



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

## **TÍTULO DEL PROYECTO**

**“DISEÑO DE LINEAMIENTOS PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE  
ALMUERZOS EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**

**AUTORES:**

**MASQUIZA BARRERA MARTHA LUCÍA**

**BURGOS SILVA NORMA EMPERATRIZ**

**MILAGRO, JULIO DE 2012**

**ECUADOR**

## CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

### CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Diseño de Lineamientos para la creación de una Empresa dedicada a la elaboración y distribución de Almuerzos en la ciudad de Milagro”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría - CPA**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por las Egresadas:

Masaquiza Barrera Martha Lucía

C.I. 0924886690

Burgos Silva Norma Emperatriz

C.I. 0927158188

**TUTOR**

.....  
Lic. Manuel E. Suasnabas Sánchez

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 31 días del mes de Julio del 2012.

.....  
Masaquiza Barrera Martha Lucía  
C.I 0924886690

.....  
Burgos Silva Norma Emperatriz  
C.I 0927158188

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-C.P.A. otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

**MEMORIA CIENTIFICA** ( )

**DEFENSA ORAL** ( )

**TOTAL** ( )

**EQUIVALENTE** ( )

.....

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

.....

**PROFESOR DELEGADO**

.....

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres. A Dios por haberme dado salud y fortaleza a lo largo de mis estudios, a mis padres, quienes en el trayecto de mi vida y de mi carrera se han sacrificado por mí dándome todo su apoyo incondicional. Depositando su entera confianza en cada momento, sin dudar de mi capacidad. Es por eso que gracias a ellos y a su esfuerzo soy lo que soy. Los adoro con todo mi corazón porque son el soporte de mi vida.

**MASAQUIZA BARRERA MARTHALUCÍA**

## **DEDICATORIA**

A MI AMADO PADRE

Aunque hoy no este, imagino esté momento muchísimo antes de que ocurriera.

**BURGOS SILVA NORMA EMPERATRIZ**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por guiarme y darme fortaleza, permitiéndome llegar a la culminación de mi carrera universitaria. A mis padres por su amor, paciencia y apoyo incondicional. A mi compañera de tesis porque en esta armonía grupal lo hemos logrado culminar y ami tutor Lic. Manuel E. SuasnabasSánchez, por su paciencia, apoyo y conocimientos que me transmitió, y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual me abrió las puertas, que me permitió prepararme para un futuro competitivo y ser una persona de bien .

**MASAQUIZA BARRERA MARTHA LUCÍA**

## **AGRADECIMIENTO**

A DIOS, por darme la vida, iluminarme, darme fuerzas y permitirme estar donde hoy estoy, llena de alegría y gratitud junto a las personas que amo.

A mí querida madre por su ferviente amor y apoyo tanto económico como moral.

A mis maestros y compañera de proyecto, por la dedicación y esfuerzo empleado para que sea realizada esta obra.

**BURGOS SILVA NORMA EMPERATRIZ**



## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de de **“Diseño de lineamientos para la creación de una Empresa dedicada a la elaboración y distribución de Almuerzos en la ciudad de Milagro”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Julio del 2012

.....  
Masaquiza Barrera Martha Lucía  
C.I 0924886690

.....  
Burgos Silva Norma Emperatriz  
C.I 0927158188

## ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada.	i
Página de la constancia de aceptación por el tutor.	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.	iii
Certificación de la Defensa	iv
Página de dedicatoria.	v
Página de agradecimiento.	vii
Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI	ix
Índice General.	x
Índice de cuadros.	xiii
Índice de Figuras.	xvi
Resumen.	xvii
Abstract.	xviii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
1.1 Planteamiento del Problema	
1.1.1 Problematización	3
1.1.2 Delimitación del Problema	4
1.1.3 Formulación del Problema	5
1.1.4 Sistematización del problema	5
1.1.5 Determinación del tema	5
1.2 Objetivos	5
1.2.1 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivos específicos	6
1.3 Justificación	6
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO REFERENCIAL</b>	
2.1 Marco Teórico	8
2.1.1 Antecedentes históricos	8

2.1.2	Antecedentes referenciales	11
2.1.3	Fundamentación	15
2.2	Marco Legal	17
2.3	Marco Conceptual	22
2.4	Hipótesis y Variables	25
2.4.1	Hipótesis General	25
2.4.2	Hipótesis Particulares	25
2.4.3	Declaración de Variables	26
2.4.4	Operacionalización de las variables	29
<b>CAPÍTULO III</b>		
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>		
3.1	El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general	32
3.2	La población y la muestra	32
3.2.1	Características de la población	32
3.2.2	Delimitación de la población	33
3.2.3	Tipo de muestra	33
3.2.4	Tamaño de la muestra	33
3.2.5	Proceso de selección	34
3.3	Métodos y las Técnicas	34
3.3.1	Métodos Teóricos	34
3.3.2	Método Empírico	34
3.3.3	Técnicas e instrumentos	34
3.4	Procesamiento estadístico de la información	34
<b>CAPÍTULO IV</b>		
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>		
4.1	Análisis de la situación actual	36
4.2	Análisis comparativo, evolución tendencia y perspectivas	44
4.3	Resultados	44
4.4	Verificación de hipótesis	45
<b>CAPÍTULO V</b>		
<b>PROPUESTA</b>		
5.1	Tema	47
5.2	Fundamentación	47

5.3	Justificación	48
5.4	Objetivos	49
5.4.1	Objetivo General de la propuesta	49
5.4.2	Objetivos Específicos de la propuesta	50
5.5	Ubicación.	50
5.6	Factibilidad	52
5.7	Descripción de la propuesta	55
5.7.1	Actividades	55
5.7.1.1	Filosofía corporativa	55
5.7.1.2	Estructura orgánico – funcional	56
5.7.1.3	Análisis FODA y de competitividad del mercado (PORTER)	69
5.7.1.4	Estrategias de Marketing Mix	75
5.7.2	Recursos, Análisis Financiero	83
5.7.2.1	Talento Humano	83
5.7.2.2	Recursos Materiales	83
5.7.2.3	Recursos Financieros	85
5.7.3	Impacto	102
5.7.4	Cronograma	104
5.7.5	Lineamientos para evaluar la propuesta	105
	<b>CONCLUSIONES</b>	106
	<b>RECOMENDACIONES</b>	107
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	108
	<b>ANEXOS</b>	
	Anexo 1. Encuesta	
	Anexo 2. Foto del local que se alquilará	
	Anexo 3. Fotos de la encuesta	
	Anexo 4. Permisos Municipales	
	Anexo 5. Materiales para la entrega de almuerzos	
	Anexo 6. Detalles de los menús con sus respectivos ingredientes	

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1</b> Operacionalización de las variables	26
<b>Cuadro 2</b> Insatisfacción por consumo de alimentos fuera de casa	33
<b>Cuadro 3</b> La falta de alimentación afecta la salud de las personas	34
<b>Cuadro 4</b> Poca variación en los menús los clientes buscan nuevos locales	35
<b>Cuadro 5</b> La mala atención en los restaurantes causa inconformidad en los clientes	36
<b>Cuadro 6</b> La falta de higiene genera un aspecto insalubre y desconfianza	37
<b>Cuadro 7</b> El aspecto más importante al momento de consumir el almuerzo	38
<b>Cuadro 8</b> La poca agilidad del personal causa que el tiempo sea insuficiente	39
<b>Cuadro 9</b> Un servicio de entrega de almuerzos tendrá aceptación en el mercado	40
<b>Cuadro 10</b> Verificación de hipótesis	42
<b>Cuadro 11</b> Croquis donde estará ubicada la empresa	49
<b>Cuadro 12</b> Organigrama	56
<b>Cuadro 13</b> Organigrama funcional	57
<b>Cuadro 14</b> Análisis FODA y de competitividad del mercado (PORTER)	68
<b>Cuadro 15</b> Matriz FODA	69
<b>Cuadro 16</b> Análisis de las cinco fuerzas de Michel Porter	70

<b>Cuadro 17</b> Barreras de entrada (Ingreso de nuevos participantes)	71
<b>Cuadro 18</b> Amenaza de servicios sustitutivos	71
<b>Cuadro 19</b> Rivalidad de competidores actuales	72
<b>Cuadro 20</b> Poder de negociación de los compradores	72
<b>Cuadro 21</b> Poder de negociación de los proveedores	73
<b>Cuadro 22</b> Nivel de atractividad del sector comercial, según análisis de Porter	73
<b>Cuadro 23</b> Listado de sopas, cremas y caldos	76
<b>Cuadro 24</b> Listado de acompañamientos para el menú	77
<b>Cuadro 25</b> Listado de jugos para el menú	77
<b>Cuadro 26</b> Cuadro de precios	78
<b>Cuadro 27</b> Inversión de activos fijos	84
<b>Cuadro 28</b> Depreciación de los Activos Fijos	85
<b>Cuadro 29</b> Gastos de Nómina	85
<b>Cuadro 30</b> Proyección de Costos y Gastos	87
<b>Cuadro 31</b> Punto de Equilibrio	88
<b>Cuadro 32</b> Presupuesto de Ventas	92
<b>Cuadro 33</b> Inversión y Financiamiento	92

<b>Cuadro 34</b> Tabla de amortización Anual	93
<b>Cuadro 35</b> Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	93
<b>Cuadro 36</b> Estado de Flujo de Efectivo Proyectado	94
<b>Cuadro 37</b> Balance General Proyectado	95
<b>Cuadro 38</b> Razones Financieras	96
<b>Cuadro 39</b> Margen de Utilidad Neta	97
<b>Cuadro 40</b> ROA	97
<b>Cuadro 41</b> ROE	98
<b>Cuadro 42</b> Razón Corriente	98
<b>Cuadro 43</b> Fondo de Maniobra	99
<b>Cuadro 44</b> Razón de Endeudamiento	99
<b>Cuadro 45</b> Razón de Autonomía	100
<b>Cuadro 46</b> Análisis de Índices Financieros	100
<b>Cuadro 47</b> Cronograma	103

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1**

Insatisfacción por consumo de alimentos

**Figura 2**

La falta de alimentación puede afectar la salud de las personas

**Figura 3**

Poca variación en los menús los clientes buscan nuevos locales

**Figura 4**

La mala atención en los restaurantes causa inconformidad en los clientes

**Figura 5**

La falta de higiene genera un aspecto insalubre y de desconfianza

**Figura 6**

El aspecto más importante al momento de consumir el almuerzo

**Figura 7**

La poca agilidad del personal causa que el tiempo sea insuficiente

**Figura 8**

Un servicio de entrega de almuerzos tendrá aceptación en el mercado

**Figura 9**

Distribución interna de la empresa

**Figura 10**

Logotipo

**Figura 11**

Tarjeta de presentación

**Figura 12**

Volantes

**Figura 13**

Dípticos



## **RESUMEN**

La idea de este proyecto es realizar la creación de una empresa en la ciudad de Milagro dedicada a la elaboración y distribución de almuerzos a los respectivos puestos de trabajo, ya que en esta localidad no contamos con este tipo de servicios exclusivos que realicen dicha actividad, es por ello que nació la idea de establecer esta propuesta, lo cual pronostica un posicionamiento dentro de este casco empresarial, donde estos alimentos serán comercializados a precios accesibles y entrega personalizada de los mismos a los distintas empresas, comercio formal e instituciones educativas ofreciendo así un óptimo servicio, ejerciendo una amplia captación de clientes y por ende una respetable participación en este sector comercial del Cantón Milagro. Nuestra empresa contará con profesionales capacitados, con tecnología acorde a las exigencias y tendencias del medio y adoptando constante innovación de conocimientos y habilidades en nuestras áreas de aplicación. Nuestro compromiso para con los clientes será entregarles su almuerzo en su respectivo puesto laboral, ofreciéndoles alimentos de calidad con profesionalismo, seriedad y responsabilidad.

## **ABSTRACT**

The idea of this project is to create a company in the city of Milagro dedicated to the production and distribution of meals for the respective jobs, because in this town do not have this kind of amenities that make such activity, that is why the idea of establishing this proposal, which predicts a position within this business center, where these foods will be sold at affordable prices and personalized delivery thereof to the various companies, formal trade and educational institutions offering a excellent service, exercising a wide customer retention and therefore a respectable share of the commercial sector of Canton Miracle. Our company will have trained professionals with technology according to the demands and trends of the constant innovation and adoption of knowledge and skills in our areas of application. Our commitment to clients will give them their lunch in their several places of work, offering quality food with professionalism, seriousness and responsibility.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente tema analiza la problemática existente en el centro de la ciudad de Milagro, respecto al poco tiempo que tienen las personas que laboran para almorzar y la insatisfacción que sienten con la comida que se sirven en los lugares aledaños a las empresas o instituciones a las cuales prestan sus servicios.

Está dividido en los siguientes 5 capítulos:

CAPITULO I. En esta parte se ha desarrollado la problematización con sus respectivas causas y efectos, seguidamente se planteo una serie de preguntas que originaron la realización de los objetivos de investigación, además de sus justificación, donde se estableció el porqué del trabajo y cuáles serán sus beneficiarios.

CAPITULO II. Reseña histórica de la empresa objeto de estudio, seguidamente está plasmada información referente al tema planteado, formulación de hipótesis del proyecto y su respectiva declaración de variables, las mismas que fueron operacionalizadas a través de indicadores.

CAPITULO III. Se compone de los tipos de investigaciones aplicados a este trabajo, así como los métodos y técnicas que se emplearon en este trabajo investigativos. Cabe mencionar que la técnica utilizada para este trabajo fue la encuesta la misma que se la aplicó a los clientes que laboran en Empresas, Comercio Formal e Instituciones Educativas.

CAPITULO IV. Se encuentra tabulada la información obtenida del proceso de encuesta donde se puede conocer que la falta de un servicio dedicada a la distribución de almuerzos lo que causa insatisfacción e inconformidad en los empleados que laboran en las distintas Empresas, Comercio Formal, e Instituciones Educativas, motivo por el cual se propuso la creación de una empresa dedicada a este servicio.

CAPITULO V. Está enfocada a establecer una nueva alternativa de negocio en la elaboración y distribución de alimentos preparados, siguiendo lineamientos que guíen la forma de trabajo eficiente y de calidad, para satisfacer una necesidad de mercado, y cumplir con los requerimientos de los consumidores.

Mediante la utilización de herramientas estadísticas se pudo demostrar la fiabilidad de este proyecto, el cual permitió evaluar la pertinencia del mismo.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN**

La ciudad de Milagro, ubicada en la provincia del Guayas es considerada como un centro comercial, agrícola, industrial y bancario. Su crecimiento en las últimas décadas ha permitido el desarrollo de diferentes Empresas e Instituciones, Privadas, Públicas y un progreso en el comercio formal e informal, lo que ha contribuido a generar plazas de empleo y a su vez un crecimiento de la Población Económicamente Activa.

Su crecimiento poblacional ha generado que los servicios básicos como alimentación, vivienda, salud, educación, transporte, etc., sea atendidas por las autoridades locales y nacionales, de ahí que Milagro es un potencial económico de la Provincia del Guayas.

Además debemos señalar que los miles de trabajadores y empleados que laboran en las diferentes Empresas e Instituciones Educativas necesitan de una atención alimenticia garantizada y de esta manera mejorar la calidad de vida, lamentablemente en Milagro no existen locales que cuenten con un servicio de atención y entrega de alimentos en forma rápida e higiénicamente elaborados, además no cuentan con servicios de menús variados que satisfagan el gusto del cliente.

Otro aspecto importante que influye directamente en este círculo de inconformidad es la mala atención que reciben los clientes por parte de los encargados de atender

el restaurante, y falta de habilidad por complacer la voluntad de quien requiere el servicio.

Analizada esta problemática podemos decir que las personas que laboran en la ciudad de Milagro tienen una necesidad que hasta la actualidad no ha sido satisfecha en su totalidad.

**Pronóstico.**-La insatisfacción de las personas que laboran en empresas, comercio formal e instituciones educativas con respecto al consumo de alimentos “almuerzos no deseados”, se irá profundizando día a día si no se establece una solución que les permita una mejor dieta alimenticia, e incluso la insatisfacción se podría agravar con problemas de salud por trastornos alimentarios.

**Control del Pronóstico.**-Para solucionar el problema de insatisfacción en cuanto al consumo de alimentos “almuerzos no deseados”, se debe realizar un estudio a la población inmersa en el ámbito laboral para determinar posibles soluciones orientadas a apaciguar esta insatisfacción.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Sector/Comunidad:** Ciudad de Milagro

**Área:** Servicios

**Universo:** El presente estudio contempla como universo a las Empresas, Comercio Formal e Instituciones Educativas de la ciudad de Milagro.

**Tiempo:** La información a emplearse para el presente desarrollo de proyecto tendrá como máximo una antigüedad de 5 años.

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿De qué manera se podría contrarrestar la insatisfacción de las personas que laboran en empresas, comercio formal e instituciones educativas con respecto al consumo de alimentos “almuerzos no deseados”?.?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

1. ¿Cómo incide la falta de una alimentación garantizada que permita mejorar la calidad de vida en las personas que trabajan en la ciudad de Milagro?
2. ¿De qué manera incide en la población la poca variedad de menús que se expenden en la Ciudad de Milagro?
3. ¿Qué efectos causa la mala atención al cliente?
4. ¿Cuál es el impacto que genera la poca higiene en las instalaciones donde se expende servicios de alimentos?
5. ¿Cuáles son los aspectos que influyen para que las personas que laboran en empresas, comercio formal e instituciones educativas no tengan el tiempo suficiente para ingerir sus alimentos?
6. ¿De qué manera afecta la falta de un servicio de entrega de alimentos a los empleados a sus respectivos lugares de trabajo?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Estudio de mercado, orientado a la población que labora en empresas, comercio formal e instituciones educativas, para determinar la problemática de insatisfacción con respecto al consumo de alimentos no deseados.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Determinar de qué manera se podría contrarrestar la insatisfacción de las personas que laboran en empresas, comercio formal e instituciones educativas con respecto al consumo de alimentos “almuerzos no deseados”, efectuando una investigación a una muestra de afectados por la problemática, para presentar una opción que contrarreste dichas insatisfacciones.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Analizar los efectos que causan la falta de una alimentación garantizada que permita mejorar la calidad de vida en las personas que están involucradas en el ámbito laboral de la Ciudad de Milagro.
- Conocer preferencias de la población para poder contrarrestar la insatisfacción con respecto a la poca variación de los menús.
- Conocer los efectos que genera la mala atención al cliente.
- Determinar el impacto que genera la poca higiene en las instalaciones donde se venden alimentos.
- Analizar causas que impiden a la población que el tiempo para ingerir alimentos (almuerzos) sea suficiente.
- Estudiar un plan de mercado para determinar la factibilidad de la creación de servicios de entrega de alimentos preparados a los empleados a sus respectivos lugares de trabajo.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

### **1.3.1 Justificación de la investigación**

Los seres humanos al igual que el resto de seres vivos, necesitan además del agua una variada y equilibrada alimentación que es fundamental para el correcto funcionamiento del cuerpo. Una comida para que sea balanceada debe contener en proporciones adecuadas componentes como: proteínas, lípidos, glúcidos, vitaminas y minerales. El pilar fundamental para una buena alimentación es el equilibrio, la variedad y moderación del régimen alimentario. Pero la alimentación moderna urbana es muy a menudo desequilibrada, desestructurada y se suele juntar con una vida cada vez más sedentaria.

En el caso de las personas que laboran en empresas, comercio formal e instituciones educativas existe un gran grupo que debido a la distancia entre la casa y el lugar de trabajo, el tiempo para ingerir sus alimentos no le es suficiente para retornar de manera tranquila y puntual a su trabajo, es por ello que la mayoría de individuos que se encuentran en esta situación opta por la alternativa de comer en restaurantes.



El dilema diario para la mayoría de las personas que tienen que recurrir en busca de almuerzo básicamente es: ¿Dónde Almorzar?, pues aunque existen varios locales que ofrecen este servicio muy pocas veces se sienten satisfechos con las preparaciones que se dan en los mismos.

El mercado Milagreño no cuenta con un servicio dedicado a la entrega de alimentos a sus respectivos puestos de trabajo, el cual generaría muchos beneficios entre los cuales esta: disminución de la impuntualidad y la integración entre compañeros que sería una muy buena herramienta para mejorar el clima laboral y fortalecer la comunicación.

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 MARCO TEORICO

##### 2.1.1 Antecedentes Históricos

Según Raúl Escolástico<sup>1</sup>, los sitios a comer datan una larga historia. Desde el año 1700 A.C., se han encontrado indicios de la presencia de comedores público en Egipto en el año 512 A.C. que tenían un menú delimitado, solo servían un menú preparado con cereales, aves y cebolla.

Los antiguos romanos salíanmucho a almorzar fuera de sus casas; aún hoy pueden hallarse pruebas en Herculano, una localidad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 D.C. fue revestida de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio. En sus calles poseía una gran cantidad de tabernas que servían pan, queso, vino, nueces, higos y comidas calientes. Posteriormente de la derrumbamiento del imperio romano, las comidas fuera de casas se efectuabanordinariamente en los bares, pero alrededor del año 1200 existían casas de comidas en Londres, París y en otros lugares en las que lograban comprarse platos ya preparados. Las cafeterías son también un ante pasado de nuestros restaurantes, éstas surgieron en Oxford en 1650 y siete años más tarde en Londres. El establecimientocolectaba unos precios lo suficientemente altos como para caracterizarse en un zona exclusiva en el que las mujeres de la sociedad asistían para mostrar su elegancia. Luego amplió el menú sin pérdida de tiempo y así

---

<sup>1</sup>ESCOLÁSTICO, Raúl: *Historia de los Restaurantes*, <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>, extraído el 4 de junio del 2012.

surgió un nuevo negocio.<sup>2</sup> La expresión comedor llegó a Estados Unidos en 1974, trasladada por el emigrante francés de la revolución Jean Baptiste Gilbert, este instituyó lo que sería el primer restaurante francés en Estados Unidos llamado Julien's Restorator. En el que despachaban trufas, queso y sopas. El restaurante que colectivamente se considera como el principal de los Estados Unidos, fundado en la ciudad de Nueva York en 1827. Posteriormente de 1850, gran parte de la buena comida de esanación se encontraban en los barcos fluviales y en los salones de los trenes. La prestación de los servicio de vehículos del restaurante de lo más elegante y caros, que fueron para los pasajeros como para los ferrocarriles.

Los restaurantes públicos fueron creciendo, a medida que la población requería el servicio, pero en 1919 había solo 42600 restaurantes en estados unidos, ya que el comer fuera significaba para la familia media de las pequeñas ciudades una ocasión especial. En los años 20 las ciudades ya tenían bastantes vehículos como para que se uniera al mercado un nuevo prototipo de restaurante, estos incluían servicios para choferes. Hoy en día estos restaurantes con sus enormes estacionamientos, sus habituales camareras y atractivos carteles brillantes prácticamente han desaparecido, ya que han sido sustituidos por los restaurantes de comidas rápidas. Servir comidas al instante, en forma eficaz y caliente, no es nada nuevo. Los antiguos romanos lo realizaban en Pompeya y Herculano, lo hacían asimismo los restaurantes de las calzadas y los de servicio automático de Nueva York y Filadelfia, pero no fue hasta el período de los 60 que los restaurantes de comida rápida se transformaron en un fenómeno grande del negocio de los restaurantes. La función que se realiza para llevar comidas no es tampoco algo nuevo, que ya estas existían en los bares de la antigua Roma. Los salones de comida del siglo XII de Londres y París dan un claro ejemplo de esta clase de empresas. Los restaurantes de comida rápida con estacionamiento y servicio para choferes incluidos, salieron durante la década de los 60 y 80 siguen expandiéndose. La Asociación Nacional de Restaurantes afirma que en Estados Unidos la función de los restaurantes tiende a ocupar el tercer lugar en calidad. En este país, una de cada tres comidas se realizafuera de casa. Los empleados en esta industria, incluyendo a los que trabajan a jornada parcial, suman más de 8 millones. Los negocios se incrementaron

---

<sup>2</sup>ESCOLÁSTICO, Raúl: *Historia de los Restaurantes*, <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>, extraído el 4 de junio del 2012.

año tras año. Las ventas en los restaurantes con empleados escalaron de 66 281 dólares en 1963 a 190 mil dólares en 1975 y siguió incrementándose en la siguiente década.

<sup>3</sup>El negocio comercial de los restaurantes progresó después de la segunda guerra mundial, en ese entonces varias personas con posibilidades económicas tenían la costumbre de comer fuera de sus casas. Existen diversos aspectos que en nuestro estilo de vida han influido nuevos hábitos y que benefician el desarrollo del negocio de los restaurantes; por ejemplo, gran cantidad de mujeres que laboran fuera de casa. Comer fuera está profundamente unido a la disponibilidad económica y, por lo tanto, al aumentar esta, incrementan las ventas en los salones de comida. Las comidas y bebidas consumidas fuera de casa poseen aproximadamente un cinco por ciento de la renta favorable de los consumidores, esto aún se conserva prácticamente firme. A finales de los años setenta, más de la mitad de las familias de Estados Unidos estaban formadas por una o dos personas. Las razones de este bajo número representaban la disminución del índice estadístico, el estilo de vida de la juventud ocasiona que el matrimonio se postergue, la frecuencia y la facilidad del divorcio y la aspiración de vivir solos tanto de las parejas jóvenes como de las de avanzada edad. El número de personas que conforman el núcleo familiar se ha reducido de 4.8 personas en 1900 a 3.4 personas en 1950 y a 2.9 personas al final de los años ochenta. Posiblemente, los grupos familiares pequeños promueven las salidas a comer porque organizan no solo una experiencia alimentaria sino del mismo modo social. Igual que los hoteles, los restaurantes disminuyen el número pero incrementan su volumen. Por otro lado el personal empleado en el sector, cerca del 29% de los trabajadores de la industria de restauración son camareros. Los cocineros y los chefs constituyen un 15%, el personal de la barra, los barmans y el personal administrativo representan cerca del 5% de cada uno. Además los propietarios y los gerentes constituyen alrededor de un 20% del total del personal. El informe de la Asociación Nacional de Restaurantes (NRA News) da a conocer una cierta división de los empleados del negocio eran estudiantes y el 50% universitarios. De esta manera, el servicio que ofrecen los restaurantes facilita la oportunidad de otorgar trabajo a cientos de miles de jóvenes, la mayoría con el

---

<sup>3</sup>ESCOLÁSTICO, Raúl: *Historia de los Restaurantes*, <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>, extraído el 4 de junio del 2012.

salario mínimo. California es la ciudad que posee cifras de ventas las más elevadas en los restaurantes, Nueva York ocupa el segundo lugar y Texas el tercero respectivamente.

### 2.1.2 Antecedentes Referenciales

- **Escuela Superior Politécnica del Litoral. Facultad de Economía y negocios.**

“Proyecto de inversión para la elaboración y distribución de almuerzos saludables para empresas ubicadas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil<sup>4</sup>”

Para la obtención del Título de: Ingeniería Comercial y Empresarial  
especializaciones marketing y comercio exterior

Presentado por: León Suarez Eduardo Arturo, Mena Gonzaga Mariana Katherine,  
Tascon Unda Pablo Josué

DIRECTOR: Ing. Oscar Mendoza Macías

Guayaquil – Ecuador

2010-2011

**Resumen:** Para León, Mena y Tascon, este proyecto consiste en ofrecer servicio de entrega de almuerzos ejecutivos y light a domicilio, elaborados en nuestras instalaciones y llevados debidamente empacados a la zona donde se encuentra el cliente. El consumidor tiene la facilidad de seleccionar entre algunas opciones, ya sea por dietas especiales, por el tipo de comida y horario de la entrega que desee. El servicio de *FAST DELIVERY* se brinda a través de contratos personales empresariales y nuestros clientes deberán escoger las opciones de su menú la semana previa, por ser el medio más eficiente de acuerdo al estudio de nuestro mercado objetivo, brindando información al cliente acerca de las diferentes opciones que posee el menú semanalmente.

---

<sup>4</sup>LEÓN Eduardo, MENA Mariana, TASCÓN Pablo: Proyecto de inversión para la elaboración y distribución de almuerzos saludables para empresas ubicadas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil en los años 2010-2011, Tesis de grado para optar el título de Ingeniería Comercial y Empresarial especializaciones marketing y comercio exterior, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Facultad de Economía y negocios.

