



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN PARA
TRABAJADORES DEL SECTOR INDUSTRIAL EN EL CANTÓN
AMBATO, PROVINCIA DEL TUNGURAHUA”.**

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

DANIEL VILLARROEL

**RIOBAMBA – ECUADOR
2014**

CERTIFICACIÓN

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación

**Ing. Maribel Vallejo Ch.
DIRECTOR DE TESIS**

CERTIFICADO

Los miembros de la tesis certifican que el trabajo de investigación titulado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN PARA TRABAJADORES DEL SECTOR INDUSTRIAL EN EL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DEL TUNGURAHUA, de responsabilidad del señor Egresado Daniel Villarroel, ha sido prolijamente revisada, y se autoriza su publicación.

Ing. Maribel Vallejo Ch.
DIRECTORA DE TESIS

.....

Ing. Iván Obregón
MIEMBRO DE TESIS

.....

Riobamba,

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública. Escuela de Gastronomía, agradezco por la formación académica durante este período estudiantil.

A la Ing. Maribel Vallejo Directora de Tesis por toda la colaboración brindada, durante la investigación. Al Ing. Iván Obregón Miembro de Tesis que de igual forma me ha colaborado de la mejor manera para la elaboración de este proyecto.

Daniel Villarroel

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por permitirme llegar a este momento tan importante de mi formación profesional. Por los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más, A mis padres por ser las personas que con sus consejos han sabido guiarme para culminar esta etapa y me han apoyado durante todo este difícil camino estudiantil y de vida, a mi esposa Carolina y mi hijo Mathias quienes han sido el pilar fundamental para lograr esta meta, A mis hermanos que gracias a su apoyo moral me dieron las fuerzas para lograr mis propósitos, A mis profesores, gracias por su tiempo y paciencia, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Daniel Villarroel

RESUMEN

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de alimentación para trabajadores del Sector Industrial en el cantón Ambato, provincia del Tungurahua. La investigación es descriptiva transversal, con una encuesta estructurada se obtiene la opinión de 191 trabajadores y empleados en edades comprendidas entre 15 y 55 años. De los cuales el 82% desean que una empresa especializada se encargue de este servicio. El estudio de marketing determinó que existe demanda insatisfecha, la misma que será cubierta por la empresa en un 62%. El estudio técnico determinó el diseño de la planta de producción, en un área de 320 m² distribuyéndose los ambientes administrativos, comercialización y espacios para parqueo de carga y descarga. SERALIN, se ubicará en el sector de Izamba, con facilidades para el mercado de proveedores y consumidores. El proyecto es técnicamente viable y económicamente rentable, con una inversión de 201.309 USD. Con 149.000 de crédito a 10 años, a una tasa de interés del 14% se tiene un Valor Actual Neto (VAN) de 70.176,7 USD con una tasa de descuento del 23%; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es 34,6%; el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 4,03 años; el Beneficio/Costo (B/C) 1,16 USD es decir que la empresa por un dólar invertido gana 0,16 USD. En el aspecto ambiental la contaminación es mínima, para el manejo de aguas, desechos, vapores, se prevé medidas que ayudarán a cumplir las normativas del Ministerio del Ambiente.

SUMMARY

Study of feasibility for the creation of a feeding service industry for workers of the industrial Sector in the canton Ambato, country of Tungurahua. The investigation is cross descriptive, with a structured survey, it is obtained the opinion of 191

workers and employees in ages between 15 and 55 years. Of which 82% of them want a specialized company to take charge of this service. The marketing study determined that unsatisfied demand exist, the same one that will be covered by the company in 62%. The technical study determined the design of the production plant, in a area of 320 m² being distributed among the administrative atmospheres, commercialization and spaces for load parking and discharges. SERALIN will be located in the sector of Izamba, with facilities for the market of suppliers and consumers. The project is technically viable and economically profitable, whit an investment of 201.309 USD. With 149.000 of credit to 10 years, at an interest rate of 14% it has an Actual Net value (ANV) of 70.176,7 USD with a discount rate of 23%; the Internal Rate of Return (IRR) is 34,6%; the Period of Recovery of the Investment (PRI) is 4,03 years; the Benefit/Cost (B/C) 1,16 USD that is to say that the company for one overturned dollar gains 0,16 USD. In the environmental aspect the contamination is minimum, for the handling of water, waste, steam, it is expected that measures will help to complete the regulatory schemes of the Ministry of Environment.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	I
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN	V
SUMMARY.....	VI
ÍNDICE	1
ÍNDICE DE CUADROS	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
I. INTRODUCCIÓN	10
II. OBJETIVOS	12
A. OBJETIVO GENERAL	12
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
III. MARCO TEÓRICO	13
3.1 LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA	13
3.1.1 División administrativa de Tungurahua	13
3.1.2 Industria	13
3.1.3 Agricultura.....	14
3.1.4 Demografía	14
3.1.5 Cantón Ambato	15
3.1.5.1 Gastronomía	16
3.1.5.2 El Parque Industrial de Ambato.....	16
3.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	17
3.2.1 Etapas del estudio de factibilidad.....	18
3.2.1.1 Idea	18
3.2.1.2 Estudio de mercado	19
3.2.1.3 El estudio técnico	19
3.3 EMPRESAS DE SERVICIOS ALIMENTACIÓN	24
3.3.1 Servicios de comedor o de restaurante.....	25
3.3.2 Servicio de alimentación	26
3.4 SECTOR INDUSTRIAL.....	27

3.4.1	Factores de la producción industrial.....	28
3.4.2	Factores de producción.....	28
3.5	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	30
IV.	METODOLOGÍA.....	31
4.1	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	31
4.2	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	31
4.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	31
4.4	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.....	33
4.4.1	Investigación de mercado y marketing	33
4.4.2	Plan de empresa	33
4.4.3	Aspecto técnico	33
4.4.4	Aspecto Jurídico – Mercantil	33
4.4.5	Estrategias de marketing.....	34
4.4.6	Gestión del talento humano	34
4.4.7	Aspectos Económico – Financieros	34
4.4.8	Aspectos Ambientales.....	34
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
5.1	PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	35
5.1.1	Presentación, tabulación y análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado y marketing	35
5.2	DISCUSIÓN	49
VI.	CONCLUSIONES.....	50
VII.	RECOMENDACIONES	51
VIII.	PLAN DE EMPRESA.....	52
8.1.	ASPECTOS TÉCNICOS	52
8.1.1	Determinación del tamaño de la empresa.....	52
8.1.2	Capacidad de producción.....	52
8.1.3	Porcentaje de utilización de las instalaciones y maquinaria.....	53
8.1.4	Localización	54
8.1.4.1	Macro Localización.....	54
8.1.4.2	Micro Localización.....	54
8.1.4.3	Elementos considerados para la localización de la planta	55

8.1.5	Proceso de producción.....	55
8.1.5.1	Descripción del servicio.....	56
8.1.6	Costos de producción – recetas estándar.....	57
8.1.6.1	Entrada.....	57
8.1.6.2	Plato fuerte.....	58
8.1.6.3	Arroz.....	59
8.1.6.4	Ensalada.....	60
8.1.6.5	Jugo.....	61
8.1.6.6	Postre.....	62
8.1.7	Proceso de producción.....	63
8.1.8	Diseño de la planta.....	74
8.1.8.1	Descripción física.....	74
8.1.9	Viabilidad Técnica.....	76
8.2	ASPECTOS JURÍDICO - MERCANTIL.....	82
8.2.1	Forma jurídica elegida para el proyecto.....	82
8.2.2	Requisitos legales para su apertura y funcionamiento.....	82
8.2.2.1	Escritura de constitución de la empresa.....	82
8.2.2.2	Registro único de contribuyentes.....	83
8.2.2.3	Patente municipal.....	83
8.2.2.4	Número patronal o IESS.....	83
8.2.2.5	Inscripción en la Superintendencia de Compañías.....	83
8.2.2.6	Permiso sanitario del Ministerio de Salud.....	84
8.2.2.7	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.....	84
8.2.2.8	Superintendencia de Policía.....	84
8.2.2.9	Derechos, deberes y obligaciones de las empresas.....	86
8.2.2.10	Gastos de constitución.....	88
8.3	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	88
8.3.1	Producto.....	89
8.3.1.1	Marca del producto.....	92
8.3.1.2	Gama de productos.....	94
8.3.2	Servicio y distribución.....	98
8.3.3	Precio.....	99

8.3.3.1	Costo de producción de un almuerzo.....	99
8.3.3.2	Margen de utilidad.....	100
8.3.3.3	Análisis de precios.....	100
8.3.3.4	Precio de venta al público.....	100
8.4	DISTRIBUCIÓN (PLAZA).....	101
8.4.1	Plan de comunicación.....	102
8.4.2	Publicidad.....	102
8.4.3	Mercadeo directo.....	103
8.4.4	Relaciones públicas.....	103
8.4.5	Presupuesto de plan de mercadeo.....	103
8.4.6	Competencia.....	103
8.5	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO.....	105
8.5.1	Determinación del Talento Humano.....	105
8.5.2	Descripción de los puestos de trabajo.....	105
8.5.3	Perfil de los trabajadores.....	110
8.5.4	Costes salariales.....	117
8.5.5	Organización de la empresa.....	118
8.5.5.1	Tipo de establecimiento.....	118
8.5.5.2	Visión de la empresa.....	118
8.5.5.3	Misión.....	118
8.5.5.4	Objetivos organizacionales.....	118
8.5.5.5	Valores corporativos.....	119
8.5.6	Organigrama de la empresa.....	120
8.5.7	Selección y contratación del talento humano.....	120
8.5.7.1	Selección de aspirantes.....	120
8.6	ASPECTO ECONÓMICO FINANCIERO.....	121
8.6.1	Objetivos empresariales.....	121
8.6.1.1	Corto plazo.....	121
8.6.1.2	Mediano plazo.....	121
8.6.1.3	Largo plazo.....	121
8.6.1.4	Creación de valor.....	122
8.6.2	Ventas del proyecto.....	122

8.6.2.1 Proyección de las ventas anuales	123
8.6.3 Estructura del balance.....	124
8.6.3.1 Inversión del proyecto	124
8.6.3.2 Depreciaciones de activos	128
8.6.3.3 Amortización de activos diferidos.....	129
8.6.3.4 Crédito bancario.....	130
8.6.4 Balance de situación inicial	131
8.6.5 Estado de pérdidas y ganancias	132
8.6.6 Balance de situación final.....	133
8.6.7 Flujo neto de efectivo	134
8.7 EVALUACIÓN FINANCIERA	136
8.7.1 Punto de equilibrio	137
8.7.2 Ratios económicos.....	137
8.8 VIALIDAD FINANCIERA	139
8.8.1 Valor actual neto	139
8.8.1.1 Flujo de fondos.....	140
8.8.2 Tasa interna de retorno financiero	141
8.8.3 Relación Beneficio Costo	142
8.8.4 Período de recuperación de la inversión	143
8.9 ASPECTOS AMBIENTALES.....	144
8.9.1 Impacto ambiental del proyecto	144
8.9.2 Acciones remediales	145
8.9.2.1 Principales emisiones, descargas y residuos del proyecto o actividad	145
8.9.2.2 Descargas de afluentes líquidos	145
8.8.2.2 Residuos líquidos con materias grasas.....	145
8.9.2.3 Residuos sólidos	146
8.9.2.4 Generación de ruidos.....	146
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	147
X. ANEXOS.....	148

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 División administrativa provincia de Tungurahua	13
Cuadro N°2 Población de la población de la provincia de Tungurahua	14
Cuadro N°3 Operacionalización de variables.....	30
Cuadro N°4 Edad	35
Cuadro N° 5 Grado de instrucción	36
Cuadro N°6 Cuantas comidas consume durante su jornada de trabajo.....	37
Cuadro N°7 Alimentos que consume durante la jornada de trabajo.....	38
Cuadro N°8 Facilidades a la hora de alimentarse	39
Cuadro N°9 El lugar de la alimentación es adecuado	40
Cuadro N° 10 Problemas de salud por consumo de alimentos	41
Cuadro N° 11 Capacitación sobre alimentación.....	42
Cuadro N° 12 La alimentación es importante en los trabajadores	43
Cuadro N° 13 La alimentación incide en el rendimiento.....	44
Cuadro N° 14 Empresa de alimentación para proveer los alimentos	45
Cuadro N° 15 Que valor paga por la comida que recibe.....	46
Cuadro N° 16 la empresa le reconoce el valor de la comida	47
Cuadro N° 17 Tipo de comida que debe contener la propuesta	48
Cuadro N° 18 Determinación del tamaño.....	52
Cuadro N° 19 Determinación del porcentaje.....	52
Cuadro N° 20 Capacidad de producción.....	53
Cuadro N° 21 Capacidad utilizada	53
Cuadro N° 22 Áreas de la planta de producción	74
Cuadro N° 23 Equipos de cocina	76
Cuadro N° 24 Implementos de cocina.....	77
Cuadro N° 25 Cristalería	77
Cuadro N° 26 Cubertería	78
Cuadro N° 27 Muebles de cocina.....	78
Cuadro N° 28 Vajilla.....	78
Cuadro N° 29 Equipo de oficina	79
Cuadro N° 30 Ropa de trabajo.....	80

Cuadro N° 31 Suministros de oficina	80
Cuadro N° 32 Proveedores	81
Cuadro N° 33 trámites y permisos	85
Cuadro N° 34 Gastos de constitución	88
Cuadro N° 35 Propuesta de menú	90
Cuadro N° 36 Marca	92
Cuadro N° 37 Sopas	94
Cuadro N° 38 Plato fuerte	94
Cuadro N° 39 Arroz.....	94
Cuadro N° 40 Ensalada	94
Cuadro N° 41 Jugos.....	95
Cuadro N° 42 Postres	95
Cuadro N° 43 Costo de producción de un almuerzo	99
Cuadro N° 44 Margen de utilidad	100
Cuadro N° 45 Margen de utilidad	100
Cuadro N° 46 Precio de venta al público	101
Cuadro N° 47 Plan de mercadeo	103
Cuadro N° 48 Competencia Indirecta.....	104
Cuadro N° 49 Talento Humano.....	105
Cuadro N° 50 Rol de pagos al personal.....	117
Cuadro N° 51 Venta anual del proyecto.....	122
Cuadro N° 52 Venta anual del proyecto.....	123
Cuadro N° 53 Proyección de las ventas.....	123
Cuadro N° 54 Inversión del proyecto	124
Cuadro N° 55 Depreciaciones.....	128
Cuadro N° 56 Amortización de Activos diferidos.....	129
Cuadro N° 57 Crédito bancario	130
CUADRO N ° 58 Inversión Inicial.....	131
Cuadro N° 59 Estado de pérdidas y ganancias	132
Cuadro N° 60 Inversión Inicial.....	133
Cuadro N° 61 Flujo de Caja	134
Cuadro N° 62 Costos fijos.....	136

Cuadro N° 63 Costos Variables	136
Cuadro N° 64 Elementos de la tasa de descuento.....	139
Cuadro N° 65 Flujo de fondos.....	140
Cuadro N° 66 Tasa Interna de Retorno.....	141
Cuadro N° 67 Relación Beneficio Costo	142
Cuadro N° 68 Período de recuperación de la inversión	143
Cuadro N° 69 ficha de profesiograma	152
Cuadro N° 70 Ficha de profesiograma Tipo B)	153
Cuadro N° 71 Entrevista Interpersonal.....	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Edad	35
Gráfico N° 2 Grado de instrucción.....	36
Gráfico N° 3 Cuántas comidas consume durante su permanencia en el trabajo	37
Gráfico N° 4 Alimentos que consume durante la jornada de trabajo.....	38
Gráfico N° 5 Facilidades a la hora de alimentarse	39
Gráfico N° 6 El lugar de la alimentación es adecuado	40
Gráfico N° 7 Problemas de salud por consumo de alimentos	41
Gráfico N° 8 Capacitación sobre alimentación.....	42
Gráfico N° 9 La alimentación es importante en los trabajadores	43
Gráfico N° 10 La alimentación incide en el rendimiento.....	44
Gráfico N° 11 Empresa de alimentación para proveer los alimentos	45
Gráfico N° 12 que valor paga por la comida que recibe.....	46
Gráfico N° 13 La empresa le reconoce el valor de la comida	47
Gráfico N° 14 Tipo de comida que debe contener la propuesta.....	48
Gráfico N° 15 Producción de comida para trabajadores del sector industrial...	63
Gráfico N° 16 Adquisición de materia prima.....	71
Gráfico N° 19 Plano del establecimiento.....	75
Gráfico N° 23 Organigrama Estructural.....	120

I. INTRODUCCIÓN

La experiencia de las empresas del mundo moderno lleva a formular nuevas concepciones sobre la manera de organizar la producción y los servicios. En el cual la seguridad del trabajo en todos sus aspectos tiene un papel de mayor trascendencia.

Si las empresas contratan gente deben evitar que sufran accidentes o enfermedades en el desarrollo de las actividades diarias. El modo de alcanzar estos objetivos es a partir del establecimiento de medidas de prevención de accidentes y enfermedades. Para ello se requiere que el ambiente de trabajo sea adecuado en cuanto a seguridad e higiene.

Las buenas condiciones de trabajo, en las que se persigue no solo la ausencia del riesgo, sino el propio confort y satisfacción del trabajador, empiezan a ser consideradas como elementos importantes para la calidad de la tarea realizada, la ausencia de errores y la mejora de la productividad, aspectos claves para alcanzar competitividad.

“Salud es un estado de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de daños y enfermedades”.(Organización Mundial de la Salud, 1946)

La seguridad y salud en el trabajo es la actividad orientada a crear condiciones, capacidades y cultura para que el trabajador y su organización puedan desarrollar la actividad laboral eficientemente, evitando sucesos que puedan originar daños derivados del trabajo.

Un estudio de la OIT sobre la alimentación en el trabajo, señala que una preocupación por una dieta balanceada es tan importante como prevenir contra sustancias químicas nocivas. Una buena alimentación es beneficiosa para los empleados, porque los protege de algunas enfermedades, aumenta la motivación y la productividad en el trabajo.

Hay empresas que no cuentan con comedores o con las condiciones de higiene necesarias para la alimentación de los trabajadores, tienen muy poco tiempo para almorzar o muchos llegan a sus trabajos sin tomar desayuno o sin almorzar, dependiendo del turno, lo que produce serios problemas tanto a la salud como a la productividad.

Los programas de alimentación deficientes y la mala nutrición tienen que ver con una serie de asuntos relacionados con el trabajo: la moral, la seguridad, la productividad y la salud a largo plazo de los trabajadores y sus países.

La mayoría de los programas de comidas de las empresas no alcanzan los objetivos deseados. Los comedores, cuando los hay, ofrecen menús poco sanos y variados. El tema alimenticio es vital para el desarrollo del trabajador, por ello, debe existir un mayor control, e información de las consecuencias que genera recibir mala alimentación en las jornadas laborales.

Con lo anotado, amparados en las leyes de protección a los trabajadores como seres humanos se plantea la creación de una empresa de Servicios de Alimentación para el trabajador del sector industrial ubicada en el Cantón Ambato, provincia del Tungurahua, la misma que está encaminada a satisfacer las necesidades de alimentación del personal de las empresas de la ciudad cumpliendo con las expectativas de servicio y calidad. Acorde a las normas y exigencias de las leyes laborales y las recomendaciones nutricionales de la Organización Mundial de la Salud.

II. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de alimentación para trabajadores del sector industrial del cantón Ambato, provincia del Tungurahua, año 2013.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha del servicio de alimentación, requerimientos y necesidades de los trabajadores del sector industrial ubicados en el Parque industrial Ambato.

- Realizar el plan para la empresa de servicio de alimentación.

- Determinar la viabilidad económica y financiera de servicios de alimentación para trabajadores de empresas del Parque Industrial Ambato.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

La Provincia de Tungurahua es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra al centro del país, en la región sierra. Ambato es su capital administrativa; se divide en 9 cantones

La provincia adquiere su nombre del volcán activo homónimo; con una población de 542.583 habitantes en 2013, es la séptima provincia más poblada del Ecuador. Tiene una extensión de 3.335km² y se encuentra a 2.620 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra ubicado en los hemisferios Sur y Occidental.

Tungurahua, el 22 de julio de 1860 adquiere la categoría de provincia y el 21 de mayo de 1861 se crea como tal mediante decreto de la Convención Nacional. Limita al norte con las provincias de Cotopaxi y Napo; al sur con Chimborazo y Morona Santiago; al este con Napo y Pastaza; y al oeste con Cotopaxi y Bolívar.

3.1.1 División administrativa de Tungurahua

Cuadro N°1 División administrativa provincia de Tungurahua

CANTÓN	CABECERA CANTONAL	ÁREA (KM²)
Ambato	Ambato	1.009
Baños	Baños	1.065
Cevallos	Cevallos	19
Mocha	Mocha	86
Patate	Patate	315
Pelileo	Pelileo	202
Píllaro	Píllaro	443
Quero	Quero	173
Tisaleo	Tisaleo	60
TOTAL		3.372

Fuente: Historia de la provincia
Elaborado por: Daniel Villarroel

3.1.2 Industria

Esta provincia se identifica en la producción metalmecánica, carrocería, textil, cuero, confecciones, muebles, productos químicos, alimentos y bebidas. y además el turismo rural que es lo más significativo con las diversas culturas indígenas que encontramos como los Salasacas, Pilahuines, Chibuleos, Quisapinchas, Tambolomas, Santa Rosas, los de San Fernando de Pasa y los de Ambatillo.

3.1.3 Agricultura

La zona rural de Tungurahua posee grandes extensiones agrícolas, y estos productos son usados principalmente para el consumo nacional. Los principales cultivos son: trigo, cebada, maíz, papas, avena, tomates y cebolla.

3.1.4 Demografía

Acorde a las estadísticas, existen 542.583 habitantes en la provincia de Tungurahua, conformado de la siguiente manera:

Cuadro N°2 Población de la población de la provincia de Tungurahua

CANTÓN	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Ambato	159,83	170,026	329,856
Baños	10,034	9,984	20,018
Cevallos	4,028	4,135	8,163
Mocha	3,356	3,421	6,777
Patate	6,72	6,777	13,497
Pelileo	27,327	29,246	56,573
Píllaro	18,091	20,266	38,357
Quero	9,489	9,716	19,205
Tisaleo	5,908	6,229	12,137
TOTAL	244,783	259,8	504,583

Fuente: INEC – Censo 2010
Elaborado por: Daniel Villarroel

3.1.5 Cantón Ambato

San Juan Bautista de Ambato, es una ciudad ecuatoriana, capital de la provincia de Tungurahua. Es también conocida como "Cuna de los Tres Juanes". Es la cuarta ciudad en importancia económica del Ecuador.

Según datos oficiales del INEC, censo del 28 de noviembre de 2010, la población es de 329 856 habitantes. Su clima es templado seco, se encuentra a 2577 metros sobre el nivel del mar, su temperatura media es de 16°C. Está asentada en la ribera del río homónimo. En Ambato se concentra el mayor movimiento comercial del centro del país, por tanto genera grandes réditos económicos para la región y para el país.

La ciudad fue destruida varias veces por terremotos y erupciones volcánicas. El último de estos eventos se dio el 5 de agosto de 1949: un terremoto con epicentro en la ciudad de Pelileo, en el sector conocido como Chacauco, afectó a Ambato en casi su totalidad. Gracias a la tenacidad de sus habitantes, logró levantarse nuevamente en menos de dos años. En honor a esta lucha, se celebra cada año la Fiesta de las Flores y de las Frutas, en los días de Carnaval. Cabe resaltar que esta fiesta es totalmente ajena a la celebración de Carnaval, la F.F.F. ha trascendido fronteras y es hoy por hoy una de las fiestas más importantes del Ecuador.

Se encuentra en la Cordillera Occidental, está enclavada en una hondonada formada por seis mesetas: Píllaro, Quisapincha, Tisaleo, Quero, Huambaló; y Cotaló; lo que le da un clima agradable, Ambato está ubicada a 78°; 37' 11"; de longitud con relación al Meridiano de Greenwich y a 1° 13' 28" de latitud sur con relación a la Línea Equinoccial, a 2.577 metros sobre el nivel del mar.

Ambato ha sido cuna de grandes hombres ilustres, entre los cuales figuran: Juan Montalvo (ensayista del siglo XIX), Juan León Mera (escritor, analista literario y autor de la letra del Himno Nacional del Ecuador) y Juan Benigno Vela (periodista

y político liberal). Por este motivo, se la conoce como la "Cuna de los Tres Juanes".

3.1.5.1 Gastronomía

Ambato brinda una gran variedad gastronómica, su plato más característico son las tortillas con chorizo (llapingachos), que consta de tortillas de papa, chorizo, huevos fritos y aguacate, destacan también, el caucara, la fritada, guaguamama, chinchulines, el yaguarlocro, el seco de gallina, las afamadas gallinas asadas y el pan de Pinllo, el pan ambateño es muy conocido en el país desde la época de la colonia por su inigualable sabor muy apreciado en las familias de Quito y Guayaquil, están también las empanadas de viento, y bebidas como la colada morada y el chocolate, en fin, una variedad muy extensa de platos que se pueden degustar en los remodelados mercados y plazas y en otros lugares estratégicamente ubicados en toda la urbe. Los ambateños gustan de la gastronomía variada, por ello existen también lugares de gran aceptación de comida internacional como la china, italiana, mexicana, o argentina.

3.1.5.2 El Parque Industrial de Ambato

Ambato, cuarta ciudad en importancia del Ecuador, es poseedora de un gran motor industrial y comercial de gran importancia para la economía del centro del país y del Ecuador, gracias a las industrias predominantes que se encuentran en la ciudad.

