren y además satisfacer sus necesidades.

### **1.2.3 Antecedentes del problema**

El problema que aparece en la presente investigación se da, debido a la inexistencia de Paraderos – Buffet de comida típica de la región Sierra. “La información que entrega el mercado consumidor es, por lo general la más importante para el proyecto. La decisión del consumidor para adoptar comprar un producto” (Sapag, 2007, p. 62). De la misma manera, las posibles causas que generan este problema son la limitada visión de los emprendedores tungurahuales para crear paraderos estilo buffet de comida típica en la ciudad.

Por otro lado, los efectos que se pueden observar a partir del problema son la inexistencia de lugares estilo buffet de comida típica de la región Sierra, además los clientes buscan otras alternativas para alimentarse, generando una demanda insatisfecha. “El papel de la investigación de mercados consiste en recopilar y reunir, de muchas fuentes, información sobre los clientes” (Hair, Bush & Ortinau, 2010, p. 5). La idea es que el cliente debe ser el centro de investigación para conocer cuáles son sus requerimientos, para así definir el producto ofertado.

### **1.2.4 Prognosis**

La ausencia del Paradero – Buffet de comida típica de la región Sierra, impediría la cobertura de la demanda insatisfecha, provocando que las personas obtengan por servicios de comida sustitutos u otras alternativas gastronómicas. Cabe señalar que no se crearían fuentes de trabajo tanto directas como indirectas, limitando la inversión en los recursos humanos y económicos de la provincia, además de detener el desarrollo de la zona y no incrementar la calidad de vida de las personas.

### **1.3 Delimitación del objetivo de investigación**

#### **1.3.1 Delimitación contextual**

- **Campo**  
Administración de Empresas
- **Área**  
Finanzas
- **Aspecto**  
Aplicación – Estudio de Factibilidad

#### **1.3.2 Delimitación espacial**

Provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato en la parroquia Juan Benigno Vela, vía a Guaranda Km. 8.

### **1.4 Justificación**

Los inexistentes paraderos estilo buffet han motivado que las personas obtengan por otras opciones para satisfacer sus necesidades gastronómicas, por tal razón el Paradero – Buffet de comida típica representa una mejor y única opción de su tipo en la ciudad, impulsando un nuevo destino turístico para visitar y a la vez disfrutar de los platos típicos de la región Sierra. Como resultado de la generación de este nuevo atractivo gastronómico, el sector donde se va a implementar esta idea innovadora, se va a ver beneficiado por la creación de fuentes de trabajo para las personas y diferentes asociaciones o empresas, ya sea directa o indirectamente, porque se necesita de varios recursos humanos y materiales. Esta clase de negocios incrementan e impulsan la

inversión en diferentes tipos de recursos dentro la provincia, es decir, que los esfuerzos humanos y económicos, van a mejorar el desarrollo de la zona y la calidad de vida de los habitantes.

## **1.5 Objetivo**

### **1.5.1 General**

- Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de un Paradero – Buffet de comida típica de la región Sierra, que satisfaga las necesidades gastronómicas de la población central del país.

### **1.5.2 Específicos**

- Realizar el estudio de mercado, para detectar la demanda insatisfecha.
- Determinar un estudio técnico, para identificar la estructura orgánica de la empresa.
- Desarrollar un estudio económico, para determinar la viabilidad financiera del proyecto.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos

El estudio de factibilidad en la presente investigación ayudará analizar diferentes factores que determinarán su viabilidad o no. “Los proyectos de factibilidad pueden ser elaborados mediante una distribución por temas, cada uno de los cuales aporta información complementaria para tomar una buena decisión” (Méndez, 2010, p.36). Por lo tanto, se debe realizar mediante tres tipos de estudio: de mercado, técnico y financiero.

El estudio de factibilidad que se enfoca en la creación de un patio de comidas llamado “El Festín de la Abuela”, busca ofrecer a su clientela un servicio diferente dentro de la ciudad de Salcedo de la provincia de Cotopaxi. En este patio de comidas se pretende producir y comercializar platos típicos de la provincia, siendo el Hornado el más aceptado con el 28% del total de sus encuestas. El estudio financiero permite concluir que el VAN del proyecto es positivo, es decir que el mismo es factible. Su TIR es del 10,91%, siendo positiva y superior a los flujos de efectivo. (Jácome, 2015).

El estudio de factibilidad para la creación de una cafetería temática “El mundo del cine”, está directamente enfocada en crear un nuevo espacio en donde se genere una experiencia que no se ha brindado antes en ningún local. Mediante el estudio de mercado realizado a través de las encuestas elaboradas a 383 personas en la ciudad de Ambato, indicaron que al 76% de los encuestados acogen la propuesta que brinda un nuevo servicio de cafetería. El estudio financiero permitió determinar y concluir que

se necesita \$24.636,98 para iniciar el negocio, tomando en cuenta que el 19% es con fondos propios y el 81% faltante se lo otorga el BNF mediante un crédito. Se debe tener en cuenta que su inversión recuperará dentro de 2 años y 9 meses. Al obtener una VAN de \$ 37,150.12 y una Tasa Interna de Retorno de 43.87%, se confirma que el proyecto es factible para su ejecución y puesta en marcha. Concluyendo el proyecto de factibilidad es posible realizarlo. (Andrade, 2012).

En la ciudad de Quito se desea conocer la factibilidad para la creación de un restaurante de comida casera, por el incremento de la población en esta, la demanda de productos es muy grande, en especial cuando de comida se trata. Este proyecto se va a enfocar a las personas que poseen 20 años en adelante, es decir que tienen condiciones económicas, permitiéndoles satisfacer sus necesidades gastronómicas, generando confianza y manteniendo un sazón casera. Para esto se debe poseer proveedores de calidad que brinden productos con las características que se necesitan para poder ejecutar el proyecto. Su estudio de mercado estableció que existe aceptación de este proyecto por parte de los habitantes de la ciudad. “De acuerdo al estudio financiero el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 152 días, es decir a mediano plazo, indicando el éxito del proyecto” (Silva, 2008, p.144).

Mediante el estudio de la factibilidad para la creación de una heladería en el cantón Patate el autor resuelve, que “este proyecto generaría impactos sociales positivos ya que sería una creación de fuentes de empleo directas e indirectas en el cantón, adicionalmente estimularía al sector turístico de la zona, mejorando la calidad de vida de sus habitantes” (Reyes, 2009). La aceptación del proyecto indica que el mismo es viable para su ejecución, porque la mayoría de la población tiene una tradición de consumir helados de paila.

## **2.2. Fundamentación Legal**

### **2.2.1. Ley Orgánica de Defensoría del Consumidor**

Es indispensable que el Paradero – Buffet acate estos artículos, debido a que la mayoría de consumidores son vulnerables a diferentes tipos de engaños y abusos por parte de empresas públicas y privadas a las cuales acceden por adquirir un bien o un servicio (Congreso Nacional, 2000).

#### **Art. 19.- Indicación del precio.-**

Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente.

El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

#### **Art. 65.- Autorizaciones especiales.-**

El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y demás autoridades, competentes., y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento.

### **2.2.2. Buenas prácticas de manufactura**

Es necesario e imprescindible que las empresas ecuatorianas de índole alimenticia cuenten con una normativa a la cual estén sujetas para la preparación y manejo de alimentos. Cabe resaltar que esto permite un mejor control de la cadena de elaboración de productos. (Noboa, 2002)

### **Art. 3.- De las Condiciones Mínimas Básicas:**

Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

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

**Art. 10.- Consideraciones Generales:**

Durante la fabricación de alimentos, el personal manipulador que entra en contacto directo o indirecto con los alimentos debe:

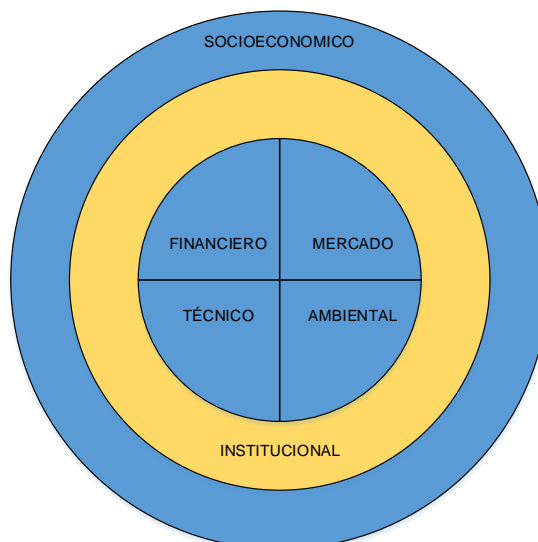
1. Mantener la higiene y el cuidado personal.

**2.3. Fundamentación Teórica****2.3.1. Proyecto**

Un proyecto es un conjunto de actividades planificadas, que se utiliza como una herramienta efectiva para solucionar diferentes problemas, los mismos que son el centro de estudio en el proyecto, según Baca (2013): “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana” (p. 2). Cabe señalar que existen diferentes tipos de proyectos, pero se los puede clasificar en dos grupos, los sociales y los empresariales.

**2.3.1.1. Elementos de un proyecto**

Basándose que un proyecto contiene información de los mercados, se entiende que este interactúa con diferentes elementos. “Un proyecto integra información de mercado, financiera, económica, legal e institucional que proporciona fundamento requeridos para la toma de decisiones” (De la Torre, 2002, p. 1). Por lo tanto, al realizar un proyecto se deben tomar en cuenta sus elementos porque son parte esencial para determinar el impacto del mismo en la resolución del problema.

**Gráfico 2.1 Interrelación de los elementos de un proyecto**

**Fuente:** De la Torre, 2002, p. 1  
**Elaborado por:** Romero Damián

### 2.3.1.2. Ciclo de vida del proyecto

Los proyectos se basan en pasos sistematizados a los cuales se tiene que regir la mayoría del tiempo, para que el proyecto se lleve a cabo de manera adecuada, teniendo en cuenta que posee una fase de inicio, una de desarrollo y una final. “El ciclo de vida de un proyecto identifica las etapas en las que se divide desde su inicio hasta su conclusión, estableciendo tareas requeridas y los responsables de su ejecución” (De la Torre, 2002, p. 2). Es imprescindible que se conozca el inicio y final de cada etapa, para así ejecutar correctamente las estrategias y metas que se han propuesto para cada una de estas.

### **2.3.2. Proyecto de inversión**

Se basa en estudios, planificaciones, investigaciones y recolección de información para determinar su viabilidad. “Los proyectos de inversión comprenden cálculos y planes, así como la proyección de asignación de recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de producir un satisfactor de necesidades humanas” (Morales & Morales, 2009, p. 8). Cabe mencionar que los proyectos de inversión necesitan de mucha investigación, debido a que se van a utilizar varios recursos entre ellos los económicos, los mismos que a un futuro van a generar réditos o pérdidas, por lo tanto se debe tomar decisiones apropiadas. Asimismo se pueda identificar la demanda de recursos del proyecto propuesto, estos estudios son trascendentales para visualizar el éxito del mismo.

### **2.3.3 Factibilidad**

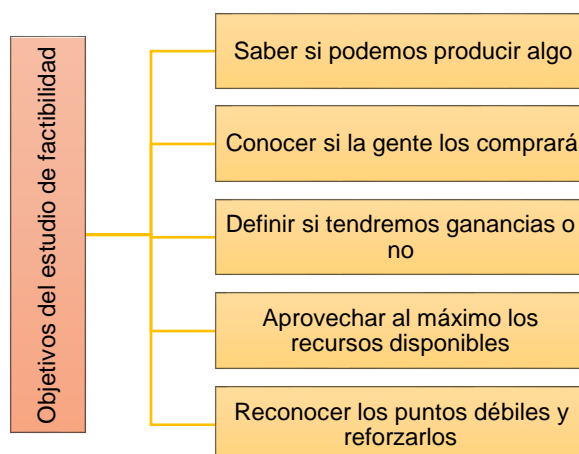
La factibilidad es una herramienta necesaria para determinar los recursos tanto humanos como financieros, legales, materiales, etc., que permiten el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas en un proyecto. “Por lo tanto es la definición de las variables del entorno donde operara la empresa o el proyecto” (Morales & Morales, 2009, p. 31). Así también, indica si un proyecto puede ser sostenible o necesita una restauración.

### 2.3.4 Estudio de Factibilidad

Para elaborar un estudio de factibilidad es necesario considerar los elementos que influyen en el mismo, para poder tomar una buena decisión. “El estudio de factibilidad incluye estudios de ingeniería básica y de detalle, así como el desarrollo de fuentes de información primarias” (De la Torre, 2002, p. 4).

### 2.3.5. Objetivos del estudio de factibilidad

**Gráfico 2.2 Objetivos del estudio de factibilidad**



**Fuente:** Luna & Chaves, 2012, p. 2

**Elaborado por:** Romero Damián

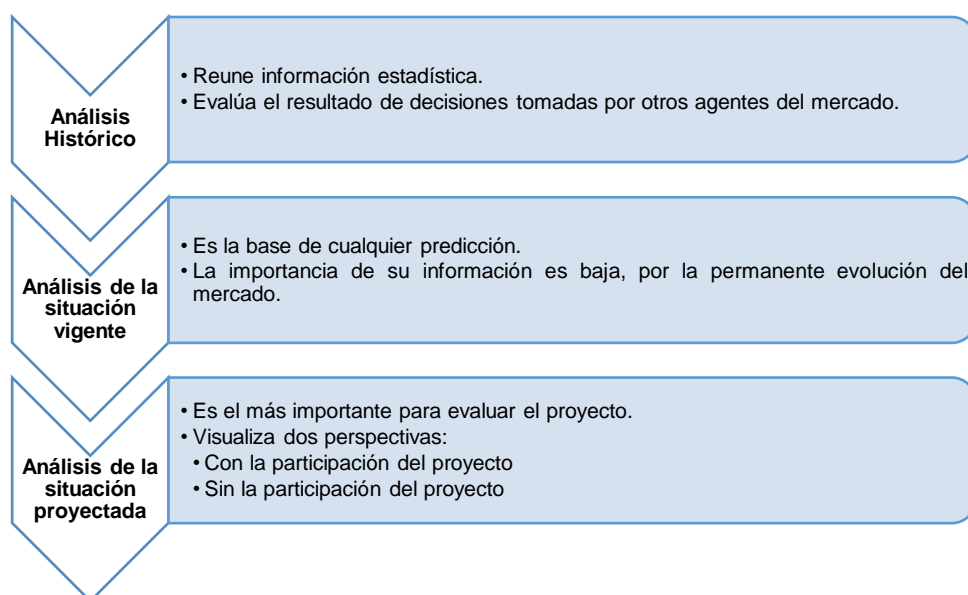
### 2.3.6. Estudio de mercado

Es la identificación de los posibles clientes, a quienes se pretende satisfacer sus necesidades. Es por ello que este estudio necesita de la recolección de información confiable y actualizada. “Es una investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013, p. 5). En la investigación de mercados se pueden utilizar diferentes herramientas para obtener información, que faciliten la

identificación de los requerimientos de los posibles clientes; como por ejemplo: encuestas, entrevistas, observación.

### 2.3.6.1. Etapas del estudio de mercado

**Gráfico 2.3 Etapas del estudio de mercado**



**Fuente:** Sapag, 2007, pp. 59-60

**Elaborado por:** Romero Damián

### 2.3.6.2. Demanda

Es el requerimiento de bienes y servicios que otorgan satisfacción a los clientes, ya sea en un entorno micro, meso o macro. “Se entiende por demanda a la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado, con la finalidad de satisfacer una necesidad específica” (Morales & Morales, 2009, p. 55). La demanda se puede ver afectada por la variación del precio del producto, no se ve limitada por la oferta.

### **2.3.6.2.1. Demanda Insatisfecha**

Cuando las necesidades o requerimientos de los clientes no son cubiertos, ya sea por inexistencia o falta de bienes o servicios; se le conoce como una demanda insatisfecha. Según Sapag (2017), “Es cuando la producción y la oferta no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado” (p.73). Además esta demanda puede ser cubierta fijándose en factores como:

- Precio
- Disponibilidad
- Focalización

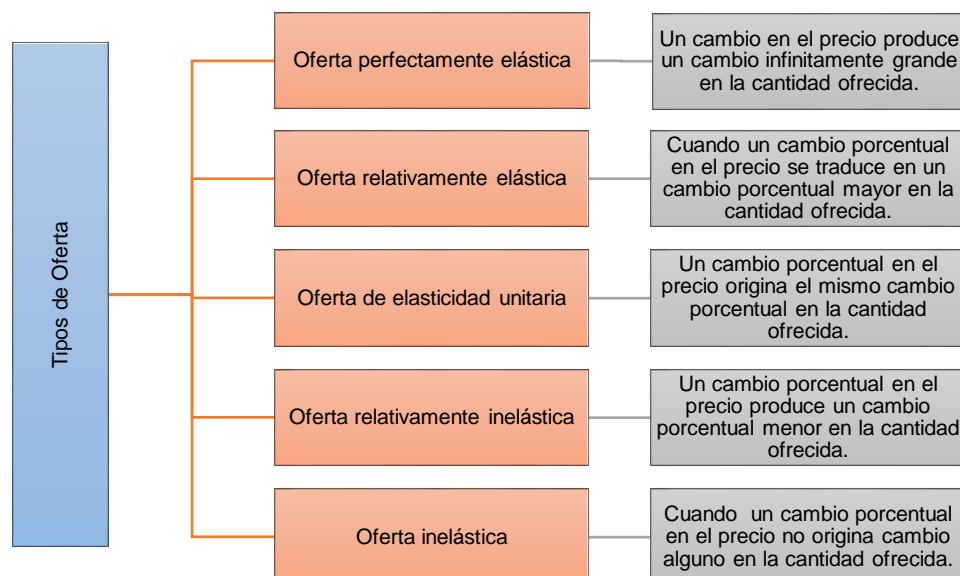
### **2.3.6.3. Oferta**

Debido a los diferentes competidores que existen en el mercado, no es tan fácil determinar la oferta de bienes o servicios. “Es la cantidad de bienes o servicios similares o sustitutos a los del proyecto en estudio de origen local, regional, nacional o internacional; que están disponibles para atender la demanda en un mercado determinado” (Méndez, 2010, p. 67). La oferta es determinada por la empresa, pero depende de la demanda insatisfecha del mercado, para que el producto sea comercializado.

Según Córdoba (2011), Existen diferentes tipos de ofertas que dependen de la cantidad y precio ofrecido: oferta perfectamente elástica, oferta relativamente elástica, oferta de elasticidad unitaria, oferta relativamente inelástica y oferta inelástica.

### 2.3.6.3.1. Tipos de Oferta

**Gráfico 2.4 Tipos de Oferta**



**Fuente:** Córdoba, 2011, p.73  
**Elaborado por:** Romero Damián

### 2.3.6.4. Segmentación de mercados

Es una estrategia de mercado, de donde las organizaciones obtienen información imprescindible de los posibles clientes a los cuales va dirigida su oferta. Fernández (2009) afirma que: “La segmentación de mercados puede definirse, como la división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea” (p. 10). Es decir, el grupo o segmento del mercado al cual se va a dirigir la empresa, se puede separar o dividir en subgrupos que comparten características comunes.

#### 2.3.6.4.1. Ventajas de la segmentación de mercados

Fernández (2009), enlista las siguientes ventajas que brindan a las organizaciones certeza en el desarrollo de sus actividades:

- Certidumbre en el tamaño de mercado, es el número de personas que conforman el tamaño del mercado disponible.
  - Claridad al establecer planes de acción, porque brinda datos específicos acerca de los posibles clientes, y por ello permite establecer las estrategias adecuadas.
  - Identificación de los consumidores integrantes del mercado, porque facilita la toma de decisiones.
  - Reconocimiento de actividades y deseos del consumidor, en donde conocer al cliente ayuda a saber cómo satisfacer sus necesidades efectivamente.
- (p.10)

#### 2.3.6.4.2. Variables de la segmentación del mercado

**Tabla 2.1 Variables de la segmentación del mercado**

<b>Geográficos</b>	<b>Demográficas</b>	<b>Psicográficos</b>	<b>De comportamiento</b>
Se enfocan en la ubicación de los mercados metas y características de diferenciación que se asocian con cada ubicación. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidad geográfica</li> <li>• Condiciones geográficas</li> <li>• Raza</li> <li>• Tipo de población</li> </ul>	Medidas de estado del ser como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Género</li> <li>• Nivel socioeconómico</li> <li>• Estado civil</li> <li>• Grado académico</li> <li>• Nacionalidad</li> </ul>	Son variables de estado mental que ejercen influencia directa sobre el comportamiento del comprador: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos de referencia</li> <li>• Clase social</li> <li>• Personalidad</li> <li>• Cultura</li> <li>• Ciclo de vida familiar</li> <li>• Motivos de compra</li> </ul>	Definen como se comportan los miembros del mercado desde el punto de vista del consumidor, hacia las ofertas del vendedor: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de uso</li> <li>• Ocasión de uso</li> <li>• Tasa de uso</li> <li>• Lealtad</li> <li>• Disposición de compra</li> </ul>

**Fuente:** Sandhusen, 2006, pp. 330-332 & Fernández, 2009, pp. 11-12

**Elaborado por:** Romero Damián

### **2.3.7. Estudio técnico**

Es una parte fundamental para el estudio de factibilidad, debido a que determina la base administrativa de la organización, es decir se define: ubicación del negocio, maquinarias, materia prima, que son necesarios para el proceso de fabricación de los productos. “El estudio técnico determina toda la estructura de la empresa, tanto física como administrativa, y cuando se habla de administración, se habla en un sentido más amplio, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas, etc.” (Baca, 2013, p. 97). Este estudio tiene como objetivo analizar la utilización de los recursos de la empresa para así poder aprovecharlos y optimizar su uso, permitiendo minimizar costos y gastos.

#### **2.3.7.1. Tamaño del proyecto**

Es demasiado importante determinar el tamaño del proyecto, debido a que se debe tener en cuenta cuantos recursos van a intervenir en el mismo, además se debe realizar análisis minuciosos para precisar costos. Para Córdoba (2011): “Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. (p.107). Según el volumen de la producción y de los costos del proyecto, también se va a poder visualizar cual será la rentabilidad de la organización.

#### **2.3.7.2. Localización del proyecto**

Para fijar la ubicación del negocio es importante tener a consideración varios factores, lo cuales van a beneficiar o perjudicar a la organización, dependiendo si se los ha

analizado correctamente. “La localización adecuada determina el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de dónde ubicar el proyecto debe obedecer no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso de preferencias emocionales” (Córdoba, 2011, p. 113). A continuación se enumeran algunos de los factores que pueden incidir al instante de concretar la localización del negocio:

- Disponibilidad de la mano de obra
- Disponibilidad de materias primas
- Cercanía del mercado
- Costo de activos fijos
- Distancia de los proveedores
- Medios de transporte
- Servicios básicos

### **2.3.7.3. Ingeniería del proyecto**

Identifica y ayuda a formular el proceso productivo que se va a implementar en el nuevo negocio, mediante la utilización del conocimiento para lo que es necesario llevar a cabo los estudios complementarios. “Abarca todas aquellas investigaciones técnicas que se refieren a la selección y determinación del proceso, determinación de equipo y maquinaria, mano de obra y finalmente la distribución de planta” (Fernández, Mayagoitia & Quintero, 2010, p. 54). A su vez permite que la organización opte por el tipo de tecnología o maquinarias que se van a utilizar en el proceso productivo de los productos, optimizando de forma eficiente y eficaz los recursos de la empresa.