- **Escuela Superior Politécnica del litoral. Facultad de Economía y negocios.**

“Plan de factibilidad de la creación del servicio de almuerzos ejecutivos y de buffet dirigido a la corporación aduanera ecuatoriana en el distrito Guayaquil sector coordinación general de zona de carga aérea<sup>5</sup>”

Para a la obtención del título de: Ingeniería comercial y empresarial,

Especializaciones finanzas y marketing

Presentado por: Amanda Chávez Loma, Karina Balarezo Salazar, Arturo Murillo Yoza.

Guayaquil – Ecuador

2009 – 2010

**Resumen:** Según Chávez, Balarezo y Murillo, éste proyecto tiene como finalidad de satisfacer una necesidad en el mercado de servicios dado que se encontró la oportunidad de este negocio para ofrecer servicio de almuerzos ejecutivos y buffet a los empleados de la Corporación Aduanera Ecuatoriana del Distrito Guayaquil sector Coordinación General de Zona de Carga Aérea en la ciudad de Guayaquil, que se ven perturbados por la escasez de sitios cercanos de comida.

Es por ello que se toma en consideración que los empleados de esta sección solo les otorgan una hora para almorzar y en algunas veces la distancia entre sus casas y sus puestos de trabajo es larga; además podemos mencionar que otro de los inconvenientes es que estos lugares de comida por lo general muchas veces están llenos. Por tal, el proyecto del servicio de almuerzos ejecutivos y buffet será entregado en su lugar de trabajo a los empleados.

---

<sup>5</sup>CHÁVEZ Amanda, BALAREZO Karina, Murillo Arturo: Proyecto de factibilidad de la creación del servicio de almuerzos ejecutivos y de buffet dirigido a la corporación aduanera ecuatoriana en el distrito Guayaquil sector coordinación general de zona de carga aérea en los años 2009-2010, Tesis de grado para optar el título de Ingeniería comercial y empresarial, Especializaciones finanzas y marketing, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Facultad de Economía y negocios.

- **Escuela Superior Politécnica del litoral. Instituto de ciencias humanísticas y económicas, Ingeniería comercial y empresarial.**

“Plan de desarrollo de una empresa de catering especializado para pequeñas y medianas empresas<sup>6</sup>”

Autoras: Ingrid Duran Avilés, María Dolores Holguín

Director: Ing. Bolívar Pastor - 2007

**Resumen:** Para Duran y Dolores, en la actualidad existen muchas empresas alimenticias que ofrecen comidas y en su gran mayoría no cumplen con estándares de higiene y nutrición, siendo los más afectados los trabajadores que por lo general almuerzan en restaurantes que se encuentran en el entorno de su compañía o empresa, para poder garantizar el servicio de catering que brindaremos será: Contar con un diferenciado menú para asegurar el equilibrio exacto de cada dieta, dependiendo de la actividad que el trabajador realice, con comidas nutritivas y ricas en proteínas. Contaremos con vehículos que cuenten de un sistema propio de radios para manifestar cualquier tipo de contratiempo que pueda surgir.

- **Escuela politécnica del ejército**

Departamento de ciencias económicas, Administrativas y de comercio

Especialidad: Ingeniería Comercial

Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial

“Estudio para la creación de una empresa de procesamiento de alimentos para la elaboración de menús ejecutivos y escolares congelados y su comercialización en el distrito metropolitano de quito<sup>7</sup>”.

Carlos Santiago Guzmán Puga

Director: Dr. Hernán Novillo

Codirector: Ing. José Morales

Sangolquí, Marzo del 2007

---

<sup>6</sup>DURAN Ingrid, HOLGUÍN María: Proyecto de desarrollo de una empresa de catering especializado para pequeñas y medianas empresas en el año 2007, Tesis de grado para la obtención del título de Ingeniería comercial y empresarial, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Instituto de ciencias humanísticas y económicas.

<sup>7</sup>GUZMÁN, Carlos Santiago: Estudio para la creación de una empresa de procesamiento de alimentos para la elaboración de menús ejecutivos y escolares congelados y su comercialización en el distrito metropolitano de Quito en el año 2007, Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial. Esc. Politécnica del Ejército.

**Resumen:** Guzmán considera que la idea de esta empresa es el proceso de alimentos para la elaboración de menús ejecutivos y escolares, así como su comercialización, surge de la necesidad de generar alternativas para el cliente dentro de un sector muy competitivo como es el de los servicios alimenticios.

- **Artículos:**

Autor: Chais Esvety Calaña González

Fecha: 15-10-2010

Temática: Operaciones

Nivel: N2- Técnicos de Áreas Funcionales

Focus: Restaurantes Independientes y F & B Hoteles

**Resumen:** Para Chais Calaña<sup>8</sup> el correcto diseño y montaje de un buffet puede hacer de cada evento del día un espectáculo para el cliente. Existen numerosos elementos que ayudan a mantener un buffet según el estilo deseado, desde el comienzo en el diseño del proyecto hasta la disposición de las zonas, los productos, su estética, el equipamiento y el servicio de forma general. Cada dato debe ser especialmente estudiado para superar las expectativas del cliente moderno, facilitando más satisfacción y más ingresos.

- **Servicios de Catering**

Autor: Blog Hispano de Negocios

Según Blog<sup>9</sup> el negocio de los servicios de catering puede ser un labor severa. Para este servicio es necesario crear un método de negocios. Este método será necesario si desea obtener un préstamo para comenzar con este servicio. Además le ayudará a organizarse a usted y a su negocio, respondiendo a preguntas, y asegurándose que su servicio sea profesional y fiable.

Al iniciar una empresa destinada a los servicios de catering se le pedirá que esté al día con las licencias exigidas por el Departamento de Salud de su estado. Por esto es preciso ponerse en contacto con su departamento de salud local para la

---

<sup>8</sup>CALAÑA, Chais: *Diseño del servicio de buffet. Estrategias para su preparación y montaje*, <http://mdelgadomtnez.blogspot.com/2011/05/diseño-del-servicio-de-buffet.html>.

<sup>9</sup> BLOG, Hispano de Negocios: *Servicios de Catering: ¿Cómo iniciar un negocio en este rubro?*, <http://www.articulo.tv/?Servicios-catering-como-iniciar-un-negocio-en-este-rubro&id=3895>.



información de los reglamentos específicos, certificaciones, licencias y seguro necesarios para su área. El Departamento de Salud siempre por lo general solicita una inspección de la zona o del espacio que se utilizará para preparar los alimentos.

### **2.1.3 Fundamentación**

**Servicio al cliente:** Brindar esta ayuda con el fin de que el cliente obtenga el producto al instante y en el lugar adecuado y asegurar el uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una poderosa herramienta de marketing.

**Que servicios se ofrecerán:** Para evidenciar los alimentos que demanda el cliente se debe efectuar encuestas periódicas que permitan identificar los viables servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la calidad que le da el consumidor a cada uno. Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así descubriremos verdaderas oportunidades para mejorar y ser los mejores.

**Instrumental limpio:** Los utensilios como cuchillos, recipientes, etc. deben tener superficies limpias, sin sudores, en cada uno de los pasos o cambios que se realicen de los alimentos estos deben enjuagarse con agua limpia.

**Cocer bien los alimentos:** Las carnes frescas puede poseer un cierto grado de contaminación y su cocción elimina ciertas de bacterias. Las aguas de origen incierto deben hervirse por lo menos veinte minutos. Con respecto a las leches estas deben estar pasteurizadas. En la mayoría de estos alimentos se puede eliminar una alta cantidad de agentes patógenos si se logran los 70 °C en toda la masa del alimento.

**No combinar alimentos crudos con cocidos:** Si los crudos están junto a los cocinados, estos últimos se contagian en breve período, que por el proceso de cocción ya han reducido la población de organismos patógenos. Mantener esta regla incluso en el congelador. Las carnes cocidas no deben mezclarse con las crudas, las verduras preparadas con las crudas.

**Conservar adecuadamente los alimentos:**El proceso en los que un alimento deba ser ingerido en orden, debe ser introducido en el frigorífico recubierto de un preservador, para que luego este no se mezcle con otros alimentos

**Conservas:** Las latas de conserva que manifiesten tapas abombadas (hinchadas) deben separarse por completo. Antes de ofrecer el producto como consumo estos deben lavarse con abundante agua por el lugar donde se cortarán. Se debe vigilar las fechas de caducidad.

Uno de los agentes que afecta el servicio al cliente es el estado de ánimo de los empleados, cuando tienen problemas familiares o personales y los transportan al lugar de trabajo, perdiendo el entusiasmo en las actividades diarias y se descentralizan de las tareas encomendadas.

**Otros factores que afectan el servicio y la atención al cliente son:**

**Factores individuales**

- Cuando existen problemas laborales con compañeros o Jefes.
- Cuando no se cuenta con el personal competente para atender al público.
- Incompetencia de los productos por parte de los empleados.
- Cuando hay caos. Comunicación inoportuna.

**Factores organizacionales**

- Estructura de la distribución.
- Políticas de personal.
- Notificación.
- Técnica de incentivos y motivación.
- Seguridad.
- Infraestructura física (edificio, mobiliario y equipo).

**Factores externos**

- Medio socio-político.
  - Ambiente económico.
- Para el inicio del trabajo siempre es beneficioso contar con personal que ya tenga experiencia en lo que se va a realizar. Para evitar el fracaso en los servicios, procesos, la característica del producto terminado es preciso conocer personalmente y con detalle cada paso del mismo, o en su defecto, orientarse de personas que

conozcan el proceso, que lo hayan hecho, de ser viable, que hayan trabajado con la competencia en estas tareas. Se requiere mucha paciencia para sacar adelante un nuevo oficio y se esperan todo tipo de sorpresas, sin embargo estas serán menores si se cuenta con la experiencia ineludible en el personal a nuestro servicio.

Se debe considerar la forma de vender el servicio hacia el consumidor. Esta táctica implica definir si se hará a través de distribuidores, venta directa de casa en casa, a través de centros productivos, y cualquier otro medio conveniente para cumplir esta tarea. Como parte de esta destreza se debe ubicar el lugar donde se pueden implantar las instalaciones, el tipo de clientes que serán atendidos y el punto de venta donde se encuentra nuestros productos, además se deberá estudiar la forma de distribución utilizada por nuestra competencia, es posible que los clientes estén habituados a sus formas ya establecidas.

## **2.2 MARCO LEGAL**

### **Ley Orgánica de Salud del Ecuador**

#### **Título Preliminar**

#### **Capítulo I**

#### **Del derecho a la salud y su protección**

**Art. 3.-** La salud es el completo estado de bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es un derecho humano inalienable, indivisible, irrenunciable e intransigible, cuya protección y garantía es responsabilidad primordial del Estado; y, el resultado de un proceso colectivo de interacción donde Estado, sociedad, familia e individuos convergen para la construcción de ambientes, entornos y estilos de vida saludables.

#### **Ministerio de Salud Pública del Ecuador**

#### **Manual Operativo para la Aplicación del Reglamento para Otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos Sujetos a Vigilancia y Control Sanitario**

#### **4.0 Establecimientos de Alimentos:**

Estos establecimientos deberán cumplir con las disposiciones establecidas en los Reglamentos:

Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos (R.O. /01/2009),

Reglamento de

Alimentos (R.O.984 22/07/1988) y Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para alimentos procesados (R.O. 696 04/11/2002).

El personal manipulador cumplirá con los siguientes requisitos y normas sanitarias:

- Certificado de salud
- Equipo de trabajo
- Normas de higiene personal y comportamiento

Los servicios sanitarios estarán ubicados de manera tal que mantengan independencia de las otras áreas de la planta o establecimiento. Estarán separados por sexo y constarán, por lo menos de: un inodoro, un urinario, un lavamanos y una ducha por cada diez empleados.

Los establecimientos deben disponer de un sistema de control de plagas y vectores.

Se prohíbe la tenencia de productos agroquímicos.

## **5.5 Preparación / servicio de alimentos y bebidas:**

### **5.5.1 Restaurantes**

Es todo establecimiento donde se preparan y/o sirven alimentos y bebidas y los que dan servicio de alimentación directamente para la colectividad, en los horarios de desayuno, almuerzo y/o cena o de forma continua, se puede categorizar sobre la base a las instalaciones, servicios de camareros, tipo de menú y servicios adicionales, siendo el de mayor valoración el servicio de camareros para ser considerado de lujo, de primera, de segunda, de tercera y de cuarta categoría, identificados por el N° de figuras de Tenedores que van desde 5, 4, 3, 2 y 1 respectivamente.

Además se clasifican y toman el nombre del tipo de alimentos o comidas y por la metodología de servicio en: empresas de servicio de banquetes, catering, restaurante-bar, autoservicios o buffet, bares, soda-bar, comedores, asadores, cevichería, pastelerías, cafés, cafeterías, café net, coctelería, heladerías, fuente de soda, picanterías, delicatessen, grill, local de comida rápida, cantina, etc., cuando se ubican juntos y comparten el área de servicio de mesas toma el nombre de patio de comidas.

Los restaurantes de todas las clasificaciones pueden categorizarse en:

5.6 Lujo (cinco tenedores)

5.7 Primera (cuatro tenedores)

5.8 Segunda (tres tenedores)

5.9 Tercera (dos tenedores)

5.10 cuarta (un tenedor)

**5.8 Segunda (tres tenedores)**

- 1.- Ingreso para los clientes independiente de la del personal de servicio
- 2.- Colgadores de ropa o perchas para los clientes.
- 3.- Área de recepción de los ingredientes provisto de registros y controles de proveedores seleccionados,
- 4.- Área de limpieza, lavado y oreo o selección de ingredientes, provisto de fregaderos y mesones,
- 5.- Área de almacenamiento provisto de cámaras de refrigeración y congelación, despensas, alacenas y vitrinas,
- 6.- Área de preparación o cocción, dotado de estufa o cocina, horno microondas y otras fuentes de calor, extractor de humo, olores y vapor,
- 7.- Área donde se preparan de platos y copas provistos de electrodomésticos, mesón o barra, despensas, alacenas, anaqueles y estanterías para la vajilla de porcelana, cristalería y cubertería de acero inoxidable y servilletas de tela y papel
- 8.- Área de servicio de mesas y bebidas (mesa, sillas o barra) con mobiliario de la mejor calidad y espacio suficientes para la circulación,
- 9.- Área de atención al cliente, caja registradora con facturación y libro de reclamos,
- 10.- Carta con lista ordenada de menús y menú del día constituido por entrada, sopa, plato fuerte, jugo y postre.
- 11.- Personal de servicio debidamente uniformado, gentil, educado con dominio de dos idiomas, para la atención personalizada.
- 12.- Servicios sanitarios independientes para damas incluyendo para infantes y en silla de ruedas y para caballeros y en sillas de ruedas
- 13.- Teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.

**Según la Ley de Compañías del Ecuador para el presente estudio aplica los siguientes artículos:**

**Art. 5.-** <sup>10</sup>Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**Art. 9.-** Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

**Art. 11.-** El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

**Art. 13.-** Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

**Art. 15.-** Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social, pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

**Art. 16.-** La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

**Art. 20.-** Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

---

<sup>10</sup>Constitución de la República del Ecuador: *Ley de Compañías del Ecuador*, <http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=1&ubc=inicio>, extraído el 11 de junio del 2012.

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y;
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

**Art. 21.-** Las transferencias de acciones y de participaciones de las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de Compañías serán comunicadas a ésta, con indicación de nombre y nacionalidad de cedente y cesionario, por los administradores de la compañía respectiva, dentro de los ocho días posteriores a la inscripción en los libros correspondientes.

**Art. 25.-** Si el Superintendente no recibiere oportunamente los documentos a que se refieren los artículos anteriores, o si aquellos no contuvieren todos los datos requeridos o no se encontraren debidamente autorizados, impondrá al administrador de la compañía remisa una multa de conformidad con el Art. 457 de esta Ley, salvo que antes del vencimiento del plazo se hubiere obtenido del Superintendente la prórroga respectiva, por haberse comprobado la imposibilidad de presentar oportunamente dichos documentos y datos.

**Art. 26.-** El ejercicio económico de las compañías terminará cada 31 de diciembre<sup>11</sup>.

## **Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno del Ecuador**

### **Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador**

#### **Contabilidad y Estados Financieros**

#### **Capítulo V**

**(Denominación reformada por el Art. 79 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007)**

**Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad<sup>12</sup>.**- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al

---

<sup>11</sup>Constitución de la República del Ecuador: *Ley de Compañías del Ecuador*, <http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=1&ubc=inicio>, extraído el 11 de junio del 2012.

<sup>12</sup> Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno del Ecuador: *Contabilidad y Estados Financieros del Ecuador*, [http://www.impuestosecuador.com/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=49](http://www.impuestosecuador.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=49), extraído el 11 de junio del 2012.

primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

**Art. 20.- Principios generales.-** La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

**Art. 21.- Estados financieros.-** Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios<sup>13</sup>.

### 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**Agroquímicos:** Uso de productos químicos en la agricultura; tales como abonos, herbicidas, etc. y de uso industrial de elementos orgánicas procedentes de explotaciones agrarias: como aceites, residuos, etc.

**Aparcamientos:** Que permite temporalmente espacios para el ubicación de vehículos de motor, con los deberes de vigilancia y custodia durante el tiempo de ocupación, a cambio de un precio terminante en función del tiempo real de prestación del servicio

---

<sup>13</sup> Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno del Ecuador: Contabilidad y Estados Financieros del Ecuador, [http://www.impuestosecuador.com/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=49](http://www.impuestosecuador.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=49), extraído el 11 de junio del 2012.



**Barmans:** Es aquella persona que atiende a los clientes en la barra de un bar, taberna, cantina o local de ocio (tiempo libre).

**Barro:** Mezcla semilíquida de agua y tierra compuesta por depósitos, partículas de polvo y arcilla.

**Calidad:** Es el conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le otorgan capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas

**Colectividad:** Son aquellas personas que comparten objetos de interés, o que trabajan juntos por un mismo objetivo

**Contrarrestar:** Equilibrar una cosa los efectos de otra.

**Costes:** Valor monetario de los consumos de elementos que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la realización de un bien o servicio

**Convergen:** Concordan varias ideas o acciones en un mismo objetivo.

**Dilema:** Se refiere a un problema que puede solucionarse mediante dos soluciones, ninguna de las cuales es completamente aceptable.

**Disposiciones:** Operaciones en un contexto dado. La disposición es un hábito, una preparación, un estado de alerta, o una tendencia a proceder de una manera específica.

**Equilibrada:** Realizar que una cosa permanezca estable en un lugar o en unas condiciones particulares, procurando que ningún elemento de los que la forman exceda en cantidad o importancia al resto.

**Expendier:** Vender al por menor una mercadería.

**Factibilidad:** Calidad o condición de factible (que se puede realizar).

**Glúcidos:** Son biomoléculas formadas por carbono, hidrógeno y oxígeno.

**Herculano:** Se refiere a una antigua ciudad romana de la región de Campania, hoy en ruinas, que en su día fue más pequeña y más rica que Pompeya.

**Imperio Romano:** Fue una era de la civilización de la antigua Roma clásica, posterior a la República romana y se identificó por una forma de gobierno autocrática (el que gobierna por sí mismo). El origen del Imperio viene precedido por la expansión de su capital, Roma, que extendió su control en torno al mar.

**Inalienable:** Ciudad de la Antigua Roma situada junto con Herculano y otros lugares más pequeños en la región de Campania, cerca de la nueva ciudad de Nápoles y ubicados alrededor de la bahía del mismo nombre en la provincia de Nápoles.

**Índice de natalidad:** Número proporcional de los nacimientos que suceden en una población y un tiempo determinados.

**Ingerir:** Hacer pasar alimentos, desde la boca al estómago.

**Intransmisible:** No logra ser transmitido.

**Jornada parcial:** Facilitación de servicios durante un número de horas al día, a la semana, al mes o al año, inferior al estimado como habitual en la actividad de que se trate en dichos períodos de tiempo.

**Lípidos:** Es un conjunto de moléculas orgánicas, la mayoría de biomoléculas, compuestas especialmente por carbono e hidrógeno y en menor medida oxígeno, aunque también consiguen contener fósforo, azufre y nitrógeno

**Manipulador:** Persona que interviene en otra o en un asunto para conseguir un fin determinado.

**Mercado:** Es un conjunto de transacciones o convenios de negocios entre compradores y vendedores.

**Nápoles:** Es la ciudad más poblada del sur de Italia, capital de la región de Campania y de la provincia de Nápoles. La ciudad de Nápoles administrativa tiene 1 millón de habitantes que unidos a los de su área metropolitana, se elevan a 4,4 millones.

**Normas de Higiene:** Es la preservación y preparación de los alimentos de forma higiénica es fundamental tanto para evitar posibles problemas de salud como para mantener su calidad nutricional.

**Plagas:** Se refiere a un animal o planta cuyas actividades interfieren con la salud humana, bienestar que afecta ingresos económicos.

**Pompeya:** Fue una ciudad de la Antigua Roma situada junto con Herculano y otros lugares más pequeños en la región de Campania, cerca de la moderna ciudad de Nápoles y situados alrededor de la bahía del mismo nombre en la provincia de Nápoles.

**Posadas:** Villa pintoresca situada a 30 Km. al oeste de Córdoba (provincia del sur de España). Se conforma como una dinámica población del valle occidental del Guadalquivir, situada al pie de las montes de Sierra Morena. Su actividad agraria está agrupada en los cultivos de regadío y las granjas de cría de ganado porcino.

**Proteínas:** Estas son macromoléculas formadas por carbono, hidrógeno, oxígeno y nitrógeno. La mayoría además contienen azufre y fósforo. Las mismas están formadas por la unión de varios aminoácidos.

**Régimen:** Conjunto de normas que limitan el consumo de determinados alimentos, o suprime otros, habitualmente por motivos de salud o de peso.

**Restauración:** Acción y resultado de restaurar (reparar, recuperar, recobrar, volver a poner algo en el estado que antes tenía). Lapalabra tiene varios usos diferentes según el argumento.

**Satisfacción:** Es cuando el cliente recibe un servicio y luego éste llega a cumplir con sus expectativas, entonces queda satisfecho, fácilmente retornará, y muy posiblemente hablará bien en del servicio frente de otros consumidores.

**Tabernas:** Son aquellos establecimientos públicos, de carácter popular, donde se sirven y venden bebidas y, a veces, se sirve comidas.

**Trufas:** Es un hongo subterráneo oculto a unos 30 cm. de profundidad, coligado a la raíz de determinadas plantas leñosas que se recoge entre noviembre y marzo.

**Vectores:** Es un animal cuyas acciones interfieren con la salud humana o su bienestar que afecta ingresos económicos.

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis general**

El consumo de alimentos no deseados, genera insatisfacción en las personas que laboran en las distintas empresas, comercio formal e instituciones educativas de la ciudad de Milagro.

### **2.4.2 Hipótesis particulares**

- La falta de una alimentación garantizada, expone a contraer enfermedades que pueden afectar la salud de las personas que están involucradas en el ámbito laboral de la Ciudad de Milagro.
- La poca variación en los menús que se ofrecen en los restaurantes, causa una constante rotación de clientes.
- La mala atención en la mayoría de lugares donde se expenden alimentos, es causa de inconformidad en los clientes.

- La falta de higiene en las instalaciones donde se expende comida genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente.
- La poca agilidad del personal dedicado a vender servicios de almuerzos, provoca que el tiempo para ingerir alimentos no sea suficiente.
- La falta de una empresa dedicada a la entrega de servicios de almuerzos genera una oportunidad de mercado para inversión.

### **2.4.3 Declaración de las Variables**

#### **Hipótesis general**

El consumo de alimentos no deseados, genera insatisfacción en las personas que laboran en las distintas empresas, comercio formal e instituciones educativas de la ciudad de Milagro.

#### **Variable independiente**

El consumo de alimentos no deseados.

#### **Variable dependiente**

Insatisfacción en las personas que laboran en las distintas empresas, comercio formal e instituciones educativas de la ciudad de Milagro.

#### **Hipótesis particular 1**

La falta de una alimentación garantizada, expone a contraer enfermedades que pueden afectar la salud de las personas que están involucradas en el ámbito laboral de la Ciudad de Milagro.

#### **Variable independiente**

La falta de una alimentación garantizada.

#### **Variable dependiente**

Expone a contraer enfermedades que pueden afectar la salud de las personas que están involucradas en el ámbito laboral de la Ciudad de Milagro.

### **Hipótesis particular 2**

La poca variación en los menús que se ofrecen en los restaurantes, causa una constante rotación de clientes.

#### **Variable independiente**

La poca variación en los menús que se ofrecen en los restaurantes.

#### **Variable dependiente**

Constante rotación de clientes.

### **Hipótesis particular 3**

La mala atención en la mayoría de lugares donde se expenden alimentos, es causa de inconformidad en los clientes.

#### **Variable independiente**

La mala atención en la mayoría de lugares donde se expenden alimentos.

#### **Variable dependiente**

Inconformidad en los clientes.

### **Hipótesis particular 4**

La falta de higiene en las instalaciones donde se expende comida genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente.

#### **Variable independiente**

La falta de higiene en las instalaciones donde se expende comida.

#### **Variable dependiente**

Genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente.

### **Hipótesis particular 5**

La poca agilidad del personal dedicado a vender servicios de almuerzos, provoca que el tiempo para ingerir alimentos no sea suficiente.

**Variable independiente**

La poca agilidad del personal dedicado a vender servicios de almuerzos.

**Variable dependiente**

Provoca que el tiempo para ingerir alimentos no sea suficiente.

**Hipótesis particular 6**

La falta de una empresa dedicada a la entrega de servicios de almuerzos genera una oportunidad de mercado para inversión.

**Variable independiente**

La falta de una empresa dedicada a la entrega de servicios de almuerzos.

**Variable dependiente**

Oportunidad de mercado para inversión.

## 2.4.4 Operacionalización de las Variables

**Cuadro 1.** Operacionalización de las Variables

Variable	Tipo	Conceptualización	Técnica / Herramienta	Indicador
El consumo de alimentos no deseados.	Independiente	Identificación de posibles alternativas nutricionales.	Encuesta / Cuestionario	Enfermedades a causa de alimentos con falta de higiene.
Insatisfacción	Dependiente	Desagrado por el mal servicio de quienes ofrecen almuerzos.	Encuesta / Cuestionario	Constante rotación de lugares donde conseguir alimentos.
Alimentación garantizada.	Independiente	Utilización de recursos alimenticios de forma ineficiente.	Encuesta / Cuestionario	Incremento en adquisición de comidas preparadas.
Enfermedades	Dependiente	La irresponsabilidad por parte del personal que prepara los alimentos sin considerar el mal que puede causar en la salud del cliente.	Encuesta / Cuestionario	Aumento de pacientes con patologías relacionadas con la alimentación
Poca variación en los menús.	Independiente	Pocas alternativas para que el cliente pueda elegir según su gusto.	Encuesta / Cuestionario	Menús repetitivos
Constante rotación de clientes.	Dependiente	Cambio de locales donde satisfacer necesidades	Encuesta / Cuestionario	Constante rotación de lugares donde conseguir

				alimentos
La mala atención	Independiente	Conjunto de aspectos desagradables que causan malestar al cliente.	Encuesta / Cuestionario	Insatisfacción en los clientes.
Inconformidad en los clientes.	Dependiente	Poca satisfacción en los clientes	Encuesta / Cuestionario	Constante rotación de lugares donde conseguir alimentos
La falta de higiene	Independiente	Existencia de insalubridad en los locales donde se expende alimentos	Encuesta / Cuestionario	Lugares poco salubres.
Aspecto insalubre y de desconfianza	Dependiente	Que daña la salud, malsano.	Observación	Lugares poco higiénicos
Poca agilidad del personal	Independiente	Ordenes no preparadas y problemas con asignación de mesas.	Encuesta / Cuestionario	Tiempo para despachar las ordenes
Tiempo para ingerir alimentos	Dependiente	Salir de forma apresurada, y no puedan disfrutar de su hora de almuerzo.	Observación	Servicio personalizado
Empresadedicada a la entrega de servicios de almuerzos.	Independiente	Carencia o privación de una cosa.	Encuesta / Cuestionario	Análisis de mercado Costo beneficio
Oportunidad de mercado	Dependiente	Situación en la que existen personas, empresas u organizaciones con	Encuesta / Cuestionario	Nuevo negocio en el mercado. Estados



		<p>una necesidad o deseo, poder adquisitivo y disposición para comprar; y en el cual, existe una alta probabilidad de que alguien (persona, empresa u organización) pueda satisfacer esa necesidad o deseo a cambio de obtener un beneficio o utilidad"</p>		<p>financieros: Pérdidas y ganancias</p>
--	--	---	--	--

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLOGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL**

El presente proyecto tiene una investigación de tipo:

**Documental.-** Se caracteriza por la utilización de documentos; selecciona, analiza y demuestradeducciones coherentes.

**Descriptiva.-** De este modo se conoce las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de la población.

**Correlación.-** Debido a que tiene propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos en un argumento en particular y que tienen una relación con el objeto a ser investigado.