Cuenta con el principal centro de acopio en lo que se refiere a alimentos de los diferentes puntos de la nación, ya que cuenta con el Mercado Mayorista, con un área útil actual de 118.383 m², de este centro se distribuye al resto de mercados minoristas de la ciudad, provincia, y en casi su totalidad a la Amazonia.

CEPIA, Corporación de Empresas del Parque Industrial Ambato, con un área total de 659.389,49 m². Principalmente enfocado a: textiles - alimentos -

construcción - cortineros - carrocerías - plantas de caucho - poliuretano - madera - plásticos - confección - químicos - botas de caucho - balanceados - reencauche - comercializadoras, entre otras.

3.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La formulación de Proyectos de Inversión, constituye un objeto de estudio bastante amplio y sumamente complejo, que demanda la participación de diversos especialistas, es decir, requiere de un enfoque multivariado e interdisciplinario.

(Colinf, 1982).Un proyecto de Inversión se puede entender como: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo.”

Según la Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, ILPES, “un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados”

(Santos, 2004). El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión

del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que provocarían las variaciones de los factores.

El estudio comienza clarificando la definición del problema. Se confirma o se corrige la definición inicial de alcances y objetivos, y se identifica cualquier restricción impuesta sobre el sistema.

Una vez que se ha generado una definición aceptable del problema, el analista desarrolla un modelo lógico del sistema. Luego comienza la búsqueda de soluciones alternativas, usando este modelo como referencia.

3.2.1 Etapas del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

3.2.1.1 Idea

(Aula Fácil, com, 2010) La creación de un proyecto surge con la idea para satisfacer una necesidad mediante la creación de un bien o servicio, aprovechando la necesidad existente en un “nicho de mercado”. Cualquier persona puede imaginarse como generar un servicio o un bien al notar una necesidad.

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. La idea de un proyecto, más que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero.

3.2.1.2 Estudio de mercado

(Barrionuevo, 2006) Dentro de la actividad productiva y comercial de bienes y servicios, existen factores que influyen en la realización de un proyecto como son: el cliente, la competencia, los precios, la comercialización y el plan de marketing que se aplicará para incrementar el volumen de las ventas. El estudio de estas variables toma el nombre de investigación de mercados, la cual abarca la recolección, registro, procesamiento y análisis de información, que al interpretarse servirá para descubrir oportunidades y reducir los riesgos en la toma de decisiones.

En el análisis del consumidor se busca identificar sus preferencias, hábitos de consumo y necesidades insatisfechas, a fin de obtener un perfil en el cual se pueda basar la estrategia comercial para conocer la cantidad de bienes que está dispuesto a adquirir.

El estudio de la competencia es fundamental, debido a que la estrategia de ventas que está utilizando debe ser analizada para aprovechar sus ventajas y evitar las desventajas, así mismo el estudio del precio, de la distribución, del plan de marketing y de los servicios adicionales que generan un valor agregado al proyecto constituyen puntos claves para el resultado de la evaluación.

3.2.1.3 El estudio técnico

Para poder realizar un proyecto de inversión, se tiene que seguir una serie de pasos y un protocolo. Principalmente se tienen que hacer estudios de variables que inciden en la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

(webnode.com, 2011) El Estudio Técnico es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados.

Resumiendo lo citado, el estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

(Baca, 2001) “Consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que

intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización.

- **Tamaño del proyecto.-** La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos.

La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

- **Localización.-** Con el estudio de microlocalización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

En la decisión de su ubicación se considerarán los aspectos siguientes:

Facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, etc.

Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.

Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.

Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.

Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

- **Proceso de producción.-** El proceso de producción es una secuencia de actividades que transforma suministros o elementos que ingresan a sistema

en un producto o servicio.

(mailxmail.com, 2012) La transformación es la sucesión de actividades que combina en el tiempo los elementos o suministros mediante aspectos físicos, químicos o técnicos, para obtener el producto o servicio.

(Sapag, N. & Sapag R, 2003) Cuando se describe del producto se muestran las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación.

Descripción del proceso, con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado. En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación.

- **Análisis de inversión.-** El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico.

Esta etapa comprende:

- Tecnología.
- Equipos.
- Obras de Ingeniería civil.
- Análisis de insumos.
- Servicios públicos.
- Mano de obra.

(Sapag, N. & Sapag R, 2003) Una vez determinada la capacidad de producción de la planta y los procesos tecnológicos que se emplean, es

necesario definir la plantilla de personal requerido para el proyecto y evaluar la oferta y demanda de mano de obra, especialmente de obreros básicos de la región, a partir de la experiencia disponible y atendiendo a las necesidades tecnológicas del proyecto. Mediante estos estudios se podrá determinar las necesidades de capacitación y adiestramiento a los diferentes niveles y etapas.

- **El estudio económico-financiero.-** El estudio económico-financiero de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

(Baca, 2001) Para explicar en resumen la metodología a seguir para el estudio de factibilidad se tiene presente un conjunto de etapas.

Definición de los Flujos de Fondos del Proyecto.

- Los egresos e ingresos iniciales de fondos
- Los ingresos y egresos de operación
- El horizonte de vida útil del proyecto
- La tasa de descuento
- Los ingresos y egresos terminales del proyecto.

Resultado de la evaluación del proyecto

- El Valor Actual Neto (VAN)
- La Tasa Interna de Retorno (TIR)
- El Período de recuperación de la inversión (PR)
- La razón Beneficio / Costo (BC).

3.3 EMPRESAS DE SERVICIOS ALIMENTACIÓN

(Oficina del Emprendedor de Base Tecnológica Madrid: ¿Qué es una Empresa?, 2007) "Una empresa es un sistema que con su entorno materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa, y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión. La planificación posterior está condicionada por dicha definición.

(Comisión de la Unión Europea, 2008). Sugiere la siguiente definición: "Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular".

(Merriam-Webster's Dictionary of Law. 2010).Un diccionario legal de EE. UU. Las define como: "an economic organization or activity; especially: a "business organization" (una organización o actividad económica; especialmente una organización de negocios).

(Definición de empresa, 2009). "Grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad. Conjunto de actividades humanas organizadas con el fin de producir bienes o servicios".

Con los conceptos citados se puede decir que una empresa es una organización, institución o industria, dedicada a actividades con fines económicos y comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los

clientes en nuestro caso el servicio de alimentos para los trabajadores del sector industrial de la ciudad de Ambato.

3.3.1 Servicios de comedor o de restaurante

Entre las actividades que se deben cumplir para el mantenimiento de los recursos humanos, se hallan los servicios de comedor o de restaurante, los cuales constituyen en uno de los principales beneficios sociales que cumplen las organizaciones de empresas industriales para alimentar a su fuerza laboral. No hay duda de que entre los sectores más costosos de los servicios que se proporcionan a los empleados, las prestaciones de carácter alimentario adquieren singular relevancia en América latina.

Casi todos los países del área experimentan problemas de desnutrición y (en contra de lo que pudiera pensarse) estos problemas no afectan sólo a los económicamente desprotegidos: también son muy graves en el caso de personas con ingresos regulares, pero con malos hábitos de alimentación. Por eso, un restaurante eficiente que proporcione alimentos baratos y balanceados significa una prestación de gran valor para los empleados. Aparte de las ventajas que permite a nivel de la salud de los integrantes de la organización, el hecho de contar con un restaurante o cafetería internos disminuye mucha la tendencia a prolongar el período concedido a la comida porque los empleados no deben salir a un restaurante externo y permite además, una posibilidad de convivencia social que no se daría en otro lugar.

Entre las desventajas de esta prestación deben mencionarse, precios altos, deficiente administración, que puede originar que los clientes busquen nuevos proveedores, ocasionando la reducción de ventas, lo que puede desembocar en el cierre del negocio.

Las empresas aplican una política de ahorro mal comprendida, se brinda a los empleados un servicio y una alimentación de calidad inferior, la reacción normal

será de vigorosa protesta sin tomar en cuenta los cuantiosos gastos que incluso la administración mediocre de un restaurante supone.

3.3.2 Servicio de alimentación

(Fontanot, 2000). Un servicio de alimentación es aquel establecimiento o empresa donde se preparan y sirven alimentos a personas que lo solicitan, siempre y cuando sus ingresos y número de comensales sean superiores en alimentos y no en bebidas. Entre los servicios de alimentación están: restaurante, cafetería, bar, cantina, fonda, servicio institucional, expendios y afines de alimentos servidos en el local. Dentro de esta clasificación no se incluyen los almacenes, depósitos y otros locales como pulperías, supermercados o abastecedores.

El objetivo de un servicio de alimentación es brindar al cliente alimentos bien preparados, de la mejor calidad, a un precio justo, bajo estándares de sanidad y buen servicio.

De qué manera se puede lograr esto, de manera general:

- Preparar los alimentos según las normas de higiene y salud.
- Disponer de los alimentos de la región o de temporada.
- Que el costo sea apropiado al nivel socioeconómico de los comensales.
- Preparar los alimentos en el tiempo oportuno.
- Manejar la calidad de acuerdo a las normas universales de la gastronomía.
- Contar con el personal capacitado y el equipo adecuado.

Un establecimiento de alimentos es todo lugar permanente o de temporada destinado a la elaboración, manipulación, suministro y comercio de alimentos. Estos establecimientos existen desde que el hombre está sobre la tierra, empezando por los hogares de todas las personas donde hay servicios de alimentos, en los antiguos hostales y posadas donde se ofrecía comida a los viajeros, las amas de casa que preparaban galletas, pasteles y panques para vender entre sus vecinos y amigos.

(González.M, 2000).En la actualidad, contamos con una gran variedad de establecimientos que ofrecen alimentos preparados. Para que estos servicios de alimentos sean lugares que cumplan con el objetivo de un servicio de alimentación, es decir, que satisfaga las necesidades del cliente se deben manejar en forma profesional

Cuando los servicios de alimentación se manejan en forma empírica se incrementan los costos, producen trastornos alimentarios ya sea a través de enfermedades, deficiencias o excesos, se cae en repeticiones del menú y el comensal se queja frecuentemente, la higiene tiende a ser deficiente, los procesos de los alimentos no son los adecuados y la materia prima se ve deteriorada, la presentación y sabor de los alimentos puede no ser buena, por todo lo anterior es necesario profesionalizar los servicios de alimentos utilizando mejores recursos a su alcance.

3.4 SECTOR INDUSTRIAL

Podemos definir la actividad industrial como la transformación de los recursos naturales a través de sucesivas fases, por procedimiento físicos o químicos.

(<http://www.activepartner.es/Glosario-de-terminos>).Conjunto de empresas pertenecientes a un mismo sector que producen o comercializan productos con características similares o estrechamente relacionados.

El sector secundario comprende las actividades económicas que transforman las materias primas y los recursos naturales en productos semi elaborados o elaborados utilizando máquinas movidas por una fuente de energía.

Aunque el sector secundario comprende varias actividades como la minería y la construcción, es la industria la actividad que tiene un mayor peso dentro de este sector.

La industria es la actividad económica que emplea y transforma los recursos naturales (materias primas y fuentes de energía), en las fábricas para producir productos semi elaborados que se emplearán para fabricar otros productos, o productos elaborados listos para el consumo.

3.4.1 Factores de la producción industrial

La actividad industrial combina diferentes factores para crear productos de consumo. Estos factores son:

- Los recursos naturales son las materias que el hombre obtiene directamente de la naturaleza.
- La mano de obra está formada por los trabajadores que manejan las máquinas empleadas para transformar los recursos naturales en productos manufacturados.
- El capital es el dinero necesario para poner en funcionamiento una industria. También se considera a los bienes fabricados que se utilizan para producir otros bienes (maquinaria, equipos de transporte,....).

3.4.2 Factores de producción

Los recursos naturales son las materias que el hombre obtiene directamente de la naturaleza. Incluyen las materias primas, elementos que se extraen de la naturaleza sin transformación previa y que la industria utiliza para producir otros bienes, y las fuentes de energía, recursos naturales que se emplean para producir la fuerza necesaria para hacer funcionar las máquinas, las industrias y los transportes.

La mano de obra está formada por los trabajadores que manejan las máquinas empleadas para transformar los recursos naturales en productos manufacturados. Los trabajadores reciben un sueldo a cambio de su trabajo. El sueldo no sólo depende del trabajo realizado sino que está, a menudo, relacionado con las condiciones laborales de los países desarrollados, mucho más definidas y vigiladas por la legislación, y con las condiciones laborales de los países subdesarrollados, a menudo menos elaborados y menos rígidos. Al mismo tiempo, el desarrollo tecnológico y la mayor complejidad de las máquinas empleadas por la industria ha provocado una creciente diferenciación entre la mano de obra cualificada, más preparada para el empleo de tecnología avanzada y especializada, y la mano de obra no cualificada, con menores conocimientos tecnológicos.

El capital es el dinero necesario para poner en funcionamiento una industria. Incluye el dinero necesario para pagar a los trabajadores, comprar los recursos naturales a transformar, adquirir la maquinaria y la tecnología necesaria, pagar la energía necesaria para la puesta en marcha de las máquinas y el funcionamiento de la fábrica, etc.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro N°3 Operacionalización de variables

VARIABLES	ESCALAS	INDICADORES
Estudio de mercado	Oferta:	% Empresas que cuentan con el servicio de alimentación % Empresas que ofrecen alimentación al sector industrial. % Personas que ofrecen el servicio de alimentación
	Demanda	%Empresas %Trabajadores %Empleados
	Demanda insatisfecha	% Demanda insatisfecha
	Segmentos	%Edad %Ocupación %Lugar de residencia %Grado de preparación %Ingresos
Estudio económico financiero	Valor actual neto	Mayor o igual a cero
	Tasa Interna de retorno	Mayor a la tasa de interés bancaria
	Recuperación de capital	Menor a 2,5 años
	Relación beneficio costo	Mayor a 1
	Punto de equilibrio	% para no perder ni ganar

Realizado por: Daniel Villarroel

IV. METODOLOGÍA

4.1 LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

La localización del proyecto se considera en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, sector de Izamba, un sector de fácil acceso cercano al parque industrial, que permita la preparación de alimentos, el embarque y traslado para la distribución en las empresas. El proyecto se desarrolla durante el año 2013.

4.2 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Descriptivo.- La investigación se centra en las empresas, personas y organizaciones que brindan el servicio de alimentación en el sector industrial de la ciudad de Ambato, el alcance, los costos y acogida que tienen dentro de las empresas y trabajadores. Para ello se recurre a información que maneja el Parque Industrial Ambato, El Ilustre Municipio de la ciudad de Ambato, La Cámara de la Pequeña Industria, las empresas. Con instrumentos se recoge información necesaria para el desarrollo del proyecto.

Técnicas de investigación.- Para tener la opinión de trabajadores, empleados y administradores de empresas del sector industrial de la ciudad de Ambato, se lo realizará mediante la técnica de **la encuesta** que sirve para recoger información socio económica de los administradores, trabajadores, necesidades, gustos preferencias y sugerencias respecto a la comida que necesitan y les gustaría que una empresa les oferte.

4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la investigación se considera a 3.400 trabajadores de 100 empresas, datos del Parque Industrial de la ciudad de Ambato.

Muestra.- En el caso del proyecto se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

SIMBOLOGÍA:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Población
- Z = 1,96 al cuadrado (si el nivel de seguridad es del 95%)
- p = Proporción esperada en este caso 5%
- q = 1 – p (en este caso 1 - 0,05 = 0,95)
- d = Precisión (en su investigación use un 3%)

- n = Tamaño de la muestra
- N = 3400
- Z = 1,96
- p = 0.05
- q = 0,95
- d = 0.03

$$n = \frac{3400 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2(3400 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{3400 * 3.8416 * 0.05 * 0.95}{0.0009(3400 - 1) + 3.8416 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{620.4184}{0.0009(3400 - 1) + 3.8416 * 0.0285}$$

$$n = \frac{620.4184}{3.2415}$$

$$n = 191.39$$

$$n = 191$$

4.4 DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

El trabajo se desarrolló en las siguientes etapas:

4.4.1 Investigación de mercado y marketing

Registra las características del proceso de alimentación que realizan los trabajadores del sector industrial, analizando tiempos, movimientos, tipo de alimentación que consumen.

Mediante la encuesta estructurada se recogió información en distintas empresas, se conoce los gustos, preferencias y necesidades de los trabajadores, así como la de los empleadores.

4.4.2 Plan de empresa

El **plan de empresa** es un documento que refleja el contenido del proyecto desde la definición del mismo hasta la forma de llevarlo a la práctica.

4.4.3 Aspecto técnico

La cuantificación de la demanda permitió plantear el tamaño y servicios que debe contener la propuesta, localización óptima, el proceso productivo y análisis de la inversión.

4.4.4 Aspecto Jurídico – Mercantil

El plan jurídico mercantil contempla los aspectos legales referentes a la constitución del servicio de catering SERALIN y su funcionamiento.

4.4.5 Estrategias de marketing

Conocidas las necesidades de los clientes, producto, plaza, precio, se puede ejecutar el proyecto, con la oportunidad de aumentar el número de productos o servicios, elevando la utilidad de la empresa.

4.4.6 Gestión del talento humano

El tamaño del proyecto permite conocer el número de personas que son necesarias, definiendo su perfil profesional y características de cada puesto en la organización, estructura orgánica, y rol de pagos.

4.4.7 Aspectos Económico – Financieros

Es importante conocer el monto de la inversión, en la que se define la conformación del capital o el financiamiento que se necesita. La misma que se respalda en un análisis financiero contable VAN, TIR, PRI, B/C.

4.4.8 Aspectos Ambientales

Ayuda a manejar con responsabilidad los desechos que se producen en la empresa, aplicar medidas que disminuyan la contaminación y daño al medio ambiente.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1.1 Presentación, tabulación y análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado y marketing

ENCUESTA APLICADA A TRABAJADORES DEL SECTOR INDUSTRIAL

PREGUNTA N° 1

Edad

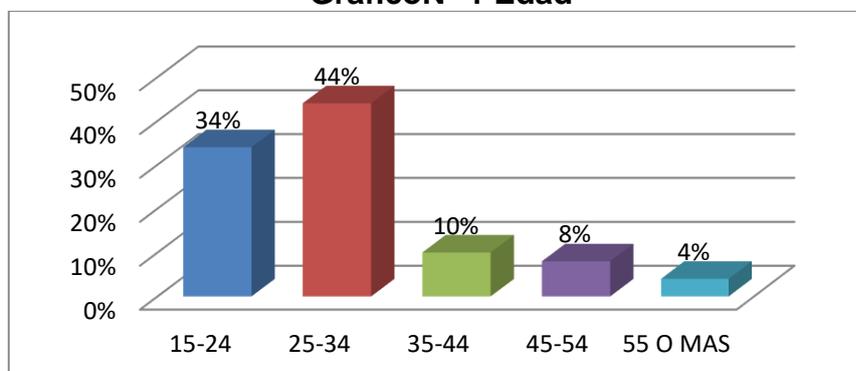
Cuadro N°4Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-24	65	34
25-34	84	44
35-44	19	10
45-54	15	8
55 ó más	8	4
Total	191	100

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

GráficoN° 1 Edad



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de la población el 34% pertenecen a un rango de edad de 15 a 24 años, el 44% de la población lo cubren las edades de 25 a 34 años, el 10% de la población está representadas por las edades de 35 a 44 años, 17 personas que representan al 8% de la población se encuentra en un rango de edad de 45 a 54 años, y el rango de edad de 55 o más es representado por el 4% de la población. Por su condición física posiblemente no tenga inconvenientes en su salud provocados por la calidad de alimentos que reciben.

PREGUNTA N° 2

Grado de instrucción

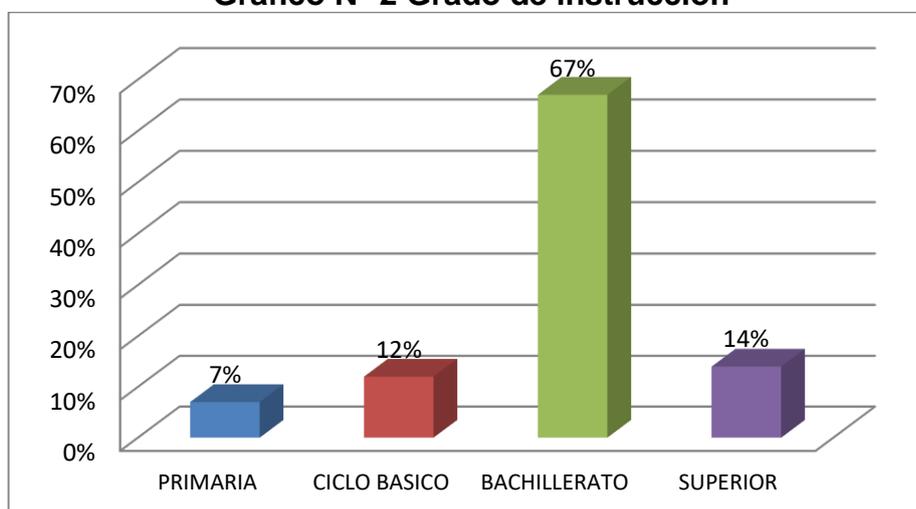
Cuadro N°5Grado de instrucción

GRADO DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRIMARIA	14	7%
CICLO BÁSICO	23	12%
BACHILLERATO	128	67%
SUPERIOR	26	14%
Total	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 2 Grado de instrucción



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

17 personas representadas por el 7% de la población pertenecen al grado de instrucción primaria, el ciclo básico es cubierto por 23 personas que representan a 12% de la población en cuestión 129 personas representadas por el 67% nos dan a conocer que son bachilleres y el 14% de ellos cuentan con estudios superiores. De las personas que contestaron la encuesta las propuestas de mejoramiento en las condiciones de trabajo empezando por la alimentación será acogida favorablemente por la importancia que tiene en el desempeño físico e intelectual los alimentos que se sirven para desarrollar la jornada laboral normal.

PREGUNTA N° 3

Cuántas comidas consume durante su permanencia en el trabajo

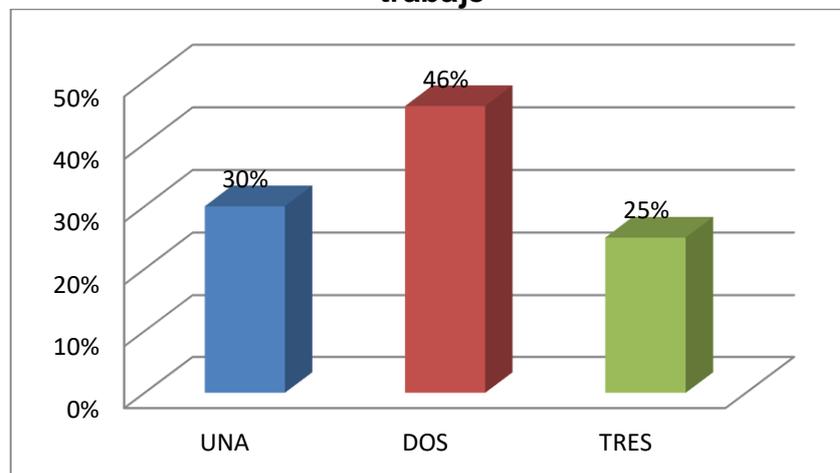
Cuadro N°6 Cuántas comidas consume durante su jornada de trabajo

NÚMERO DE COMIDAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una	57	30%
Dos	87	46%
Tres	47	25%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Grafico N° 3 Cuántas comidas consume durante su permanencia en el trabajo



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El número de comidas que consume durante su permanencia en el trabajo para el 30% es una, el 46% nos da a conocer que se alimenta dos veces y el 25% de la población en cuestión manifiesta que se alimenta tres veces durante la pertinencia en el trabajo. El ser humano por el desgaste físico e intelectual que debe hacer en su diario vivir necesita de comida que contenga los elementos esenciales como proteína, carbohidratos y grasas adecuadamente equilibrados en alimentos variados; la propuesta de alimentación será la que ayude a mantener dietas equilibradas evitando el apareamiento de enfermedades producidas por la alimentación.

PREGUNTA N° 4

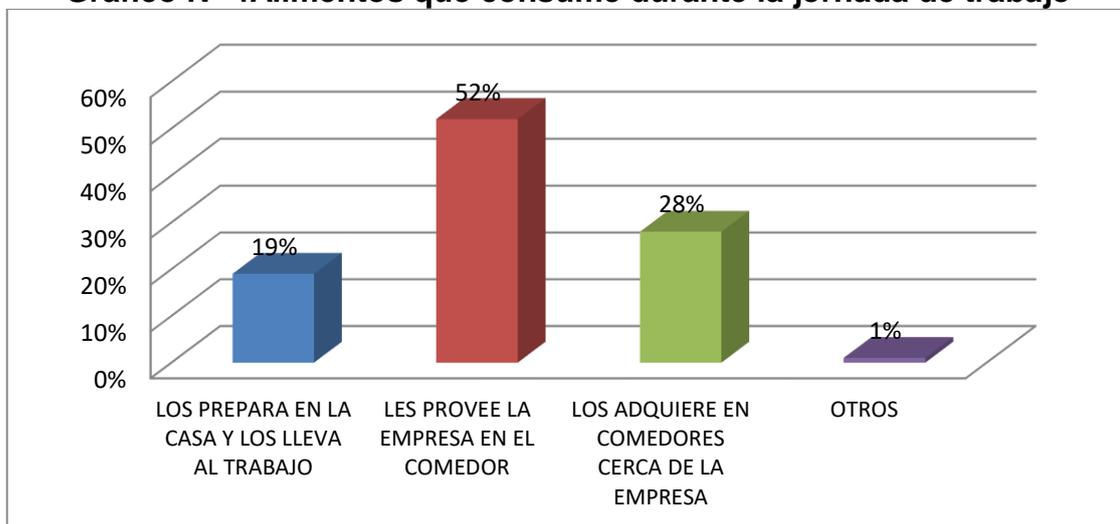
Los alimentos que usted consume durante la jornada de trabajo

Cuadro N°7 Alimentos que consume durante la jornada de trabajo

ALIMENTOS CONSUMIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Los prepara en la casa y los lleva al trabajo	36	19%
Les provee la empresa en el comedor	99	52%
Los adquiere cerca de la empresa	55	28%
Otros	1	1%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013
Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 4 Alimentos que consume durante la jornada de trabajo



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los alimentos que consumen durante la jornada de trabajo el 19% los prepara en la casa, al 52% les provee la empresa en el comedor, el 28% de la población los adquiere en comedores cerca de la empresa y el 1% nos dan a conocer que son otras las alternativas. Para administradores y gerentes este es un inconveniente que le provoca costos elevados ya sea para la preparación, como por las enfermedades especialmente cuando lo hacen fuera de la empresa. Preparaciones técnicamente diseñadas que cubran las necesidades de los trabajadores se presenta como la mejor opción para evitar problemas presentes y futuros.