### **2.3.8. Estudio financiero**

Es el estudio que determinará la viabilidad y rentabilidad del proyecto, debido a que se puntualiza la forma en cómo se va a financiar el proyecto, que recursos económicos se necesita en el proyecto y sus ganancias y gastos correspondientes a sus funciones.

Morales & Morales (2009), afirma:

El propósito de esta actividad consiste en elaborar información financiera que proporción datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, sueldos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto. (p. 164)

#### **2.3.8.1. Costos de producción**

Son aquellos que inciden directa o indirectamente, dentro de la fabricación del bien o servicio, estas erogaciones se deben tomar en cuenta desde el inicio del proceso de elaboración hasta la entrega del producto final. Para Baca (2013): “Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico” (p. 172). Se debe tener en cuenta que dentro de los costos de producción están:

- Costos de fabricación
- Gastos operativos
- Gastos financieros

#### **2.3.8.1.1. Costos de fabricación**

Estos costos se calculan a partir de la cantidad de materia prima, materiales y mano de obra que se han intervenido en el proceso de fabricación del producto.

#### **2.3.8.1.2. Gastos operativos**

Estos se basan en diligencias administrativas, tales como la planeación, organización, dirección y control de las actividades de la organización. Para Flórez (2010): “son los gastos relacionados con sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortizaciones de diferidos, seguros y útiles de oficina” (p. 84). Estos gastos no intervienen directamente en la fabricación de los productos que la organización ofrece.

#### **2.3.8.1.3. Gastos financieros**

Cuando se requiere iniciar un negocio u organización, se necesita de financiamiento para poder iniciar con el funcionamiento de la empresa, por este motivo se solicitan créditos los cuales se convierten es gastos financieros. “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo” (Baca, 2013, p. 174).

#### **2.3.9. Fuentes de financiamiento**

Todo tipo de proyecto ya sea a una escala macro o micro necesita de financiamiento externo, al menos que se cuente con recursos económicos autónomos para llevarlo a cabo. “Los gestores de un proyecto raras veces cuentan con recursos propios para atender el 100% de las necesidades de inversión” (Méndez, 2010, p. 249). Ciertamente es

que no siempre se cuenta con todos los recursos económicos necesarios para cubrir todos los gastos del proyecto, cabe señalar que existen dos tipos de fuentes de financiamiento, interna y externa.

#### **2.3.9.1. Fuentes internas**

Se puede entender por recursos propios al capital que se posea o a su vez cuando una empresa puede generar ganancias o utilidades de actividades posteriores. Según Flórez (2010), las fuentes de financiamiento internas también son la depreciación y la venta de activos fijos, cartera o disminución de los inventarios. (p. 85). En verdad el financiamiento propio es complicado debido a que se requiere de liquidez, lo que la mayoría de proyectos no poseen.

#### **2.3.9.2. Fuentes externas**

La fuente externa más común es la obtención de un crédito a través de una entidad financiera, pero también se puede optar por participación de accionistas, es decir dividir el título de la organización en acciones o bonos. “En la actualidad existe un buen número de entidades financieras que según el esquema de desarrollo adoptado para el sector al cual pertenece el proyecto, cumplen objetivos y funciones claramente definidas” (Méndez, 2010, p. 249). Se debe tener en cuenta que al acceder a un crédito se adquiere una responsabilidad a un corto o largo plazo, en donde se deben cancelar intereses.

### 2.3.10. Criterios de rentabilidad

A continuación se detallan cada una de las técnicas de evaluación económica que se puede utilizar al momento de conocer la viabilidad y factibilidad de un proyecto.

#### 2.3.10.1. Valor Presente Neto (VPN)

Como su nombre lo indica es lo que se posee en réditos económicos, una vez ya descontado todo lo que se ha utilizado para obtener ganancias. “Suma los flujos descontados en el presente y resta la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero” (Baca, 2013, p. 208). Se debe aclarar que también se lo puede conocer como el Valor Actual Neto o VAN, y su fórmula es la siguiente:

$$VPN = -I_0 + \sum_{t=1}^{t=n} \frac{FE_t}{(1+r)^t}$$

Donde:

I = Inversión inicial

FE= Flujo de efectivo en el periodo (t)

$\Sigma$ = Suma de los flujos descontados

r = Tasa de descuento

t = Índice de tiempo

$1 / (1 + r)$  = Factor del valor presente

### 2.3.10.2. Tasa Interna de Retorno

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2013, p. 209). Es también conocida como la Tasa Interna de Retorno, su fórmula se obtiene despejando la ecuación del VPN, teniendo en cuenta que  $r$  es igual al TIR:

$$TIR = \frac{r_n VPN_{n+1} + r_{n+1} VPN_n}{VPN_n + VPN_{n+1}}$$

### 2.3.10.3. Relación Costo – Beneficio

Este método ayuda y facilita a la organización básicamente a determinar su utilidad, es decir, que toma todos sus egresos del proyecto y se los divide para sus beneficios. Díaz (2009) “Este indicador consiste en la separación de los ingresos y egresos del proyecto y la relación existente entre ellos” (p. 318). Se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\text{Valor Presente Ingresos}}{\text{Valor Presente Egresos}}$$

#### 2.3.10.4. Periodo de recuperación

Ayuda a fijar un tiempo en el cual la organización podrá recuperar todas las inversiones que ha realizado en el proyecto. Baca (2013) menciona que: “Se conoce como PP por sus siglas en inglés (Payback Period), consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto” (p. 212). Este método permite que la organización visualice un tiempo prudencial para comenzar a ver ganancias.

$$\text{Periodo de Recuperación} = a + \left[ \frac{(b - c)}{d} \right]$$

Donde:

a = Año anterior al año que se recupera la inversión

b = Inversión inicial

c = Suma de los flujos de efectivos positivos anteriores

d = Flujo de efectivo positivo en el que se cubre la inversión

#### 2.3.11. Impacto ambiental

Es importante analizar cómo la organización propuesta va a afectar al medio ambiente, debido a los diferentes recursos y maquinarias que intervienen en el proceso de producción del bien o servicio ofertado, para tomar las medidas adecuadas y no se posea ningún problema de tipo legal. Cabe mencionar que Díaz (2009), resalta:

A partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, realizada en Río de Janeiro en 1992, los países participantes se comprometieron al desarrollar instrumentos de carácter nacional para asegurar que se evalúe la variable ambiental de toda actividad que pudiera generar impactos al medio ambiente. (p. 337)

Es competencia de los responsables del proyecto realizar el estudio del impacto ambiental del mismo, debido a que las diferentes prácticas de la empresa se emiten desechos que son contaminantes para lo cual se debe planificar la correcta eliminación o tratamiento de los mismos, para ello se construye una matriz de impacto.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Modalidad de la investigación**

Evidentemente para la consecución de los objetivos del proyecto de investigación es indispensable diseñar un procedimiento el cual permita el cumplimiento de todos los objetivos planteados. Cabe señalar que esta modalidad de investigación posee métodos cualitativo y cuantitativo, porque se toma en cuenta características de la población y además se conoce la viabilidad del proyecto, a través de los resultados financieros.

#### **3.2. Tipos de investigación**

Los diferentes tipos de investigación que se aplican en el proyecto, se detallan a continuación basándose en criterios de diversos autores.

##### **3.2.1. Investigación de campo**

Permite la obtención de información veraz, concreta y precisa sobre el proyecto, utilizando a la encuesta como una herramienta que facilita la recolección de datos fundamentales para aclarar la realidad del tema. Para Prieto (2009), la investigación de campo “es una situación real en donde manipula algunas variables mientras se controla otras pero sujeto a los cambios del entorno” (p. 81). Esta investigación se efectúa en la provincia de Tungurahua, en el cantón Ambato, específicamente a su Población Económicamente Activa (PEA), con el fin recabar información que sustente a los temas de investigación.

### **3.2.2. Bibliográfica**

La investigación bibliográfica o documental principalmente ayuda en la extracción de información elemental a partir de diferentes autores especializados, se indagó, analizó y comprendió varios textos de diversos libros para conseguir conceptos específicos basados en el tema de investigación, con la finalidad de utilizarlos para verificar con la información obtenida de la investigación de campo.

## **3.3. Métodos de investigación**

### **3.3.1. Inductivo**

Este método define sucesos generales que van desde un punto de vista específico o particular. Según Aragón, Bonelly & Castañeda (2011), este método “se basa en hechos individuales o particulares para ser proyectados a nivel general” (p. 253). Para obtener conclusiones generales es necesario conocer los requerimientos específicos que tienen los consumidores y el mercado para definir aspectos macro que necesita el paradero para brindar un servicio de calidad y que se mantenga en la mente del cliente.

### **3.3.2. Deductivo**

Se realiza un análisis de lo que ocurre a un nivel macro para generar observaciones a nivel micro, “a partir de lo general se establecen conclusiones individuales” (Aragón, Bonelly & Castañeda, 2011). Mediante los hechos que se generan en los establecimientos gastronómicos a nivel general, se pueden obtener detalles que estos no ponen en práctica para mejorar el servicio y la calidad de los productos ofertados.

### **3.3.3. Descriptivo**

Este método permite que se extraigan datos relevantes del mercado o de los consumidores, por lo tanto se utiliza a la encuesta como la herramienta principal para definir las diferentes características del mercado. "Es aquella que busca una representación gráfica de características y fenómenos del mercado y la determinación de la frecuencia con que se usan" (Prieto, 2009, p. 73). Es importante definir las necesidades del cliente para poder satisfacerlas, por tal razón es significativo plasmar dentro de la encuesta, preguntas referentes a los requerimientos de los posibles consumidores, en este caso en cuanto a los diferentes platos típicos de la región Sierra y otros servicios dentro del paradero.

### **3.3.4. Exploratoria**

El método exploratorio ayuda a definir el problema de la investigación con más precisión, debido a que es un diagnóstico que se realiza al mercado donde se desea incurrir. Según Malhotra (2004), "el objetivo de la investigación exploratoria es explorar o examinar un problema o situación para proporcionar conocimiento y entendimiento" (p. 76). La encuesta que se realiza en la Población Económicamente Activa del cantón Ambato es fundamental para determinar datos importantes que después de su debido análisis se puede utilizar como información indispensable sobre el mercado para la empresa propuesta.

### **3.4. Fuentes de información**

#### **3.4.1. Primaria**

Es la principal fuente de información para la investigación, se utiliza a la encuesta como una herramienta indispensable para acceder a datos conformes al mercado, estos son extraídos del lugar en donde se suscita el problema del proyecto. Sin embargo la información se puede obtener de otras fuentes, según Eyssautier de la Mora (2006): “Se obtienen por observación o cuestionarios aplicados a comerciantes, clientes, agentes, mayoristas, fabricantes, usuarios y consumidores” (p. 59). Indudablemente la utilización de una herramienta para obtener información es fundamental para sustentar el trabajo.

#### **3.4.2. Secundaria**

Las fuentes de información secundaria pueden ser internas cuando provienen al interior de la organización o externas cuando se obran afuera de la misma. (Plazas, 2011). La información se recaba de estudios anteriormente realizados sobre temas relacionados al proyecto de investigación actual, además de utilizar fuentes digitales, bibliográficas entre otras, necesarias para dar realce científico a la investigación. Gracias a la utilización de esta fuente se puede obtener una visión general del tema y los parámetros en los cuales se puede basar el proyecto actual, mejorando los criterios de investigación.

### 3.5. Instrumentos para obtener información

#### 3.5.1. Encuesta

Esta herramienta se utiliza frecuentemente en la investigación de los mercados, porque permite extraer datos primordiales para la investigación actual. La encuesta (Anexo I) se la realiza en base a un cuestionario de preguntas específicas de un mercado en específico o de los requerimientos de los consumidores potenciales, en este caso la encuesta a realizar se enfoca en la provincia de Tungurahua, en su cantón Ambato y directamente a su PEA. Malhotra (2004), menciona: “Las encuestas se pueden clasificar, con base en su contenido, como psicográficas y estilos de vida, evaluación de publicidad y encuestas generales” (p. 115).

### 3.6. Población y muestra

#### 3.6.1. Población

Según Prieto (2009), “La población es el conjunto de medidas o el recuento de todos los elementos que presentan una característica común” (p. 99). Según los estudios trimestrales sobre el empleo de las personas realizados por el INEC en el año 2013, la población económicamente activa (PEA) del cantón Ambato es de “117.318 personas (50,72% Hombres y 49,28% Mujeres)” (Proaño, 2013).

**Tabla 3.1 Población Económicamente Activa de Ambato 2013**

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA 2013			
CANTON	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
AMBATO	57814	59504	117318
<b>TOTAL</b>	<b>57814</b>	<b>59504</b>	<b>117318</b>
PONDERACIÓN	49%	51%	100%

Fuente: Proaño, 2013

Elaborado por: Romero Damián

Para obtener el PEA del año 2015 se debe realizar una proyección a partir del PEA del año 2013, utilizando la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,5% según el fascículo Provincial de Tungurahua del censo de población y vivienda del año 2010.

**Tabla 3.2 Proyección de la Población Económicamente Activa de Ambato 2015**

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN AMBATO 2015			
CANTON	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
AMBATO	59561	61303	120864
<b>TOTAL</b>	<b>59561</b>	<b>61303</b>	<b>120864</b>
PONDERACIÓN	49%	51%	100%

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

### 3.6.2. Muestra Poblacional

Según Prieto (2009), “La muestra es un conjunto de medidas o recuento de una parte de los elementos pertenecientes a la población” (p. 99). Para definir la muestra del proyecto, se utiliza como un factor de medición a la Población Económicamente Activa (PEA) proyectada al año 2015 del cantón Ambato (120.864), además se toma como referencia los grupos de edades de 25 a 54 años, para obtener el porcentaje de cálculo, siendo el 65% del total, es decir que el universo poblacional es 78.562.

Tabla 3.3 Grupos de edad según la actividad económica del Cantón Ambato

Grupos de edad	Condición de Actividad (15 y más años)		TOTAL
	PEA	PEI	
De 15 a 19 años	9.560	22.766	32.326
De 20 a 24 años	18.975	10.964	29.939
De 25 a 29 años	22.844	5.038	27.882
De 30 a 34 años	20.816	3.763	24.579
De 35 a 39 años	18.187	3.388	21.575
De 40 a 44 años	16.183	3.113	19.296
De 45 a 49 años	14.652	3.166	17.818
De 50 a 54 años	11.659	2.931	14.590
De 55 a 59 años	9.460	3.047	12.507
De 60 a 64 años	6.608	3.529	10.137
De 65 a 69 años	4.966	3.689	8.655
De 70 a 74 años	2.883	3.509	6.392
De 75 a 79 años	1.656	3.095	4.751
De 80 a 84 años	744	2.468	3.212
De 85 a 89 años	267	1.597	1.864
De 90 a 94 años	56	650	706
De 95 a 99 años	15	197	212
De 100 años y mas	1	31	32
<b>Total</b>	<b>159.532</b>	<b>76.941</b>	<b>236.473</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda - 2010.

Elaborado por: Romero Damián

Se aplicó la siguiente fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

➤ Descripción de la fórmula:

- **N = Universo poblacional** (78562)
- **K = Nivel de confianza** (95%)
- **Z = Nivel de confiabilidad** = (95% => 0,95/2 => 0,4750 => **Z = 1,96**)
- **P = probabilidad de ocurrencia** (50%)
- **Q = probabilidad en contra** (50%)
- **e = margen de error** (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 78562}{((1,96)^2 * 0,5 * 0,5) + (78562 * (0,05)^2)}$$

$$n = \frac{75450,5210}{197,36429694}$$

$$n = 382 \text{ encuestas}$$

Como resultado se obtiene una muestra de 382 encuestas a realizar, conociendo que se tiene un nivel de confianza del 98%, un error muestral del 5%, probabilidad de ocurrencia del 0,5 y probabilidad de no ocurrencia del 0,5.

### **3.7. Plan de recolección y procesamiento de información**

El plan de recolección de datos se maneja de la siguiente manera:

- Revisión de la información necesaria para la investigación, que se obtuvo a partir de la elaboración de encuestas realizadas.
- Categorización de la información para poder realizar el análisis pertinente.
- Análisis de la información para apoyar la obtención de resultados estadísticos.
- Tabulación de los datos obtenidos, que permite profundizar la investigación del mercado.
- Interpretación de los resultados de las encuestas.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1. Encuesta**

En el presente capítulo se plasman los resultados y respectivos análisis e interpretaciones de las 382 encuestas realizadas, para la obtención de información indispensable en el estudio. Dentro del cuestionario existen 10 preguntas cerradas que facilitan la recolección de datos importantes sobre características de la población acerca de sus gustos en referencia a la comida típica de la Región Sierra.

#### 4.1.1. Seleccione su rango de edad

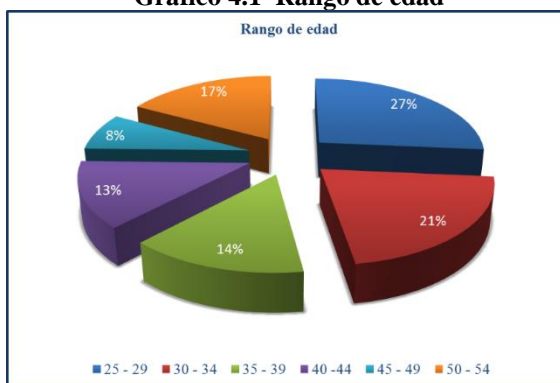
**Tabla 4.1 Rango de edad**

Rango de edad	
25 - 29	101
30 - 34	81
35 - 39	55
40 -44	51
45 - 49	29
50 - 54	65
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

**Gráfico 4.1 Rango de edad**



Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

#### Análisis e Interpretación

Los segmentos de edad del total de las encuestas están divididos de acuerdo a rangos, teniendo presencia en un 48% los rangos entre 25 y 34 años, por otro lado se dividen con un 52% en rangos de 35 a 54 años. Cabe señalar que todos los encuestados se encuentran dentro de la Población Económicamente Activa (PEA), permitiendo diferenciar segmentos de mercado claves para enfocar recursos que permitan la atracción de nuevos consumidores.

#### 4.1.2. ¿Conoce usted qué es un buffet?

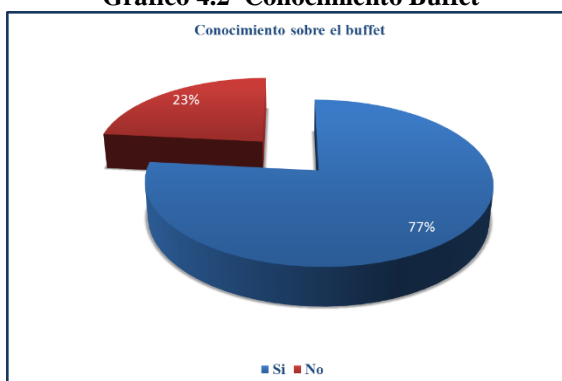
**Tabla 4.2 Conocimiento Buffet**

Conocimiento sobre el buffet	
Si	293
No	89
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

**Gráfico 4.2 Conocimiento Buffet**



Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

#### **Análisis e Interpretación**

Del total de la muestra poblacional, es evidente que las tres cuartas partes de la misma conocen e identifican que es un servicio buffet. De las 382 personas encuestadas, 293 que son el 77%, se manifestaron positivamente y el 23% restante lo hicieron de forma negativa, es decir las 89 personas no diferencian lo que es un servicio buffet. Cabe resaltar que ese 23% de personas que no conocen que es un servicio buffet, es un segmento al cual se puede atacar mediante información para dar a conocer que es un servicio buffet y sus beneficios.

#### 4.1.3. ¿Degusta de la comida típica de la región Sierra?

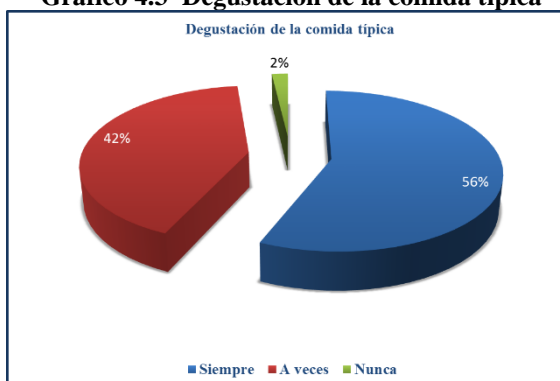
**Tabla 4.3 Degustación de la comida típica**

Degustación de la comida típica	
Siempre	216
A veces	159
Nunca	7
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

**Gráfico 4.3 Degustación de la comida típica**



**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

#### **Análisis e Interpretación**

En referencia al consumo de la comida típica, se puede observar que un 98% de los encuestados lo hace y un 2% no degustan de este tipo de comida. Del 98% un 56% lo hace siempre, es decir que la comida típica está dentro de sus preferencias al momento de satisfacer sus necesidades alimenticias y un 42% lo hacen a veces, dependiendo de la ocasión o el momento, pero tienen en su mente la comida típica. Estos resultados evidencian que nuestra Región es exquisita por gastronomía, debido a que la gente degusta de platos autóctonos, evitando perder la costumbre de saborear diversos platos que se ofrecen en nuestro país.

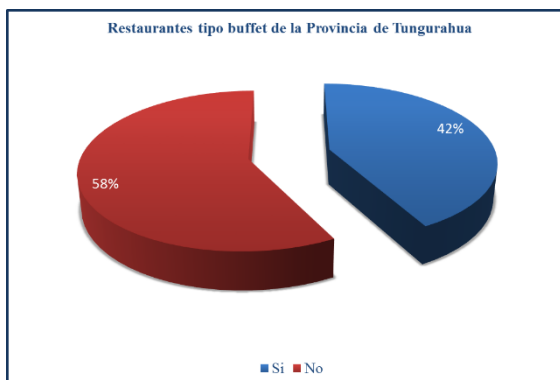
#### 4.1.4. ¿Conoce algún restaurante tipo buffet de comida típica en la Provincia de Tungurahua?

**Tabla 4.4 Buffet en Tungurahua**

Restaurantes tipo buffet de la Provincia de Tungurahua	
Si	161
No	221
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Encuesta, 2015  
**Elaborado por:** Romero Damián

**Gráfico 4.4 Buffet en Tungurahua**



**Fuente:** Encuesta, 2015  
**Elaborado por:** Romero Damián

#### **Análisis e Interpretación**

La mayor parte del total de los encuestados (58%) responden que no conocen ningún local de comida típica tipo buffet, en cambio el resto de encuestados (42%) mencionan que si conocen este tipo de establecimientos, interpretando que estas personas pueden confundir el servicio o la clase de comida que se ofrece en los mismos.