**Explicativa.-** Lugar que va más allá de una descripción de conceptos ya que su intención es explicar razones causales de por qué ocurre un fenómeno y en qué situaciones se da éste.

**Transaccional.-** Porque recolecta datos en un solo instante, en un tiempo único. Su propósito es detallar variables, y analizar su acontecimiento e interrelación en un tiempo dado.

**De campo.-** Ya que este tipo de investigación se apoya en informaciones que proceden entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

#### **3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA**

##### **3.2.1 Características de la población**

El presente estudio está dirigido a los trabajadores y empleados de las Industrias, Empresas, Centros Educativos: Primario, Secundario y Superior además del comercio formal, lo que implica que estará conformada por la población económicamente activa de la ciudad de Milagro.

### 3.2.2 Delimitación de la población

Milagro cuenta con 57 Empresas, con un comercio formal de 692 Mipymes (Información Cámara de Comercio de Milagro), 56 Instituciones educativas (Supervisión Escolar UT 15)) lo que implica un alto costo de inversión en la realización del presente estudio, a su vez demanda un largo tiempo para la realización de encuestas, la cual influye negativamente en esta investigación. Por lo expuesto se ha decidido tomar una muestra representativa de esta población, considerando que la misma es finita.

### 3.2.3 Tipo de muestra

La muestra elegida para el presente estudio es probabilística, la cual permitió obtener una información precisa para la recolección y análisis de datos

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

$$n = \frac{805(0.5)(0.5)}{\frac{(805-1)*0.05^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{201.25}{\frac{(804)0.0025}{38.416} + 0.25}$$

$$n = \frac{201.25}{\frac{2.01}{38.416} + 0.25}$$

$$n = \frac{201.25}{0.773219491}$$

$$n = 260$$

### **3.2.5 Proceso de Selección**

De acuerdo a nuestra población y tamaño de aplicaremos el proceso de selección sistemática de elementos muestrales.

## **3.3 LOS METODOS Y LAS TÉCNICAS**

### **3.3.1 Métodos Teóricos**

Los métodos teóricos que se aplicaran en la observación son:

**Inductivo:** Porque se aplicó conclusiones generales a partir de las deducciones específicas.

**Deductivo:** Debido a que muestran conceptos, definiciones o normas generales de las cuales se extraen conclusiones y además utiliza una información general para manifestar una solución posible a un problema dado.

**Sintético:** Ya que pasa de lo inseguro a lo concreto y consiste en combinarlos mediante la síntesis se logra la sistematización del conocimiento científico.

**Modelación:** Porque permite establecer mediante la comparación de las similitudes y diferencias existentes entre los distintos objetos, fenómenos y procesos.

**Estadístico:** Debido a que analiza la información adquirida para lograr un resultado confiable y de esta manera tomar decisiones correctas. Este método tiene como propósito la comparación.

### **3.3.2 Métodos empíricos**

El método empírico a empleado dentro de esta investigación será el de observación debido a que se presentara mayor atención al comportamiento de las personas al introducir al mercado un nuevo servicio.

### **3.3.3 Técnicas e instrumentos**

La técnica que se aplicó para el presente estudio será la encuesta.

## **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

El tipo de estudio o pruebas estadísticas que ejecutamos dependió del nivel de cálculo de las variables, las hipótesis y nuestro interés, para ello concretamos correctamente la población y concretamos los mecanismos de análisis.

Además, realizamos detalladas investigaciones acerca del Servicio de entrega de alimentos a nivel general en la ciudad de Milagro.

Estudiamos información investigada, formulamos la hipótesis que explica la conducta de un resultado importante, de la misma manera los datos obtenidos muestran estimaciones porcentuales con las que cuenta este proyecto a implementar.

La herramienta que se utilizara en el presente proyecto es el utilitario de office Excel.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1. ¿Considera usted, que al consumir alimentos no deseados fuera de casa provoca insatisfacción en las personas?

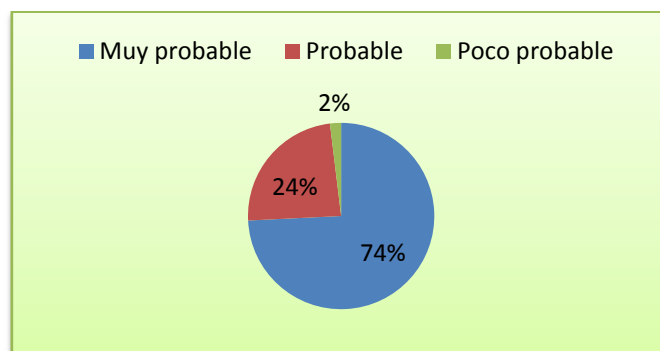
**Cuadro 2.** Insatisfacción por consumo de alimentos fuera de casa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy probable	193	74%
Probable	62	24%
Poco probable	5	2%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 1.** Insatisfacción por consumo de alimentos fuera de casa



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

### Lectura interpretativa:

El 74% de los encuestados indican que es muy probable el seguir sintiendo insatisfacción al tener que consumir alimentos que son preparados fuera de casa, mientras que un 24% respondió que es probable que se esta situación y solo un 2% se inclina por poco probable.

Dados los resultados podemos concluir que las personas que consumen alimentos no deseado tienen un elevado nivel de insatisfacción y una necesidad por suplir.

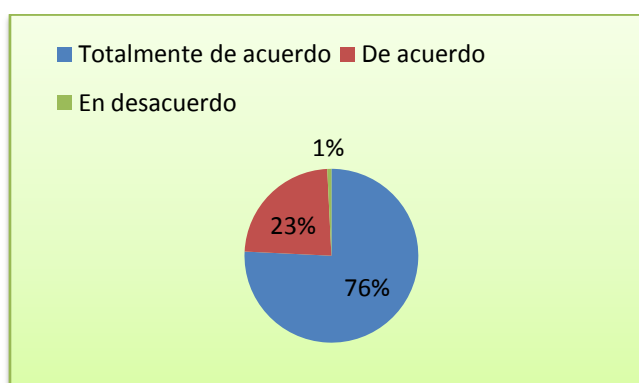
### 2. ¿Cree usted, que la falta de una alimentación garantizada expone a contraer enfermedades y a la vez a deteriorar la salud de las personas?

**Cuadro 3.** La falta de una alimentación puede afectar la salud de las personas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	197	76%
De acuerdo	61	23%
En desacuerdo	2	1%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 2.** La falta de una alimentación puede afectar la salud de las personas



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

### Lectura interpretativa:

La muestra tomada para realizar esta encuesta nos dio como resultado para esta pregunta que el 76% está totalmente de acuerdo, el 23% de acuerdo y el 1% en

desacuerdo en que la falta de una alimentación garantizada expone a contraer enfermedades y a deteriorar la salud de las personas.

Este aspecto es muy importante ya que conocemos la inclinación de los consumidores hacia una alimentación que le brinde garantías y que contribuya positivamente con su salud.

### 3. ¿Cree usted que la poca variación de menús, provoca que las personas busquen continuamente nuevos lugares donde almorzar?

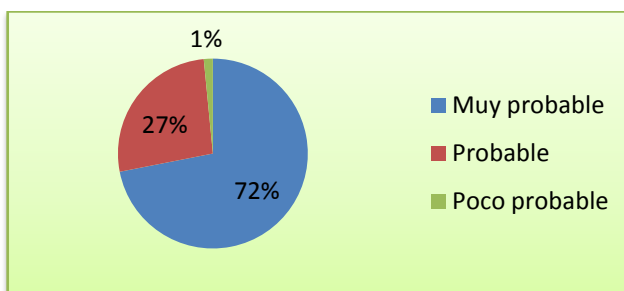
**Cuadro 4.** Por la poca variación de menús los clientes buscan nuevos lugares donde almorzar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy probable	187	72%
Probable	69	27%
Poco probable	4	2%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 3.** Por la poca variación de menús los clientes buscan nuevos lugares donde almorzar



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

#### Lectura interpretativa:

En cuanto a: La poca variación de los menús, provoca que las personas busquen continuamente nuevos lugares donde almorzar, El 72% de los encuestados respondió que es muy probable, el 27% probable y el 2% poco probable.

La convicción del mercado Milagreño está definida y alineada a la necesidad de constante innovación y variación en los alimentos que adquiere, es por ello que en el campo de los negocios gastronómicos, es muy importante tomar en consideración este aspecto.



**4. ¿Piensa usted que la mala atención en los lugares donde se venden almuerzos es causa de inconformidad en los clientes?**

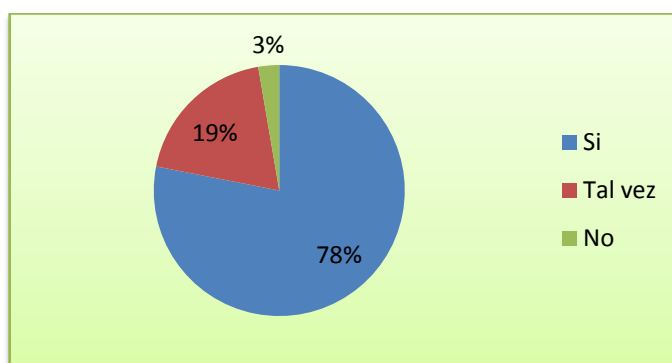
**Cuadro 5.** La mala atención en los restaurantes causa inconformidad en los clientes

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	203	78%
Tal vez	50	19%
No	7	3%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 4.** La mala atención en los restaurantes causa inconformidad en los clientes



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Lectura interpretativa:**

Tal como se muestra en el gráfico el 78% de los entrevistados piensa que la mala atención es causa de inconformidad en los clientes, el 19% se inclinan a favor de un tal vez y solo un 3% piensa que no.

Analizar esta situación es muy importante debido a que la mala atención repercute la pérdida de clientes, es por ello que se debe hacer especial énfasis en brindar un servicio donde la cortesía, el buen talante y la disposición de servir predomine.

**5. ¿Cree Usted que la falta de higiene en los lugares donde se venden almuerzos, genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente?**

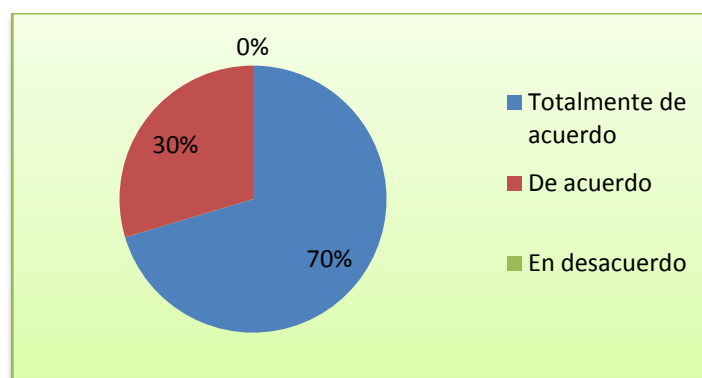
**Cuadro 6.** La falta de higiene genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	183	70%
De acuerdo	77	30%
En desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 5.** La falta de higiene genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Lectura interpretativa:**

Como muestra el gráfico, el 70% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que la falta de higiene en los lugares donde se expendan almuerzos provoca desconfianza, y un 30% está de acuerdo.

La higiene representa uno de los factores más importantes en un negocio donde se expende productos para consumo humano, es por ello que se debe evitar la insalubridad debido a que repercute negativamente en la salud de las personas y la imagen de los negocios dedicados a brindar este tipo de servicios.

6. ¿Cuál es el aspecto más importante que toma en consideración al momento de consumir su almuerzo?

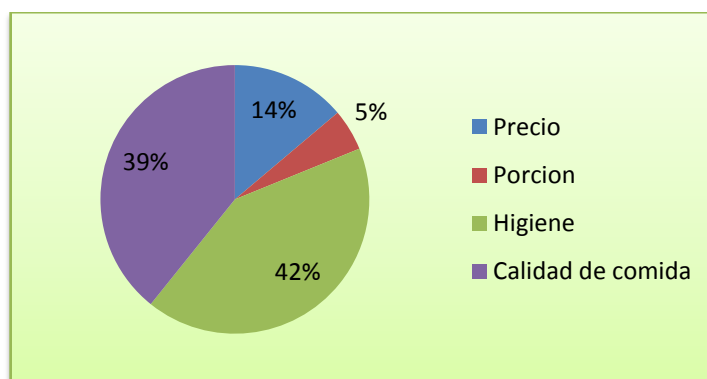
**Cuadro 7.** El aspecto más importante al momento de consumir el almuerzo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	36	14%
Porcion	13	5%
Higiene	109	42%
Calidad de comida	102	39%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 6.** El aspecto más importante al momento de consumir el almuerzo



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Lectura interpretativa:**

En estos resultados se observa que a las personas en el momento de requerir sus almuerzos toman en consideración la calidad de comida en un 42%, la higiene en un 39%, el precio en un 14% y cola porción en un 5%.

La encuesta nos muestra los parámetros que más se consideran al adquirir alimentos preparados, jugando los papeles más importantes la higiene y la calidad, para satisfacer requerimiento es necesario optar por medidas que enmarquen normas orientadas a la calidad higiénica.

7. ¿Considera usted que la poca agilidad del personal dedicado a vender servicios de almuerzos, provoca que el tiempo para ingerir alimentos sea insuficiente?

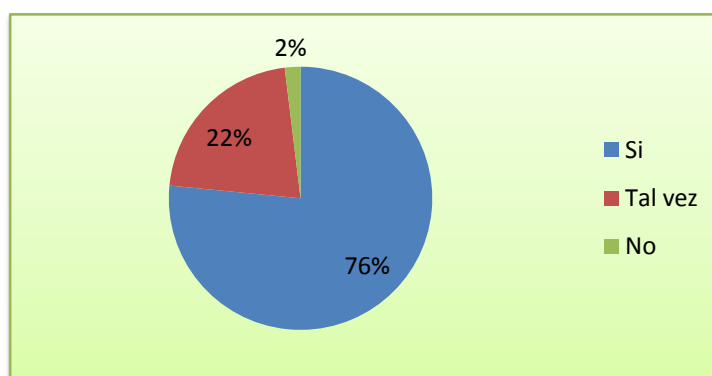
**Cuadro 8.** La poca agilidad del personal causa que el tiempo sea insuficiente para almorzar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	199	77%
Tal vez	56	22%
No	5	2%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 7.** La poca agilidad del personal causa que el tiempo sea insuficiente para almorzar



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Lectura interpretativa:**

En esta tabla y gráfico se logra visualizar que el 76% de las personas encuestadas, afirman que la falta de rapidez del personal dedicado a ofrecer almuerzos provoca que el tiempo que tienen para ingerir sus alimentos sea corto, el 22% piensa que tal vez y el 2% que no.

Observando el nivel de las encuestas una de las de que las personas que laboran no tienen el tiempo suficiente para retornar con tranquilidad a sus puestos de trabajo es el deficiente servicio con que son atendidos sus pedidos.

**8. ¿Cree usted que la creación de un servicio de entrega de almuerzos a los respectivos lugares de trabajo, tendría aceptación en el mercado Milagreño?**

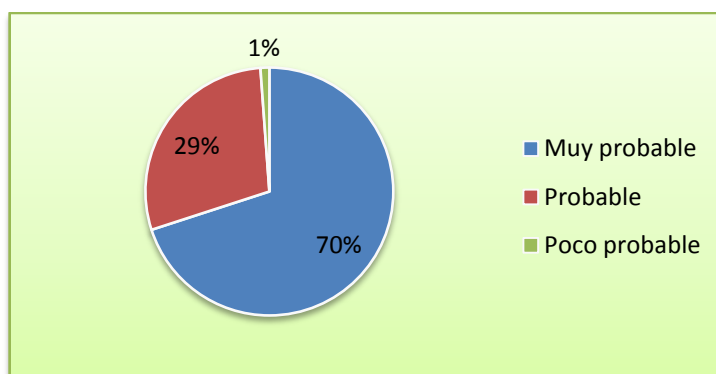
**Cuadro 9.** La creación de un servicio de entrega de almuerzos a los lugares de trabajo tendrá aceptación en el mercado Milagreño

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy probable	182	70%
Probable	75	29%
Poco probable	3	1%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Figura 8.** La creación de un servicio de entrega de almuerzos a los lugares de trabajo tendrá aceptación en el mercado Milagreño



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Lectura interpretativa:**

Según el gráfico muestra que el 70% respondió que es muy probable que la creación de un negocio dedicado a la entrega de almuerzos tenga aceptación en el Mercado Milagreño, mientras que el 29% piensa que es probable y el 1% poco probable.

Se observa predisposición por parte de los encuestados para adquirir este tipo de servicios, debido a que el mercado Milagreño no cuenta con un negocio dedicado a la distribución de almuerzos a los lugares de trabajo, resulta atractiva la idea para nuestra población probabilística.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

La necesidad de alimentarse es inherente al ser humano, todos somos conscientes de que para vivir es necesario realizar esta acción, mas esta se ha ido modificando a lo largo del tiempo, la globalización, la inserción de la mujer en el mercado laboral son unas de las causas que ha hecho que recurramos a distintas maneras de conseguir nuestros alimentos, es así que en la actualidad la mayoría de las personas involucradas en el ámbito laboral no se preocupa por: ¿Qué hay de almorzar en casa? No es necesario, pues el mercado de la ciudad de Milagro ha crecido en torno a este tipo de servicios. Más no por el hecho de haber crecido necesariamente cumple con las expectativas de los consumidores.

Es por ello que en esta ciudad se necesita de un servicio que pueda satisfacer las necesidades de este importante grupo de personas. Servicio que otorgara beneficios a inversionistas y consumidores.

## **4.3 RESULTADOS**

Luego de haber analizado la problemática existente con respecto a la insatisfacción que se siente al momento de consumir alimentos fuera de casa, se realizó una encuesta aplicada a la ciudadanía involucrada, conociendo así las necesidades de nuestra población, las mismas que sintetizan en la calidad de alimentos, un buen servicio al cliente, normas de higiene, eficiencia y la creación de un servicio que pueda suplir estos requerimientos.

Pudimos constatar que el Servicio de entrega de almuerzos tendrá una acogida positiva debido a que la mayoría del personal que laboran en Empresas, Comercio formal e Instituciones educativas tiene conocimiento de este servicio y les agradaría que la ciudad de Milagro cuente con un sitio que realice dicho trabajo, que brinde una variedad de alternativas, las cuales ayuden a mejorar la calidad de vida del cliente con el fin de apaciguar la preocupación y la inconformidad en el personal laboral.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

**Cuadro 10.** Verificación de la Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>El consumo de alimentos no deseados, genera insatisfacción en las personas que laboran en las distintas empresas, comercio formal e instituciones educativas de la ciudad de Milagro.</p>	<p>Basados en la respuesta de la pregunta # 1 podemos comprobar que el consumo de alimentos (almuerzos) fuera de casa genera insatisfacción debido al desconocimiento de su preparación.</p>
<p>La falta de una alimentación garantizada, expone a contraer enfermedades que pueden afectar la salud de las personas que están involucradas en el ámbito laboral de la Ciudad de Milagro.</p>	<p>En la contestación de la pregunta # 2 claramente se demuestra que la falta de una educada alimentación puede llevar a ocasionar la debilidad y la falta de concentración en el trabajo al no estar debidamente alimentado y por ente conlleva a un bajo rendimiento laboral.</p>
<p>La poca variación en los menús que se ofrecen en los restaurantes, causa una constante rotación de clientes.</p>	<p>En la interrogante #3 nos damos cuenta que la poca variación de menús que ofrecen los locales donde brindan alimentos (almuerzos) provoca que las personas busquen contantemente nuevos sitios donde alimentarse ya que en algunas ocasiones se sienten incomodados por la falta variedad de cartas.</p>
<p>La mala atención en la mayoría de lugares donde se expenden alimentos, es causa de inconformidad en los clientes.</p>	<p>De acuerdo a la interrogante # 4 con certeza podemos afirmar que a la mayor parte del personal que labora requiere de un servicio agradable, que el cliente se sienta a gusto de la atención que reciba y pueda servirse su</p>

	alimento(almuerzo) con tranquilidad.
La falta de higiene en las instalaciones donde se expende comida genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente.	Con respecto a la respuesta de la pregunta # 5 nos damos cuenta que falta de higiene y la inadecuada manipulación de los alimentos provoca malestar en los clientes que a diariamente acuden a servirse sus alimentos (almuerzos) en los diferentes locales de la ciudad, lo cual conlleva en muchas ocasiones a afectar su salud cuando los alimentos no están cocidos en el debido cuidado y la precaución.
La poca agilidad del personal dedicado a vender servicios de almuerzos, provoca que el tiempo para ingerir alimentos no sea suficiente.	De acuerdo al resultado obtenido en la pregunta # 7 logramos evidenciar que la mayoría de los clientes no reciben un servicio eficaz por parte de personas que ofrecen alimentos (almuerzos) lo cual les impide retornar a tiempo y con tranquilidad a sus puestos laborables.
La falta de una empresa dedicada a la entrega de servicios de almuerzos genera una oportunidad de mercado para inversión.	Al observar la respuesta de la interrogante # 8 nos dimos cuenta que el personal que labora en empresas, comercio formal e instituciones educativas de la ciudad de Milagro les agradecería contar con un servicio que distribuya alimentos (almuerzos) a su respectivo lugar de trabajo, tanto así que por la falta de dicho negocio en nuestra ciudad, se ven en la necesidad de poder solicitar un servicio exclusivo orientado a cubrir las preferencias y la insatisfacción de quien requiera el servicio.

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucía Masaquiza



## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Diseño de lineamientos para la creación de una Empresa dedicada a la elaboración y distribución de almuerzos en la ciudad de Milagro.

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

Brindar el servicio de entrega de almuerzos, tiene como finalidad de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Debemos conocer a nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

En la entrega de servicios de almuerzos, la higiene personal es de máxima importancia, puesto que el encargado de manipular los alimentos lo realiza constantemente. La limpieza personal tiene una gran importancia, debe tener las manos limpias antes de la manipulación y en el descanso. Es por ello que se debe lavar las manos con agua y jabón (nunca debe hacerlo con desinfectante) y realizarlo sobre todo cuando haya interrumpido el proceso de cocinar los alimentos. Las uñas deben estar perfectamente limpias en todo momento, debe llevar el cabello corto y bien peinado. En el caso de las mujeres, deben llevar el cabello recogido. El personal no debe estornudar, toser, o sonarse la nariz cerca de los alimentos, ya sea durante su preparación o al servirlos. El uniforme siempre debe estar limpio. Los zapatos deben ser cómodos para la jornada laboral, siempre deben estar

limpios. Una apariencia aseada brinda a la persona la confianza para desempeñar bien su trabajo.

En la higiene de los alimentos, incluye cierto número de usos que deben realizarse al tocar los alimentos con el objeto de prevenir daños potenciales a la salud.

Es por ello que los alimentos que no son vigilados constantemente pueden ser un transporte de enfermedades, hay que considerar que desde el mismo momento de su producción hasta el de su consumo los alimentos están continuamente expuestos a las posibles contaminaciones que pueden ser por agentes naturales o por el resultado de la intervención humana. El preparativo de los alimentos para su cocinado o conserva debe tener presente siempre que el ser humano es el principal origen de gérmenes. Es por esta razón que debemos conocer que la higiene en estos casos es exigida para el cocinero(a) y se logra garantizar constantemente que se plasmen ciertas normas y pasos. Unos de los más importantes son:

Instrumental limpio

Cocer bien los alimentos

No mezclar alimentos crudos con cocinados

Conservar adecuadamente los alimentos

La descripción del servicio que se espera dar e inclusive la ejecución de encuestas personales con muestras para la completa identificación del cliente, me permitirá conocer con claridad quienes son los solicitantes, cual es su nivel de ingreso, cuáles son sus preferencias, sus gustos, su posición económica, su estilo de vida, costumbres, precios que estarían dispuestos a pagar por el servicio, regularidad de compra, calidad, lo que esperan del servicio pero sobre todo, si estarían dispuestos a adquirirlo

El estudio de mercado requiere concretar básicamente cuatro aspectos: el servicio que se va a brindar, los clientes que van obtener el servicio, el precio de venta en el mercado, la competencia y los canales de distribución que ubiquen el producto al alcance del consumidor.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

Vivimos en una sociedad en la que cada día el tiempo se convierte en un factor limitante, y más aun para las personas involucradas en el ámbito laboral. Debido a

esto las familias, los trabajadores y hasta los mismos niños, comen cada vez menos en sus hogares y esto se debe a factores como la distancia entre la casa y el lugar donde se emplean, como también la falta de lugares cercanos para comer.

Existe una gran tendencia en alimentarse fuera del hogar, por ende se sule esta necesidad por medio de las alternativas que brinda el mercado de alimentos. Los individuos buscan en estos sitios un factor que los diferencie de los demás, que les brinde un mejor servicio, mejor calidad e innovación en la preparación de los alimentos.

Mediante la encuesta realizada a la población involucrada en el presente estudio se pudo comprobar que nuestra propuesta tendrá una aceptación favorable, así lo reflejan los resultados de la misma donde 70% respondió que la creación de un servicio de entrega de almuerzos a los respectivos lugares de trabajo, tendría aceptación en el mercado Milagreño.

Además se pudo corroborar con las hipótesis particulares, permitiéndonos así conocer las necesidades más latentes de los consumidores, como también los requerimientos que se consideran importantes, los mismos que por medio de la presente propuesta se pretende tomarlos en cuenta para suplirlos eficientemente y de esta manera contribuir con la sociedad.

La ejecución de este proyecto generaría gran cantidad de beneficios para las empresas entre los que figura disminución de impuntualidad ya que el personal no se moverá de las instalaciones del trabajo, integración laboral que permitirá mejorar el clima laboral, una alimentación sana y balanceada la misma que permitirá que el personal rinda mejor.

Durante años, el crecimiento económico ha permitido que aumente la tendencia a crear empresa y los empresarios ven la gastronomía como una gran oportunidad puesto que es un negocio muy rentable que genera empleo y a la vez utilidades, el secreto del éxito en este tipo de negocio está en la innovación gastronómica y el servicio al cliente.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la propuesta**

Establecer una nueva alternativa de negocio en la elaboración y distribución de alimentos preparados, siguiendo lineamientos que guíen la forma de trabajo eficiente

y de calidad, para satisfacer una necesidad de mercado, y cumplir con los requerimientos de los consumidores.

#### **5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta**

- Establecer la ubicación del negocio.
- Diseñar la filosofía corporativa
- Elaborar el diseño y estructura orgánico-funcional.
- Efectuar un análisis FODA y uno de atractividad del mercado (PORTER)
- Establecer las estrategias de marketing Mix
- Efectuar un análisis y proyección financiera.

#### **5.5 UBICACIÓN**

El servicio de elaboración y distribución de almuerzos se encontrará situado en la República del Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro, en la calle Dr. Gabriel García Moreno, entre Ernesto Seminario y Bolívar.