PREGUNTA N° 5

A la hora de alimentarse existen todas las facilidades

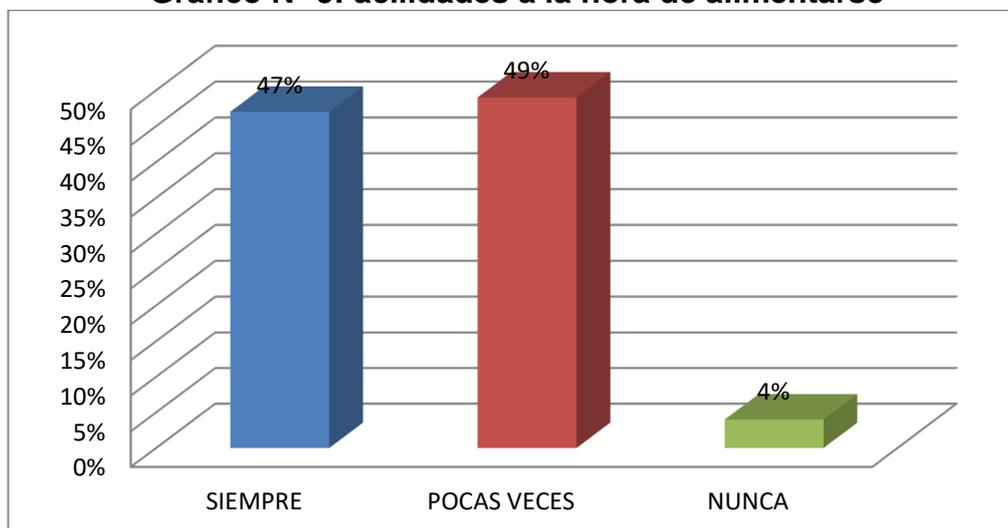
Cuadro N°8 Facilidades a la hora de alimentarse

ALIMENTOS CONSUMIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hay transporte	89	47%
Tiene capacidad el comedor	94	49%
Le dan crédito	8	4%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 5 Facilidades a la hora de alimentarse



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A la hora de alimentarse para el 47% de los encuestados no tienen problemas en la transportación hacia los lugares de alimentación, el 49% existen todas las facilidades el 49% nos da a conocer que se dan facilidades en la capacidad del comedor y el 4% la facilidad es el crédito de parte de los proveedores.. En algunos casos los administradores les proveen de este servicio únicamente cumpliendo leyes y disposiciones legales, pero no con calidad. Una empresa con oferta de variedad y calidad en las preparaciones es la solución a problemas que actualmente enfrentan.

PREGUNTA N° 6

El lugar destinado a la alimentación es adecuado y garantiza el servicio

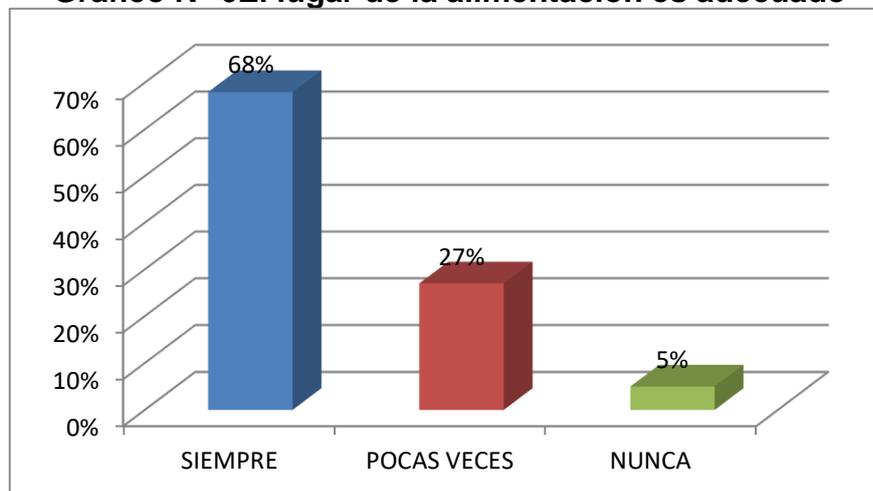
Cuadro N°9 El lugar de la alimentación es adecuado

ES ADECUADO EL LUGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	130	68%
Pocas veces	52	27%
Nunca	9	5%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 6 El lugar de la alimentación es adecuado



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de la población en cuestión el 68% manifiesta que el lugar destinado a la alimentación siempre es adecuado y garantiza el servicio; el 32% expresan que no son adecuados; la hora de alimentación es un descanso e interrupción de la rutina un adecuado ambiente permite mejorar las relaciones y comunicación de los trabajadores y los predispone a continuar de mejor manera la jornada. Es más económico para los empresarios adecuar los espacios para la alimentación, y que esta se encargue a una empresa especializada, controla disciplina evita que se pierda tiempo y energías al salir fuera de la de la empresa los trabajadores.

PREGUNTA N° 7

Ha tenido problemas de salud por el consumo de alimentos en su lugar de trabajo

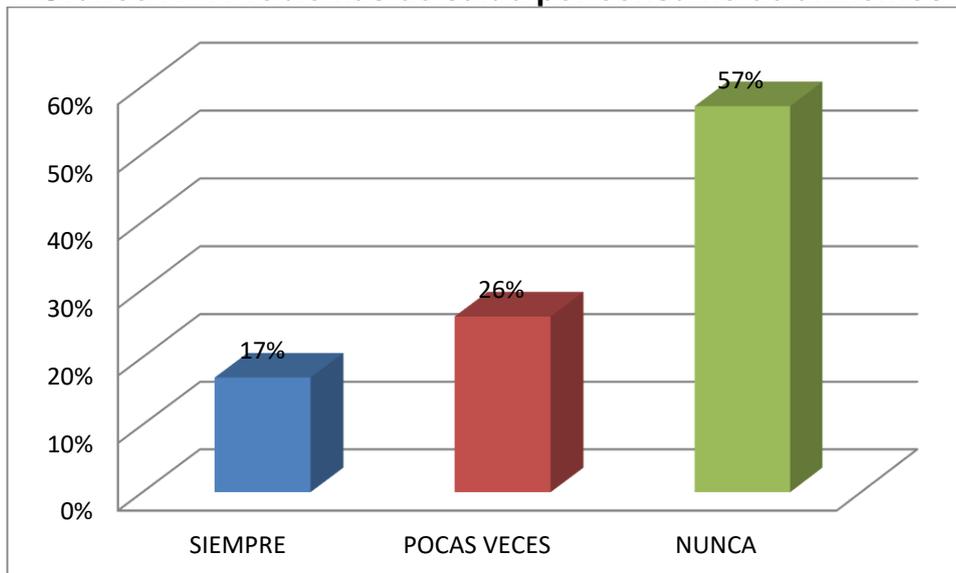
Cuadro N° 10 Problemas de salud por consumo de alimentos

PROBLEMAS DE SALUD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	33	17%
Pocas veces	49	26%
Nunca	109	57%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 7 Problemas de salud por consumo de alimentos



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de la población en cuestión el 17% manifiesta que siempre ha tenido problemas de salud por el consumo de alimentos en su lugar de trabajo el 26% de la población manifiesta que esos inconvenientes se han presentado pocas veces y el 57% de ellos manifiesta que nunca han tenido problemas de salud. Los porcentajes necesitan bajarse específicamente aquellos que corresponde a los de enfermedades, proveyéndole calidad a la alimentación.

PREGUNTA N° 8

Ha recibido capacitación sobre alimentación adecuada y saludable

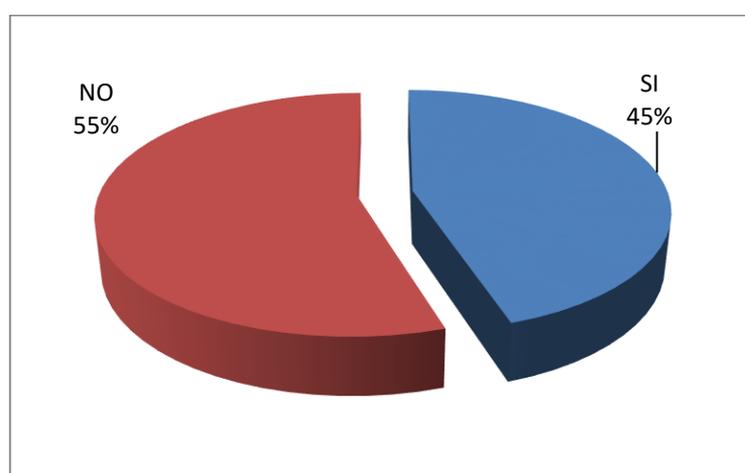
Cuadro N° 11 Capacitación sobre alimentación

CAPACITACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	86	45%
No	105	55%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 8 Capacitación sobre alimentación



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de la población en cuestión el 45% manifiesta que si ha recibido capacitación sobre alimentación adecuada y saludable mientras que el 55% contesta negativamente a la pregunta. La salud laboral debe reforzar estos conocimientos, para que la calidad de los alimentos sea también motivo de preocupación de los trabajadores cuando están fuera de la empresa.

PREGUNTA N° 9

La alimentación de los empleados y trabajadores es importante para los administradores de la empresa

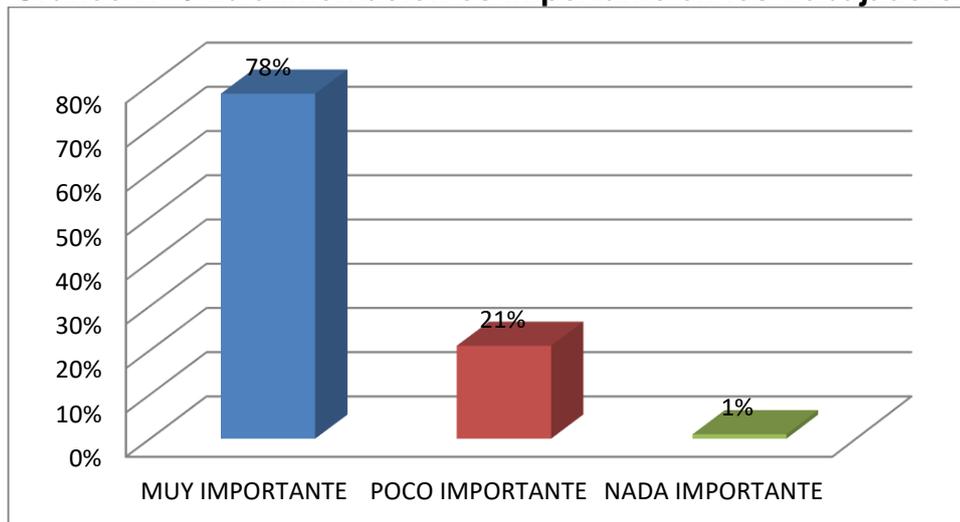
Cuadro N° 12 La alimentación es importante en los trabajadores

IMPORTANCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	148	78%
Poco importante	41	21%
Nada importante	2	1%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 9 La alimentación es importante en los trabajadores



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 78% de la población nos dan a conocer que la alimentación de los empleados y trabajadores es muy importante para los administradores de la empresa el 21% de ellos manifiesta que es poco importante y el 1% de ellos responden que la alimentación para los administradores de la empresa no es nada importante. La propuesta de entregar alimentos elaborados bajo estrictas normas de higiene, con variedad en los productos y adecuadamente equilibradas apoya la gestión de administradores de empresas.

PREGUNTA N° 10

La alimentación incide en el rendimiento de un trabajador en la empresa

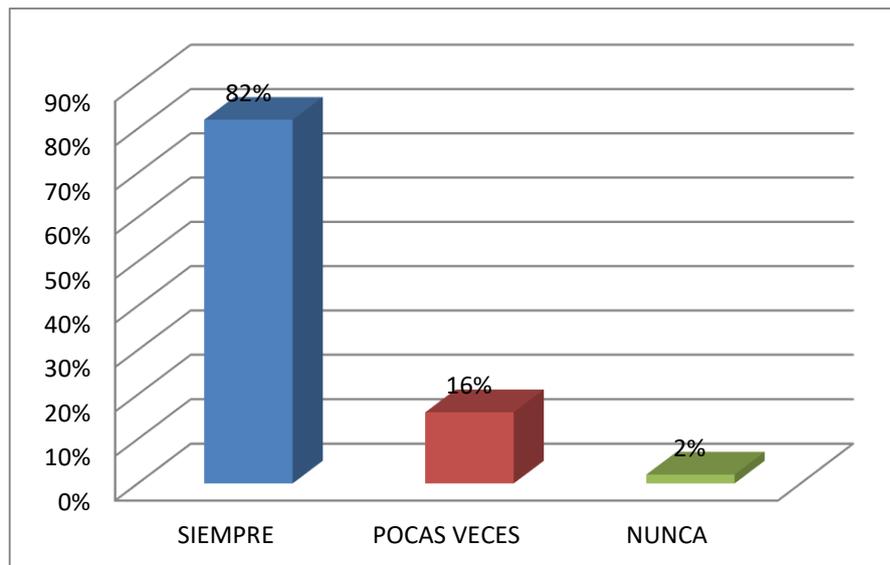
Cuadro N° 13 La alimentación incide en el rendimiento

INCIDENCIA DE LA ALIMENTACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	156	82
Pocas veces	30	16
Nunca	5	2
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 10 La alimentación incide en el rendimiento



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Parta el 82% de la población manifiesta que la alimentación incide en el rendimiento de un trabajador en la empresa, el 16% manifiesta que incide pocas veces y el 2% de la población nos dan a conocer que nunca incide la alimentación en el rendimiento de los trabajadores de una empresa. Una alimentación adecuada eleva el rendimiento. Es la oportunidad para gerentes y empresarios depositar esta responsabilidad a una empresa especializada en alimentación para trabajadores.

PREGUNTA N° 11

Le gustaría que una empresa especializada se encargue de la preparación y servicio de los alimentos que usted ingiere en la jornada de trabajo

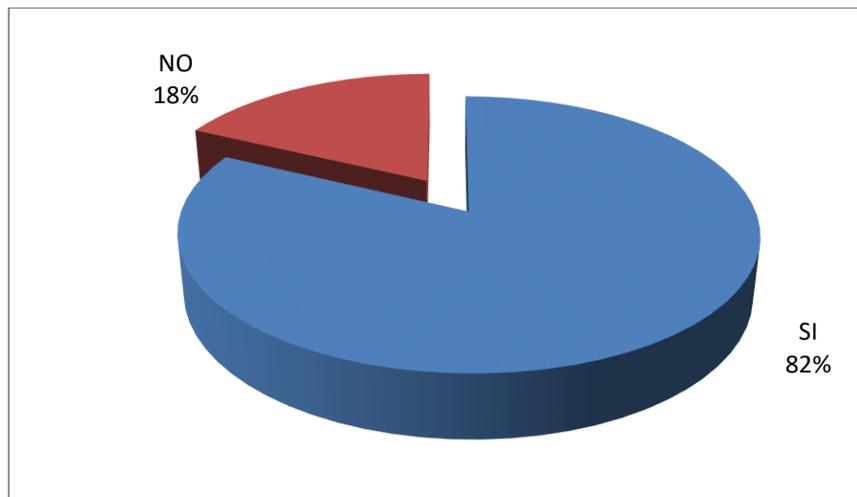
Cuadro N° 14 Empresa de alimentación para proveer los alimentos

PROVISIÓN DE ALIMENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	157	82%
No	34	18%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 11 Empresa de alimentación para proveer los alimentos



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 82% de un 100% manifiestan que si les gustaría que una empresa especializada se encargue de la preparación y servicio de los alimentos. Las respuestas recabadas permiten que se pueda plantear la propuesta de creación de una empresa de servicios de alimentación para trabajadores del sector industrial de la ciudad de Ambato.

PREGUNTA N° 12

Qué valor paga por la comida que recibe

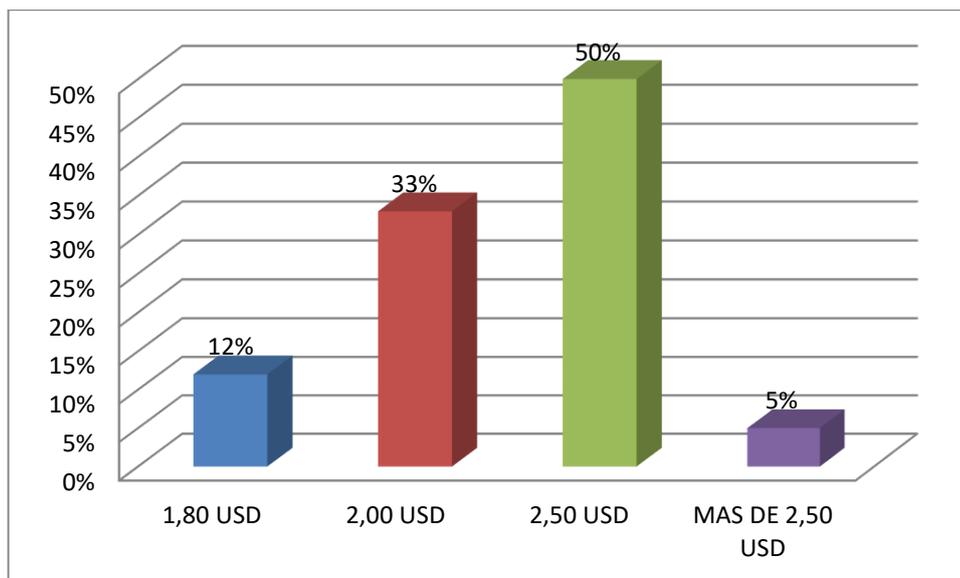
Cuadro N° 15 Qué valor paga por la comida que recibe

VALOR DE LA COMIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,80 USD	24	12%
2,00 USD	63	33%
2,50 USD	95	50%
MAS DE 2,50 USD	9	5%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 12 qué valor paga por la comida que recibe



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 12% manifiesta que el valor por la comida que recibe es de 1,80 USD, el 33% de la población paga el valor de 2,00 USD por la comida, el 40% paga el valor de 2,50 USD y el 5% de la población en cuestión paga más de 2,50 USD. Los valores son variados conforme a la calidad, cantidad, entre los aspectos que más se consideran. El valor a considerar para el planteamiento de la propuesta es en de 2,50.

PREGUNTA N° 13

La empresa le reconoce el valor de la comida

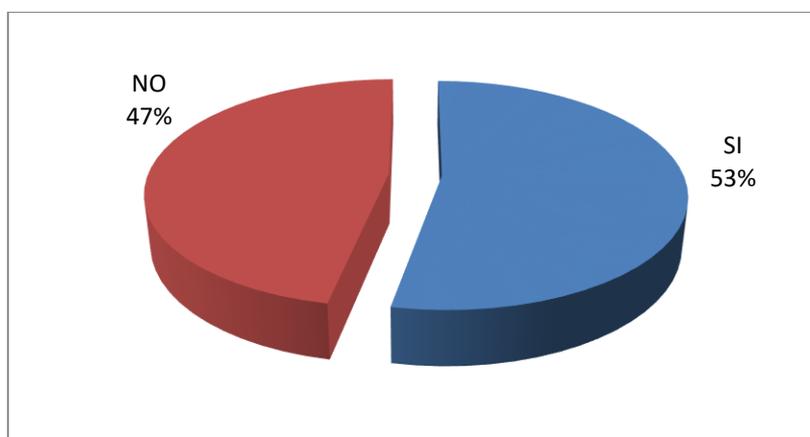
Cuadro N° 16 la empresa le reconoce el valor de la comida

EMPRESA PAGA LA COMIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	101	53%
No	90	47%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 13 La empresa le reconoce el valor de la comida



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al 53% de la población la empresa si le reconoce el valor de la comida mientras que el 47% manifiesta que la empresa no le reconoce el valor de la comida, para competir y mantener clientes debe lograr elaborar comida saludable a menor costo.

PREGUNTA N° 14

Qué tipo de comida debe contener la propuesta

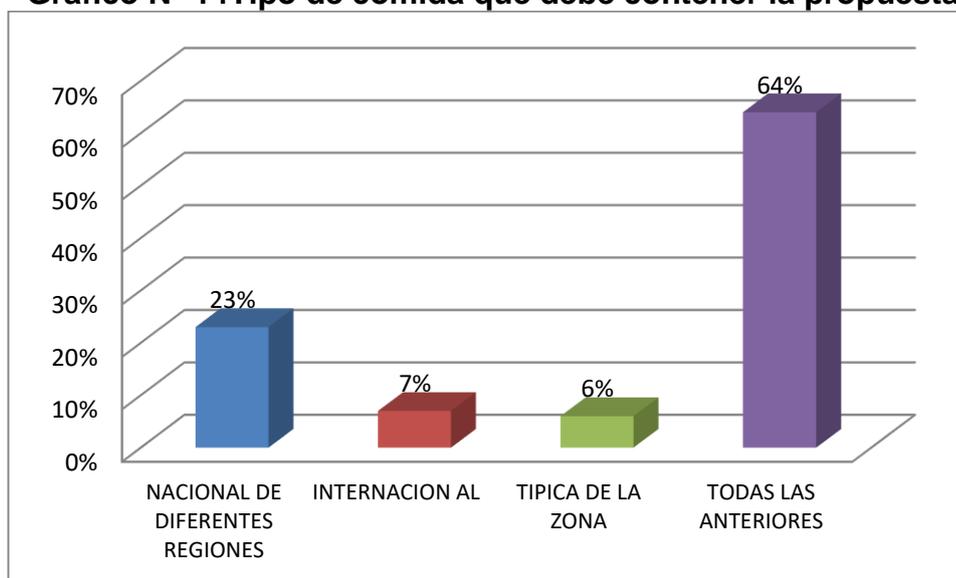
Cuadro N° 17 Tipo de comida que debe contener la propuesta

TIPO DE COMIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional de diferentes regiones	44	23%
Internacional	13	7%
Típica de la zona	11	6%
Todas las anteriores	123	64%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuesta aplicada / Febrero 2013

Elaborado por: Daniel Villarroel

Gráfico N° 14 Tipo de comida que debe contener la propuesta



Elaborado por: Daniel Villarroel

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 23% nos dan a conocer que el tipo de comida que debe contener la propuesta es nacional de diferentes regiones el 7% dicen que se debe vender en la propuesta comida internacional, el 6% prefiere comida típica de la zona y el 64% manifiestan que deben ofertarse comidas variadas. Los encuestados tienen diferentes preferencias y gustos, la propuesta está en encontrar un punto de equilibrio ofreciendo una variedad de preparaciones, evitando la repetición, la capacidad del profesional en gastronomía es imprescindible.

5.2 DISCUSIÓN

De acuerdo a la investigación realizada a 191 personas, se pudo obtener la siguiente información.

Los trabajadores del sector industrial, son personas cuya edad está entre los 15 y 55 años; En donde se destacan los trabajadores entre los 25 y 44 años, con el 44%; en la preparación Prevalece el grado de bachiller con el 67%; Se pudo determinar que el 46% de las personas encuestadas consumen dos comidas durante la jornada de trabajo; el 52% son con alimentos que los provee la empresa; para el 49% son pocas las facilidades que tienen; el 17% han tenido problemas de salud por la alimentación que consumen, están conscientes que la alimentación incide en el rendimiento; el 82% sería importante que una empresa especializada se encargue de este servicio en el que la propuesta sea variada y elaborada bajo normas de calidad y con principios nutricionales. El valor sugerido por los encuestados estará entre los dos dólares cincuenta.

VI. CONCLUSIONES

- Los trabajadores de las diferentes especialidades relacionados al ámbito administrativo, productivo necesitan de un ambiente agradable de trabajo y dotado de elementos que ayuden a mantener un ritmo adecuado de trabajo, así como la energía para desarrollar las actividades en toda la capacidad física e intelectual.
- Un trabajador bien alimentado rinde de manera óptima a las exigencias de su responsabilidad.
- Los trabajadores del sector industrial de la ciudad de Ambato no tienen seguridad en la alimentación que reciben, quienes tienen facilidades llevan preparados desde su casa, el resto deben buscar alimentos en restaurante y bares cercanos al trabajo.
- La demanda de comida saludable, nutritiva conforme a las características descritas por organismos de control se puede cumplir mediante el encargo a empresas especializadas en alimentación.
- Para las empresas y sus administradores la entrega de comida permite cumplir con exigencias legales, nutrir adecuadamente al elemento humano y abaratar costos en cuanto al mantenimiento de una unidad de comedores.

VII. RECOMENDACIONES

- Para que el trabajador no tenga inconvenientes con la productividad necesita que este desarrolle sus actividades respaldado de la comodidad y los elementos que previenen el apareamiento de enfermedades, la comida saludable, balanceada y adecuadamente preparada puede ser la diferencia en los resultados.
- La alimentación es el principal factor que se debe considerar para lograr el compromiso y trabajo en cada una de las personas de la empresa.
- El servicio de alimentación es la alternativa que tienen administradores y propietarios de empresas industriales del parque Industrial de la ciudad de Ambato para crear un ambiente adecuado de trabajo.
- La implementación de la propuesta puede convertirse en alternativa de inversión para un grupo importante de personas, así también crear fuentes de trabajo directas e indirectas.
- La generación e implementación de la propuesta es una alternativa que pone en práctica los conocimientos recibidos y encontrar soluciones a los problemas que tienen los trabajadores del sector industrial.