#### 4.1.5. ¿Con qué frecuencia sale a degustar de comida típica fuera de casa?

**Tabla 4.5 Frecuencia de consumo**

Frecuencia de consumo de la comida típica	
Una vez a la semana	124
Dos veces a la semana	45
Más de tres veces a la semana	17
Una vez al mes	136
Cada dos meses	31
Otra	29
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

**Gráfico 4.5 Frecuencia de consumo**



**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

#### **Análisis e Interpretación**

La frecuencia en que se degusta la comida típica en nuestro cantón es de una vez al mes con un 36% de los encuestados, seguidos de la opción una vez a la semana con un 32%, es decir que la mayoría de las persona disfrutan de la gastronomía de nuestro cantón entre una vez al mes y una vez a la semana. El resto de encuestados mencionó que salen a degustar de comida típica dos veces a la semana con un 12%, más de tres veces a la semana con un 4% y con un 8% las opciones: cada dos meses y otra. Por el acelerado ritmo que viven las personas es común ver la mayoría de ellas salen a degustar de comidas con mayor frecuencia.

#### 4.1.6. ¿Estaría de acuerdo se implemente un paradero de paso estilo buffet de comida típica en la parroquia Juan Benigno Vela?

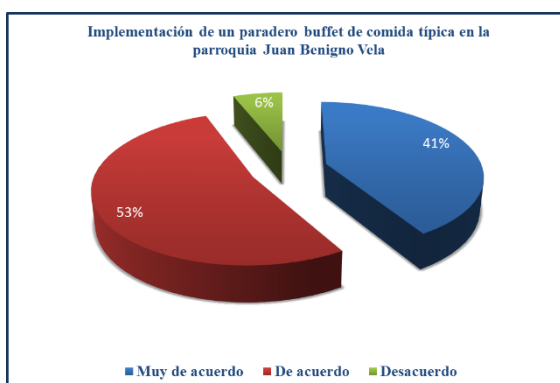
**Tabla 4.6 Implementación de un Buffet**

Implementación de un paradero buffet de comida típica en la parroquia Juan Benigno Vela	
Muy de acuerdo	158
De acuerdo	201
Desacuerdo	23
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

**Gráfico 4.6 Implementación de un Buffet**



**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

### **Análisis e Interpretación**

En relación a la implementación de un paradero estilo buffet de comida típica en la parroquia Juan Benigno Vela del cantón Ambato, la mayoría de los encuestados demuestran que están muy de acuerdo con un 53% y el 41% están de acuerdo, es decir que solo un 6% del total de los encuestados están en desacuerdo con esta idea. La contundencia de las respuestas da a entender que la gente busca nuevos ambientes para degustar de la comida típica de nuestra región, sin importar el lugar la gente acude a estos establecimientos por la calidad de su comida, atención y ambiente.

#### 4.1.7. Ponderando de 5 (mayor gusto) a 1 (menor gusto) ¿Qué platos típicos de la región Sierra le agrada?

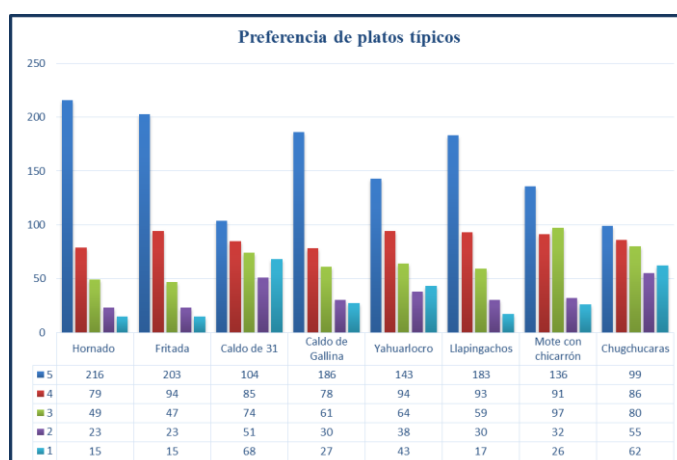
Tabla 4.7 Preferencia de platos típicos

Preferencia de platos típicos	5	4	3	2	1	TOTAL
Hornado	216	79	49	23	15	382
Fritada	203	94	47	23	15	382
Caldo de 31	104	85	74	51	68	382
Caldo de Gallina	186	78	61	30	27	382
Yahuarloco	143	94	64	38	43	382
Llapingachos	183	93	59	30	17	382
Mote con chicarrón	136	91	97	32	26	382
Chugchucaras	99	86	80	55	62	382

Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

Gráfico 4.7 Preferencia de platos típicos



Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

### Análisis e Interpretación

La preferencia en los gustos de los diversos platos típicos que se van a ofrecer en el Paradero – Buffet, se categoriza de la siguiente manera, el Hornado con 216 votos es el plato que los comensales más degustan, seguido de la fritada con 203 votos, Caldo de gallina con 186 votos, Llapingachos con 183 votos, Yaguarloco con 143, Mote con chicarrón 136 votos, Caldo de 31 104 votos y finalmente las Chugchucaras con 99 votos. Esto refleja el favoritismo que se debe tomar en cuenta, en referencia a la variada gastronomía de nuestro país.

**4.1.8. ¿Qué rangos de precio estaría usted dispuesto a pagar por el ingreso al Paradero – Buffet?**

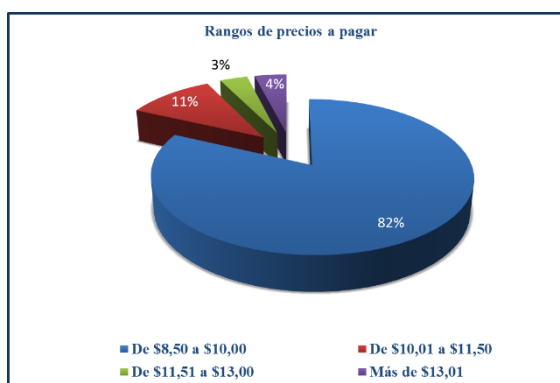
**Tabla 4.8 Rango de Precios**

Rangos de precios a pagar	
De \$8,50 a \$10,00	313
De \$10,01 a \$11,50	41
De \$11,51 a \$13,00	13
Más de \$13,01	15
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

**Gráfico 4.8 Rango de Precios**



**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

**Análisis e Interpretación**

En referencia a los rangos de precio que las personas estarían dispuestas a pagar, se nota que no se pagaría más de diez dólares por el ingreso al Paradero – Buffet para la degustar diferentes platos de comida típica, debido a que el 82% afirma esto. El 11% de los encuestados pagaría de 10,01 a 11,50 dólares, el 3% puede pagar de 11,51 a 13,00 dólares y finalmente el 4% de los encuestados pagaría más de trece dólares.

#### 4.1.9. ¿Cuánto paga usted por un solo plato típico actualmente?

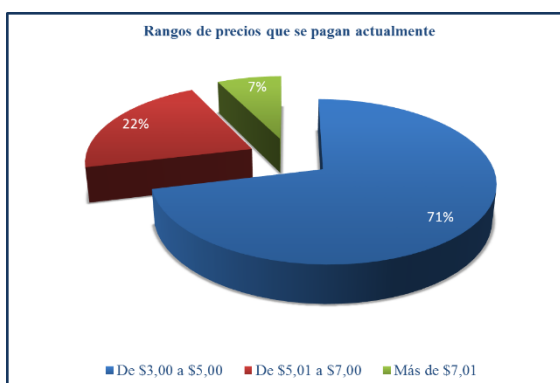
**Tabla 4.9 Rango de Precios actuales**

Rangos de precios que se pagan actualmente	
De \$3,00 a \$5,00	272
De \$5,01 a \$7,00	82
Más de \$7,01	28
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

**Gráfico 4.9 Rango de Precios actuales**



**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

#### **Análisis e Interpretación**

En la actualidad la mayoría de los encuestados, es decir el 71% de ellos pagan entre tres a cinco dólares por un plato típico, con un 22% las personas pagan de cinco a siete dólares por degustar un solo plato típico y solo el 7% de los encuestados han pagado más de siete dólares por un plato típico. Estos porcentajes demuestran que un gran número de locales donde se ofrece esta tipo de comida a precios accesibles para los consumidores.

**4.1.10. ¿Cree usted necesario que en el Paradero – Buffet se implementen otros servicios como? Pondere de 5 (más importante) a 1 (menos importante).**

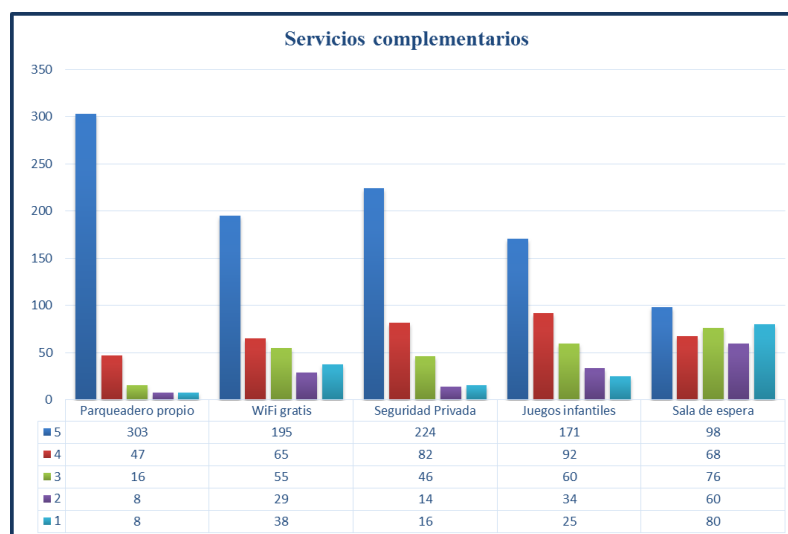
**Tabla 4.10 Servicios complementarios**

Servicios complementarios	5	4	3	2	1	TOTAL
Parqueadero propio	303	47	16	8	8	382
WiFi gratis	195	65	55	29	38	382
Seguridad Privada	224	82	46	14	16	382
Juegos infantiles	171	92	60	34	25	382
Sala de espera	98	68	76	60	80	382

Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

**Gráfico 4.10 Servicios complementarios**



Fuente: Encuesta, 2015

Elaborado por: Romero Damián

### **Análisis e Interpretación**

Los servicios complementarios son indispensables para cubrir necesidades indispensables para algunos consumidores, por tal razón la mayoría de los encuestados prefieren que exista un parqueadero propio y seguridad privada en el establecimiento, además dentro de sus preferencia necesitan internet que les permita estar informados y conectados, en cuarto puesto se establece que los juegos infantiles con importantes para los niños de los clientes y en último puesto se sitúa la sala de espera.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1. Estudio de Mercado**

##### **5.1.1. Objetivos**

###### **5.1.1.1. General**

- Determinar la oferta y demanda existente en la parroquia Juan Benigno Vela acerca de la comida típica de la Región Sierra.

###### **5.1.1.2. Específicos**

- Analizar la existencia de una demanda insatisfecha del sector gastronómico de la parroquia Juan Benigno Vela.
- Proyectar la oferta y demanda actual, para determinar la existencia de una demanda insatisfecha actual y futura.
- Establecer estrategias de comercialización a través de un plan de Marketing de acuerdo a las necesidades del proyecto.

##### **5.1.2. Antecedentes**

Ambato se encuentra en la zona centro del país y es la capital de la provincia de Tungurahua, siendo un sector importante para la generación de comercio. Por su ubicación en el valle andino, su clima es propicio para el desarrollo de diversas actividades agrícolas, siendo conocida como la tierra de las flores y las frutas. Por tal razón se elaboran, preparan y comercializan diferentes platos de comida típica de

nuestra región, brindando a los turistas un sinfín de delicias gastronómicas. (Guía gastronómica de Tungurahua, 2013). Para una mejor atención a los turistas nacional y extranjero los empresarios tungurahueses han realizado grandes inversiones en “infraestructura hotelera y de servicios como restaurantes, cafeterías y mercados populares, donde los consumidores podrán disfrutar sus platos ancestrales” (Guía gastronómica de Tungurahua, 2013, p. 7).

### 5.1.3. Demanda Actual

Ambato posee una población proyectada en el año 2015 de 365.072 personas, por lo tanto para obtener la demanda actual se calcula el porcentaje que representa la población de la parroquia Juan Benigno Vela en referencia al total de habitantes del Cantón Ambato, que es el 2,26% de la población. (INEC, 2010).

**Tabla 5.1 Población de Juan Benigno Vela**

Lugar	N° de Habitantes		Porcentaje
	Año 2010	Año 2015	
Ambato	329856	365072	100%
Juan Benigno Vela	7456	8252	2,26%

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Romero Damián

Para conseguir una demanda actual real, se indagó información en la base de datos del SRI, cabe señalar que estos datos se obtuvieron filtrando variables como las declaraciones en el formulario 104, el cantón, los años, las ventas gravadas con el 12% y el 0% y la actividad económica enunciada de la siguiente manera: Restaurantes, Cevicherías, Picanterías, Cafeterías, Etcétera, Incluido Comida Para Llevar, que según el código CIU (Clasificador Internacional Industrial Único) corresponde a I561001 (SRI, 2015).

Conociendo que la población de Juan Benigno Vela es el 2,26% del total de habitantes del Cantón Ambato, se utilizó este porcentaje para obtener las ventas anuales de la parroquia.

**Tabla 5.2 Demanda Actual de Ambato**

DEMANDA ACTUAL				
AÑOS	Ambato			Juan Benigno Vela
	Ventas Locales 12%	Ventas Locales 0%	TOTAL	TOTAL
2011	\$ 12.546.031,55	\$ 2.314.637,47	\$ 14.860.669,02	\$ 335.851,12
2012	\$ 14.650.643,15	\$ 4.081.371,16	\$ 18.732.014,31	\$ 423.343,52
2013	\$ 18.126.108,15	\$ 4.207.372,63	\$ 22.333.480,78	\$ 504.736,67
2014	\$ 21.166.936,65	\$ 4.750.059,62	\$ 25.916.996,27	\$ 585.724,12
2015	\$ 18.260.475,04	\$ 1.834.531,62	\$ 20.095.006,66	\$ 454.147,15

Fuente: SRI, 2015

Elaborado por: Romero Damián

Además se calculó las ventas mensuales por local y los platos que son demandados semanalmente por local, vale aclarar que para el este proceso se utilizaron 9 locales actuales más el Paradero – Buffet, es decir 10, al mismo que se está investigando su factibilidad.

**Tabla 5.3 Demanda Actual de Juan Benigno Vela**

DEMANDA ACTUAL		
Juan Benigno Vela		
Total Ventas Anuales	Ventas Mensuales por local	Platos demandados semanalmente por local
\$ 335.851,12	\$ 2.798,76	91
\$ 423.343,52	\$ 3.527,86	115
\$ 504.736,67	\$ 4.206,14	137
\$ 585.724,12	\$ 4.881,03	160
\$ 454.147,15	\$ 3.784,56	124

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

#### 5.1.4. Oferta Actual

En la parroquia Juan Benigno Vela existen 9 locales de comida, este dato es necesario para determinar la oferta actual y se complementa con la pregunta número 7 de la encuesta que se realizó a la PEA, basándose en la preferencia de los consumidores.

**Tabla 5.4 Tasa de crecimiento oferta actual**

Preferencia de platos típicos	Rango (5)
Hornado	216
Fritada	203
Caldo de 31	104
Caldo de Gallina	186
Yahuarlocro	143
Llapingachos	183
Mote con chicarrón	136
Chugchucaras	99
<b>TOTAL</b>	<b>1270</b>
<b>Promedio</b>	<b>158,75</b>
	<b>41,56%</b>

**Fuente:** Encuesta, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

Esta cifra 41,56% es importante para definir la oferta actual, por lo tanto este valor se lo multiplica a la demanda actual de platos por local.

**Tabla 5.5 Oferta Actual**

Oferta Actual				
Años	Platos Semanales por local	Ventas por local		
		Semanal	Mensual	Anual
2011	38	\$ 323,08	\$ 1.292,33	\$ 15.507,96
2012	48	\$ 407,25	\$ 3.461,61	\$ 41.539,35
2013	57	\$ 485,55	\$ 4.127,15	\$ 49.525,82
2014	66	\$ 563,46	\$ 4.789,37	\$ 57.472,48
2015	52	\$ 438,02	\$ 3.723,14	\$ 44.677,74

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

### 5.1.5. Proyección de la Demanda

Para la obtención de estos valores, es necesario la utilización del método de promedios ponderados que se va a aplicar en la tasa de crecimiento de las ventas que se obtuvo en la parroquia Juan Benigno Vela en los últimos 5 años.

**Tabla 5.6 Tasa de crecimiento demanda**

Años	Ventas JBV	Promedio
2011	\$ 335.851,12	-
2012	\$ 423.343,52	20,67%
2013	\$ 504.736,67	16,13%
2014	\$ 585.724,12	13,83%
2015	\$ 454.147,15	-28,97%
<b>TOTAL</b>		<b>21,65%</b>
<b>Tasa de Crecimiento</b>		<b>5,41%</b>

**Fuente:** SRI, 2015

**Elaborado por:** Romero Damián

La tasa de crecimiento es un valor fijo que se va a utilizar cada año en la proyección de la demanda, es imprescindible calcular las ventas del año 2015, teniendo en cuenta que se demanda 124 platos semanales por local, 10 locales, 4 semanas por mes y 12 meses, que da como resultado el valor de las ventas anuales.

**Tabla 5.7 Proyección de la demanda**

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
Años	Ventas anuales	Tasa de crecimiento	Demanda Proyectada
2015	\$ 454.147,15	-	\$ 454.147,15
2016	\$ 454.147,15	5,41%	\$ 478.724,95
2017	\$ 478.724,95	5,41%	\$ 504.632,87
2018	\$ 504.632,87	5,41%	\$ 531.942,89
2019	\$ 531.942,89	5,41%	\$ 560.730,89
2020	\$ 560.730,89	5,41%	\$ 591.076,86

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

**Gráfico 5.1 Proyección de la demanda**



Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

### 5.1.6. Proyección de la Oferta

Para alcanzar estos valores se aplicó la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,5% según el fascículo Provincial de Tungurahua del censo de población y vivienda del año 2010. Es importante analizar la inicial del año 2015, para a partir de este valor utilizar la tasa de crecimiento en cada uno de los años de proyección.

**Tabla 5.8 Proyección de la oferta**

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
Años	Oferta inicial	Tasa de crecimiento	Oferta Proyectada
2015	\$ 212.160,00	-	\$ 212.160,00
2016	\$ 212.160,00	1,50%	\$ 215.342,40
2017	\$ 215.342,40	1,50%	\$ 218.572,54
2018	\$ 218.572,54	1,50%	\$ 221.851,12
2019	\$ 221.851,12	1,50%	\$ 225.178,89
2020	\$ 225.178,89	1,50%	\$ 228.556,57

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

**Gráfico 5.2 Proyección de la oferta**



Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

### 5.1.7. Cálculo de la Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se produce cuando un sector o una empresa no puede satisfacer las necesidades del consumidor ya sea porque la producción no alcanza o no existe el bien o servicio. En la investigación se halla una gran demanda insatisfecha de productos, en este caso la comida típica, es decir que hay muchas posibilidades de que el actual proyecto tenga una buena aceptación y pueda compensar esta demanda que no se ha logrado cubrir hasta el momento.

**Tabla 5.9 Demanda Insatisfecha**

Años	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha en dólares	Demanda Insatisfecha en platos
2015	\$ 212.160,00	\$ 454.147,15	\$ (241.987,15)	59
2016	\$ 215.342,40	\$ 478.724,95	\$ (263.382,55)	65
2017	\$ 218.572,54	\$ 504.632,87	\$ (286.060,34)	70
2018	\$ 221.851,12	\$ 531.942,89	\$ (310.091,77)	76
2019	\$ 225.178,89	\$ 560.730,89	\$ (335.552,00)	82
2020	\$ 228.556,57	\$ 591.076,86	\$ (362.520,28)	89

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

**Gráfico 5.3 Demanda Insatisfecha**



Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

### 5.1.8. Plan de Marketing

Es una herramienta estratégica que las organizaciones utilizan para el cumplimiento de sus objetivos o metas. “El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez que informa de la situación y posicionamiento en que nos encontramos” (Salinas, Gándara & Alonso, 2013, p. 57). Cabe señalar que el marketing mix permite la interacción de elementos importantes al momento de lograr los fines de la empresa y son conocidas como las cuatro pes.

### 5.1.8.1. Producto

Es todo lo que se ofrece a un mercado de consumidores, ya sean estos bienes o servicios. Un producto se define para Armstrong & Kotler (2013) como: “Cualquier cosa que puede ser ofrecida a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (p. 196). En la presente investigación el producto se direcciona en el servicio buffet, “El término Buffet se deriva de la palabra francesa Buffet y su acepción más adecuada para este trabajo es la de comidas compuestas por platos calientes y fríos que se exponen atractivamente para que los comensales se sirvan ellos mismos” (Roteta, 2012, p.10). Y los platos típicos de la Región Sierra que se pueden encontrar en el mismo, permitiendo otorgar un servicio diferenciador en relación a otros locales que ofertan el mismo tipo de comida, satisfaciendo las necesidades y expectativas que poseen los consumidores.

Los siguientes han tenido gran aceptación del mercado en la encuesta realizada:

- **Llapingachos**

Este exquisito plato es propio y tradicional de los ambateños, su origen se lo atribuye a los Salasakas, indígenas de la provincia de Tungurahua. Es una delicia gastronómica elaborada a partir de papa del sector, acompañada de chorizo de cerdo, huevos, aguacate, lechuga y curtido. (Ministerio de Turismo, 2013).

**Gráfico 5.4 Llapingachos**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2013

**Elaborado por:** Romero Damián

- **Hornado**

Este plato es originario de la conquista española, debido a que estos proliferaron la crianza del cerdo en los territorios sudamericanos y se lo conoce con este nombre porque su carne es adobada para posteriormente ingresarla en un horno, siendo un aperitivo de gran demanda a nivel de nuestro país. (Ministerio de Turismo, 2013).

**Gráfico 5.5 Hornado**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2013

**Elaborado por:** Romero Damián

- **Fritada**

Es una comida de singular sabor y de un gran valor tradicional de la cultura ecuatoriana de la Región Sierra, que se prepara sazonando la carne de cerdo con comido, ajo y sal. Además se acompaña con mote, plátanos fritos, choclo, curtido y ají. (Ministerio de Turismo, 2013).