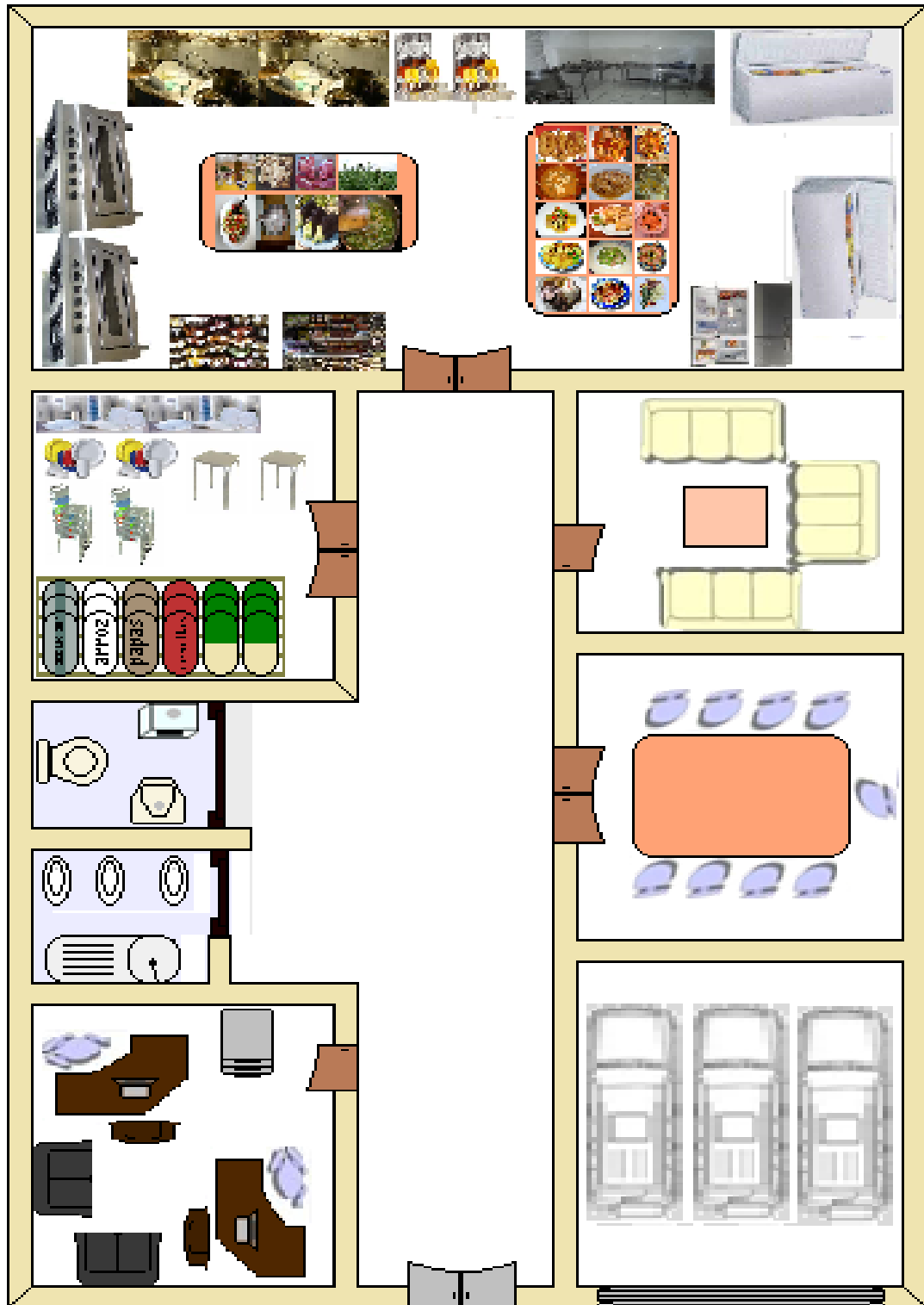
**Ventajas:** La empresa estará ubicada en un lugar céntrico de fácil ubicación, dentro del casco comercial del Cantón milagro que permitirá posesionarnos en el mercado en un corto tiempo.

**Desventajas:** Es un lugar muy transitado lo cual nos podría dificultar las entregas a la hora indicada por el cliente.

**Cuadro 11.** Croquis donde estará ubicada la empresa



Figura 9. Distribución interna



## 5.6 FACTIBILIDAD

**Administrativa:** Se establecerá las herramientas administrativas como manuales de funciones, se elabora un organigrama que permita visualizar como estará situado el personal dentro de la microempresa, así mismo se implementara sistemas de alta tecnología para optimizar las actividades que será de mucha ayuda para la elaboración y distribución de los alimentos (almuerzos).

**Legal:** Constará con todas las normas de higiene y permisos para poder operar en el lugar destinado para su funcionamiento, el cual no existe ningún impedimento para su ubicación.

### **Emisión del registro único de contribuyentes (RUC).**

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- Presentar el documento original del registro de la sociedad
- Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.
- El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tienen ningún costo monetario.

El plazo para la obtención del RUC es de 30 días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, éste deberá constar en matrículas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiquetas, envases, etc.

Además, el número de registro del RUC será exigido para conceder permisos de importación, pólizas de exportación, pedimentos de aduana, actuaciones ante notarios y registradores, concesión de matrículas de comercio, industrias o agricultura, tramitaciones de préstamos en instituciones financieras, concesión de visas, recepción de declaraciones y pago de tributos, entre otras diligencias.

### **Período tributario (SRI)**

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1º de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1º de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

Las sociedades calcularán el impuesto causado empleando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades.

### **Obligación de llevar contabilidad**

Según el artículo 34 del Reglamento de aplicación de la ley de régimen tributario interno establece lo siguiente

Están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los USD 60.000 o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a USD 100.000 o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 80.000. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada.

### **Permiso y patente municipal**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

- Registro único de (RUC). contribuyentes
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

### **Permiso de dirección de higiene municipal**

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, mas aun al tratarse de una empresa que provee a sus clientes productos consumo

masivo y de primera necesidad. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- Especie de habilitación y funcionamiento.
- RUC.
- Copia de cedula del representante legal.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

### **Permiso de funcionamiento del ministerio de salud publica**

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

- Permiso de dirección de Higiene Municipal.
- Registro único de contribuyentes (RIC).
- Copia de cedula del representante legal
- Papeleta de votación del representante legal
- Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- Documento de afiliación a la cámara de comercio.

### **Afiliación a la cámara de comercio**

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

### **Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos**

Permiso que es emitido por el benemérito cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

**Presupuestario:** Los presupuestos se establecerán en base a las cotizaciones de los activos costos y gastos en los cuales incurrirá la microempresa para apertura su presencia en esta plaza comercial



**Técnico:** Desde el punto de vista técnico, la estructura organizacional donde funcionará esta oficina contara con 40 metros cuadrados es decir 18 metros de largo y 22 de ancho, el espacio físico está distribuido de la siguiente forma:

- Oficina del gerente tendrá 6 metros cuadrados.
- El área de cocina contendrá 16 metros cuadrados.
- Bodega tendrá 10 metros cuadrados.
- Baño general tendrá 8 metros cuadrados

## **5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

### **5.7.1. Actividades**

#### **5.7.1.1. Filosofía corporativa**

### **MISIÓN**

Somos una empresa de servicios que cubre las necesidades y expectativas de nuestros clientes, proporcionando alimentos sanos que contribuyan a mejorar su calidad de vida, enfocados a mantener una constante innovación, tecnología y profesionalismo, asegurando el compromiso permanente a una empresa en crecimiento.

### **VISIÓN**

Ser una empresa líder en brindar servicios alimenticios (almuerzos) que colaboren con la sana nutrición, que serán reconocidos tanto por su calidad como por su bajo costo, convirtiéndonos en la mejor opción para nuestros clientes a través del uso de tecnología de punta y por la excelencia de sus resultados.

## **Valores a regirse en el Negocio**

**Responsabilidad:** A través de este valor podrá cumplir con los requerimientos tanto del usuario interno como externos, en un ambiente agradable y de progreso.

**Liderazgo:** Mantenernos en el mercado como líderes en la distribución de almuerzos que contribuyan a mejorar la calidad de vida de sus clientes.

**Lealtad:** Orientada a brindar siempre un excelente servicio, que satisfaga las necesidades, exigencias y expectativas del consumidor final.

**Eficiencia:** En los procesos que se realicen en todos los niveles de la organización.

## **OBJETIVO DE LA EMPRESA**

### **Objetivo general**

Ofrecer productos elaborados con altos estándares de calidad, empleando talento humano calificado que brinde una atención personalizada, cubriendo con las necesidades y expectativas de nuestros potenciales clientes, con el fin de posicionarnos y ser reconocidos dentro de esta plaza comercial.

### **Objetivos específicos**

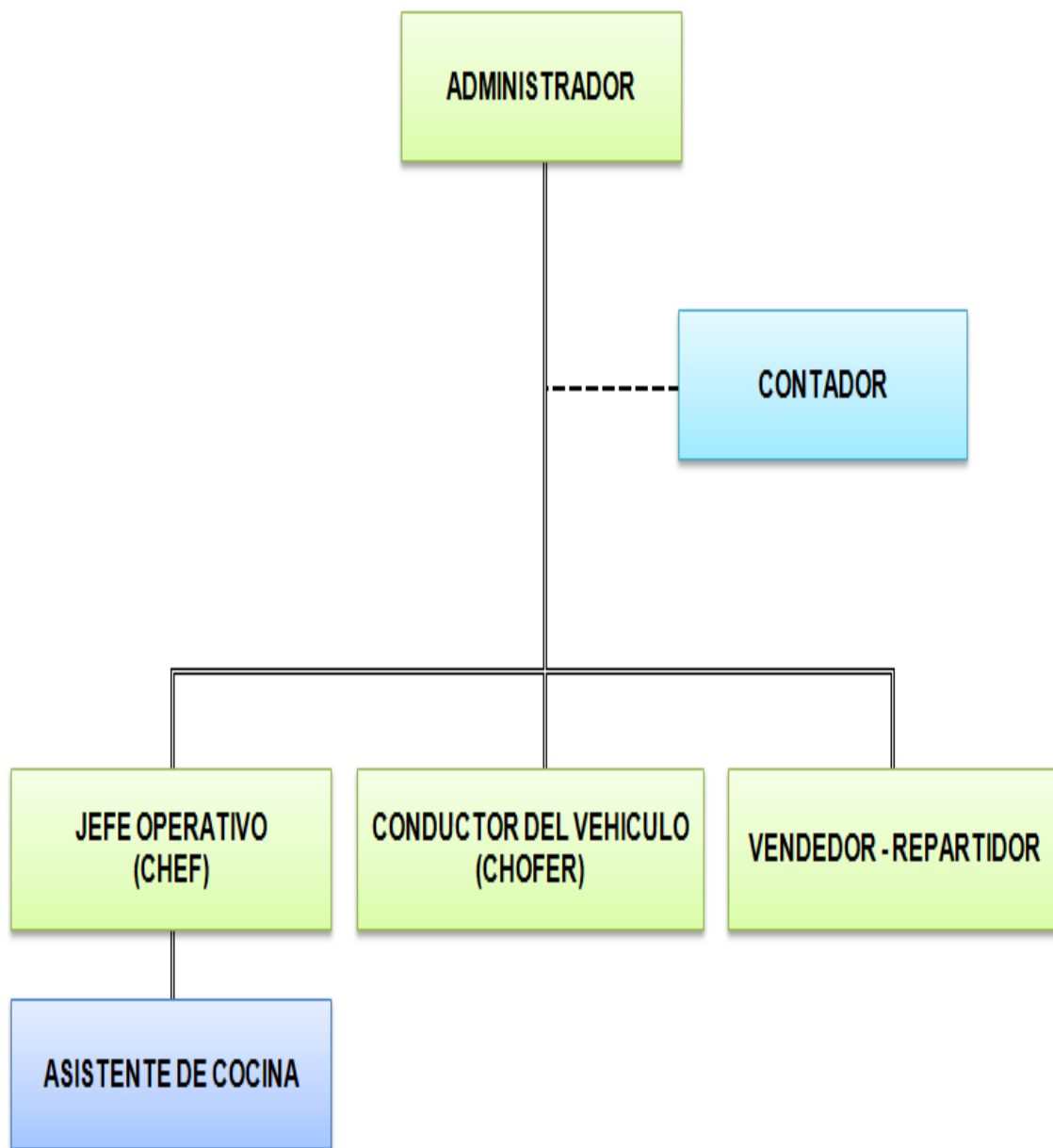
- Posicionar la empresa como líder en el mercado de servicio de entrega de almuerzos.
- Realizar adecuados canales de distribución para una entrega inmediata.
- Establecer programas de capacitaciones para el talento humano.
- Establecer promociones que llamen la atención del cliente con el fin de fidelizarlos.
- Obtener rendimientos que satisfagan las expectativas de los inversionistas.

### **5.7.1.2. Estructura orgánico-funcional.**

#### **Organigrama**

El organigrama de la empresa está estructurado en orden jerárquico donde se visualiza las diferentes áreas con las que está conformada esta empresa. A continuación en la figura se podrá observar de qué manera estarán ubicado el talento humano de esta nueva propuesta empresarial.

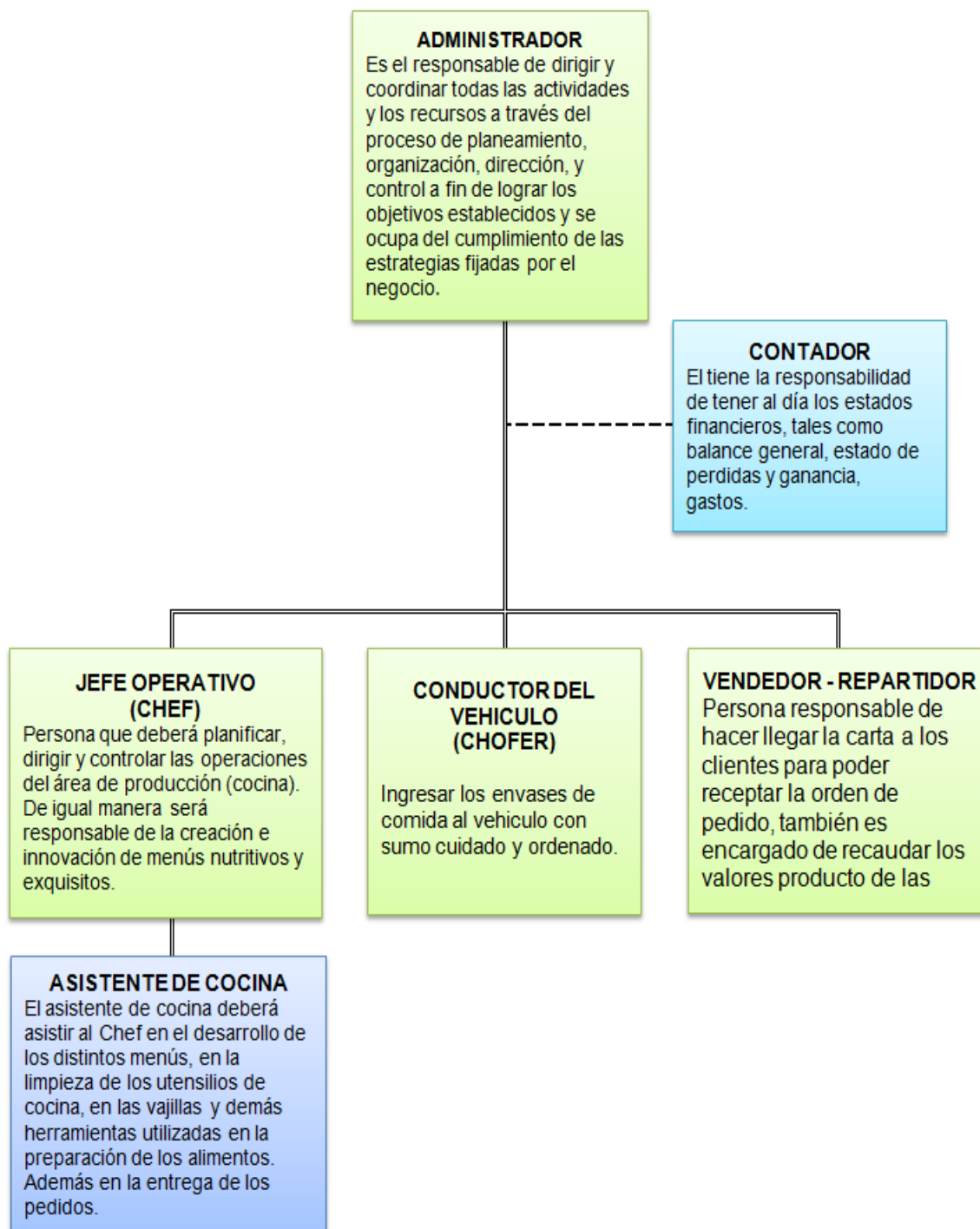
**Cuadro 12.** Organigrama Estructural



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

## Organigrama Funcional

Cuadro 13. Organigrama Funcional



Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

## **Descripción de Funciones**

### **1.- Perfil del puesto**

**Cargo:** Administrador

#### **Función Básica**

El administrador de la empresa será responsable dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos y se ocupa del cumplimiento de las estrategias fijadas por el negocio. Representar a la microempresa frente a terceros. Coordina la ejecución del plan de marketing, lleva en orden la documentación para entregarla al contador.

#### **Funciones Específicas**

- Desarrolla estrategias competitivas para el buen desempeño del negocio.
- Elabora planes, presupuestos y sistemas de control.
- Responsabilidad de llevar al día los pagos a realizarse dentro y fuera de la empresa.
- Define las políticas de venta.
- Verificar que los pagos lleguen a la empresa puntualmente.
- Analiza los resultados obtenidos y la rentabilidad del negocio.
- Establece la correcta asignación y utilización de los recursos.
- Se encarga de realizar los pedidos de la materia prima y demás materiales.
- Encargado de recibir la mercadería para luego entregarla al bodeguero.
- Realiza investigaciones de mercado sobre los tipos de clientes, nuevos productos y proveedores.
- Establece el costo y precio de venta final del servicio.
- Negociar contratos y acuerdos comerciales
- Brindar información sobre el establecimiento y servicios que ofrece.
- Supervisa el servicio de atención al cliente.
- Atender quejas y verificar eficacia de las acciones tomadas.
- Verifica el cumplimiento de los estándares de calidad de los productos y servicios.
- Establece políticas de remuneración y beneficios.

- Define directrices para el reclutamiento y selección de personal.
- Establece procesos y manuales de trabajo para su posterior aplicación.
- Investiga las preferencias, gustos y necesidades del consumidor.

### **Perfil del cargo**

- Edad: Entre los 25 y 45 años
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto

### **Competencia Técnica**

- Profesional con título universitario en carreras de Administración, C.P.A. o carreras afines. Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

### **Capacitación y conocimientos requeridos**

- Cursos generales:
- Inglés actualizado
- Word
- Excel
- PowerPoint
- Internet
- Ley de régimen tributario interno

### **Conocimientos en:**

- Procesos básicos de control gerencial y de liderazgo
- Conocimiento de software contable
- Principios de almacenamiento y conservación de todo tipo de alimentos
- Herramientas de control de gerencial, financiero y contable
- Sistema de administración de la producción y control de la existencia
- Leyes y normas que rigen al sector de alimentos y microempresa.
- Nociones básicas de ingredientes de platos y servicios que se prestan en la microempresa.
-

## **Especificaciones**

- Capacidad para solucionar problemas internos que se llegaran a presentar en la organización.
- Tomar toda clase de decisiones dentro de la organización.
- Comunicación verbal clara, fluida y entendible con empleo de un lenguaje oral – expresivo adecuado
- Planificación de estrategias a corto, mediano y largo plazo.
- Capacidad para negociar con proveedores y de igual forma con clientes potenciales y reales.
- Impulsar el cumplimiento de metas, políticas y objetivos con la finalidad de que la organización alcance sus propósitos propuestos y mantenerse como una empresa sólida en la mente de los consumidores.
- Capacidad para trabajar bajo presión y manejar razonablemente las amenazas externas que se presenten en el mercado.
- Debe ser organizado, ordenado y preciso en todas sus actividades que realice diariamente, en especial dentro de la microempresa.
- Proyectar una imagen impecable, confiable, atento y con actitud positiva con la finalidad de que el cliente que visite el establecimiento se sienta cómodo e importante.

## **Manual de Funciones**

### **2. Perfil del puesto**

**Cargo:** Contador

#### **Función básica**

El contador tiene la responsabilidad de tener al día los estados financieros, tales como balance general, estado de perdidas y ganancia, gastos, etc.

#### **Funciones Específicas**

- Realiza el rol de pagos.
- Realiza conciliación de cuentas mensual.
- Contabiliza las ventas mensuales.
- Se encarga de cancelar los impuestos.
- Contabiliza los gastos mensuales.

### **Perfil del cargo**

- Edad: Entre los 25 y 34 años.
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto.

### **Competencia Técnica**

- Ser Ing. C.P.A. Experiencia mínima de 2 años en el desempeño de cargos similares.

### **Conocimientos y habilidades requeridos**

- Manejo de programas básicos de office.
- Manejo de programa de Excel.
- Leyes y normas que rigen y se aplican al sector de la microempresa.
- Herramientas de control contable y financiero.
- Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender.

## **Manual de Funciones**

### **3. Perfil del Puesto**

**Cargo:** Chef (Jefe Operativo)

#### **Función Básica**

El Chef deberá planificar, dirigir y controlar las operaciones del área de producción (cocina). De igual manera será responsable de la creación e innovación de menús nutritivos y exquisitos. También controlará la producción, calidad y el eficiente aprovechamiento de la materia prima para evitar su desperdicio.

#### **Funciones Específicas**

- Efectúa la solicitud de compras de materia prima necesaria para preparar el menú.
- Controla el correcto aprovechamiento de los insumos para evitar su desperdicio.
- Controla la manipulación y el adecuado desecho de la basura.



- Establecer metas u objetivos de productividad de manera coordinada con administración.
- Realizar reportes de las actividades desarrolladas en la cocina
- Designar coordinadamente las funciones que se desarrollen dentro del área de la cocina.
- Llevar un control diario de los insumos que utiliza en la preparación de los menús, para luego realizar su respectivo reporte al administrador.
- Establecer un horario de trabajo para preparar los distintos platos.
- Comprobar la disponibilidad de insumos para la preparación del menú, así como su tiempo empleado para realizarlo.
- Debe estar pendiente que los materiales de producción que se encuentren en mal estado sean renovados de inmediato.
- Dar un reporte a la administración sobre el desempeño de todos los integrantes de la cocina.
- Supervisar al personal que cumpla con todas las normas de higiene, tanto en su presentación personal, como en la manera higiénica en que se preparan los alimentos.
- Supervisar el mantenimiento de los equipos y utensilios de cocina, así como la seguridad y limpieza del lugar de trabajo.

### **Perfil del cargo**

- Edad: 24 años en adelante
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto

### **Competencia Técnica**

- Poseer estudios superiores en el área de la cocina.
- Experiencia de por lo menos dos años en la preparación de comida.
- Conocimientos fundamentales de administración y de recursos humanos.

### **Conocimientos y habilidades requeridos**

- Administración y planificación de la producción.
- Elaboración de presupuestos y control de costos.

- Principios de administración del recurso humano.
- Manejar términos técnicos relacionados con la cocina.
- Recetas básicas de cocina y ensaladas.
- Habilidades de preparación, cocción, arreglo y presentación de los platos.
- Conocer el manejo de todos los equipos y utensilios de la cocina.
- Conocimientos esenciales de nutrición y dietas alimenticias.
- Debe tener conocimientos básicos de las normas de higiene y presentación personal.
- Principios básicos de aprovechamiento de alimentos y sustitución de ingredientes que contribuya a una menor pérdida de insumos.
- Poseer rapidez mental y manual flexible – dócil.
- Tener capacidad para dirigir, aconsejar y facilidad para trabajar en equipo, pero sobre todo estar dispuesta a escuchar sugerencia del asistente de cocina.

## Manual de Funciones

### 4. Perfil del Puesto

**Cargo:** Asistente De Cocina

#### **Función Básica**

El asistente de cocina deberá asistir al Chef en el desarrollo de los distintos menús, en la limpieza de los utensilios de cocina, en las vajillas y demás herramientas utilizadas en la preparación de los alimentos. Además en la entrega de los pedidos.

#### **Funciones Específicas**

- Establecer la calidad de insumos y controlar el tiempo adecuado de cocción de los alimentos.
- Ayudar en el control y elaboración de inventario de la materia prima.
- Cortar, picar, rallar, moler y licuar los alimentos según el tipo de plato que se esté preparando
- Ayudar a seleccionar verduras y vegetales.
- Sazonar y colocar condimentos a los alimentos en caso que sea necesario o cuando se lo indique el chef.

- Apoyar en la cocina en el empaque, manipulación, almacenamiento y conservación de los alimentos.
- Estar atento a la cocción correcta de las comidas, tanto en su textura, sabor, color y conservación de sus propiedades nutricionales.
- Brindar información si fuera necesario sobre la composición del plato, al cliente.
- Mantener el área de la cocina constantemente limpia, segura y libre de desperdicios.
- Aplicar las normas de higiene y de manipulación de alimentos, así como la limpieza de equipos y utensilios de cocina.
- Preparar y organizar el área de producción (cocina) antes de iniciar la preparación de los alimentos.
- Manejar los equipos de la cocina industrial como el horno microondas, licuadora, batidora, olla arrocera y demás implementos necesarios e indispensables en la preparación de las comidas.

### **Perfil del cargo**

- Edad: 24 años en adelante
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto

### **Competencia Técnica**

- Experiencia mínima de dos años en la preparación de comidas, en especial en la elaboración de comida.
- Debe tener predisposición para aprender, debe ser ágil, rápido, proactivo y responsable de todas las tareas que se le encomiendan.
- Conocimientos elementales de administración.

### **Conocimientos y habilidades requeridos**

- Conocimientos básicos de control de inventario y de rotación de materia prima
- Habilidades y creatividad para decorar los platos
- Técnicas de almacenamiento, conservación y empaque de alimentos
- Debe manejar un léxico técnico sobre los distintos términos utilizados en la cocina.

- Normas de higiene y presentación personal acordes al trabajo que desempeña.
- Manejo de equipos, utensilios y herramientas utilizados en la cocina.
- Habilidad para combinar alimentos de acuerdo a su tipo, clase, color textura, sabor y apariencia.
- Conocimiento de las medidas de peso, tiempo de cocción, cantidad, temperatura y rendimiento de los insumos utilizados en la preparación de los platos.
- Capacidad para trabajar bajo presión y facilidad para realizar trabajo en equipo.

## Manual de Funciones

### 5. Perfil del puesto

**Cargo:** Conductor de vehículo (Chofer)

#### **Función Básica**

#### **Funciones Específicas**

- Ingresar los envases de comida al vehículo con sumo cuidado y ordenado.
- Conducir el vehículo hasta el lugar de trabajo del cliente.
- Realizar la entrega de los almuerzos a cada empleado en su lugar de trabajo.

#### **Perfil del cargo**

- Edad: 25 años en adelante.
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto

#### **Competencia Técnica**

- Experiencia mínima de dos años.
- Nivel de educación mínima de bachiller con conocimientos básicos de atención al cliente y de relaciones humanas.
- Contar con licencia de conducir profesional

#### **Conocimientos y habilidades requeridos**

- Deberá tener un estado físico saludable que le permita estar en movimiento durante toda la etapa exigida por su trabajo

- Despachando alimentos a las distintas áreas de la empresa.
- Limpiando y ordenando el vehículo en el que trabaja.

## Manual de Funciones

### 6. Perfil del Puesto

**Cargo:**Vendedor -Repartidor

#### **Función Básica**

Los vendedores - repartidores tienen la responsabilidad de hacer llegar la carta para poder receptar la orden y llevar los pedidos a los clientes, también son encargados de recaudar los valores producto de las ventas.

#### **Funciones Específicas**

- Se encargan de realizar la nota de pedido.
- Entregar los pedidos a tiempo, sin retrasos
- Entregar la debida factura y el producto al cliente.
- Lleva registro y control de los pedidos solicitados por los clientes.
- Promocionar campañas publicitarias.

#### **Perfil del cargo**

- Edad: Entre los 23 y 34 años.
- Género: masculino
- Estado civil: Indistinto.

#### **Competencia Técnica**

- Ser estudiante de los últimos años de Universidad en la carrera de marketing o carreras afines. Experiencia mínima de 1 año en el desempeño de cargos similares.
- Contar con licencia de conducir profesional

#### **Conocimientos y habilidades requeridos**

- Rapidez y eficiencia en la entrega del producto
- Buena atención al cliente

- Poseer buena imagen.
- Ser extrovertido.
- Poseer excelente actitud de servicio al cliente.
- Debe ser cordial y atento en el trato con los clientes.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Disponibilidad de tiempo.

### 5.7.1.3. Análisis FODA y de Competitividad del mercado (PORTER)

**Cuadro 14** Análisis FODA

ANÁLISIS FODA		
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	· Servicios en base a normas de higiene.	· No contamos con una infraestructura propia.
	· Amplia infraestructura interna.	· Inversión alta
	· Recursos humanos, técnicos y financieros.	· Al ser nuevos en el no conocemos la reacción del mercado.
	· Ubicados en la zona céntrica de la ciudad.	· Falta de capital para iniciar a operar con la propuesta.
	· Excelente atención al cliente.	· Deficientes programas de Marketing.
ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	· El sistema financiero del cantón otorga financiamiento para el sector comercial.	· Desastres naturales.
	· Presencia de profesionales expertos en publicidad que pueden prestar sus servicios a bajos costos.	· Escases de productos.
	· Capacitaciones gratuitas sobre la manipulación de alimentos.	· Alto índice delincuencia en esta ciudad.
	· Planes de desarrollo organizados por el gobierno.	· Políticas económicas que pueden afectar la permanencia del negocio.
	· Carencia de competencia.	· Inflación.