VIII. PLAN DE EMPRESA

8.1. ASPECTOS TÉCNICOS

8.1.1 Determinación del tamaño de la empresa

La capacidad de producción de la empresa SERALIN en la ciudad de Ambato, es en función a la demanda. Y se dedica a la producción de alimentos para trabajadores del sector industrial.

CuadroN° 18 Determinación del tamaño

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	833000	665665	167335
2014	845662	675783	169879
2015	858516	686055	172461
2016	871565	696483	175082
2017	884813	707070	177743
2018	898262	717817	180445

Fuente: Encuesta aplicada / Pregunta N° 4
Elaborado por: Daniel Villarroel

CuadroN° 19 Determinación del porcentaje

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA			PRODUCCIÓN DIARIA	PORCENTAJE CUBIERTO
	ANUAL	MENSUAL	DIARIA		
2013	167335	3218	644	400	62%
2014	169879	3267	653	420	64%
2015	172461	3317	663	441	67%
2016	175082	3367	673	463	69%
2017	177743	3418	684	486	71%
2018	180445	3470	694	511	74%

Fuente: Encuesta aplicada / Pregunta N° 4
Elaborado por: Daniel Villarroel

8.1.2 Capacidad de producción

Para la producción de alimentos en la empresa SERALIN, se consideró las respuestas de la encuesta y las necesidades expresadas por administradores y

gerentes de empresas, en las que el 82% manifiestan la necesidad de mejorar el servicio de alimentación.

Con los datos recabados se establece la demanda de comidas para el sector. El proyecto prevé iniciar sus actividades cubriendo el 62% de la demanda insatisfecha. Para aumentar anualmente en un 5% aproximado, que está directamente relacionado con la capacidad de producción y el trabajo que el departamento de ventas implemente. Para poder cubrir incrementos en la demanda, es importante que la empresa mantenga un margen entre la capacidad de producción y la demanda, la capacidad instalada será de 700 comidas por turno.

CuadroN° 20 Capacidad de producción

AÑOS	DIARIO	SEMANTAL	ANUAL
2013	400	2000	98.000
2014	420	2100	102.900
2015	441	2205	108.045
2016	463	2315	113.447
2017	486	2431	119.120

Fuente: Encuesta aplicada / Pregunta N° 4

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.1.3 Porcentaje de utilización de las instalaciones y maquinaria.

Se utilizara un 57% de la capacidad instalada. Con nuevos proyectos y estudios de mercado la empresa puede dedicarse a producción de alimentos para otros sectores, como el de los niños, adultos mayores y familiares de trabajadores, entre otros sectores

CuadroN°21 Capacidad utilizada

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	PRODUCCIÓN POR TURNO	PORCENTAJE UTILIZADO
2013	700	400	57%
2014	700	420	60%
2015	700	441	63%
2016	700	463	66%
2017	700	486	69%
2018	700	511	73%

8.1.4 Localización

La localización del proyecto se considera un sector de fácil acceso cercano al parque industrial, que permita la preparación de alimentos, el embarque y traslado para la distribución en las empresas.

8.1.4.1 Macro Localización

PROVINCIA	TUNGURAHUA
CIUDAD	AMBATO
ÁREA	URBANA
SECTOR	IZAMBA



Fuente: Mapa Satelital de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Daniel Villarroel

8.1.4.2 Micro Localización

Uno de los aspectos más importantes de un proyecto y que con mayor cuidado debe analizarse, es precisamente el de la localización.

La localización de la planta es definitiva, porque una vez seleccionado el lugar más adecuado y ejecutado el proyecto aquel no tiene flexibilidad en cuanto a corrección, simplemente se hizo una selección adecuada o inadecuada; en

cualquier situación, la selección que se haya hecho subsistirá durante la vida del proyecto.

8.1.4.3 Elementos considerados para la localización de la planta

Antes de proceder a evaluar y a analizar los posibles sitios para instalar un proyecto, es necesario contar con informes sobre los elementos de evaluación en zonas de interés, como son:

- Situación geográfica de mercados y Materias primas.
- Factores económicos
- Disponibilidad de recursos y servicios

La empresa estará ubicada en el sector de IZAMBA. Está cerca de las empresas e industrias que requieren servicio de alimentación. El mercado proveedor de materias primas es de fácil acceso, tomando el Paso Lateral de la ciudad se llega en pocos minutos al Mercado Mayorista, el terreno para la construcción es de propiedad familiar, en el sector existen servicio de buses y transporte para que puedan trasladarse con seguridad empleados, trabajadores y se movilicen los vehículos con la comida preparada.

8.1.5 Proceso de producción

Todas las elaboraciones están basadas en una ficha técnica o receta estándar que puede variar o no, en dependencia de los deseos de los involucrados y/o condiciones del lugar. De forma general existen procedimientos en este sentido para definir las recetas de cada plato aprobado en el menú, de acuerdo a un modelo previamente comprobado. Aquí se estandarizan todos los elementos que garantizan una homogeneidad en los productos finales y que salen en el servicio al cliente, por lo que se indican fundamentalmente los siguientes elementos:

- Ingredientes y sus cantidades.

- Procedimiento de elaboración.
- Cantidades a servir por ración
- Decoración y montaje.
- De ser necesario calcular aporte energético y nutricional de los platos, tal es el caso de su contenido aproximado en proteínas, grasas y carbohidratos.

8.1.5.1 Descripción del servicio

La empresa se especializa en la preparación y entrega de comida para trabajadores del sector industrial.

- Los trabajadores de la empresa ingresarán a la planta de producción con ropa de trabajo que será en vestidores específicos.
- Limpieza y desinfección, lo que incluye equipamiento, utensilios, superficies, neveras, productos comestibles si procede y otros elementos.
- Reunión con jefe de producción para recibir órdenes de preparación y cantidades.
- Recepción de materiales e insumos.

8.1.6 Costos de producción – recetas estándar

8.1.6.1 Entrada

NOMBRE RECETA: Crema de pollo				
Nº RECETA				01
Nº DE PORCIONES				15
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PRECIO UNIDAD	COSTO
1000	Mililitros	Caldo de pollo	0,00080	1,6000
600	Gramos	Pechuga de pollo	0,00287	1,7219
15	Gramos	Harina de trigo	0,00110	0,0166
1000	Gramos	Leche	0,00075	0,3750
250	Gramos	Apio	0,00221	0,5519
100	Gramos	Zanahoria	0,00100	0,1000
5	Gramos	Curry en polvo	0,01000	0,0500
15	Gramos	Perejil	0,0025000	0,0375
15	Mililitros	Aceite de oliva	0,0090000	0,1350
15	Gramos	Sal	0,0005000	0,0075
5	Gramos	Pimienta	0,0050000	0,0000
PROCEDIMIENTO				
<ul style="list-style-type: none"> ○ Limpiamos y trozamos todas las verduras. ○ En una cacerola colocamos la pechuga junto con todas las verduras, cubrimos con agua y agregamos sal. ○ Hervimos unos 45 minutos. ○ Retiramos el pollo y lo desmenuzamos. ○ Procesamos las verduras con el caldo y luego volvemos a incorporar el pollo. ○ Al servir queda muy rico espolvorear con queso rallado. 				
Costo total de la Receta				4,595
Costo por porción				0,306

8.1.6.2 Plato fuerte

NOMBRE RECETA: Guiso de ternera				
Nº RECETA				01
Nº DE PORCIONES				25
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PRECIO UNIDAD	COSTO
1000	Gramos	Carne de ternera	0,00552	5,5188
150	Gramos	Cebolla	0,00221	0,3311
15	Gramos	Ajos	0,00221	0,1325
100	Gramos	Zanahorias	0,00100	0,1000
60	Gramos	Patatas	0,00110	0,0662
15	Mililitros	Aceite de oliva	0,00900	0,8100
240	Mililitros	Vino blanco	0,01333	3,2000
5	Gramos	Sal y	0,0005000	0,0025
5	Gramos	Pimienta negra	0,0300000	0,1500
250	Mililitros	Caldo de carne	0,0008000	0,2000
120	Gramos	Tomates	0,0020000	0,4800
5	Gramos	Hojas de laurel	0,0050000	0,0500
15	Gramos	Harina	0,0011038	0,0331
125	Mililitros	Agua	0,0000000	0,0000
5	Gramos	Tomillo	0,0050000	0,0250
5	Gramos	Nuez moscada	0,0080000	0,0400
5	Gramos	Perejil	0,0025000	0,0125
PROCEDIMIENTO				
<p>Ponemos a pochar en la olla rápida, la cebolla y el ajo, hasta que se caramelice. Mientras se fríe, salpimentamos la carne, que incorporaremos al sofrito. Cuando esté dorada la carne, echamos la carne y el tomate. Revolvemos e incorporamos las zanahorias cortadas en rodajas junto al romero y la hoja de laurel. Cubrimos con el fondo oscuro, tapamos y dejamos cocer durante media hora. Una vez pase el tiempo, abrimos, y rectificamos. Tapamos, ponemos al fuego el guiso, cinco minutos y apagamos. Retiramos y cuando se pueda abrir la olla rápida servimos.</p>				
Costo total de la Receta			11,152	
Costo por porción			0,446	

8.1.6.3 Arroz

NOMBRE RECETA: Arroz verde				
Nº RECETA				01
Nº DE PORCIONES				10
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PRECIO UNIDAD	COSTO
60	Gramos	Aceite	0,00225	0,1350
500	Gramos	Arroz blanco	0,00110	0,5519
120	Gramos	Espinacas	0,00110	0,1325
600	Gramos	Agua	0,00000	0,0000
50	Gramos	Cebolla	0,00221	0,1104
10	Mililitros	Ajo	0,00221	0,0221
480	Mililitros	Caldo de pollo	0,00080	0,3840
PROCEDIMIENTO				
<p>Caliente el aceite en una cacerola y dore el arroz por unos 10 minutos.</p> <p>Incorpore la cebolla y dore por 2 minutos más.</p> <p>Añada el concentrado de pollo, el perejil licuado y el agua hirviendo. Remueva con un tenedor y deje cocinar por 5 minutos.</p> <p>Remueva nuevamente el arroz con el tenedor, tape y deje cocinar hasta que esté el arroz al dente.</p> <p>Si es necesario, puede añadir un poco más de agua.</p> <p>Apague el fuego.</p> <p>Deje reposar por 5 minutos y sirva.</p> <p>Ideal para acompañar carnes.</p>				
Costo total de la Receta				1,336
Costo por porción				0,134

8.1.6.4 Ensalada

NOMBRE RECETA: Ensalada de pepino y tomate				
Nº RECETA				01
Nº DE PORCIONES				15
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PRECIO UNIDAD	COSTO
360	Gramos	Pepinos	0,00150	0,5400
180	Gramos	Tomates	0,00200	0,3600
7,5	Gramos	Cilantro	0,00333	0,0250
		Vinagreta		
120	Mililitros	Aceite de oliva	0,00900	1,0800
60	Mililitros	Vinagre	0,00600	0,3600
2,5	Gramos	Sal	0,00050	0,0013
2,5	Gramos	Pimienta negra	0,0300000	0,0750
15	Gramos	Cilantro	0,0033333	0,0500
PROCEDIMIENTO				
<p>Lavar con agua y escurrir los ingredientes. Picara por separado Combinar todos los ingredientes en un bowl grande. Revolver bien y condimentar a gusto con sal y pimienta.</p>				
Costo total de la Receta			2,491	
Costo por porción			0,166	

8.1.6.5Jugo

NOMBRE RECETA: Jugo de naranja				
Nº RECETA				01
Nº DE PORCIONES				12
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PRECIO UNIDAD	COSTO
750	Mililitros	Naranja	0,00133	1,0000
250	Gramos	Azúcar	0,00110	0,2759
1000	Gramos	agua	0,00000	0,0000
PROCEDIMIENTO				
<p>Se selecciona fruta madura. Se desecha la fruta verde, la excesivamente madura o que presente golpes y podredumbres.</p> <p>Lavado: se hace para eliminar bacterias superficiales, residuos de insecticidas y suciedad adherida a la fruta. Se debe utilizar agua clorada.</p> <p>Extracción del jugo: Esta operación se puede hacer con un extractor doméstico (eléctrico) o uno manual.</p> <p>Filtrado: el jugo se pasa por un colador de malla fina para separar las semillas y otros sólidos en suspensión.</p>				
Costo total de la Receta			1,276	
Costo por porción			0,106	

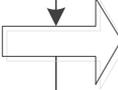
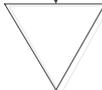
8.1.6.6 Postre

NOMBRE RECETA: DURAZNO				
Nº RECETA				1
Nº DE PORCIONES				2
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PRECIO UNIDAD	COSTO
1	Gramos	Durazno	0,12500	0,1250
PROCEDIMIENTO				
<p>Se selecciona fruta madura. Se lava y se corta en mitades.</p>				
Costo total de la Receta				0,125
Costo por porción				0,063

8.1.7 Proceso de producción

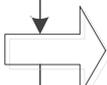
Gráfico N° 15 Producción de comida para trabajadores del sector industrial

ENTRADA

GRAFICO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	Revisión del menú	2 Minutos
	Repartición de tareas	2 Minutos
	Selección de materias primas e insumos	5 Minutos
	Envío a mesas de trabajo	5 Minutos
	Limpieza	5 Minutos
	Inspección de productos	5 Minutos
	Procesado	15 Minutos
	Armado	10 Minutos
	Reposo	10 Minutos
	TOTAL	60 minutos

Elaborado por: Daniel Villarroel.

SOPA

GRAFICO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	Revisión del menú	2 Minutos
↓		
	Repartición de tareas	2 Minutos
↓		
	Selección de materias primas e insumos	5 Minutos
↓		
	Envío a mesas de trabajo	5 Minutos
↓		
	Limpieza	25 Minutos
↓		
	Inspección de productos	5 Minutos
↓		
	Cocción	40 Minutos
↓		
	Corrección de sabores	3 Minutos
↓		
	Adición de condimentos	3 Minutos
↓		
	Reposo	20 Minutos
	TOTAL	110 MINUTOS

Elaborado por: Daniel Villarroel.

PLATO FUERTE

GRAFICO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	Revisión del menú	2 Minutos
	Repartición de tareas	2 Minutos
	Selección de materias primas e insumos	5 Minutos
	Envío a mesas de trabajo	5 Minutos
	Limpieza	25 Minutos
	Inspección de productos	5 Minutos
	Procesado	3 Minutos
	Dosificación	3 Minutos
	Cocción	40 Minutos
	Adición de condimentos	3 Minutos
	Reposo	20 Minutos
	TOTAL	109 MINUTOS

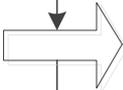
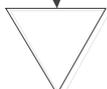
Elaborado por: Daniel Villarroel.

ENSALADA

GRAFICO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	Revisión del menú	2 Minutos
↓		
	Repartición de tareas	2 Minutos
↓		
	Selección de materias primas e insumos	5 Minutos
↓		
	Envío a mesas de trabajo	5 Minutos
↓		
	Limpieza	15 Minutos
↓		
	Inspección de productos	5 Minutos
↓		
	Dosificación	3 Minutos
↓		
	Picado / Cocción	25 Minutos
↓		
	Adición de aderesos	5 Minutos
↓		
	Corrección de sabores	3 Minutos
↓		
	Reposo	20 Minutos
TOTAL		90 MINUTOS

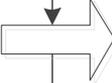
Elaborado por: Daniel Villaruel.

POSTRE

GRAFICO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	Revisión del menú	2 Minutos
↓		
	Repartición de tareas	2 Minutos
↓		
	Selección de materias primas e insumos	5 Minutos
↓		
	Envío a mesas de trabajo	5 Minutos
↓		
	Limpieza	5 Minutos
↓		
	Inspección de productos	5 Minutos
↓		
	Procesado	15 Minutos
↓		
	Armado	10 Minutos
↓		
	Reposo	10 Minutos
	TOTAL	60 minutos

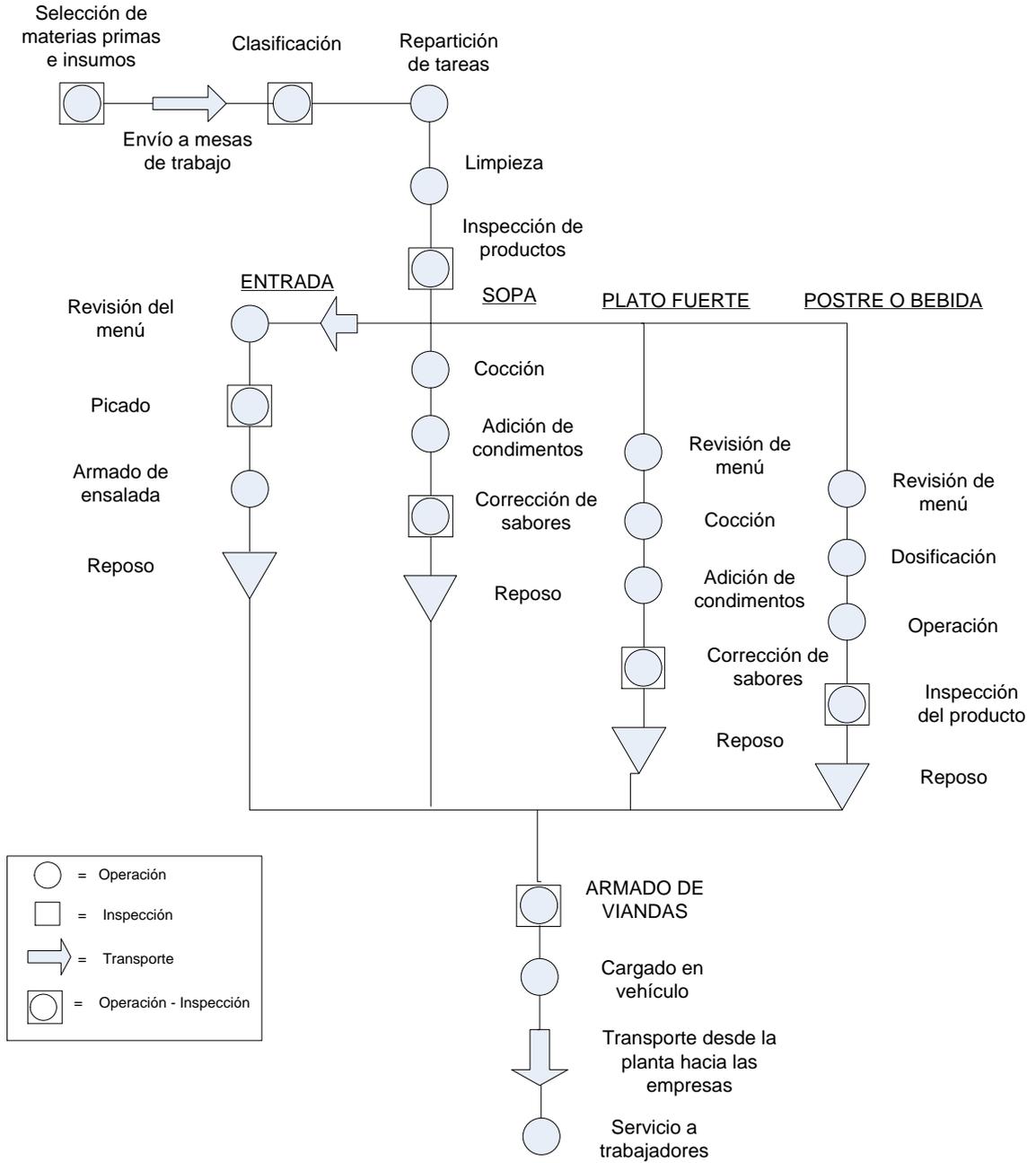
Elaborado por: Daniel Villarroel.

JUGO O BEBIDA

GRAFICO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	Revisión del menú	2 Minutos
↓		
	Repartición de tareas	2 Minutos
↓		
	Selección de materias primas e insumos	5 Minutos
↓		
	Envío a mesas de trabajo	5 Minutos
↓		
	Limpieza	5 Minutos
↓		
	Inspección de productos	5 Minutos
↓		
	Procesado	15 Minutos
↓		
	Armado	10 Minutos
↓		
	Reposo	10 Minutos
	TOTAL	60 MINUTOS

Elaborado por: Daniel Villarroel.

PROCESO INTEGRAL



Elaborado por: Daniel Villarroel.

Proceso de producción

El proceso de producción se resume en tres puntos importantes, como el proceso de compra, proceso de producción y proceso de servicio.

Proceso de producción

PROCESO DE COMPRA	Buscar proveedores
	Requerimiento de la materia prima
	Recepción
	Almacenamiento

PROCESO DE PRODUCCIÓN	Micen Place
	Pre elaboración
	Elaboración
	Montaje del plato
	Salida

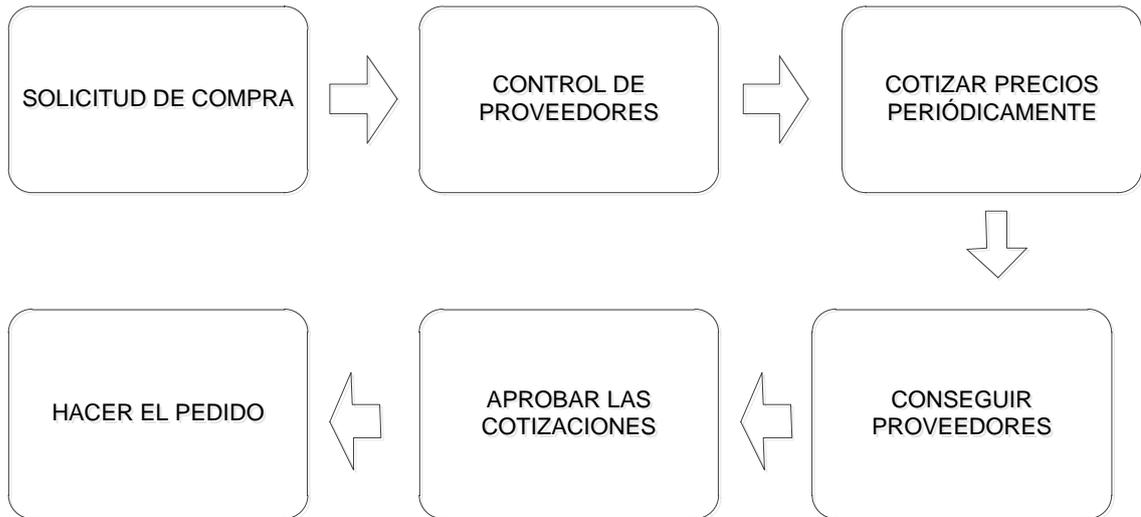
PROCESO DE SERVICIO	Pedido
	Atención a trabajadores
	Entrega de producto
	Firma de entrega

Elaborado por: Daniel Villarroel.

Adquisición de materia prima

Para hacer el pedido de la materia prima se realiza un inventario de acuerdo a las recetas o el menú que se ofrece en la empresa a los trabajadores del sector industrial, en el que se sigue el siguiente proceso.

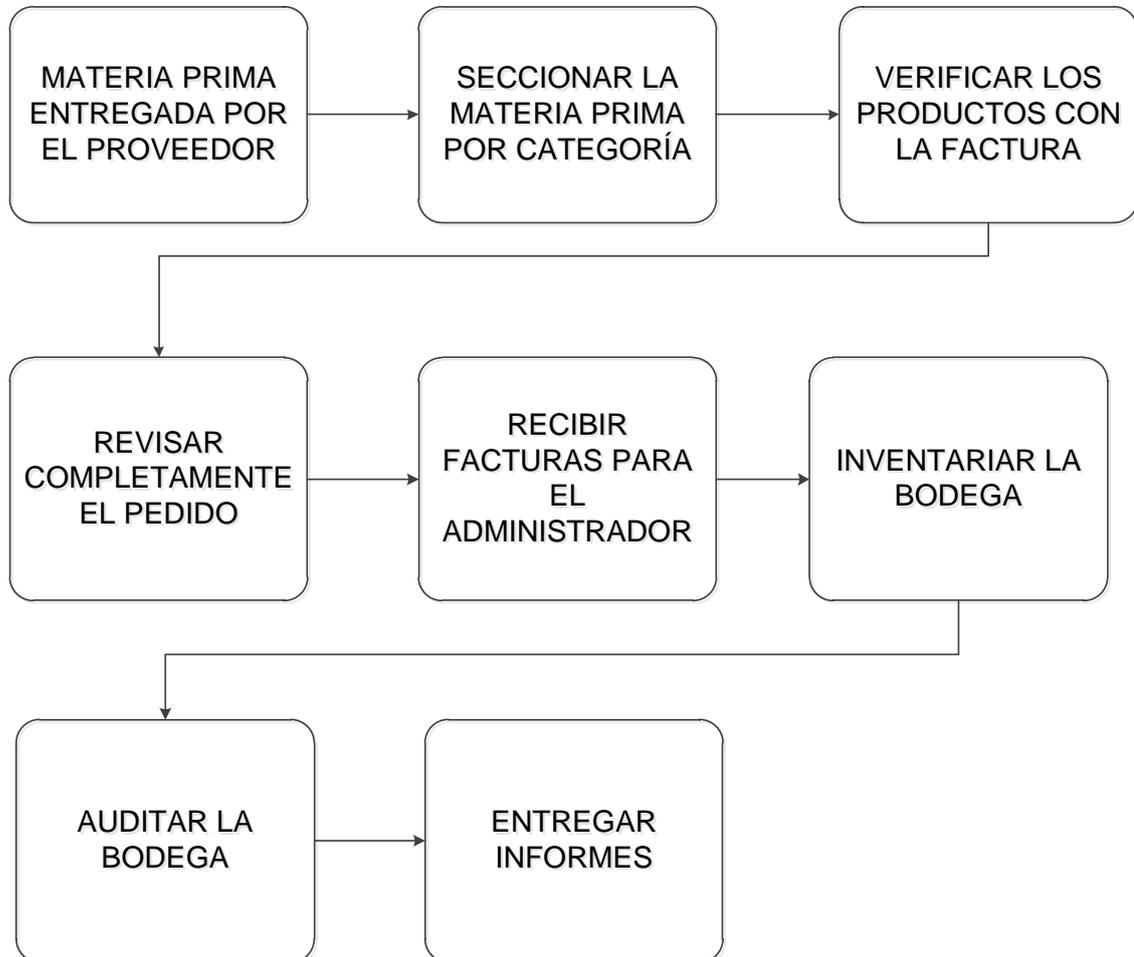
Gráfico N° 16 Adquisición de materia prima



Elaborado por: Daniel Villarroel.

