



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE SERVICIO DE
ALMUERZOS EJECUTIVOS A DOMICILIO, EN EL RESTAURANTE EL OLIMPO
PARA EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y
Auditoría CPA.

AUTOR(A):

Collaguaso Cualchi Ana Geovanna

DIRECTOR(A):

MSC. Cristina Jaqueline Villegas Estévez

Ibarra, 2020

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación corresponde a un estudio de factibilidad para la creación del servicio de almuerzos ejecutivos a domicilio en el Restaurante el Olimpo, para empresas de la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha; inicialmente se ha planteado un marco teórico para encaminar a los usuarios del presente proyecto, los términos analizados se enfocan al emprendimiento, servicio de restaurantes, la calidad, y la administración de los mismos, seguidamente la metodología de la investigación permitió determinar las variables a analizarse y los diferentes instrumentos utilizados como la observación, entrevistas, encuestas y sobre todo el acceso a la información primaria y secundaria necesarias para el desarrollo de la presente investigación. El capítulo tres trata el diagnóstico situacional realizado a través de la matriz FODA que admitió ver las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en el establecimiento para poder ofertar el nuevo servicio de almuerzos a domicilio. Finalmente, el capítulo cuarto que en sí marca el desarrollo de la nueva propuesta, se analizó el estudio de mercado para conocer las fuerzas que dinamizan el servicio de alimentos a domicilio en la ciudad de Cayambe, la oferta y demanda se determinó a través de las encuestas y entrevistas realizadas a la competencia y clientes, respectivamente; el estudio técnico determinó los requerimientos necesarios para llevar a cabo el nuevo servicio los cuales se enfocan en el estudio financiero que indica una inversión de \$ 7141.80 y se recuperará a partir del segundo año, con una tasa interna de retomo del 55.44% y un valor actual neto de \$9510.21 concluidos los 5 años de estimación del proyecto. Los otros índices financieros admiten la ejecución del presente proyecto existiendo condiciones de certidumbre en la presente inversión, hay que recalcar que en el estudio organizacional se mejoró y estableció su misión, visión y políticas que permitan al establecimiento tener una filosofía y estructura organizacional que destaque de otros establecimientos de la localidad.

ABSTRACT

This research work corresponds to a feasibility study for the creation of the executive lunches at home at el Olimpo Restaurant, for companies in Cayambe city, Pichincha province; initially a theoretical framework has been proposed to direct users of this project, the terms analyzed focus on entrepreneurship, restaurant service, quality, and management, then the research methodology made it possible to determine the variables to be analysed and the different tools used during research such as observation, interviews, surveys and above all access to information primary and secondary necessary for the development of this research. Chapter Three discusses the situational diagnosis made through matrix FODA who admitted to determining the strengths, opportunities, weaknesses and threats in the establishment in order to offer the new lunch service at home. Finally, chapter four, which itself marks the development of the new proposal, the market study was analyzed to learn about the forces that energize the maintenance of the services of the domicile of the State of Cayambe, the application of the law and the determination of the conditions and the implementation of the competition and customers, respectively; The technical study determined the necessary requirements to carry out the new service, which are focused on the study indicating an investment of \$ 7141.80 and will recover from the second year, with an internal rate of retouching of the 55, 44% and a net present value of \$ 9510,21 after five years of project estimation. According to the other financial indices they admit the execution of this project existing conditions of certainty in this investment, it should be emphasized that the organizational study improved and established its mission, vision and policies that allow the establishment to have a philosophy and organizational structure that stands out from other establishments in the town.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003344049		
APELLIDOS Y NOMBRES:	COLLAGUASO CUALCHI ANA GEOVANNA		
DIRECCIÓN:	CAYAMBE-PICHINCHA		
EMAIL:	anacollaguasocualchi@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	022360360	TELÉFONO MÓVIL:	0963440855


DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE SERVICIO DE ALMUERZOS EJECUTIVOS A DOMICILIO, EN EL RESTAURANTE EL OLIMPO PARA EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA
AUTOR (ES):	COLLAGUASO CUALCHI ANA GEOVANNA
FECHA: DD/MM/AAAA	28/10/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. CRISTINA JAQUELINE VILLEGAS ESTEVEZ

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de octubre del 2020

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Collaguaso Cualchi Ana Geovanna

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de directora del Trabajo de Grado, presentado por la egresada COLLAGUASO CUALCHI ANA GEOVANNA, para optar para el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es: Proyecto de factibilidad para creación de servicio de almuerzos ejecutivos a domicilio, en el restaurante El Olimpo para empresas de la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 28 días del mes de octubre del 2020



MSC. CRISTINA JAQUELINE VILLEGAS ESTEVEZ

Directora de Trabajo de Grado

C.C.:100296515-8

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación principalmente a Dios, por la fortaleza que me ha permitido perseverar y no declinar ante cada una de las pruebas que se han presentado a lo largo de mi preparación profesional.

A mi esposo Adrián y mi hija Valentina por haber sacrificado valiosos tiempos en familia, por su apoyo incondicional para poder superarme cada día y hoy son mi motivación para enfrentar los nuevos retos que se nos depara.

A mis padres y hermanas por alentarme día a día a salir adelante, en especial a mi mamita Lucila porque es su sueño ver a todas sus hijas realizadas profesionalmente, gracias por todos sus sacrificios y por su amor infinito que perdurará en mí por siempre.

Por y para ustedes con mucho cariño mi dedicación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por la salud y vida que me permiten estar con mis seres queridos concluyendo este anhelado sueño.

Adrián y Valentina mis pilares fundamentales, por su amor y comprensión en todo momento.

A mis padres y hermanas por ser mi apoyo moral, a mi mamita Lucila por cuidar de mi hija en mi ausencia, a mi hermano mayor Patito (+) mi apoyo celestial porque sé que desde el cielo nos guías.

A la Universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de formarme en sus aulas, conocer excelentes profesionales y personas que nos dejaron enseñanzas no solo académicas sino también de vida, a las amistades que forje a lo largo de mi formación profesional y haber compartido experiencias únicas.

1. TEMA DEL PROYECTO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE SERVICIO DE ALMUERZOS EJECUTIVOS A DOMICILIO, EN EL RESTAURANTE EL OLIMPO PARA EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”

1.1. ANTECEDENTES

La ciudad de Cayambe está situado 82 km al noreste de Quito con una superficie de 1190.57 km², es el segundo cantón más poblado de la provincia de Pichincha después del cantón Quito, con una población de 85.795 habitantes según el último censo realizado en el año 2010. Se encuentra en la Zona geográfica 2 según lo estableció la última planificación territorial, cuenta con ocho parroquias, Urbanas: Cayambe, Ayora, Juan Montalvo. Rurales: Ascázubi, Cangahua, Otón, Santa Rosa de Cusubamba y Olmedo de los cuales el 45,5 % en el área urbana y el 54,5 % en el área rural. Dentro de toda la población cayambeña el 59.6 % de habitantes corresponde a la Población Económicamente Activa, según el censo de población y Vivienda (2010), integrando grupos económicos específicos tales como: comercio, agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca, industrias manufactureras, construcción entre otras actividades que se han ido generando en la localidad.

Su historia, cultura y tradiciones hacen de Cayambe un lugar atractivo para el turismo y la aventura, Cayambe posee el único nevado en el planeta que atraviesa la línea Ecuatorial este referente ha permitido que cientos de turistas extranjeros visiten el cantón y mucho más en el festejo de sus fiestas de San Pedro de Cayambe cuyo derroche de cultura, danzas y tradiciones propias de la localidad fortalecen año tras año el turismo local y nacional. También conocido por ser una de las ciudades más importantes en la producción de flores a nivel mundial, lo convierten no solo en un centro de negocios sino también generador de empleo directo e indirecto dentro y fuera del cantón.

2. JUSTIFICACIÓN

Durante las dos últimas décadas el desarrollo económico y poblacional del cantón ha aumentado considerablemente, de igual manera las necesidades de la población debido al ritmo de vida exigido optan por buscar nuevas alternativas en cuanto a satisfacción de necesidades, por ello el requerimiento de establecimientos de servicio alimenticio en la localidad se ha incrementado.

Se considera que la implementación de este proyecto es factible, ya que contribuirá a la generación de nuevos ingresos para el establecimiento y fortalecer un mercado poco explorado en el ámbito comercial, con ello se pretende establecer al Restaurante el Olimpo como principal proveedor de almuerzos a domicilio basados en estándares de calidad del producto y servicio. Se concebirá el servicio rápido y eficiente que ahorra tiempo y dinero, y será una carta de presentación que atraerá clientes que buscan superar sus expectativas.

El proyecto favorece a la ciudadanía cayambeña a reducir tiempo y costo en el traslado a establecimientos a la hora del almuerzo, puesto que muchos por la ubicación de sus lugares de trabajo a más de pagar su consumo tienen que hacer uso del servicio de transporte para trasladarse al establecimiento de su preferencia y cuenta con un tiempo limitado para alimentarse adecuadamente. Por ello esta propuesta se enfoca a dar un servicio personalizado al alcance del tiempo y dinero de los consumidores.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para establecer un servicio de almuerzos ejecutivos a domicilio, en el Restaurante El Olimpo para empresas de la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha, con la finalidad de determinar su viabilidad económica.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del restaurante El Olimpo mediante el uso de herramientas de investigación con la finalidad que se acceda a un amplio conocimiento del comportamiento del sector que rodea el establecimiento donde se realizará el proyecto de factibilidad.
- Elaborar un estudio de mercado mediante el análisis de variables tales como la oferta, demanda y precio, y se apruebe estrategias de comercialización sobre el mercado de almuerzo ejecutivos a domicilio para empresas en la ciudad de Cayambe.
- Efectuar un estudio técnico que permita determinar la localización, materia prima, mano de obra maquinaria, inversión, recursos, financiamiento, distribución de los espacios de trabajo del establecimiento que permita la implementación de la propuesta.
- Desarrollar un análisis económico sobre la factibilidad del proyecto, a través de estados financieros proyectados e indicadores económicos, con el fin que admita la ejecución de la toma de decisiones bajo condiciones de certidumbre en la presente inversión.
- Establecer la propuesta organizacional a través del fortalecimiento de la misión, visión del establecimiento, y se acepte la práctica de una filosofía y estructura organizacional adecuada a sus necesidades.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El marco teórico será organizado mediante la investigación documental con la finalidad de obtener conceptos y conocimientos que sirvan de guía y apoyo a la investigación, de esta forma se podrá sustentar todas las bases del proyecto y evitar desviaciones que alteren el resultado de la investigación.

Se realizará un estudio diagnóstico a través del análisis de la población del sector a nivel de consumidores frecuentes del establecimiento, empresarios dedicados a la oferta de

comida a domicilio y sector turístico que permita conocer el comportamiento y crecimiento de la ciudad de Cayambe y así determinar la viabilidad comercial del proyecto.

En el estudio de mercado se realizará un análisis de la oferta y la demanda del servicio, posibles competidores y el mercado objetivo para definir las estrategias de marketing más eficientes para saber lo que espera el mercado con la propuesta de un proyecto de factibilidad.

El estudio técnico consiste en realizar un análisis mediante el uso de herramientas de investigación con el propósito de determinar la localización, materia prima, mano de obra, maquinaria necesaria, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones e ingeniería del proyecto, recursos y financiamiento que garanticen los recursos e inversión del establecimiento para su buen funcionamiento.

Se elaborará un estudio financiero para conocer la rentabilidad económica del proyecto a largo plazo y permitir a la administración tener una viabilidad económica de la empresa.

En la propuesta organizacional mediante la formulación de la misión, visión, filosofía y estructura del establecimiento se determinará las funciones y espacios que se llevarán a cabo para el buen funcionamiento de la organización, evitando la duplicidad de funciones.

5. ESTRUCTURA DEL PROYECTO

1. TEMA DEL PROYECTO.....	IX
1.1. ANTECEDENTES	IX
2. JUSTIFICACIÓN.....	X
3. OBJETIVOS.....	X
3.1 OBJETIVO GENERAL	X
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	XI
4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	XI
5. ESTRUCTURA DEL PROYECTO.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVII

ÍNDICE DE FIGURAS	XIX
CAPÍTULO I	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1 Conceptualización de Términos Relacionados a Emprendimientos.....	1
1.1.1 Potencial Emprendedor	1
1.1.2 Actitud Emprendedora.....	1
1.1.3 La Familia Empresaria.....	2
1.1.4 Valores y Virtudes de los Empresarios Familiares	3
1.1.5 La Imagen en la Empresa Familiar	3
1.2 Conceptualización de Términos Relacionados al Diagnóstico Situacional.....	4
1.2.1 Restaurante.....	4
1.2.2 Funcionamiento del Restaurante	5
1.2.3 El Cliente	5
1.2.4 Calidad y Servicio.....	6
1.2.5 Servicio a Domicilio	7
1.3 Conceptualización de Términos Relacionados a Estudio de Mercado.....	7
1.3.1 Estudio de Mercado	7
1.3.2 Plan de Marketing	8
1.3.3 Segmentación de Mercado.....	8
1.3.4 Políticas de Precio.....	8
1.3.5 Plan de Ventas.....	9
1.3.6 Modelo de Negocio.....	9
1.4 Conceptualización de Términos Relacionados al Estudio Técnico.....	9
1.4.1 Estudio Técnico	9
1.4.2 Macro Localización	10
1.4.3 Micro Localización	10
1.4.4 Mercado Laboral.....	11
1.4.5 Productividad	11
1.5 Conceptualización de términos Relacionados al Estudio Financiero y Organizacional.....	12
1.5.1 Factibilidad Económica	12
1.5.2 Evaluación Económica y Financiera.....	12
1.5.3 Estados Financieros	13
1.5.4 Punto de Equilibrio	13
1.5.5 Estructura Organizacional.....	14

CAPÍTULO II.....	15
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS.....	15
2.1 Tipo de Investigación	15
2.1.1 Investigación de Campo.....	15
2.2 Enfoque de la Investigación	16
2.2.1 Investigación Cualitativa	16
2.2.2 Investigación Cuantitativa	16
2.3 Técnicas e Instrumentos	16
2.3.1 Observación	16
2.3.2 Encuestas.....	17
2.3.3 Entrevista	17
2.4 Población y Muestra	17
2.5 Variables Diagnosticas	17
2.5.1 Factor Administrativo:.....	17
2.5.2 Capacidad Infraestructura	18
2.5.3 Factor Competitivo	18
2.5.4 Capacidad Financiera:.....	18
CAPÍTULO III	20
DIAGNÓSTICO	20
3.1 Introducción.....	20
3.2 Objetivos.....	21
Objetivo General.....	21
Objetivos Específicos	21
3.3.1 Factores Administrativos:	21
Estructura Organizacional	23
3.3.2 Capacidad Infraestructura	23
3.3.3 Factor Competitivo	27
3.3.4 Capacidad Financiera.....	31
3.4 Análisis de la información.....	32
3.5 Conclusión diagnóstica.....	34
CAPÍTULO IV	35
PROPUESTA	35
4.1 Estudio de Mercado	35
4.1.1 Segmentación del Mercado	37
4.1.2 Mercado Meta	38

4.1.3	Análisis de la muestra	38
4.1.4	Análisis e interpretación de Resultados	39
4.1.5	Conclusión General de la Aplicación de la Encuesta	50
4.1.6	Demanda Potencial	51
4.1.7	Oferta	52
4.1.8	Análisis de Precios Actuales	54
4.1.9	Estrategias de Comercialización	54
4.1.10	Conclusiones del Estudio de Mercado	56
4.2	Estudio Técnico	57
4.2.1	Localización del Proyecto	57
4.2.2	Tamaño del Proyecto	58
4.2.3	Ingeniería del Proyecto	58
4.2.4	Inversión del Proyecto	66
4.2.5	Inversión Total	70
4.2.6	Financiamiento	70
4.3	Estudio Financiero	71
4.3.1	Estructura de la Inversión	71
4.3.2	Estados Financieros Presupuestados	76
4.3.3	Conclusiones de la Evaluación financiera	82
4.4	Estudio Organizacional	83
4.4.1	La empresa	83
4.4.2	Constitución Jurídica	92
CAPÍTULO V		102
5 VALIDACIÓN		102
5.1 Introducción		102
CONCLUSIONES		110
BIBLIOGRAFÍA		113
ANEXOS		116
Nº1: Instrumentos de Investigación		117
a)	Ficha de Observación	117
b)	Entrevista	117
c)	Encuesta	118
d)	Matriz de Correlación de Variables FODA	120
e)	Proformas	122
f)	Reglamento Interno	124

Manual de Procedimiento Área de Cocina y Servicio RESTAURANTE EL OLIMPO...	124
ANTECEDENTES	124
MISIÓN-VISIÓN	124
OBJETIVOS-VALORES-POLÍTICAS	124
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	125
g) Evidencia de Trabajo.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Valores y virtudes.....	3
Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica.....	19
Tabla 3 Factores administrativos.....	21
Tabla 4 Capacidad infraestructura.....	23
Tabla 5 Variedad del menú.....	25
Tabla 6 Proveedores de productos alimenticios.....	26
Tabla 7 Factor competitivo.....	27
Tabla 8 Clientes que frecuentan restaurante el olimpo.....	27
Tabla 9 Nivel de aceptación de clientes.....	28
Tabla 10 Instituciones públicas y privadas de la ciudad de Cayambe y sus alrededores....	29
Tabla 11 Capacidad financiera.....	31
Tabla 12 Matriz FODA.....	32
Tabla 13 Cruce matriz FODA.....	33
Tabla 14 Matriz del estudio de mercado.....	36
Tabla 15 ¿Conoce usted del servicio de almuerzos ejecutivos que oferta el Olimpo Restaurante?.....	40
Tabla 16 ¿Por qué razón usted visita el Olimpo Restaurante?.....	41
Tabla 17 ¿Con qué frecuencia usted almuerza en restaurante el olimpo?.....	42
TABLA 18 ¿QUÉ HORARIO TIENE PARA ALMORZAR?.....	43
TABLA 19 ¿LE GUSTARÍA RECIBIR EL MENÚ ANTES DEL SERVICIO PARA INFORMARSE LOS ALIMENTOS QUE RECIBIRÁ?.....	44
TABLA 20 ¿QUÉ RECOMIENDA USTED DEBERÍA MEJORAR EL ESTABLECIMIENTO?.....	45
TABLA 21 ¿CUÁNTO DESTINA USTED PARA EL ALMUERZO?.....	46
TABLA 22 ¿CUÁL DE LOS DOS TIPOS DE ALMUERZO PREFERE?.....	47
Tabla 23 ¿Le gustaría que un restaurante de su preferencia le provea de almuerzos en su lugar de trabajo o domicilio?.....	48
TABLA 24 ¿RECOMENDARÍA USTED EL NUEVO SERVICIO QUE BUSCA OFERTAR EL ESTABLECIMIENTO?.....	49
Tabla 25 Resumen entrevista.....	51
Tabla 26 Proyección de la demanda cayambe.....	52
Tabla 27 Proyección de la oferta cayambe.....	53
Tabla 28 Balance de la oferta y demanda.....	53
Tabla 29 Precios actuales almuerzos para llevar.....	54
Tabla 30 Reporte de sueldos y salarios de personal administrativo y operativo.....	60
Tabla 31 Mapa de procesos diario de proceso de producción.....	61
Tabla 32 Mapa de procesos diario entrega almuerzos a domicilio.....	61
Tabla 33 Costo de producción.....	64
Tabla 34 Proporcional de servicios básicos por menú.....	65
Tabla 35 Valores adicionales al costo del menú.....	65
Tabla 36 Precio de venta.....	66
Tabla 37 Detalle de compras insumo materia prima mensuales.....	67
Tabla 38 Costo equipos de computación.....	68
Tabla 39 Costo maquinaria y equipo.....	68
Tabla 40 Vehículos.....	69