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

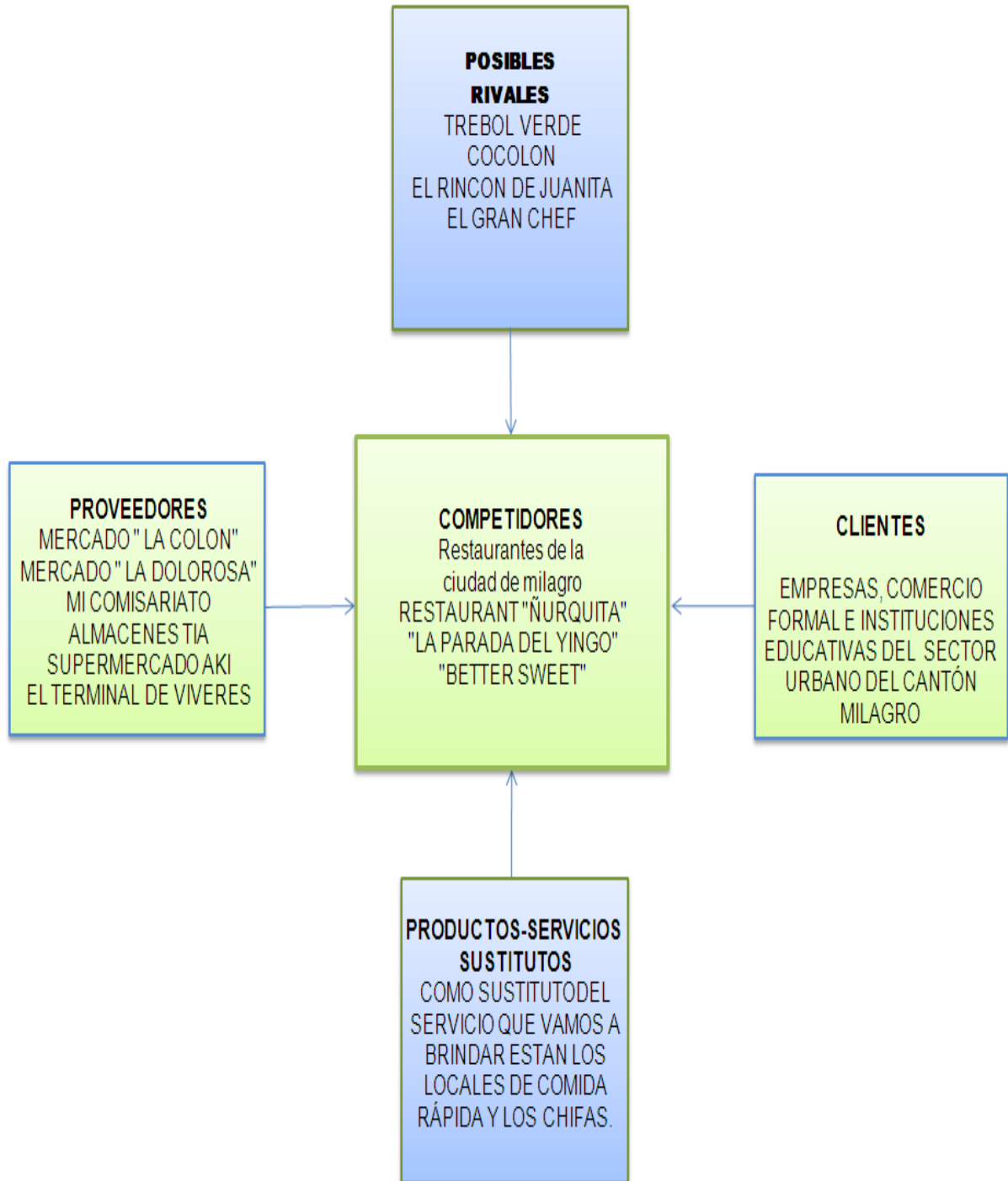
Cuadro 15. Matriz FOFADODA

"Diseño de lineamientos para la creación de una Empresa dedicada a la elaboración y distribución de almuerzos en la ciudad de Milagro"		<b>FACTORES INTERNOS</b>	
		<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
		· Servicios en base a normas de higiene.	· No contamos con una infraestructura propia.
		· Amplia infraestructura interna.	· Inversión alta
		· Recursos humanos, técnicos y financieros.	· Al ser nuevos en el no conocemos la reacción del mercado.
		· Ubicados en la zona céntrica de la ciudad.	· Falta de capital para iniciar a operar con la propuesta.
· Excelente atención al cliente.	· Deficientes programas de Marketing.		
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
	· El sistema financiero del cantón otorga financiamiento para el sector comercial.	Aplicar normas de higiene en el tratamiento que se les dara a los alimentos, en el momento de su preparacion.	Analizar el sistema, con el fin de buscar una mejor alternativa de financiamiento para acceder a un prestamo bancario y de esta manera poder cubrir con todos los gastos que se requieran para esta propuesta.
	· Presencia de profesionales expertos en publicidad que pueden prestar sus servicios a bajos costos.	Distribuir adecuadamente las areas dentro de la microempresa, con el fin de cumplir con las normas establecidas por el gubierno central.	Establecer un plan de marketing con el fin de crear estrategias promocionales con el fin de captar la atencion a nuestros posibles clientes.
	· Capacitaciones gratuitas sobre la manipulación de alimentos.		
	· Planes de desarrollo organizados por el gobierno.	Ofrecer una gama de platos nutritivos, a travez de cartas en las cuales el cliente pueda elegir a su gusto y preferencia, cabe mencionar que todo los platos que señalamos en el munu estaran disponibles para que el cliente pueda degustar de ellos.	Analizar los distintos medios de comunicacion con el fin de difundir esta nueva propuesta empresarial.
	· Carencia de competencia.		
	<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
	· Desastres naturales.	Establecer con proveedores estrategicos con el fin de acceder con productos e insumos que requiera la empresa, esto nos permitira obtener un grado de ventaja puesto que podemos ofrecer todos los productos establecidos en el menu.	Establecer puntos estrategicos dentro del canton para distribuir los distintos materiales publicitarios.
	· Escases de productos.		
	· Alto índice delincencial en esta ciudad.	Realizar gestiones externas con aquellas empresas que realizan servicio de seguridad, con el fin de contratar un personal de confianza.	Se realizará incentivos de un postre especial a los empleados de las distintas empresas, por motivo de cumpleaños.
· Políticas económicas que pueden afectar la permanencia del negocio.			
· Inflación.	Realizar un constante analisis financiera de la empres,a con el fin de medir la rentabilidad y de aplicar estrategias comerciales.	Crear paginas en la Wed para promocionar la microempresa, a travez de redes sociales.	

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza



**Cuadro 16.** Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

**Cuadro 17. Barreras de entrada**

<b>F1 BARRERAS DE ENTRADA</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1. PRODUCTO/SERVICIO DIFERENTE		X	
2. ALTOS COSTOS	X		
3. AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES			X
4. PRESTIGIO DE LA COMPETENCIA	X	0	
	2	1	1
<b>AMENAZA DE NUEVOS PARTIPANTES</b>	50%	25%	25%

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Las barreras de entrada se muestran con un nivel bajo de afectación a esta nueva microempresa que incursionará en el mercado del cantón Milagro, sin embargo existe una alta competencia que puede mermar la participación de esta organización, para ello, es necesario aplicar estrategias de precio, presentación, innovación que llame la atención del cliente y pueda solicitar nuestros servicios.

**Cuadro 18. Amenaza de servicios sustitutivos**

<b>F2 SERVICIOS SUSTITUTOS</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1.- PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. - PROPENCION A CAMBIAR	X		
3.- EMPRESAS GRANDES QUE SE POSICIONEN EN EL MERCADO		X	
4.- EMPRESAS DE GOBIERNO QUE BRINDEN EL SERVICIO QUE SE OFRECERÁ	X		
	2	1	0
<b>AMENAZA DE SUSTITUCION</b>	50%	50%	0%

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

La amenaza de sustitución se refleja entre bajo a medio, lo cual apunta a incrementar su participación en esta plaza, puesto que pueden brindar servicios adicionales que no se ofrecerá y captar parte importante del mercado, por ello, es importante realizar un estudio constante del comportamiento del consumidor para determinar sus necesidades, exigencias y expectativas.

**Cuadro 19.** Rivalidad de competidores actuales

<b>F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1. COMPETIDORES QUE BRINDEN EL MISMO SERVICIO		X	
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES		X	
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO		X	
	0	3	1
<b>ANALISIS DE RIVALIDAD</b>	0%	75%	25%

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Los determinantes de la rivalidad son nuestros potenciales competidores de quienes no podemos descuidar para que lideren el mercado (venta de almuerzos), una de las herramientas que nos diferenciará de ellos es la calidad que emplearemos en la preparación de los alimentos es decir la aplicación de normas de higiene y sobre todo un talento humano comprometido, con esto optimizaremos los procesos de cada área, para así cubrir con la alta demanda de clientes.

**Cuadro 20.** Poder de negociación de los compradores

<b>F4 PODER DE LOS COMPRADORES</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1.- INCLINACIÓN POR PRODUCTOS/SERVICIOS IGUALES	X		
2.- IMAGEN CORPORATIVA		X	
3.- ESTRATEGIAS PROMOCIONALES			X
4.- MERCADO AMPLIO			X
	1	1	2
<b>PODER DEL CONSUMIDOR</b>	25%	25%	50%

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

El poder de los compradores lo tienen los clientes, puesto que en la actualidad existe una late demanda de comerciantes informales que podría captar parte importante del mercado a través de una competencia desleal, es decir aplicando bajos precios, sin embargo, la microempresa se caracterizara por ejercer bajo estándares de calidad, de esta manera nos diferenciarnos de la competencia y afianzar nuestro posicionamiento en el mercado.

Se deben establecer estrategias que capten la fidelización del cliente.

**Cuadro 21.** Poder de negociación de los proveedores

<b>F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1.-PRECIOS ELEVADOS	X		
2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS	X		
	3	1	0
<b>PODER DE LOS PROVEEDORES</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Este mercado cuenta con una alta variedad de proveedores, por ello no es una amenaza representativa, sin embargo es importante establecer buenas relaciones para poder acceder a los productos de una forma fácil y en el momento que se lo requiera.

**Cuadro 22.** Nivel de atractividad del sector comercial, según análisis de Porter

		<b>RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD</b>					
<b>MAGNITUD DE LA EMPRESA</b>	<b>ACTUAL</b>			<b>FUTURO</b>			
	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>	
BARRERAS DE ENTRADA	2	1	1	1	1	0	
PRODUCTOS SUSTITUTOS	2	1	0	1	1	0	
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	0	3	1	0	2	1	
PODER DE LOS COMPRADORES	1	1	2	0	0	1	
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	3	1	0	2	0	0	
EVALUACION GENERAL	8	7	4	4	4	2	

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Sector comercial se muestra en crecimiento bajo, por la gran competencia, sin embargo la permanencia de la empresa dependerá de la forma como se ejecute

cada actividad o proceso, motivo por el cual es importante buscar una innovación constante en el servicio como en la preparación de los alimentos, con el fin de diferenciarnos de la competencia.

#### 5.7.1. 4. Estrategias de Marketing Mix

##### PRODUCTO/ SERVICIO

Nombre del negocio: "MASBURG"

Logotipo:

Figura 10



Slogan:

***EXCELENTE ATENCIÓN CON EL MEJOR SABOR***

**Descripción del producto/servicio:**

Se seleccionara una mezcla de platos nutritivos. Se realizarámenús con bajo contenido de grasas, sin sacrificar el sabor de la comida.

En cuanto a la relación precio–calidad de los platos que se ofrecerá, debido a que es un servicio diario se optara por precios accesibles a los clientes, los mismos que serán preparados en base a altos estándares de calidad.

No se puede dejar de lado la calidad en servicio que esperamos y tenemos planeado ofrecer, para satisfacer las más elevadas exigencias de los consumidores.

En este tipo de negocios existen estrategias para conocer nuestra cuota de mercado.

A corto plazo:

- Dar a conocer el servicio de forma inmediata.
- Publicidad constante durante los primeros 6 meses.
- Obtener la fidelidad del cliente.

Mediano plazo:

- Aumentar la cantidad de clientes.
- Aumentar las ventas.
- Ampliación del local.
- Cambios y renovaciones constantes.
- Abrir sucursales en diferentes ciudades del país.

**Cuadro 23.** Listado de sopas, cremas y caldos

<b>CREMAS</b>
CREMA DE LEGUMBRES
CREMA DE ALVERJAS
CREMA DE CHOCLO
CREMA DE ESPARRAGOS
CREMA DE PAPAS
CREMA DE TOMATE
CREMA DE ZAPALLO
<b>CALDOS</b>
LOCRO DE PAPAS
LOCRO DE NABO
CALDO DE POLLO
MENESTRON
BICHE DE PESCADO
CHUPE DE PESCADO
CALDO DE BOLAS
CALDO DE LENTEJAS CON CARNE
SANCOCHO COSTEÑO
LOCRO DE ACELGA
<b>SOPAS</b>
SOPA DE VERDURAS LARGAS
SOPAS DE BOLA DE VERDE
SOPA DE QUESO
SOPA DE CARNE CON TORREJAS
SOPA DE ARROZ DE CEBADA
SOPA DE TORREJAS
SOPA DE VIEIRAS
SOPA DE ATUN

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucía Masaquiza

**Cuadro 24.** Listado de acompañamientos para el menú

<b>ACOMPañAMIENTOS</b>
ARROZ CON MENESTRA Y CARNE ASADA
ARROZ CON PURE DE PAPAS Y CARNE APANADA
ARROZ CON ENROLLADO DE ATUN
ARROZ CON ENSALADA DE ATUN
ARROZ CON ENSALADA DE REMOLACHA Y CHULETA ASADA
ARROZ CON ENSALADAS DE VERDURAS Y PESCADO ASADO
ARROZ CON BISTEC DE HIGADO
ARROZ CON CAMARON
ARROZ CON ENSALADA DE AGUACATE Y PESCADO ASADO
ARROZ CON ENSALADA DE FREJOL Y CARNE ASADA
ARROZ CON POLLO
MORO DE LENTEJA CON CARNE GUISADA
SECO DE CHANCHO
SECO DE POLLO
LOMITO SALTADO
NIÑOS ENVUELTOS
SANGO DE CAMARON
CAMARONES APANADOS

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucía Masaquiza

**Cuadro 25.** Listado de jugos

<b>JUGOS</b>
NARANJA
LIMON
MELON
PAPAYA
MANDARINA
GUAYABA
SANDIA
NARANJILLA
MORA
GUANABANA
GRANADILLA
BADEA
MANGO
PIÑA

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucía Masaquiza



## ESTRATEGIAS DE PRECIO

Debido a que vamos a ingresar a un mercado con un gran número de competidores, los cuales tienen un precio estandarizado en cuanto a almuerzos se propone lo siguiente. Lo antes expuesto significa que se trabajarán con ***Precios en Relación a la competencia, en el mismo nivel de los competidores.***

**Cuadro26.** Cuadro de precios

PRODUCTO/SERVICIO	P.V.P
ALMUERZOS	2,25

Elaborado por: Norma Burgos y Lucía Masaquiza

## ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.

El servicio de almuerzos tendrá un canal directo en cuanto a servicio se refiere, es decir productor – consumidor final.

La ciudad de Milagro al ser una ciudad comercial permite llevar a cabo una distribución directa a sus clientes.

## ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN:

Los clientes estarán permanentemente informados sobre las novedades, actividades, promoción en el mes o en la semana, y el medio de información serán las siguientes:

### **Publicidad:**

- Anuncio en prensa escrita, 1 mes antes de la apertura por periódicos los sábados por periódico de la ciudad “La Verdad”.
- Tarjetas de presentación
- Volantes
- Dípticos

Figura 11. Tarjeta de presentación



Figura 12. Volantes



Figura 13. Dípticos

# DIPTICO

## Parte Posterior

LUCIA MASAQUIZA  
Y  
NORMA BURGOS  
**PROPIETARIAS**



**HAGA SUS PEDIDOS  
YA**

Dir.: Av. García Moreno y Bolívar  
Teléf.: 2972-296 - Cel.: 086837519



LA MEJOR ELABORACIÓN Y  
DISTRIBUCIÓN DE ALMUERZOS



## Parte Inferior

### MISIÓN

Somos una empresa de servicios que cubre las necesidades y expectativas de nuestros clientes, proporcionando alimentos sanos que contribuyan a mejorar su calidad de vida, enfocados a mantener una constante innovación, tecnología y profesionalismo, asegurando el compromiso permanente a una empresa en crecimiento.



Ser una empresa líder en brindar servicios alimenticios (almuerzos) que colaboren con la sana nutrición, que sean reconocidos tanto por su calidad como por su bajo costo, convirtiéndose en la mejor opción para nuestros clientes a través del uso de tecnología de punta y por la excelencia de sus resultados



### ***Promoción en ventas:***

- Un día a la semana se dará como incentivo un postre.

### **Políticas de ventas:**

Para cumplir con los objetivos del negocio es importante implementar y trabajar con las siguientes políticas de ventas:

- Establecer programas de capacitación sobre técnicas de atención al cliente y ventas.
- Las ventas se realizarán por medio de la distribución previa al pedido receptado durante la semana laborable en el cual se le hará llegar con el vendedor la carta que contiene el menú y el cliente podrá seleccionar para cada día los platos de su preferencia.
- La recaudación de los valores producto de la venta se realizará mediante, efectivo.

### ***Venta Personal:***

***Atención Personalizada:*** Este factor depende principalmente de la actitud del equipo de trabajo. Se debe considerar que el buen trato es esencial en las relaciones humanas. Y partiendo de este punto desarrollar la capacidad para entender las necesidades de los clientes en cuanto al servicio en un marco de respeto y buen talante.

- ***Buena Presentación:*** Causar una buena impresión en los usuarios, la misma que se pretende lograr por medio de la impecabilidad la persona que distribuye el almuerzo como higiénico empaque de los mismos.

### **Planes de Contingencia**

En caso de tener inconvenientes con la proyección del volumen de ventas efectuado, por ende no obtendríamos los valores monetarios presupuestados como ingresos, aquello se convertiría en un limitante para el negocio, por tal motivo establecemos las siguientes estrategias contingentes:

- Establecer convenios con empresas y/o instituciones de la localidad para convertirnos en sus proveedores de almuerzos.

- Preparar banquetes para eventos de cualquier índole, empleando así nuestra capacidad instalada al máximo y obteniendo los mayores rendimientos económicos.
- Distribuir menús (almuerzos) a domicilios, a familias y hasta estudiantes universitarios, bajo previo pedido.
- Ofrecer menús variados.
- Continuamente se estará otorgando incentivos a empleados y clientes.

## 5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

### 5.7.2.1. Talento Humano:

Administrador	\$450.00
Jefe operativo (Chef)	\$350.00
Vendedor – Distribuidor	\$300.00
Asistente de cocina	\$292.00
Conductor del vehículo (chofer)	\$300.00

### 5.7.2.2 Recursos Materiales:

#### Equipo de oficina

- Teléfono Panasonic
- Aire acondicionado
- Computadora
- Impresora Multifunción
- Escritorios
- Sillas de oficina
- Sillas de espera
- Extintor
- Archivador Vertical 3 Gavetas
- Mesa Reuniones 4 Personas
- Mesa de trabajo
- Silla para reuniones

#### Maquinarias y equipos

- Cocina industrial 6 quemadores
- Horno Industrial Múltiple Uso
- Congelador Horizontal De 11 Pies
- Extractor de olores
- Microondas Wm1114d001.4'
- Tanques de gas industrial
- Batidora
- Juego de 6 ollas grandes
- Juego de 3 Sartenes grandes
- Olla arrocera industrial
- Umco Licuadora 4107 700 W.



### Utensilios de cocina

- Abrelatas
- Cuchara espumadera
- Cucharetas (6piezas)
- Cuchillos cebolleros
- Cuchillos de cocina
- Cuchillos puntilla
- Exprimidor De Cítricos
- Jarras de plástico
- Juego de cernideras de aluminio (3piezas)
- Molde con centro hueco
- Moldes redondos para postres individuales
- Rallador de 4 lados
- Vasos

### Vehículo

Furgón Van N300 Cargo

### 5.7.2.3. Recursos Financieros

**Cuadro 27. Inversión en Activos Fijos**

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS								
DESCRIPCION	VIDA UTIL	CANT	VALOR U.	Val. T. AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>5</b>							
Teléfono Panasonic		1	110,00	120,00	-	-	-	-
Aire acondicionado		1	430,00	430,00	-	-	-	-
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>				<b>550,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>	<b>3</b>							
Computadora		1	400,00	400,00			463,48	-
Impresora Multifunción		1	83,00	83,00			91,78	
<b>TOTAL EQUIPO DE COMP.</b>				<b>483,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>555,26</b>	<b>-</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>10</b>							
Escritorios		1	190,00	190,00	-	-	-	-
Sillas de oficina		1	40,00	40,00	-	-	-	-
Sillas de espera		1	130,00	130,00	-	-	-	-
Extintor		1	50,00	50,00	-	-	-	-
Archivador Vertical 3 Gavetas		1	117,00	117,00	-	-	-	-
Mesa Reuniones 4 Personas		1	80,00	80,00	-	-	-	-
Mesa de trabajo		1	65,00	65,00	-	-	-	-
Silla para reuniones		5	25,00	125,00	-	-	-	-
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>797,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>	<b>10</b>							
Cocina industrial 6 quemadores		2	500,00	1.000,00	-	-	-	-
Horno Industrial Multiple Uso		1	320,00	320,00	-	-	-	-
Congelador Horizontal De 11 Pies		2	580,00	1.160,00	-	-	-	-
Extractor de olores		2	119,00	238,00	-	-	-	-
Microondas Wm1114d001.4'		2	199,00	398,00	-	-	-	-
Tanques de gas industrialL		2	140,00	280,00	-	-	-	-
Batidora		2	39,60	79,20	-	-	-	-
Juego de 6 ollas grandes		2	210,00	420,00	-	-	-	-
Juego de 3 Sartenes grandes		2	120,00	240,00	-	-	-	-
Olla arrocera industrial		3	150,00	450,00	-	-	-	-
Umco Licuadora 4107 700 W.		2	70,00	140,00	-	-	-	-
<b>TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>				<b>4.725,20</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>UTENSILIOS DE COCINA</b>	<b>1</b>							
Abrelatas		1	3,50	3,50	3,69	3,88	3,88	4,09
Cuchara espumadera		2	3,00	6,00	6,32	6,65	6,65	7,00
Cucharetas (6piezas)		1	10,00	10,00	10,53	11,09	11,09	11,67
Cuchillos cebolleros		5	4,00	20,00	21,06	22,17	22,17	23,34
Cuchillos de cocina		5	2,50	12,50	13,16	13,86	13,86	14,59
Cuchillos puntilla		5	3,90	19,50	20,53	21,62	21,62	22,76
Exprimidor De Citricos		2	15,00	30,00	31,59	33,26	33,26	35,02
Jarras de plástico		3	3,00	9,00	9,48	9,98	9,98	10,51
Juego de cernideras de aluminio (3piezas)		2	5,00	10,00	10,53	11,09	11,09	11,67
Molde con centro hueco		3	16,50	49,50	52,12	54,88	54,88	57,78
Moldes redondos para postres individuales		3	15,00	45,00	47,38	49,89	49,89	52,53
Rallador de 4 lados		3	6,00	18,00	18,95	19,95	19,95	21,01
Vasos		10	1,00	10,00	10,53	11,09	11,09	11,67
<b>TOTAL UTENSILIOS DE COCINA</b>				<b>243,00</b>	<b>255,85</b>	<b>269,39</b>	<b>269,39</b>	<b>283,64</b>
<b>VEHICULO</b>	<b>5</b>							
Furgón Van N300 Cargo		1	15.500,00	15.500,00	-	-	-	-
<b>TOTAL DE VEHICULO</b>				<b>15.500,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				<b>22.298,20</b>	<b>255,85</b>	<b>269,39</b>	<b>824,65</b>	<b>283,64</b>

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Para iniciar a operar con un negocio es necesaria la compra de bienes que ayuden realizar las actividades que demanda el giro del mismo, a esta compra se denomina inversión debido al significativo desembolso que representa. Luego de analizar las necesidades de una empresa dedicada a la preparación de alimentos se consideraron para la inversión los expuestos en el grafico 27.

**Cuadro 28.** Depreciación Anual de Activos

ACTIVO				DEP. ANUAL				
	VIDA UTIL	V. BIEN	DEP. MENS	DEP. A. ANO1	DEP. A. ANO2	DEP. A. ANO3	DEP. A. ANO4	DEP. A. ANO5
EQUIPO DE OFICINA	5	550,00	9,17	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3	483,00	13,42	161,00	161,00	161,00	185,09	185,09
MUEBLES Y ENSERES	10	797,00	6,64	79,70	79,70	79,70	79,70	79,70
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10	4.725,20	39,38	472,52	472,52	472,52	472,52	472,52
UTENSILIOS DE COCINA	1	243,00	20,25	243,00	255,85	269,39	269,39	283,64
VEHICULO	5	15.500,00	258,33	3.100,00	3.100,00	3.100,00	3.100,00	3.100,00
<b>DEP. AC. FIJO</b>			<b>347,19</b>	<b>4.166,22</b>	<b>4.179,07</b>	<b>4.192,61</b>	<b>4.216,70</b>	<b>4.230,95</b>

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Los activos fijos están sujetos a depreciación, se considera el deterioro o desgaste que sufren a través del tiempo. Para el cuadro 28 tenemos depreciaciones diferentes porcentajes que van acuerdo a la naturaleza del bien y a las normativas contables.

**Cuadro 29.** Gastos de Nomina Proyectado

NÓMINA AÑO 1							
PERSONAL	RMU	13RO	14TO	VAC.	Apte. IESS	TOTAL	T. ANUAL
ADMINISTRADOR	450.00	37.50	24.33	18.75	55.58	586.16	7,033.90
JEFE OPERATIVO	350.00	29.17	24.33	14.58	43.23	461.31	5,535.70
CHÓFER	300.00	25.00	24.33	12.50	37.05	398.88	4,786.60
VENDEDOR-REPARTIDO	292.00	24.33	24.33	12.17	36.06	388.90	4,666.74
ASISTENTE DE COCINA	876.00	73.00	24.33	36.50	108.19	1,118.02	13,416.23
<b>TOTAL</b>	<b>2,268.00</b>					<b>2,953.26</b>	<b>35,439.18</b>



<b>NÓMINA AÑO 2</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>RMU</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC.</b>	<b>Apte. IESS</b>	<b>Fdo. Res.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>T. ANUAL</b>
ADMINISTRADOR	473.81	39.48	25.62	19.74	58.51	39.48	656.65	7,879.80
JEFE OPERATIVO	368.52	30.71	25.62	15.35	45.51	30.71	516.42	6,197.05
CHOFER	315.87	26.32	25.62	13.16	39.01	26.32	446.31	5,355.68
VENDEDOR-REPARTIDO	307.45	25.62	25.62	12.81	37.97	25.62	435.09	5,221.06
ASISTENTE DE COCINA	922.34	76.86	25.62	38.43	113.91	76.86	1,254.02	15,048.29
<b>TOTAL</b>	<b>2,387.98</b>						<b>3,308.49</b>	<b>39,701.89</b>

<b>NÓMINA AÑO 3</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>RMU</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC.</b>	<b>Apte. IESS</b>	<b>Fdo. Res.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>T. ANUAL</b>
ADMINISTRADOR	498.87	41.57	26.98	20.79	61.61	41.57	691.39	8,296.64
JEFE OPERATIVO	368.52	30.71	26.98	15.35	45.51	30.71	517.78	6,213.32
CHOFER	315.87	26.32	26.98	13.16	39.01	26.32	447.66	5,371.95
VENDEDOR-REPARTIDO	307.45	25.62	26.98	12.81	37.97	25.62	436.44	5,237.33
ASISTENTE DE COCINA	922.34	76.86	26.98	38.43	113.91	76.86	1,255.38	15,064.56
<b>TOTAL</b>	<b>2,413.04</b>						<b>3,348.65</b>	<b>40,183.78</b>

<b>NÓMINA AÑO 4</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>RMU</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC.</b>	<b>Apte. IESS</b>	<b>Fdo. Res.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>T. ANUAL</b>
ADMINISTRADOR	498.87	41.57	28.40	20.79	61.61	41.57	692.81	8,313.76
JEFE OPERATIVO	368.52	30.71	28.40	15.35	45.51	30.71	519.20	6,230.44
CHOFER	315.87	26.32	28.40	13.16	39.01	26.32	449.09	5,389.07
VENDEDOR-REPARTIDO	307.45	25.62	28.40	12.81	37.97	25.62	437.87	5,254.45
ASISTENTE DE COCINA	922.34	76.86	28.40	38.43	113.91	76.86	1,256.81	15,081.68
<b>TOTAL</b>	<b>2,413.04</b>						<b>3,355.78</b>	<b>40,269.40</b>

<b>NÓMINA AÑO 5</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>RMU</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC.</b>	<b>Apte. IESS</b>	<b>Fdo. Res.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>T. ANUAL</b>
ADMINISTRADOR	498.87	41.57	29.91	20.79	61.61	41.57	694.32	8,331.79
JEFE OPERATIVO	368.52	30.71	29.91	15.35	45.51	30.71	520.71	6,248.47
CHOFER	315.87	26.32	29.91	13.16	39.01	26.32	450.59	5,407.10
VENDEDOR-REPARTIDO	307.45	25.62	29.91	12.81	37.97	25.62	439.37	5,272.48
ASISTENTE DE COCINA	922.34	76.86	29.91	38.43	113.91	76.86	1,258.31	15,099.71
<b>TOTAL</b>	<b>2,413.04</b>						<b>3,363.30</b>	<b>40,359.56</b>

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

La nomina proyectada incluye personal que se considera indispensable para la buena marcha del negocio, se ha desarrollado una estructura salarial que vaya de acuerdo con las normas vigentes en el país.