Proceso de recepción de materia prima

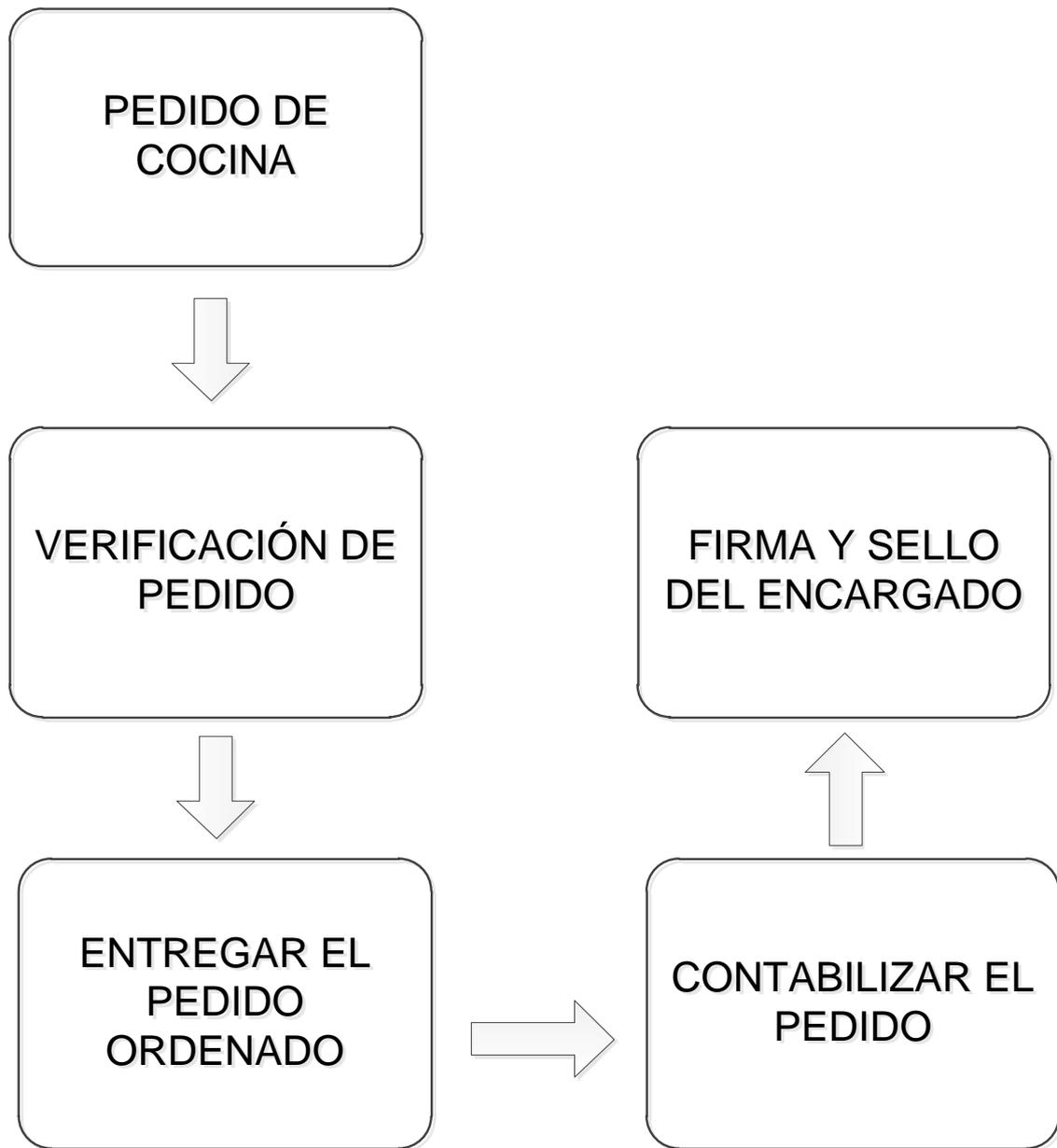
Gráfico N° 17 Recepción de materia prima



Elaborado por: Daniel Villarroel.

Proceso de abastecimiento de cocina

Gráfico N° 18 Procesos d abastecimiento de cocina



Elaborado por: Daniel Villarroel.

8.1.8 Diseño de la planta

Para poder determinar el tamaño del proyecto se considera diferentes elementos:

8.1.8.1 Descripción física

Para la producción de alimentos se necesita de un espacio físico que permita la carga de la comida preparada que será por la parte posterior del establecimiento; la descarga de insumos y materiales para la elaboración de comida; en el diseño se considera el espacio para producción con servicios de agua, luz, teléfono; para la parte de administración se consideran espacios para oficina, baño, vestidores y duchas. Bodega de alimentos, materiales y utensilios. Con un sistema de ventilación que permita que los alimentos preparados guarden sus características propias. Un sistema de evacuación de aguas servidas.

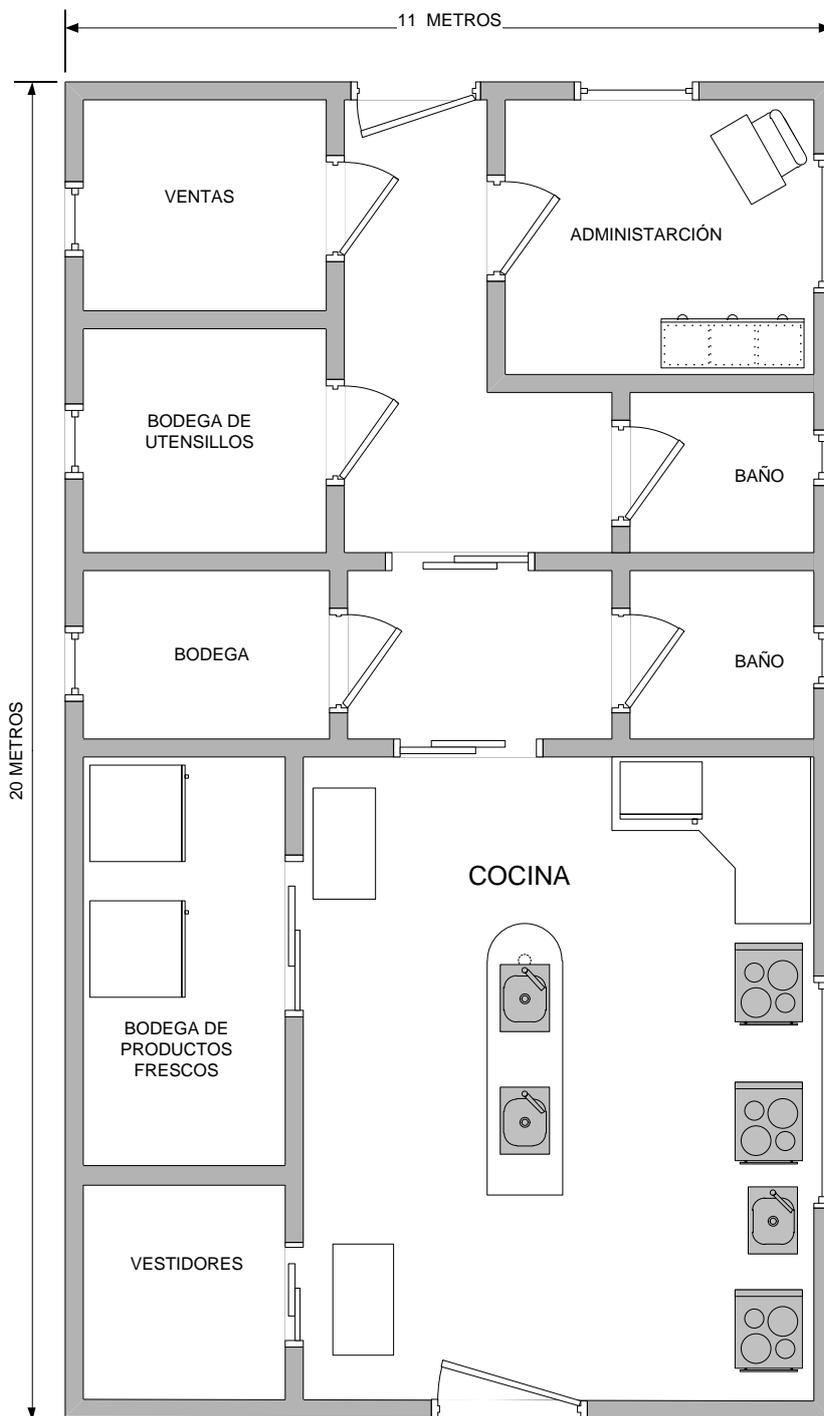
Cuadro N° 22 Áreas de la planta de producción

ÁREAS	UNIDAD	CANTIDAD
Administración	m ²	20
Ventas	m ²	20
Bodega de utensilios	m ²	15
Bodega general	m ²	15
Baños	m ²	15
Bodega de productos frescos	m ²	15
Cocina	m ²	100
Vestidores	m ²	20
Garaje y parqueo	m ²	100
TOTAL		320

Elaborado por: Daniel Villarroel.

PLANO DEL ESTABLECIMIENTO

Gráfico N° 19 Plano del establecimiento



Elaborado por: Daniel Villarroel.

8.1.9 Viabilidad Técnica

Mediante los estudios realizados anteriormente se pudo determinar que si es posible llevar a cabo satisfactoriamente el proyecto ya que existe viabilidad técnica para la producción de comida para trabajadores del sector industrial, teniendo la suficiente capacidad para la elaboración del mismo, verificando factores diversos como maquinaria, materia prima entre otros. Los cuadros de los diferentes rubros se encuentran en los anexos.

EQUIPOS COCINA

CuadroN° 23 Equipos de cocina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Asadero a gas	1	1300	1.300,0
Batidora de sobremesa 3 velocidades.	1	620	620,0
Cocina industrial de 4 quemadores de acero inoxidable	1	280	280,0
Congelador	2	750	1.500,0
Cortadora de papas para papas cuadradas de 0,70	1	120	120,0
estanterías	0	250	850,0
Horno económico de 4 latas	1	350	350,0
Licuada 1 galón.	1	650	650,0
Lonche bar con plancha para carnes y dos canastillas de papas	1	550	550,0
Mesa de trabajo de acero inoxidable	3	450	380,0
Procesador de alimentos	1	1300	1.300,0
Refrigerador	2	1500	3.000,0
Transportador térmico para alimentos	20	300	6.000,0
total			10.900,0

Elaborado por: Daniel Villarroel.

IMPLEMENTOS DE COCINA**CuadroN° 24 Implementos de cocina**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Espátulas	3	10	30,0
Afilador	1	15	15,0
Balanza	2	25	50,0
Bandeja inoxidable	12	25	300,0
Bowls de acero inoxidable 2 qt.	2	5,5	11,0
Bowls de acero inoxidable 4 qt	2	5,5	11,0
Bowls de acero inoxidable 6 qt.	2	7	14,0
Cocina de 6 quemadores con plancha y horno	1	1200	1.200,0
Colador de aluminio	2	5	10,0
Cucharones	3	4,5	13,5
Cuchillo de golpe de 12"	2	15	30,0
Cuchillo para pan	2	5,5	11,0
cuchillos carnes	2	25	50,0
cuchillos legumbres	3	15	45,0
Espátulas de metal	2	3,5	7,0
Espátulas plásticas juego 3	2	5	10,0
extractor de jugo	1	120	120,0
Juego de jarros medidores	1	12	12,0
Juego de pyrex	1	150	150,0
juegos de Moldes	3	15	45,0
Juegos de ollas	1	1200	1.200,0
Juegos de sartenes	1	120	120,0
Juegos de cucharas medidoras	1	5	5,0
Rallador	2	4,5	9,0
Tabla de picar color blanco	3	7,5	22,5
total			3.491,0

Elaborado por: Daniel Villarroel.

CRISTALERÍA**CuadroN° 25 Cristalería**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Jarras de vidrio	40	5	200
Vasos de cristal grandes	600	0,45	270
Vasos pequeños de cristal	600	0,38	228
TOTAL			698

Elaborado por: Daniel Villarroel.

CUBERTERÍA

CuadroN° 26 Cubertería

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cuchara de postre	400	0,85	340,0
Cuchara sopera	400	0,9	360,0
Cuchillo	400	0,85	340,0
Cuchillo de carnes	400	0,85	340,0
Tenedores	400	0,65	260,0
Tenedor de postre	400	0,65	260,0
TOTAL			1.900,0

MUEBLES DE COCINA

CuadroN° 27 Muebles de cocina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Perchas	4	250	1.000,0
Mesas de trabajo	2	150	300,0
TOTAL			1.300,0

Elaborado por: Daniel Villarroel.

VAJILLA

CuadroN° 28 Vajilla

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Azucareras	15	3,5	52,5
Charoles antideslizantes	30	25	750
Juego de saleros y pimenteros	15	2,5	37,5
Plato base	200	4,5	900
Plato café	200	3	600
Plato postre	200	2	400
viandas	300	5	1500
TOTAL			4.240

Elaborado por: Daniel Villarroel.

EQUIPO DE OFICINA

CuadroN° 29 Equipo de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador	2	950	1900
Impresora	1	100	100
Telefax	1	250	250
TOTAL			2250

Elaborado por: Daniel Villarroel.

MUEBLES DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	2	250	500,0
Sillón	1	250	250,0
Anaqueles	2	150	300,0
Sillas	6	75	450,0
TOTAL			1.500,0

Elaborado por: Daniel Villarroel.

GASTOS DE PUBLICIDAD

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Afiches	500	0,45	225
Trípticos	1000	0,25	250
TOTAL			475

Elaborado por: Daniel Villarroel.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	PAGO
Proyecto	1.500,0
Notarización de documentos	250,0
Trámites en municipio	50,0
Permisos	250,0
Trámite servicios de rentas	150,0
Permisos de operación	150,0
Varios	200,0
TOTAL	2.550,0

Elaborado por: Daniel Villarroel.

ROPA DE TRABAJO PERSONAL DE PRODUCCIÓN

CuadroN° 30 Ropa de trabajo

prendas	PERSONAS	Nº PRENDAS	V. UNITARIO	V. TOTAL
Zapatos	11	3	40	1320
Uniformes	11	3	80	2640
TOTAL				3960

Elaborado por: Daniel Villarroel.

ROPA DE TRABAJO PERSONAL ADMINISTRACIÓN

ROPA PARA PERSONAL	Nº PERSONAS	Nº PRENDAS	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Zapatos	2	3	40	240
Uniformes	2	3	80	480
TOTAL				720

ROPA DE TRABAJO PERSONAL VENTAS

ROPA PARA PERSONAL	Nº PERSONAS	Nº PRENDAS	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Zapatos	3	3	40	360
Uniformes	3	3	80	720
TOTAL				1080

SUMINISTROS DE OFICINA

CuadroN° 31 Suministros de oficina

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Lápices y esferos	Unidad	10	8	80
Tarjetas de presentación	Paquete	10	0,5	5
Hojas membretadas	Unidades	5	4	20
Tinta para impresora	Unidad	1	20	20
Perforadora	Unidad	1	5	5
Grapadora	Unidad	1	5	5
Cuadernos	Unidad	3	2	6
TOTAL				141

Elaborado por: Daniel Villarroel.

PROVEEDORES**CuadroN° 32 Proveedores**

EMPRESA	CIUDAD	ACTIVIDAD PRINCIPAL
AKI	Ambato	Productos secos
TIA	Ambato	Productos de limpieza
Lácteos la pradera	Salcedo	Lácteos
La favorita	Quito	Cárnicos, aves
Pronaca	Ambato	Pollo, chanco
AGOYAN	Ambato	Huevos, pollos
Frigorífico Monterrey	Ambato	Carnes y cortes seleccionados
Juan de la Cruz	Ambato	Productos alimenticios
Mercado la Merced	Ambato	Productos vegetales tiernos y secos
Mercado mayorista	Ambato	Productos vegetales tiernos y secos

8.2 ASPECTOS JURÍDICO - MERCANTIL

8.2.1 Forma jurídica elegida para el proyecto

La forma jurídica elegida para este proyecto es la de empresa unipersonal, representada por el Gerente Propietario, que actúa en representación de la empresa, asumiendo la titularidad de los derechos y las obligaciones de dicha actividad y asume la gestión, riesgos y beneficios de la actividad.

8.2.2 Requisitos legales para su apertura y funcionamiento

Para que un establecimiento empiece a funcionar legalmente existen una serie de requisitos que cumplir y trámites que realizar

8.2.2.1 Escritura de constitución de la empresa

Deberá estar legalmente notariada en el registro mercantil, los requisitos que se deben cumplir son:

- Nombre de la razón social (empresa)
- Objetivo (especificar las actividades a que se dedica la empresa)
- Capital (especificando acciones y socios)
- Descripción (información completa de cada uno de los socios, nacionalidad, profesión, domicilio, número de acciones que posee, etc.)
- Descripción del Balance de Situación Inicial
- Tiempo de duración
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- Tipo de empresa.

8.2.2.2 Registro único de contribuyentes

Los trámites para su obtención se los realiza dentro de los 30 días hábiles siguientes al inicio de las actividades, en el Servicio de Rentas Internas. Los requisitos necesarios son:

- Documento certificado del domicilio
- Contrato de arrendamiento del local
- Cédula de identidad del propietario
- Pago de agua o teléfono del local.

8.2.2.3 Patente municipal

Es el permiso de funcionamiento que se obtiene en el municipio cada año. Su costo es de acuerdo al sector en donde funcione el establecimiento. Los requisitos pueden variar de un período a otro.

8.2.2.4 Número patronal o IESS

Es el número que el Seguro Social asigna a cada empresa para que esta cumpla con sus obligaciones laborales como empleador.

- Solicitud legalizada por el Representante Legal (página web IESS)
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad y nombramiento del Representante Legal
- Copia del pago de luz, agua o teléfono.
- Contratos de trabajo de los empleados legalizados por el Ministerio de Régimen Laboral.

8.2.2.5 Inscripción en la Superintendencia de Compañías

La Superintendencia es la entidad que regula las acciones de la empresa.

Toda empresa debe estar inscrita para certificar su autenticidad. Se le asigna un número exclusivo y la licencia. Se contrae la obligación de presentar cada año los estados financieros y cumplir con el pago de los impuestos correspondientes a cada año.

8.2.2.6 Permiso sanitario del Ministerio de Salud

Las empresas que brindan servicios de alimentación y bebidas deben someter a sus empleados a exámenes médicos para verificar que se encuentran en buen estado de salud.

- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación
- Informe del control sanitario
- Certificado de salud
- Pago de patente
- Categorización
- Uso del suelo

8.2.2.7 Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Llenar la solicitud de inspección dirigida al comandante General del Cuerpo de Bomberos.

El impuesto se paga de acuerdo a la categoría del establecimiento y se lo realiza anualmente.

8.2.2.8 Superintendencia de Policía

Este es un permiso para funcionamiento y se requieren la copia de la cédula de identidad del propietario, certificado de propiedad y el RUC.

TRÁMITES Y PERMISOS

CuadroN° 33 trámites y permisos

TRÁMITES	LUGAR	REQUISITOS	DOCUMENTOS	OTROS
Obtener el registro único de contribuyentes (RUC)	Servicio de Rentas internas sucursal Riobamba	Presentar el original y copia de la cédula de ciudadanía Presentarán el original del certificado de votación	Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable de los últimos tres meses.	Si la inscripción es posterior a los 30 días de iniciada la actividad económica, presentar: Copia del formulario 106 correspondiente a Multas RUC.
Registro en el Sistema Historia Laboral del IESS	Instituto ecuatoriano de seguridad social sede Riobamba.	Solicitud de entrega de clave firmada Copia del RUC.	Copia de pago de teléfono o luz.	La clave es un número que se entrega en el IESS a los empleadores.
Afiliación de los empleados trabajadores al instituto ecuatoriano de seguridad social.	Instituto ecuatoriano de seguridad social regional Riobamba	Contratos de trabajo o nombramientos que indique la relación de dependencia laboral	Copias de las cédulas y papeletas de votación de los empleados	
Afiliación a la cámara de turismo de CHIMBORAZO	Cámara de turismo de Chimborazo.	2 fotos tamaño carnet del representante. Copia de la patente, copia de registro del min. De turismo	Copia de la C.I del ,copia de certificado de votación y copia del RUC del representante	
Realizar la declaración del impuesto a la renta.	Servicio de rentas internas SRI.	Formulario 101 del SRI		Este trámite se lo realiza anualmente
Permiso del cuerpo de bomberos	Cuerpo de bomberos de la ciudad de Riobamba	Solicitud dirigida al jefe del cuerpo de bomberos	Dirección de la empresa, nombre del propietario e inspección	
Patente municipal	Municipio de Riobamba	Copia de C.I. y papeleta de votación, copia del RUC copia permiso del cuerpo de bomberos.	Formulario de patente de actividades económicas	Se lo realiza en el departamento municipal de rentas

Registro en el ministerio de turismo	Regional centro del ministerio de turismo	Copia de C.I. y papeleta de votación , copia del RUC	Lista de precios de lo que se va la ofertar, título de propiedad inscrito.	La inscripción del título de propiedad se la realiza en el registro de la propiedad
Licencia anual de funcionamiento	Departamento de turismo del municipio de Riobamba	Certificado de registro conferido por el ministerio de turismo, patente municipal actualizada Copia certificada del RUC.	Solicitud de registro turístico dirigida al Sr. Alcalde, certificado actualizado de afiliación a la cámara de turismo provincial, Lista de precios de lo que se va a ofertar, título de propiedad	
Declaración del IVA	Servicio de rentas internas.	El RUC. Formulario 104 del SRI.		Este trámite se lo puede realizar mensual o semestralmente.
Permiso de funcionamiento emitido por la dirección provincial de salud	Dirección provincial de salud de Chimborazo	Solicitud dirigida al director provincial de salud, inspección	Copia CI. Y certificado votación del representante	Luego de la inspección se otorga el permiso.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.2.2.9 Derechos, deberes y obligaciones de las empresas

Derechos

- Determinar la organización general así como dictar y modificar el Reglamento Interno de trabajo. La empresa también podrá formular y modificar los procedimientos, manuales y directivas que resulten necesarios para el adecuado desenvolvimiento de las labores y de las relaciones de trabajo, así como para mantener la disciplina, el orden, la limpieza, la salubridad, la seguridad del trabajador.
- Establecer las remuneraciones de los trabajadores Puede evaluar los méritos, capacidad, idoneidad y productividad de cualquier trabajador,

definiendo cualquier acenso y los incentivos y bonos que estime conveniente de acuerdo a su particular apreciación.

- Determinar y asignar puestos de trabajo, deberes y responsabilidades, además establecer jornadas compensatorias
- Aplicar las sanciones disciplinarias que haya lugar, incluyendo el despido, atendiendo las circunstancias particulares que se presentes.
- Poder disciplinario y facultad sancionadora

Deberes

- Igualdad de trato, promoción profesional así como respeto de la categoría profesional del trabajador
- Verificar el estado de salud de su plantilla (enfermedades y accidentes)
- Deberes morales como respeto a su intimidad y a la dignidad del trabajador.
- Deberes físicos como la obligación de llevar una política de seguridad e higiene en el trabajo.
- Respeto al límite de la jornada, tiempos de descanso, vacaciones y permisos. Cumplir con la seguridad laboral.

Obligaciones

- La principal obligación es el pago del salario correspondiente establecido, y sus respectivos beneficios de ley.
- Obtención del Numero Patronal del IESS, para la afiliación respectiva de los empleados de la empresa
- Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo de Tungurahua
- Declaración anual del Impuesto al Valor Agregado IVA.
- Llevar la contabilidad según el monto de capital o facturación, si los ingresos sobrepasan los cuarenta mil dólares anuales

8.2.2.10 Gastos de constitución

Cuadro N°34 Gastos de constitución

CONCEPTO	PAGO
Proyecto de factibilidad	1.500
Planos aprobados	1.200
Trámites y permisos	800
TOTAL	3.500

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.3 ESTRATEGIAS DE MARKETING

El plan de marketing es un instrumento básico de gestión empresarial donde se recoge todo un trabajo de investigación y sus resultados, donde se analiza el mercado es un proceso de intenso raciocinio y coordinación de personas, recursos financieros y materiales cuyo objetivo principal es la verdadera satisfacción del consumidor.

Este instrumento de gestión permite alcanzar de manera óptima los objetivos empresariales minimizando el riesgo estando siempre atentos a las variaciones del mercado como lo plantea (Echeverri Cañas, 2008): “Por medio de un plan de marketing, la empresa identifica sus fuerzas y debilidades a través de un análisis interno y externo del entorno en el que se desenvuelve, con la finalidad de buscar oportunidades del mercado. El primer paso es reconocer cuál es la situación actual de la empresa antes de definir o formular estrategias. El segundo paso es comprender el entorno de mercado donde la empresa opera. La finalidad del plan de marketing subyace en reducir los riesgos anticipando los cambios en el mercado que pueden afectar el comportamiento del público objetivo”

Estrategias.- Las estrategias de marketing son el conjunto de elementos y acciones enfocadas a lograr uno o varios objetivos de comunicación, promoción, o posición de productos o servicios.