Tabla 41 Resumen inversiones fijas	69
Tabla 42 Resumen de gastos de operación.....	69
Tabla 43 Gastos variables.....	70
Tabla 44 Resumen de inversiones	70
Tabla 45 Resumen de financiamiento	70
Tabla 47 Proyección de ingresos	72
Tabla 48 Costos de adquisición.....	72
Tabla 49 Gastos administrativos proyectados	73
Tabla 50 Gastos de venta proyectados	73
Tabla 51 Amortización del financiamiento	74
Tabla 52 Depreciación activos	75
Tabla 53 Resumen costos y gastos	75
Tabla 54 Estado de situación inicial	76
Tabla 55 Estado de resultados proyectado	77
Tabla 56 Flujo de caja	77
Tabla 57 Costo de oportunidad.....	78
Tabla 58 Calor actual neto.....	79
Tabla 59 Tasa interna de retorno	79
Tabla 60 Periodo de recuperación	80
Tabla 61 Relación costo beneficio.....	81
Tabla 62 Resumen de evaluación financiera	82
Tabla 63 Manual de funciones del administrador	86
Tabla 64 Manual de funciones del cajero.....	87
Tabla 65 Manual de chofer motorizado.....	88
Tabla 66 Manual de funciones jefe de cocina	89
Tabla 67 Manual de funciones del ayudante de cocina.....	90
Tabla 68 Manual de funciones del mesero	91
Tabla 69 Matriz de validación.....	105
Tabla 70 Matriz de validación.....	106
Tabla 71 Matriz de validación	107
Tabla 72 Matriz de validación.....	108
Tabla 73 Resultados frecuencia.....	109
Tabla 74 Resultados totales	109
Tabla 75 Observacion diagnostica el olimpo restaurante	117
Tabla 76 Resumen entrevista competencia	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Visión y misión	22
Figura 2 Ubicación Restaurante el Olimpo	24
Figura 3 ¿Conoce usted del servicio de almuerzos ejecutivos que oferta el Olimpo Restaurante?.....	40
Figura 4 ¿Por qué razón usted visita el Olimpo Restaurante?.....	41
Figura 5 ¿Con qué frecuencia usted almuerza en Restaurante el Olimpo?	42
Figura 6 ¿Qué horario tiene para almorzar?	43
Figura 7 ¿Le gustaría recibir el menú antes del servicio para informarse los alimentos que recibirá?	44
Figura 8 ¿Qué recomendación usted debería mejorar el establecimiento?	45
Figura 9 ¿Cuánto destina usted para el almuerzo?	46
Figura 10 ¿Cuál de los dos tipos de almuerzo prefiere?.....	47
Figura 11 ¿Le gustaría que un restaurante de su preferencia le provea de almuerzos en su lugar de trabajo o domicilio?	48
Figura 12 ¿Recomendaría usted el nuevo servicio que busca ofertar el establecimiento?..	49
Figura 13 Ubicación de cayambe	57
Figura 14 Ubicación el olimpo restaurante.....	58
Figura 15 Diseño ampliación área de trabajo	59
Figura 16 Imagen corporativa el olimpo	83
Figura 17 Organigrama estructural.....	85
Figura 18 Registro único de contribuyente (RUC).....	92
Figura 19 Permiso de bomberos	93
Figura 20 Patente	94
Figura 21 Permiso de funcionamiento.....	95
Figura 22 Mapa de procesos.....	96
Figura 23 Flujo grama de compras de insumos para el menú diario.....	97
Figura 24 Flujograma de producción.....	98
Figura 25 Flujo grama de servicio a domicilio.....	99
Figura 26 Flujograma de proceso contable.....	100
Figura 27 Proforma de plásticos.....	122
Figura 28 Equipos de computación	123
Figura 29 Maquinaria y equipo	123
Figura 30 Vehículos.....	123
Figura 31 Puestos y funciones	126
Figura 32 Instalaciones el olimpo restaurante	129
Figura 33 Instalaciones el olimpo restaurante	129

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Conceptualización de Términos Relacionados a Emprendimientos

1.1.1 Potencial Emprendedor

El potencial emprendedor se define como el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes, intereses y motivaciones que posee una persona acorde para iniciar un determinado negocio en el marco de cumplir un objetivo (Sánchez, 2013)

Para emprender es necesario estudiar y prepararse en el campo emprendido, en el desarrollo del presente trabajo no solo implica tener los conocimientos, es necesario tener interés, motivación de cada día aprender y descubrir nuevas experiencias que enriquecerán nuestros saberes ancestrales en un tema amplio como es la gastronomía y la cual se irá desarrollando en la presente investigación.

Para tener más claro el concepto se ha consultado otra fuente:

Potencial Emprendedor define a la persona que se plantea convertirse en emprendedor, mismo que debe tener una actitud psicológica proclive a asumir riesgos empresariales, es igualmente básico considerar si se cuenta con los conocimientos técnicos adecuados para ir hacia adelante con l idea de negocio. (Garcia, 2014)

1.1.2 Actitud Emprendedora

(Robbins, Stephen & Judge, Tomonthy, 2013) La actitud emprendedora son los enunciados o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos que permiten de manera concisa el logro de los objetivos a conseguir.

El concepto anterior enfatiza en la capacidad personal y psíquica para emprender, es el potencial de lo que uno puede hacer y lo que nos permitirá llegar al éxito, con el presente trabajo de investigación se busca lograr a cumplir los objetivos planteados y sobrellevar las adversidades que se presenten en el mismo.

1.1.3 La Familia Empresaria

Definir la familia empresaria involucra los valores de cada uno de los integrantes, tiene objetivos comunes y se apoya en sus costumbres, se fortalece en su cultura y se consolidará en el tiempo al trabajar en conjunto alrededor de sus empresas o inversiones. (Gómez, 2010)

El autor describe tres entes importantes de la empresa familiar como son:

- Empresa

Dentro de este sistema se pasa por varias etapas de conceptualización, concepción arranque, supervivencia, expansión, madurez y, tal vez, el declive.

- Propiedad

Pasa de mano de los gestores de la empresa casi en su totalidad, a procesos de dilución que se puede apoyar en alguna rama de la familia o incluso en el crecimiento de la participación de inversionistas externos.

- Familia

Solo el gestor (padre/madre) interviene en la operación y las decisiones, a procesos de participación de hijos, hijos políticos, parientes cercanos.

En base a la información encontrada tenemos claro que las empresas de familia se crean sobre bases de necesidad, confianza la misma que genera ideas, recursos y motivación para trabajar con mucho esfuerzo para alcanzar el éxito. Es necesario que en el desarrollo del

presente estudio se potencie los tres entes, con el fin de que el emprendimiento perdure en el tiempo.

1.1.4 Valores y Virtudes de los Empresarios Familiares

(Gómez, 2010) Propone los siguientes principios, valores y virtudes:

TABLA 1 VALORES Y VIRTUDES

Dichos Populares	Valores y Virtudes
Al que madruga Dios le ayuda	Laboriosidad, fe
Haz el bien y no mires a quien	Bondad, justicia
Al hombre pobre la cama lo mata	Laboriosidad
La empresa es de todos y no de uno	Colectividad
En la mesa y en el juego se conoce al caballero	Honestidad
Ante la duda, abstente	Prudencia
Una sola cosa y bien hecha, por favor	Excelencia
Todo hombre consigue lo que quiere	Perseverancia
La vida es un jardín de oportunidades, unos pasan y otros la recogen	Iniciativa, emprendimiento
El fracaso no me sobrecogerá nunca, si mi determinación para alcanzar el éxito es suficientemente poderosa	Fortaleza
No hay cosa imposibles, sino personas incapaces	Excelencia, optimismo

Fuente: (Gómez, 2010)

Como se observa en la tabla el autor se basa en dichos populares y destaca la importancia de los valores los cuales provienen de la base de la sociedad que es la familia, hay que tener en claro que hoy en día no son muy arraigados pero que sin embargo se los puede trabajar, con este estudio de factibilidad enriqueceremos más nuestros valores.

1.1.5 La Imagen en la Empresa Familiar

Se define la imagen de empresa familiar como la asociación que se hace sin darnos cuenta de lo que tuvimos en nuestro hogar, lo asociamos a lo mejor de nuestra vida, ya que la comida, la atención de nuestros padres, charlar con nuestros abuelos o aquello que nos hizo

sentir cómodos y bien, aquellos buenos recuerdos. Este es uno de los motivos por los que normalmente asociamos este concepto de la “empresa familiar” con un buen producto o servicio (Aragoneses, 2013)

El autor nos encamina a dar lo mejor en lo que hacemos, este será el valor agregado que ayudará a que nuestro bien o servicio ofertado sea conocido y no hace referencia a un dibujo que nos identifique sino a lo que el cliente preferirá y recomendará a otros por las características ya mencionadas.

1.2 Conceptualización de Términos Relacionados al Diagnóstico Situacional

1.2.1 Restaurante

Hoy en día en la dinámica económica los Restaurantes generan ingresos importantes en la economía de muchas familias, por ello se define como el local con servicio de mesas en donde se sirven diferentes tipos de comida de forma tal que los clientes puedan sentarse cómodamente para consumirlas. Puede encontrarse en un hotel, club o funcionar de forma independiente. (Quirola, 2015)

(Quirola, 2015) En su definición de restaurante resalta que es una organización que se encuentra en varios sectores como hoteles, club o de manera independiente y que ofrece servicio de comida de una manera atenta y cordial al cliente para poder aclarar más el concepto se ha investigado el siguiente link de consulta:

“El restaurante es una actividad dentro del negocio que se encuentra inmerso en la gastronomía y se relaciona directamente y la satisfacción al ser humano”. (Pérez, Julián & Merino María, 2014)

1.2.2 Funcionamiento del Restaurante

(Quirola, 2015) Para el estudio del presente proyecto se enfocará en los tipos de restaurante que se enmarca de acuerdo al tipo de servicio que es el cual nos encaminará al servicio a domicilio por ello se ha clasificado a los establecimientos según el tipo de oferta, cocina, dimensión, ubicación, categoría, especialidad, formula y tipo de servicio:

- **Restaurantes de comida rápida:** se ofrece comida fácil de preparar donde no se utiliza cubiertos y en su mayoría no hay meseros, podemos mencionar papas fritas, hamburguesas, pizzas.
- **Restaurantes buffet:** la comida está a disposición del cliente y pueden servirse libremente en la mayoría de locales se paga un precio fijo y se puede encontrar comida fría y caliente.
- **Restaurante take away o para llevar:** involucran menús, platos principales, segundos o aperitivos según sea el gusto del cliente y su ventaja es tener una atención rápida.
- **Restaurantes de autor:** aquellos donde el chef expresa su propio estilo el cual crea y modifica el gusto, se cocinan con mucha delicadez para no perder sus sabores originales.
- **Restaurante fusión:** combina ingredientes de diferentes regiones y culturas, es una mezcla de condimentos y practicas culinarias.
- **Restaurante Gourmet:** la cocina está compuesta por un grupo de profesionales dirigidos por un Chef Ejecutivo de igual manera el servicio lo realizan profesionales dirigidos por un maître.

1.2.3 El Cliente

(CEPAM (Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer), 2013) Define que cliente es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a

solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios.

De acuerdo al concepto anterior se destaca que el cliente es quien busca satisfacer una necesidad, el estudio del presente proyecto busca como satisfacer la necesidad del bien o servicio y que dicho producto o servicio sea de calidad, por ello se ha consultado en el siguiente link otro concepto diferente para aclarar más acerca la definición de cliente:

(Thompson, 2009) “Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para la empresa, por lo cual es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios”.

1.2.4 Calidad y Servicio

El servicio puede definirse como cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, y que es esencialmente intangible y no resulta de la propiedad de algo, pudiendo o no estar asociada a un producto físico. Tanto los productos como los servicios son creados o diseñados para atender necesidades o deseos de los consumidores, sin embargo, cuando se trata de servicios lo que el consumidor adquiere es una experiencia que no siempre se puede percibir de manera inmediata. (Trujillo, Andrea & Carrete, Lorena & Vera, Jorge & García Isabel, 2011)

(Hernández, 2009) Define la calidad es un sistema eficiente para atraer, satisfacer, exceder y retener a un cliente, es hacer las cosas a la medida de las exigencias del cliente.

Analizando los dos conceptos, permite enfocar una cultura de calidad en los servicios y da paso a mejorar cada deficiencia que tiene Restaurante el Olimpo ya que los clientes siempre esperan la excelencia.

1.2.5 Servicio a Domicilio

(Vásquez, Carlos & Hernández, Ricardo, 2015) habla sobre el_Delivery (reparto o entrega), es una actividad que tiene por objetivo entregar bienes, servicios e información directamente al consumidor final, su principal objetivo está enfocado en realizar un diseño, planificación, implementación y mejoramiento de los servicios asociados a la entrega, sujeta a restricciones de tiempos y costos”.

Este tipo de servicio tiene como estrategia un plan de capacitación para el personal en cuanto a la disponibilidad de tiempo a ofrecer, conocimientos de la zona de entrega, cargos adicionales, medios de pago aceptable, condiciones entre otras, como siempre esperando la satisfacción de los clientes.

1.3 Conceptualización de Términos Relacionados a Estudio de Mercado

1.3.1 Estudio de Mercado

El tipo de estudio de mercado se lo puede definir como una investigación de campo en donde se obtiene información de diferentes actores inmersos en el ámbito de la empresa (clientes, competencia, costos, variables económicas, mercado), con esta información se tabula, interpretan y ejecuta un plan que cumpla con las necesidades planeadas. (Orjuela, Soledad & Sandoval Paulina, 2002)

El estudio de mercado nos permitirá satisfacer las necesidades insatisfechas de los clientes de acuerdo a sus gustos y preferencias, con lo cual se podrá determinar la oferta y demanda de los potenciales clientes que estarán inmersos en el presente estudio de factibilidad.

1.3.2 Plan de Marketing

(Romero, 2017) indica: “El plan de marketing es un documento en formato texto esquemático donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y planificación a seguir”.

El área de marketing como menciona el autor abarca una serie de actividades a realizar dentro de un tiempo estimado con el fin de preparar todo lo necesario para el cumplimiento de objetivos, es por ello importante dentro de la investigación aplicar cada concepto aprendido para el logro en marcha del nuevo servicio de almuerzos a domicilio que ofrece Restaurante El Olimpo.

1.3.3 Segmentación de Mercado

(Fernández-Huerga, 2010) Manifiesta: “El segmento de mercado es el conjunto de enfoques teóricos surgen con el fin de explicar fenómenos como la presencia de desigualdades salariales, la discriminación, la pobreza, el desempleo, entre otros”.

En relación a lo expuesto anteriormente, nos permite centrar dichos enfoques en el mercado meta desde los distintos segmentos que puedan surgir durante la presente investigación.

1.3.4 Políticas de Precio

(Alcaraz, 2015) Menciona: “Es necesario establecer políticas de precio claras cuya variable debe estar relacionada con los tres elementos de la mezcla del marketing: plaza, publicidad y producto”.

Definir el precio final de un bien o servicio debe basarse en políticas basadas en el mercado que se encuentra y en relación a la oferta de la competencia, ya que al aplicar estas técnicas en la presente investigación permitirá al establecimiento permanecer en el mismo por más tiempo.

1.3.5 Plan de Ventas

Es necesario establecer objetivos a corto y mediano plazo, cada establecimiento debe definir de forma clara y precisa cada una de las estrategias para poder alcanzar los objetivos planteados y que permitan generar más ingresos al establecimiento.

(Caurim, 2009) Define: “El plan de ventas de una empresa es un documento en el que quedan prudentemente reflejadas las ventas de una compañía para un período determinado de tiempo.”

1.3.6 Modelo de Negocio

(Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves, 2013) Menciona: “Un modelo de negocio describe las bases de cómo una organización crea, proporciona y captura valor.”

El concepto de modelo de negocio nos permite seguir una estructura que ya está establecida pero que puede dar cambios importantes para formar parte del mercado competitivo que cada día se vuelve más exigente, por ello es importante determinar los objetivos primordiales del establecimiento y de acuerdo a sus recursos y capacidades buscar el equilibrio que les permita tener una ventaja competitiva sostenible.

1.4 Conceptualización de Términos Relacionados al Estudio Técnico

1.4.1 Estudio Técnico

El desarrollo técnico en el marco de la presente investigación es determinar si es posible producir y vender el servicio con la calidad, cantidad y costos requeridos por ello es necesario enfocarse en las oportunidades y amenazas que se presenten durante el desarrollo del emprendimiento las cuales se aprovecharan y evitaran, respectivamente, para poder establecerse por mucho tiempo. Para ello también es necesario que el establecimiento se enfoque en los objetivos planteados que le permita crecer y crear nuevas oportunidades a fin

de mantenerse en el tiempo, por este lado es necesario analizar las debilidades y fortalezas que tiene el Olimpo Restaurante.

(OROZCO, JD, 2013) Señala la importancia de establecer normativas que permita verificar la ejecución del servicio de acuerdo a la cantidad, calidad y costo requerido.

1.4.2 Macro Localización

Tomar en cuenta las capacidades y activos (recursos materiales como sociales) necesarios para vivir, los cuales forjan la capacidad máxima de oferta y demanda con la infraestructura existente y los medios externos que también afectan de manera directa o indirecta, y permite que aumente la resiliencia y disminuya la vulnerabilidad de la presente investigación.

(OROZCO, 2013) Define como los aspectos sociales y nacionales, basándose en condiciones regionales de oferta y demanda cuyo objetivo es establecerse en el mercado dependiendo del área de influencia del proyecto, la cual debe indicarse en el mapa de la región.