**Cuadro 30. Proyección de costos y gastos**

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>ANO 1</b>	<b>ANO 2</b>	<b>ANO 3</b>	<b>ANO 4</b>	<b>ANO 5</b>
Costo promedio de materiales por almuer	81,421.91	85,729.12	90,264.19	95,039.17	100,066.74
gas	148.50	156.36	164.63	173.34	182.51
Agua	600.00	631.74	665.16	700.35	737.39
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Sueldo jefe operativo	5,535.70	6,197.05	6,524.88	6,870.04	7,233.47
Sueldo auxiliares	13,416.23	15,048.29	15,844.35	16,682.51	17,565.02
Arriendo	4,800.00	5,053.92	5,321.27	5,602.77	5,899.15
Dep. Maq. Y Equipo	472.52	472.52	472.52	472.52	472.52
Dep. Utensilios de Cocina	243.00	255.85	269.39	269.39	283.64
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>106,637.86</b>	<b>113,544.86</b>	<b>119,526.39</b>	<b>125,810.08</b>	<b>132,440.44</b>
<b>GASTOS DE OPERACION</b>	<b>47,390.12</b>	<b>49,961.49</b>	<b>50,919.19</b>	<b>51,793.91</b>	<b>52,473.42</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>9,898.00</b>	<b>10,876.86</b>	<b>11,433.69</b>	<b>12,044.07</b>	<b>12,661.37</b>
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>7,993.90</b>	<b>8,890.58</b>	<b>9,360.89</b>	<b>9,856.09</b>	<b>10,377.47</b>
ADMINISTRADOR	7,033.90	7,879.80	8,296.64	8,735.53	9,197.64
CONTADOR	960.00	1,010.78	1,064.25	1,120.55	1,179.83
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	<b>162.50</b>	<b>171.10</b>	<b>180.15</b>	<b>189.68</b>	<b>199.71</b>
CLORO	36.00	37.90	39.91	42.02	44.24
DETERJENTE	36.00	37.90	39.91	42.02	44.24
ESCOBAS	14.00	14.74	15.52	16.34	17.21
ESPONJAS	20.00	21.06	22.17	23.34	24.58
TOALLAS DE COCINA	2.50	2.63	2.77	2.92	3.07
JABON PARA PLATOS	48.00	50.54	53.21	56.03	58.99
RECOGEDOR DE BASURA	6.00	6.32	6.65	7.00	7.37
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	<b>130.90</b>	<b>137.82</b>	<b>145.12</b>	<b>152.79</b>	<b>160.87</b>
CAJAS DE GRAPAS	5.40	5.69	5.99	6.30	6.64
TINTA DE IMPRESORA	40.00	42.12	44.34	46.69	49.16
GRAPADORAS	2.00	2.11	2.22	2.33	2.46
PERFORADORAS	1.50	1.58	1.66	1.75	1.84
CAJA DE BOLIGRAFOS	12.00	12.63	13.30	14.01	14.75
RESMAS DE HOJAS	70.00	73.70	77.60	81.71	86.03
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	<b>660.00</b>	<b>694.91</b>	<b>731.67</b>	<b>770.38</b>	<b>811.13</b>
LUZ	300.00	315.87	332.58	350.17	368.70
TELEFONO	360.00	379.04	399.10	420.21	442.44
<b>GASTOS DE DEPRECIACION</b>	<b>350.70</b>	<b>350.70</b>	<b>350.70</b>	<b>374.79</b>	<b>374.79</b>
EQUIPO DE OFICINA	110.00	110.00	110.00	110.00	110.00
EQUIPO DE COMPUTACION	161.00	161.00	161.00	185.09	185.09
MUEBLES Y ENSERES	79.70	79.70	79.70	79.70	79.70
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>600.00</b>	<b>631.74</b>	<b>665.16</b>	<b>700.35</b>	<b>737.39</b>
GASTOS VARIOS	600.00	631.74	665.16	700.35	737.39
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>33,118.94</b>	<b>35,330.26</b>	<b>36,508.26</b>	<b>37,748.58</b>	<b>39,036.48</b>
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>9,453.34</b>	<b>10,576.74</b>	<b>10,609.27</b>	<b>10,643.52</b>	<b>10,661.55</b>
VENDEDOR-REPARTIDOR	4,666.74	5,221.06	5,237.33	5,254.45	5,272.48
CHOFER	4,786.60	5,355.68	5,371.95	5,389.07	5,389.07
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>700.00</b>	<b>737.03</b>	<b>776.02</b>	<b>817.07</b>	<b>860.29</b>
ANUNCIOS EN RADIO	300.00	315.87	332.58	350.17	368.70
AVISOS EN PRENSA	360.00	379.04	399.10	420.21	442.44
CARTELES PUBLICITARIOS	40.00	42.12	44.34	46.69	49.16
<b>GASTOS DE MOVILIZACION</b>	<b>15,840.00</b>	<b>16,677.94</b>	<b>17,560.20</b>	<b>18,489.13</b>	<b>19,467.21</b>
COMBUSTIBLE	15,840.00	16,677.94	17,560.20	18,489.13	19,467.21
<b>OTROS</b>	<b>4,025.60</b>	<b>4,238.55</b>	<b>4,462.77</b>	<b>4,698.85</b>	<b>4,947.42</b>
FACTURERO	10.00	10.53	11.09	11.67	12.29
CARTA DE MENU	120.00	126.35	133.03	140.07	147.48
FUNDAS BIODEGRADABLES	435.60	458.64	482.91	508.45	535.35
RECIPIENTES	1,560.00	1,642.52	1,729.41	1,820.90	1,917.23
SERVILLETAS	210.00	221.11	232.81	245.12	258.09
UTENSILIOS PLASTICOS	356.40	375.25	395.10	416.01	438.01
INCENTIVOS A CLIENTES	1,333.60	1,404.15	1,478.43	1,556.64	1,638.98
<b>GASTOS DE DEPRECIACION</b>	<b>3,100.00</b>	<b>3,100.00</b>	<b>3,100.00</b>	<b>3,100.00</b>	<b>3,100.00</b>
VEHICULO	3,100.00	3,100.00	3,100.00	3,100.00	3,100.00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>4,373.17</b>	<b>3,754.37</b>	<b>2,977.23</b>	<b>2,001.26</b>	<b>775.57</b>
INTERES PAGADOS	4,373.17	3,754.37	2,977.23	2,001.26	775.57

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

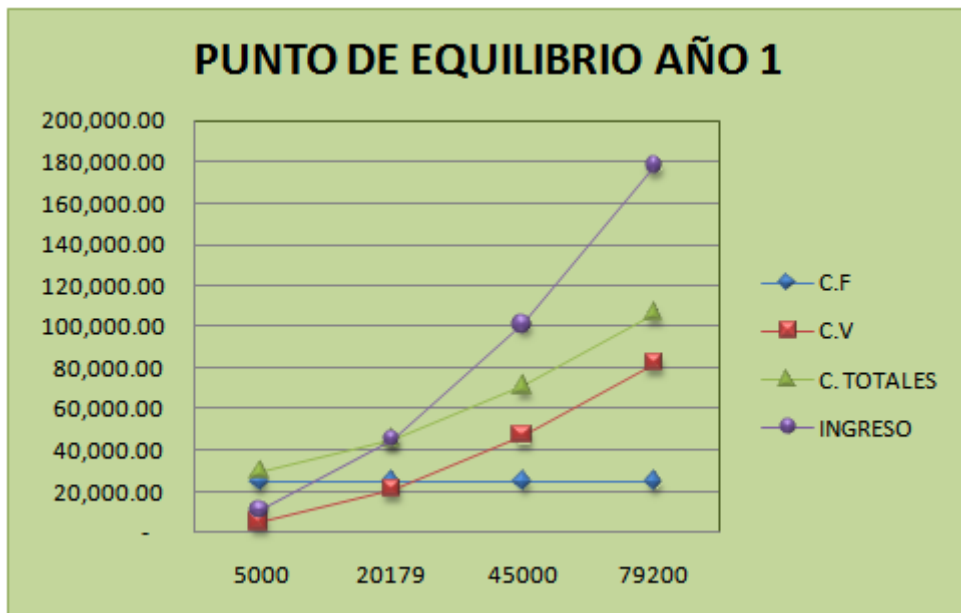
Aquí se ha proyectado para cinco años todos los gastos necesarios para producir y operar con el negocio, la variación que se hace de un periodo a otro está en proporción a la tasa inflacionaria del 2011

**Cuadro 31. Punto de Equilibrio Proyectado**

$$Q = \frac{CF}{PV - CVU}$$

AÑO 1	
EN UNIDADES	
C. FIJOS	24,467.45
C.V.U	1.04
P/VTA.	2.25 \$
<b>Q</b>	<b>20179 \$ 45,403.71</b>

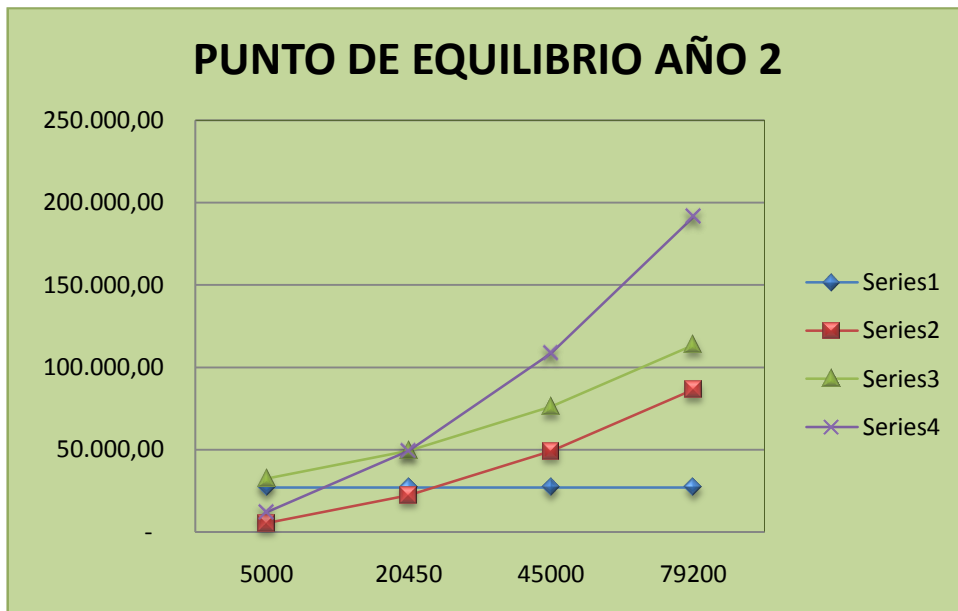
Q	5000	20179	45000	79200
C.F	24,467.45	24,467.45	24,467.45	24,467.45
C.V	5,187.53	20,936.26	46,687.73	82,170.41
C. TOTALES	29,654.98	45,403.71	71,155.18	106,637.86
INGRESO	11,250.00	45,403.71	101,250.00	178,200.00



### AÑO 2

EN UNIDADES	
C. FIJOS	<b>27,027.64</b>
C.V.U	1.09
P/VTA.	2.41
<b>Q</b>	<b>20450 \$ 49,367.15</b>

Q	5000	20450	45000	79200
C.F	27,027.64	27,027.64	27,027.64	27,027.64
C.V	5,461.95	22,339.51	49,157.51	86,517.22
C. TOTALES	32,489.58	49,367.15	76,185.15	113,544.86
INGRESO	12,070.13	49,367.15	108,631.13	191,190.78

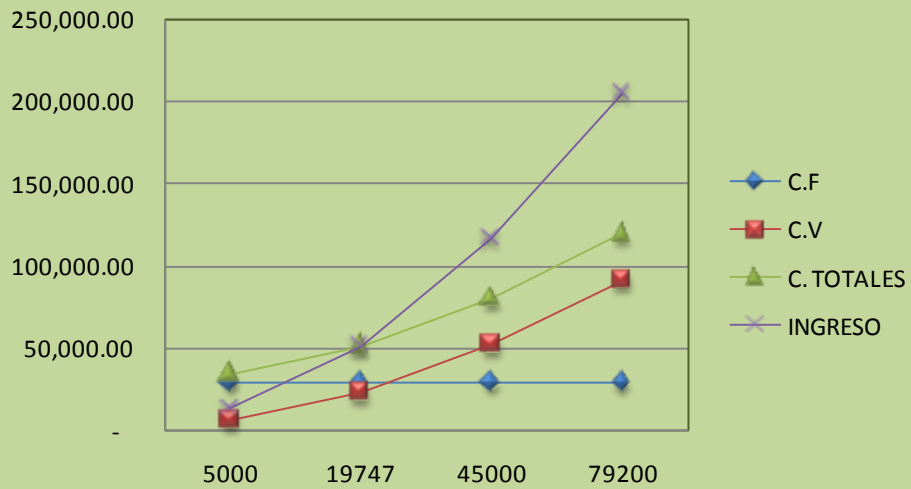


### AÑO 3

EN UNIDADES	
C. FIJOS	<b>28,432.41</b>
C.V.U	1.15
P/VTA.	2.59
<b>Q</b>	<b>19747 \$ 51,144.99</b>

Q	5000	19747	45000	79200
C.F	28,432.41	28,432.41	28,432.41	28,432.41
C.V	5,750.88	22,712.59	51,757.94	91,093.98
C. TOTALES	34,183.29	51,144.99	80,190.35	119,526.39
INGRESO	12,950.04	51,144.99	116,550.33	205,128.59

### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

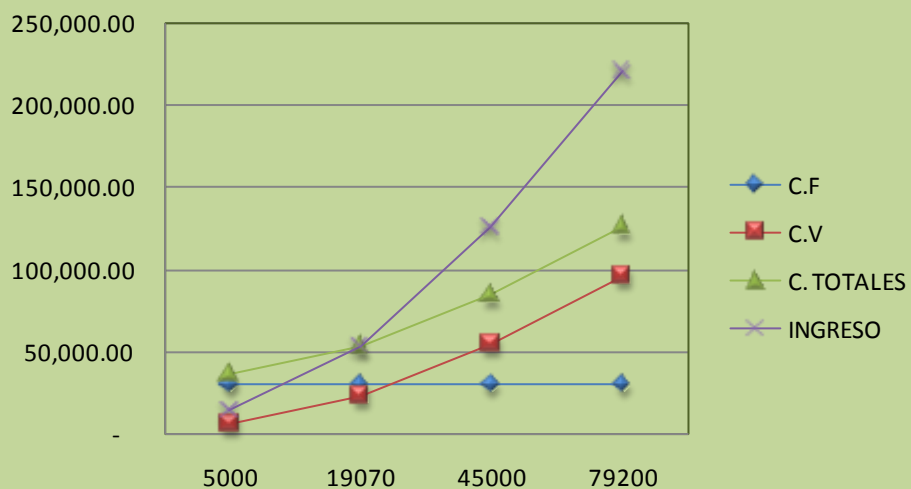


### AÑO 4

EN UNIDADES	
C. FIJOS	29,897.23
C.V.U	1.21
P/VTA.	2.78
<b>Q</b>	<b>19070</b>

Q	5000	19070	45000	79200
C.F	29,897.23	29,897.23	29,897.23	29,897.23
C.V	6,055.10	23,093.64	54,495.94	95,912.85
C. TOTALES	35,952.34	52,990.88	84,393.17	125,810.08
INGRESO	13,894.09	52,990.88	125,046.85	220,082.46

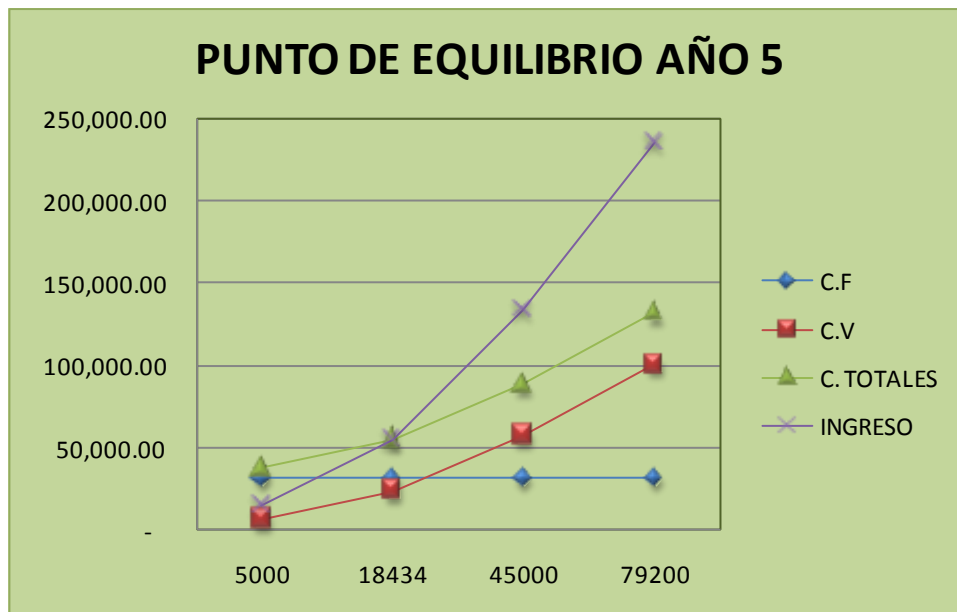
### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4



**AÑO 5**

EN UNIDADES	
C. FIJOS	<b>31,453.80</b>
C.V.U	1.28
P/VTA.	2.98
<b>Q</b>	<b>18434</b> \$ 54,958.44

Q	5000	18434	45000	79200
C.F	31,453.80	31,453.80	31,453.80	31,453.80
C.V	6,375.42	23,504.64	57,378.77	100,986.64
C. TOTALES	37,829.22	54,958.44	88,832.57	132,440.44
INGRESO	14,906.97	54,958.44	134,162.77	236,126.47



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

El punto de equilibrio nos muestra la cantidad mínima de unidades que tenemos que vender para poder cubrir con los costos de producción y según la proyección para la proyección realizada para los cinco años, la cantidad unidades requerida para este va disminuyendo de un periodo a otro permitiéndonos recuperarlos más rápidamente.

### Cuadro 32. Presupuesto de Ventas

#### MASBURG PRESUPUESTO DE VENTAS

INGRESOS POR	VAL. UNIT.	CANT. MENSUAL	ENR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALMUERZO	2.25	6,600.00	14,850.00	178,200.00	191,190.78	205,128.59	220,082.46	236,126.47
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>14,850.00</b>	<b>178,200.00</b>	<b>191,190.78</b>	<b>205,128.59</b>	<b>220,082.46</b>	<b>236,126.47</b>

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

De acuerdo al mercado que poseemos hemos presupuestado vender trescientos almuerzos diarios, lo que implica que mensualmente se estarán vendiendo seis mil seiscientos, y de acuerdo a nuestras estrategias de mercado se ha establecido un precio competitivo.

### Cuadro 33. Inversión y Financiamiento

INVERSIÓN DEL PROYECTO		
TOTAL ACTIVOS		22,298.20
CAJA		3,115.35
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	1,115.35	
OTROS	2,000.00	
<b>NECESARIO PARA OPERAR</b>		<b>25,413.55</b>

FORMAS DE FINANCIAMIENTO		
PRESTAMO BANCARIO	79%	20,076.70
APORTE DE CAPITAL	21%	5,336.85
<b>TOTAL</b>		<b>25,413.55</b>
TASA DE INTERES	<b>23.00%</b>	

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Para cubrir con los pagos generados por la adquisición de activos y poseer circulante para proceder con los primeros desembolsos se procederá a solicitar un préstamo bancario, el mismo que por estar dirigido al sector micro empresarial bordea el 23%.

**Cuadro 34.** Tabla de amortización Anual

TABLA DE AMORTIZACION ANUAL				
No.	PAGO. INT	PAGO K	DIVIDENDO	SALDO
-				20,076.70
1	4,373.17	2,418.49	6,791.66	17,658.21
2	3,754.37	3,037.29	6,791.66	14,620.92
3	2,977.23	3,814.43	6,791.66	10,806.49
4	2,001.26	4,790.40	6,791.66	6,016.09
5	775.57	6,016.09	6,791.66	0.00

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

El préstamo se amortiza en cinco años, como los dividendos son fijos los intereses se acumulan en los primeros periodos.

**Cuadro 35.** Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

**MASBURG**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO**

	ENR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	14,850.00	178,200.00	191,190.78	205,128.59	220,082.46	236,126.47
COSTO DE PRODUCCIÓN	8,886.49	106,637.86	113,544.86	119,526.39	125,810.08	132,440.44
UBV	5,963.51	71,562.14	77,645.92	85,602.20	94,272.38	103,686.03
GASTOS DE OPERACION	4,144.48	47,390.12	49,961.49	50,919.19	51,793.91	52,473.42
GASTOS ADMINISTRATIVOS	898.93	9,898.00	10,876.86	11,433.69	12,044.07	12,661.37
GASTOS DE VENTAS	2,860.75	33,118.94	35,330.26	36,508.26	37,748.58	39,036.48
GASTOS FINANCIEROS	384.80	4,373.17	3,754.37	2,977.23	2,001.26	775.57
UTILIDAD OPERACIONAL	1,819.03	24,172.03	27,684.43	34,683.02	42,478.47	51,212.61
PARTICIPACION A TRABAJADORE	272.85	3,625.80	4,152.67	5,202.45	6,371.77	7,681.89
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	1,546.18	20,546.22	23,531.77	29,480.56	36,106.70	43,530.72
IMPUESTO A LA RENTA	386.54	5,136.56	5,882.94	7,370.14	9,026.68	10,882.68
UTILIDAD DEL EJERCICIO	1,159.63	15,409.67	17,648.83	22,110.42	27,080.03	32,648.04

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Podemos observar que nuestras utilidades netas tienen un crecimiento significativo de un periodo a otro, esto nos da la pauta para concluir que es prospero y goza de permanencia en el mercado.



**Cuadro 36.** Estado de Flujo de Efectivo Proyectado**MASBURG****ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO**

	<b>AÑO 0</b>	<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	-	14,850.00	178,200.00	191,190.78	205,128.59	220,082.46	236,126.47
VENTAS	-	14,850.00	178,200.00	191,190.78	205,128.59	220,082.46	236,126.47
<b>(-) DESEMBOLSOS</b>	<b>22,298.20</b>	<b>12,298.98</b>	<b>145,488.58</b>	<b>180,000.79</b>	<b>191,229.55</b>	<b>206,893.70</b>	<b>222,669.45</b>
INVERSION	22,298.20	-	-	255.85	269.39	824.65	283.64
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	-	8,826.86	105,922.34	112,816.48	118,784.48	125,068.17	131,684.28
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	869.71	9,547.30	10,526.16	11,082.99	11,669.28	12,286.59
GASTOS DE VENTAS	-	2,602.41	30,018.94	32,230.26	33,408.26	34,648.58	35,936.48
PARTICIPACION TRABAJADORES	-	-	-	3,625.80	4,152.67	5,202.45	6,371.77
IMPTO. RTA.	-	-	-	5,136.56	5,882.94	7,370.14	9,026.68
REPARTICION DE UTILIDADES	-	-	-	15,409.67	17,648.83	22,110.42	27,080.03
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	<b>(22,298.20)</b>	<b>2,551.02</b>	<b>32,711.42</b>	<b>11,189.99</b>	<b>13,899.04</b>	<b>13,188.76</b>	<b>13,457.02</b>
<b>FLUJO FINANCIERO</b>							
<b>INGRESOS</b>	<b>25,413.55</b>	-	-	-	-	-	-
PRESTAMOS	20,076.70	-	-	-	-	-	-
CAPITAL	5,336.85	-	-	-	-	-	-
<b>(-) DESEMBOLSOS</b>	<b>-</b>	<b>565.97</b>	<b>6,791.66</b>	<b>6,791.66</b>	<b>6,791.66</b>	<b>6,791.66</b>	<b>6,791.66</b>
PAGO DE CAPITAL	-	181.17	2,418.49	3,037.29	3,814.43	4,790.40	6,016.09
PAGO DE INTERESES	-	384.80	4,373.17	3,754.37	2,977.23	2,001.26	775.57
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>25,413.55</b>	<b>(565.97)</b>	<b>(6,791.66)</b>	<b>(6,791.66)</b>	<b>(6,791.66)</b>	<b>(6,791.66)</b>	<b>(6,791.66)</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>3,115.35</b>	<b>1,985.05</b>	<b>25,919.76</b>	<b>4,398.33</b>	<b>7,107.37</b>	<b>6,397.10</b>	<b>6,665.36</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		<b>5,100.40</b>	<b>29,035.11</b>	<b>33,433.44</b>	<b>40,540.81</b>	<b>46,937.92</b>	<b>53,603.27</b>

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Este flujo de efectivo nos muestra la liquidez que posee la empresa, podemos observar el flujo neto de operaciones que genera el negocio, el primer año es relativamente más alto debido a que no se pagan las utilidades, lo cual se empieza a hacer a partir del segundo.

### Cuadro 37. Balance General Proyectado

#### MASBURG BALANCE GENERAL PROYECTADO

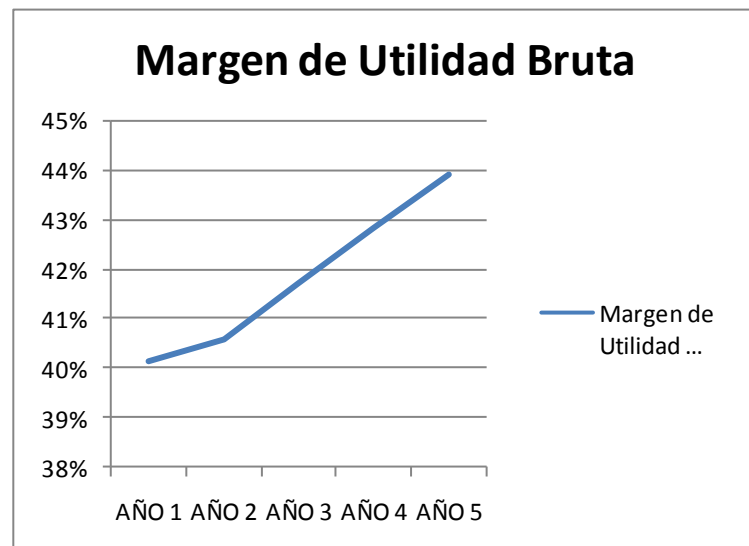
	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>	<b>27,051.41</b>	<b>47,167.09</b>	<b>47,642.20</b>	<b>50,826.35</b>	<b>53,831.41</b>	<b>56,549.46</b>
<b>CORRIENTE</b>	<b>5,100.40</b>	<b>29,035.11</b>	<b>33,433.44</b>	<b>40,540.81</b>	<b>46,937.92</b>	<b>53,603.27</b>
CAJA-BANCOS	5,100.40	29,035.11	33,433.44	40,540.81	46,937.92	53,603.27
<b>FIJO</b>	<b>21,951.02</b>	<b>18,131.98</b>	<b>14,208.76</b>	<b>10,285.54</b>	<b>6,893.49</b>	<b>2,946.19</b>
ACTIVO FIJO BRUTOS	22,298.20	22,298.20	22,554.05	22,823.44	23,648.09	23,931.74
DEP. AUM. ACT. F. BRUTOS	347.19	4,166.22	8,345.29	12,537.90	16,754.60	20,985.55
<b>PASIVO</b>	<b>20,554.93</b>	<b>26,420.57</b>	<b>24,656.53</b>	<b>23,379.09</b>	<b>21,414.54</b>	<b>18,564.57</b>
<b>CORRIENTE</b>	<b>659.40</b>	<b>8,762.36</b>	<b>10,035.61</b>	<b>12,572.59</b>	<b>15,398.45</b>	<b>18,564.57</b>
PARTICIPACION EMP. POR PAGAR	272.85	3,625.80	4,152.67	5,202.45	6,371.77	7,681.89
IMP. RTA. POR PAGAR	386.54	5,136.56	5,882.94	7,370.14	9,026.68	10,882.68
<b>NO CORRIENTE</b>	<b>19,895.54</b>	<b>17,658.21</b>	<b>14,620.92</b>	<b>10,806.49</b>	<b>6,016.09</b>	<b>0.00</b>
PRESTAMO BANCARIO	19,895.54	17,658.21	14,620.92	10,806.49	6,016.09	0.00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>6,496.48</b>	<b>20,746.51</b>	<b>22,985.67</b>	<b>27,447.27</b>	<b>32,416.87</b>	<b>37,984.89</b>
CAPITAL	5,336.85	5,336.85	5,336.85	5,336.85	5,336.85	5,336.85
UTILIDAD DEL EJERCICIO	1,159.63	15,409.67	17,648.83	22,110.42	27,080.03	32,648.04
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>27,051.41</b>	<b>47,167.09</b>	<b>47,642.20</b>	<b>50,826.35</b>	<b>53,831.41</b>	<b>56,549.46</b>

Elaborado por: Norma Burgos y Lucia Masaquiza

El Balance General proyectado sufre variaciones de un periodo a otro en sus rubros, esto se debe a la naturaleza de cada uno de ellos, si observamos el activo corriente podemos darnos cuenta que tiene una tendencia de crecimiento bastante significativa, lo contrario sucede en el activo fijo debido a las depreciaciones a las que ha estado sujeto, al cabo de cinco años, se podría pensar en invertir nuevamente en aquellos bienes cuya vida útil ya haya concluido. En el Pasivo tenemos un escenario inverso al activo, como las utilidades están creciendo nuestras obligaciones corrientes con empleados y estado también crecen, mientras las obligaciones no corrientes disminuyen e incluso llegan a cero por qué ha pagado el préstamo y no se ha vuelto a realizar otro. Nuestro Patrimonio también aumenta en proporción al crecimiento de las utilidades ya que no se ha realizado más aportaciones de capital.