**Gráfico 5.6 Fritada**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2013

**Elaborado por:** Romero Damián

- **Caldo de Gallina**

Es una sopa que se considera como un remedio casero para los resfriados. Su ingrediente primordial es la gallina, que se prepara con agua, sal, ajo, cebolla blanca, pimienta, apio, zanahorias y arvejas. Este plato está en el menú principal de las familias ecuatorianas y se degusta comúnmente en diferentes eventos. (Ministerio de Turismo, 2013).

**Gráfico 5.7 Caldo de Gallina**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2013  
**Elaborado por:** Romero Damián

- **Chugchucaras**

Este plato típico es tradicional de la provincia de Cotopaxi, siendo un símbolo gastronómico de esta zona. La carne de cerdo posee el mismo proceso que la Fritada pero no se lo cocina con pedazos pequeños sino en trozos grandes. Y se lo acompaña con lechuga, empanadas de queso, cuero reventado, maduros fritos, papas enteros fritos, choclo cocinado, mote, canguil y tostado. (Ministerio de Turismo, 2012).

**Gráfico 5.8 Chugchucaras**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2012  
**Elaborado por:** Romero Damián

- **Yaguarlocro**

Es un caldo originario de los pueblos aborígenes ecuatorianos y por esta razón sus términos provienen del Kichwa, “Lugru” que es hacer locro o sopa y “yaguar” que es sangre, es decir que es un locro de sangre. Se usa la sangre de borrego específicamente para acompañar el locro que se prepara con papa, menudo de borrego, cebolla blanca, comino, pimienta, orégano y ajo. Este es un plato de alto contenido de proteínas y se lo acompaña con cebollas, tomate y aguacate. (Ministerio de Turismo, 2013).

**Gráfico 5.9 Yaguarlocro**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2013

**Elaborado por:** Romero Damián

#### **5.1.8.2. Precio**

El precio supone una variable del marketing que es muy sensible para el comportamiento de los consumidores por lo que es indispensable utilizar estrategias de fijación de precios. Cabe señalar que Schnarch (2010) menciona: “El precio de un nuevo producto es muy importante porque determina si éste es adquirido o no, independientemente de los calores agregados” (p.108). Por esta razón el precio que se va a poner a consideración para el ingreso al Paradero – Buffet, se basó en la encuesta que se realizó en el Cantón Ambato, dando como resultado que la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar en un rango de precios de \$8,50 a \$10,00.

### 5.1.8.3. Plaza

La plaza se asocia con la distribución y el porcentaje a cubrir de los productos que ofrece el Paradero – Buffet, por esta razón el canal de distribución que se va a utilizar es directo debido a que no se necesita de intermediarios para que los consumidores degusten de los platos típicos de la Región Sierra.

La plaza que el Paradero – Buffet estima ofrecer a los consumidores es de 177 platos, en este caso es el número de personas que van a ingresar en el Paradero - Buffet cada semana. Esta cifra se obtiene de la adición de los platos demandados semanalmente (124) y el 90% de la demanda insatisfecha (53), se obtiene de la división de la demanda insatisfecha del año 2015 dividido para 12 meses, para \$8.50 (costo de ingreso al buffet), para 10 locales y para 4 semanas, obteniendo una demanda insatisfecha de 59 platos.

**Tabla 5.10 Plaza**

<b>Demanda</b>	124
<b>Demanda a Cubrir</b>	53
<b>Plaza</b>	177
<b>Ventas Semanales</b>	\$ 1.507,73
<b>Ventas Mensuales</b>	\$ 6.030,90
<b>Ventas Anuales</b>	\$ 72.370,84

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

### 5.1.8.4. Promoción

Las promociones son estrategias de venta que utilizan las empresas para atraer a nuevos consumidor o mantener a los clientes de la organización y de esta manera obtener altos ingresos. “La promoción de ventas capta la atención de consumidor y puede informarle algunos aspectos que influyan en su decisión de compra” (Salinas, Gándara & Alonso, 2013, p. 64). Las promociones que se pueden aplicar dentro del Paradero – Buffet, son:

- Por el ingreso de un grupo de 12 personas, una persona adicional ingresa gratis.
- Postre especial gratuito para cumpleaños.
- Bebidas 2 x 1 los días miércoles de 15h00 a 20h00.
- Cartilla de fidelización, la cual consiste en que si el cliente asiste 10 veces al paradero, el ingreso número 11 es a mitad de precio.

## **5.2. Estudio Administrativo Legal**

### **5.2.1. Objetivos**

#### **5.2.1.1. General**

- Definir la estructura administrativa y legal del Paradero – Buffet de comida típica de la región Sierra.

#### **5.2.1.2. Específicos**

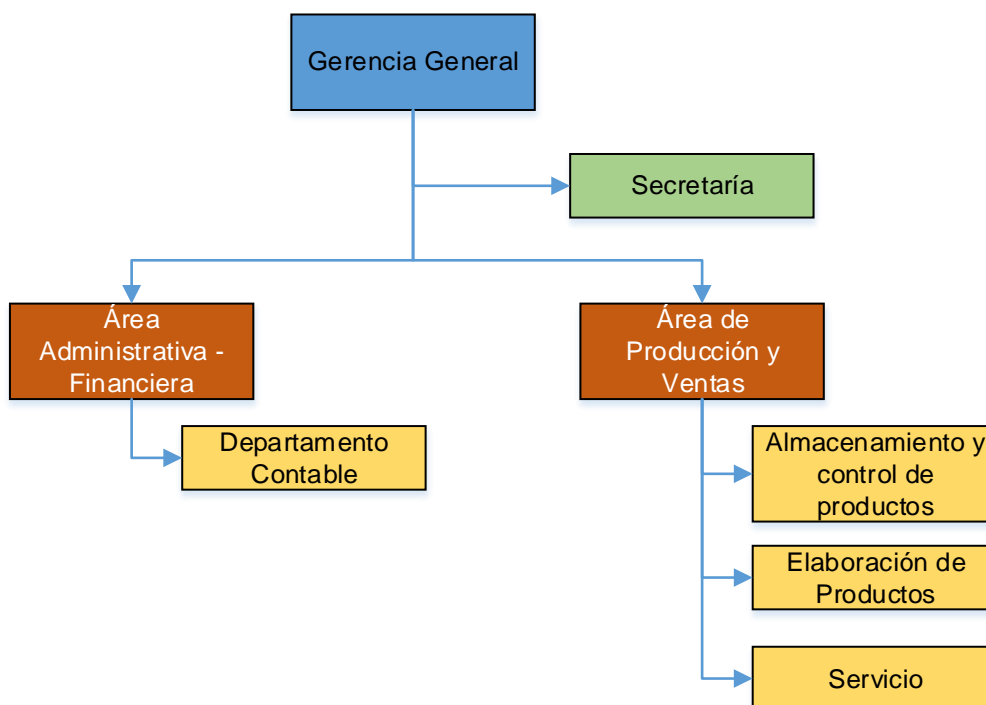
- Establecer los organigramas estructural y funcional del Paradero – Buffet de comida típica de la región Sierra, para definir jerarquías.
- Elaborar el manual de funciones de cada colaborador según su cargo, para determinar responsabilidades.
- Definir los requisitos legales, para el funcionamiento del Paradero – Buffet.

## 5.2.2. Organización Administrativa

### 5.2.2.1. Estructura Organizacional

Permite que las organizaciones puedan establecer niveles de carácter jerárquico, a través del cual se designen responsabilidades, tareas y funciones. Schermerhorn (2013), menciona que: “Es el sistema de tareas, flujos de trabajo, relaciones que depende de jerarquías y canales de comunicación que vinculan el trabajo de diversos individuos y grupos” (p. 237). A su vez brinda una visión formal de la organización en la toma de decisiones y el cumplimiento de todas las actividades establecidas, para el logro de los objetivos empresariales.

**Gráfico 5.10 Estructura Organizacional**

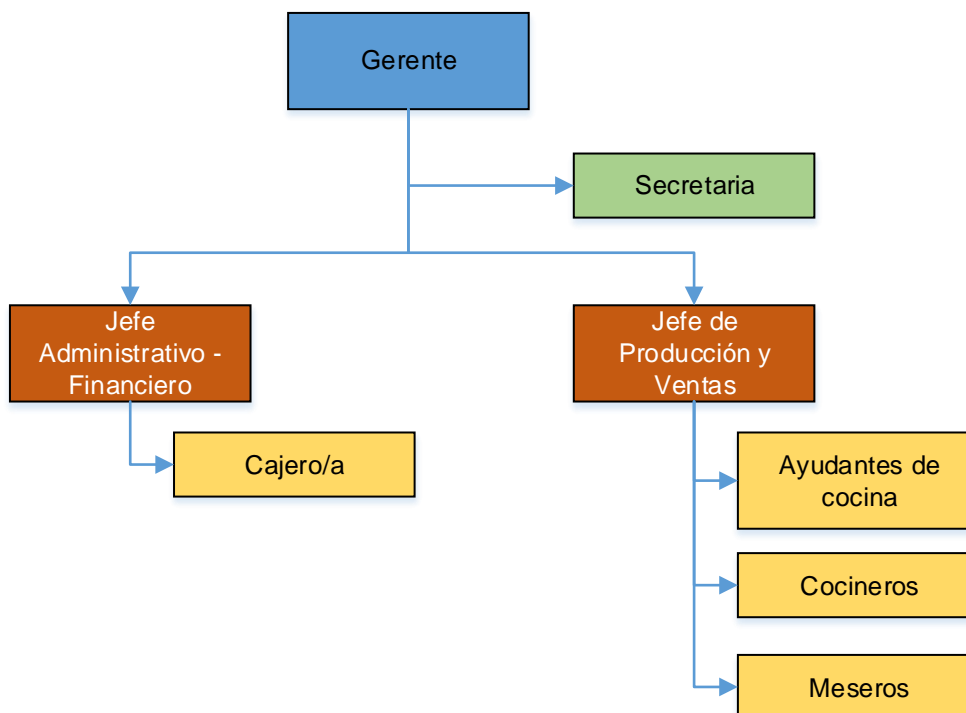


**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Romero Damián

### 5.2.2.2. Estructura Funcional

Esta estructura permite reunir a los colaboradores para que desempeñen tareas similares dependiendo de sus conocimientos y habilidades, se debe evitar la falta de comunicación. (Schermerhorn, 2013). En el Paradero – Buffet se debe contar con un Jefe administrativo y de producción y ventas, debido a que estos van a controlar los procesos que se realizan en la empresa.

**Gráfico 5.11 Estructura Funcional**



**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Romero Damián

- Gerente

**Gráfico 5.12 Funciones del Gerente**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Gerente	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	-	<b>N° de personas:</b>	1
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	* Jefe Administrativo * Jefe de Producción y Ventas		
<b>Misión del Puesto:</b>			
Responsable de la función administrativa, representación y supervisión de los procesos del Paradero - Buffet.			
FUNCIONES		COMPETENCIAS	
1. Rendición de cuentas sobre las diferentes actividades	1. Liderazgo		
2. Definición y control de las actividades de la empresa	2. Empowerment		
3. Establecimiento de normas y políticas empresariales	3. Negociación		
4. Elaboración de estrategias de diferenciación	4. Conciencia organizacional		
5. Ejecución de relaciones con proveedores y clientes	5. Ética		
6. Toma de decisiones a nivel de la organización	6. Compromiso		

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

- Secretaria

**Gráfico 5.13 Funciones de la Secretaria**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Secretaria	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	Gerente	<b>N° de personas:</b>	1
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	-		
<b>Misión del Puesto:</b>			
Responsable del apoyo a las actividades gerenciales, recolección, difusión y almacenamiento de documentos del Paradero - Buffet.			
FUNCIONES		COMPETENCIAS	
1. Mantener una lista actualizada de clientes y proveedores	1. Liderazgo		
2. Manejo del sistema de call center del Paradero - buffet	2. Empowerment		
3. Recepción y archivo de solicitudes de las áreas de la empresa	3. Negociación		
4. Elaboración de documentos y reportes de reuniones	4. Conciencia organizacional		
5. Difusión de comunicaciones verbales o escritas	5. Ética		
	6. Compromiso		

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

- **Jefe Administrativo – Financiero**

**Gráfico 5.14 Funciones del Jefe Administrativo – Financiero**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Jefe Administrativo - Financiero	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	Gerente	<b>N° de personas:</b>	1
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	* Cajero/a		
<b>Misión del Puesto:</b>			
Responsable de la gestión de recursos humanos, administración contable - tributaria, laboral y seguridad social del Paradero - Buffet.			
FUNCIONES		COMPETENCIAS	
1. Selección y contratación de personal		1. Planificación	
2. Supervisión del desempeño de los colaboradores		2. Gestión	
3. Realización de procesos tributarios de la empresa		3. Comunicación Efectiva	
4. Manejo de la caja chica de la empresa		4. Responsabilidad	
5. Supervisión del proceso contable de la empresa		5. Proactividad	
6. Preparación de los balances financieros de la empresa		6. Compromiso	
7. Afiliación y elaboración de roles de pago de empleados			

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

- **Cajero/a**

**Gráfico 5.15 Funciones del Cajero/a**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Cajero/a	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	Jefe Administrativo	<b>N° de personas:</b>	1
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	-		
<b>Misión del Puesto:</b>			
Responsable de la atención al cliente, tesorería y asistente contable del Paradero - Buffet.			
FUNCIONES		COMPETENCIAS	
1. Recepción y atención al cliente		1. Trabajo en Equipo	
2. Informar del servicio que se ofrece en la empresa		2. Actualización de conocimientos	
3. Cobro y facturación por el ingreso al paradero - buffet		3. Manejo de tecnologías	
4. Pago a proveedores		4. Dinamismo y energía	
5. Elaboración de reportes contables		5. Orientación al cliente interno y externo	
6. Mantener un libro de ingresos y egresos		6. Compromiso	

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

- **Jefe de Producción y Ventas**

**Gráfico 5.16 Funciones del Jefe de Producción y Ventas**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Jefe de Producción y Ventas	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	Gerente	<b>N° de personas:</b>	1
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	* Ayudante de Cocina * Cocineros * Meseros		
<b>Misión del Puesto:</b> Responsable de los inventarios y procesos productivos del Paradero - Buffet.			
<b>FUNCIONES</b>		<b>COMPETENCIAS</b>	
1. Control de los inventarios de materias primas		1. Planificación	
2. Supervisión del desempeño de los colaboradores		2. Gestión	
3. Recepción de la materia prima		3. Comunicación Efectiva	
4. Establecer relaciones con los proveedores		4. Responsabilidad	
5. Mejorar los procesos productivos		5. Proactividad	
6. Elaborar estrategias de comercialización y ventas		6. Compromiso	

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

- **Ayudante de Cocina**

**Gráfico 5.17 Funciones del Ayudante de cocina**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Ayudante de Cocina	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	Jefe de Producción y Ventas	<b>N° de personas:</b>	1
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	-		
<b>Misión del Puesto:</b> Responsable en ayudar a la preparación de los platos típicos y cuidar la inocuidad del área de producción del Paradero - Buffet.			
<b>FUNCIONES</b>		<b>COMPETENCIAS</b>	
1. Almacenamiento y control de la materia prima		1. Trabajo en Equipo	
2. Lavado y preparación de la materia prima		2. Actualización de conocimientos	
3. Mantenimiento de la inocuidad de los alimentos		3. Conocimiento del área	
4. Manejo y mantenimiento de los equipos de cocina		4. Dinamismo y energía	
5. Ayudar en la preparación de los platos típicos		5. Orientación al cliente interno y externo	
6. Limpieza de los espacios de producción		6. Compromiso	

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

- Cocineros/as

**Gráfico 5.18 Funciones del Cocinero/a**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Cocineros/as	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	Jefe de Producción y Ventas	<b>N° de personas:</b>	2
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	-		
<b>Misión del Puesto:</b> Responsable de la preparación de los diferentes platos típicos que se ofrecen en el Paradero - Buffet.			
FUNCIONES		COMPETENCIAS	
1. Control de la calidad de los insumos de cocina	1. Trabajo en Equipo	2. Actualización de conocimientos	
2. Mantenimiento de la inocuidad de los alimentos	3. Conocimiento del área	4. Dinamismo y energía	
3. Elaborar los requerimientos de materia prima	5. Orientación al cliente interno y externo	6. Compromiso	
4. Manejo y mantenimiento de los equipos de cocina			
5. Preparación de los platos típicos			
6. Establecer el menú diario del buffet			

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

- Mesero

**Gráfico 5.19 Funciones del Mesero**

PARADERO - BUFFET DE COMIDA TÍPICA DE LA REGIÓN SIERRA: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
<b>Nombre del Puesto:</b>	Mesero	<b>Fecha:</b>	-
<b>Autoridad Inmediata:</b>	Jefe de Producción y Ventas	<b>N° de personas:</b>	2
<b>Subordinados Inmediatos:</b>	-		
<b>Misión del Puesto:</b> Responsable de la buena atención y presentación del Paradero - Buffet.			
FUNCIONES		COMPETENCIAS	
1. Bienvenida y Atención al cliente	1. Trabajo en Equipo	2. Responsabilidad	
2. Conocimiento de los platos y menú del buffet	3. Conocimiento del área	4. Dinamismo y energía	
3. Control y supervisión de alimentos en el buffet	5. Orientación al cliente interno y externo	6. Compromiso	
4. Limpieza de los espacios de la empresa			
5. Recoger y mantener limpias las mesas			
6. Mantenerse atento a las necesidades del cliente			

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

### **5.2.3. Estructura Legal**

#### **5.2.3.1. SRI (Servicio de Rentas Internas)**

El Paradero – Buffet se establece como persona natural y no obligada a llevar contabilidad tiene que realizar un primer paso para poder iniciar sus actividades, el mismo que consiste en obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes). Cabe acotar que a pesar que no es obligado a llevar contabilidad debe poseer un libro de registro de los ingresos y egresos, para así poder justificar gastos y ventas que la empresa realizó.

- **Preinscripción para obtención del RUC vía internet**

Para registrar y enviar sus datos al SRI se tiene que ingresar los datos de Información general e información requerida del domicilio, colegio profesional y establecimientos. (SRI, 2015).

Una vez realizada la preinscripción del RUC (Anexo II), a través de la página del Servicio de Rentas Internas, es necesario obtener el RUC en un periodo mínimo a 30 días después de haber iniciado las actividades del Paradero – Buffet. Según el Art. 4 de la Ley del RUC, se menciona lo siguiente:

**Art. 4.- De la inscripción.-** La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades según el caso y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

- **Autorización de Comprobantes de Venta**

Las facturas van a ser los comprobantes de venta que utilizará el Paradero – Buffet, por lo tanto estos son autorizados por el SRI, siendo los mismos un respaldo de todas las transacciones de la empresa.

Los comprobantes de venta podrán ser llenados en forma manual, mecánica o a través de sistemas computarizados. Las facturas en original y copia deben ser llenadas en forma simultánea mediante el uso de papel carbón, carbonado o autocopiativo químico, en cualquier caso las copias deberán ser idénticas al original, caso contrario no serán válidas.

La falta de emisión o entrega de documentos autorizados, la emisión incompleta o falsa de éstos, constituyen casos de defraudación que serán sancionados de conformidad con el Código Tributario.

- **Deberes formales del Contribuyente**

Para el correcto funcionamiento del local el Código tributario exige el cumplimiento de los siguientes deberes según el Art. 96:

**1. Cuando lo exijan las Leyes, Ordenanzas, Reglamentos o las Disposiciones de la respectiva Autoridad de la Administración Tributaria:**

- a) Inscribirse en los Registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;
- c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda nacional, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;
- d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,
- e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva Ley Tributaria establezca.

**2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.**

**3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.**

**4. Concurrir a las oficinas de la Administración Tributaria, cuando su presencia sea requerida por Autoridad competente.**

### 5.2.3.2. Municipio

- **Patente Municipal**

Es necesario llenar los formularios de patente municipal (Anexo III) y declaración de actividad económica (Anexo IV). Según la Ordenanza sustitutiva para el cobro del impuesto anual de patente en el Cantón Ambato, N° 100.62.8, del 22 de Diciembre del 2011, menciona lo siguiente:

**Art 1.- Objeto del Impuesto.-** Se establece el impuesto de patente municipal, a todas las personas que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, domiciliadas o con establecimiento en el cantón Ambato.

**Art 2.-Hecho Generador.-** Constituye el ejercicio permanente de actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, que se realicen dentro de la jurisdicción cantonal.

**Art 4.- Sujeto Pasivo.-** Están obligados a obtener la patente anual y pago del impuesto municipal correspondiente, todas las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y sociedades nacionales o extranjeras que ejerzan permanentemente actividades y económicas en general dentro de la jurisdicción del cantón Ambato.

- **Permiso de publicidad y propaganda**

Según la Ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda, en el Cantón Ambato, N° 100.2.3, del 20 de Diciembre del 2005, menciona lo siguiente:

**Art. 4. La autorización y control sobre los medios visuales que se instalen** en todo el territorio del Cantón, se lo realizará a través de la Sección Control Urbano del Departamento de Planificación y Comisaría de Plazas, Mercados y Vía Pública, respectivamente.

**Art. 8. Los medios visuales, para los cuales rige esta ordenanza, son los siguientes:**

- a) **Normativos o de Razón Social.** Todos aquellos medios visuales de información, que sirven para la identificación de la razón social y el sitio de trabajo de personas naturales o de jurídicas que ejercen algún tipo de actividad económica.

**Art. 9 Los medios visuales mencionados, en razón de su tiempo de exhibición se clasifican en:**

- a) **Permanentes.** Con el tiempo indefinido de exhibición, superior a un año.

### **5.2.3.3. Ministerio de Salud Pública**

Para el registro sanitario es necesario revisar los artículos del Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados (2013):

**Art. 3.-** El Ministerio de Salud Pública, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, es la entidad encargada de otorgar, suspender, cancelar o reinscribir el Certificado de Registro Sanitario de los alimentos procesados. La suspensión o cancelación del Registro Sanitario se la ejecutará luego del proceso sanitario especial correspondiente.

**Art. 4.-** El Registro Sanitario de alimentos procesados se concederá previo el cumplimiento de los requisitos que se exijan para el efecto, los cuales se verificarán en controles posteriores.

**Art. 5.-** Es responsabilidad del titular del Registro Sanitario de alimentos procesados nacionales y extranjeros, cumplir con las especificaciones fisicoquímicas, bromatológicas y microbiológicas establecidas en las disposiciones de las normas técnicas ecuatorianas INEN y en caso de no existir la norma técnica nacional deberá cumplir con lo establecido en la norma internacional como: Códex Alimentarius, Código de Regulaciones de la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA), la Unión Europea u otros códigos internacionales.

**Art. 6.-** Los alimentos procesados durante la vigencia del Certificado de Registro Sanitario conservarán las especificaciones aceptadas en el trámite inicial de Registro Sanitario; cualquier cambio respecto a dichas especificaciones, deberá ser informado a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA.