1.4.3 Micro Localización

(OROZCO, 2013) Analiza: “Las condiciones necesarias que involucra el establecer el lugar de funcionamiento de cualquier actividad tomando en cuenta grupo de personas asentadas en dicho sitio, identificación de actividades productivas y de acción social, y la capacidad de enriquecer la calidad de vida más allá de la necesidad y de la inseguridad.”

Es importante potenciar los conocimientos adquiridos en la presente investigación ya que permite la toma de decisiones correctas y ofrece nuevas oportunidades para no estar estancados en un solo lugar, en este sentido se busca que el establecimiento Olimpo Restaurante, pueda generar nuevas oportunidades e ingresos económicos.

1.4.4 Mercado Laboral

El mercado laboral contribuye de manera directa o indirecta en cualquier sector de actividades, la asignación de recursos y la generación de incentivos viabilizan la productividad, es decir, el buen ambiente laboral genera una producción eficiente.

(Aragoneses, 2013) Define: “El mercado laboral entendemos la confluencia de la demanda y la oferta de puestos de trabajo, es decir, aquellos agentes que ofrecen trabajo y aquellas personas que pueden ocupar dichos puestos. Dadas sus características especiales, el mercado laboral suele estar regulado por el estado a través de herramientas tales como derecho laboral, los convenios colectivos y los contratos.”

(Aguilar, 2013) Indica: “El empleo es un medio para que las personas obtengan ingresos necesarios para satisfacer sus necesidades materiales básicas. También constituye una necesidad básica en sí mismo, en tanto que proporciona al ser humano una sensación de reconocimiento y utilidad en la sociedad”

1.4.5 Productividad

(Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2015) Publica en su primera edición del año 2015: La productividad se basa en hacer lo correcto bien, no solo se trata de trabajar arduamente, sino trabajar de forma más inteligente, también significa trabajar de manera más segura. La productividad es un indicador de eficiencia productiva, que se relaciona a producir un bien o servicio empleando recursos y medidos en función del tiempo lo cual permite determinar la capacidad de un sistema productivo.”

Partir de este concepto nos permite establecer un lugar de trabajo seguro y agradable en el Olimpo Restaurante con el objetivo de destacar de los otros establecimientos del sector no

solo por su servicio sino también la calidad del producto, además se cumple con los requisitos legales para la seguridad de los trabajadores.

1.5 Conceptualización de términos Relacionados al Estudio Financiero y Organizacional

1.5.1 Factibilidad Económica

(Estupiñán, 2017) menciona: “ El estudio denominado de factibilidad económica se caracteriza por ser un instrumento fundamental que es muy popular en el área de administración de empresas, mismo que es tomado en cuenta como punto de partida para tomar criterios de carácter fiable relacionados a las inversiones para la instalación o ampliación de una empresa, implementación de una solicitud de financiamiento bancario ante elementos crediticios; así fomentando un parámetro técnico que sirva como respaldo a lo que desea implementar en relación a los estados económicos consolidados, con los datos operacionales que se investigan acerca de la empresa para finalmente determinar la rentabilidad y valor agregado a la inversión inicial del proyecto.”

Es importante saber y tener en claro que un proyecto de factibilidad tenga la posibilidad de realizarse y mucho mejor si este llega a tener un potencial éxito, por ello es necesario analizar el establecimiento para determinar si la nueva oportunidad de inversión será buena o mala, entre menos errores se cometan habrá mayor precisión en los procesos.

1.5.2 Evaluación Económica y Financiera

El proceso de Evaluación económica – financiera contribuye de manera fundamental a la toma de decisiones ya que la metodología aplicada a través de los diferentes métodos que valoran el tiempo en relación al dinero invertido, como: el método Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el costo de capital; se puede ver las limitaciones

que se pueden presentar y comparar con las diferentes metodologías contables de evaluación y valoración (Pérez-Carballo Veiga, 2011).

Con lo descrito anteriormente se podrá saber de manera más clara si la rentabilidad del proyecto es factible y permitirá la toma de decisiones con más seguridad.

1.5.3 Estados Financieros

Los estados financieros constituyen una representación Financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa. El objetivo es suministrar información acerca de la situación y desempeño financiero, así como los flujos de efectivo, que sea útil a un campo de usuarios al tomar decisiones económicas (Estupiñán, 2017)

Los estados financieros contribuyen de forma eminente a la toma de decisiones en una empresa por lo cual deben ser concisos y oportunos, por ello en el desarrollo del presente proyecto se apegará al cumplimiento de las normas que estos implican.

1.5.4 Punto de Equilibrio

(Izar, 2017) Señala: “La importancia del punto de equilibrio al nivel de artículos que hay que producir y vender, para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, es el nivel de ingresos que iguala a la sumatoria de costos y gastos operacionales, es decir, donde la utilidad operacional es igual a cero”.

El autor considera como una herramienta útil para determinar apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado, dentro de la investigación se busca aplicar estos conceptos que nos permitan ver de manera clara de la factibilidad del desarrollo de oferta de nuevo servicio que ofrecerá Restaurante el Olimpo.

1.5.5 Estructura Organizacional

Es importante y relevante que una empresa cuente con una estructura de carácter organizativo, en el cual estén definidas y cimentadas los procesos de índole organizativo donde se evidencie cada una de sus jerarquías, cadena de mando, puestos de trabajo, entre otras características; por otra parte es fundamental que la estructura organizacional esté sincronizada con las actividades a desarrollar con la finalidad de poder alcanzar los lineamientos, metas y objetivos que son planteados por parte de la gestión de la misma. (Gilli, 2018)

La estructura organizacional responde a las necesidades del presente proyecto de investigación siempre y cuando sus procesos sean bien definidos tanto en niveles de autoridad y subordinación con ello se puede establecer actividades y procesos de cada una de las partes involucradas.

CAPÍTULO II

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

En la siguiente investigación se realizará la propuesta del procedimiento metodológico a aplicar en cada uno de los temas a ser investigados, se hará un análisis exhaustivo con el fin de lograr los objetivos propuestos, se determinará las diferentes variables que se puedan presentar.

Para obtener la información en el presente estudio de factibilidad se utilizará las técnicas de investigación de campo como la observación, de igual manera para la recolección de la información se realizará los cuestionarios de entrevistas y encuestas para obtener información primaria; estos procedimientos se aplicarán a las diferentes empresas ubicadas en los alrededores del Restaurante el Olimpo.

Objetivo

Recopilar información a través de los distintos tipos y métodos de investigación, los mismos que garantice la veracidad de los datos obtenidos.

2.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo de grado se aplicará un tipo de Investigación de campo.

2.1.1 Investigación de Campo

En la presente investigación será necesario la aplicación de la investigación de campo a fin de recabar, procesar, y analizar información primaria relacionada a las encuestas que se van a realizar y determinar la opinión de los clientes potenciales en razón de las causas, efectos y tendencias de consumo de alimentos a domicilio con el fin de garantizar la viabilidad del presente proyecto de investigación.

2.2 Enfoque de la Investigación

En enfoque de la investigación se empleará la investigación cualitativa y cuantitativa.

2.2.1 Investigación Cualitativa

Mediante la investigación cualitativa podremos identificar las tendencias de consumo y preferencias de los clientes potenciales que serán de importancia para descubrir las cualidades del mercado meta, a través de la observación a los comensales del restaurante El Olimpo y poder expandir su mercado con la oferta del nuevo servicio.

2.2.2 Investigación Cuantitativa

A través de la investigación cuantitativa se podrá recolectar, evaluar, verificar y sintetizar los datos obtenidos en la investigación, permitiendo obtener conclusiones válidas que sirvan para la presente investigación acerca de los servicios de alimentos preparados a domicilio.

2.3 Técnicas e Instrumentos

Las técnicas e instrumentos de investigación desarrollados son la observación, la aplicación de encuestas y entrevistas.

2.3.1 Observación

Se empleó la observación a las áreas organizacionales, financieras, institucionales y administrativas del Restaurante El Olimpo, lo cual permitió obtener una visión más amplia y clara sobre sus debilidades y oportunidades con los cuales se puede establecer las propuestas durante la presente investigación.

2.3.2 Encuestas

La técnica se aplicó a través de un cuestionario adecuado que permitió recoger información de la población sujeta al estudio. Las preguntas se enfocaron en determinar a las diferentes áreas de trabajo y servicio que se desarrollan en el Restaurante El Olimpo, pudiendo así enmarcarnos en las necesidades que tiene para poder desarrollar el presente proyecto de factibilidad.

2.3.3 Entrevista

La entrevista se realizó a los trabajadores del establecimiento y clientes que frecuentan el establecimiento, la misma que se centró en obtener información sobre la situación actual del establecimiento en el proceso de producción y la demanda de los clientes para mejorar el servicio, para poder formular la propuesta de la presente investigación.

2.4 Población y Muestra

La población del cantón Cayambe es 85.795 habitantes según el último censo realizado en el año 2010, se tiene identificado un público objetivo con un perfil socioeconómico medio, medio alto trabajadores de las diferentes empresas públicas y privadas del cantón Cayambe.

2.5 Variables Diagnosticas

2.5.1 Factor Administrativo:

- Misión
- Visión
- Políticas
- Estructura Organizacional

2.5.2 Capacidad Infraestructura

- Ubicación e instalaciones
- Proveedores
- Variedad de Menú
- Maquinaria y Equipo

2.5.3 Factor Competitivo

- Portafolio de Clientes Actuales
- Aceptación de Clientes
- Entidades Públicas y Privadas

2.5.4 Capacidad Financiera:

- Inversión
- Eficiencia y Eficacia

TABLA 2 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivo General	Realizar un diagnóstico situacional del restaurante El Olimpo mediante el uso de herramientas de investigación con la finalidad de lograr un amplio conocimiento del comportamiento del sector que rodea el establecimiento donde se realizará el proyecto de factibilidad				
Objetivos	Variables	Indicadores	Fuentes de Información	Técnicas	Observación
Identificar los factores administrativos del restaurante El Olimpo	Factor Administrativo	-Filosofía Institucional -Misión Visión - Políticas Estructura Organizacional	Primaria-Secundaria	- Encuesta -Entrevista -Investigación de Campo -Internet	Se realizará una encuesta a los colaboradores del establecimiento.
Conocer la capacidad de producción gastronómica del restaurante	Capacidad Infraestructura	-Ubicación Variedad de Menú Proveedores Precios	Primaria-Secundaria	-Investigación de Campo - Documentos - Internet	
Analizar la aceptación del servicio ofertado con la percepción de los clientes	Factor Competitivo	-Aceptación de Clientes -Mapeo establecimientos Públicos y privados	Primaria-Secundaria	-Encuesta -Entrevista -Investigación de Campo -Internet	Se realizará una encuesta a los clientes del establecimiento
Estudiar factores económicos que influyen en la eficiencia y eficacia de actividades desarrolladas por el establecimiento.	Capacidad Financiera	-Inversión -Eficiencia Eficacia	Primaria-Secundaria	-Investigación de Campo - Documentos - Internet	
Fuente: Investigación Propia					

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO

3.1 Introducción

El Olimpo restaurante está ubicado en la Av. Natalia Jarrin, en la ciudad de Cayambe, Provincia del Pichincha., abre sus puertas el 7 de septiembre del 2013 con una oferta de menú ejecutivo dirigido a comerciantes y ejecutivos que frecuentan los alrededores de la ciudad de Cayambe, con el fin de ofrecer un servicio de calidad con productos frescos y sanos en un lugar acogedor con atención personalizada a precios justos y normas de calidad claramente establecidas.

Preparar y comercializar alimentos con productos frescos y sanos con el objeto de servir y poner a disposición del cliente un producto que se distinga por su calidad y sabor.

En la actualidad ha logrado ser un restaurante conocido por la ciudad de Cayambe que brinda un servicio de calidad cumpliendo con los requerimientos del cliente haciendo del lugar un ambiente familiar y acogedor.

Debido a su pequeño espacio no se ha establecido una carta que pueda ofertar diferentes productos, lo que solo lo ha limitado a ofrecer almuerzos ejecutivos, aun así no ha podido satisfacer toda la demanda, por lo cual se ha analizado la posibilidad de la creación de servicio de almuerzos ejecutivos a domicilio para empresas de la ciudad de Cayambe.

Durante las dos últimas décadas el desarrollo económico y poblacional del cantón ha aumentado considerablemente, de igual manera las necesidades de la población debido al ritmo de vida exigido optan por buscar nuevas alternativas en cuanto a satisfacción de necesidades, por ello el requerimiento de establecimientos de servicio alimenticio en la localidad se ha incrementado.

3.2 Objetivos

Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional del restaurante El Olimpo mediante el uso de entrevistas, encuestas y la observación, con la finalidad que se acceda a un amplio conocimiento del comportamiento del sector que rodea el establecimiento donde se realizará el proyecto de factibilidad.

Objetivos Específicos

- Identificar los factores administrativos del restaurante El Olimpo
- Conocer la capacidad de producción gastronómica del restaurante
- Analizar la aceptación del servicio ofertado con la percepción de los clientes
- Estudiar factores económicos que influyen en la eficiencia y eficacia de actividades desarrolladas por el establecimiento.

3.3 Desarrollo de variables

3.3.1 Factores Administrativos:

TABLA 3 FACTORES ADMINISTRATIVOS

Análisis de Factores Administrativos el Olimpo Restaurante	Fortaleza	Oportunidad	Debilidad	Amenaza
Filosofía Institucional			No se ha establecido	
Misión	Establecida hace 6 meses			
Visión	Establecida hace 6 meses			
Políticas			No se ha establecido	
Estructura Organizacional			No Definido	
Fuente: Investigación Propia				

Filosofía Institucional

La filosofía institucional no se ha estructurado, se evidencia el servicio con un lazo de confianza hacia sus clientes, al no estar establecidas de manera formal limita que el establecimiento implante su marca de calidad y servicio.

Misión Actual. - formulada en el año 2019

“Preparar y comercializar alimentos frescos y sanos con el objeto de servir y poner a disposición del cliente un producto que se distinga por su calidad y sabor.”

Fue establecida hace seis meses con el objetivo de mejorar su servicio y calidad, se encuentran encaminados en ofrecer un producto fresco y sano, sin embargo su personal desconoce de la misión establecida por lo que se concluye que no se ha socializado en su momento.

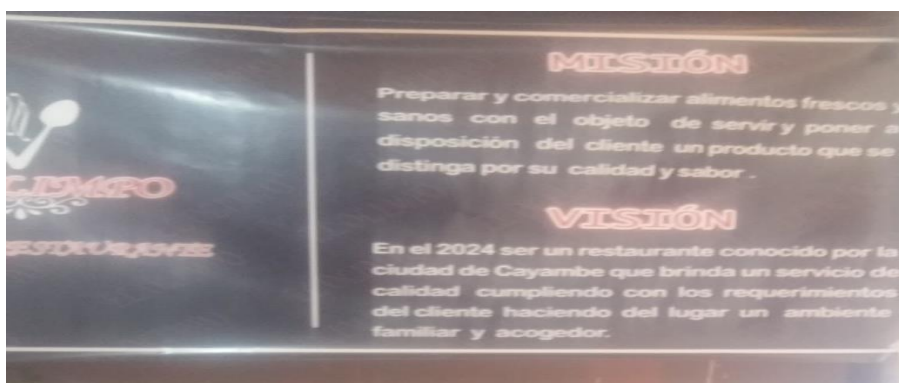


FIGURA 1 VISION Y MISION

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

Visión Actual. - formulada en el año 2019

“En el 2024 ser un restaurante conocido por la ciudad de Cayambe que brinda un servicio de calidad, cumpliendo con los requerimientos del cliente haciendo del lugar un ambiente familiar y acogedor”.

Tampoco se ha socializado al personal la visión, por lo que se evidencia nuevamente que no todo el equipo de trabajo conoce sobre la visión del establecimiento.

Políticas

Se ha corroborado que no existen políticas que permitan el correcto funcionamiento del restaurante, (Anexo 1 y 2) y que las orientaciones se las hacen de forma verbal y nuevamente todo vuelve a ser empírico.

Estructura Organizacional

La estructura organizacional no se ha establecido, al no existir la propuesta organizacional, los diferentes niveles administrativos se desarrollan de manera empírica, ya no se ha definido un organigrama que permita establecer los diferentes niveles administrativos, por ello se procedió a recopilar la información necesaria para el diseño de la nueva estructura organizacional que será presentada en el capítulo IV.

3.3.2 Capacidad Infraestructura

TABLA 4 CAPACIDAD INFRAESTRUCTURA

Análisis de Capacidad Infraestructura el Olimpo Restaurante	Fortaleza	Oportunidad	Debilidad	Amenaza
Ubicación Instalaciones	Ubicación estratégica y adecuadas			
Maquinaria y Equipo	Completo y en condiciones estables			
Actividad Comercial		Gran afluencia de personas por el sector		Inseguridad
Proveedores		Disponibilidad de Proveedores		Variación Precios Productos por cambios estacionales
Variedad de Menú	Opciones almuerzo variada		No existe un menú	

Fuente: Investigación Propia

Ubicación e Instalaciones



FIGURA 2 UBICACION RESTAURANTE EL OLIMPO

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

una pequeña puerta lateral esquinera con la calle 24 de mayo.

No se ha desarrollado el esquema de ubicación del OLIMPO Restaurante, se conoce que se encuentra ubicado en la ciudad de Cayambe en la Av. Natalia Jarrin y 24 de mayo esquina (junto a la Maternidad Mitad del Mundo) en la foto se observa que se puede acceder a sus instalaciones mediante dos ingresos un frontal ubicado en la Av. Natalia Jarrin y

Mobiliario y Menaje

El inventario realizado durante la presente investigación (Anexo 3 y 4), se puede mencionar que el mobiliario, cubertería, mantelería, vajilla y cristalería están en óptimas condiciones y se cuenta con lo necesario para poder realizar las actividades diarias; aún se puede mejorar con un poco de inversión.

Actividad Comercial

Al encontrarse en un sector comercial donde circula una cantidad considerada de personas, es importante que los procesos se encuentren representados en una cadena de valor que le permita mejorar establecer estrategias en los diferentes niveles de los procesos direccionales, agregado de valor y de apoyo que le permitan afrontar la competencia existente en el sector. Con la información obtenida se presentará la propuesta en el capítulo IV.