Estos elementos se desarrollarán en campañas publicitarias, procesos de relaciones públicas, y otros complementos. Por tanto se definirán medios de comunicación, medios de distribución de publicidad, e ideas creativas. Todo con el fin de llegar a lo propuesto en los objetivos. Otro punto del marketing es desarrollar imagen empresarial y manejos de marcas, en el medio hotelero es básico desarrollar una imagen y mantenerla fresca en la mente del target deseado de esta manera el grupo objetivo siempre estará recordando la marca o el servicio y lo mantendrá en cuenta para adquirirlo o utilizarlo.

8.3.1 Producto

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan elementos como empaque, marca, diseño, garantía, soporte, funcionalidad, calidad, accesorios, servicio, y que satisfacen los deseos y necesidades del cliente. Siendo esta satisfacción el factor más evaluado por los consumidores, las personas no adquieren productos sino que compran los beneficios que estos generan". Al conocer mejor la estrategia de producto se podrán comprender y diseñar mejores programas de mercado.

Las características tangibles se refieren a que sean perceptibles a través de los sentidos, pueden ser: Tamaño, envase, empaque, etiqueta entre otros.

Igualmente cuando se habla de sus características intangibles que son las que no se alcanzan a percibir a través de los sentidos hablamos de marcas, servicios, utilidad, calidad entre otros.

PROPUESTA MENÚ ALMUERZO DÍA N° 1

CuadroN° 35 Propuesta de menú

PRODUCTO	MENÚ N° 1
CREMA/SOPA	CREMA DE POLLO
PROTEÍNA	GUISO DE TERNERA
CARBOHIDRATO	ARROZ VERDE
ENSALADA	PEPINO CON TOMATE
JUGO	JUGO DE NARANJA
POSTRE	DURAZNO

CREMA DE POLLO	
GUISO DE TERNERA	
ARROZ VERDE	

<p>PEPINO CON TOMATE</p>	
<p>JUGO DE NARANJA</p>	
<p>DURAZNO</p>	

8.3.1.1 Marca del producto

Gráfico N° 20 Marca del producto



Cuadro N° 36 Marca

DESCRIPCIÓN	CONTENIDO
	<p>La figura del chef se asocia con la alimentación y preparación, guardando todos los estándares de calidad y asepsia.</p>
	<p>La figura es la representación de clientes a los que se ofrece el servicio</p>
	<p>La marca es la forma de identificación del servicio que ofrece la empresa y contiene a la frase "Servicio de alimentación industrial"</p>

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN INDUSTRIAL VILLARROEL	El slogan hace referencia al producto y el segmento de mercado.
COLOR DE FONDO	El blanco permite identificar con claridad la marca de la empresa, significa seguridad y comunica simplicidad.
COLOR PRINCIPAL	<p>NEGRO:Resalta los colores, y permite visualizar los demás componentes.</p> <p>AZUL:Simboliza lo fresco, lo transparente, tiene un efecto tranquilizador para la mente.</p> <p>ROJO:El rojo transmite fuerza y energía, llama la atención y estimula la mente</p>
TIPO DE LETRA	Lucida Caligrafic 22 para la marca Arial 14, para el eslogan.

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.3.1.2 Gama de productos

SOPAS

Cuadro N° 37 Sopas

PRIMER CICLO	SEGUNDO CICLO	TERCER CICLO
Crema de pollo	Apio	Habas
Sopa de verduras	Col	Frejol
Crema de calabacín	Papa	Menestrón
Crema de choclo	Lentejas	Mote
Sopa de avena	Espinaca	Bola de verde
Crema de champiñón	Champiñón	Sancocho
Sopa de coliflor	Zanahoria	Verdura

PLATO FUERTE

Cuadro N° 38 Plato fuerte

Guiso de ternera	Lengua apanada	Carne apanada
Albóndigas de pollo	Pechuga plancha	Cuero + maní
Rollo de carne	Brocheta mixta	Fritada
Estofado de cerdo	Torta carne	Chuleta
Pollo rostizado	Albóndigas pollo	Bistec pescado
Carne molida	Trucha frita	Pollo a la naranja
Deditos de pollo	Cerdo a la plancha	Pincho de res

ARROZ

Cuadro N° 39 Arroz

Arroz verde	Pastel yuca frito	Arroz colorado
Rollo de papa	Papa colorada	Arroz blanco
Yuca vapor	Arroz curry	Arroz verde
Plátano horno	Arroz blanco	Puré de papa
Papa cuadros + may + per	Arroz de colores	Arroz + patacones
Arroz blanco	Arroz blanco	Arroz blanco
Puré de yuca	Rollo de papa	Papa criolla

ENSALADAS

Cuadro N° 40 Ensalada

Pepino con tomate	Brócoli gratinado	Lenteja + zanahoria
Zanahoria + champiñón	Tom + lech + pepino	Aguacate
Rem + zan + mayo	Pepinillo tomate curry	Lechuga zanahoria
Ensalada mixta verde	Ensalada mixta	Veteaba arveja

Rábano + tomate+ may	Ens. Hawaiana	Cebolla tomate
Arveja+ choclo	Acelga + champiñón	Papa piña mayo
Ensalada alfredo	Ens. Primavera	Tomate zanahoria

JUGOS

Cuadro N° 41 Jugos

Jugo de naranja	Jugo de zanahoria + naranja	Batido demora
Jugo de guanábana	Jugo de babaco	Avena +naranjilla
Jugo de piña	Jugo de frutilla	Morocho
Jugo de guayaba	Jugo de limón	Jugo de naranja
Jugo de mandarina	Jugo de piña	Jugo de tamarindo
Jugo de papaya	Jugo de mandarina	Jugo de guayaba
Jugo de melón	Jugo de tamarindo	Jugo de naranjilla

POSTRES

Cuadro N° 42 Postres

Durazno	Plátano	Bizcochuelo de naranja
Manzana	Melón	Fruta picada
Pera	Tarta de pera	Mandarina
Frutilla	Ensalada de frutas	Arroz con leche
Fresas	Torta de maqueño	Rodaja de sandía
Mango	Mandarina	Guineo
Sandía	Melón picado	Durazno

Calidad del producto

La empresa garantiza la calidad de los productos finales desde el proceso mismo de la selección de la materia prima y sus procesos a través de:

Buenos hábitos de higiene personal: la producción se mueve a través de un personal capacitado y responsable con la salud de los clientes, empleados y seguridad del negocio. Entre los buenos hábitos tenemos:

- Un correcto lavado de manos
- Uso adecuado de antisépticos para manos
- Lugar adecuado para lavarse las manos
- Uso de guantes correctamente

- Mantener las manos y uñas siempre limpias y sin accesorios
- Usar uniforme limpio cada día y correctamente

Control de tiempo y temperaturas: es muy importante para evitar pérdidas en la materia prima, además de precautelar la salud de sus consumidores Dentro de ello debemos tomar en cuenta:

- Conocer los alimentos que necesitan control de tiempo y temperatura para la seguridad de cliente.
- Medir la temperatura de los alimentos correctamente
- Mantenimiento y almacenamiento correcto de la materia prima.
- Conocer la zona de temperatura de peligro
- Uso adecuado de etiquetas

Evitar contaminar un producto: es el principal punto al momento de manipular los alimentos, de esto depende:

- Uso adecuado de utensilios.
- Un lugar adecuado para cada proceso. materiales, materia prima, utensilios, etc.
- Un correcto lavado de materia prima, utensilios y equipos
- Un apropiado manejo de químicos
- Limpiar y sanitizar toda el área de cocina y restaurante correctamente
- Manejo propicio de la basura
- Evitar siempre las plagas.

Al momento del servicio se tendrá el mismo cuidado para entregar a los comensales un producto apto para el consumo.

Servicio preventa

Un servicio superior de calidad y oportuno es la primera impresión que se lleva un cliente, de esto depende su regreso o no al local. El servicio superior pretende sobrepasar las expectativas del cliente, ya no basta con tener a los clientes satisfechos, se los debe hacer sentir bien, importantes y valiosos, sin presionarlos ni acosarlos, donde con una actitud básica y positiva, saludo jovial, trato amable y cordial desde la preventa, durante y después de la venta el cliente se volverá potencial para la empresa.

- Hojas volantes se entregaran en la puerta de empresas.
- Acudir a reuniones en las reuniones es donde se puede conocer a posibles clientepotenciales, estar al tanto sus necesidades y expectativas.
- Realizar entreveas breves: sin pérdida de tiempo a personas que se conoce en el día a día dependiendo del segmento de mercado
- Tarjetas de presentación se entregan a posibles clientes
- Reservaciones: el cliente puede hacer sus reservaciones a través del número telefónico de la empresa, además se informa de todo lo que ofrece la empresa, sus promociones y celebraciones.

Servicio durante la venta

- Durante el servicio se entrega el menú respetando al protocolo, servir primero a las señoras y después a los caballeros, y dentro del orden de acuerdo a la edad, de la misma manera a la hora de servir los platos.
- El tipo de servicio a dar es el americano, es un servicio rápido ya que el majar a servirse esta elaborado y montado en su totalidad desde que sale de cocina, el servicio se servirá por el lado derecho y se desbrazara por el mismo lado.
- El mesero estará en el área de servicio pendiente de los clientes
- Está capacitado para sugerir o recomendar. Se debe tener en cuenta que el

cliente no siempre tiene la razón, por lo tanto el manejo del cliente debe ser cordial desde que llega con un saludo amable: ¡Buenos días! ¡A la orden! ¡tenga un buen día! ¡Estamos para servirle!

Servicio post venta

El servicio post venta nos permite estar en contacto y alargar la relación con el cliente y esto nos conlleva a conocer sus impresiones de los productos. Necesidades, preferencia además se le comunica los nuevos productos y promociones. El objetivo del servicio post venta es satisfacer al cliente, evitar errores, ser competitivo y mejorar continuamente. Para ello la empresa cuenta con libro blanco: donde el cliente expondrá las mejoras que creyere necesarias. Buzón de sugerencias: estará ubicado cerca de caja, el encargado del buzón es el gerente y tomara las medidas correctivas de las mismas.

8.3.2 Servicio y distribución

Para el transporte se utiliza un vehículo furgón dotado de un termoking



La comida se envasa en viandas de acero inoxidable con tres servicios, el jugo o bebida se lo haré en recipientes con refrigeración y se servirán en vasos de cristal

Gráfico N° 21 Presentación de productos



Elaborado por: Daniel Villarroel

8.3.3 Precio

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. (Philip Kotler, 2009), el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio".

8.3.3.1 Costo de producción de un almuerzo

Cuadro N°43 Costo de producción de un almuerzo

DETALLE	COSTO
Entrada	0,306
Plato fuerte	0,446
Arroz	0,134
Ensalada	0,166
Jugo	0,106
Postre	0,063
TOTAL	1,221

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.3.3.2 Margen de utilidad

CuadroN°44 Margen de utilidad

DETALLE	COSTO
Costo de producción	1,221
Otros costos y gastos	1,164
Precio de venta	2,50
Utilidad	0,115

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.3.3.3 Análisis de precios

CuadroN°45 Margen de utilidad

Tipo de producto	Producto	Precio receta estándar	Precio de la competencia	Precio promedio de la encuesta	Decisión
Alimentos	Almuerzo	\$ 2,50	\$ 2,60	\$ 1,80 a 2,50	\$ 2,50

Elaborado por: Daniel Villarroel

Según la encuesta aplicada a los trabajadores del sector industrial de la ciudad de Ambato, manifiestan a pagar entre 1,80 dólares a 2,50 dólares. La competencia está entre dos dólares y más de dos dólares cincuenta. Para establecer el precio del producto en el proyecto se hace un análisis de precios de la competencia.

8.3.3.4 Precio de venta al público

El precio de venta está determinado por los costos de producción restados del precio de venta, el mismo que se fija en relación directa con la competencia dando una utilidad de 0,115 USD. Por unidad vendida lo que representa el 4,6%.

Cuadro N° 46 Precio de venta al público

Producto	Costo de producción	Costo de venta al público 4.6% margen de utilidad
Almuerzo	\$ 2,38	\$ 2,50

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.4 DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

La distribución, más conocida en la mezcla de mercadeo como la plaza es la estrategia que busca la manera de conectar el productor (oferta) con el mercado (demanda), esta distribución está dada por diferentes figuras como los agentes, intermediarios, comercializadores y revendedores entre otros.

Estos canales de distribución como también se les conoce tienen beneficios. De acuerdo con la estrategia y al tipo de producto o servicio que se ofrezca, algunos de ellos son:

- Agilización en la entrega del producto
- Apoyo en la comercialización y distribución física
- Mejor gestión de la información y la comunicación entre empresa y el cliente
- Soporte en la administración de inventarios y almacenamiento

El establecimiento se ubicará en una zona cercana a los consumidores que son empleados y trabajadores del Parque Industrial Ambato.

Gráfico N° 22 Distribución de productos



8.4.1 Plan de comunicación

En marketing cuando se habla de la estrategia mercadeo, se está refiriendo a la comunicación que deben tener la oferta y la demanda a través de diferentes canales de comunicación. Todos los esfuerzos que realice la organización para dar a conocer los productos y servicio a través de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo, son también llamado mix de promoción.

El mix de comunicación es el conjunto de estrategias, modelos, técnicas aplicadas para mejorar el nivel de ventas, sus servicios posteriores y la fidelización de los clientes. A continuación se dará un recorrido a través de estos.

8.4.2 Publicidad

La publicidad es un modo de persuasión que tiene como finalidad atraer la atención de clientes potenciales y reales sobre los beneficios que ofrece un bien o servicio.

Promoción de ventas. Básicamente lo que hace es acelerar la ventas a corto plazo estimulando a los consumidores, distribuidores y a la fuerza de ventas. Esta forma de estimulación en algunos casos puede llegar a ser peligrosa pues acostumbra a los clientes a tener una dependencia promocional, comprando solo cuando se le estimula con un incentivo.

La promoción es todas las acciones y elementos que se hagan y utilicen para la atracción y generación de venta y consumo de un producto o servicio.

Para dar a conocer la empresa se realizará una campaña publicitaria (Expectativa, Posicionamiento y Mantenimiento)

Vallas.- Se colocará en las entradas del Parque Industrial Ambato.

Afiches.- Los afiches se colocarán en carteleras de organismos públicos y privados departamentos de talento humano de las empresas.

8.4.3 Mercadeo directo

Volantes.- se distribuirá en las principales calles de la ciudad y a la salida de instituciones.

Uniformes y vestimenta.- La empresa dotará de uniformes y ropa a sus empleados y trabajadores con distintivos y logotipo de la empresa.

8.4.4 Relaciones públicas

Son el vínculo entre la compañía y todos los actores del ambiente en el que desarrolla su actividad laboral, esto no es solo responsabilidad de un departamento o de una persona sino de toda la empresa. Aquí entra a jugar un papel sumamente importante la filosofía empresarial, todos deben estar dispuestos y comprometidos a construir el buen nombre o prestigio (Goodwill) de la empresa. Echeverri señala que “Las relaciones públicas son proactivas y apuntan hacia el futuro de la empresa. Tiene como objetivo construir y mantener una imagen positiva de la organización.

8.4.5 Presupuesto de plan de mercadeo

Cuadro N°47 Plan de mercadeo

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	VALOR TOTAL
Vallas	4	70	280
Afiches	500	0,45	225
Trípticos	1000	0,25	250
TOTAL			475

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.4.6 Competencia

Son las empresas que ofertan productos y servicios similares a los propuestos en el proyecto, nuestra empresa SERALIN, no identifica competidores directos para el efecto se consideró los lugares de venta de comida que están junto al parque industrial Ambato, además de los comedores que disponen algunas empresas, con esta información se plantearan estrategias para lograr establecerse como la preferida entre los consumidores y empresas.

CuadroN°48Competencia Indirecta

Competencia Indirecta	Características de la competencia	Lugar
Kiosco Don Luis	Almuerzos y bebidas	Parte externa del Parque Industrial
Kiosco Don Gato	Almuerzos y bebidas	Parte externa del Parque Industrial
Restaurante Ambato	Almuerzos y bebidas	Parte externa del Parque Industrial

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.5 GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

8.5.1 Determinación del Talento Humano

CuadroN°49Talento Humano

NOMINACIÓN	PERSONAS
Jefe de producciónchef	1
Ayudante de cocina	3
Stewart	1
Contador	1
Vendedor – Cobrador	1
Chofer	1
Repartidor	1
Ayudante repartidor	1

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.5.2 Descripción de los puestos de trabajo

La elaboración de perfiles y descripción de funciones va de acuerdo al tipo de cargo y de acuerdo a los requisitos solicitados.

ADMINISTRADOR

Es el responsable de la planeación y coordinación del servicio y la venta de los alimentos y bebidas, mediante la aplicación de políticas y estándares de calidad.

- Supervisar el trabajo realizado por los empleados a su cargo como lo son el chef, el contador y el jefe de bodegas.
- Elaborar con el Chef las especificaciones estándar de las compras de materia prima.
- Autorizar la adquisición de mercaderías que sus requisitos no estén dentro de las especificaciones estándar de compras.

- Realizar junto con el chef las recetas estándar por medio de las hojas de costos tanto para alimentos como para bebidas.
- Autorizar los precios de venta de alimentos y bebidas fijados por medio de las recetas estándar.
- Analizar el reporte diario de ventas de alimentos y bebidas para tomar las acciones respectivas.
- Elaborar el presupuesto anual de ingresos y egresos del establecimiento.
- Presentar mensualmente el estado de resultados al propietario del establecimiento.
- Verificar que todos los estándares, políticas y reglamentos del establecimiento se cumplan.
- Autorizar las promociones y cortesías especiales para entregarlas firmadas al cajero.
- Coordinar programas de promociones para los periodos bajos del establecimiento.
- Autorizar pagos en efectivo que sale del fondo fijo de caja chica para compras especiales y esporádicas que realiza el establecimiento.
- Planear las listas de rotación de personal así como los programas de capacitación.
- Promover las buenas relaciones entre todos los empleados del establecimiento.
- Realizar juntas continuas con los empleados para evaluar el desempeño de éstos y establecer las acciones de mejoramiento.

JEFE DE PRODUCCIÓN

Es el encargado de la producción de alimentos según menú establecido, sus principales funciones son:

- Realización de los distintos menús
- Control de higiene de la cocina y empleados
- Depende de la Administración General en su orden.
- Elaborará y mantendrá actualizados los procesos de producción.

- Coordinará con las demás niveles de la empresa la ejecución de estos procesos.
- Garantizar un stock mínimo y máximo de materias primas e insumos para la producción de alimentos.
- Asesorar a la Gerencia General en el plan de producción y diseño de artesanías y evaluación de actividades.
- Realizar el diagnóstico técnico de su área de trabajo.
- Participar en la elaboración del presupuesto anual de la empresa.
- Las demás que le designe el Administrador general o quien haga sus veces.

CONTADOR

- Colaborará con el administrador en la parte contable.
- Registrar las comandas y emitir las facturas.
- Hacer las reservaciones y comunicar al resto de áreas.
- Tomar las llamadas de teléfono.
- Dar la información que requiere el cliente siempre y cuando no sea información interna.
- Pagar a los proveedores.
- Hacer los adelantos de sueldo al personal con la autorización del administrador.
- Abrir, cuadrar y cerrar caja.
- Persona encargada recepción del cobro a los clientes.
- Encargado de emitir diariamente los ingresos diarios
- Elabora cierre de caja.
- Recibe de los meseros los pagos realizados por los clientes.
- Registra todos los consumos realizados.
- Paga a proveedores y empleados con la debida autorización del gerente.

CHEF

- Supervisar la puntualidad, aseo y disciplina del personal que está a su cargo.
- Controlar los estándares de las recetas.
- Será el responsable de bodega, controlará la salida de todos los insumos y que no exista mal uso de los productos.
- Es el responsable de hacer los pedidos de materia prima al administrador.
- Supervisará la higiene de la cocina.
- Elaborará los platos de la carta.
- Colaboración diaria en la preparación de la mise en place.
- Mantener limpia su área de trabajo.
- Preparación diaria de los alimentos para los clientes y para el personal.
- Colaborar con el control de stock de alimentos.
- Encargado de montar los platos.
- Controla el correcto almacenamiento de los alimentos
- Conocer los tiempos de cocción de los alimentos, asar y hornear.
- Conocer las recetas estándar de los platos del establecimiento.
- Conocer las técnicas para evaluar por medio del olor, color o sabor si la materia prima se encuentra en mal estado.
- conocer y aplicar técnicas para el almacenamiento de la materia prima.
- Evitar el desperdicio de la materia prima cuando se elabore un plato.
- Aplicar técnicas de rotación de inventarios.
- Preparación de los platos de la carta con la dirección del chef.
- Preparar el mise en place de la materia prima para los platos de la carta.
- Cuidar el equipamiento y los utensilios de cocina.
- Supervisar el trabajo de los ayudantes de cocina.
- Tener la responsabilidad ante el chef de mantener el costo de los alimentos según lo presupuestado.
- Revisar los congeladores y refrigeradores para que los sobrantes del día anterior sean aprovechados y usados correctamente.

AYUDANTE DE COCINA

- Es el encargo de preparar la mise en place.
- Mantendrá un stock de materia prima para la elaboración de los platos.
- Hará la limpieza de todos los productos para su elaboración.
- Será el responsable de la limpieza de la cocina.
- Es el encargado de reponer los productos en la cocina.
- Llevará control del registro de requerimientos y reposiciones.

STEWART

- Será el responsable de la limpieza y lavado de vajilla e implementos de cocina.
- Se encargará de la limpieza de los baños y comedor del establecimiento.
- Deberá informar al jefe de cocina de materiales perdidos o quebrados.
- Deberá conocer y aplicar la medida adecuada de los detergentes, tanto para vajilla, pisos, paredes.
- Será el encargado de retirar la basura todas las veces que sea necesario para evitar cualquier tipo de contaminación.
- Limpieza en el área de cocina.
- Limpieza y pulida de vajilla.

VENEDORES - COBRADORES

Se encarga de la comercialización de alimentos a las industrias y empresas, busca nuevos clientes.

- Depende de la Administración General.
- Colaborar con la elaboración del presupuesto anual.
- Desarrollar planes de ventas al contado y a crédito.
- Asesorar en la publicidad, promociones y estrategias de comercialización de los productos ofertados por la empresa.
- Cumplir con las disposiciones emanadas por la Administración General.

- Atender al público y asesorar en la compraventa de los productos de la empresa.
- Colaborar con el diseño de los proyectos, planes de marketing y otros afines al crecimiento de la empresa.
- Las demás que le designe el Administración General.

REPARTIDORES

Se encarga de la entrega de alimentos a las industrias y empresas.

- Depende de la Administración General.
- Llegan a las empresas.
- Reparten viandas
- Arman platos
- Recogen viandas y platos

8.5.3 Perfil de los trabajadores

ADMINISTRADOR

- Estudios superiores en Administración de Hoteles y Restaurantes, conocimiento sobre técnicas de venta, marketing, contabilidad, costos, relaciones humanas y gastronomía.
- Experiencia previa en algún cargo similar a esta especialidad, por un periodo de tres años.
- Debe ser exacto y conciso al dar órdenes para que no se presten a confusión.
- Debe ser responsable del personal a su cargo y mantener privado la información confidencial.
- Ágil y dinámico en la toma de decisiones.
- Capacidad de mantener una buena relación con sus subordinados.
- Buena presencia.

JEFE DE PRODUCCIÓN

- Estudios superiores en Gastronomía, conocimiento sobre técnicas de venta, marketing, contabilidad, costos, relaciones humanas.
- Experiencia previa en algún cargo similar a esta especialidad, por un periodo de tres años.
- Debe ser responsable del personal a su cargo y mantener privado la información confidencial.
- Ágil y dinámico en la toma de decisiones.
- Capacidad de mantener una buena relación con sus subordinados.

CONTADOR

- Estudios superiores en contabilidad, costos.
- Experiencia previa en algún cargo similar a esta especialidad, por un periodo de tres años.
- Debe ser responsable del manejo financiero de la empresa
- Facilidad para manejar números.
- Experiencia en esta área.
- Honradez para el manejo de dinero
- Conocimiento de computación.

CHEF

- Tener conocimientos de gastronomía o tener un grado de estudios en esta rama.
- Experiencia mínima de 2 años.
- Excelente higiene y limpieza.
- Agilidad en la preparación de platos.
- Poseer iniciativa propia para enfrentar cualquier tipo de imprevisto.
- Disposición para la relacionarse con sus compañeros.
- Conocimiento de técnicas básicas en preparación y elaboración de alimentos.

- Habilidad para organizar el área de trabajo.
- Disponibilidad de tiempo completo.

AYUDANTE DE COCINA

- Tener conocimientos de gastronomía.
- Experiencia mínima de 1 año.
- Tener buena presencia
- Debe ser ágil y dinámico
- Facilidad de interacción con las demás personas.

STEWART

- Estudios medios
- Tener experiencia en esta área

VENEDORES – COBRADORES

- Estudios superiores en Marketing, Administración
- Experiencia previa en algún cargo similar a esta especialidad, por un periodo de dos años.
- Encargado de buscar nuevos clientes
- Experiencia en esta área.
- Honradez para el manejo de dinero
- Conocimiento de computación.
- Poseer licencia de conducir

REPARTIDORES

- Estudios en administración. Mercadeo, gastronomía
- Experiencia previa en algún cargo similar a esta especialidad, por un periodo de dos años.