**Art. 7.-** Los titulares del Registro Sanitario de los productos registrados deben disponer de la ficha de estabilidad del alimento, bajo condiciones de estabilidad normal o acelerada, la misma que debe cumplir con lo establecido en el Instructivo correspondiente elaborado por ARCSA.

**Art. 8.-** Para la obtención del Registro Sanitario, el responsable técnico del establecimiento deberá tener formación académica específica en el área de producción o control de calidad e inocuidad de alimentos procesados (Químico Farmacéutico, Bioquímico Farmacéutico, Bioquímico Farmacéutico Opción Bioquímico de Alimentos, Ingeniero de Alimentos o Químico de Alimentos) y su título deberá estar registrado en el Ministerio de Salud Pública.

**Art. 9.-** Con fines de registro, vigilancia y control sanitario se establecen los siguientes tipos de alimentos procesados:

- **El Procedimiento para la obtención de registro sanitario es el siguiente:**

**Art. 25.-** El trámite para obtener el Registro Sanitario de alimentos procesados se realiza a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) en el sistema ECUAPASS de conformidad a lo establecido en el “Procedimiento automatizado para otorgar el Registro Sanitario de productos sujetos a vigilancia y control sanitario” vigente.

**Art. 26.-** La emisión de los Certificados de Registro Sanitario de alimentos procesados se realizará en el término de setenta y dos (72) horas, contado a partir de la generación en el proceso del estado de “pago confirmado” y cuando no existan observaciones al trámite.

**Art. 27.-** El código alfanumérico del Certificado de Registro Sanitario permitirá identificar al producto o productos para todos los efectos legales y sanitarios, el mismo que será único para el producto o productos registrados y se mantendrá inalterable durante la vida comercial de los mismos.

**Art. 28.-** Una vez expedido el Certificado de Registro Sanitario será enviado al solicitante y el expediente será enviado automáticamente a la unidad responsable de realizar el control posregistro, para que dicho control se incluya dentro de su planificación.

- **Requisitos para obtener el Permiso de Funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907):**

Según el Ministerio de Salud Pública, menciona los siguientes requisitos:

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Cédula de identidad y ciudadanía, carnét de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
5. Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
6. Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
7. Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

#### **5.2.3.4. Bomberos**

Para la obtención del permiso de funcionamiento de bomberos se debe llevar los siguientes requisitos a la Empresa Municipal del Cuerpo de Bomberos Ambato:

1. Pago de Predio actualizado.
2. Copia del RUC.
3. Copia del Permiso del año anterior (para verificación).
4. Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP.
5. Para centros de abastecimiento, embazadoras, centros de acopio y depósitos de distribución de GLP el permiso de la DNH, del año inmediato anterior.
6. Para locales de categoría turística, de tolerancia y general de acuerdo a la REFORMA Y CODIFICACIÓN DE LA ORDENAZA DE CONTROL Y REGULACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE DIVERSION Y TURISMO, publicada el 03 de diciembre de 2010, expedida por el I. Municipio de Ambato deberán presentar además informe favorable de la Dirección de Planificación de la Municipal de Ambato y el permiso único para su instalación otorgado por el IMA de acuerdo al Art. 9 y Art. 28 de la mentada Ordenanza.

#### **5.2.3.5. Seguridad Social**

Según la Ley de Seguridad Social:

- **De los Asegurados Obligados**

**Art. 9.- Definiciones.-** Para los efectos de la protección del Seguro General Obligatorio:

- a) Es trabajador en relación de dependencia el empleado, obrero, servidor público, y toda persona que presta un servicio o ejecuta una obra, mediante un contrato de trabajo o un poder especial o en virtud de un nombramiento extendido legalmente, y percibe un sueldo o salario, cualquiera sea la naturaleza del servicio o la obra, el lugar de trabajo, la duración de la jornada laboral y el plazo del contrato o poder especial o nombramiento;
- b) Es trabajador autónomo toda persona que ejerce un oficio o ejecuta una obra o realiza regularmente una actividad económica, sin relación de dependencia, y percibe un ingreso en forma de honorarios, comisiones, participaciones, beneficios u otra retribución distinta al sueldo o salario;
- c) Es profesional en libre ejercicio toda persona con título universitario, politécnico o tecnológico que presta servicios a otras personas, sin relación de dependencia, por sí misma o en asociación con otras personas, y percibe un ingreso en forma de honorarios, participaciones u otra retribución
- d) Es administrador o patrono de un negocio toda persona que emplea a otros para que ejecuten una obra o presten un servicio, por cuenta suya o de un tercero;
- e) Es dueño de una empresa unipersonal, toda persona que establece una empresa o negocio de hecho, para prestar servicios o arriesgar capitales;

- **Obligaciones del Empleador:**

**Art. 42.-** Obligaciones del Empleador- Son obligaciones del Empleador:

- a) Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código.

- b) Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad.
- c) Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código.
- d) Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana.
- e) Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan.
- f) Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado.

- **Obligaciones del Trabajador**

**Art. 45.-** Obligaciones del trabajador.- Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.

- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.
- c) Observar buena conducta durante el trabajo.
- d) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.
- e) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
- f) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores.
- g) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta.
- h) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades y demás establecidas en este Código.

#### **5.2.3.6. Certificado – Permiso Ambiental**

Para la obtención del Registro Ambiental, es necesario ingresar a la página web del Ministerio del Ambiente, posteriormente se ingresa al SUIA (Sistema único de Información Ambiental), en donde se procede a la regularización ambiental del proyecto del cual se desea obtener el certificado (Anexo V).

### **5.3.Estudio Técnico**

En esta etapa se conoce el tamaño, localización y la ingeniería del proyecto, cabe indicar que es de suma importancia determinar las actividades, responsables y tiempos que va a conllevar el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados y por supuesto satisfacer la necesidad del cliente.

El estudio técnico permite definir los espacios adecuados y los requerimientos necesarios para la realización de cada una de las tareas.

#### **5.3.1. Objetivos**

##### **5.3.1.1. General**

- Determinar la capacidad instalada del Paradero – Buffet de comida típica de la Región Sierra, para conocer los volúmenes de producción y ventas.

##### **5.3.1.2. Específicos**




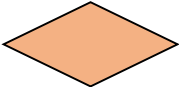
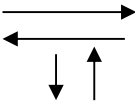
- Diseñar los flujo-gramas de elaboración de platos típicos y de la atención al cliente del Paradero – Buffet, para delimitar responsables y tiempos.
- Establecer las dimensiones de las áreas en las cuales se van a desarrollar las diferentes actividades del Paradero – Buffet, para establecer el tamaño del establecimiento.
- Definir la Macro y Micro localización del Paradero – Buffet, para justificar la ubicación.

### 5.3.2. Flujo-grama de Procesos

La elaboración del flujo-grama de procesos del Paradero – Buffet es trascendente para el Estudio Técnico, debido a que permite reconocer los procesos y sub-operaciones, tiempos, requerimientos y responsables de cada una de las actividades.

A continuación se detalla la simbología utilizada en el flujo-grama de procesos del Paradero – Buffet:

**Tabla 5.11 Simbología de Flujo-gramas**

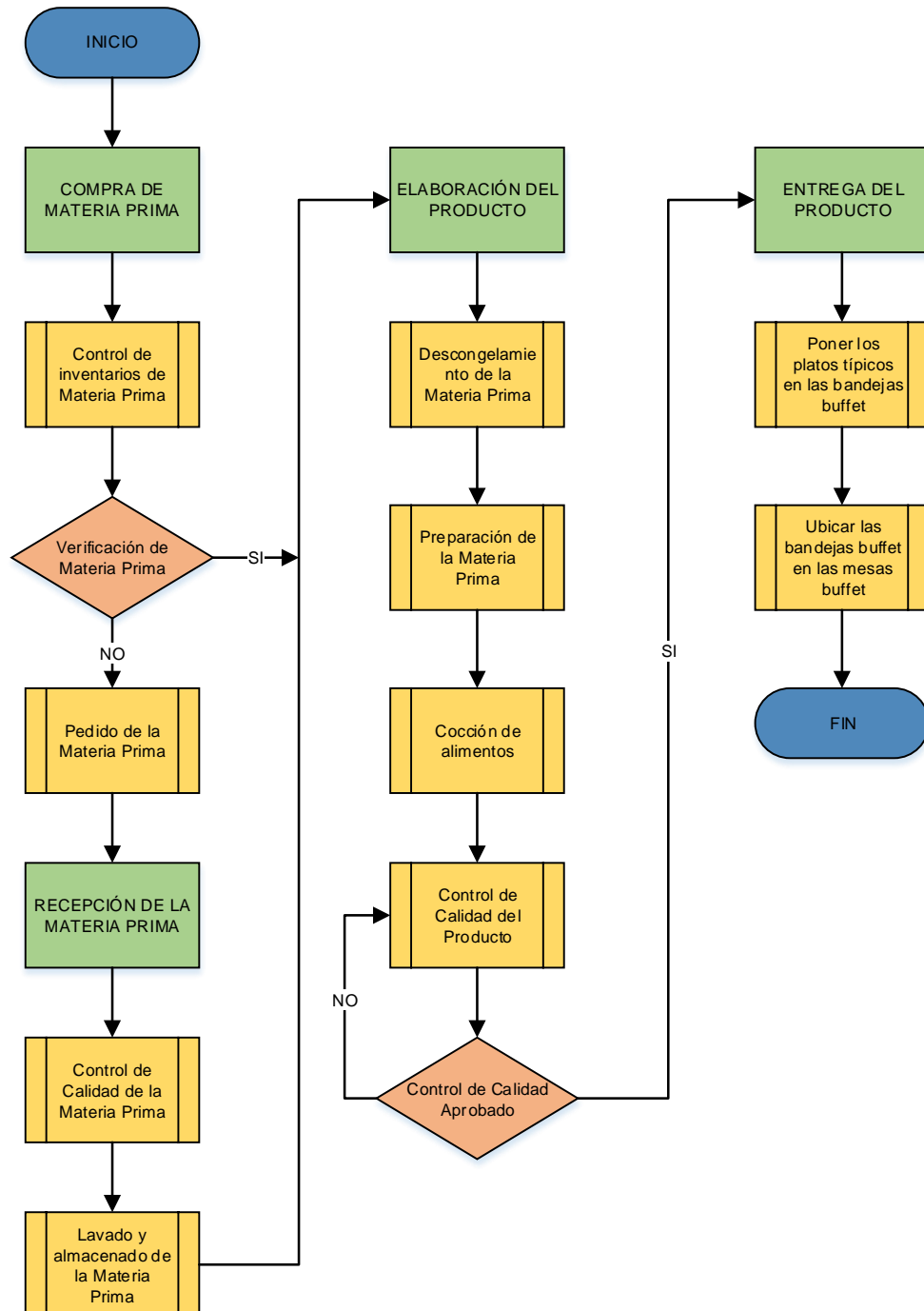
SÍMBOLO	NOMBRE	SIGNIFADO
	<b>Terminal</b>	Indica el inicio y final del diagrama de flujo.
	<b>Proceso u Operación</b>	Indica la actividad principal que se lleva a cabo dentro del diagrama de flujo.
	<b>Subproceso</b>	Indican las actividades secundarias que se realizan dentro de cada uno de los procesos principales.
	<b>Decisión</b>	Indica las alternativas que puede tener el proceso.
	<b>Líneas de conexión</b>	Conectan las diferentes actividades y la secuencia que siguen cada una de ellas.

Fuente: Vera, 1995

Elaborado por: Romero Damián

### 5.3.2.1. Flujo-grama de la elaboración de platos típicos

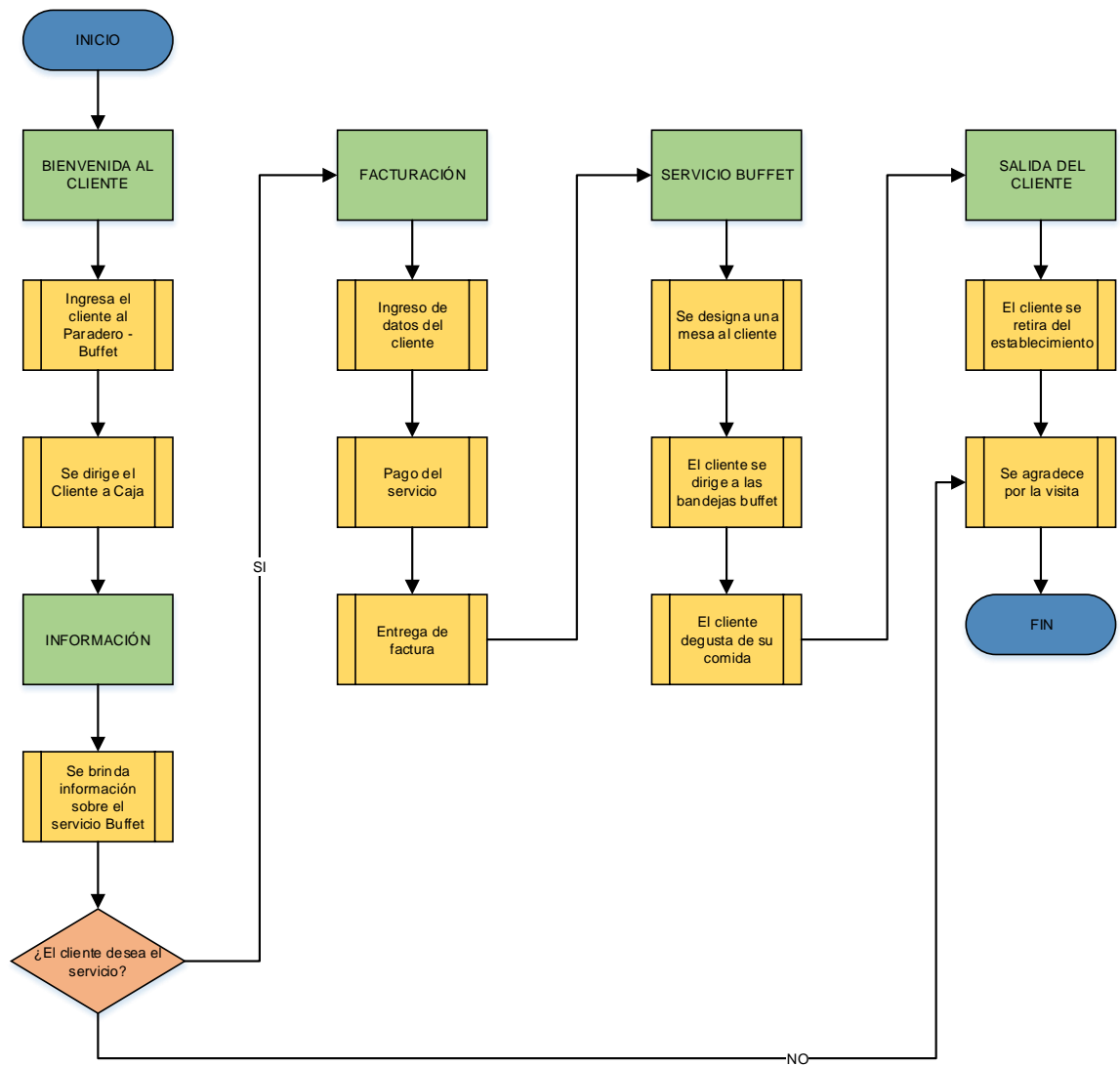
Gráfico 5.20 Flujo-grama de elaboración de platos típicos



Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

### 5.3.2.2. Flujo-grama del servicio al cliente

Gráfico 5.21 Flujo-grama de servicio al cliente



Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

Tabla 5.12 Tiempos y responsables de la elaboración de platos

N°	PROCESOS Y SUBPROCESOS	TIEMPO	RESPONSABLES
1.	<b>Compra de Materia Prima</b>	10 min	Jefe de Producción y Ventas
1.1.	Control de Inventarios de Materia Prima	3 min	Ayudante de cocina
1.2.	Verificación de Materia Prima	2 min	Ayudante de cocina
1.3.	Pedido de la Materia Prima	5 min	Jefe de Producción y Ventas
2.	<b>Recepción de la Materia Prima</b>	15 min	Jefe de Producción y Ventas
2.1.	Control de Calidad de la Materia Prima	5 min	Ayudante de cocina y Cocineros
2.2.	Lavado y almacenamiento de la Materia Prima	10 min	Ayudante de cocina
3.	<b>Elaboración del Producto</b>	45 min	Cocineros
3.1.	Descongelamiento de la Materia Prima	5 min	Ayudante de cocina
3.2.	Preparación de la Materia Prima	6 min	Ayudante de cocina y Cocineros
3.3.	Cocción de alimentos	30 min	Cocineros
3.4.	Control de Calidad del Producto	2 min	Cocineros
3.5.	Control de Calidad Aprobado	2 min	Cocineros
4.	<b>Entrega del Producto</b>	10 min	Cocineros
4.1.	Poner los platos típicos en las bandejas buffet	5 min	Ayudante de cocina
4.2.	Ubicar las bandejas buffet en las mesas buffet	5 min	Meseros
<b>TOTAL</b>		<b>80 min</b>	

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

Tabla 5.13 Tiempos y responsables del servicio al cliente

N°	PROCESOS Y SUBPROCESOS	TIEMPO	RESPONSABLES
1.	<b>Bienvenida al Cliente</b>	3 min	Meseros
1.1.	Ingresar el cliente al Paradero - Buffet	2 min	Meseros
1.3.	Se dirige el Cliente a Caja	1 min	Meseros
2.	<b>Información</b>	3 min	Cajera
2.1.	Se brinda información sobre el servicio buffet	2 min	Cajera
2.2.	¿El cliente desea el servicio?	1 min	Cliente
3.	<b>Facturación</b>	5 min	Cajera
3.1.	Ingreso de datos del cliente al sistema	3 min	Cajera
3.2.	Pago del Servicio	1 min	Cliente
3.3.	Entrega de la factura	1 min	Cajera
4.	<b>Servicio Buffet</b>	33 min	Meseros
4.1.	Se designa una mesa al cliente	2 min	Meseros
4.2.	El cliente se dirige a las bandejas buffet	1 min	Cliente
4.3.	El cliente degusta de su comida	30 min	Cliente
5.	<b>Salida del Cliente</b>	2 min	Meseros
5.1.	El cliente se retira del establecimiento	1 min	Cliente
5.2.	Se agradece por la visita	1 min	Meseros
<b>TOTAL</b>		<b>46 min</b>	

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

### 5.3.3. Tamaño

Cuando se habla del tamaño de un proyecto, se va a enfocar específicamente en su capacidad de producción, durante el periodo de tiempo en el cual se ha definido el tiempo de vida del mismo. Esta capacidad se la debe visualizar en unidades o número de usuarios del servicio. (Díaz, 2009). El tamaño del Paradero – Buffet es para 90 personas, esto se debe al número de mesas y sillas que se van a utilizar.

**Tabla 5.14 Costos de construcción**

Costos del Establecimiento			
Descripción	m <sup>2</sup>	Precio por m <sup>2</sup>	Costo Total
Local	210	\$ 110,00	\$ 23.100,00
Parqueadero y áreas verdes	130	\$ 45,00	\$ 5.850,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 28.950,00</b>

Fuente: CAMICON, 2015

Elaborado por: Romero Damián

**Tabla 5.15 Requerimientos atención al cliente**

N°	PROCESOS	REQUERIMIENTOS	Cantidades		Costo Unitario	Costo Total
1.	Bienvenida al Cliente	Sillas de espera	1	Unidades	\$ 165,00	\$ 165,00
2.	Información	Counter de atención	1	Unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
		Silla de oficina	1	Unidad	\$ 39,99	\$ 39,99
3.	Facturación	Computador Dell	1	Unidad	\$ 450,00	\$ 450,00
		Impresora	1	Unidad	\$ 320,00	\$ 320,00
4.	Servicio Buffet	Mesas y sillas	10	Unidades	\$ 250,00	\$ 2.500,00
		Cucharas soperas	20	docenas	\$ 11,97	\$ 239,40
		Cuchara de helado	20	docenas	\$ 9,59	\$ 191,80
		Tenedores entradas	20	docenas	\$ 10,44	\$ 208,80
		Cucharas tinto	20	docenas	\$ 8,67	\$ 173,40
		Cuchillos	20	docenas	\$ 18,95	\$ 379,00
		Pinza multiuso 9 pulg.	15	Unidades	\$ 3,42	\$ 51,30
		Cucharon profesional 8 onz.	15	Unidades	\$ 4,87	\$ 73,05
		Vasos cristal liso 11 onz.	240	Unidades	\$ 0,73	\$ 175,20
		Copa helado	240	Unidades	\$ 1,79	\$ 429,60
		Plato cuadrado llano 27 x 27 cm.	240	Unidades	\$ 3,34	\$ 801,60
		Sopero 14 cm.	20	docenas	\$ 38,08	\$ 761,60
		Cevichero 10 cm	20	docenas	\$ 20,94	\$ 418,80
		Taza apilable	20	docenas	\$ 20,40	\$ 408,00
Copa helado	240	Unidades	\$ 1,79	\$ 429,60		
5.	Salida del Cliente	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 8.366,14</b>

Fuente: Almacenes Montero & Mercado Libre, 2015

Elaborado por: Romero Damián

Tabla 5.16 Requerimientos elaboración platos típicos

N°	PROCESOS	REQUERIMIENTOS	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
1.	Compra de Materia Prima	Computador Dell	1	\$ 450,00	\$ 450,00
		Teléfono Panasonic doble base	1	\$ 64,99	\$ 64,99
2.	Recepción de la Materia Prima	Balanza industrial 100kg	1	\$ 100,00	\$ 100,00
		Refrigerador indurama 370 ltrs.	1	\$ 824,00	\$ 824,00
		Congelador Horizontal 400 ltrs	1	\$ 919,00	\$ 919,00
3.	Elaboración del Producto	Mesa	1	\$ 300,00	\$ 300,00
		Caldero Recortado 50cm.	4	\$ 134,84	\$ 539,36
		Caldero Bordeado 40 cm.	3	\$ 39,91	\$ 119,73
		Tamalera industrial 38 cm.	2	\$ 52,25	\$ 104,50
		Tabla de picar	3	\$ 26,99	\$ 80,97
		Bow l profundo 8 ltrs.	1	\$ 14,71	\$ 14,71
		Bow l abierto para mezclar 28,4 ltrs.	1	\$ 31,26	\$ 31,26
		Colador tipo bow l 12,3 ltrs.	2	\$ 11,73	\$ 23,46
		Exprimidor cítricos	1	\$ 40,00	\$ 40,00
		Licuadaora frapeadora comercial	1	\$ 106,99	\$ 106,99
		Espumadera profesional	5	\$ 9,96	\$ 49,80
		Cucharon profesional	5	\$ 7,52	\$ 37,60
		Olla de presión 10 ltrs.	1	\$ 62,03	\$ 62,03
		Pinza multiuso 16 pulg.	8	\$ 5,65	\$ 45,20
		Hervidor de leche	1	\$ 15,99	\$ 15,99
		Cuchillo profesional 13 in	2	\$ 17,14	\$ 34,28
		Cuchillo profesional 10 in	2	\$ 15,27	\$ 30,54
		Cuchillo carnicero 7 in	2	\$ 32,42	\$ 64,84
		Hachuela	2	\$ 20,69	\$ 41,38
		Set de cuchillos 6 piezas	1	\$ 80,35	\$ 80,35
		Olla arrocera	1	\$ 34,47	\$ 34,47
		Paellera 45 cm.	1	\$ 66,74	\$ 66,74
		Sartén wok	2	\$ 33,20	\$ 66,40
		Cuchareta profesional 13 pulg.	5	\$ 1,87	\$ 9,35
		Sartén teflón 28 cm.	2	\$ 10,99	\$ 21,98
		Sartén Milano 20 cm.	2	\$ 4,92	\$ 9,84
		Cocina industrial 8 quemadores	1	\$ 800,00	\$ 800,00
		Set rectangular pyrex	1	\$ 19,95	\$ 19,95
		Bandeja con parrilla	2	\$ 14,65	\$ 29,30
		Fuente rectangular	2	\$ 16,46	\$ 32,92
		Microondas 23 ltrs.	1	\$ 142,19	\$ 142,19
		Cafetera eléctrica 100 tazas	1	\$ 195,34	\$ 195,34
4.	Entrega del Producto	Chafing dish	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
		Ollas Soperas eléctricas	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
		Mesas para Buffet	1	\$ 300,00	\$ 300,00
		Coche recolector de vajilla	4	\$ 176,02	\$ 704,08
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 8.613,54</b>

Fuente: Almacenes Montero &amp; Mercado Libre, 2015

Elaborado por: Romero Damián

Estos son los requerimientos (Anexo VII) necesarios para el cumplimiento exitoso de los procesos establecidos anteriormente, además a través del costo de los mismos, se obtiene la inversión inicial del negocio.