TABLA 5 VARIEDAD DEL MENÚ

ENTRADA (sopa)	PLATO FUERTE	JUGO
Crema de Zapallo con Canguil	Gordon Bleu de Pollo	Guayaba
Crema de Choclo con Canguil	Galantina de Pollo	Maracuyá
Crema de Espinaca con Canguil	Fritada de Pollo	Limonada
Crema de Zanahoria con Canguil	Pollo al horno en salsa de romero	Naranja
Caldo Blanco	Pollo con Pasta y Vegetales	Frutilla
Timbusca	Estofado de Pollo	Sandia
Quinoa con Cuero	Escalopas de Pollo en salsa BBQ	Naranjilla
Morocho con Queso	Pollo Broster	Tomate de Árbol
Arroz de Cebada con Queso	Filete de Pollo a la Parilla	Piña
Acelga, choclo y carne	Espagueti de pollo- carne-albóndigas o camarón	Melón
Menestrón	Lasaña de pollo o carne	Papaya
Sancocho de Pollo o Carne	Fajitas de Carne	Babaco
Caldo de Pata	Lomo de Res en salsa de champiñón o vino tinto	Guanábana
Caldo de Bolas de Verde	Guiso de Costilla o Borrego	Coco
Caldo de Pollo	Filete de trucha a la plancha o pescado frito	Tamarindo
Caldo de Costilla	Salón de carne a la coca cola	Quaker
Repe Lojano	Típico Ambateño o Camarones a la Plancha	Mora
Col y Lenteja	Guatita o Lengua de res en salsa de Champiñón	Zanahoria
Locro de Haba	Carne de Cerdo Agridulce	Aromática
Locro de Cuero o Queso	Chuleta de Cerdo a la Plancha	Agua con gas y sin gas
Sopa de Vegetales	Filete de Carne de cerdo en salsa de Durazno o Ciruela	GASEOSA

Fuente: Investigación Propia

El Olimpo Restaurante comercializa únicamente almuerzos ejecutivos, el establecimiento maneja un detalle de los diferentes platos que pueden ofertar:

Se ha observado que el establecimiento no ha establecido una carta de productos a ofertar, por lo que es importante establecer un menú para dar a conocer diferentes opciones al cliente, con los datos obtenidos se presentará la propuesta en el capítulo IV.

Proveedores de Productos Alimenticios

EL Olimpo Restaurante trabaja con empresas y personas naturales, esto facilita la obtención de información necesaria (fecha vencimiento, procedencia del producto, garantías, registros sanitarios) para mantener la calidad del producto.

TABLA 6 PROVEEDORES DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

<p><i>Luis Vaca (propietario)</i></p> 	<p>Cárnicos (Res y Cerdo)</p>
<p><i>Gabriel Zambrano</i></p>	<p>Mariscos-Pollo-Trucha</p>
<p><i>Carlos Iguamba</i></p> 	<p>Frutas y Legumbres</p>
<p><i>Supermercado Santa María</i></p> 	<p>Viveres y artículos de limpieza, etc.</p>
<p><i>Corporación La Favorita (Aki)</i></p> 	<p>Viveres y artículos de limpieza, etc.</p>

Fuente: Investigación Propia

3.3.3 Factor Competitivo

TABLA 7 FACTOR COMPETITIVO

Análisis el Olimpo Restaurante	Fortaleza	Oportunidad	Debilidad	Amenaza
Aceptación Clientes	Clientes satisfechos			Comida rápida y bajo precio
Competencia	Innovación del Servicio a Domicilio			
Entidades Públicas y Privadas		Horarios limitados para el personal en su horario de almuerzo		
Demanda Estacional	Variedad de Menú			Temporadas bajas por periodo de vacaciones de clientes frecuentes.

Fuente: Investigación Propia

Portafolio de Clientes Actuales

TABLA 8 CLIENTES QUE FRECUENTAN RESTAURANTE EL OLIMPO

TIPO DE CLIENTE	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
Profesionales (Médicos, abogados, profesores, ingenieros etc.)	16	16	32
Comerciantes-Jubilados-Amas de Casa	17	20	37
Comensales de Otras Ciudades	15	15	30
TOTAL	49	50	99

Fuente: Investigación Propia

Para poder determinar los clientes que frecuentan continuamente el Restaurante el Olimpo se realizó la observación en dos días específicos, el domingo y lunes, por cuanto los clientes de días de labor diario no son los mismos que los del fin de semana; de la observación

realizada se puede deducir que los clientes que visitan el restaurante son de: TIPO EJECUTIVO

Nivel de Aceptación de Clientes

TABLA 9 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE CLIENTES

INDICADORES	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	30	33%
Satisfecho	31	34%
Poco Satisfecho	30	33%
Total	91	100%

Fuente: Investigación Propia

Para determinar el nivel de aceptación de los clientes se realizó la encuesta a los clientes que visitan frecuentemente Restaurante el Olimpo, se ha establecido que prefieren y recomiendan el establecimiento por la calidad y presentación del producto, sin dejar de lado el buen servicio; pero hay que destacar que se hicieron recomendaciones principalmente al cuidado y mantenimiento de las instalaciones ya que se mencionó que pudieran ser mas acogedoras si se hace una renovación del mismo.

Los clientes de mayor consumo en el restaurante son personas que laboran cerca de la zona en muchos casos de empresas públicas y privadas, existen clientes que por motivos negocio han recomendado el establecimiento. La calidad del producto ha permitido tener clientes fieles y los mismos han permitido que sus conocidos y allegados visiten el establecimiento.

De lo que se evidenció en la investigación, sus instalaciones están ubicadas en un sector comercial en el cual existe afluencia considerada de personas ya que alrededor se ubican instituciones educativas y varias empresas publicas y privadas, hay que destacar que se encuentra a unos 180 metros del ingreso y centro de la ciudad.

Mapeo de Establecimientos Públicos y Privados de la ciudad de Cayambe

TABLA 10 INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE CAYAMBE Y SUS ALREDEDORES

N°	FINANCIERAS	N°	EDUCATIVAS
1	COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO ARTESANOS	65	UNIDAD DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA 9 DE JULIO
2	COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO COOPROGRESO	66	UNIDAD DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA ALINA CAMPAÑA
3	COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO 23 DE JULIO	67	UNIDAD DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA HIMMELMAN
4	COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC RUNA	68	UNIDAD DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MUNICIPAL
5	COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO PILAHUIN TÍO	69	UNIDAD DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA REBECA JARRIN
6	COOP. DE AHORRO Y CRÉDITO PEDRO MONCAYO	70	UNIDAD DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA REMIGIO CRESPO TORAL
7	BAN ECUADOR	71	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL DOMINGO SAVIO
8	BANCO INTERNACIONAL	72	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MARIANA DE JESUS
9	BANCO DEL PACIFICO	73	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR GATSU
10	BANCO DEL PICHINCHA	74	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JACOB ROSEAU
11	BANCO VISIÓN FOUND	75	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SAMUEL BECKET
12	BANCO SOLIDARIO	76	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR THOMAS ROUSELL
13	BANCO PROAMERICA	77	UNIDAD EDUCATIVA CAYAMBE
14	SERVIPAGOS	78	UNIDAD EDUCATIVA NATALIA JARRIN
	FLORÍCOLAS	79	UNIDAD EDUCATIVA NELSON TORRES
15	ANNIROSES	80	CENTRO DE CAPACITACIÓN ARTESANAL MITAD DEL MUNDO
16	BRITNEY ROSES	81	CENTRO DE CAPACITACIÓN ARTESANAL CAYAMBE
17	CERESFARMS	82	CENTRO DE CAPACITACIÓN TAINATE HUASI
18	EDEN ROSES	83	SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES
19	EL ROSEDAL	84	ANETA ESCUELA DE CONDUCCIÓN
20	EMIHANA	85	CEVIAL ESCUELA DE CONDUCCIÓN
21	FIorentina FLOWERS	86	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
22	FLEUROSES		EMPRESAS PRIVADAS
23	FLORANA FARMS	87	AGRO SERVICIOS ANDINOS CAMACHO
24	FLOR AROMA	88	AGRIPAC

25	FLOR ELOY	89	ALDAZ DENTAL CARE
26	FLORECAL	90	AKI
27	FLORES EQUINOCCIALES	91	AMC DEL ECUADOR
28	FLORYCAMPO	92	ARTEFACTA
29	GARDAEXPORT	93	BODEGA EDISON
30	GRUPO ALKAVAT	94	CAMPO FÉRTIL
31	GRUPO FALCON FARMS	95	CENTRO DE ESPECIALIDADES ALL MEDICAL
32	JOYGARDENS	96	CENTRO DE ESPECIALIDADES CAMPBELL
33	INROSES	97	CLÍNICA PRIVADA MITAD DEL MUNDO
34	QUIMBIAMBA FLOWERS	98	CLÍNICA PRIVADA SAN FRANCISCO
35	ROSA PRIMA	99	COMANDATO
36	ROSADEX	100	COMERCIAL AGUIRRE
	LÁCTEOS	101	COMERCIAL KIWI
37	AGROINDUSTRIAS HERCHAN	102	COMERCIAL OÑA
38	AGROINDUSTRIAS SANTO DOMINGO N°1	103	COMERCIAL AGUIRRE
39	INPROLAC	104	COOP. DE TRANSPORTE INTERCANTONAL FLOR DEL VALLE
40	NESTLÉ	105	COOP. DE TRANSPORTE INTERPARROQUIAL CIAYORA
41	PRODUCTOS LÁCTEOS BONANZA	106	COOP. DE TAXIS MONUMENTAL
42	PRODUCTOS LÁCTEOS FIORELLA	107	COOP. DE TAXIS LOS ANDES
43	PRODUCTOS LÁCTEOS GONZALEZ	108	COOP. DE TAXIS 2 DE NOVIEMBRE
44	PRODUCTOS LÁCTEOS MONTEROS	109	COOP. DE TRANSPORTE LIVIANO CORDILLERA
45	PRODUCTOS LÁCTEOS SAN LUIS	110	COOP. DE TRANSPORTE LIVIANO ISHIGTO
46	PRODUCTOS LÁCTEOS SUPERIOR	111	COOP. DE TRANSPORTE LIVIANO LAS CUMBRES
47	PRODUCTOS LÁCTEOS TOYITO	112	CORAL DENTAL
48	PROLAD	113	ELECTROLAND
	EMPRESAS PUBLICAS	114	FERRETERÍA EL CONSTRUCTOR
49	CENTRO GERONTOLÓGICO CAYAMBE	115	FERRIGONZ CIA. LTDA.
50	CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA	116	INVIN
51	CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES	117	LA GANGA
52	DISPENSARIO MEDICO DEL IESS	118	MUEBLELANDIA
53	DISTRITO DE EDUCACIÓN EXT. CAYAMBE	119	NEW DENTAL
54	EMELNORTE	120	NOTARIA N°1 Dr. Gerardo Freire
55	EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE	121	NOTARIA N°3 Dra. Patricia Vargas
56	GOBIERNO MUNICIPAL DE CAYAMBE	122	PAPELERÍA AGUIRRE
57	EMELNORTE	123	PAPELERÍA EL CARRIL
58	EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE	124	PAPELERÍA GABY
59	HOSPITAL BÁSICO CAYAMBE	125	PAPELERÍA STICKER
60	INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL	126	SANTA MARÍA

61	JUNTA PARROQUIAL DE AYORA	127	TALLERES MECÁNICOS EL COCHE ROJO
62	MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES	128	TALLERES MECÁNICOS DR. AUTO
63	REGISTRO DE LA PROPIEDAD DE CAYAMBE	129	TONELLO SOLUCIONES INTEGRALES
64	UNIDAD DE POLICÍA COMUNITARIA CAYAMBE	130	TÍA

Fuente: Investigación Propia

En la ciudad de Cayambe tenemos una población estimada de 130 instituciones entre privadas y públicas, para determinar este aspecto se realizó una breve observación en el centro de la ciudad y parroquias rurales hay que destacar pocos se encuentran en sectores rurales y la mayoría de establecimientos detallados en la tabla N°8 se ubican en la ciudad. A la vez se realizó conversaciones con varios comensales que visitaron las instalaciones del Restaurante el Olimpo el 23 de diciembre del 2019.

3.3.4 Capacidad Financiera

TABLA 11 CAPACIDAD FINANCIERA

Análisis de Capacidad Financiera el Olimpo Restaurante	Fortaleza	Oportunidad	Debilidad	Amenaza
Inversión			Poco capital de inversión	
Administración Contable Financiera			Ineficiente información financiera	
Inestabilidad Económicas				Crisis Política y Económica
Financiamiento		Intereses Bajos		
Fuente: Investigación Propia				

Se examinó que no existe una información financiera adecuada misma que no permite prever un porcentaje de inversión destinado a la mejora continua del establecimiento. De la misma manera esta ineficiencia de la información financiera limita la oferta financiera para el establecimiento, ya que si bien ha cumplido puntualmente con sus obligaciones no se enfoca

a un crecimiento dentro de cierto plazo y a la vez esta situación se ha visto influida por la situación política económica por la que atraviesa el país.

3.4 Análisis de la información

Con la investigación detallada anteriormente se ha podido establecer a través de la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) enfocadas al establecimiento y las cuales nos permitirá establecer la propuesta en el capítulo IV, con el fin de cumplir los objetivos propuestos en el presente proyecto de factibilidad y permitir a Olimpo Restaurante generar nuevos ingresos que ayudarán a la mejora del mismo.

TABLA 12 MATRIZ FODA

<i>FORTALEZAS</i>	<i>DEBILIDADES</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica del local con instalaciones adecuadas. • Innovación Servicio a Domicilio. • Maquinaria y equipo en óptimas condiciones. • Clientes Satisfechos. • Variedad de Menú Diario 	<ul style="list-style-type: none"> • Administración organizacional no definida. • Inexistencia de un menú. • Ineficiente información financiera. • No existe inversión.
<i>OPORTUNIDADES</i>	<i>AMENAZAS</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad Proveedores. • Gran afluencia de personas por el sector. • Horarios limitados de almuerzo de las personas que trabajan por el sector • Intereses bajos para préstamos en instituciones financieras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variación del precio de los productos por cambios estacionales • Inseguridad. • Comida rápida y a bajo precio. • Temporadas bajas por periodos de vacaciones de los clientes frecuentes. • Crisis política y económica.

Fuente: Investigación Propia

CRUCE FODA

TABLA 13 CRUCE MATRIZ FODA

Factores Internos	FORTALEZAS: F	DEBILIDADES: D
	Ubicación del local estratégica con instalaciones adecuadas.	Administración organizacional no definida.
	Innovación servicio a domicilio.	Inexistencia de un menú.
Factores Externos	Maquinaria y equipo en óptimas condiciones.	Ineficiente información Financiera.
	Variedad de Menú Diario	No existe inversión.
OPORTUNIDADES: O	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
- Disponibilidad Proveedores.	La ubicación estratégica permite tener una disponibilidad de proveedores.	No tener una correcta administración organizacional impide una buena relación con los proveedores.
- Gran afluencia de personas por el sector.	La innovación del servicio a domicilio atrae a la cantidad de personas por el sector.	Al no existir un menú limita las opciones a las personas que frecuentan el lugar.
- Bajos Intereses de Instituciones Financieras.	Se puede contar con maquinaria y equipo suficientes teniendo a favor créditos accesibles y con intereses bajos.	La ineficiente información financiera repercute en los trámites de solicitud de préstamos bancarios.
- Horarios limitados de almuerzo de las personas que trabajan por el sector.	La variedad de menú busca satisfacer los gustos de clientes que cuentan con tiempo limitado para almorzar.	Si no existe una inversión en relación a un sistema de comandas no se puede medir y mejorar los tiempos de servicio a las personas que cuentan con tiempo limitado.
AMENAZAS: A	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
- Inseguridad	Los sectores estratégicos donde se concentra actividad atraen la delincuencia.	Una administración incorrecta no solo genera inseguridad interna sino también externa.
- Crisis Política y Económica.	La inestabilidad económica limita el crecimiento de nuevos emprendimientos.	Inexistencia de un menú se ve opacado por la inestabilidad económica, ya que los clientes no van optar por otras opciones.
- Comida rápida y a bajo precio.	La maquinaria y equipo adecuado facilitan la competencia con competidores estratégicos.	Una correcta información financiera permite tomar estrategias correctas ante la competencia.
- Variación de Precio de los productos por cambio estacionales	La variedad de menú se puede ver afectado por la variación de precios de ciertos productos.	Si no existe una inversión adecuada no se puede contrarrestar la variación de precios por diferente índole.
Fuente: Investigación Propia		

3.5 Conclusión diagnóstica

Con el fin de aprovechar la demanda del servicio del Restaurante El Olimpo se debe establecer una estructura administrativa adecuada del restaurante para generar credibilidad y obtener nuevos ingresos con el servicio de almuerzos a domicilio. Se debe, posicionar, fortalecer y proyectar al restaurante a partir de la situación actual y permitir afianzar los clientes potenciales actuales en términos de calidad y economía. La ubicación estratégica del mismo permite establecer tácticas que se ajusten a las necesidades del establecimiento y del cliente; establecer un menú para que el cliente cuente con más opciones, de tal manera que no tenga que acudir a otros establecimientos porque no superamos sus expectativas sabiendo que el establecimiento tiene una variedad de menú diario y podría obtener más ingresos fortaleciendo los platos a la carta.

Contar de cerca proveedores con productos confiables a precios razonables lo cual incentiva el crecimiento en el mercado a través de la oferta del nuevo servicio busca satisfacer la demanda de la gran afluencia de personas que circula por el sector.

Sin embargo, es importante fortalecer la administración organizacional y financiera, que permita plantear estrategias en el mejoramiento de servicio y destinar un porcentaje de los ingresos a la inversión; el establecimiento debe innovar constantemente acorde a las nuevas tendencias de mercado y sobre todo en temas de seguridad no solo para el establecimiento sino también para los clientes. Con ello da paso a tener acceso a créditos afianzables en beneficio del establecimiento y que faciliten la toma de decisiones para afrontar inestabilidad económica que es de la cotidianidad del país, ir de la mano con la competencia y sobre todo dar la estabilidad a la oferta del nuevo servicio de almuerzos a domicilio para empresas de la ciudad de Cayambe, y que permitan generar más fuentes de y dinamice por mucho tiempo en el mercado.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

A través de la presenta propuesta se busca identificar los factores administrativos y técnicos del Restaurante el Olimpo y poder determinar la capacidad de producción gastronómica del mismo con el fin de implementar el nuevo servicio de almuerzos a domicilio en las empresas de la ciudad de Cayambe.

Para ello se recopila información de manera planificada y se analiza la información de todos los factores que intervienen en la oferta, demanda y precios relacionados a la oferta existente en el sector; lo anterior mencionado permitirá la correcta toma de decisiones en la presente investigación y permitirá generar un desarrollo económico a través de la oferta de un producto óptimo y con un servicio de calidad, enmarcados a los requerimientos del cliente.