- Encargado de entrega de viandas y servicio
- Facilidad para relacionarse con personal de la empresas
- Experiencia en esta área.

Políticas del Talento Humano

Toda empresa tiene reglamentos internos donde están sujetos los empleados que desempeñan cualquier tipo de trabajo. El personal está obligado a cumplir los, así como también las disposiciones técnicas y administrativas.

Art 1. Organización del personal

Los trabajadores se clasifican en dos grupos de acuerdo a la duración del contrato en:

Trabajadores permanentes.- los trabajadores cuya relación tienen el carácter de tiempo indeterminado conforme al contrato individual de trabajo.

Trabajadores temporales.- indicado ya por su nombre son trabajadores que realizan trabajos temporales sea por obra o determinado tiempo.

Art 2 Lugar y Tiempo de Trabajo

La empresa se encuentra ubicada en la parroquia Izamba, Los trabajadores iniciaran y terminaran sus labores en las instalaciones, en el área donde sean asignados. La jornada laboral diaria es de un solo turno de lunes a viernes.

Los trabajadores pueden desempeñarse por cualquier imprevisto en diferentes áreas sean estas dentro de cocina o en el área de restaurante o en otra labor compatible, sin menoscabo o retribución de su categoría. Al terminar el imprevisto el trabajador regresara a sus labores habituales

Art 3. Jornada de Trabajo

La jornada laboral es de 8 horas diaria. 40 horas semanales. 5 días semanales, en el horario de entrada de 9 00am debiendo llegar 5 minutos antes de la hora, e inmediatamente dirigirse a las instalaciones donde se asignara las labores que debe cumplir diariamente El horario de salida es 17:00 pm. de los cuales 1 hora se reparte para el almuerzo del personal y tiempo de descanso, en una sola jornada

Art 4 Permisos

Los permisos del persona, se darán previa a una anticipada solicitud del mismo ante el administrador inmediato, para reemplazar inmediatamente al persona, necesario.

Toda falta no amparada con anticipación contara como días de descanso, es decir que no tendrá dos días de descanso sino solo uno. en la semana.

Art 4 Lugar y días de pago

El pago de los trabajadores es mensualmente. Deberán firmar el rol de pagos que es la constancia del pago de sus salaros.

El pago será entre los tres primeros días de cada mes. el pago será en efectivo en la empresa. También se reconocerá las horas extras del personal.

Todos los beneficios de ley serán acatados conforme la ley lo disponga, siendo estos vacaciones, decimos, aporte patronal y fondos de reserva

Las capacitaciones se realizaran en la empresa dentro de la jornada de trabajo

Art 5 Medidas de Higiene y Seguridad

La salud de los clientes es la prioridad de la empresa, para ello debemos tomar muy en cuenta medidas de higiene del personal y sus instalaciones

Practicar buenos hábitos de higiene personal

Lavarse y desinfectarse las manos correctamente después de cada actividad

Usar guantes correctamente.

Usar siempre el uniforme impecable, malla, gorra, delantales, filipinas, mascarillas en caso necesarios.

No usar ningún tipo de alhajas, anillos, pulseras, relojes.

Evitar maquillaje de cualquier tipo, tener las manos siempre limpias, uñas cortas y sin esmaltes.

Evitar comer, beber, fumar, masticar chicle en las áreas de cocina y restaurante.

Si está enfermo avisar al gerente y evitar estar en contacto con los alimentos

Controlar el tiempo y temperatura de los alimentos

Controlar las temperaturas de los alimentos potencialmente peligrosos como:

Lácteos, carnes, mariscos y pescados, alimentos tratados con calor.

Usar correctamente el termómetro para medir la temperatura de los alimentos.

Limpiar y sanitizar el termómetro correctamente.

Controlar las temperaturas de almacenamiento de los Productos

Conocer la zona de peligro de los alimentos

Etiquetar correctamente con fechas, horas, y tipo de género los productos.

Prevenir la contaminación cruzada

Envolver o tapar correctamente los alimentos antes de almacenar

Almacenar en recipientes adecuados

Almacenar los alimentos listos arriba de la carne, aves y mariscos crudos.

Separar por áreas de almacenamiento

Almacenar en repisas adecuadas por lo menos a 15 cm del suelo y pared

Evitar tocar los alimentos con las manos u otros utensilios que no sean los apropiados.

Limpiar y sanitizar correctamente las superficies

Todas las superficies como paredes, estantes de almacenamiento, botes de basura se deben limpiar y enjuagar.

Todas las superficies que tocan los alimentos deben limpiar y sanitizar

Manejar correctamente los suministros e implementos de limpieza.

Manejar correctamente la basura

Detectar y eliminar plagas de todo tipo dentro y fuera del local.

Art 6. Políticas de despido

Los trabajadores que cometan faltas graves como:

Problemas o peleas entre empleados.

Cualquier tipo de acoso.

Estafas, robo o falta al desempeño laboral.

Incumplimiento repetitivo de los reglamentos de la empresa.

Embriaguez o toxicidad que reduzcan el desempeño en el trabajo

Abuso de confianza en el desempeño del trabajo.

Por ineptitud y falta de adaptación en el trabajo trascurrido 2 meses por lo general.

Se tomaran las medidas necesarias que el gerente considere, siendo la última de las medidas el despido del trabajador.

8.5.4 Costes salariales

CuadroN°50Rol de pagos al personal

N°	CARGO	SUELDO BÁSICO	SEGURO 9.35%	APORTE PATRONAL 11.15%	IECE y SECAP 1%	SUELDOS		VACACIÓN	FONDOS DE RESERVA	SUELDO TOTAL	TOTAL A RECIBIR
						XIII	XIV				
1	Jefe de producción chef	650	60,78	72,48	6,50	54,17	26,50	27,08	54,17	890,89	615,73
2	Ayudante de cocina 1	350	32,73	39,03	3,50	29,17	26,50	14,58	29,17	491,94	343,78
3	Ayudante de cocina 2	320	29,92	35,68	3,20	26,67	26,50	13,33	26,67	452,05	316,58
8	Ayudante de cocina 3	400	37,40	44,60	4,00	33,33	26,50	16,67	33,33	558,43	389,10
9	Stewart	450	42,08	50,18	4,50	37,50	26,50	18,75	37,50	624,93	434,43
10	Contador	450	42,08	50,18	4,50	37,50	26,50	18,75	37,50	624,93	434,43
11	Vendedor Cobrador	320	29,92	35,68	3,20	26,67	26,50	13,33	26,67	452,05	316,58
12	Vendedor Cobrador	320	29,92	35,68	3,20	26,67	26,50	13,33	26,67	452,05	316,58
	TOTAL	3260,00	304,81	363,49	32,60	271,67	212,00	135,83	271,67	4547,26	3167,19

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.5.5 Organización de la empresa

8.5.5.1 Tipo de establecimiento

La empresa es de servicios alimentarios destinada a trabajadores, grupos organizados y eventos especiales.

8.5.5.2 Visión de la empresa

La empresa de servicios de comida en los próximos dos años se convertirá en una propuesta de alimentación especializada reconocida de la ciudad de Ambato, tanto por el sabor y calidad, como por el excelente servicio prestado por el personal y el alto grado de satisfacción de los clientes.

8.5.5.3 Misión

La empresa de servicios de alimentación para el sector, se especializa en la preparación de platos a partir de materia prima seleccionada para crear propuestas, con los más altos estándares de calidad conforme a los requerimientos nutricionales que aporten al desempeño adecuado de cada uno de los trabajadores en las empresas.

8.5.5.4 Objetivos organizacionales

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Ofrecer platos que se diferencien de la competencia por su gran sabor, complementando con un gran servicio que se caracterice por su alto nivel de calidad.
- Realizar un exhaustivo control de los procesos con el fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos anteriores.
- Elaborar comida adecuada que cumpla los requerimientos nutricionales para el correcto cumplimiento de las labores por parte de los trabajadores en la

empresa, contribuyendo a la productividad y conservación de la salud del personal que labora en el sector industrial de Ambato.

8.5.5.5 Valores corporativos

Trabajo en equipo.- Lograr que todos los miembros de la organización se lleven y se ayuden entre sí, para que las tareas asignadas se tornen agradables de realizar y se cumplan los objetivos de forma eficiente.

Fidelidad.- Conseguir que todos los integrantes del negocio, se sientan parte de la “familia”, para que en conjunto se logre el éxito del restaurante.

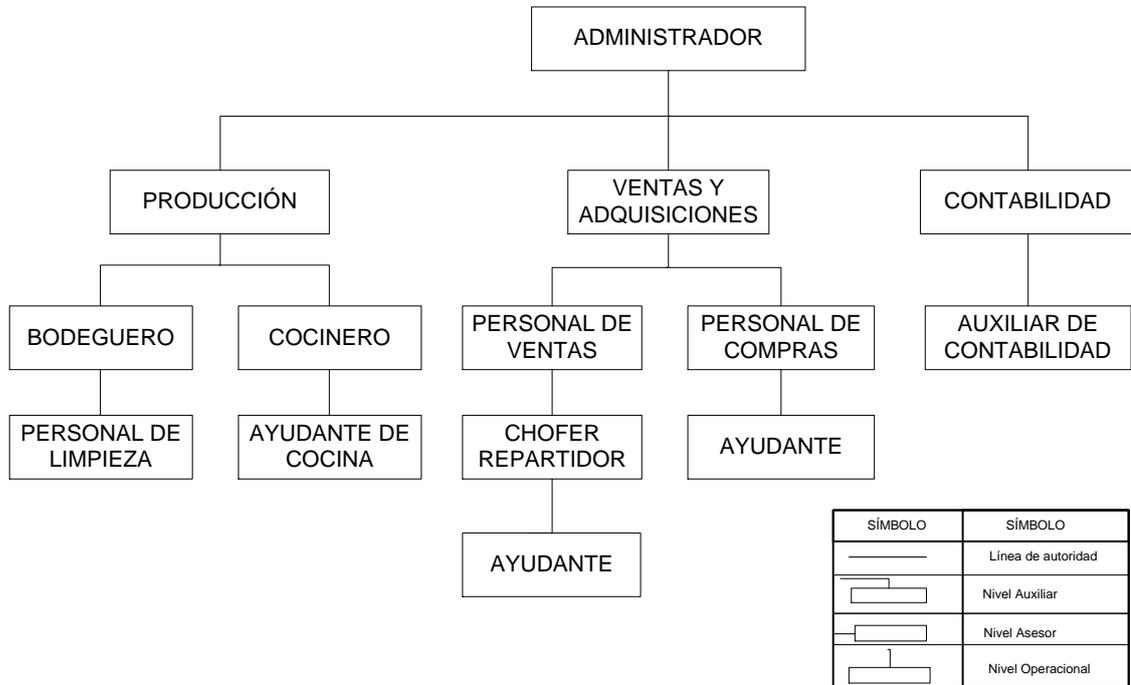
Esmero.- Esforzarse día a día en mejorar todas las actividades del proceso de preparación y servicio.

Amabilidad y cordialidad.- Que la amabilidad y la cordialidad sean las bases para conseguir una buena relación del cliente interno y externo.

Obrar éticamente.- Obrar éticamente en el restaurante es resaltar los valores de honestidad, responsabilidad y respeto para con los demás.

8.5.6 Organigrama de la empresa

Gráfico N° 23 Organigrama Estructural



Elaborado por: Daniel Villarroel

8.5.7 Selección y contratación del talento humano

8.5.7.1 Selección de aspirantes

La selección de personal se encarga a empresa especializada en empleos, se define el perfil del puesto y la empresa se encarga del proceso, a la empresa llega personal seleccionado, con las siguientes características:

- FICHAS PROFESIOGRAFICAS (ANEXO)
- FICHA DE PROFESIOGRAMA TIPO A (ANEXO)
- FICHA DE PROFESIOGRAMA TIPO B (ANEXO)
- FICHA PROFESIOGRAFICA CALIFICACIÓN (ANEXO)
- ENTREVISTA INTERPERSONAL (ANEXO)

8.6 ASPECTO ECONÓMICO FINANCIERO

8.6.1 Objetivos empresariales

8.6.1.1 Corto plazo

- Satisfacer las necesidades del cliente en un 100%.
- Adquirir los mejores insumos para la producción del menú.
- Mostrar la calidad del producto a los clientes
- Mantener la diversificación de los menús.
- Garantizar a los clientes la frescura, calidad e higiene de los platillos y el buen servicio a los trabajadores

8.6.1.2 Mediano plazo

- Lograr la especialización del personal en cada una de las funciones.
- Planificar con cada jefe de área los objetivos, las metas y políticas para cada una de éstas
- Implementar y mantener una estructura organizacional funcional, donde las jerarquías tengan bajo perfil que origine una buena relación entre empleados.
- Seleccionar y contratar al personal adecuado para ocupar los cargos disponibles.
- Garantizar a los empleados su estabilidad laboral, siempre y cuando su desempeño sea óptimo en la empresa

8.6.1.3 Largo plazo

- Incrementar la productividad en un 10% anual
- Optimizar las actividades productivas ofreciendo alimentación para diferentes necesidades
- Disminuir en un 5% la cantidad de insumos desperdiciados
- Lograr posicionarse en el mercado del centro del país.

8.6.1.4 Creación de valor

La atención y calidad de la comida logrará que la empresa y sus productos sean identificados por los trabajadores y sus empleadores.

En coordinación con los administradores de las empresas podrá premiar con menú especial para los más destacados del mes o cada trimestre.

Celebrará aniversarios de trabajadores con una comida especial dos veces al año.

Sorteará atenciones para trabajadores con menú familiar.

Lo anteriormente planteado en un tiempo corto ayudará a que incursione en toda la población, ofreciendo nuevos productos y servicios para toda la ciudad y provincias de la región.

8.6.2 Ventas del proyecto

Cuadro N° 51 Venta anual del proyecto

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Entrada	400	0,306	122,4
Plato fuerte	400	0,446	178,4
Arroz	400	0,134	53,6
Ensalada	400	0,166	66,4
Jugo	400	0,106	42,4
Postre	400	0,063	25,2
TOTAL		1,221	488,4

Elaborado por: Daniel Villarroel

CuadroN°52Venta anual del proyecto

PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	VALOR ALMUERZO	INGRESOS AÑO
Almuerzos	98.000	2,50	245.000,00
TOTAL			245.000,00

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.6.2.1 Proyección de las ventas anuales

CuadroN°53Proyección de las ventas

ALMUERZOS	1	2	3	4	5
Producción	98.000,00	102.900,00	108.045,00	113.447,25	119.119,61
Precios de venta	2,5	2,8	3,0	3,3	3,7
VENTAS	245.000,00	257.250,00	270.112,50	283.618,13	297.799,03

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.6.3 Estructura del balance

8.6.3.1 Inversión del proyecto

Cuadro N° 54 Inversión del proyecto

INVERSIÓN FIJA	TOTAL	TOTAL ANUAL	TOTAL INICIAL
TERRENO			45.000,00
INFRAESTRUCTURA			55.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Equipos Cocina			10.900,0
Asadero a gas	1.300,0		
Batidora de sobremesa 3 velocidades.	620,0		
Cocina industrial de 4 quemadores de acero inoxidable	280,0		
Congelador	1.500,0		
Cortadora de papas para papas cuadradas de 0,70	120,0		
Estanterías	850,0		
Horno económico de 4 latas	350,0		
Licuada 1 galón.	650,0		
Lonche bar con plancha para carnes y dos canastillas de papas	550,0		
Mesa de trabajo de acero inoxidable	380,0		
Procesador de alimentos	1.300,0		
Refrigerador	3.000,0		
Implementos de Cocina			3.491,0
Espátulas	30,0		
Afilador	15,0		
Balanza	50,0		
Bandeja inoxidable	300,0		
Bowls de acero inoxidable 2 qt.	11,0		
Bowls de acero inoxidable 4 qt	11,0		
Bowls de acero inoxidable 6 qt.	14,0		
Cocina de 6 quemadores con plancha y horno	1.200,0		
Colador de aluminio	10,0		
Cucharones	13,5		
Cuchillo de golpe de 12"	30,0		
Cuchillo para pan	11,0		

Cuchillos carnes	50,0		
Cuchillos legumbres	45,0		
Espátulas de metal	7,0		
Espátulas plásticas juego 3	10,0		
Extractor de jugo	120,0		
Juego de jarros medidores	12,0		
Juego de pyrex	150,0		
Juegos de Moldes	45,0		
Juegos de ollas	1.200,0		
Juegos de sartenes	120,0		
Juegos de cucharas medidoras	5,0		
Rallador	9,0		
Tabla de picar color blanco alt 45 cm	22,5		
Menaje de servicio			
Jarras de vidrio	200	6838	6838
Vasos de cristal grandes	270		
Vasos pequeños de cristal	228		
Cuchara de postre	340,0		
Cuchara sopera	360,0		
Cuchillo	340,0		
Cuchillo de carnes	340,0		
Tenedores	260,0		
Tenedor de postre	260,0		
Azucareras	52,5		
Charoles antideslizantes	750		
Juego de saleros y pimenteros	37,5		
Plato base	900		
Plato café	600		
Plato postre	400		
Viandas	1500		
Muebles de cocina			
Perchas	1.000,0	1.300,0	1.300,0
Mesas para 6 personas	300,0		
Furgones	46.000,0	46.000,0	46.000,0
Muebles de Oficina			
Escritorio	500,0		1.500,0
Sillón	250,0		
Anaqueles	300,0		
Sillas	450,0		

Equipo de oficina			
Computador	1900		2250
Impresora	100		
Telefax	250		
SUMINISTROS Y MATERIALES			
Baldes	10		610
Basurero	60		
Cuadernos	12		
Desinfectante	35		
Detergente	21		
Escobas	49		
Factureros	80		
Grapadora	10		
Hojas membretadas	20		
Jabón de baño	20		
Lápices y esferos	10		
Paños de limpieza	24		
Papel higiénico	196		
Perforadora	10		
Tarjetas	5		
Tinta para impresora	20		
Toallas	28		
INVERSIONES INTANGIBLES			
Gastos de constitución e impuestos			
Proyecto	1.500,0		2550
Notarización de documentos	250,0		
Trámites en municipio	50,0		
Permisos	250,0		
Trámite servicios de rentas	150,0		
Permisos de operación	150,0		
Varios	200,0		
CAPITAL DE TRABAJO			
Productos de la empresa	127.264	127.264	21210,61
Mano de obra directa	15312,96		
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Suministros y servicios	816,00	20.418,90	1701,575
Gas	840,00		
Uniformes	3.960,00		

Depreciaciones	14.802,90		
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Remuneraciones	4.669,20	6.799,20	566,6
Suministros y servicios	360,00		
Uniformes	720,00		
Depreciaciones	540,00		
Amortizaciones	510,00		
GASTOS DE VENTAS			
Remuneraciones	18.024,12	21.944,12	1828,676
Suministros y servicios	330,00		
Combustible	2.450,00		
Uniformes	1.080,00		
Depreciaciones	60,00		
GASTOS FINANCIEROS			
Intereses	20.338,50	20.338,50	874,54
TOTAL			207.646,00

8.6.3.2 Depreciaciones de activos

Cuadro N°55 Depreciaciones

ACTIVOS FIJOS	VALOR	AÑOS	DEPRECIACIÓN										valor residual	
			%	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
OPERATIVOS														
Terreno	45000													45000
Infraestructura	55000	20	5	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	27500
Equipo de cocina	16900	10	10	1690	1690	1690	1690	1690	1690	1690	1690	1690	1690	0
Implementos de cocina	3491	10	10	349,1	349,1	349,1	349,1	349,1	349,1	349,1	349,1	349,1	349,1	0
Menaje de servicio	6838	10	10	683,8	683,8	683,8	683,8	683,8	683,8	683,8	683,8	683,8	683,8	0
muebles de cocina	1300	10	10	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	0
vehículos repartición	46000	5	20	9200	9200	9200	9200	9200						
TOTAL				14802,9	72500									
ADMINISTRACIÓN Y VENTAS														
Equipo de oficina	2250	3	33,33	750	750	750								0
Muebles de oficina	1.500,00	10	10	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	0
SUBTOTAL				900	0									
Producción				14802,9	14802,9	14802,9	14802,9	14802,9	14802,9	14802,9	14802,9	14802,9	14802,9	72500
Administración				810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	0
Ventas				90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	0
total depreciación				15702,9	72500									

8.6.3.3 Amortización de activos diferidos

CuadroN° 56 Amortización de Activos diferidos

CONCEPTO	VALOR	AÑOS					
		AÑOS	1	2	3	4	5
Proyecto	1.500,0	5	300	300	300	300	300
Notarización de documentos	250,0	5	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0
Trámites en municipio	50,0	5	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Permisos	250,0	5	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0
Trámite servicios de rentas	150,0	5	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Permisos de operación	150,0	5	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Varios	200,0	5	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
TOTAL	2.550,0		510	510	510	510	510

8.6.3.4 Crédito bancario

MONTO:	149.000,00
PLAZO	10 AÑOS
INTERÉS NOMINAL	7,00%
INTERÉS NOMINAL ANUAL	14,00%
PERIODO DE PAGO	Semestral

CuadroN° 57 Crédito bancario

PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA
1	149.000,00	10.430,00	7.450,00	17.880,00
2	141.550,00	9.908,50	7.450,00	17.358,50
3	134.100,00	9.387,00	7.450,00	16.837,00
4	126.650,00	8.865,50	7.450,00	16.315,50
5	119.200,00	8.344,00	7.450,00	15.794,00
6	111.750,00	7.822,50	7.450,00	15.272,50
7	104.300,00	7.301,00	7.450,00	14.751,00
8	96.850,00	6.779,50	7.450,00	14.229,50
9	89.400,00	6.258,00	7.450,00	13.708,00
10	81.950,00	5.736,50	7.450,00	13.186,50
11	74.500,00	5.215,00	7.450,00	12.665,00
12	67.050,00	4.693,50	7.450,00	12.143,50
13	59.600,00	4.172,00	7.450,00	11.622,00
14	52.150,00	3.650,50	7.450,00	11.100,50
15	44.700,00	3.129,00	7.450,00	10.579,00
16	37.250,00	2.607,50	7.450,00	10.057,50
17	29.800,00	2.086,00	7.450,00	9.536,00
18	22.350,00	1.564,50	7.450,00	9.014,50
19	14.900,00	1.043,00	7.450,00	8.493,00
20	7.450,00	521,50	7.450,00	7.971,50

8.6.4 Balance de situación inicial

**EMPRESA DE SERVICIOS ALIMENTARIOS SERALIN
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL
AL 01 DE ENERO DEL AÑO 2014**

CUADRO N ° 58 Inversión Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO DISPONIBLE		PASIVO A LARGO PLAZO	
Caja bancos	26.817,00	Préstamo por pagar	149.000,00
TOTAL ACTIVO DISPONIBLE		TOTAL PASIVOS	80000
Terreno	45.000,00		
Infraestructura	55.000,00		
Equipo de cocina	16.900,00	PATRIMONIO	
Implementos de cocina	3.491,00	Capital social	58.646,00
Menaje de servicio	6.838,00		
muebles de cocina	1.300,00		
vehículos repartición	46.000,00		
Equipo de oficina	2.250,00		
Muebles de oficina	1.500,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	178.279,00		
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de constitución	2.550,00		
TOTAL ACTIVO	207.646,00	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL	207.646,00

Elaborado por: _____

Revisado por: _____

Aprobado por: _____

8.6.5 Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro N°59 Estado de pérdidas y ganancias

	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS NETOS	245.000,00	257.250,00	270.112,50	283.618,13	297.799,03	312.688,98	328.323,43	344.739,60	361.976,58	380.075,41
Costo de Ventas	163.347,52	170.774,75	178.573,35	186.761,87	195.359,82	204.387,66	213.866,90	223.820,10	234.270,96	245.244,36
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	81.652,48	86.475,25	91.539,15	96.856,26	102.439,22	108.301,32	114.456,53	120.919,50	127.705,62	134.831,05
Gastos de ventas	22.000,12	23.095,63	24.245,91	25.453,70	26.721,89	28.053,48	29.451,66	30.919,74	32.461,23	34.079,79
Gastos de administración	7.301,20	7.600,26	7.914,27	8.243,99	8.590,19	8.443,70	8.825,38	9.226,15	9.646,96	10.088,80
UTILIDAD OPERACIONAL	52.351,16	55.779,36	59.378,97	63.158,57	67.127,14	71.804,14	76.179,50	80.773,62	85.597,44	90.662,46
Gastos financieros	20.338,50	18.252,50	16.166,50	14.080,50	11.994,50	9.908,50	7.822,50	5.736,50	3.675,00	1.575,00
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	32.012,66	37.526,86	43.212,47	49.078,07	55.132,64	61.895,64	68.357,00	75.037,12	81.922,44	89.087,46
Participación utilidades	4.801,90	5.629,03	6.481,87	7.361,71	8.269,90	9.284,35	10.253,55	11.255,57	12.288,37	13.363,12
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	27.210,76	31.897,83	36.730,60	41.716,36	46.862,75	52.611,30	58.103,45	63.781,55	69.634,07	75.724,34
Impuesto a la renta	6.802,69	7.974,46	9.182,65	10.429,09	11.715,69	13.152,82	14.525,86	15.945,39	17.408,52	18.931,08
UTILIDAD NETA	20.408,07	23.923,37	27.547,95	31.287,27	35.147,06	39.458,47	43.577,58	47.836,16	52.225,56	56.793,25

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.6.6 Balance de situación final