### 5.3.4. Localización de la planta

#### 5.3.4.1. Macro – localización

Gráfico 5.22 Macro – localización



Fuente: Google Maps, 2015  
Elaborado por: Romero Damián

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Ambato
- **Parroquia:** Juan Benigno Vela

El Paradero – Buffet se va a ubicar en el Cantón Ambato específicamente en la parroquia rural Juan Benigno Vela, por ser una ciudad comercial existe una gran demanda gastronómica, además de ser una zona de tránsito a otras ciudades vecinas y entrada a la Costa ecuatoriana. Por este motivo un restaurante diferente va a atraer a varios comensales locales, nacionales y extranjeros.

### 5.3.4.2. Micro – localización

Gráfico 5.23 Micro – localización



Fuente: Google Maps, 2015  
Elaborado por: Romero Damián

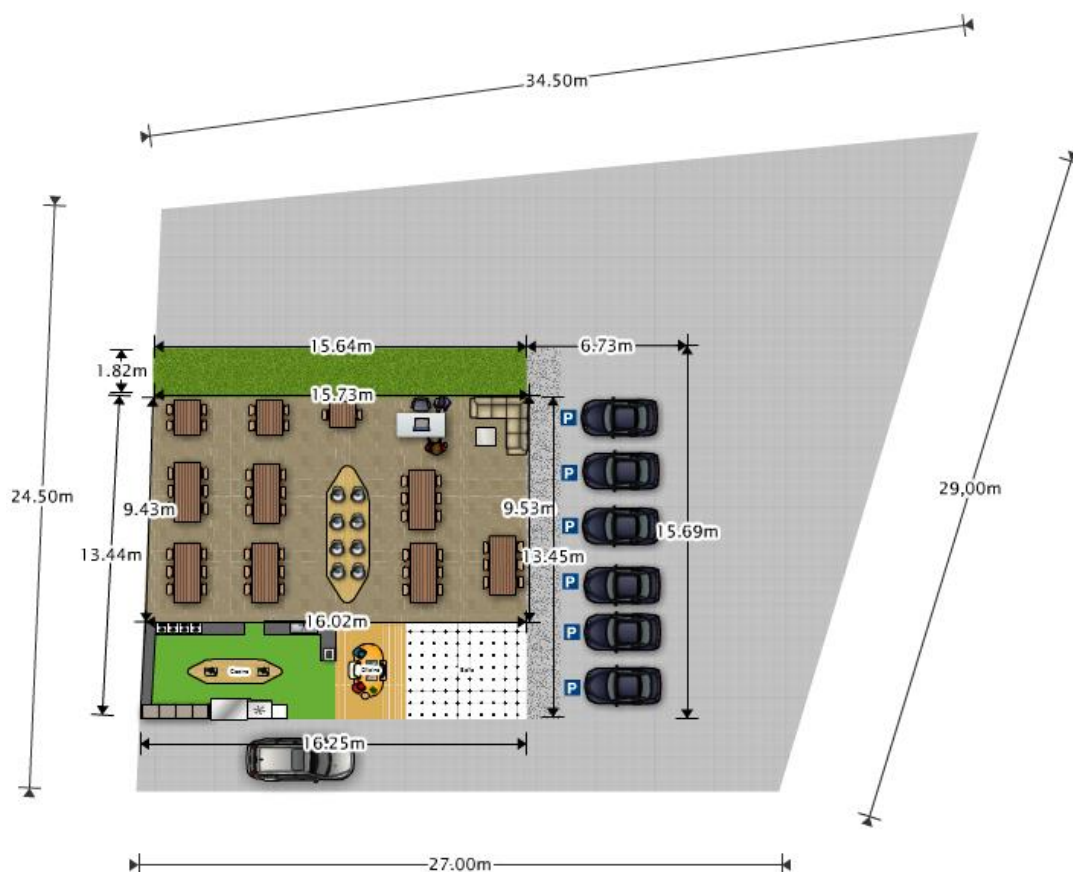
- **Parroquia:** Juan Benigno Vela (Km.8 vía Guaranda)

Juan Benigno Vela es una parroquia rural del Cantón Ambato ubicada al sur occidente de la ciudad, y es una vía principal para el ingreso a Guaranda. Por lo tanto existe un buen acceso vial al lugar destinado para el Paradero – Buffet y también cuenta con los servicios básicos para el desarrollo normal de las actividades. El establecimiento se encuentra en el km. 8 de la vía a Guaranda.

### 5.3.5. Implantación

En el terreno en el cual se va a establecer el Paradero – Buffet cuenta con una superficie de 777,60 m<sup>2</sup>. La capacidad instalada del local es de 210 m<sup>2</sup> de construcción, los mismo que se dividen para los baños (20,10 m<sup>2</sup>), la oficina (10 m<sup>2</sup>), la cocina (30 m<sup>2</sup>) y para el área de consumo del producto (149,90 m<sup>2</sup>). Los parqueaderos y áreas verdes utilizan 130 m<sup>2</sup>, según el siguiente detalle:

Gráfico 5.24 Implantación del local



Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

Existe la posibilidad de expansión del local a futuro, dado la disponibilidad física del terreno.

## **5.4. Estudio Económico – Financiero**

Mediante este estudio se establece un panorama económico al cual va a estar administrado el Paradero – Buffet, debido a que se va a establecer las inversiones, capital de trabajo, fuentes de financiamiento, gastos y ganancias inherentes del negocio. Este estudio permite demostrar que el proyecto es viable y factible con los recursos que se cuenta. Es necesario incluir datos que se han obtenido en los estudios anteriores de este proyecto de investigación.

### **5.4.1. Objetivos**

#### **5.4.1.1. General**

- Conocer la viabilidad económica y financiera del Paradero – Buffet, para la puesta en marcha del proyecto.

#### **5.4.1.2. Específicos**

- Establecer la inversión inicial del Paradero – Buffet, para determinar el financiamiento de esta.
- Identificar las fuentes de financiamiento, para costear los requerimientos que no se han cubierto.
- Utilizar indicadores económicos, para precisar la factibilidad del proyecto.

### 5.4.2. Inversión Inicial

Para conocer los costos iniciales que necesita el Paradero – Buffet, es indispensable tomar en cuenta los requerimientos y los costos de la construcción del establecimiento. Cabe exteriorizar lo que Baca (2013) sostiene sobre la inversión inicial: “Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa con excepción del capital de trabajo” (p. 175).

**Tabla 5.17 Inversión Inicial**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
Requerimientos	\$ 16.979,68
Construcción	\$ 28.950,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 45.929,68</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

Para obtener el total de los requerimientos es necesario sumar los valores de los procesos de elaboración del producto (\$8.613,54) y servicio al cliente (\$8.366,14).

### 5.4.3. Capital de Trabajo

Es el conjunto de costos adicionales a la inversión inicial, imprescindibles para el inicio de las actividades en el Paradero – Buffet, como son los rubros de materia prima, insumos, salarios, servicios básicos, arriendos, amortizaciones e intereses. En contabilidad también se lo conoce como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes (Flórez, 2010).

Cabe mencionar que para el cálculo de los insumos se utilizó el 5% de los ingresos, este porcentaje se alcanzó a partir de una observación de costos y se utilizó la misma metodología para la materia prima (12%), además el incremento de cada uno de los rubros para los posteriores años, fue de acuerdo a la tasa de inflación (4,14%) que el INEC genera para el mes de agosto del año 2015. (INEC, 2015). Con excepción de la amortización y los intereses del endeudamiento.

**Tabla 5.18 Capital de Trabajo**

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Insumos</b>	\$ 301,55	\$ 3.618,54	\$ 3.768,35	\$ 3.924,36	\$ 4.086,83	\$ 4.256,02
<b>Materia prima</b>	\$ 723,71	\$ 8.684,50	\$ 9.044,04	\$ 9.418,46	\$ 9.808,39	\$ 10.214,45
<b>Salarios</b>	\$ 2.516,25	\$ 30.195,03	\$ 31.445,10	\$ 32.746,93	\$ 34.102,65	\$ 35.514,50
<b>Servicios básicos</b>	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 624,84	\$ 650,71	\$ 677,65	\$ 705,70
<b>Arriendos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Amortización</b>	\$ 666,67	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
<b>Intereses</b>	\$ 287,64	\$ 3.451,67	\$ 2.691,67	\$ 1.931,67	\$ 1.171,67	\$ 411,67
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.545,81</b>	<b>\$ 54.549,74</b>	<b>\$ 55.574,00</b>	<b>\$ 56.672,13</b>	<b>\$ 57.847,18</b>	<b>\$ 59.102,35</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

El rol de pago se realiza en base a 6 de los 10 trabajadores del Paradero – Buffet, debido que para los primeros cinco años no se espera contar con la participación del Jefe administrativo – financiero, Jefe de producción y ventas, Secretaria y un cocinero. Es oportuno mencionar que a excepción del Gerente y Cajero, los 4 trabajadores restantes tiene trabajo a medio tiempo. El rol de pago consta del sueldo y cada uno de los beneficios de ley, excepto de generando el salario total que recibe el trabajador. Este monto forma parte del capital de trabajo.

Tabla 5.19 Rol de Pagos

CARGO	PERSONAS	SUELDO	APORTE PERSONAL	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	HORAS EXTRAS	SALARIO	
										MENSUAL	ANUAL
Gerente	1	\$ 380,00	\$ 35,91	\$ 42,37	\$ 380,00	\$ 354,00	\$ 190,00	\$ 31,65	\$ -	\$ 566,93	\$ 6.803,21
Cajero/a	1	\$ 354,00	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 177,00	\$ 29,49	\$ -	\$ 530,16	\$ 6.361,95
Ayudante de Cocina	1	\$ 230,00	\$ 21,74	\$ 25,65	\$ 230,00	\$ 354,00	\$ 115,00	\$ 19,16	\$ -	\$ 354,79	\$ 4.257,47
Cocinero/a	1	\$ 230,00	\$ 21,74	\$ 25,65	\$ 230,00	\$ 354,00	\$ 115,00	\$ 19,16	\$ -	\$ 354,79	\$ 4.257,47
Mesero	1	\$ 230,00	\$ 21,74	\$ 25,65	\$ 230,00	\$ 354,00	\$ 115,00	\$ 19,16	\$ -	\$ 354,79	\$ 4.257,47
Mesero	1	\$ 230,00	\$ 21,74	\$ 25,65	\$ 230,00	\$ 354,00	\$ 115,00	\$ 19,16	\$ -	\$ 354,79	\$ 4.257,47
	<b>6</b>	<b>\$ 1.654,00</b>	<b>\$ 156,30</b>	<b>\$ 184,42</b>	<b>\$ 1.654,00</b>	<b>\$ 2.124,00</b>	<b>\$ 827,00</b>	<b>\$ 137,78</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2.516,25</b>	<b>\$ 30.195,03</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

#### 5.4.4. Financiamiento

El monto a financiar es de \$100.479,42 este valor es necesario para dar inicio a las actividades y funcionamiento del Paradero – Buffet durante el primer año, razón por la cual se debe acceder a un crédito por el 39,81% del monto a financiar, debido a que se cuenta con el 60,19% de este monto con recursos propios.

Tabla 5.20 Monto a Financiar

MONTO A FINANCIAR	
Inversión Inicial	\$ 45.929,68
Capital de Trabajo	\$ 54.549,74
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 100.479,42</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

Tabla 5.21 Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Monto a Financiar	100%	\$ 100.479,42
Fuente Propia	60,19%	\$ 60.479,42
Fuente Externa	39,81%	\$ 40.000,00

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

Para conseguir todos los recursos indispensables para la empresa, será necesario acceder a un financiamiento externo (\$40.000,00) por parte de la CFN (Corporación Nacional Financiera), a una tasa de 9,50% anual durante cinco años y amortizable cada

30 días sobresaldos. A continuación se detalla los valores de la amortización anual. Y en el Anexo VI, se adjunta la tabla de amortización.

**Tabla 5.22 Amortización anual**

Amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Cuota Fija</b>	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
<b>Intereses</b>	\$ 3.451,67	\$ 2.691,67	\$ 1.931,67	\$ 1.171,67	\$ 411,67
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.451,67</b>	<b>\$ 10.691,67</b>	<b>\$ 9.931,67</b>	<b>\$ 9.171,67</b>	<b>\$ 8.411,67</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

#### 5.4.5. Flujo Neto de Fondos

“Diferencia matemática entre los ingresos en efectivo de la empresa y sus egresos en efectivo en cada periodo” (Lawrence, 2003, p. 104). Es un formato contable que permite establecer las utilidades de la empresa, evidentemente se debe disminuir la participación de los trabajadores que es el 15% y el 22% de impuesto a la renta, que acorde al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en su Art. 24 literal a, se reduce tres puntos porcentuales del impuesto a la renta, por ser el Paradero – Buffet una entidad que maneja la figura de persona natural (Asamblea Nacional, 2010).

Los ingresos se obtienen del total de platos semanales que se estiman vender (177), esta valor se lo obtuvo del estudio de mercado. Para conseguir el monto en dólares se multiplicó por el costo del ingreso al establecimiento, es decir \$8,50 (valor mínimo aceptado en la encuesta). La proyección de estas cifras se realizó acorde a la tasa que se obtuvo a partir del uso del método de promedios ponderados de las ventas de Juan Benigno Vela (5,41%).

Tabla 5.23 Flujo Neto de Fondos

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>						
Ventas		\$ 72.370,84	\$ 76.286,11	\$ 80.413,18	\$ 84.763,54	\$ 89.349,25
<b>Egresos</b>		\$ 54.549,74	\$ 55.574,00	\$ 56.672,13	\$ 57.847,18	\$ 59.102,35
<b>Costos variables</b>		\$ 16.354,71	\$ 16.128,90	\$ 15.925,20	\$ 15.744,53	\$ 15.587,85
Insumos		\$ 3.618,54	\$ 3.768,35	\$ 3.924,36	\$ 4.086,83	\$ 4.256,02
Materia prima		\$ 8.684,50	\$ 9.044,04	\$ 9.418,46	\$ 9.808,39	\$ 10.214,45
Servicios básicos		\$ 600,00	\$ 624,84	\$ 650,71	\$ 677,65	\$ 705,70
Intereses		\$ 3.451,67	\$ 2.691,67	\$ 1.931,67	\$ 1.171,67	\$ 411,67
<b>Costos fijos</b>		\$ 38.195,03	\$ 39.445,10	\$ 40.746,93	\$ 42.102,65	\$ 43.514,50
Amortización Deuda		\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Salarios		\$ 30.195,03	\$ 31.445,10	\$ 32.746,93	\$ 34.102,65	\$ 35.514,50
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		\$ 17.821,11	\$ 20.712,11	\$ 23.741,06	\$ 26.916,36	\$ 30.246,90
Participación Trabajadores 15%		\$ 2.673,17	\$ 3.106,82	\$ 3.561,16	\$ 4.037,45	\$ 4.537,03
<b>BASE IMPONIBLE</b>		\$ 15.147,94	\$ 17.605,29	\$ 20.179,90	\$ 22.878,90	\$ 25.709,86
Impuesto 22%		\$ 3.332,55	\$ 3.873,16	\$ 4.439,58	\$ 5.033,36	\$ 5.656,17
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>		\$ 11.815,39	\$ 13.732,13	\$ 15.740,32	\$ 17.845,55	\$ 20.053,69
<b>RENTABILIDAD / VENTAS</b>		16,33%	18,00%	19,57%	21,05%	22,44%

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

#### 5.4.6. Punto de Equilibrio

Se lo conoce como punto crítico porque es un instrumento que define cuántos platos debe vender el Paradero – Buffet para que no pierda ni obtengan ganancias. Es una herramienta que establece el momento que la empresa cubre sus costos de producción y genera beneficios económicos dentro de un periodo de tiempo (Arias, 2009).

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla 5.24 Punto de Equilibrio

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Punto de Equilibrio</b>	=	\$ 38.195,03	\$ 39.445,10	\$ 40.746,93	\$ 42.102,65	\$ 43.514,50
		\$ 16.354,71	\$ 16.128,90	\$ 15.925,20	\$ 15.744,53	\$ 15.587,85
		\$ 72.370,84	\$ 76.286,11	\$ 80.413,18	\$ 84.763,54	\$ 89.349,25
<b>Punto de Equilibrio</b>	=	\$ 49.346,61	\$ 50.020,82	\$ 50.809,31	\$ 51.707,05	\$ 52.710,33

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

### 5.4.7. Balance General Inicial

El presente balance contiene datos solo de inversión inicial, debido a como su nombre lo indica se lo elabora al inicio de las actividades del Paradero – Buffet.

**Tabla 5.25 Balance Inicial**

BALANCE INICIAL PARADERO - BUFFET				
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>	
<b>CORRIENTE</b>	<b>\$ 12.303,04</b>		<b>CORTO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Caja	\$ -		Proveedores	\$ -
Bancos	\$ -		Impuestos por pagar	\$ -
Inventarios	\$ 12.303,04		Obligaciones laborales	\$ -
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 45.929,68</b>		<b>LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Terrenos	\$ -		Préstamo a largo plazo	\$ -
Edificios	\$ 28.950,00		Inerés Préstamo	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 15.694,69			
Equipos de Cómputo	\$ 1.284,99		<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 58.232,72</b>
			Capital Social	\$ 58.232,72
			Utilidad del Ejercicio	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 58.232,72</b>		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 58.232,72</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

### 5.4.8. Estado de Resultados

Este balance financiero indica pérdidas o beneficios económicos dentro de un periodo de tiempo (Méndez, 2010). La particularidad de este estado financiero se centra en su elaboración al final del año de actividades de la empresa y se toma en cuenta todos los gastos operativos y no operativos, la participación de los trabajadores y el pago del impuesto a la renta. “Calcula la utilidad neta y flujos netos de efectivos del proyecto” (Baca, 2013, p. 182).

Tabla 5.26 Estado de Resultados

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas al Contado	\$ 72.370,84	\$ 76.286,11	\$ 80.413,18	\$ 84.763,54	\$ 89.349,25
<b>EGRESOS</b>					
Costo de Ventas	\$ 12.303,04	\$ 12.812,39	\$ 13.342,82	\$ 13.895,22	\$ 14.470,48
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 60.067,80</b>	<b>\$ 63.473,72</b>	<b>\$ 67.070,36</b>	<b>\$ 70.868,32</b>	<b>\$ 74.878,77</b>
<b>GASTOS</b>					
Gastos Operativos	\$ 30.795,03	\$ 32.069,94	\$ 33.397,64	\$ 34.780,30	\$ 36.220,20
Gastos No Operativos	\$ 11.451,67	\$ 10.691,67	\$ 9.931,67	\$ 9.171,67	\$ 8.411,67
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 17.821,11</b>	<b>\$ 20.712,11</b>	<b>\$ 23.741,06</b>	<b>\$ 26.916,36</b>	<b>\$ 30.246,90</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 2.673,17	\$ 3.106,82	\$ 3.561,16	\$ 4.037,45	\$ 4.537,03
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3.332,55	\$ 3.873,16	\$ 4.439,58	\$ 5.033,36	\$ 5.656,17
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 11.815,39</b>	<b>\$ 13.732,13</b>	<b>\$ 15.740,32</b>	<b>\$ 17.845,55</b>	<b>\$ 20.053,69</b>

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

#### 5.4.9. VAN (Valor Actual Neto)

Es un indicador económico que permite conocer la viabilidad del proyecto, señala cuanto se obtiene ganancias sobre la rentabilidad y el retorno de la inversión (Sapag, 2011). La tasa pasiva actual es de 4,98% y el riesgo país (EMBI) es de 12,84%, cifras emitidas por el Banco Central del Ecuador hasta septiembre del año en curso. Para el cálculo del TMAR (Tasa máxima de aversión al riesgo) se detalla la siguiente fórmula:

$$TMAR = Tasa Pasiva + Riesgo país + (Tasa pasiva * Riesgo país)$$

Tabla 5.27 Cálculo de la TMAR

Tasa Pasiva	4,98%
Riesgo País	12,84%
<b>TMAR</b>	<b>18,46%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2015  
Elaborado por: Romero Damián

Tabla 5.28 Cálculo del VAN

	1	2	3	4	5
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos de Efectivo	\$ 9.974,21	\$ 9.785,85	\$ 9.469,01	\$ 9.062,57	\$ 8.596,98
Suma de Flujos de Efectivo	\$ 46.888,63				
Inversión Inicial	\$ 45.929,68				
VAN	\$ 958,95				

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

El resultado obtenido en el VAN indica que la sumatoria total de los flujos de efectivo son mayores a la inversión inicial, es decir que se posee un resultado positivo después de recuperar la inversión, generando valor económico para el Paradero – Buffet, por lo que según la regla de decisión es factible el proyecto.

#### 5.4.10. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Se lo utiliza como un segundo criterio económico para evaluar el proyecto, mide la rentabilidad a través de un porcentaje siendo esta tasa la cual va a convertir al VAN en cero (Sapag, 2011).