Objetivo del Capítulo

Detallar los componentes de mercado, el análisis técnico, financiero y organizacional que permitan saber la situación actual sobre el mercado de servicios de almuerzo a domicilio en la ciudad de Cayambe, y poder determinar la viabilidad de la presente propuesta.

4.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado determina el grado de afectación del proyecto a corto y mediano plazo, los productos en el mercado, precio, oferta, demanda representada por los proveedores y consumidores; además se consideran algunas variables que condicionan el comportamiento de los distintos agentes económicos, cuya actuación afectará el desempeño financiero del establecimiento a generarse con el presente proyecto.

Con la presente investigación se busca identificar el nivel de demanda y requerimientos del establecimiento para ofrecer el servicio de almuerzos ejecutivos a domicilio donde el principal factor es la calidad del producto.

Objetivo del Estudio de Mercado

Elaborar un estudio de mercado mediante el análisis de variables tales como la oferta, demanda y precio, y se apruebe estrategias de comercialización sobre el mercado de almuerzo ejecutivos a domicilio para empresas en la ciudad de Cayambe.

Para el presente estudio de mercado nos enfocaremos en la siguiente matriz de estudio de mercado donde se establecen los objetivos específicos a desarrollarse en la presente investigación:

TABLA 14 *MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO*

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Categorizar el servicio de almuerzos a domicilio	Servicio a ofertar	Características del Servicio Segmento	Documental	Primarias
Establecer el nivel de aceptación de los almuerzos a domicilio con la demanda actual.	Demanda	-Análisis de Mercado Meta -Identificación de la Demanda -Proyección de la Demanda	Encuesta	Personal de Empresas a ofertar
Analizar la oferta existente del servicio de almuerzos a domicilio y su incidencia en el cantón.	Oferta	-Identificación de la Oferta -Proyección de la Oferta	Documental Observación	Patentes registradas en el municipio de Cayambe
Determinar los precios de los almuerzos a domicilio en el cantón	Precios	Precios Actuales	Documental Observación	Proformas Entrevistas
Enunciar los medios y estrategias que se usan para la comercialización de almuerzos a domicilio	Estrategias de Comercialización	-Producto -Precio -Plaza -Promoción	Documental Observación	Primarias

Fuente: Investigación propia

4.1.1 Segmentación del Mercado

Los consumidores de alimentos son muy diversos, depende del poder adquisitivo de los consumidores para satisfacer sus necesidades en relación a gustos y preferencias alimentarias, el estudio de mercado no está direccionado a una clase social exclusiva, de este modo el consumidor que acude al establecimiento busca un producto de calidad, fresco y a un precio accesible.

El presente estudio pretende crear un nuevo servicio dentro del establecimiento el Olimpo Restaurante en la ciudad de Cayambe, se propone ofertar un producto de calidad y con servicio de calidez a los segmentos como:

- Trabajadores de Empresas públicas y privadas
- Hogares con nivel medio

Variables de Segmentación de Mercado

Las variables de segmentación analizadas y las cuales se consideró de mayor incidencia son:

- **Segmentación Geográfica:** Se ha enfocado el presente estudio en analizar la ubicación del establecimiento analizando el nivel socio-económico del mismo con el fin de posicionar el nuevo servicio en un entorno propicio para obtener los resultados esperados.
- **Segmentación Conductual:** A través de la tecnología se puede obtener información sobre el comportamiento actual de ciertos consumidores que optan por el servicio de alimentos a domicilio, sin embargo, esta información obtenida será corroborada con encuestas realizadas a clientes del establecimiento.

4.1.2 Mercado Meta

A pesar de la multiplicidad de servicios de alimentación existen dos emprendimientos, formalmente constituidos, que se dedican a entregar almuerzos a personas en sus lugares de trabajo. Restaurante el Olimpo pretende cubrir este nicho de mercado que es relativamente nuevo y en el cual existe una reducida oferta.

En la ciudad de Cayambe existen 112 restaurantes registrados en el catastro del Municipio de Cayambe de los cuales dos establecimientos prestan el servicio a domicilio para la ciudadanía, existen personas particulares que realizan de manera informal la y en menor escala, aspecto que favorece a Restaurante el Olimpo porque no tiene competencia directa.

La entrega de almuerzos a domicilio para el establecimiento se concebirá como un servicio rápido y eficiente que ahorra tiempo y dinero, la presente investigación busca cumplir los objetivos establecidos con el nuevo servicio de almuerzos a domicilio.

4.1.3 Análisis de la muestra

CALCULO DE LA MUESTRA COMENSALES

$$n = \frac{N * \delta^2 * Z^2}{(N-1) * E^2 + \delta^2 * Z^2}$$
$$n = \frac{130 * 0,5^2 * 1,96^2}{(130-1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$
$$n = \frac{130 * 0,25 * 3,8416}{129 * 0,0025 + 0,25 * 3,8416}$$
$$n = \frac{124,852}{1.2829}$$
$$n = 97$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población a investigar.

Z= nivel de confianza, (1,96).

δ^2 = Varianza

E= Nivel error, se sugiere 5%,

La muestra a aplicarse es a **97** empresas existentes en la ciudad de Cayambe, de las cuales se determinará el número de personas de las empresas encuestadas optarían por el servicio de almuerzos a domicilio.

4.1.4 Análisis e interpretación de Resultados

La encuesta se realizó a 97 empresas, concretamente se enfocó a comensales que habitualmente degustan del menú del Restaurante el Olimpo y trabajan en las empresas anteriormente detalladas, debido al tipo de muestreo elegido, la recolección de datos se realizó de forma rápida y oportuna, se puede conocer información general de los encuestados, sin embargo, los resultados obtenidos no pueden definirse como concluyentes. A continuación, se detalla el análisis de las 10 preguntas que contiene la encuesta, mismas que se encuentran detalladas en el Anexo 5, se realizó tanto a trabajadores que ya han degustado de los alimentos que ofrece el establecimiento como a dueños y representantes de empresas para buscar la aceptación de las mismas donde se nos dio la oportunidad de aplicar la presente investigación.

Pregunta N° 1

Tabla 15 ¿Conoce usted del servicio de almuerzos ejecutivos que oferta el Olimpo Restaurante?

Pregunta 1	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
SI	51	53%
NO	46	47%
Total	97	100%

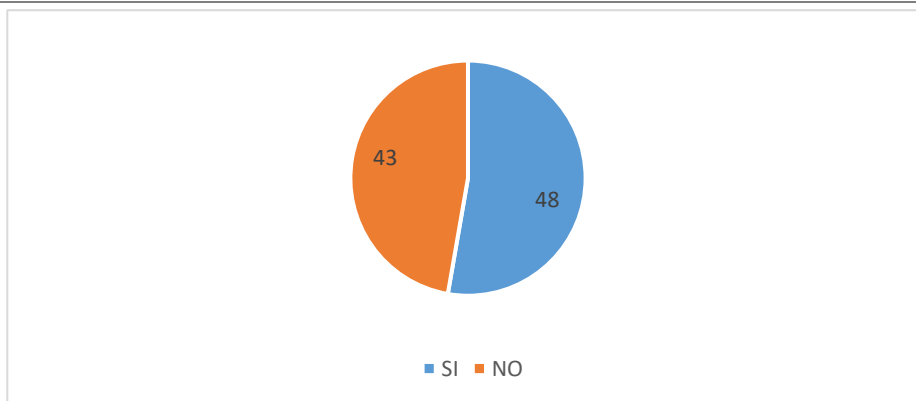


FIGURA 3 ¿CONOCE USTED DEL SERVICIO DE ALMUERZOS EJECUTIVOS QUE OFERTA EL OLIMPO RESTAURANTE?

Fuente: **Investigación Propia**

Dentro de la población encuestada, un porcentaje del 48% conoce del servicio de almuerzos ejecutivos que se oferta, se puede destacar que son personas que residen en la ciudad de Cayambe y sus alrededores; debido a que en el hogar trabajan todos han optado por comer fuera. Mientras que el 43% que no conocen del establecimiento son personas que han optado por el servicio de alimentación que presta la empresa porque son de otras ciudades como Ibarra y Quito.

Con lo expuesto se puede buscar afianzar un mercado nuevo que todavía desconoce del servicio que ofrece el establecimiento.

Pregunta N° 2

Tabla 16 ¿Por qué razón usted visita El Olimpo Restaurante?

Pregunta 2	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del Producto	32	33%
Servicio	33	34%
Precio	32	33%
Total	97	100%

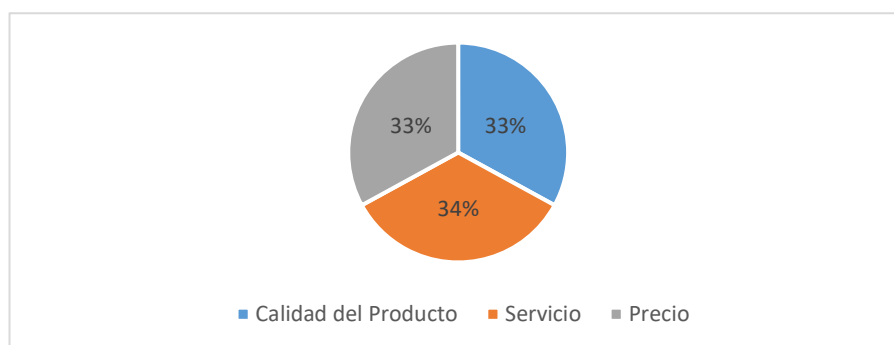


FIGURA 4 ¿POR QUÉ RAZÓN USTED VISITA EL OLIMPO RESTAURANTE?

Fuente: **Investigación Propia**

Al realizar la encuesta con la presente pregunta, los encuestados resaltan que visitan el establecimiento por el precio del producto con un 34%, pero no existe mucha diferencia en relación a la calidad que tiene el producto y el servicio que marcan un 33% cada uno, lo cual permite determinar que el establecimiento debe mejorar en ciertos aspectos para que se pueda lograr los objetivos planteados al establecer el nuevo servicio de almuerzos a domicilio en la ciudad de Cayambe.

Pregunta N°3

Tabla 17 ¿Con qué frecuencia usted almuerza en Restaurante El Olimpo?

Pregunta 3	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	40	42%
Quincenal	31	32%
Mensual	26	26%
Total	97	100%

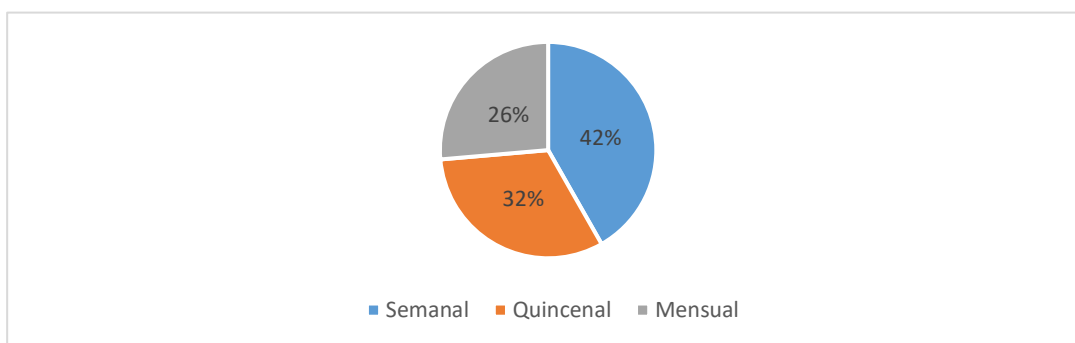


FIGURA 5 ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED ALMUERZA EN RESTAURANTE EL OLIMPO?

Fuente: **Investigación Propia**

Los clientes que degustan el almuerzo del Olimpo Restaurante lo hacen de 3 a 5 días a la semana y se ubica con el 42% de los encuestados, la mayoría reside en la ciudad de Cayambe y sus alrededores, de manera quincenal se ha establecido el 32%, en su mayoría son personas que visitan la ciudad por motivo de trabajo y negocios. El 26% restante corresponde a personas que en la mayoría de días de la semana almuerzan en sus hogares pero que gustan del producto que ofrece el establecimiento y lo visitan eventualmente.

Pregunta N° 4

TABLA 18 ¿QUÉ HORARIO TIENE PARA ALMORZAR?	TOTAL	
Pregunta 4	Frecuencia	Porcentaje
12h00 a 13h00	30	31%
13h00 a 14h00	37	38%
14h00 a 15h00	30	31%
Total	97	100%

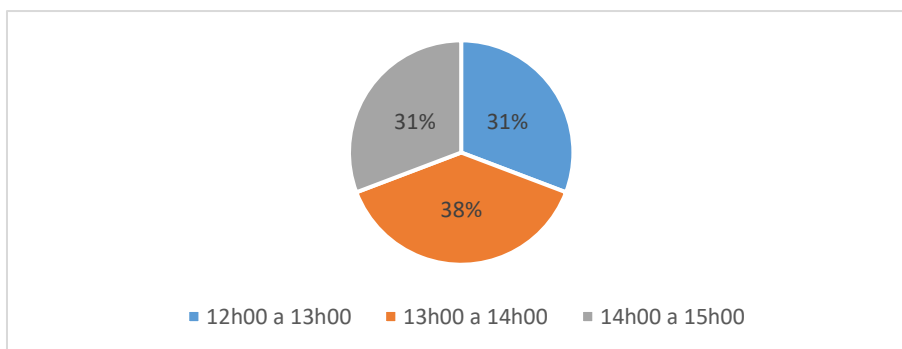


FIGURA 6 ¿QUÉ HORARIO TIENE PARA ALMORZAR?

Fuente: **Investigación Propia**

La encuesta refleja que el 31% dispone tiempo de 12h00 a 13h00 mencionan que les gusta servirse los alimentos recién preparados, mientras que la mayor cantidad de comensales visita el establecimiento de 13h00 a 14h00 con un 38% esto, se debe a que muchos retiran a sus hijos de las escuelas y se disponen a servirse los alimentos en familia y el 31% restante lo hace de 14h00 a 15h00 ya que consideran que ahí hay menos aglomeración de personas y pueden estar tranquilos y a gusto sin tanto alboroto.

Esto nos permite establecer los horarios de distribución del producto de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Pregunta N° 5

TABLA 19 ¿LE GUSTARÍA RECIBIR EL MENÚ ANTES DEL SERVICIO PARA INFORMARSE LOS ALIMENTOS QUE RECIBIRÁ?

Pregunta 5	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
SI	64	67%
NO	33	33%
Total	97	100%

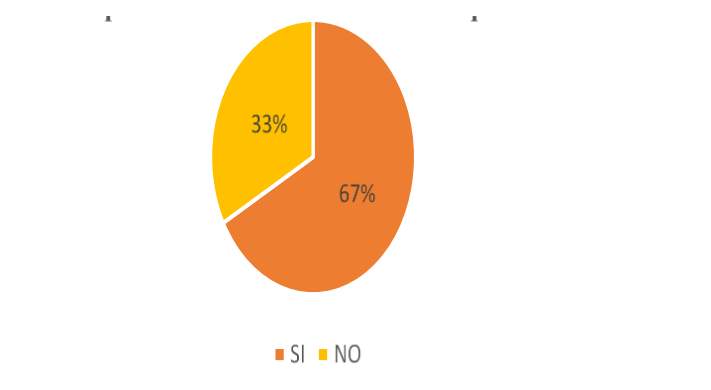


FIGURA 7 ¿LE GUSTARÍA RECIBIR EL MENÚ ANTES DEL SERVICIO PARA INFORMARSE LOS ALIMENTOS QUE RECIBIRÁ?

Fuente: **Investigación Propia**

De acuerdo a la encuesta se determinó que el 67% de los clientes prefiere se les envíe el menú del día antes de ir al establecimiento con el fin de tener otras opciones de alimentos en relación a otros establecimientos existentes en la ciudad, mientras que un 33% dijo que no, porque aseguran que la comida es buena y no optarían por otra opción.

Con lo anterior expuesto se puede establecer que existe un mercado variado en la localidad pero que muchos de ellos no cuentan con el servicio de comida a domicilio.

Pregunta N° 6

TABLA 20 ¿QUÉ RECOMIENDA USTED DEBERÍA MEJORAR EL ESTABLECIMIENTO?	TOTAL	
Pregunta 6	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del Producto	27	27%
Servicio	29	30%
Instalaciones	41	43%
Total	97	100%

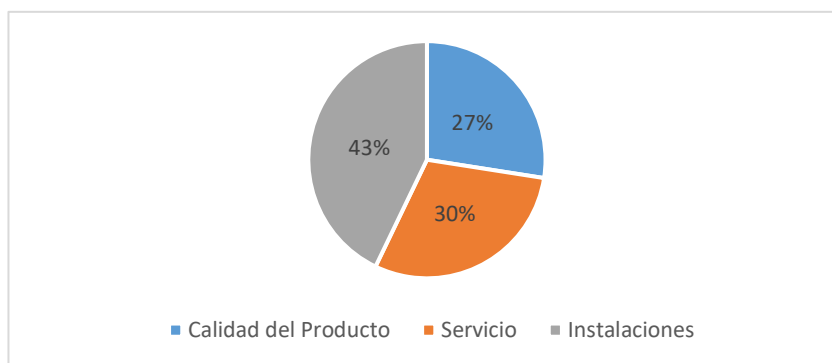


FIGURA 8 ¿QUÉ RECOMIENDA USTED DEBERÍA MEJORAR EL ESTABLECIMIENTO?

Fuente: **Investigación Propia**

Al analizar esta pregunta un 43% de las personas encuestadas manifestó que se debería hacer una inversión para mejorar las instalaciones debido a que la competencia cada día se ajusta a las nuevas tendencias en decoración y la clientela es más exigente en relación a ambientes, el 27% manifiestan variar el menú es decir ofertar una carta de opciones diferentes a un almuerzo, se manifestó se oferte comida vegetariana. Finalmente mejorar la atención un 30%, ya que a veces el servicio suele demorarse y en ciertos casos desean una atención personalizada.

Esto nos permite enfocar el nuevo servicio a algo que destaque de los demás no solo en el producto, sino también en tiempos de entrega y manejo de productos amigables con el medio ambiente.