**Cuadro 38. Razones Financieras**

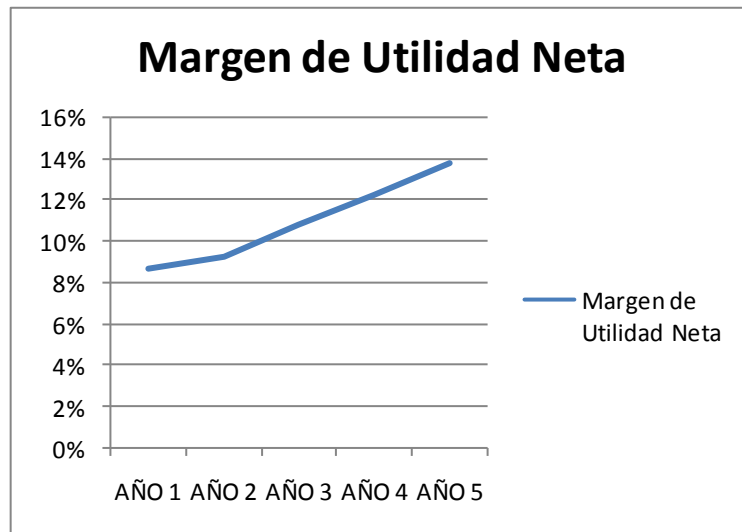
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RENDIMIENTO</b>					
Margen de Utilidad Bruta	40%	41%	42%	43%	44%
Margen de Utilidad Neta	9%	9%	11%	12%	14%
ROA	33%	37%	44%	50%	58%
ROE	74%	77%	81%	84%	86%
<b>LIQUIDEZ</b>					
R. Corriente	3.31	3.33	3.22	3.05	2.89
Fondo de Maniobra	0.11	0.11	0.11	0.10	0.09
<b>APALANCAMIENTO</b>					
Razon de Endeudamiento	0.56	0.52	0.46	0.40	0.33
Razon de Autonomia	0.44	0.48	0.54	0.60	0.67
<b>VAN</b>	<b>\$38,624.30</b>				
<b>TIR</b>	<b>83%</b>				



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Aplicando este e este indicador observamos que el margen de utilidad bruta en relación a los ingresos totales es alto y crece año a año, además nos muestra la proporción de los ingresos que nos queda para cubrir con los gastos de operación y de financiamiento.

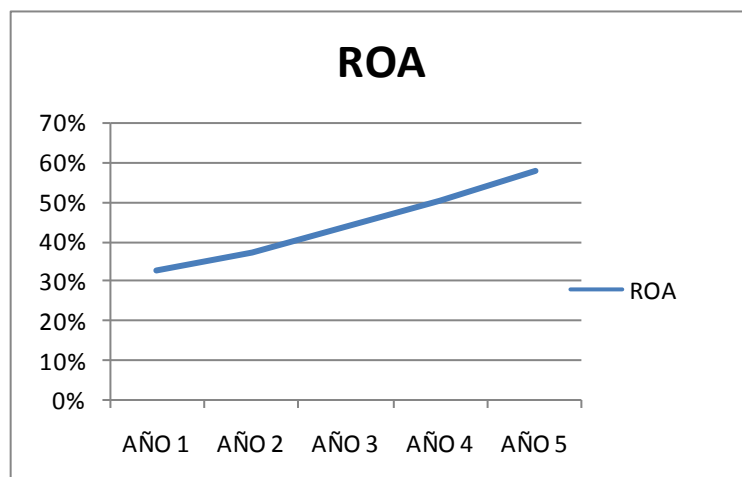
**Cuadro 39. Margen de Utilidad Neta**



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Este indicador mide el porcentaje que está quedando en relación a los ingresos por operar con el negocio, y podemos ver en el grafico que tiene la curva tiene tendencia positiva, lo que implica que cada año generara una mayor retribución para el propietario.

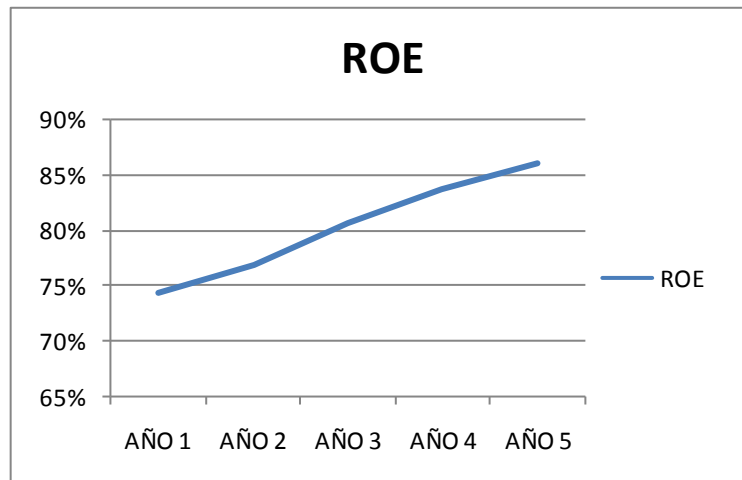
**Cuadro 40. ROA**



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

El rendimiento sobre activos se expresa en el grafico favorablemente para el negocio, este ratio nos muestra la capacidad que tiene la inversión de generar utilidades.

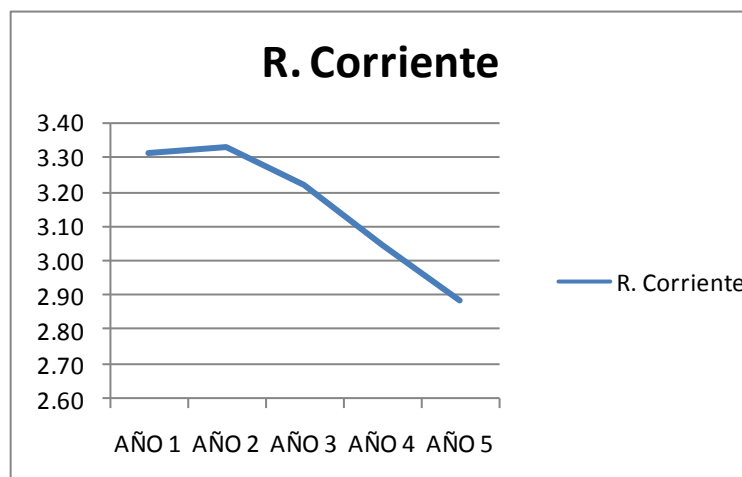
**Cuadro 41. ROE**



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

La rentabilidad que están obteniendo los inversionistas por cada dólar de inversión es relativamente alta y crece de un periodo a otro llegando en el quinto año al 86%.

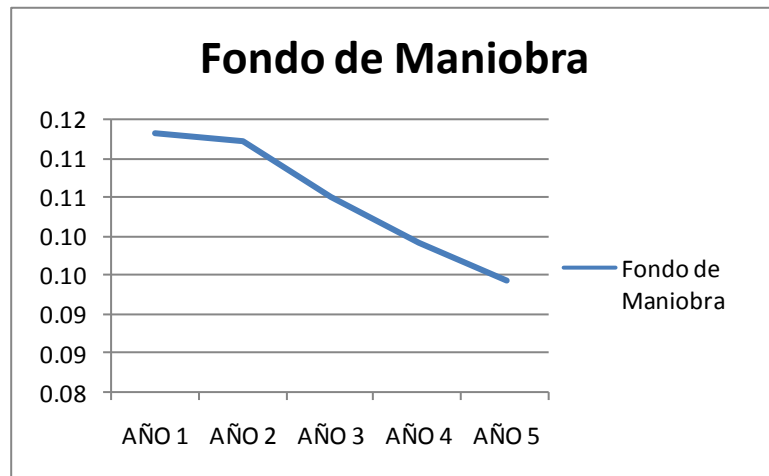
**Cuadro 42. Razón Corriente**



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

La razón corriente nos muestra la capacidad que tiene la empresa para cubrir con las obligaciones corrientes, es necesario que esta sea mayor a uno por que nos muestra cuanto tenemos por cada dólar de deuda corriente, el grafico nos muestra una curva con tendencia decreciente, mas ni en el nivel más bajo deja de ser mayor a uno.

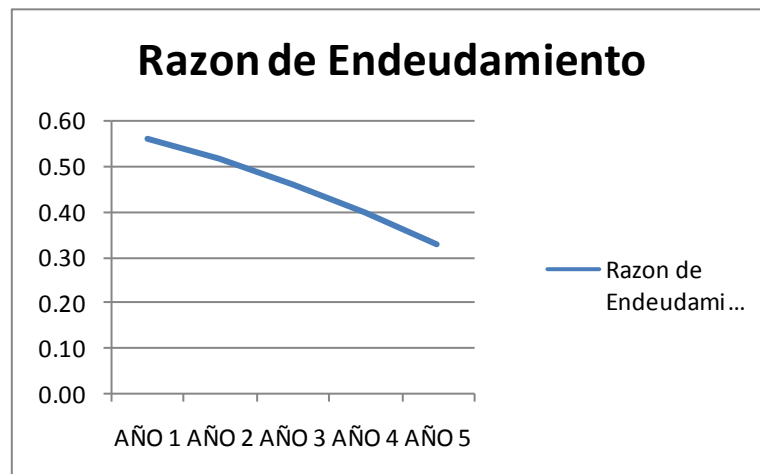
**Cuadro 43. Fondo de Maniobra**



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Este indicador mide la inversión neta en activos con relación a capital bruto de trabajo, para esta propuesta la curva es de tendencia decreciente debido a que solo una vez se ha realizado aportes de capital.

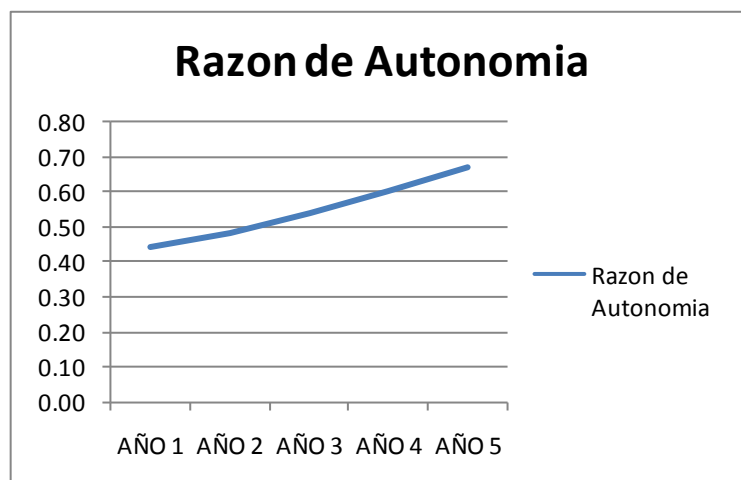
**Cuadro 44. Razón de endeudamiento**



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Por medio de la aplicación de este indicador se conoce el porcentaje en que la empresa ha sido financiada por medio de fondos de terceros, para el quinto año el financiamiento de esta empresa no supera el 35%, en parte porque los préstamos ya se han amortizado en su totalidad.

**Cuadro 45. Razón de Autonomía**



**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

Aplicando esta razón tenemos que el apalancamiento del negocio en los tres últimos años proviene del capital y las utilidades generadas en los ejercicios fiscales.

**Cuadro 46. Análisis de Índices Financieros**

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-25,413.55	32,711.42	11,189.99	13,899.04	13,188.76	13,457.02

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	12%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	84,446.23
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	25,413.55
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	66.46%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		64,037.85
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>38,624.30</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1.66
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	65.80
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>83%</b>

**Elaborado por:** Norma Burgos y Lucia Masaquiza

La Tasa de rendimiento promedio nos dice cuanto se recuperará en promedio anualmente en relación con la inversión inicial y para este negocio tenemos que es el 66.46%, lo que implica que es muy rentable.

El índice de Rentabilidad nos indica que del total de inversión se obtiene 1.66 veces más por flujos futuros traídos a valor presente/ Por cada dólar de inversión inicial se obtiene \$ 1.66 dólares de recuperación futura.

El rendimiento real en relación a lo que se invirtió inicialmente, será el 65.80%.

### **5.7.3 Impacto**

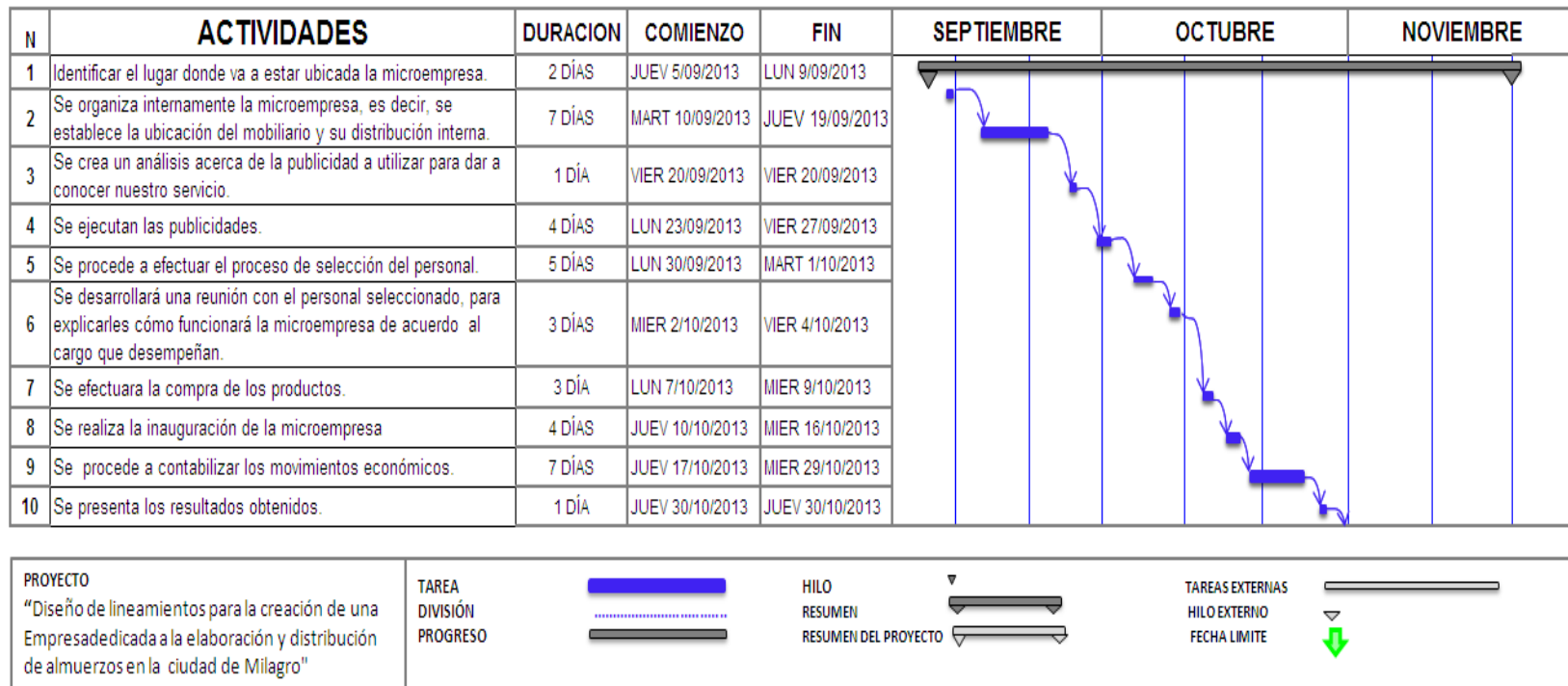
- Esta propuesta nos ubica en un mercado ampliamente competitivo en cuanto a oferta de almuerzos, pues esta ciudad cuenta con una amplia gama de locales que se dedican a esta actividad económica, mas el presente lineamiento centra su esmero en brindar servicio con exclusividad y nutrición, el cual pretende mejorar la calidad de vida de las personas que intervienen en el ámbito de prestación de servicios en la ciudad de Milagro a través de un régimen alimenticio bajo en grasas, ya que estas provienen la mayor cantidad de calorías(más del doble que los hidratos de carbono y que las proteínas y aunque tengan capacidad saciante es una opción no recomendada), así como también lograr disminuir el riesgo de padecer enfermedades cardiacas.
- Además se está ampliamente comprometido en el cumplimiento de las normas de higiene y salubridad, con fin de reducir las enfermedades por intoxicación producto de los microorganismos y bacterias presentes en las comidas manipuladas y tratadas sin el aseo que amerita.
- Por medio del estudio de razones financieras aplicadas a la presente propuesta pudimos darnos cuenta de la rentabilidad que generará, y como esta proporciona permanencia implica que nos mantendremos en el mercado con una tendencia al crecimiento contribuyendo así con la economía de la región y del país, a través de la generación de empleo y aportando a la masa monetaria.
- Para disminuir el impacto ambiental se ha optado por la utilización de fundas biodegradables para la distribución de los almuerzos. En el aspecto interno que es el proceso productivo no genera ningún impacto ambiental ya que en el proceso se utilizara productos orgánicos que hayan sido tratados sin ningún tipo de



químicos y se utilizaran envases biodegradables para no contaminar el ambiente, por lo tanto no afectara la calidad de vida de los ciudadanos.

### 5.7.4 Cronograma

Cuadro47



### **5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta**

La propuesta planteada se podrá evaluar considerando aspectos como:

- Nivel de ventas.
- Fidelización de los clientes.
- Cantidad de convenios.
- Cantidad de menús preparados.
- Posicionamiento de mercado (cuota de mercado).
- Utilidad del ejercicio económico.

Al evaluar el desarrollo del negocio a través de los indicadores propuestos se podrá determinar el nivel de éxito que tendrá el negocio, el mismo que es asegurado por las proyecciones financieras que se han efectuado, sólo se requiere de la aplicación de las estrategias que previamente se desarrollaron.

## CONCLUSIONES

- Existe actualmente una demanda insatisfecha en lo que respecta al consumo de alimentos, especialmente almuerzos.
- Se ha incrementado la necesidad de recibir los servicios de almuerzos en instituciones como las educativas, siendo este un mercado por explotar a gran nivel.
- Milagro es una ciudad que no cuenta con una empresa dedicada a la elaboración y distribución de almuerzos, lo que nos da la apertura a la creación de este tipo de negocio, las personas que laboran se ven en la obligación de acudir a los diferentes restaurantes de la ciudad, ya que les es incomodo por la distancia que está entre el domicilio y el lugar de trabajo.
- Al efectuar el cálculo con la posibilidad de financiamiento del Valor Actual Neto de la Inversión es de \$38,624.30 consiguiendo de esta manera una Tasa Interna de Retorno de 83%, lo cual permite afirmar lo viable y rentable que sería la puesta en marcha de este proyecto de inversión.

## RECOMENDACIONES

- Satisfacer la demanda de alimentación, en lo que respecta a almuerzos, ofreciendo variedad, higiene y calidad en el producto.
- Considerar a las instituciones educativas como los principales clientes a quienes se debe atender.
- Invertir en una empresa dedicada a la Elaboración y Distribución de Almuerzos es una excelente oportunidad para generar y obtener ganancias que rendirán gran manera sobre lo invertido, en vista que estos son manifestados a través de los resultados presentados en cada capítulo de este proyecto.
- Las utilidades que proyectará demuestra la viabilidad económica y por lo tanto la posibilidad de lograr la ejecución total y su puesta en marcha.

Finalmente podemos decir, que luego de haber realizado la investigación efectuada, se concluye que la inversión es factible, rentable y viable, por lo que se recomienda su implementación.

## BIBLIOGRAFÍA

- **BALLESTEROS**, E-Economía de la empresa alimentaria. Ediciones Mundi Prensa, Madrid. 2007
- **BEBER, Víctor y MOCHÓN, Francisco**- Economía, elementos de micro y macroeconomía, segunda edición Editorial 2007
- **Blanca DOLLY TEJADA**.- Administración de servicios de alimentación. Calidad, nutrición, productividad y beneficios, edición 2009
- **Carlos MALLO RODRÍGUEZ, Antonio PULIDO**.- Contabilidad Financiera. Un enfoque actual. Editorial Paraninfo, 2008
- **CHIRIBOGA, Luis**- Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano, Quinta edición, Ecuador. 2008
- **Gamaliel AYALA BRITO, Betel BECERRIL SÁNCHEZ**.- Administración Financiera aplicada a restaurantes, Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Edición 2007
- **Jesús FELIPE GALLEGU**.- Marketing para Hoteles y Restaurantes en los nuevos escenarios, Edición 2008
- **MÚNICH Lourdes; ÁNGELES, Ernesto** – Métodos y Técnicas de Investigación, Décimo segunda edición, México, 2010
- **TERRANOVA, Editores**- Cocina Ecuatoriana, Segunda edición, Santa Fe de Bogotá, 2009
- **ZÚÑIGA, Ana**- Etiqueta Moderna, Quinta edición, Colombia, 2010
- **ZAPATA, Pedro**- Contabilidad de Costos, Colombia 2007

## LINKOGRAFIA

- **ESCOLÁSTICO, Raúl**: *Historia de los Restaurantes*, <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>, extraído el 4 de junio del 2012.
- **LEÓN Eduardo, MENA Mariana, TASCÓN Pablo**: Proyecto de inversión para la elaboración y distribución de almuerzos saludables para empresas ubicadas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil en los años 2010-2011, Tesis de grado para optar el título de Ingeniería Comercial y Empresarial especializaciones

marketing y comercio exterior, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Facultad de Economía y negocios.

- **CHÁVEZ Amanda, BALAREZO Karina, Murillo Arturo:** Proyecto de factibilidad de la creación del servicio de almuerzos ejecutivos y de buffet dirigido a la corporación aduanera ecuatoriana en el distrito Guayaquil sector coordinación general de zona de carga aérea en los años 2009-2010, Tesis de grado para optar el título de Ingeniería comercial y empresarial, Especializaciones finanzas y marketing, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Facultad de Economía y negocios.
- **DURAN Ingrid, HOLGUÍN María:** Proyecto de desarrollo de una empresa de catering especializado para pequeñas y medianas empresas en el año 2007, Tesis de grado para la obtención del título de Ingeniería comercial y empresarial, Escuela Superior Politécnica del Litoral. Instituto de ciencias humanísticas y económicas.
- **GUZMÁN, Carlos Santiago:** Estudio para la creación de una empresa de procesamiento de alimentos para la elaboración de menús ejecutivos y escolares congelados y su comercialización en el distrito metropolitano de Quito en el año 2007, Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial, Escuela Politécnica del ejército.
- **CALAÑA, Chais:** *Diseño del servicio de buffet. Estrategias para su preparación y montaje*, <http://mdelgadomtnez.blogspot.com/2011/05/diseño-del-servicio-de-buffet.html>.
- **BLOG, Hispano de Negocios:** *Servicios de Catering: ¿Cómo iniciar un negocio en este rubro?*, <http://www.articulo.tv/?Servicios-catering-como-iniciar-un-negocio-en-este-rubro&id=3895>.
- Constitución de la República del Ecuador: *Ley de Compañías del Ecuador*, <http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=1&ubc=Inicio>.
- <http://www.dspace.espol.edu.ec>

**ANEXOS**



ANEXO 1:



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**ENCUESTA**

**MARQUE CON UNA X SEGÚN SU CRITERIO, EN LOS PARÉNTESIS DE CADA UNA DE LAS PREGUNTAS.**

1. **¿Considera usted, que al consumir alimentos no deseados fuera de casa provoca insatisfacción en las personas?**

Muy probable ( ) Probable ( ) Poco probable ( )

2. **¿Cree usted, que la falta de una alimentación garantizada expone a contraer enfermedades y a la vez a deteriorar la salud de las personas?**

Totalmente de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) En desacuerdo ( )

3. **¿Cree usted que la poca variación de menús, provoca que las personas busquen continuamente nuevos lugares donde almorzar?**

Muy probable ( ) Probable ( ) Poco probable ( )

4. **¿Piensa usted que la mala atención en los lugares donde se venden almuerzos es causa de inconformidad en los clientes?**

Si ( ) Tal vez ( ) No ( )

5. **¿Cree Usted que la falta de higiene en los lugares donde se venden almuerzos, genera un aspecto insalubre y de desconfianza para el cliente?**

Totalmente de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) En desacuerdo ( )

6. **¿Cuál es el aspecto más importante que toma en consideración al momento de consumir su almuerzo?**

Precio ( ) Porción ( ) Higiene ( ) Calidad de comida ( )

7. **¿Considera usted que la poca agilidad del personal dedicado a vender servicios de almuerzos, provoca que el tiempo para ingerir alimentos sea insuficiente?**

Si ( ) Tal vez ( ) No ( )

8. **¿Cree usted que la creación de un servicio de entrega de almuerzos a los respectivos lugares de trabajo, tendría aceptación en el mercado Milagreño?**

Muy probable ( ) Probable ( ) Poco probable ( )

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

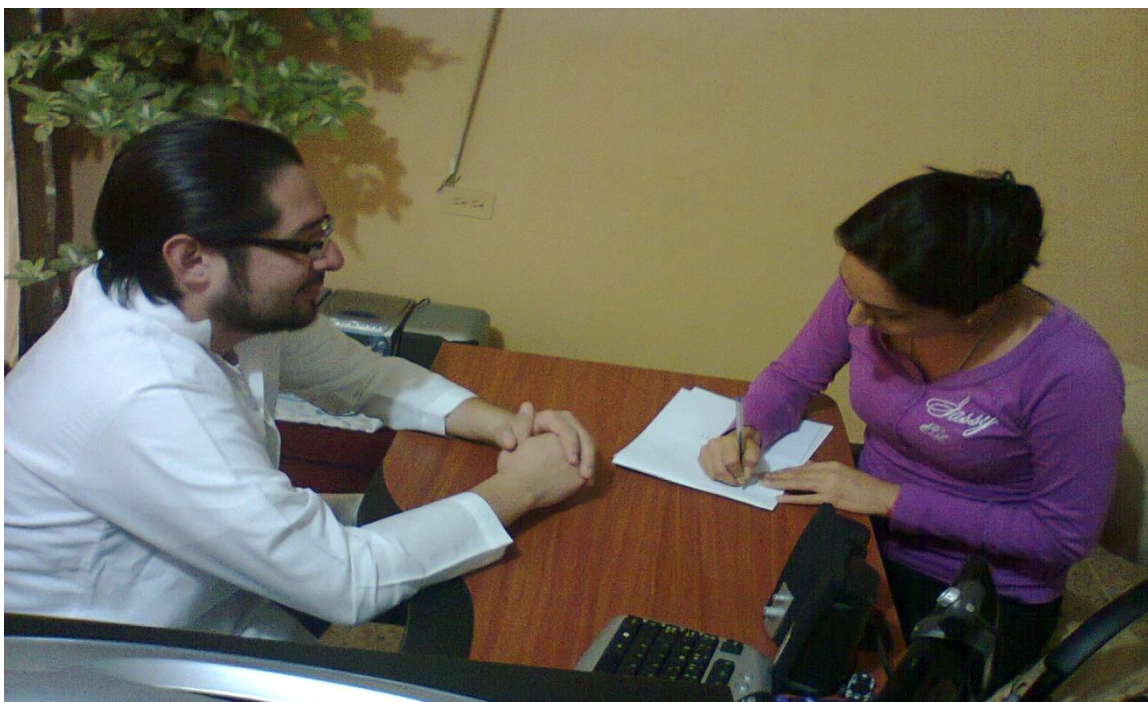
**ANEXO 2:**  
**FOTO DEL LOCAL QUE SE ALQUILARÁ**



**DIRECCIÓN:** Av. García Moreno y Bolívar



**ANEXO 3:  
FOTOS DE LA ENCUESTA**









**PATENTE MUNICIPAL**



MUNICIPIO DE MILAGRO

# PATENTE

De Comerciantes, Industriales y otras  
Actividades que se ejerzan en el Canton

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Regimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial

Destinado a \_\_\_\_\_

Propiedad de \_\_\_\_\_ Cédula No. \_\_\_\_\_

Situado en la calle \_\_\_\_\_

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la multa.