Tabla 5.29 Cálculo de la TIR

Inversión	\$ (45.929,68)
Año 1	\$ 11.815,39
Año 2	\$ 13.732,13
Año 3	\$ 15.740,32
Año 4	\$ 17.845,55
Año 5	\$ 20.053,69
TIR	19%

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

Según el resultado obtenido, se deduce que el porcentaje con que se recuperará en el tiempo la inversión inicial en juego, será del 19%, cifra superior a la TMAR, que anula el riesgo y vuelve atractivo invertir en este proyecto.

### 5.4.11. Análisis Costo – Beneficio

Se lo considera como un tercer indicador de rentabilidad para evaluar un proyecto, para obtener este valor es necesario calcular el VAN de los ingresos y el VAN de los egresos, posteriormente se dividen y se alcanza la cifra C/B (Méndez, 2012)

**Tabla 5.30 VAN Ingresos**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VAN de Ingresos</b>	\$ 61.093,36	\$ 54.363,34	\$ 48.374,70	\$ 43.045,77	\$ 38.303,87
<b>Sumatoria Total</b>	\$ 245.181,05				
<b>Inversión Inicial</b>	\$ 45.929,68				
<b>TOTAL</b>	\$ 199.251,37				

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

**Tabla 5.31 VAN Egresos**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VAN de Egresos</b>	\$ 46.049,30	\$ 39.603,39	\$ 34.092,63	\$ 29.376,74	\$ 25.337,08
<b>Sumatoria Total</b>	\$ 174.459,14				
<b>Inversión Inicial</b>	\$ 45.929,68				
<b>TOTAL</b>	\$ 128.529,46				

Fuente: Propia

Elaborado por: Romero Damián

<b>Costo / Beneficio</b>	\$ 1,55
--------------------------	---------

El resultado del costo beneficio nos indica que por cada dólar que se invierte se obtendrá una utilidad, esto significa que el dólar invertido se recuperó y se gana 0,55 centavos adicionales por cada uno.

#### 5.4.12. Payback Period

El periodo de recuperación define el tiempo en el cual retornará la inversión que se realizó en el proyecto. No se considera el valor del dinero en el tiempo, solo se utiliza los flujos netos de efectivo (Baca, 2013). La inversión inicial que se realiza en el Paradero – Buffet, se recuperará a los 3 años, 3 meses y 5 días, siendo un panorama optimista para la factibilidad del proyecto.

**Tabla 5.32 Payback Period**

	Inversión	Flujo	Saldo
<b>Año 0</b>	\$ 45.929,68	0	\$ 45.929,68
<b>Año 1</b>	\$ 45.929,68	\$ 11.815,39	\$ 34.114,29
<b>Año 2</b>	\$ 34.114,29	\$ 13.732,13	\$ 20.382,16
<b>Año 3</b>	\$ 20.382,16	\$ 15.740,32	\$ 4.641,83
<b>Año 4</b>	\$ 4.641,83	\$ 17.845,55	\$ (13.203,71)
<b>Año 5</b>	\$ (13.203,71)	\$ 20.053,69	\$ (33.257,40)

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

#### 5.4.13. Análisis de Sensibilidad

Es un procedimiento por el cual se conoce la sensibilidad del producto que se va a ofrecer. Generalmente este análisis se lo realiza para determinar el grado de afectación por los cambios en las variables económicas y definir si el producto es sensible o insensible a los mismos (Baca, 2013). Se pueden examinar tres panoramas:

- **Pesimista.-** Es un panorama extremo en el cual se producen cambios económicos negativos significantes los mismos que influyen en la sensibilidad del producto.

- **Optimista.-** Es una perspectiva positiva del escenario económico del proyecto, debido a que los cambios en las variables son beneficiosas para el producto.
- **Normal.-** Este escenario es el actual en el que se trabaja, con indicadores económicos actuales y reales.

A continuación se detalla los cambios que se realizaron en el presente proyecto para obtener los escenarios pesimista y optimista. Para el pesimista se modificó el porcentaje de incremento de ventas, es decir no creció (0%) a partir del año 2, además se duplicó la tasa de inflación anual (8,28%) incrementando los egresos. Para el optimista la tasa de crecimiento de las ventas se duplicó (10,82%) y la tasa de inflación anual se redujo a la mitad (2,07%).

**Tabla 5.33 Análisis de Sensibilidad**

	VAN	TIR	Punto de Equilibrio	Payback
<b>Escenario Pesimista</b>	\$ (19.916,12)	-7%	\$ 52.867,75	5 Años 9 Meses 14 Días
<b>Escenario Normal</b>	\$ 958,95	19%	\$ 50.020,82	3 Años 3 Meses 5 Días
<b>Escenario Optimista</b>	\$ 69.991,77	33%	\$ 48.390,48	2 Años 9 Meses 8 Días

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Romero Damián

El proyecto es sensible porque al disminuir el crecimiento de ventas y aumentar la inflación, se obtiene un VAN y una TIR negativos, lo que significa que no es factible ejecutar el proyecto. Adicionalmente al calcular el payback period se obtiene como resultado que recién se recuperara la inversión inicial a los 5 años, 9 meses y 14 días, es decir posterior a la culminación total del proyecto, lo que no le vuelve atractivo para invertir en este escenario.

En el caso de los escenarios normal y optimista obteniendo resultados positivos en todos los indicadores, así como la recuperación de la inversión dentro del plazo del proyecto, significa que de presentarse cualquiera de estos escenarios el proyecto será rentable para el inversionista.

Por lo tanto luego de analizar los tres escenarios, es necesario indicar que en caso de caer en el pesimista se deberá de inmediato hacer correctivos sobre una mejora en ingresos y paralelamente la optimización de los gastos, así se contrarrestará la sensibilidad que este escenario presenta.

#### **5.4.14. Matiz de Impacto Ambiental**

La creación de proyectos en su mayoría conlleva impactos ambientales, ya sean significativos o mínimos, por este motivo se debe evaluar la trascendencia que puede tener las actividades de la empresa en el medio ambiente. Para Borderías & Muguruza (2014), “Los sistemas ambientales son el resultado de la interacción e interdependencia de un conjunto de elementos, que configuran un todo con entidad propia” (p.21). Esa interacción que se produce con el medio ambiente debe ser controlada y a su vez elaborar alternativas que contrarresten los efectos producidos por las actividades del Paradero – Buffet.

El análisis del impacto ambiental del Paradero – Buffet se lo realizó a través de una matriz de Leopold la misma que tiene como variables a las acciones / actividades y los componentes ambientales. Los resultados obtenidos señalaron que se puede afectar al medio ambiente debido a los siguientes problemas:

- Niveles de Ruido y Vibraciones
- Calidad agua superficial / Subterránea
- Erosión / Erodabilidad
- Afectación de hábitats
- Calidad de suelo por presencia de desechos

Para minimizar estos efectos en el medio ambiente se elaboró un plan de contingencia para contrarrestar los mismos.

Tabla 5.34 Matriz de Impacto Ambiental

ACTIVIDADES - ACCIONES		COMPONENTES AMBIENTALES																
		AIRE		AGUA		SUELO			FLORA		FAUNA		SOCIAL					
		Calidad de aire / Emisiones	Niveles de Ruido y Vibraciones	Calidad agua superficial / Subterránea	Calidad agua de mar	Erosión / erodabilidad	Afectación de hábitats	Calidad de suelo por presencia de desechos	Flora Terrestre	Flora acuática	Fauna terrestre	Fauna acuática	Número de visitantes	Calidad Visual y paisaje	Generación de empleo	Infraestructura / servicio público	Satisfacción al cliente	Calidad de vida de población
Servicios Turísticos	Consumo de productos locales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	1,8	2,0
	Afluencia de Clientes	0,0	-1,0	-0,4	0,0	-0,4	-1,0	-1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0
	Intercambio Cultura	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	2,0	0,8
Alojamiento	Demanda y consumo de agua potable	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0
	Eliminación de aguas residuales	0,0	0,0	1,0	0,0	1,0	1,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Crecimiento de demanda de servicios turísticos	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0
Movilización y Traslados	Generación de Desechos sólidos	0,6	0,0	0,0	0,0	-1,4	-0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0
	Evidencia de fogatas en sitios de visita	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0
Infraestructura local	Incremento de comercio	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	1,8	0,8
	Incremento de demanda de energía eléctrica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0
	Capacidad de carga turística	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,4
<b>Magnitud Total del Impacto sobre el Componente Ambiental respectivo</b>		0,6	0,0	0,8	0,0	-0,6	-0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,2	0,0	14,0	4,0
<b>Valoración de Impactos Positivos</b>		1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	3	0	10	4
<b>Valoración Impactos Negativos</b>		0	1	1	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Propia  
Elaborado por: Romero Damián

Mediante el presente plan se pretende solucionar los problemas provocados por las actividades del Paradero – Buffet, y a su vez comprometer a todos los clientes internos y externos con el cuidado del medio ambiente.

**Tabla 5.35 Plan de contingencia**

Actividades	Problema	Medidas Correctivas	Responsable	Tiempo
<b>Construcción de la infraestructura del local</b> <b>Eliminación de desechos sólidos</b>	Niveles de Ruido y Vibraciones	Planificación de horarios de construcción , para no afectar las actividades de los habitantes de la zona	Gerencia	Anual
	Calidad agua superficial / Subterránea	Reciclar los aceites utilizados en tanque, para no botarlos por el fregadero	Ayudantes de cocina	Semanal
	Erosión / erodabilidad	Devolver áreas verdes en la zona de la construcción	Gerencia Clientes Internos	Semestral
	Afectación de hábitats			
	Calidad de suelo por presencia de desechos	Supervisar y controlar la clasificación de los desechos para reciclarlos y evitar su contaminación	Meseros	Semanal

**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Romero Damián

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones:

- El Paradero – Buffet de comida típica de la región Sierra es un establecimiento diferente y atractivo para los clientes, debido al servicio que se va a ofrecer. Ubicado en la parroquia Juan Benigno Vela del Cantón Ambato, es una nueva opción gastronómica para las personas que degustan platos típicos fuera de casa.
- El estudio de mercado realizado determinó que existe una demanda insatisfecha alta, la misma que el Paradero – Buffet puede cubrir. De acuerdo a la encuesta elaborada se conoce que hay gran aceptación 94%, siendo atractiva la implementación y puesta en marcha del proyecto.
- La determinación de una estructura formal de la empresa permite conocer las actividades y responsables de las mismas, definiendo el número de colaboradores de la organización (10).
- El estudio administrativo – legal, establece cada uno de los permisos de funcionamiento que la empresa debe obtener para un correcto inicio de actividades.

- El estudio técnico es imprescindible para el proyecto porque se elabora los flujogramas de la empresa, definiendo tiempos y responsables de las actividades, también se conoce la localización y el costo de la inversión inicial debido a la construcción del local y los requerimientos.
- Económica y Financieramente el proyecto es viable, cabe mencionar que los resultados que se alcanzaron gracias a los indicadores económicos como el VAN, TIR y PAYBACK PERIOD son positivos, siendo factible para los inversionistas.

## **6.2. Recomendaciones:**

- La implementación del Paradero – Buffet es una idea innovadora por lo que se recomienda mantener la idea original del servicio a ofrecer, porque va a ser el aspecto diferenciador de la empresa.
- La aceptación, la demanda creciente y la demanda insatisfecha futura que existe son indicadores de que hay plaza para que el Paradero – Buffet pueda posicionarse en el mercado, se recomienda actualizar periódicamente el plan de marketing, desarrollando estrategias de fidelización de los clientes y atracción de potenciales consumidores.

- Al empezar las actividades de la empresa se recomienda solo iniciar con 6 trabajadores, porque no se contarán con los recursos económicos suficientes para cubrir este requisito, por lo que es necesario contar con personas proactivas para cada uno de los puestos.
- Se recomienda tener en orden todos los permisos de funcionamiento para no tener problemas a futuro, ni pago de multas y sanciones.
- La implementación del local se debe acoger a las medidas establecidas en el estudio técnico al inicio de sus actividades, debido a los costos de construcción. A futuro se puede considerar la ampliación del mismo, gracias a que el tamaño del terreno ofrece facilidades para realizarlo.
- El escenario en el que se va a implementar la empresa, es normal, pero cabe mencionar que las variables económicas cambian, por eso se deben elaborar planes de contingencia para contrarrestar los mismos, de tal manera que no afecten a los productos, ya que podría en un caso extremo volverse sensible.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andrade Rendón, Juan Marcelo. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería temática el Mundo del Cine en la ciudad de Ambato, que brinde una nueva alternativa de servicio. Disertación (Ingeniero Comercial, Mención Marketing) - Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Administración de Empresas.
- Aragón, Marina. Inmaculada., Bonnelly, Ricart. Rafael., & Castañeda, Cardenas. Claudia. (2011). Innovación en la investigación de mercados. México: Alfaomega Grupo Editor.
- Arias Anaya, Rosa María del Consuelo. (2009). Análisis e interpretación de los estados financieros. Mexico, D.F., México: Trillas.
- Armstrong, Gary & Kotler, Philip. (2013). Fundamentos de marketing. México, D.F., México: Pearson Educación.
- Asamblea Nacional (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>
- Baca Urbina, Gabriel. (2013). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2015). Indicadores Económicos. Recuperado de: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Borderías, María & Muguruza, Carmen. (2014). Evaluación Ambiental. Madrid: España. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Cámara de la industria de la construcción. (2015). Revista construcción N° 239.

Recuperado de: <http://www.camicon.ec/index.php/revista-digital-construccion>

Congreso Nacional. (2015). Código de Trabajo. Recuperado de:

<http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/codigo-de-trabajo-actualizado/>

Congreso Nacional. (2000). Ley orgánica de defensoría del consumidor. Recuperado

de: <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/95.pdf>

Córdoba, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá,

Colombia: Ecoe Ediciones

De la Torre Pérez, Joaquín Arturo. (2002). Evaluación de proyectos de inversión.

México, D.F.: Pearson Educación.

Díaz, Flor Nancy. (2009). Proyectos: formulación y criterios de evaluación. Bogotá,

Colombia: Alfaomega.

Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos Ambato. (2015). Requisitos obtención

permiso de funcionamiento. Recuperado de:

<http://bomberosmunicipalesambato.com/pagina.php?id=3&id1=5&submenuheader=0>

Eyssautier de la Mora, Maurice. (2006). Investigación de mercados: enfoques,

sistemas, información, procesos y proyectos. México, D.F.: Trillas.

Fernández Valiñas, Ricardo. (2009). Segmentación de mercados. México, D.F.,

México: McGraw-Hill.

- Fernández, G., Mayagoitia, V., & Quintero, A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Flórez Uribe, Juan Antonio. (2010). *Proyectos de inversión para las PYMES: creación de empresas*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Hair, Joseph F. (2010). *Investigación de mercados: en un ambiente de información digital*. México, D.F., México: McGraw-Hill.
- INEC. (2015). Índice de Precios al Consumidor. Recuperado de: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionAgosto2015/Presentacion\\_IPC\\_agosto\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionAgosto2015/Presentacion_IPC_agosto_2015.pdf)
- INEC. (2015). Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020. Recuperado de: [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=329&Itemid=328&lang=es](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=329&Itemid=328&lang=es)
- Jácome Gavilánez, Ana Elizabeth. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación del patio de comidas "El festín de la abuela" ubicado en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi. Disertación (Ingeniera Comercial con mención en Administración de la Productividad) - Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Administración de Empresas.*
- Lawrence J, Gitman. (2003). *Principios de Administración Financiera*. México, D.F., México: Pearson Educación.
- Luna, R., & Chaves, D. (2012). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*.

Malhotra, Naresh K. (2004). Investigación de mercados: un enfoque aplicado. México, D.F., México: Pearson Educación.

Méndez Lozano, Rafael Armando. (2010). Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores. Bogotá, Colombia: Icontec.

Méndez Lozano, Rafael Armando. (2012). Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores. Bogotá, Colombia: EVAPROYECT.

Mercado Libre Ecuador. 2015. Recuperado de: <http://www.mercadolibre.com.ec/>

Ministerio de Salud Pública. (2013). Reglamento de Registro y Control sanitario de alimentos procesados. Recuperado de: <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-Acuerdo-No.-00004871.pdf>

Ministerio de Turismo. (2012). Ecuador culinario: saberes y sabores. Recuperado de: <http://issuu.com/direcdigital/docs/gastronimiaiii>

Ministerio de Turismo. (2013). Guía gastronómica de Tungurahua. Recuperado de: <http://issuu.com/direcdigital/docs/guiagastronomicag?e=6994270/1109543>

Ministerio del Ambiente Ecuador. (2015). Sistema único de Información Ambiental. Recuperado de: <http://regularizacion-control.ambiente.gob.ec/suia-iii/prevencion/registroProyecto/verProyecto.jsf#no-back-button>

Morales Castro, Arturo. (2009). Proyectos de inversión: evaluación y formulación. México, D.F.: Mc Graw Hill.

- Municipio de Ambato. (2015). Ordenanzas Municipales. Recuperado de:  
<http://gadmatic.ambato.gob.ec/infoambato/ordenanzas.php>
- Noboa, Gustavo. (2012). Decreto Ejecutivo 3253, Registro Oficial N° 696:  
Reglamento de buenas prácticas para alimentos procesados. Recuperado de:  
<http://www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/rbpm.pdf>
- Plazas, Rojas. Fabio. (2011). Investigación de mercados: un enfoque gerencial.  
Colombia: Ediciones de la U.
- Prieto, Herrera. Jorge. Eliecer. (2009). Investigación de mercados. Colombia: Ecoe  
Ediciones.
- Proaño, Diego. (2013). Las cifras del empleo en 2013. El Heraldó. Recuperado de:  
<http://www.elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2013-06-06&seccion=Editoriales&noticia=27404>
- Reyes Espín, María Elena. (2009). Estudio de factibilidad para la creación de una  
heladería en la ciudad de Patate, provincia de Tungurahua. Monografía  
(Tecnólogo en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas) - Pontificia  
Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Administración de Empresas.
- Roteta Martín, Ana Jackelin. (2012). El costo en la mesa buffet. Cuba: Editorial  
Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo Sevilla.
- Salinas, José; Gándara, Javier & Alonso, Araceli. (2013). Empresa e iniciativa  
emprendedora. España: McGraw-Hill Interamericana.
- Sandhusen, Richard L. (2006). Mercadotecnia. México, D.F., México: Continental.

Sapag Chain, Nassir. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México, D.F., México: Person Educación.

Sapag Chain, Nassir. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Chile: Pearson Educación.

Schermerhorn, John R. (2013). *Administración*. México D.F, México: Limusa Wiley.

Schnarch Kirberg, Alejandro. (2010). *Marketing para emprendedores*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Servicio de Rentas Internas. (2015). *Clasificador Internacional Industrial Único*. Recuperado de: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Silva, Efraín. (2008). *Estudiar la factibilidad de creación de un restaurante moderno especializado en comida casera en la ciudad de Quito, mediante el uso de herramientas de investigación y administración, para evaluar los resultados y tomar decisiones adecuadas*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Vera Smith, Fernando. (1995). *Diagramas de flujo*. México D.F, México: Trillas.

## ANEXOS

### Anexo I - Encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA



Encuestas para conocer la factibilidad de la creación de un Paradero – Buffet de comida típica de la región Sierra en la provincia de Tungurahua, en la parroquia Juan Benigno Vela del cantón Ambato.

**Objetivo:** Conocer la demanda actual, para determinar la demanda insatisfecha.

**Dirigido a:** Hombres y mujeres de entre 25 a 54 años de edad que habitan en la zona urbana del cantón Ambato.

**Tiempo estimado:** 3 minutos

### Cuestionario

1. Seleccione su rango de edad

25 – 29	
30 – 34	
35 – 39	
40 – 44	
45 – 49	
50 – 54	

2. ¿Conoce usted qué es un buffet?

Si	
No	

3. ¿Degusta de la comida típica de la región Sierra?

Siempre	
A veces	
Nunca	

4. ¿Conoce algún restaurante tipo buffet de comida típica en la Provincia de Tungurahua?

Si	
No	

5. ¿Con qué frecuencia sale a degustar de comida típica fuera de casa?

Una vez a la semana	
Dos veces a la semana	
Más de tres veces a la semana	
Una vez al mes	
Cada dos meses	
Otra	

6. ¿Estaría de acuerdo se implemente un paradero de paso estilo buffet de comida típica en la parroquia Juan Benigno Vela?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Desacuerdo	

7. Ponderando de 5 (mayor gusto) a 1 (menor gusto) ¿Qué platos típicos de la región Sierra le agrada?

Homado	
Fritada	
Caldo de 31	

Caldo de Gallina	
Yahuarlocro	
Llapingachos	
Mote con chicarrón	
Chugchucaras	

8. ¿Qué rangos de precio estaría usted dispuesto a pagar por el ingreso al Paradero - Buffet?

De \$8,50 a \$10,00	
De \$10,01 a \$11,50	
De \$11,51 a \$13,00	
Más de \$13,00	

9. ¿Cuánto paga usted por un solo plato típico actualmente?