Pregunta N° 7

Pregunta 7	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
\$ 2,50 a \$ 3,50	38	40%
\$ 3,50 a \$ 4,50	37	38%
\$ 4,50 a \$ 5,50	22	22%
Total	97	100%

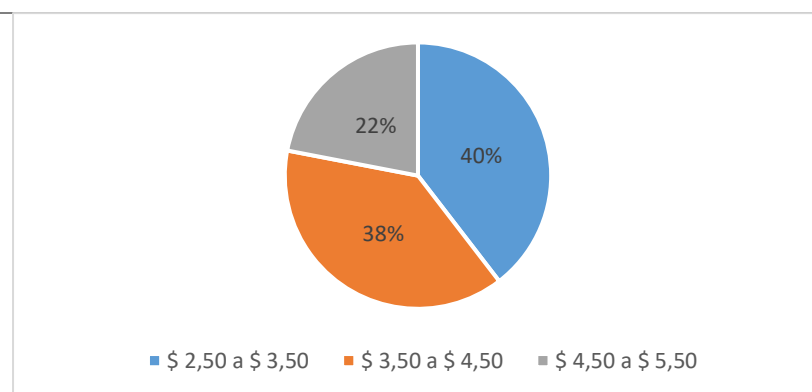


FIGURA 9 ¿CUÁNTO DESTINA USTED PARA EL ALMUERZO?

Fuente: **Investigación Propia**

Los precios sugeridos en la presente investigación determinaron una aceptación de \$2.50 a \$3.50 con un 40%, le siguen \$3.50 a \$4.50 con un 38% y finalmente \$4.50 a \$5.50 el 22%, por lo que hay que ajustarse a las necesidades del cliente no solo en precio sino también en producto y sacar un costo razonable en la preparación del menú evitando en los posible las mermas y que permitan que el producto final esté al alcance de la mayoría de clientes del establecimiento.

Pregunta N° 8

Pregunta 8	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
Sopa-Plato Fuerte-Jugo-Postre	43	44%
Sopa-Plato Fuerte-Jugo	54	56%
Total	97	100%

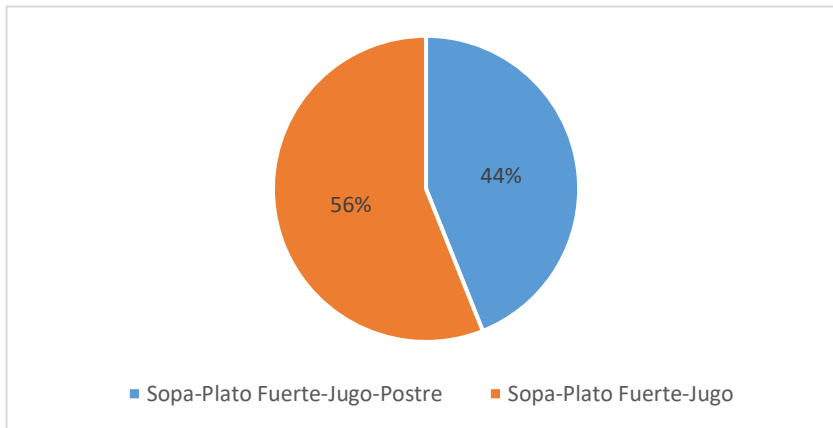


FIGURA 10 ¿CUÁL DE LOS DOS TIPOS DE ALMUERZO PREFIERE?

Fuente: Investigación Propia

Se ha ofertado dos tipos de menú con el fin de lograr establecer un precio viable al cliente y se ha determinado que el 56% prefiere un almuerzo sin postre porque considera que las porciones son suficientes, mientras que 44% prefiere el postre mencionando que les gusta la golosina.

Determinado el porcentaje mayoritario se puede ajustar los costos del menú para que haya un precio accesible a los clientes.

Pregunta N° 9

Tabla 23 ¿Le gustaría que un restaurante de su preferencia le provea de almuerzos en su lugar de trabajo o domicilio?

Pregunta 9	TOTAL	
	Frecuencia	%
SI	79	80
NO	18	20
Total	97	100

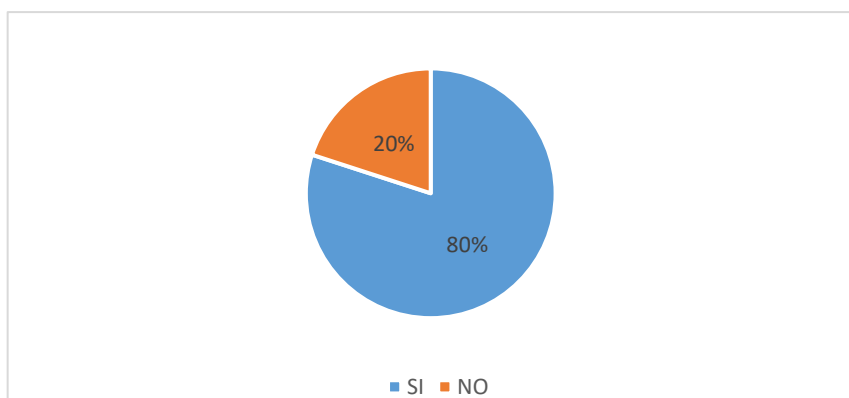


FIGURA 11 ¿LE GUSTARÍA QUE UN RESTAURANTE DE SU PREFERENCIA LE PROVEA DE ALMUERZOS EN SU LUGAR DE TRABAJO O DOMICILIO?

Fuente: **Investigación Propia**

Con el fin de presentar el nuevo servicio se ha determinado que más de la mitad con un 80% desea un servicio a domicilio y el 20% gusta venir al establecimiento porque se reúne con amigos y conocidos, con ello se puede satisfacer las necesidades de ese 80% y se podría disponer de más almuerzos para personas que han tenido que regresar por falta de producto.

Pregunta 10

TABLA 24 ¿RECOMENDARÍA USTED EL NUEVO SERVICIO QUE BUSCA OFERTAR EL ESTABLECIMIENTO?

Pregunta 10	TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje
SI	59	65%
NO	38	35%
Total	97	100%

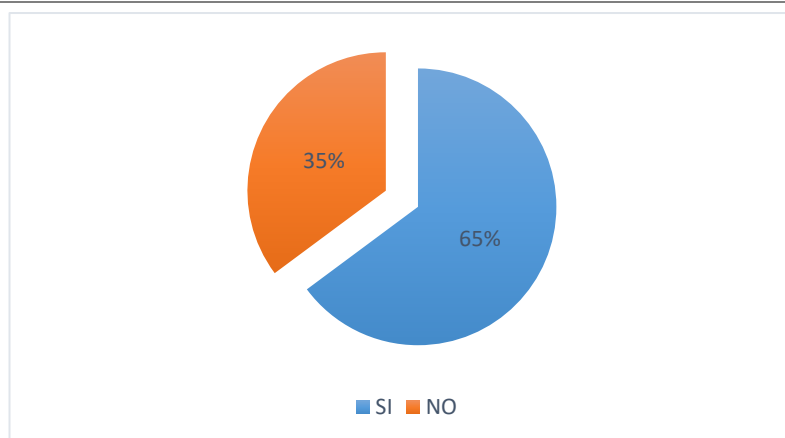


FIGURA 12 ¿RECOMENDARÍA USTED EL NUEVO SERVICIO QUE BUSCA OFERTAR EL ESTABLECIMIENTO?

Fuente: **Investigación Propia**

Respecto a la intención de divulgar el nuevo servicio que se busca ofertar se puede contar con la denominada publicidad de boca a boca a través de los actuales clientes, es decir, un 60% de nuestra clientela nos recomendaría a nuevos clientes para que opten por el servicio de almuerzos a domicilio mientras que un 40% menciona que no lo haría por temor a que nos enfoquemos solo a esta línea de servicio. Se ha podido evidenciar que existe un gran número de comensales que accederían a adquirir el servicio de almuerzos a domicilio, en este contexto, el presente estudio se vuelve fundamental para sustentar la viabilidad del proyecto.

4.1.5 Conclusión General de la Aplicación de la Encuesta

En el análisis realizado se ha visto diferentes tendencias en cuanto a gustos y preferencias enfocadas a un producto de calidad. Alimentarse bien es algo primordial, pero hoy en día debido a la falta de tiempo, a la comodidad y la poca afición por cocinar, ha permitido el crecimiento de establecimientos que ofertan servicio de alimentación.

Mencionando lo anterior la encuesta realizada (Anexo 5) a los comensales que trabajan en las diferentes empresas de Cayambe y que acuden a Restaurante el Olimpo mencionaron que si adquirirían el producto y lo promocionarían con conocidos y allegados, toda vez que el producto mantenga las mismas características que se ofrecen actualmente, es decir calidad y frescura.

Es así como el proyecto de servicio de almuerzos a domicilio en el Restaurante el Olimpo se alinea a las demandas del sector usando productos de calidad, frescos y con atención rápida de calidad.

Análisis e interpretación de Resultados de la Entrevista

En la ciudad de Cayambe, con la observación e investigación realizada se ha determinado que existen dos emprendimientos formalmente constituidos que ofertan almuerzos a domicilio, de los cuáles para la presente investigación se nos ha favorecido la entrevista de parte de la Sra. Irma Castillo (producción a baja escala ofertada a conocidos) la misma que manifiesta que han incursionado hace tres años, cabe recalcar que no se han posicionado por la falta de publicidad y variedad de menú. También hay que mencionar que se estima exista 12 personas que trabajan de manera informal en el área de entrega de alimentos a domicilio.

TABLA 25 RESUMEN ENTREVISTA

FACTOR	APORTACIÓN
Legalidad en la entrega de almuerzos a domicilio	Cumple con los requisitos solicitados por los entes de control
Cantidad de almuerzos a domicilio que vende en el día	12
Número de personas intervienen en la preparación y entrega de los almuerzos	1
Frecuencia de que se provee de productos para la preparación de alimentos	1 vez a la semana
Utilización de empaques reutilizables o desechables	desechables
Valor del almuerzo a domicilio	\$ 3,10

Fuente: Investigación Propia

Realizada la entrevista a la persona que accedió con la información solicitada, se ha podido determinar que el Olimpo Restaurante puede aprovechar las debilidades que tiene los diferentes establecimientos que ofertan el servicio, encaminados a prestar un buen servicio a la ciudadanía con un producto de calidad, también se puede mejorar los tiempos de trabajo y de entrega del producto.

4.1.6 Demanda Potencial

Identificación de la Demanda

La demanda identificada se determinó en 59 almuerzos de los comensales que utilizarían y recomendarían el nuevo servicio a domicilio de acuerdo a la encuesta aplicada a las distintas empresas del sector, muchos de ellos acuden al establecimiento porque no existe un proveedor que preste el servicio de almuerzo a domicilio que se ajuste a sus gustos y requerimientos en producto y precio, pero si optarían por el servicio en razón de evitar perder tiempo al trasladarse al establecimiento.

Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado la tasa de crecimiento poblacional que se ha establecido al 1.9% de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019 de la ciudad de Cayambe.

Formula: $C_n = C_o(1 + i)^n$

Cn: Consumo Futuro

Co: Consumo demanda para el año actual

i: Tasa de crecimiento poblacional

n: año proyectado

TABLA 26 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA CAYAMBE

PERIODOS	DEMANDA PROYECTADA
AÑOS	UNIDADES A VENDER
1	14062
2	14329
3	14601
4	14879
5	15162

Fuente: Investigación Propia

4.1.7 Oferta

Identificación de la Oferta

La investigación de campo ha ayudado a determinar el número de proveedores (2) que prestan el servicio de almuerzos a domicilio constituidos formalmente y que tienen como centro de operaciones la ciudad de Cayambe, mercado que, si bien tiene pocas empresas constituidas legalmente, posee varios oferentes de servicios a domicilio en situación informal.

Proyección de la Oferta

Para realizar la proyección de la Oferta se ha tomado la tasa de crecimiento empresarial.

Para ello se ha considerado la variación de crecimiento de acuerdo al registro de patentes desde el año 2014 al 2018 de la ciudad de Cayambe cuyo promedio indica un 10.01% anual los mismos que contrastan con la tasa de crecimiento empresarial para PYMES de 11.50% establecidos por el INEC al 2017.

TABLA 27 PROYECCIÓN DE LA OFERTA CAYAMBE

AÑO	#ESTABLECIMIENTOS QUE OFERTAN ALMUERZO A DOMICILIO DE ACUERDO AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL	PROYECCIÓN OFERTA EN UNIDADES DE PRODUCTO DE ACUERDO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO AL 2019 DEL 2,03%	PROYECCIÓN OFERTA
1	2	2405	4810
2	2	2410	5842
3	3	2414	6445
4	3	2419	7110
5	3	2424	7843

Fuente: Investigación Propia

Balance Oferta Demanda

TABLA 28 BALANCE DE LA OFERTA Y DEMANDA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	BALANCE OFERTA-DEMANDA
1	14062	4810	9253
2	14329	5842	8488
3	14601	6445	8156
4	14879	7110	7769
5	15162	7843	7318

Fuente: Investigación Propia

Como se puede observar en la tabla N°28 el balance de oferta y demanda el primer año genera alta demanda, sin embargo, de acuerdo al crecimiento empresarial se prevé que más establecimientos generen nuevas ofertas, haciendo que la demanda se vea cubierta por la competencia y es aquí donde la presente investigación debe establecer estrategias de posicionamiento de producto y mercado.

4.1.8 Análisis de Precios Actuales

Para determinar los precios se ha considerado los precios ofertados por la competencia y de establecimientos que sirven almuerzos para llevar. De acuerdo con la investigación realizada se puede establecer que los precios fluctúan tal como lo indica la tabla N°29.

TABLA 29 *PRECIOS ACTUALES ALMUERZOS PARA LLEVAR*

OFERTANTE	PRECIO
Sra. Irma Castillo (domicilio)	3,10
LA PERLA	3,45
LA PARRILLA DE ACABAR	3,65
GUARANGO ZERO	3,85
MI COMPADRITO	4,45
MARÍA ISOLINA	4,65
COSANA (domicilio)	4,85
Fuente: Investigación Propia	

4.1.9 Estrategias de Comercialización

Comercializar o poner a la venta el servicio a ofertar requiere de estrategias que permitan dar a conocer las cualidades del producto en relación a los diferentes establecimientos de alimentos en la ciudad. Es importante dentro de este estudio de mercado enfocarse a los diferentes canales de distribución y sus principales estrategias para posicionar el establecimiento y su nuevo servicio.

Producto

El producto consiste en ofrecer menús caseros que contenga entrada, plato fuerte y bebida los cuales serán preparados con ingredientes frescos y de calidad; estos se distribuirán a las distintas empresas del sector. En el mediano plazo se pretende ofertar menús vegetarianos que se ajusten a los requerimientos del cliente.

Precio

De la investigación realizada existen diferentes precios en el mercado de varios proveedores detallados en la tabla N°29, el cual se ha promediado en \$4.00 (cuatro dólares), sin embargo, el precio del almuerzo a domicilio del Olimpo Restaurante se lo determinará en el estudio técnico.

Plaza

Considerando que la logística de distribución es uno de los puntos clave del proyecto y que dependerá de la eficiencia que tenga la logística del establecimiento, se tiene pensado iniciar el proyecto delimitando la zona de cobertura de acuerdo al tráfico de la ciudad en especial a las horas pico, mismo que se ha establecido que es a la salida de los estudiantes de las instituciones educativas debido a que varias familias tienen también ese horario de salida para poder almorzar en familia.

Se tiene presupuestado la contratación de una persona en la nómina de la compañía para la repartición de los almuerzos, así como la adquisición y adecuación de la moto donde se trasladará los menús y a la vez el mantenimiento que incurre dicho vehículo.

Promoción

La principal estrategia primaria busca aumentar la disposición de compra, a través de la difusión de los principales beneficios que representa el servicio; el mix promocional del servicio es el siguiente:

Publicidad y Marketing

Se creará la cuenta de Facebook del establecimiento a través del cual se comunicará todo lo relacionado al establecimiento, menús diarios, información nutricional, recepción de sugerencia en cuanto a menús y demás acciones que se pueden generar a través de este canal y de igual manera a través del WhatsApp se utilizará todas las herramientas de este y promocionar al establecimiento.

4.1.10 Conclusiones del Estudio de Mercado

En la ciudad de Cayambe se ha determinado mediante la presente investigación que el servicio de almuerzos a domicilio para las diferentes empresas del sector se encuentra en crecimiento de la demanda estimada del 50%. Hay que destacar que el primer año se tiene un valor no muy alentador debido a que es el tiempo donde se pretende establecerse en el mercado y buscar recuperar la inversión, a través de la propuesta de mejorar el servicio en relación a tiempo y calidad del producto, con precios similares a la competencia.

Sobre las bases del estudio realizadas anteriormente se considera conveniente la creación del nuevo servicio de almuerzos a domicilio en el restaurante El Olimpo para empresas de la ciudad de Cayambe.

Micro localización

Ubicación: Av. Natalia Jarrín y 24 de mayo esquina junto a la Maternidad Mitad del Mundo.

Características: Sector comercial, donde existe afluencia de personas debido a que se encuentra rodeado de locales comerciales, centros educativos, centros médicos y una zona residencial muy transitada.

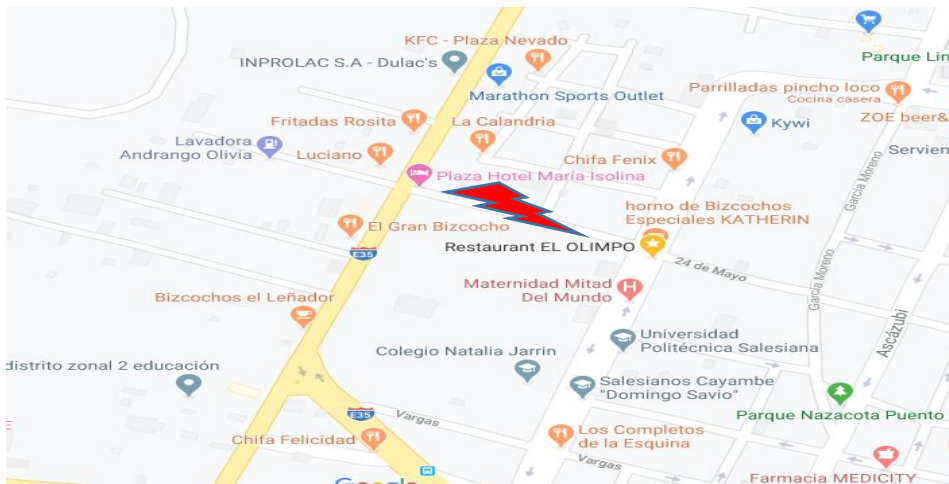


FIGURA 14 UBICACIÓN EL OLIMPO RESTAURANTE

FUENTE DE INVESTIGACIÓN: GOOGLE MAPS 2020

4.2.2 Tamaño del Proyecto

El tamaño del presente proyecto está determinado por su capacidad, misma que está determinada por infraestructura adecuada, mano de obra, costos de producción, equipo y mobiliario, que permitan el correcto desarrollo de las actividades diarias.