**EMPRESA DE SERVICIOS ALIMENTARIOS SERALIN
BALANCE DE SITUACIÓN FINAL
AL 01 DE ENERO DEL AÑO 2014**

CuadroN° 60Inversión Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO DISPONIBLE		PASIVO A CORRIENTE	
Caja bancos	75.042,56	Utilidades por pagar	4801.90
TOTAL ACTIVO DISPONIBLE	75.042,56	Impuesto a la renta	6802.69
Terreno	45.000,00	Porción de Crédito bancario	14900
Infraestructura	55.000,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	26.504,59
Equipo de cocina	16.900,00		
Implementos de cocina	3.491,00	PASIVO A LARGO PLAZO	
Menaje de servicio	6.838,00	Préstamo por pagar	134.100,00
muebles de cocina	1.300,00	TOTAL PASIVOS	160.604,59
vehículos repartición	46.000,00		
Equipo de oficina	2.250,00	PATRIMONIO	
Muebles de oficina	1.500,00	Capital social	58.646,00
(-) Depreciaciones	15.702,90	Utilidad neta	20.408,07
TOTAL ACTIVO FIJO	162.576,10	TOTAL PATRIMONIO	79.054,07
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de constitución	2.550,00		
Amortización acumulada	510,00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	2.040,00		
TOTAL ACTIVO	239.658,66	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL	239.658,66

Elaborado por: _____

Revisado por: _____

Aprobado por: _____

8.6.7 Flujo neto de efectivo

Cuadro N°61 Flujo de Caja

	PREOP.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A. INGRESOS OPERACIONALES											
Recuperación por ventas		245.000,00	257.250,00	270.112,50	283.618,13	297.799,03	312.688,98	328.323,43	344.739,60	361.976,58	380.075,41
Parcial		245.000,00	257.250,00	270.112,50	283.618,13	297.799,03	312.688,98	328.323,43	344.739,60	361.976,58	380.075,41
B. EGRESOS OPERACIONALES											
Pago a proveedores		127.263,66	133.626,84	140.308,19	147.323,60	154.689,78	162.424,27	170.545,48	179.072,75	188.026,39	197.427,71
Mano de obra directa e imprevistos		15.312,96	16.078,61	16.882,54	17.726,67	18.613,00	19.543,65	20.520,83	21.546,87	22.624,22	23.755,43
Gastos de ventas		21.910,12	23.005,63	24.155,91	25.363,70	26.631,89	27.963,48	29.361,66	30.829,74	32.371,23	33.989,79
Gastos de administración		5.981,20	6.280,26	6.594,27	6.923,99	7.270,19	7.633,70	8.015,38	8.416,15	8.836,96	9.278,80
Costos de fabricación		5.968,00	6.266,40	6.579,72	6.908,71	7.254,14	7.616,85	7.997,69	8.397,58	8.817,45	9.258,33
Parcial		176.435,94	185.257,74	194.520,63	204.246,66	214.458,99	225.181,94	236.441,04	248.263,09	260.676,24	273.710,05
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)		68.564,06	71.992,26	75.591,87	79.371,47	83.340,04	87.507,04	91.882,40	96.476,52	101.300,34	106.365,36
D. INGRESOS NO OPERACIONALES											
Crédito bancario	149.000,00	0			0	0	0	0	0	0	0
Aportes de capital	58.646,00	0			0	0	0	0	0	0	0
Parcial	207.646,00	0									
E. EGRESOS NO OPERACIONALES											
Pago de intereses		20.338,50	18.252,50	16.166,50	14.080,50	11.994,50	9.908,50	7.822,50	5.736,50	3.675,00	1.575,00
Pago de principal (capital) de los pasivos			14.900,00	14.900,00	14.900,00	14.900,00	14.900,00	14.900,00	14.900,00	14.900,00	14.900,00
Pago participación de trabajadores			4.801,90	5.629,03	6.481,87	7.361,71	8.269,90	9.284,35	10.253,55	11.255,57	12.288,37

Pago de impuesto a la renta	0	0	6.802,69	7.974,46	9.182,65	10.429,09	11.715,69	13.152,82	14.525,86	15.945,39	17.408,52
Reparto de dividendos		0	20.408,07	23.923,37	27.547,95	31.287,27	35.147,06	39.458,47	43.577,58	47.836,16	52.225,56
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS											
Terreno	45.000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infraestructura	55.000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Equipo de guardianía	16.900,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Equipo de limpieza	3.491,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vehículo de guardianía	6.838,00	0	0	0	0	0		0	0	0	0
Vehículo servicio de limpieza	1.300,00	0	0	0	0	0		0	0	0	0
Equipo de oficina	46.000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Muebles	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS											
Equipo de oficina	2.250,00	0	0	0	0	0		0	0	0	0
Muebles de oficina	1.500,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Activos diferidos	2.550,00										
Parcial	180.829,00	20.338,50	65.165,16	68.593,36	72.192,97	75.972,57	79.941,14	84.618,14	88.993,50	93.612,12	98.397,44
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	26.817,00	-20.338,50	-65.165,16	-68.593,36	-72.192,97	-75.972,57	-79.941,14	-84.618,14	-88.993,50	-93.612,12	-98.397,44
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	26.817,00	48.225,56	6.827,10	6.998,51	7.178,49	7.367,47	7.565,90	7.264,25	7.483,02	7.688,23	7.967,92
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0	26.817,00	75.042,56	81.869,66	88.868,18	96.046,67	103.414,14	110.980,05	118.244,30	125.727,32	133.415,54
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	26.817,00	75.042,56	81.869,66	88.868,18	96.046,67	103.414,14	110.980,05	118.244,30	125.727,32	133.415,54	141.383,46

Elaborado por: Daniel Villarroel

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

8.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto mide el efecto del proyecto desde el punto de vista de la empresa, valorando sus ingresos y egresos a precios de mercado, esto significa que permite proveer información a quien decida sobre el proyecto, con la conveniencia o no de ejecutarlo.

Costos del proyecto

Costos fijos

CuadroN° 62 Costos fijos

COSTOS Y GASTOS	VALOR
Mano de obra directa	15.313,0
Depreciaciones	15.702,90
Amortizaciones	510,00
Gastos administrativos	5.981,20
TOTAL	37.507,06

Costos variables

CuadroN° 63 Costos Variables

COSTOS Y GASTOS	VALOR
Materiales directos	127.263,66
Suministros y servicios	816,00
Costos indirectos	5.968,00
Gastos de ventas	21.910,12
Gastos financieros	20.338,50
TOTAL	176.296,28

COSTOS FIJOS	37.507,06
COSTOS VARIABLES	176.296,28
VENTAS	245.000,00

8.7.1 Punto de equilibrio

$$\begin{aligned} PE &= \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} \\ PE &= \frac{37.507,1}{1 - \frac{245.000}{176.296,3}} \\ PE &= \frac{37.507,1}{1 - 0,7196} \\ PE &= \frac{37.507,1}{0,28046} \\ PE &= 133.751,56 \end{aligned}$$

La empresa SERALIN, debe vender 133.751,56 USD, anual mente para no tener pérdidas ni ganancias.

8.7.2 Ratios económicos

a. Razón de liquidez

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{75.042,56}{26.504,59}$$

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = 2,83$$

La razón de liquidez demuestra el número de veces que el activo corriente cubre su pasivo corriente, la empresa tiene la capacidad de 2,83 para cubrir las obligaciones a corto plazo.

b. Razón de Rentabilidad

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{20.408,07}{245.000}$$

$$\text{Margen de utilidad} = 0.083$$

La razón de rentabilidad, indica que por cada dólar de venta en la empresa se generan 0,083 dólares de utilidad.

c. Rotación de Activo Total

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{245.000}{207.646}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = 1.179$$

En la empresa por cada dólar de activo total, se genera 1,179 dólares de ventas.

d. Razón de endeudamiento

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{149.000}{207.646} * 100$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = 0.717 * 100$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = 71.7\%$$

La razón de endeudamiento mide la porción del total aportado por acreedores de la empresa en este caso el crédito bancario.

e. Razón de Interés Ganado

$$\text{Razón de Interés Ganado} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Gastos por interés}}$$

$$\text{Razón de Interés Ganado} = \frac{20.408,07}{14.900}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = 1.369$$

Mide la capacidad de la empresa para el pago de intereses de la deuda contraída, por cada dólar que se debe pagar, la empresa dispone de 1,36 dólares.

8.8 VIALIDAD FINANCIERA

8.8.1 Valor actual neto

Para demostrar la viabilidad económica del proyecto se utiliza:

Cuadro N° 64 Elementos de la tasa de descuento

Tasa de interés activa	8,17%
Tasa de interés pasiva	4,53%
Índice de inflación	3,26%
Riesgo país	5,35%

Fuente: Banco Central del Ecuador – INEC Mayo 2014

Tasa de interés activa (TA)	8,17%
Tasa de interés pasiva (TP)	4,53%
Índice de inflación (I)	3,26%
Riesgo país	5,35%
Tasa de rendimiento esperado	35%
Recursos propios	28,24%
Recursos ajenos	71,76%

$$TRP = [TP * (\% RP) + (TA * (1 - T) * (\%RA) + (\% RP)]$$

$$TRP = [0.0453 * (0.2824) + (0.0817 * (1 - 0.35) * (0.7176) + (0,0535)]$$

$$TRP = 0,1044$$

$$TRP = 10,4\%$$

8.8.1.1 Flujo de fondos

Cuadro N°65 Flujo de fondos

FLUJO DE FONDOS	PREOPE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión fija	-178.279,00	0	0	0	0	0		0	0	0	0
Inversión diferida	-2.550,00										
Capital de operación	-26.817,00										
Participación de trabajadores		0	4.801,90	5.629,03	6.481,87	7.361,71	8.269,90	9.284,35	10.253,55	11.255,57	12.288,37
Impuesto a la renta		0	6.802,69	7.974,46	9.182,65	10.429,09	11.715,69	13.152,82	14.525,86	15.945,39	17.408,52
Flujo operacional (ingresos - egresos)	0	68.564,06	71.992,26	75.591,87	79.371,47	83.340,04	87.507,04	91.882,40	96.476,52	101.300,34	106.365,36
Valor de recuperación:											
Inversión fija		0	0	0	0	0	0	0	0	0	72.500,00
Capital de trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	26.817,00
Flujo Neto (precios constantes)	-207.646,00	68.564,06	60.387,67	61.988,39	63.706,9	65.549,24	67.521,46	69.445,22	71.697,10	74.099,39	175.985,48

Elaborado por: Daniel Villarroel

Cálculo del Valor actual neto

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO 23 %	VAN
0	-207.646,0	1,000	-207.646,0
1	68.564,1	0,906	62.105,1
2	60.387,7	0,820	49.546,2
3	61.988,4	0,743	46.068,4
4	63.706,9	0,673	42.885,5
5	65.549,2	0,610	39.968,9
6	67.521,46	0,552	37.293,0
7	69.445,2	0,500	34.742,3
8	71.697,1	0,453	32.489,9
9	74.099,4	0,410	30.415,4
10	175.985,5	0,372	65.431,4
			233.300,1

Elaborado por: Daniel Villarroel

8.8.2 Tasa interna de retorno financiero

Cuadro N°66 Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VAN 22	FACTOR DE DESCUENTO	VAN 48
0	-207.646,0	1,000	-207.646,0	1,000	-207.646,0
1	68.564,1	0,906	62.105,1	0,763	52.339,0
2	60.387,7	0,820	49.546,2	0,583	35.188,9
3	61.988,4	0,743	46.068,4	0,445	27.573,8
4	63.706,9	0,673	42.885,5	0,340	21.632,2
5	65.549,2	0,610	39.968,9	0,259	16.990,7
6	67.521,46	0,552	37.293,0	0,198	13.360,2
7	69.445,2	0,500	34.742,3	0,151	10.489,2
8	71.697,1	0,453	32.489,9	0,115	8.266,7
9	74.099,4	0,410	30.415,4	0,088	6.521,9
10	175.985,5	0,372	65.431,4	0,067	11.824,0
			233.300,1		-3.459,4

Elaborado por: Daniel Villarroel

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 10,4 + (31 - 10,422) \left(\frac{233300,1}{233300,1 - (-3459,4)} \right)$$

$$TIR = 10,4 + (20,6) \left(\frac{233300,1}{236759,5} \right)$$

$$TIR = 10,4 + (20,6)(0,985)$$

$$TIR = 10,4 + 20,29$$

$$TIR = 30,7\%$$

8.8.3 Relación Beneficio Costo

Cuadro N°67 Relación Beneficio Costo

INGRESOS	EGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZ	INGRESOS ACTUALIZ	EGRESOS ACTUALIZ
245.000,0	212.987,3	0,91	221.920,3	192.923,3
257.250,0	298.598,1	0,82	211.065,5	244.990,3
270.112,5	226.900,0	0,74	200.741,6	168.627,1
283.618,1	234.540,1	0,67	190.922,8	157.884,9
297.799,0	242.666,4	0,61	181.584,1	147.966,8
312.689,0	250.793,3	0,55	172.702,3	138.516,5
328.323,4	259.966,4	0,50	164.254,9	130.057,0
344.739,6	269.702,5	0,45	156.220,7	122.217,2
361.976,6	280.054,1	0,41	148.579,5	114.953,0
380.075,4	290.988,0	0,37	141.312,0	108.189,3
TOTAL			1.789.303,7	1.526.325,5

Elaborado por: Daniel Villarroel

$$B/C = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

$$B/C = \frac{1.789.303,7}{1.526.325,5}$$

$$B/C = 1,172$$

La relación beneficio costo nos da como resultado 1,172 dólares. En donde por cada dólar invertido genera un beneficio de 0,17 dólares.

8.8.4 Período de recuperación de la inversión

Cuadro N°68 Período de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO 16 %	VAN	VAN ACUMULADO
0	-201.329,0	1,000	-201.329,0	-201.329,0
1	68.510,1	0,862	59.060,4	-142.268,6
2	60.024,3	0,743	44.607,8	-97.660,8
3	61.623,2	0,641	39.479,3	-58.181,4
4	63.339,8	0,552	34.982,0	-23.199,4
5	65.180,0	0,476	31.033,1	7.833,6
6	67.150,1	0,410	27.561,2	35.394,8
7	69.071,6	0,354	24.439,6	59.834,4
8	71.321,1	0,305	21.754,8	81.589,2
9	73.720,9	0,263	19.385,1	100.974,3
10	175.287,4	0,227	39.734,8	140.709,1

Elaborado por: Daniel Villarroel

Consiste en el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

$$PRI = \text{AÑO ÚLTIMO DE ACTUALIZACIÓN NEGA} + \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZAD POSIT}}{\text{INEVRSIÓN INICIAL}}$$

$$PRI = 4\text{AÑO} + \frac{35184,8}{207646}$$

$$PRI = 4\text{AÑO} + 0,16$$

$$PRI = 4,16$$

El Tiempo en que se va a recuperar lo invertido en el proyecto es de 4 años,1 mes y28 días.

8.9ASPECTOS AMBIENTALES

8.9.1 Impacto ambiental del proyecto

El estudio de impacto ambiental, es el estudio técnico, de carácter interdisciplinario que, incorporado en los distintos procedimientos de gestión ambiental, está destinado a identificar, valorar, reducir y corregir las consecuencias o efectos ambientales que determinadas acciones, del proyecto futuro o de la actividad presente y funcionando, puedan causar sobre la calidad de vida del ser humano y su entorno.

El estudio de impacto ambiental es una herramienta técnica fundamental de un proceso de análisis encaminado a identificar, predecir, interpretar, valorar, prevenir, corregir y comunicar el efecto de un proyecto o actividad sobre el medio ambiente interpretado en términos de salud y bienestar humanos.

Los estudios de impacto ambiental son la principal herramienta para la evaluación de los efectos ambientales de todo proceso de toma de decisión dentro del procedimiento jurídico-administrativo. Es un estudio de carácter interdisciplinario que está incorporado en el procedimiento de Evaluación de Impacto Ambiental. De hecho los EIA forman parte de los instrumentos preventivos del daño ambiental como una herramienta técnica que ayuda a la toma de decisiones.

Los posibles factores de contaminación son los siguientes:

- Generación de ruidos
- Residuos sólidos
- Residuos líquidos con materias grasas

- Descargas de afluentes líquidos
- Principales emisiones, descargas y residuos del proyecto o actividad.

8.9.2 Acciones remediales

8.9.2.1 Principales emisiones, descargas y residuos del proyecto o actividad

La emisión de vapores producido por la cocción de alimentos en la cocina del proyecto, que será absorbida por tres campanas de acero inoxidable de 1,20 x 2 metros, (mayor que el artefacto cocina). Esta campana está equipada con dos extractores de 10 pulgadas de diámetro de tipo industrial y filtros intercambiables, elimina la posible emisión de partículas hacia la atmósfera. El vapor de agua filtrado sale al exterior, al igual que en el caso de cualquier otra cocina a través de un ducto de acero inoxidable o de acero galvanizado con capa electrolítica de ZINC-ALUMINIO.

Por lo tanto se considera que el proyecto no genera ningún tipo de emisiones contaminantes a la atmósfera.

8.9.2.2 Descargas de afluentes líquidos

Los afluentes líquidos que genera el proyecto corresponden a las aguas servidas provenientes de los servicios higiénicos y de la cocina. Este afluente es transportado mediante un ducto de P.V.C. de 110 mm a la red de alcantarillado.

8.8.2.2 Residuos líquidos con materias grasas

La cocinase generan residuos líquidos con materias grasas las que pueden obstruir los ductos se ha consultado una cámara decantadora previo a la conexión a la red de alcantarillado

El residuo semisólido graso proveniente de la cámara decantadora, es retirado cada dos meses, tiempo calculado considerando el tamaño de la cámara y llevado al vertedero municipal en envases especiales de polietileno.

8.9.2.3 Residuos sólidos

Se generan dos tipos de residuos sólidos:

Aquellos provenientes de los procesos de preparación de comidas en la cocina
Comida sobrante del servicio.

Estos residuos son entregados al camión municipal recolector de basura, en el primer caso en el segundo se entrega a criadores de cerdos.

8.9.2.4 Generación de ruidos

El área del entorno del proyecto tiene por baja diversidad habitacional. Durante la construcción y el funcionamiento se emitirán solamente ruidos provenientes de la faena. Por lo tanto son de baja intensidad y no provocarán molestias al vecindario.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Achig, L.** Metodología de la Investigación Social: Cuaderno de Docencia Universitaria 2ª. ed. Cuenca: UTPL. 1991.
2. **Ecuador: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.** Censo de Población y Vivienda: Chimborazo. Quito: INEC 2010.
3. **Unda, R.** Metodología de la Investigación. Quito: Abya Yala. 1997.
4. **López Franco, A.** Administración de la Empresa Restaurantera. México: Trillas. 2004.
5. **Reay, J.** Restaurantería Básica: Administración de Servicios de Alimentos. México: Trillas. 1997.
6. **López Benito, N.** Marketing en Restauración. Madrid: Síntesis 2009
7. **Rodríguez Vera, R.** Costos Aplicados en Hotelería en Alimentos y Bebidas. 4ª. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones 2012.
8. **Valdery Sanz, P.** Investigación de Mercados: Enfoque Práctico. Bogotá: Ediciones de la U 2011
9. **Luckie García, M.** Contabilidad Hotelera. México: Trillas 2007
- 10- **Buendía, J. M.** Organización de Reuniones: Convenciones Congresos Seminarios. 2ª. ed. México: Trillas. 2007

X. ANEXOS

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

ENCUESTA A TRABAJADORES

Objetivo: Determinar la aceptación que tendrá una empresa de servicios de alimentación para trabajadores del sector industrial en el cantón Ambato, 2013.

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada pregunta y responda. Las respuestas serán manejadas confidencialmente, no es necesario que nos indique su nombre.

Edad en años cumplidos

- 15 – 24 ()
25 – 34 ()
35 – 44 ()
45 - 54 ()
55 o más ()

Grado de Instrucción

- Primaria ()
Ciclo Básico ()
Bachillerato ()
Superior ()

1. Cuantas comidas consume durante su permanencia en el trabajo

- Una ()
Dos ()
Tres ()
Ninguna ()

2. Los alimentos que usted consume durante la jornada de trabajo:

- Los prepara en su casa y los lleva al trabajo ()
Les provee la empresa en su comedor ()
Los adquiere en comedores cerca de la empresa ()
Otros... cuál..... ()

3. ¿A la hora de alimentarse existen todas las facilidades?

- Siempre ()
Pocas veces ()
Nunca ()
Cuáles

.....

4. **¿El lugar destinado a la alimentación es adecuado y garantiza el servicio?**

- Siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()

5. **¿Ha tenido problemas de salud por el consumo de alimentos en su lugar de trabajo?**

- Siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()

Por qué

.....
.....

6. **¿Ha recibido capacitación sobre alimentación adecuada y saludable?**

- Si ()
- No ()

7. **¿La alimentación de empleados y trabajadores es importante para los administradores de la empresa?**

- Muy importante ()
- Poco importante ()
- Nada importante ()

Por qué

.....
.....

8. **¿La alimentación incide en el rendimiento de un trabajador en la empresa?**

- Siempre ()
- Pocas veces ()
- Nunca ()

Por qué

.....
.....

9. **¿Le gustaría que una empresa especializada se encargue de la preparación y servicio de los alimentos que usted ingiere en la jornada de trabajo?**

- Si ()
- No ()

Por qué

.....
.....

10. ¿Qué valor paga por la comida que recibe?

- 1,80 USD ()
- 2,00 USD ()
- 2.50 usd ()
- Más de 2,50 ()

11. ¿La empresa le reconoce el valor de la comida?

- Si ()
- No ()

Por qué

.....
.....

12. ¿Qué tipo de comida debe contener la propuesta?

- Nacional de diferentes regiones ()
- Internacional ()
- Típica de la zona ()
- Todas las anteriores ()

Por qué

.....
.....

Gracias por su colaboración

PLAN DE SELECCIÓN DEL RECURSO HUMANO

FICHA DE PROFESIOGRAMA (TIPO A)

Cuadro N° 69 ficha de profesioograma

PUESTO	GERENTE ADMINISTRADOR		CATEGORÍA JEFATURA.	
SALARIO BRUTO	ANUAL USD. 9600		NUMERO DE PAGAS (ANUAL) 14	
	MENSUAL USD. 800			
PUESTO DEL QUE DEPENDE				
GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa privada	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. 380 MÁXIMA: USD. 500	
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA. Es el superior en la jerarquía de la empresa				
FUNCIONES	Planificación del equipo de trabajo, en las labores diarias. Llevar un control diario de ingresos y egresos.			
TAREAS	Es el responsable de la planeación y coordinación del servicio y la venta de los alimentos y bebidas, mediante la aplicación de políticas y estándares de calidad.			
RESPONSABILIDADES	Garantizar el correcto funcionamiento interno y la calidad del servicio a los consumidores.			
ATRIBUCIONES	Asignación de trabajos, organización de turnos y controlar al personal			
RELACIONES INTERNAS	MOTIVO		FRECUENCIA	PUESTO
	Control de trabajos efectuados		Diario	
	Organizar trabajo		Diario	
	Llevar la contabilidad		Diario	
RELACIONES EXTERNAS	MOTIVO		FRECUENCIA	PUESTO
	Solicitud y recepción de materia prima		Diario	Proveedores.
OTROS DATOS DE INTERÉS	Se encarga de contactarse con los proveedores. Adiestrar a los nuevos empleados. Comprobar la calidad de los productos.			

FICHA DE PROFESIOGRAMA (TIPO B)(

Cuadro N° 70 Ficha de profesiograma Tipo B)

PUESTO		Gerente
FUNCIONES BÁSICAS		Organización y control de restaurante.
RESPONSABILIDADES		Planificar y controlar al personal.
FORMACIÓN REGLADA REQUERIDA		Licenciado en gestión gastronómica, Administrador de empresas.
FORMACIÓN OCUPACIONAL REQUERIDA		Experiencia en administración de negocios
Otros conocimientos		
CONOCIMIENTOS	Nivel	Especialidad
IDIOMAS	Básico	Ingles
	Básico	Francés
Experiencia laboral y profesional		
EN EL SECTOR	En administración de restaurantes, altos conocimientos en cocina nacional e internacional.	
EN EL PUESTO	Dirección y organización de cocina control de inventarios, etc.	

FICHA PROFESIOGRÁFICA

PUESTO									
PROMEDIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
INTELIGENCIA GENERAL									
CREATIVIDAD									
ADAPTACIÓN A CAMBIOS									
FACILIDAD RESTABLECER RELACIONES									
CAPACIDAD PARA PLANIFICAR									
CAPACIDAD PARA ORGANIZAR									
CAPACIDAD PARA DIRIGIR									
CAPACIDAD PARA SUPERVISAR									
CAPACIDAD PARA INNOVAR									
AUTOAFIRMACIÓN									
AUTOCONTROL									
PERSEVERANCIA									
RAPIDEZ EN TOMA DE DECISIONES									
LIDERAZGO CARISMÁTICO									
TOLERANCIA A FRUSTRACIÓN									
DINAMISMO									
CONSTANCIA									
CAPACIDAD DE MANDO									
EXTRAVERSIÓN									
VISIÓN DE FUTURO									
ACTITUD PARA IMPONER									
ACTITUD PARA COLABORAR									
ACTITUD PARA NEGOCIAR									
INTERÉS POR TAREAS									
INTERÉS POR PERSONAS									
ESPÍRITU DE EQUIPO									
FLEXIBILIDAD									

Nota: La escala que se utiliza es que 10 es el máximo y va disminuyendo a medida que los conocimientos en el área específica descienden hasta llegar al que es el mínimo.

ENTREVISTA INTERPERSONAL

Cuadro N° 71 Entrevista Interpersonal

CANDIDATO/ A	A	B	C	D	E	TOTAL
	FORMACIÓN	EXPERIEN CIA	PRESEN CIA	ESTUDIO S COMPLE MENTARI OS	PREDISP OSICIÓN AL TRABAJ O	
1						
2						
3						

1. ESTABLECER UNA ESCALA DEL 1 AL 10.
2. LA ENTREVISTA SE RECOMIENDA REALIZARLA EN UN PERIODO DE 45 MINUTOS A 1 HORA CON 15 MINUTOS.