De \$3,00 a \$5,00	
De \$5,01 a \$7,00	
Más \$7,00	

10. ¿Cree usted necesario que en el Paradero – Buffet se implementen otros servicios como?  
Pondere de 5 (más importante) a 1 (menos importante)

Parqueadero propio	
WiFi gratis	
Seguridad privada	
Juegos infantiles	
Sala de espera	

**Gracias por su colaboración.**

## Anexo II – Formulario de Preinscripción del RUC

		<b>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS</b>
		<b>DOCUMENTO DE PREINSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES</b>
<p>Mediante el presente documento de carácter <u>informativo</u>, el Servicio de Rentas Internas avala que se ha efectuado satisfactoriamente el registro y envío de la información previa a su inscripción e inicio de actividades en el Registro Único de Contribuyentes. Debe Usted acercarse a la oficina del SRI más cercana con los requisitos necesarios para terminar y certificar su proceso de inscripción en el RUC</p>		
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>		
Origen		ECUATORIANO
Pais		ECUADOR
Cédula		1803862018
Nombre	ROMERO ARROBA DAMIAN ALEJANDRO	
Fecha de nacimiento		04/10/1992
Fecha de inicio de actividades		15/07/2015
Patrimonio		15000
-----		
<b>INFORMACIÓN DE SU DOMICILIO</b>		
Provincia		TUNGURAHUA
Cantón		AMBATO
Parroquia		HUACHI CHICO
Calle		PASAJE A
Número		13
Intersección		PEREZ PAZMIÑO
Referencia		ESTADIO LA MAGDALENA
Teléfono		032586529
Correo electrónico		dami_ghetto13@hotmail.com
-----		
<b>INFORMACIÓN DE SU COLEGIO PROFESIONAL</b>		
Profesión		ADMINISTRADOR
-----		
<b>INFORMACIÓN DE SUS ESTABLECIMIENTOS</b>		
Tipo de establecimiento		MATRIZ
Fecha de inicio de actividades		15/07/2015
Provincia		TUNGURAHUA
Cantón		AMBATO
Parroquia		HUACHI CHICO
Calle		PASAJE A
Número		13
Intersección		PEREZ PAZMIÑO
Referencia		ESTADIO LA MAGDALENA
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>		
Telefono domicilio		032586529

Fuente: SRI, 2015  
Elaborado por: SRI, 2015

## Anexo III – Formulario de Patente Municipal

DETERMINACIÓN DE BASE IMPONIBLE PARA PATENTES		DETERMINACIÓN DEL IMPUESTO 1,5 POR MIL SOBRE ACTIVOS TOTALES		
TOTAL ACTIVO	AMBATO	CONSOLIDADO NACIONAL	TOTAL ACTIVOS	
TOTAL PASIVO			TOTAL PASIVO CORRIENTE	
PATRIMONIO (Total Activo - Total Pasivo)			BASE IMPONIBLE (Total Activos - Pasivo corriente)	
<b>NOTA:</b> Las personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad, sólo deben llenar el casillero de Patrimonio.			<b>1,5 POR MIL (0,0915)- Impuesto Causado</b>	
Adjuntar obligatoriamente los estados financieros certificados y presentados a los organismos de control.				
CUADRO DISTRIBUTIVO DE INGRESOS				
Sólo para Compañías y Personas Naturales que mantengan Sucursales				
Cantón	Ingreso Bruto Anual	%	Base Imponible	Impuesto Causado
Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad declaro que toda la información contenida en éste formulario es verídica y correcta. Me someto a las penas que establece la Ley por ocultamiento o falsedad de información.				
Me comprometo a comunicar al GAD, Municipalidad de Ambato, cualquier cambio de actividad, suspensión momentánea o Cierre del Negocio.				
El Declarante:	Recibido por:	Revisado por:	Autorizado para Emisión:	
Fecha Declarada:	Fecha de Recepción:	Fecha de Revisión:		
El Plazo para el pago según Ordenanza de Patentes y la Ley del 1,5 por mil sobre los Activos Totales será 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la Renta.				
<b>OBSERVACIONES:</b>				
DIF: <input type="checkbox"/>	RISE: <input type="checkbox"/>	IVA: <input type="checkbox"/>	MEDIO AMBIENTE: <input type="checkbox"/>	
USO DE SUELO: <input type="checkbox"/>	RÓTULO: <input type="checkbox"/>	TURISMO: <input type="checkbox"/>	PERMISO GARAJE: <input type="checkbox"/>	
En caso de tener pedido propio realizar croquis al reverso.				

Fuente: Municipio de Ambato, 2015

## Anexo IV – Declaración de Actividad Económica



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO**  
**MUNICIPALIDAD DE AMBATO**



**CÓDIGO: GADMA-102**  
**0045200**  
VALOR  
**ESD: 1.00**

**DECLARACIÓN INICIAL ACTIVIDAD ECONÓMICA PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS**

**PARA USO INSTITUCIONAL**

No. CIU: \_\_\_\_\_ REG: \_\_\_\_\_ FLOW: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN QUE DEBE LLENAR EL CONTRIBUYENTE**

- DATOS GENERALES:**  
Razón Social (nombres y apellidos): \_\_\_\_\_  
Nombre Comercial: \_\_\_\_\_  
Cédula Identidad: \_\_\_\_\_ RUC: \_\_\_\_\_ Fecha inicio: \_\_\_\_\_  
Nombre del Representante legal (persona jurídica): \_\_\_\_\_
- DIRECCIÓN DE LA EMPRESA Y/O NEGOCIO:**  
Calle (s) N°: \_\_\_\_\_  
Parroquia: \_\_\_\_\_ Referencia: \_\_\_\_\_  
Teléfonos: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ e mail: \_\_\_\_\_
- DIRECCIÓN DOMICILIARIA DEL PROPIETARIO DEL NEGOCIO O REPRESENTANTE LEGAL:**  
Calle (s) N°: \_\_\_\_\_  
Parroquia: \_\_\_\_\_ Referencia: \_\_\_\_\_  
Teléfonos: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ e mail: \_\_\_\_\_
- ACTIVIDAD ECONÓMICA:**  
Principal: \_\_\_\_\_ Secundaria: \_\_\_\_\_

**DECLARACIÓN PATRIMONIAL DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA**

DESCRIPCIÓN DE BIENES QUE POSEE PARA EL NEGOCIO	
ACTIVOS	VALOR ESTIMADO
Caja - Bancos	
Mercadería	
Muebles y Enseres	
Maquinaria y Equipo	
Herramientas	
Vehículos	
Edificios	
Terrenos	
Otros	
<b>* TOTAL ACTIVOS</b>	
<b>* (-) TOTAL PASIVOS</b>	
<b>* (=) PATRIMONIO</b>	

\*Nota: Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y las personas jurídicas, solo deben llenar los casilleros marcados con asterisco (\*), con datos que serán tomados del Balance de Situación Inicial del negocio o empresa.

Calificación Artesanal _____ N° _____	Productos Adicionales <input type="checkbox"/>
Rótulo SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Medio Ambiente <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/>
D. Imp. Renta <input type="checkbox"/> Rise <input type="checkbox"/>	Imp. Valor Agregado <input type="checkbox"/> Uso de Suelo <input type="checkbox"/>

En caso de tener Predio propio realizar Croquis al reverso

**DECLARACIÓN:** Declaro que todos los datos son verificables y correctos. Me comprometo comunicar cualquier cambio de actividad, suspensión momentánea o cierre de negocio. Me someto a las sanciones que establecen las leyes pertinentes.

Contribuyente \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_ Recibido por \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

El plazo para el pago de Patentes y 1,5 por mil será 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del Impuesto a la Renta.

Fuente: Municipio de Ambato, 2015

## Anexo V – Certificado Ambiental



Ministerio  
del Ambiente

### CERTIFICADO AMBIENTAL

COORDINACIÓN GENERAL ZONAL - ZONA 3 (TUNGURAHUA, PASTAZA, COTOPAXI Y CHIMBORAZO) - DIRECCIÓN PROVINCIAL DE

La COORDINACIÓN GENERAL ZONAL - ZONA 3 (TUNGURAHUA, PASTAZA, COTOPAXI Y CHIMBORAZO) - DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TUNGURAHUA, en cumplimiento a las disposiciones contenidas en la Constitución de la República del Ecuador, la normativa ambiental aplicable y los requerimientos previstos para esta categoría:

#### CERTIFICA QUE EL PROYECTO, OBRA O ACTIVIDAD:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARADERO BUFFET

Se encuentra registrado con el No. MAE-SUIA-RA-CGZ3-DPAT-2015-391, debiendo aplicar durante todas las fases de su actividad la Guía de Buenas Prácticas Ambientales emitida por el Ministerio del Ambiente del Ecuador, la misma que debe ser descargada de la página del SUIA de forma obligatoria.

#### DETALLES DEL PROYECTO, OBRA O ACTIVIDAD:

##### Datos Técnicos

###### Actividad:

CONSTRUCCIÓN Y/O OPERACIÓN DE RESTAURANTES, LOCALES PARA SERVICIO DE ALIMENTACIÓN MENOR O IGUAL A 100 PERSONAS

###### Ubicación Geográfica

###### Dirección:

Parroquia Juan Benigno Vela Km 8 - Vía a Guaranda

Provincia	Cantón	Parroquia
TUNGURAHUA	AMBATO	JUAN BENIGNO VELA

##### Datos Administrativos

Nombre del representante legal:	ROMERO ARROBA DAMIAN ALEJANDRO
Email:	ligiamar_aroba@hotmail.com
Teléfono:	032588529
Código del proyecto:	MAE-RA-2015-208377
Dirección:	Av. Manuelita Sáenz Sector El Tropezón

El presente Certificado Ambiental no es de carácter obligatorio, siendo importante la aplicación de las buenas prácticas ambientales en el desarrollo de su actividad.

Atentamente,

PAOLA MAGDALENA CARRERA UBIDIA  
SUBSECRETARIO DE CALIDAD AMBIENTAL

Yo, ROMERO ARROBA DAMIAN ALEJANDRO con cédula de identidad 1803862018 declaro bajo juramento que la información que consta en el presente certificado es de mi absoluta responsabilidad. En caso de forzar, falsificar, modificar, alterar o introducir cualquier corrección al presente documento, asumo tácitamente las responsabilidades y sanciones determinadas por la ley.

Atentamente,

Sr.ROMERO ARROBA DAMIAN ALEJANDRO (Firma)

Dado en TUNGURAHUA, el 17 de julio del 2015  
MINISTERIO DEL AMBIENTE

Calle Madrid 1199 y Andalucía  
Quito - Ecuador  
Código Postal: 170109  
Teléfonos: (593 2) 3987-800  
[www.ambiente.gob.ec](http://www.ambiente.gob.ec)



1/1

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2015

## Anexo VI – Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA					
MONTO		\$ 40.000,00			
TASA		9,50%	T. EFECTIVA	9,9248%	
PLAZO		5	años		
GRACIA		0	años		
FECHA DE INICIO		01/01/2016			
MONEDA		Dólares			
AMORTIZACION CADA		30			
Número de periodos		60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		\$ 40.000,00			
1	31-ene-2016	\$ 39.333,33	\$ 316,67	\$ 666,67	\$ 983,33
2	01-mar-2016	\$ 38.666,67	\$ 311,39	\$ 666,67	\$ 978,06
3	31-mar-2016	\$ 38.000,00	\$ 306,11	\$ 666,67	\$ 972,78
4	30-abr-2016	\$ 37.333,33	\$ 300,83	\$ 666,67	\$ 967,50
5	30-may-2016	\$ 36.666,67	\$ 295,56	\$ 666,67	\$ 962,22
6	29-jun-2016	\$ 36.000,00	\$ 290,28	\$ 666,67	\$ 956,94
7	29-jul-2016	\$ 35.333,33	\$ 285,00	\$ 666,67	\$ 951,67
8	28-ago-2016	\$ 34.666,67	\$ 279,72	\$ 666,67	\$ 946,39
9	27-sep-2016	\$ 34.000,00	\$ 274,44	\$ 666,67	\$ 941,11
10	27-oct-2016	\$ 33.333,33	\$ 269,17	\$ 666,67	\$ 935,83
11	26-nov-2016	\$ 32.666,67	\$ 263,89	\$ 666,67	\$ 930,56
12	26-dic-2016	\$ 32.000,00	\$ 258,61	\$ 666,67	\$ 925,28
13	25-ene-2017	\$ 31.333,33	\$ 253,33	\$ 666,67	\$ 920,00
14	24-feb-2017	\$ 30.666,67	\$ 248,06	\$ 666,67	\$ 914,72
15	26-mar-2017	\$ 30.000,00	\$ 242,78	\$ 666,67	\$ 909,44
16	25-abr-2017	\$ 29.333,33	\$ 237,50	\$ 666,67	\$ 904,17
17	25-may-2017	\$ 28.666,67	\$ 232,22	\$ 666,67	\$ 898,89
18	24-jun-2017	\$ 28.000,00	\$ 226,94	\$ 666,67	\$ 893,61
19	24-jul-2017	\$ 27.333,33	\$ 221,67	\$ 666,67	\$ 888,33
20	23-ago-2017	\$ 26.666,67	\$ 216,39	\$ 666,67	\$ 883,06
21	22-sep-2017	\$ 26.000,00	\$ 211,11	\$ 666,67	\$ 877,78
22	22-oct-2017	\$ 25.333,33	\$ 205,83	\$ 666,67	\$ 872,50
23	21-nov-2017	\$ 24.666,67	\$ 200,56	\$ 666,67	\$ 867,22
24	21-dic-2017	\$ 24.000,00	\$ 195,28	\$ 666,67	\$ 861,94
25	20-ene-2018	\$ 23.333,33	\$ 190,00	\$ 666,67	\$ 856,67
26	19-feb-2018	\$ 22.666,67	\$ 184,72	\$ 666,67	\$ 851,39
27	21-mar-2018	\$ 22.000,00	\$ 179,44	\$ 666,67	\$ 846,11
28	20-abr-2018	\$ 21.333,33	\$ 174,17	\$ 666,67	\$ 840,83
29	20-may-2018	\$ 20.666,67	\$ 168,89	\$ 666,67	\$ 835,56
30	19-jun-2018	\$ 20.000,00	\$ 163,61	\$ 666,67	\$ 830,28
31	19-jul-2018	\$ 19.333,33	\$ 158,33	\$ 666,67	\$ 825,00
32	18-ago-2018	\$ 18.666,67	\$ 153,06	\$ 666,67	\$ 819,72
33	17-sep-2018	\$ 18.000,00	\$ 147,78	\$ 666,67	\$ 814,44
34	17-oct-2018	\$ 17.333,33	\$ 142,50	\$ 666,67	\$ 809,17
35	16-nov-2018	\$ 16.666,67	\$ 137,22	\$ 666,67	\$ 803,89
36	16-dic-2018	\$ 16.000,00	\$ 131,94	\$ 666,67	\$ 798,61
37	15-ene-2019	\$ 15.333,33	\$ 126,67	\$ 666,67	\$ 793,33
38	14-feb-2019	\$ 14.666,67	\$ 121,39	\$ 666,67	\$ 788,06
39	16-mar-2019	\$ 14.000,00	\$ 116,11	\$ 666,67	\$ 782,78
40	15-abr-2019	\$ 13.333,33	\$ 110,83	\$ 666,67	\$ 777,50
41	15-may-2019	\$ 12.666,67	\$ 105,56	\$ 666,67	\$ 772,22
42	14-jun-2019	\$ 12.000,00	\$ 100,28	\$ 666,67	\$ 766,94
43	14-jul-2019	\$ 11.333,33	\$ 95,00	\$ 666,67	\$ 761,67
44	13-ago-2019	\$ 10.666,67	\$ 89,72	\$ 666,67	\$ 756,39
45	12-sep-2019	\$ 10.000,00	\$ 84,44	\$ 666,67	\$ 751,11
46	12-oct-2019	\$ 9.333,33	\$ 79,17	\$ 666,67	\$ 745,83
47	11-nov-2019	\$ 8.666,67	\$ 73,89	\$ 666,67	\$ 740,56
48	11-dic-2019	\$ 8.000,00	\$ 68,61	\$ 666,67	\$ 735,28
49	10-ene-2020	\$ 7.333,33	\$ 63,33	\$ 666,67	\$ 730,00
50	09-feb-2020	\$ 6.666,67	\$ 58,06	\$ 666,67	\$ 724,72
51	10-mar-2020	\$ 6.000,00	\$ 52,78	\$ 666,67	\$ 719,44
52	09-abr-2020	\$ 5.333,33	\$ 47,50	\$ 666,67	\$ 714,17
53	09-may-2020	\$ 4.666,67	\$ 42,22	\$ 666,67	\$ 708,89
54	08-jun-2020	\$ 4.000,00	\$ 36,94	\$ 666,67	\$ 703,61
55	08-jul-2020	\$ 3.333,33	\$ 31,67	\$ 666,67	\$ 698,33
56	07-ago-2020	\$ 2.666,67	\$ 26,39	\$ 666,67	\$ 693,06
57	06-sep-2020	\$ 2.000,00	\$ 21,11	\$ 666,67	\$ 687,78
58	06-oct-2020	\$ 1.333,33	\$ 15,83	\$ 666,67	\$ 682,50
59	05-nov-2020	\$ 666,67	\$ 10,56	\$ 666,67	\$ 677,22
60	05-dic-2020	\$ 0,00	\$ 5,28	\$ 666,67	\$ 671,94
			\$ 9.658,33	\$ 40.000,00	\$ 49.658,33

## Anexo VII – Proforma Requerimientos



INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.  
ALMACENES MONTERO

R.U.C. : 1792144566001

**Cliente:** ROMERO ARROBA DAMIAN ALEJANDRO

**R.U.C/C.I.:** 1803862018

**Dirección:** LA MAGDALENA

**Telefono:**

**Fecha:** 9 de septiembre de 2015 6:50 p.m.

**Factura:** 011999000000094

## COTIZACIÓN

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS1001020000386	UM.EC CALDERO RECORTADO 50CM.	1	134.84	0.00	0.00	134.84
GAS1001020000380	UM.EC CALDERO BORDEADO 40CM.	1	39.91	0.00	0.00	39.91
GAS1001020000470	UM.EC TAMALERA IND. 38CM.	1	52.25	0.00	0.00	52.25
GAS0901030008642	WE.BE CAFETERA ELECTRICA COMERCIAL - 100 TAZAS D	1	195.34	0.00	0.00	195.34
GAS0901040004992	MONTE ME.SI EXPRIMIDOR DE CITRICOS COMERCIAL 18	1	222.32	0.00	0.00	222.32
GAS0901010004978	MONTE 3HPTW LICUADORA FRAPEADORA DE USO COME	1	312.49	0.00	0.00	312.49
GAS0201020004983	MONTE DA.GR CHAFING DISH EN ACERO INOXIDABLE A	1	756.38	0.00	0.00	756.38
GAS0201010000082	FLAMM COMBUSTIBLE LIQUIDO COLOR AZUL EN GALON	1	23.76	0.00	0.00	23.76
GAS0802060008956	OSTER MICROONDAS 1.0 PIES CUBICOS 23LTS. 900WAT	1	142.19	0.00	0.00	142.19
GAS0204010000800	SUNNE COCHE RECOLECTOR DE VAJILLA 3 PISOS COLOF	1	176.02	0.00	0.00	176.02
GAS0701040008992	SUNNE TABLA PICAR CELESTE 50X38CM	1	26.99	0.00	0.00	26.99
GAS0307060007812	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRADO RECTO 8LT 3	1	14.61	0.00	0.00	14.61
GAS0307060007770	WIKIN BHALA BOWL ABIERTO PARA MEZCLAR 28.4LT 30	1	31.26	0.00	0.00	31.26
GAS0307090007757	WIKIN BHALA COLADOR TIPO BOWL 12.3LT 13QT	1	11.73	0.00	0.00	11.73
GAS0307090007839	WIKIN BHALA ESPUMADERA PROFESIONAL 16CM	1	9.96	0.00	0.00	9.96
GAS0307120007702	WIKIN BHALA CUCHARON PROFESIONAL 2 CUERPOS 24	1	7.52	0.00	0.00	7.52
GAS0307250007734	WIKIN BHALA PINZA MULTIUSO 16 PULG ROJA	1	5.65	0.00	0.00	5.65
GAS0307250007741	WIKIN BHALA PINZA MULTIUSO 9 PULG AMARILLA	1	3.42	0.00	0.00	3.42
GAS1003020000413	UM.EC OLLA DE PRESION 10LT.	1	62.03	0.00	0.00	62.03
GAS1001020005340	TRAMO PARIS HERVIDOR DE LECHE CON ANTIADHEREN	1	15.99	0.00	0.00	15.99
GAS0703010005319	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA CARNE PROFESIONAL N:	1	17.14	0.00	0.00	17.14
GAS0703010002158	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA CARNE 10IN. PROFESIOI	1	15.27	0.00	0.00	15.27
GAS0703020002837	TRAMO PROFIS SET DE CUCHILLOS 6 PIEZAS PARA CHEF	1	80.35	0.00	0.00	80.35
GAS0403010002090	CATER CUCHARA SOPERA X 12un.	1	11.97	0.00	0.00	11.97
GAS0403010008941	CATER CUCHARA DE HELADO CLASSIC X 12un.	1	9.59	0.00	0.00	9.59
GAS0403050004728	CATER TENEDOR ENTRADAS X 12un.	1	10.44	0.00	0.00	10.44
GAS0403010008940	CATER CUCHARA DE TINTO CLASSIC X 12un.	1	8.67	0.00	0.00	8.67
GAS0802010000514	UM.EC OLLA ARROCERA	1	34.47	0.00	0.00	34.47
GAS0403020004726	CATER CUCHILLO DE CARNE X 12un.	1	18.95	0.00	0.00	18.95
GAS0601040005419	UM.EC SET DE FUENTE RECTANGULAR PYREX 3pz.	1	19.95	0.00	0.00	19.95
GAS0301010000542	UM.EC BANDEJA CON PARRILLA ACERO INOXIDABLE 33x	1	14.65	0.00	0.00	14.65

GAS0301010005283	TRAMO BRASI FUENTE RECTANGULAR HONDA TEFLON 4	1	16.46	0.00	0.00	16.46
GAS0703010002149	TRAMO CENTU CUCHILLO CARNICERO 7IN. - FORMADO I	1	32.42	0.00	0.00	32.42
GAS0701020002670	TRAMO MASTE HACHUELA BLANCA	1	20.69	0.00	0.00	20.69
BEL0604060002664	MONTE INSUP GUANTE LATEX SMALL 10 UNI	1	1.10	0.00	0.00	1.10
GAS1005020005336	TRAMO NAPOL SARTEN WOK ANTIADHERENTE SIN TAPA	1	33.20	0.00	0.00	33.20
GAS1005020005310	TRAMO MADRI PAELLERA DE TEFLON PROFESIONAL 45C	1	66.74	0.00	0.00	66.74
GAS0307120007814	WIKIN BHALA CUCHARETA PROFESIONAL 13 PULG	1	1.87	0.00	0.00	1.87
GAS0307120007701	WIKIN BHALA CUCHARON PROFESIONAL 8 OZ AZUL	1	4.78	0.00	0.00	4.78
GAS1005020000437	UM.EC PALAD SARTEN TEFLON PALADIUM 28CM.	1	10.99	0.00	0.00	10.99
GAS1005020000464	UM.EC SARTEN TEFLON MILANO 20CM.	1	4.92	0.00	0.00	4.92
GAS0602030004575	CRIST VASO AV LISO LEXINGTON WHI 11OZ.	1	0.73	0.00	0.00	0.73
GAS0601030002673	CRIST COPA AV LISA PARA MALTEADAS 9.5OZ.	1	1.79	0.00	0.00	1.79
GAS1101050003406	BO.RO PLATO CUADRADO LLANO PARMA 27x27CM.	1	3.34	0.00	0.00	3.34
GAS1101020004707	BO.RO PERFO CEVICHERA ENSALADERA 14CM. x 6UNI	1	19.04	0.00	0.00	19.04
GAS1101020000678	BO.RO PERFO CEVICHERO DULCERO 10CM. x 6UNI	1	10.47	0.00	0.00	10.47
GAS1101060004158	BO.RO PERFO TAZA APILABLE 28CL. x 6UNI	1	17.34	0.00	0.00	17.34
GAS1101060004159	BO.RO PERFO TAZA APILABLE 8CL. x 6UNI	1	10.20	0.00	0.00	10.20
GAS1101060003400	BO.RO PERFO PLATO BASE PARA TAZAS 22/28 DE 15CM.	1	12.04	0.00	0.00	12.04

Estimado Cliente: usted recibirá su factura electrónica a su email  
dami\_ghetto13@hotmail.com cualquier novedad contactarse a facturacion@montero.ec

**SUBTOTAL** : 2,754.09  
**DESCUENTO** : 0.00  
**TARIFA 0%** : 0.00  
**TARIFA 12%** : 2,754.09  
**I.V.A. 12%** : 330.49  
**TOTAL** : **0.00**

3084,58