4.2.3 Ingeniería del Proyecto

En esta etapa se definirán los recursos necesarios para ejecutar el presente proyecto, entre los cuales están procesos de planificación, producción y distribución de los recursos necesarios para la implementación del servicio de almuerzos a domicilio.

Infraestructura

El diseño y distribución de las instalaciones cuenta con un área de trabajo de 13 m² y 45 m² para el servicio. Es necesario realizar una readecuación de un lugar destinado para el empaque de los almuerzos para domicilio, por cuanto es la nueva área de servicio a cearse y el mismo debe estar en condiciones adecuadas para realizar un trabajo óptimo.

El la figura 15 permite ver el área de trabajo actual, se espera realizar una ampliación de dos metros cuadrados del área de trabajo específicamente donde se cobra al cliente reducir dicho espacio para poder llevar a cabo las actividades de empaquetamiento del producto, hay que aclarar que no se afectará el espacio de clientes ya que en esta área se contaba con suficiente espacio.

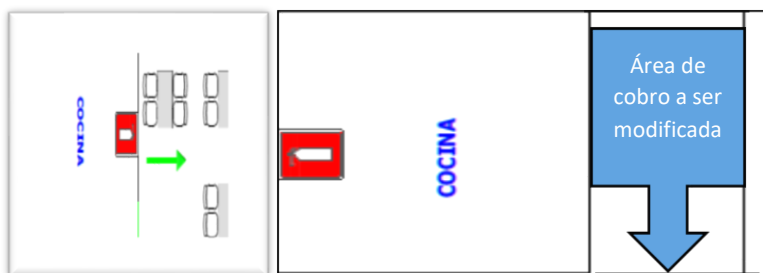


FIGURA 15 DISEÑO AMPLIACIÓN ÁREA DE TRABAJO

Fuente: Elaboración propia

Mano de Obra

El establecimiento actualmente cuenta con el personal conformado por el Contador-Administrador, Jefe de Cocina, mesero. Para cumplir con los objetivos propuestos en la presente investigación y desarrollar el nuevo servicio de almuerzos a domicilio optimizando las actividades el establecimiento se contratará un ayudante de cocina y chofer motorizado los cuales laboraran 4 horas de lunes a viernes, el personal anteriormente que actualmente labora cumple su trabajo en 8 horas diarias enmarcados en el horario de trabajo establecido y regulado por el Ministerio del Trabajo; adicionalmente se dotará del equipo y materia prima necesaria para poder cumplir a cabalidad del servicio de almuerzos a domicilio.

Las remuneraciones detalladas a continuación se enfocan a la contratación del nuevo personal que permitirá el funcionamiento del nuevo servicio de almuerzos a domicilio:

TABLA 30 REPORTE DE SUELDOS Y SALARIOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO

Personal Administrativo Mensual	Salario Anual	Aporte Patronal 11,15%	Fondos de Reserva	10mo tercer sueldo	10mo cuarto sueldo	Vacaciones
Ayudante de Cocina	200,00	2400,00	267,6	200,00	200,00	100,00
Total Personal Administrativo	2.400,00	267,60	200,00	200,00	400,00	100,00
Personal Operativo						
Chofer Motorizado	200,00	2400,00	267,6	200,00	200,00	100,00
Total Personal Operativo	2.400,00	267,60	200,00	200,00	200,00	100,00

Fuente: Investigación Propia

Procesos Productivos

La presente investigación busca establecer y mejorar los procesos que por falta de objetivos no propuestos se ha evidenciado deficiencias en el desarrollo de los procesos de producción y la vez establecer el proceso de distribución que será clave para la creación del nuevo servicio los mismos que se enmarcaran en la cantidad - costo de la materia prima, tiempo de preparación y distribución del producto.

Esto permitirá establecer las estrategias necesarias para ofertar en producto que busca destacar por el tiempo y calidad del producto que el cliente recibe en relación a la competencia existente.

TABLA 31 MAPA DE PROCESOS DIARIO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

Proceso	Hora	Símbolo	Descripción	Tiempo
Preparación del Menú Diario	8:59		Revisión del Menú Aprobado	7 minutos
	9:06		Mise en Place	58 minutos
	10:04		Preparación del Menú	75 minutos
	11:19		Limpieza del Área de Trabajo y publicación del menú por Watsap	26 minutos
	11:45		Revisión, organización y confirmación de pedidos a domicilio	6 minutos
Empaquetamiento del Producto	11:51		Separación de pedidos por horario de entrega	5 minutos
	11:56		Preparación y cocción de los alimentos.	9 minutos
	12:05		Empacar los pedidos	9 minutos
	12:14		Coordinación entregas con el motorizado	4 minutos
Servicio a domicilio	12:18		Organizar las siguientes entregas de productos	123 minutos
	14:21		Cuadre de pedidos con el dinero recibido	29 minutos
Total Minutos Empleados				351 mints.

Fuente: Investigación Propia

TABLA 32 MAPA DE PROCESOS DIARIO ENTREGA ALMUERZOS A DOMICILIO

Proceso	Hora	Símbolo	Descripción	Tiempo
Entrega de Almuerzo a domicilio	12:30		Envío a motorizado con primer horario entrega almuerzos a domicilio	37 minutos
	13:07		Envío a motorizado segundo horario entrega almuerzos a domicilio	37 minutos
	13:44		Envío a motorizado tercer horario entrega almuerzos a domicilio	37 minutos
	14:21		Finalización de Servicio y Recepción y cuadre de dinero de parte de motorizado de acuerdo a comandas	29 minutos
Total Minutos Empleados				140 minutos

Fuente: Investigación Propia

	Operación		Entrega
	Transporte		Almacenamiento
	Inspección		

Materia Prima

Los productos que se estarían utilizando semanalmente (5 días) son los siguientes:

- Aceite y condimentos se compra el stock necesario para la semana.
- Arroz se utiliza 75 libras a la semana, se compra 4 quintales al mes.
- Azucar se utiliza 25 libras a la semana , se compra 1 quintal al mes.
- Carne (20 libras lomo y 6 de hueso se compra la mitad cada 2 días), mariscos (7 libras de camarón (semanal), 12 libras de tilapia, 8 libras de trucha, 10 libras de picudo y 25 pargos esto es solo una vez y solo una opción al mes) y pollo (12 pollos se compra la mitad cada 2 días), carne de cerdo varía según el menú ifual es una compra a la semana.
- Empaques se compra caja de 20 paquetes tanto de loncheras como tarrinas que contiene 25 unidades, (cada 15 días)
- Harina, huevos y granos varios se compra el stock necesario para la semana.
- Verduras y frutas se compra cada dos días lo necesario para evitar almacenamiento y degradación del mismo.
- Viveres varios, aquí se incluyen: embutidos, pastas, vinos, café, pan, condimentos varios, leche y sus derivados, se lo compra según la necesidad y preparación del menú. También en este incluye los artículos de limpieza que son según la necesidad ya que no se tiene en stock para evitar desperdicio y posible contaminación de los alimentos por falta de espacio de almacenamiento.

De la materia prima anteriormente detallada las cantidades a comprarse son semanales pero se estimará de forma mensual por el tema de detalle de inversión, incluye las porciones utilizadas para los 30 menus diarios del servicio de los almuerzos en el establecimiento.

Esto se lo ha hecho ya que el capital de trabajo del nuevo servicio de almuerzos a domicilio serán cubiertos por los ingresos del servicio que se está prestando actualmente en el restaurante.

Empaques

El costo de los empaques representan un valor alto en relación a los otros insumos por cuanto es un producto 100% biodegradables, elaborados con almidon de maíz según la ficha técnica detallada (Anexo N°6) del proveedor Ecogreen, existen mas proveedores en la ciudad de Quito pero cobran el valor del envío del producto; Ecogreen ya se encuentra distribuyendo a la ciudad de Cayambe sin costo adicional y tiene disponible las cantidades solicitadas.

Contar con este tipo de producto permite marcar la diferencia, y de manera indirecta se incentiva al uso de este material no solo al consumidor sino que tambien a la competencia con el fin de remediar en algo la contaminación al medio ambiente aunque sea de manera mínima.

Costo de Producción

Se ha establecido un cuadro de manejo de costo de menú con información actualizada de los diferentes productos que se utilizan en un menú, en la siguiente tabla se detalla la preparación de un menú que se prepara en un día estimado para 4 personas el mismo que nos dará el costo de producción del menú el cual permitirá determinar los costos totales diarios para poder establecer el precio de venta para la producción de los 30 almuerzos y generen un margen de ganancia que permita recuperar la inversión.

TABLA 33 COSTO DE PRODUCCION

MENÚ Sopa: Acelga y Carne Fuerte: Pollo al Horno Jugo: Tomate de Árbol					COSTO UNIT.	2.24
LOCRO ACELGA y CARNE		4 PORCIONES		COSTO PORCIÓN 0.56		
UNIDAD RECETA	UNIDAD ESTÁNDAR	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	
2	libra	2	libra	papa	0.30	\$ 0.60
5	unidad	5	unidad	acelga	hoja	0.09 \$ 0.45
1/2	libra	1/2	libra	costilla de res	1.50	\$ 0.75
1	unidad	1	unidad	ajo	0.09	\$ 0.09
20	gramo	0	libra	sal	2 cucharadas	0.90 \$ 0.04
1	unidad	1	unidad	cebolla blanca		0.10 \$ 0.10
20	mililitro	0	litro	aceite de color	1 cucharada	1.50 \$ 0.03
2	rama	2	rama	cilantro		0.05 \$ 0.10
1/2	unidad	1/2	unidad	zanahoria amarilla		0.05 \$ 0.03
1/4	tasa	0	litro	leche		0.85 \$ 0.05
COSTO LOCRO DE ACELGA CON CARNE PARA 4 PORCIONES					\$	2.24
POLLO AL HORNO		4 PORCIONES		COSTO PORCIÓN 1.23		
UNIDAD RECETA	UNIDAD ESTÁNDAR	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	
1	libra	1	libra	arroz	0.45	\$ 0.45
2	litro	2	litro	agua	0.15	\$ 0.20
15	gramo	0	libra	sal	1 cucharada	0.90 \$ 0.03
5	libra	3	libra	pollo	1 pollo	1.10 \$ 3.30
4	unidad	3	unidad	ajo		0.09 \$ 0.27
4	unidad	1	unidad	limón		0.05 \$ 0.05
1	unidad	1	unidad	cubito magui		0.17 \$ 0.17
1	rama	1	rama	perejil		0.10 \$ 0.10
45	gramo	0	libra	sal	3 cucharada	1.00 \$ 0.10
1	pisca	1	pisca	pimienta		0.02 \$ 0.02
40	mililitro	0	litro	aceite de oliva		3.00 \$ 0.12
2	unidad	2	unidad	tomate riñón		0.07 \$ 0.13
COSTO POLLO AL HORNO PARA 4 PORCIONES					\$	4.91
ENSALADAS		4 PORCIONES		COSTO PORCIÓN 0.23		
UNIDAD RECETA	UNIDAD ESTÁNDAR	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	
1/2	unidad	1/2	unidad	lechuga	0.50	\$ 0.25
1	unidad	1	unidad	limón	0.05	\$ 0.05
2	unidad	2	libra	tomate riñón	0.07	\$ 0.13
1	unidad	1	litro	col pequeña	0.50	\$ 0.50
COSTO ENSALADAS PARA 4 PORCIONES					\$	0.93
JUGO TOMATE		4 PORCIONES		COSTO PORCIÓN 0.22		
UNIDAD RECETA	UNIDAD ESTÁNDAR	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	
1 1/2	litro	1 1/2	litro	agua	0.25	\$ 0.38
4	unidad	4	unidad	tomate de árbol	0.10	\$ 0.40
90	gramo	1/5	libra	azúcar	6 cucharadas	0.60 \$ 0.12
COSTO JUGO PARA 4 PORCIONES					\$	0.89

Fuente: Investigación Propia

Al costo de producción anteriormente detallado hay que realizar los siguientes calculos que permitan obtener un margen de ganancia y establecer el precio de venta adecuado:

TABLA 34 PROPORCIONAL DE SERVICIOS BÁSICOS POR MENÚ

Proporcional de Servicios Básicos por menú			
Detalle	Valor Mensual	Valor Diario	Valor por menú
Gas (24 tanques al mes)	480.00	16.00	0.27
Agua	80.00	2.67	0.05
Internet	35.00	1.17	0.02
Luz	80.00	2.67	0.05
Proporcionales de Servicio a Domicilio por menú			
Detalle	Valor Mensual	Valor Diario	Valor por menú
Gasolina (\$10 semanales)	40.00	1.33	0.03
Mantenimiento	50.00	1.67	0.03
Empaques	1180.00	1.00	1.00
Mano de Obra	400.00	13.33	0.23

TABLA 35 VALORES ADICIONALES AL COSTO DEL MENÚ

Valores Adicionales al costo del Menú	
Detalle	Valor por menú
Gas (24 tanques al mes)	0.27
Agua	0.05
Luz	0.02
Internet	0.05
Gasolina (\$10 semanales)	0.03
Mantenimiento Motocicleta	0.03
Empaques	1.00
Mano de Obra	0.23
Total Valores Adicionales	1.68

De las tablas detalladas anteriormente, se agrega al costo de producción del menú el valor de 1.68 incluido el transporte a domicilio. En el calculo detallado de la tabla N° 37 se establece un costo por servicio del 10% del costo unitario, la competencia maneja un precio promedio de 4USD, de acuerdo a los costos determinados se establece el almuerzo a domicilio a 4.78 USD.

TABLA 36 PRECIO DE VENTA

<i>Precio de Venta</i>	
Materia Prima	3.10
CIF	1.68
Precio de Venta	4.78

Distribución

Se receptorá los pedidos a través del menú publicado diariamente en Watsap desde las 9 am hasta las 12 del día, el empaque del producto se realizará mínimo en 10 minutos y se coordinará la distribución del producto a través del personal motorizado en tres horarios: 12h30, 13h10 y 13:45, cubrirá solo la ciudad de Cayambe a una distancia no superior de 1.5km, para lo cual se ha planteado contar con:

- Personal Calificado que optimice el tiempo, en cada horario se entregara 19 almuerzos en un tiempo de 40 minutos, es decir que cada entrega le tomara 4 minutos; se ha tomado en cuenta que ciertas entregas podrian ser de 2 o 3 menus a un mismo cliente, en total el recorrido cubriría 10 paradas. Una vez realizadas las entregas tendra un máximo 7 minutos para retornar al establecimiento.
- Diseñar zona de entregas, en el cual se defina las calles menos transitadas y también entregar los pedidos mas cercanos y finalizar con los que se encuentren a mayor distancia para cumplir el objetivo es importante la comunicación en todo momento

4.2.4 Inversión del Proyecto

Las inversiones que se presentan a continuación se han agrupado de manera que se pueda identificar los rubros en que el establecimiento debe incurrir para la oferta de servicio de almuerzos a domicilio y determinar los valores totales para el financiamiento de la presente investigación.

Inversión Fija

TABLA 37 DETALLE DE COMPRAS INSUMO MATERIA PRIMA MENSUALES

Producto	Cantidad	Presentación	Precio	Total
Aceite	24	litros	1.25	30.00
Arroz	4	quintal	42.00	168.00
Azúcar	1	quintal	28.00	28.00
Ají Peruano	1	libra	2.00	2.00
Ajo Molido	1	libra	2.00	2.00
Arroz de Cebada	4	libras	0.60	2.40
Arveja	4	libras	0.75	3.00
Bicarbonato	1	libra	2.50	2.50
Comino	1	libra	2.10	2.10
Canguil	4	libras	0.55	2.20
Frejol	12	libras	1.10	13.20
Gas	24	Tanques	20.00	480.00
Harina	20	libras	0.40	8.00
Huevos	3	cubetas	3.30	9.90
Lenteja	12	libras	0.70	8.40
Maíz	4	libras	1.10	4.40
Morocho	4	libras	0.70	2.80
Orégano	1	libra	1.50	1.50
Quinoa	4	libras	1.35	5.40
Pimienta en Grano	1	libra	3.70	3.70
Uchujacu	2	libras	1.45	2.90
Carne de Res	80	libras	2.80	224.00
Hueso de Res	24	libras	1.40	33.60
Carne de Cerdo	40	libras	2.50	100.00
Hueso de Cerdo	10	libras	2.30	23.00
Chuleta de Cerdo	30	libras	2.50	75.00
Librillo y panza de res	12	libras	4.00	48.00
Lengua de Res	8	libras	5.00	40.00
Camarón	28	libras	4.30	120.40
Lenguado	24	libras	1.95	46.80
Pescado entero (pargo)	24	libras	1.95	46.80
Picudo	10	libras	4.50	45.00
Tilapia (solo el filete)	12	libras	4.30	51.60
Trucha	8	libras	4.50	36.00
Pollo (unidad 5 libras)	48	unidades	5.50	264.00
Fruta para jugo (\$5 diarios)	120	libras	1.80	216.00
Gaseosas		mensual		95.00
Verduras (ensaladas y condimentos)		mensual		218.00
Papas	5	quintal	14.00	70.00
Empaques (tarrina-lonchera- cubiertos, servilletas)		mensual		1180.00
Viveres Varios (magui, pastas, café, etc)		mensual		426.20
Total Compras Mensuales				4141,80

Equipos de Computación

Una herramienta muy importante porque permite mantener la información organizada y dinamizar las actividades internas y externas del establecimiento. El costo total de equipo y software son de 1100 dólares, pero se ha considerado tomar en cuenta el 25% del valor ya que es en lo afectara de manera directa a la creación del nuevo servicio.

TABLA 38 COSTO EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Detalle	Valor
Computador de Escritorio+ Gaveta+Mouse+Teclado	91,45
1 impresora Epson punto venta	46,55
Software Punto de Venta	137,00
TOTAL	275,00
Fuente: Investigación Propia	

Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipo descritos a continuación mejoran los procesos de producción y puesta en marcha del nuevo servicio de almuerzos a domicilio. Se ha considerado un 50% del valor total de 1822 dólares que se ha visto incidirá en la creación del nuevo servicio.

TABLA 39 COSTO MAQUINARIA Y EQUIPO

Detalle	Valor
1 freidora	70,00
1 Self service de 3 servicios	770,00
Ollas-pailas-cortadora de papas	71,00
TOTAL	911,00
Fuente: Investigación Propia	

Vehículos

La adquisición de la motocicleta permitirá el traslado efectivo del producto hacia el cliente y así puedan degustar de los alimentos ofertados. Por ello es importante que su equipamiento y adecuación sea la correcta y que cumpla con todas las normas de seguridad.