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 200 <sup>1</sup>

Registro No 1


Nº 0005812

VALOR US\$ 2.00

MUNICIPIO DE MILAGRO  
DIRECCION MUNICIPAL  
E. B. S.  
-----  
Director Financiero

TASA DE HABILITACIÓN MUNICIPAL

**TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO**

**MUNICIPIO DE MILAGRO**

Nº 0005612

Milagro..... del 200.....

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a.....

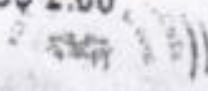
Clasificado como de..... Categoría.....


De Propiedad..... situado en.....

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo sanción de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario


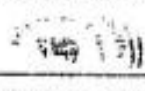
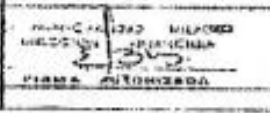
Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200.....

**VALOR US\$ 2.00**




  
MUNICIPALIDAD MILAGRO  
DIRECCIÓN MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE  
CIBOLA AUTORIZADA  
DIRECCIÓN MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE

VALOR TASA DE HABILITACIÓN MINICIPAL

<b>VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00</b>		Nº 0005625		
 <b>MUNICIPIO DE MILAGRO</b>	Declaración individual del impuesto del 1.5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. D. No. 081 de Enero 1984.	<b>SELLO DEL R.U.C.</b>		
Año 2006				
Registro Económico al que corresponde la Declaración Usar el rubro al 31 de Diciembre del 2005	Estado Reservado para el Municipio de Milagro Número de la Declaración			
<b>02 IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE</b>				
01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres	04 Sexo (M/F)	
05 Lugar de Nacimiento	06 Fecha de Nacimiento	07 Egresado de	08 Estado Civil	
09 Dirección Local	10 Calle	11 No.	12 Provincia	
13 Teléfono	14 Casilla	15 Actividad Principal	16 Tipo de Profesión	
<b>03 IMPUESTOS A LOS CAPITALES</b>				
Capital	Valor	Impuesto Básico	Retorno	Total
Propio	01 \$	02 \$	03	04
Ajeno	05	06	07 5 ANO 2004	08
Otras	09	10	11	12
Total	13	14	15	16
Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad declara que todas las informaciones contenidas en este formulario son verdaderas, correctas y completas.				
Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación		
		Milagro,		



**PERMISO CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO**

	NÚC. 0968513910001
DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS	
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO	
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS	
Nº:	TASA : \$
FECHA:	TÍTULO : \$
AÑO :	RECARGO : \$
NDC :	TOTAL : \$
NOMBRE:	
DIRECCIÓN:	CATEGORÍA: PRIMERA
ACTIVIDAD:	

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en el lugar visible y presentado cuando fuera requerido.



Abnegación y Disciplina  
JEFE DE PREVENCIÓN

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

19 MAR 2004 02:10:37 PM

*[Circular stamp: CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO]*

**PERMISO MINISTERIO DE SALUD**

 **MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**  
**DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS**  
**DFTO. EMISION DE PERMISOS** 

Guayaquil a 30 de Marzo de 2004 **PERMISO : 6591**

Dirección Provincial de Salud del Guayas de conformidad con el decreto ejecutivo No 817  
oficial N.º 1 del 20 de Abril/99 y reformado decreto 9814 R09179 del 1 Oct/2004

**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**  
POR EL AÑO 2004

Nombre	
Dirección	
Propietario	
Actividad	
Localidad	
Fecha	
Nº	
...	

Dolar 902

*[Firma]*  
DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS

*[Firma]*

Este formato deberá ser colocado en un lugar visible para procesos de control.

# REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC)

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		
<b>NUMERO RUC:</b>	0818305780001	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	SILVA JARA JOHANNA GISELLA	
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b>		
<b>CLASE CONTRIBUYENTE:</b>	OTROS	<b>OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:</b> NO
<b>FEC. NACIMIENTO:</b>	25/09/1976	
<b>FEC. INICIO ACTIVIDADES:</b>	18/11/2005	
<b>FEC. INSCRIPCION:</b>	18/11/2005	
<b>ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:</b>	ACTIVIDADES DE ALQUILER DE AUTOMOVILES SIN CONDUCTOR	
<b>DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:</b>	Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: AV. LOS CHIRIJCOS Número: S/N Intersección: GUAYAS Referencia: JUNTO A LA PANADERIA EL BUEN SABOR Teléfono: 086301336	
<b>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:</b>	* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA	
<small>* Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada. * Las personas naturales que poseen ingresos anuales superiores a \$40.000 o un capital propio superior a \$24.000 están obligadas a llevar contabilidad y por lo tanto se convierten en agentes de retención.</small>		
<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:</b>	del 001 al 001	<b>ABIERTOS:</b> 1 <b>CERRADOS:</b> 0
<b>JURISDICCION:</b>	\ REGIONAL LITORAL SUR\ GUAYAS	
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE		 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
<b>Usuario:</b> MRCARDENAS	<b>Lugar de emisión:</b> GUAYAQUILIA, FRANCISCO DE ORELLANA Y JUSTINO CORNELIO (WTC)	<b>Fecha y hora:</b> 18/11/2005 09:11:25
<b>Cárdenas Criollo Manuel R.</b> DELEGADO P. R.U.C. Servicio de Rentas Internas LITORAL SUR		

**AFILIACIÓN A LA CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO**



**CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO**

Fundada el 10 de Septiembre de 1952  
 García Moreno y Calle (esquina) Telefax: 2 970181  
 R. U. C. 089216180007  
 MILAGRO - ECUADOR

**Recibo Oficial de Caja**

Nº 0235

Fecha: \_\_\_\_\_

Recibido de: \_\_\_\_\_

CONCEPTO			VALOR
COSTAS ORDINARIAS			
COSTAS EXTRAORDINARIAS			
IMPORTE NO	BANCO	OTRA VÍA	VALOR
<b>TOTAL \$</b>			

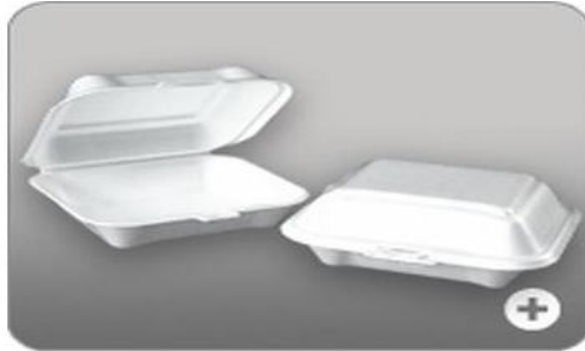
NOTA Este recibo limitado por el agente autorizado, es el único documento que acredita la contabilidad.

39 CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO  
 JOHNSON E. SANDOVAL DELICIA

**ANEXO 5:**

**MATERIALES PARA LA ENTREGA DE ALMUERZOS**

**Plato desechable para el arroz con acompañado:**



**Plato desechable para la sopa, caldo o crema:**



**Vaso desechable para jugo:**



**Cucharas y cubiertos desechables:**



**Envase desechable para postre:**



## **ANEXO 6:** Detalles del menú de almuerzos con sus respectivos ingredientes

### **SOPA DE CARNE CON TORREJAS**



#### **INGREDIENTES:**

- 1 libra de costilla de res,
- 2 pepas de ajo picado,
- 1 ramita de perejil
- 1 libra de papa pelada y cortada en trozos,
- 1 cebolla perla,
- 2 huevos,
- Sal al gusto,
- 1 libra de carne de res,
- 3 cucharadas de cebolla blanca picada,
- 2 tomates de carne,
- 8 tazas agua,
- 1 cucharada culantro picado,
- Comino al gusto
- Pimienta al gusto

#### **PREPARACIÓN:**

Coloque la costilla y la carne en la olla igual de la cebolla, la rama de perejil y un tomate pelado y picado; cubra todo con el agua, agregue sal y el ajo, y cocine hasta que la carne esté suave. Retire la carne y píquela bien fino. Luego corte la costilla en trozos y colóquelo en el caldo; agregue las papas y deje cocinar bien. Aparte, haga un refrito con las cebollas picadas, el aceite, el culantro y el otro tomate pelado y picado; agregue los aliños y fría con la carne picada. Retire del fuego ponga los huevos crudos. Mezcle bien hasta que todo se incorpore.

## **BICHE DE PESCADO**



### **INGREDIENTES:**

- 2 Libras de filete de pescado cortado pedazos
- 10 tazas de agua
- 3 choclos cortados en rodajas
- 2 Maduros pelados y cordados en pedazos
- 1 taza de maní tostado
- 1 yuca mediana, pelada y cortada en pedazos
- 2 dientes de ajo
- 4 ramas de cebolla blanca picada finamente
- 2 cucharadas de aceite
- Achiote, orégano, comino, pimienta y sal al gusto

### **PREPARACIÓN:**

Freír en el aceite el ajo, el pimienta, la cebolla, el cilantro, el perejil, la sal, la pimienta, el achiote y el comino.

En una cocción aparte agregar el agua, los choclos y el maní, tapar y hervir. Añadir el refrito, la yuca los maduros, continuar la cocción hasta que la yuca esté suave. Agregar el pescado y dejarlo cocinar por 15 minutos más, servirse con orégano.



## **CREMA DE LEGUMBRES**



### **INGREDIENTES:** (Para 6 personas)

- ½ taza de arvejas cocidas,
- ½ taza de col,
- 1 cebolla grande,
- 1 taza de leche evaporada,
- 2 cucharadas de harina,
- 1 taza de caldo,
- Unas ramitas de perejil picado,
- Sal, pimienta y sazónador al gusto.

### **PREPARACIÓN:**

Para preparar este concentrado de crema de legumbres, se pone la leche y el caldo en el vaso de la licuadora, agregando todos los ingredientes. Licuar en un comienzo a baja velocidad y luego a alta velocidad hasta que la mezcla se encuentre pareja.

## **ARROZ CON MENESTRA Y CARNE ASADA**



### **INGREDIENTES:**

- 1 cebolla colorada,
- 1 pimiento verde,
- tomates,
- 6 pepas de ajo, machacado
- cucharaditas de comino molido al gusto
- cucharaditas de sal
- 1 cucharadita de achiote
- cucharadas de culantro picadito
- 1 libra de lentejas

### **PREPARACIÓN:**

Hacer un refrito para la menestra añadiendo la cebolla, pimiento, tomate, ajo, comino, achiote, sal y 2 cucharadas del culantro picado, guarde las dos otras cucharadas del cilantro para el final.

Cocine el refrito durante hasta que todos los ingredientes se hayan cocinado.

Agregue el agua y aumente la temperatura de cocido hasta que empiece a hervir.

Después agregue las lentejas y reduzca la temperatura de cocido a fuego lento, y cocine hasta que las lentejas estén tiernas.

Luego mezcle el culantro restante con la menestra y sirva con arroz, ya sea con carne asada o carne frita, patacones fritos, ensalada.

## CAMARONES APANADOS.



### **INGREDIENTES:**

- 1 libra de camarones
- 1 huevo
- ¼ de Padura
- ajo
- mostaza
- sal y pimienta al gusto
- ½ taza de aceite para freír
- Para acompañar, puede ser de patacones, mayonesa y ensalada.

### **PREPARACIÓN:**

Cuando los camarones estén limpios estos deben sazonarlos con el ajo, la pimienta, la mostaza y la sal y dejarlos reposar por 10 minutos. Pasar los camarones por el huevo y luego por la panadura.

Luego caliente el aceite en la sartén y freír cuidadosamente los camarones, sacarlos una vez que se doren por ambos lados, escurrir el aceite y servir caliente.

Estos pueden ser acompañados con los patacones, la mayonesa y la ensalada de su preferencia.

## FLAN DE COCO



### **Ingredientes**

- 3 huevos
- media taza de azúcar
- 2 tazas y media de leche
- Media taza de coco rallado

### **Preparación**

- Primero ponemos a hervir la leche.
- Después se baten ligeramente los huevos con el azúcar y se colocan en la leche aún caliente.
- Luego se agrega el coco rallado y se bate cuidadosamente.
- A parte se debe preparar el caramelo. Para esto, se pone el azúcar a calentar y poco a poco se va derritiendo
- Cuando el azúcar adquiere una consistencia líquida y un color dorado, se vierte en el molde que se desee. Se debe colocarlo rápido puesto que el caramelo se endurece rápidamente.
- Se dispersa la mezcla anterior en el molde (encima del caramelo) y se tapa el molde.
- Se coloca el molde en otro recipiente con agua, procurando que el agua del recipiente cubra, al menos, hasta la mitad del molde.
- Luego se colocan ambos en el horno previamente calentado a temperatura media y finalmente se deja cocinar a baño María durante 40 minutos aproximadamente.

- **ANEXO 7 : Determinación de costos por platos**

<b>CALDO DE VERDURAS LARGAS</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
Verduras	atdo.	10	0,30	0,03
Zanahoria	lb	10	0,25	0,03
Zapallo	u	15	0,50	0,03
Guisantes	lb	20	0,80	0,04
Queso	lb	16	1,80	0,11
Leche	lt	10	0,75	0,08
Sal	kl	100	0,30	0,00
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,32</b>

<b>CALDO DE BOLAS DE VERDE</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
Aceite	lt	142	1,79	0,01
Cebolla perla	lb	16	0,30	0,02
Cerdo	lb	10	1,78	0,18
Zanahoria	lb	10	0,25	0,03
Arvejas	lb	20	0,80	0,04
Plátanos verdes	u	100	4,00	0,04
Aceite de oliva	lt	150	6,00	0,04
cebolla paiteña	lb	10	0,35	0,04
Col	u	20	0,35	0,02
Cilantro	atdo.	20	0,25	0,01
Sal	kl	1000	0,30	0,00
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,42</b>

<b>BICHE DE PESCADO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
Filete de pescado	lb	8	1,85	0,23
choclos	u	6	0,25	0,04
Maduros	u	200	4,00	0,02
Maní	lb	30	1,64	0,05
Yuca	u	8	0,20	0,03
Ajo	lb	45	1,10	0,02
Cebolla blanca	atdo.	10	0,25	0,03
Aceite	lt.	142	1,79	0,01
Achiote	lt.	142	1,85	0,01
Sal	lb	1000	0,30	0,00
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,45</b>

<b>SANCOCHO COSTEÑO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
costilla blanca	lb	8	0,80	0,10
aceite	lt	142	1,79	0,01
choclos	u	6	0,25	0,04
plátanos	u	100	4,00	0,04
yuca	u	8	0,20	0,03
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
ajo	lb	45	1,10	0,02
Sal	kl	1000	0,30	0,00
culantro.	atdo	20	0,25	0,01
cebolla	lb	10	0,35	0,04
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,32</b>

<b>SOPA DE QUESO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
papas	lb	16	0,25	0,02
leche	lt	10	0,75	0,08
manteca de cerdo	lb	50	1,00	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
queso fresco	lb	16	1,80	0,11
huevos	u	4	0,30	0,08
cebolla blanca	atdo	10	0,25	0,03
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,34</b>

<b>CALDO DE POLLO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
pollo	u	12	6,00	0,50
papas	lb	16	0,25	0,02
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
sal	kl	1000	0,30	0,00
ajo	lb	45	1,10	0,02
cebolla	lb	10	0,35	0,04
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,60</b>

<b>CREMA DE LEGUMBRES</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
verdura	atdo	10	0,30	0,03
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
leche	lt	10	0,75	0,08
papas	lb	16	0,25	0,02
espinacas	kl	15	0,30	0,02
queso	lb	16	1,80	0,11
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
brocoli	u	15	0,30	0,02
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,35</b>

<b>CREMA DE TOMATES</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	6	0,25	0,04
leche	lt	10	0,75	0,08
papas	lb	16	0,25	0,02
queso	lb	16	1,80	0,11
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,31</b>

<b>LOCRO DE NABO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
leche	lt	10	0,75	0,08
papas	lb	16	0,25	0,02
queso	lb	16	1,80	0,11
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
nabo	u	10	0,28	0,03
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,31</b>

<b>CHUPE DE PESCADO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
papas	lb	16	0,25	0,02
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
pescado	lb	8	1,85	0,23
zapallo	u	15	0,50	0,03
queso	lb	16	1,80	0,11
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,49</b>

<b>CALDO DE TORREJAS</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
Ajo	lb	45	1,10	0,02
Perejil	atdo.	20	0,25	0,01
Papa	lb	16	0,25	0,02
Cebolla	lb	16	0,35	0,02
Achiote	lt.	142	1,85	0,01
Huevos	u	4	0,30	0,08
Sal	kl	1000	0,30	0,00
Carne	lb	8	1,15	0,14
Cebolla blanca	atdo.	10	0,25	0,03
Tomates,	u	12	0,25	0,02
Cilantro	atdo.	20	0,25	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,36</b>

<b>CALDO DE ARROS DE CEBADA</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz de cebada	lb	40	0,40	0,01
carne de cerdo	lb	10	1,78	0,18
papas	lb	16	0,25	0,02
ajo	lb	45	1,10	0,02
cebolla blanca	lb	10	0,25	0,03
aceite	lt	142	1,79	0,01
cilantro	atdo	20	0,25	0,01
col	u	20	0,35	0,02
sal	kl	1000	0,30	0,00
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,30</b>



<b>CALDO DE LENTEJAS</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
carne de cerdo	lb	10	1,78	0,18
lenteja	lb	30	2,51	0,08
cebolla paitaña	lb	10	0,35	0,04
plátano	u	100	4,00	0,04
Ajo	lb	45	1,10	0,02
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
papas	lb	16	0,25	0,02
Sal	kl	1000	0,30	0,00
cilantro	atdo	20	0,25	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,41</b>

<b>CREMA DE LEGUMBRES</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arvejas	lb	8	0,80	0,10
col,	u	10	0,35	0,04
cebolla	lb	10	0,35	0,04
leche evaporada,	lt	30	2,20	0,07
2 cucharadas de harina,	kl	570	2,51	0,00
perejil	atdo	20	0,25	0,01
Sal	kl	1000	0,30	0,00
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,26</b>

<b>CREMA DE ZAPALLO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
zapallo	u	8	0,50	0,06
papa	lb	16	0,25	0,02
crema de leche	lt	30	2,20	0,07
mantequilla	kl	285	2,30	0,01
Queso	lb	16	1,80	0,11
Perejil	atdo	20	0,25	0,01
sal	kl	1000	0,30	0,00
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,28</b>

<b>SOPA DE ATUN</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
papas	lb	16	0,25	0,02
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
fideo	fda	8	0,33	0,04
atun	u	5	0,95	0,19
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,34</b>

<b>CREMA DE CHOCLO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
leche	lt	10	0,75	0,08
papas	lb	16	0,25	0,02
queso	lb	16	1,80	0,11
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
choclo	u	2	0,25	0,13
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,41</b>

<b>MENESTRON</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
papas	lb	16	0,25	0,02
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
fideo	fda	8	0,33	0,04
frejol	lb	20	1,20	0,06
chancho	lb	10	1,78	0,18
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,39</b>

<b>LOCRO DE ESPINACAS</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
sal	kl	1000	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
leche	lt	10	0,75	0,08
papas	lb	16	0,25	0,02
queso	lb	16	1,80	0,11
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
espinacas	u	8	0,30	0,04
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,32</b>

<b>PROMEDIO POR CALDO</b>	<b>0,37</b>
---------------------------	-------------

## Segundos

<b>ARROZ CON MENESTRA Y CARNE ASADA</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
aceite	lb	142	1,79	0,01
cebolla colorada	lb	10	0,35	0,04
pimiento verde	lb	20	0,35	0,02
tomates	lb	12	0,25	0,02
Ajo	lb	45	1,10	0,02
comino	fdta	40	0,50	0,01
sal	kl	500	0,30	0,00
achiote	lt	142	1,85	0,01
arroz	lb	4	0,35	0,09
carne	lb	5	1,85	0,37
cilantro	atdo	20	0,25	0,01
lentejas	kl	30	2,51	0,08
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,69</b>

<b>SECO DE POLLO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
Pollo	lb	12	6,00	0,50
sal	kl	500	0,30	0,00
comino	fdta	40	0,50	0,01
ajo	lb	45	1,10	0,02
pimienta	fdta	50	0,40	0,01
ají seco	fdta	50	0,70	0,01
cerveza	u	15	1,10	0,07
cebolla colorada	lb	10	0,35	0,04
aceite	lt	142	1,79	0,01
cilantro	atdo.	20	0,25	0,01
arroz	lb	4	0,35	0,09
achiote	lt	142	1,85	0,01
maduros	u	200	4,00	0,02
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,81</b>

<b>ARROZ CON ENSALADA DE REMOLACHA Y CHULETA ASAD</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
chuleta	lb	5	2,00	0,40
papas	lb	16	0,25	0,02
sal	kl	500	0,30	0,00
aceite	lb	142	1,79	0,01
remolacha	lb	15	0,25	0,02
Ajo	lb	45	1,10	0,02
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,61</b>

<b>ARROZ CON BISTEC DE HIGADO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
higado	lb	5	1,90	0,38
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
Ajo	lb	45	1,10	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,56</b>

<b>ARROZ CON ENSALADA DE AGUACATE Y PESCADO ASADO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
pescado	lb	6	1,85	0,31
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
Ajo	lb	45	1,10	0,02
tomate	lb	12	0,25	0,02
aceite	lt	142	1,79	0,01
aguacate	u	4,00	0,30	0,08
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,56</b>

<b>ARROZ CON POLLO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
pollo	lb	15	6,00	0,40
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
Ajo	lb	45	1,10	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
alverjita	lb	20	0,80	0,04
mantequilla	kl	285	2,30	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,63</b>

<b>SECO DE CHANCO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
chancho	lb	8	1,78	0,22
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
Ajo	lb	45	1,10	0,02
tomate	lb	12	0,25	0,02
pimiento	lb	20	0,35	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,42</b>

<b>SANGO DE CAMARON</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
camaron	lb	5	1,85	0,37
sal	kl	500	0,30	0,00
Ajo	lb	45	1,10	0,02
cebolla	lb	10	0,35	0,04
verde	u	400	4,00	0,01
tomate	lb	12	0,25	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,56</b>

<b>ARROZ CON ENROLLADO DE ATUN</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
atún	u	5	0,95	0,19
azúcar	kl	285	1,90	0,01
sal	kl	500	0,30	0,00
salsa inglesa	u	10	1,10	0,11
harina	kl	200	2,51	0,01
Huevos	u	3	0,11	0,04
cebolla	lb	10	0,35	0,04
aceitunas rellenas	fda.	20	1,10	0,06
pimientos	lb	20	0,35	0,02
arroz	lb	4	0,35	0,09
mayonesa	fda.	10	0,90	0,09
perejil picado	atdo	20	0,25	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,65</b>

**ARROZ CON ENSALADA DE VERDURAS Y PESCADO ASADO**

<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,0875
pescado	lb	6	1,85	0,31
papas	lb	16	0,25	0,02
sal	kl	500	0,30	0,00
aceite	lt	142	1,79	0,01
verduras	atdo	8	0,30	0,04
Ajo	lb	45	1,10	0,02
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,54</b>

**ARROZ CON CAMARON**

<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
camaron	lb	5	1,85	0,37
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
Ajo	lb	45	1,10	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
	kl	20	0,65	0,03
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,58</b>

**ARROZ CON ENSALADA DE FREJOL Y CARNE ASADA**

<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
carne fileteada	lb	1,85	0,37	0,20
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
Ajo	lb	45	1,10	0,02
tomate	lb	12	0,25	0,02
aceite	lt	142	1,79	0,01
frejol	lb	20	1,20	0,06
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,44</b>

<b>MORO DE LENTEJA CON CARNE GUISADA</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
carne	lb	1,85	0,37	0,20
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
Ajo	lb	12	0,25	0,02
achiote	lt	142	1,85	0,01
alverjita	lb	20	0,80	0,04
lenteja	kl	40	2,51	0,06
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,48</b>

<b>SECO DE POLLO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
pollo	lb	12	6,00	0,50
sal	kl	500	0,30	0,00
cebolla	lb	10	0,35	0,04
Ajo	lb	12	0,25	0,02
zanahoria	lb	10	0,25	0,03
pimiento	lb	20	0,35	0,02
achiote	lt	20	0,80	0,04
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,73</b>

<b>LOMITO SALTADO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
arroz	lb	4	0,35	0,09
lomito	lb	5	1,80	0,36
sal	kl	500	0,30	0,00
Ajo	lb	12	0,25	0,02
cebolla	lb	10	0,35	0,04
tomate	lb	12	0,25	0,02
achiote	lt	20	0,80	0,04
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,56</b>

<b>PROMEDIO POR SEGUNDO</b>				<b>0,59</b>
-----------------------------	--	--	--	-------------



## Jugos

<b>jugo de naranja</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
naranja	c	100	3,00	0,03
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,04</b>

<b>jugo de tomatillo</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
tomatillo	1/2 d	12	1,00	0,08
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,09</b>

<b>jugo de melón</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
melon	u	9	1,00	0,11
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,12</b>

<b>jugo de tamarindo</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
tamarindo	fda	12	0,50	0,04
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,05</b>

<b>QUAKER</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
quaker	lb	25	1,20	0,05
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,05</b>

<b>jugo de naranjilla</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
naranjilla	1/2 c	12	1,00	0,08
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,09</b>

<b>jugo de limon</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
limon	c	200	4,00	0,02
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,03</b>

<b>jugo de papaya</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
azucar	kl	285	1,90	0,01
papaya	u	15	1,00	0,07
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,07</b>

<b>jugo de mandarina</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
mandarina	c	75	4,00	0,05
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,06</b>

<b>jugo de piña</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
piña	u	15	1,00	0,07
azucar	kl	285	1,90	0,01
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,07</b>

<b>costo promedio por jugo</b>	<b>0,07</b>
--------------------------------	-------------

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Para : <b>6600 almuerzos por mes</b>		
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
costo promedio de materiales por almuerzo	1,028	6.785,16
gas	0,002	12,38
agua	0,008	50,00
<b>COSTOS FIJOS</b>		
Sueldo jefe operativo	0,070	461,31
Sueldo auxiliares	0,169	1.118,02
Arriendo	0,061	400,00
Dep. Maq. Y Equipo	0,006	39,38
Dep. Utensilios de Cocina	0,003	20,25
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1,346</b>	<b>8.886,49</b>

## ANEXO 8: Promociones

### INCENTIVOS

<b>FLAN</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
flan	fda	20	1,00	0,05
leche	lt	20	0,85	0,04
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,09</b>

<b>GELATINA</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
Gelatina	fda	45	1,50	0,03
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,03</b>

<b>HELADO CON DURAZNO</b>				
<b>Materiales</b>	<b>U.M</b>	<b>Q</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Unt.</b>
Helado	lt	25	2,00	0,08
Durazno	lta.	25	1,80	0,07
<b>TOTAL MATERIALES</b>				<b>0,15</b>

<b>costo promedio por postre</b>	<b>0,09</b>
----------------------------------	-------------