TABLA 40 VEHÍCULOS

Detalle	Valor
1 Moto Adecuada llevar pedidos	1099,00
TOTAL	1099,00
Fuente: Investigación Propia	

Las Inversiones fijas bordean los USD 2285.00 mismos que se detallan a continuación:

TABLA 41 RESUMEN INVERSIONES FIJAS

Detalle	Valor
Materia Prima (Compras)	4141,80
Equipos de Computación	275,00
Costo Maquinaria y Equipo	911,00
Costo Vehículos	1099,00
TOTAL	6426,80
Fuente: Investigación Propia	

Gastos Fijos y Variables

Gastos Fijos

Los gastos de operación mensual que incluyen los administrativos y de ventas se han detallado en la siguiente tabla:

TABLA 42 RESUMEN DE GASTOS DE OPERACIÓN

Gastos Administrativos	
Internet	35,00
Suministro y materiales de oficina	30,00
Remuneración al personal administrativo (1)	200,00
Gastos de Ventas	
Movilización	90,00
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	355,00

Fuente: Investigación Propia

Gastos Variables

Los valores presentados en la tabla N°43, refleja un análisis de los requerimientos para un periodo mensual, la materia prima se ha considerado el 75% de las compras tomando en cuenta que una parte de la inversión provendrá de los ingresos actuales del establecimiento.

TABLA 43 GASTOS VARIABLES

DETALLE	VALOR
Remuneraciones (1 operativos)	200,00
Servicios Básicos	160,00
TOTAL	360,00

Fuente: **Investigación Propia**

4.2.5 Inversión Total

En el marco del presente proyecto de factibilidad se ha determinado, de acuerdo a la tabla N° 44, una inversión total por \$7141.80 dólares de los Estados Unidos de Norte América.

TABLA 44 RESUMEN DE INVERSIONES

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	6426,80
Inversión Variable	715,00
TOTAL	7141,80

Fuente: **Investigación Propia**

4.2.6 Financiamiento

La inversión cuenta se realizará con un capital propio de \$3141.80 y un crédito de \$4000.00 en el Banco Pichincha, mismo que está dirigido para microempresas a una tasa de interés del 24,9% a 2 años plazo.

TABLA 45 RESUMEN DE FINANCIAMIENTO

Tipo Inversión	Valor	Capital Propio	Capital Financiado
Inversión Fija	6426.80	2426.80	4000.00
Inversión Variable	715.00	715	0.00
TOTAL	7141.80	3141.80	4000.00
PORCENTAJE	100%	43.99%	56.01%

Fuente: **Investigación Propia**

4.3 Estudio Financiero

El Estudio Financiero es de vital relevancia en la presente investigación, a través del mismo se podrá determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto.

Para el desarrollo se ha realizado presupuestos proyectados de ingresos, costos y gastos, y también se ha proyectado el balance inicial, de resultados y flujo de efectivo los cuales permitirán evaluar la factibilidad empleando métodos de Evaluación Financiera de indicadores económicos como: Costo de Oportunidad, TRM, VAN, TIR, Relación Costo Beneficio, Período de Recuperación de la Inversión, Punto de Equilibrio.

Objetivo

Determinar la viabilidad del proyecto financiera que permita la toma de decisiones bajo condiciones de certidumbre.

4.3.1 Estructura de la Inversión

Ingresos

Para determinar las proyecciones de ingresos se ha considerado los resultados de las encuestas realizadas, se estima que se venderá mínimo 59 almuerzos diarios a empresas dentro de ciudad de Cayambe, hay que recalcar que los posibles consumidores ya son clientes frecuentes del establecimiento y los mismos serán los que nos permitan que la demanda para el nuevo servicio de almuerzos a domicilio sea la esperada según las encuestas. También se hizo un breve análisis de la entrevista realizada al proveedor de servicio de almuerzos a domicilio que facilitó la información pertinente. Finalmente, se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento económico de últimos 5 años (2.03%) la cual también se aplicó para el incremento de precios anuales.

Proyección de Ingresos

TABLA 46 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Clientes Por Día	59	60	61	62	63
Clientes Por Mes	1172	1194	1217	1240	1264
Clientes Por Año	14062	14329	14601	14879	15162
Valor del Almuerzo a Domicilio	\$ 4.78	\$ 4.87	\$ 4.91	\$ 4.96	\$ 5.00
Ingreso Mensual	\$ 5,601.36	\$ 5,812.76	\$ 5,977.36	\$ 6,146.96	\$ 6,321.25
Ingreso Anual	\$ 67,216.36	\$ 69,753.15	\$ 71,728.31	\$ 73,763.54	\$ 75,855.05

Fuente: Investigación Propia

Costos y Gastos Proyectados

Los Costos y gastos proyectados que se consideraron en la presente investigación permiten el desarrollo eficiente de las actividades diarias del establecimiento y se ha realizado tomando en consideración los mismos parámetros que los ingresos en relación al promedio de inflación.

Costos de Adquisición

TABLA 47 COSTOS DE ADQUISICIÓN

Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	4141.80	49701.60	50156.87	50616.30	51079.95	51547.84
Mano de Obra Directa (1)	200.00	2400.00	2455.44	2512.16	2570.19	2629.56
Costos Indirectos de Producción	357.93	4295.10	4394.32	4495.83	4599.68	4705.93
Total Costos de Adquisición	\$ 4,699.73	\$56,396.70	\$ 57,006.62	\$57,624.29	\$58,249.82	\$58,883.34

Fuente: Investigación Propia

Gastos Administrativos Proyectados

Los gastos que se incurren por la administración general del giro del negocio se han realizado tomando en consideración los mismos parámetros que los ingresos en relación al promedio de inflación, no así, en los sueldos y salarios se ha realizado de acuerdo a la variación promedio de SBU desde el 2015 al 2020 equivalente al 2.31%.

TABLA 48 GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS

Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios Administrativos	200.00	2400.00	2421.984	2477.93	2535.17	2593.73
Aporte Patronal IESS	22.30	267.60	270.05	272.52	275.02	277.54
Beneficios Sociales	58.33	700.00	716.17	732.71	749.64	766.96
Servicios Básicos	160.00	1920.00	1937.59	1955.34	1973.25	1991.32
Suministros de Oficina	30.00	360.00	363.30	366.63	369.98	373.37
Internet	35.00	420.00	423.85	427.73	431.65	435.60
Total Gastos Administrativos	505.63	\$6,067.60	\$ 6,132.94	\$6,232.86	\$6,334.71	\$6,438.53

Fuente: Investigación Propia

Gastos de Ventas Proyectados

Los gastos de ventas que se van a generar por la difusión y puesta en marcha de los servicios de almuerzos a domicilio se detallan en la siguiente tabla.

TABLA 49 GASTOS DE VENTA PROYECTADOS

Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Movilización	90.00	1080.00	1080.21	1080.41	1080.62	1080.82
Total Gastos de Ventas	90.00	\$ 1,080.00	\$1,080.21	\$1,080.41	\$1,080.62	\$ 1,080.82

Fuente: Investigación Propia

Gastos Financieros

Implementar el presente proyecto requiere de la inversión financiera privada de \$ 4000,00 lo cual se solicitará a Banco PICHINCHA esta institución ha realizado el análisis de ampliación del emprendimiento a implementarse, la cual financiará y amortizará como a continuación se detalla.

Tipo de Crédito: Microempresas

Forma de Pago: Mensual

Tasa Efectiva: 25.45%

Plazo: 24 meses (4 años)

Monto: \$4000,00

Amortizaciones

La amortización anual por el préstamo adquirido es la francesa misma que se representa en la siguiente tabla:

TABLA 50 AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO

Periodos	Saldo Inicial	Pago Anual	Amortización	Intereses	Saldo Final
1	4000.00	2530.30	1756.17	774.13	2243.83
2	2243.83	2537.42	2243.83	293.59	0.00
Totales			\$ 5,067.72	\$ 4,000.00	\$1,067.72

Fuente: **Investigación Propia**

Depreciaciones

El establecimiento realizará las depreciaciones de activos fijos por el método legal de acuerdo a la norma tributaria vigente.

TABLA 51 DEPRECIACIÓN ACTIVOS

Detalle	Valor	Vida Útil	Porcentaje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación de Maquinaria y Equipos	275,00	10	10%	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50
Depreciación Vehículos	1099,00	5	20%	219,80	219,80	219,80	219,80	219,80
Depreciación de Equipos de Computación	911,00	3	33%	300,63	300,63	300,63		
Total Depreciación Activos				547,93	547,93	547,93	247,30	247,30

Fuente: Investigación Propia

Resumen de Costos y Gastos

TABLA 52 RESUMEN COSTOS Y GASTOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Adquisición	56396.70	57006.62	57624.29	58249.82	58883.34
Gastos Administrativos	6067.60	6132.94	6232.86	6334.71	6438.53
Gastos de Ventas	1080.00	1080.21	1080.41	1080.62	1080.82
Gastos Financieros	774.13	293.59	0.00	0.00	0.00
Depreciación de Activos	520.43	520.43	520.43	219.80	219.80
Total Costos y Gastos	\$ 64,838.86	\$ 65,033.79	\$ 65,457.99	\$ 65,884.95	\$66,622.48

Fuente: Investigación Propia

4.3.2 Estados Financieros Presupuestados

Estado de Situación Financiera

Constituye una representación Financiera estructurada de la situación financiera de la empresa. El objetivo es suministrar información acerca de la situación y desempeño financiero que genera el presente proyecto de investigación, dicha información será útil para la toma de decisiones.

TABLA 53 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

EL OLIMPO CAFÉ RESTAURANTE				
ESTADO DE SITUACION INICIAL				
ACTIVOS			PASIVO	
<u>Inversiones Corrientes</u>			<u>Pasivo Corto Plazo</u>	
Capital de Trabajo	4856,80		Préstamo Banco Pichincha	4000,00
<i>Total Activo Corriente</i>		4856,80	TOTAL PASIVO	4000,00
<u>Inversión Fija</u>				
Equipos de Computación	275,00			
Costo Maquinaria y Equipo	911,00		<u>Patrimonio</u>	
Costo Vehículos	1099,00		Capital	3141,80
<i>Total Inversión Fija</i>		2285,00		
TOTAL: ACTIVOS		7141,80	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	7141,80

Fuente: Investigación Propia

Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados nos ayuda a determinar si existen utilidades dentro del establecimiento, lo cual nos permitirá saber determinar el correcto funcionamiento y cumplimiento de los objetivos trazados en la investigación. Hay que tener en claro que todo proyecto de factibilidad tiene un crecimiento progresivo hasta que pueda establecerse.

TABLA 54 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

EL OLIMPO CAFÉ RESTAURANTE

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CUENTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS NETAS	67216.36	69753.15	71728.31	73763.54	75855.05
(-)COSTO PRODUCCIÓN	56396.70	57006.62	57624.29	58249.82	58883.34
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	10819.66	12746.53	14104.02	15513.72	16971.72
(-)GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	6067.60	6132.94	6232.86	6334.71	6438.53
(-)GASTO DE VENTAS	1080.00	1080.21	1080.41	1080.62	1080.82
(-)GASTOS FINANCIEROS (Intereses)	774.13	293.59	0.00	0.00	0.00
(-)GASTOS DEPRECIACIÓN	520.43	520.43	520.43	219.80	219.80
(=)UTILIDAD NETA ANTES PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	2377.50	4719.37	6270.32	7878.59	9232.57
(-)15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	356.62	707.90	940.55	1181.79	1384.89
(=)UTILIDAD NETA ANTES DEL IMP. RENTA	2020.88	4011.46	5329.77	6696.81	7847.69
BASE IMPUESTO RENTA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)UTILIDAD NETA	\$ 2,020.88	\$ 4,011.46	\$ 5,329.77	\$ 6,696.81	\$ 7,847.69

Fuente: Investigación Propia

Estado de Flujo de Caja**TABLA 55 FLUJO DE CAJA**

EL OLIMPO CAFÉ RESTAURANTE

CUENTA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)UTILIDAD NETA		\$ 2,020.88	\$ 4,011.46	\$ 5,329.77	\$ 6,696.81	\$ 7,847.69
(+) DEPRECIACIONES		520.43	520.43	520.43	219.80	219.80
(-) INVERSIONES	-7141.80					
(=)FLUJO DE CAJA NETA	-7141.80	\$ 2,541.31	\$ 4,531.89	\$ 5,850.20	\$ 6,916.61	\$ 8,067.49

Fuente: Investigación Propia

Evaluación Financiera

Costo de Oportunidad

Para determinar el costo de oportunidad, se toma en consideración los valores de la inversión propia y financiada, de igual manera la tasa de interés que se pagará por el crédito y la tasa que la entidad financiera nos pagaría por dejar el dinero a plazo fijo.

La tasa referencial del Banco central del Ecuador es de 6.25%, sin embargo, las instituciones financieras de acuerdo al monto y plazo de la inversión cancelan hasta el 8.18%, para la presente investigación se trabajará con la última tasa de interés.

TABLA 56 COSTO DE OPORTUNIDAD

COSTO DE OPORTUNIDAD	INVERSIÓN	PORCENTAJE	TASA DE OPERACIÓN	VALOR PONDERADO
Propio	3141.80	43.99%	6%	0.027
Financiado	4000.00	56.01%	25%	0.139
TOTAL	7141.80			16.69

Fuente: Investigación Propia

Se ha determinado que el costo de oportunidad de la presente investigación es de 16.69%, lo cual es favorable tomando en cuenta que el porcentaje es más alto de acuerdo a la tasa que paga la institución financiera por dejar el dinero.

Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

La tasa de rendimiento medio o tasa de descuento es importante porque permite determinar el porcentaje mínimo que la inversión debe generar además de ser la tasa que se usará en los indicadores económicos.

FORMULA: $TRM = (1 + CO)(1 + inf) - 1$

Costo de Oportunidad (CO): 16.69%

Tasa de Inflación 2019 BCE: -0.07%

$TRM = (1 + 16.69)(1 - 0.0007) - 1$

TRM=16.68%

Valor Actual Neto (VAN)

El Van es traer los flujos futuros a valor presente y restar la inversión inicial para poder determinar si la misma es rentable o no en términos monetarios.

$$VAN = \sum \frac{FCN}{(1-i)^n} - I_0$$

FCN: Flujo de Caja Neta (Cada Periodo)

i: Tasa de descuento

n: número de periodo

I₀ =Inversión Inicial

TABLA 57 VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FCN	(1-i) ⁿ	FCN ----- (1-i) ⁿ
0	-7141.80		-7141.80
1	2541.31	1.1668	2178.01
2	4531.89	1.3614	3328.85
3	5850.20	1.5885	3682.84
4	6916.61	1.8534	3731.85
5	8067.49	2.1626	3730.46
	TOTAL		9510,21

Fuente: Flujo de Caja

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) parte con la información obtenida en el VAN, se la aplica para determinar la rentabilidad o no de la inversión.

TABLA 58 TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FCN
0	-7141.80
1	2541.31
2	4531.89
3	5850.20
4	6916.61
5	8067.49
TIR	55.44%
TIR DESCONTADA	46.27%

Fuente: Flujo de Caja

Se ha determinado un TIR del 74.32%, el mismo que es superior a la tasa de rendimiento efectivo que es de 10.4% con lo que se puede concluir que la inversión es rentable.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

TABLA 59 PERIODO DE RECUPERACIÓN

PERIODO	FCN	FCA	FCA Acumulado	FCN Acumulado
1	2541.31	2178.01	2178.01	2541.31
2	4531.89	3328.85	5506.86	7073.20
3	5850.20	3682.84	9189.70	12923.39
4	6916.61	3731.85	12921.55	19840.00
5	8067.49	3730.46	16652.01	27907.49
TOTAL	27907.49	16652.01	46448.13	70285.38

Fuente: Investigación Propia

$$PRI = a + \frac{(I_i - FEc)}{FEd}$$

Donde:

a: año inmediato anterior al que se recupera la inversión.

I_i: Inversión Inicial.

FEc: Flujo de Efectivo Acumulado del año anterior en el que se recupera la inversión.

FE_d: Flujo de Efectivo del año en que se recupera la inversión.

$$PRI = 1 + \frac{(7141.80 - 2178.01)}{4531.89}$$

$$PRI = 2.10$$

El período de recuperación de la inversión es de 2 años 1 mes y 0 días considerando un horizonte de 5 años, el PRI determina que la inversión es factible ya que se recupera a partir del segundo año de proyección del proyecto.

Relación Costo Beneficio

TABLA 60 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

PERIODO	INGRESOS	COSTOS
1	67216.36	64838.86
2	69753.15	65033.79
3	71728.31	65457.99
4	73763.54	65884.95
5	75855.05	66622.48
TOTAL	358316.41	327838.07
	Σ I (actualizados)	\$ 358,316.41
	Σ C (actualizados)	\$ 327,838.07
	Σ C + Inv (7141.80)	\$ 334,979.87
	B/C	\$ 1.07

Fuente: Investigación Propia

Se concluye que, por cada dólar invertido en el proyecto, este devuelve 0.07 centavos.

Punto de Equilibrio (PE)

FORMULA

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{COSTOS VARIABLE} / \text{VENTAS})}$$

$$PE = \frac{56396.70}{1 - (8442,16 / 67216.36)}$$

$$PE = \frac{56396.70}{1 - (0.1256)}$$

$$PE = \frac{56396.70}{0.8744}$$

$$PE = \$ 64497.60$$

El punto de equilibrio determina que para cubrir sus costos y gastos el establecimiento deberá generar ingresos de \$64497.60 dólares, cuando estos valores sean superados el establecimiento empezará a producir ganancias.

Resumen de Evaluación Financiera

TABLA 61 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Costo de Oportunidad	16,69%
Tasa de Rendimiento Medio (TRM)	16,68%
Valor Actual Neto (VAN)	9510,21
Tasa Interna de Retorno (TIR)	55.44%
Periodo de Recuperación de Inversión (PRI)	2.1
Relación Costo Beneficio	1,07
Punto de Equilibrio	64497.60

Fuente: Investigación Propia

4.3.3 Conclusiones de la Evaluación financiera

De acuerdo a los indicadores financieros detallados en la tabla N°61 se puede concluir que el presente estudio de factibilidad es rentable económicamente, tomando en cuenta que la inversión se recuperara a partir del segundo año, con una tasa interna de retomo del 55.44% que trae buenas expectativas de la inversión y un valor actual neto de \$9510.21 concluidos los 5 años de estimación del proyecto. De acuerdo a los otros índices analizados han arrojados resultados positivos que permiten tener un punto de equilibrio desde el primer año y con ello permite crecer dentro del mercado. Finalmente, esta inversión es factible económica y financieramente una vez analizados los índices necesarios dentro de los proyectos de inversión.

4.4 Estudio Organizacional

El estudio Organizacional nos permite detallar de manera específica la estructura correcta que se planteará con la presente investigación.

La estructura Organizacional se determina por la empresa y su constitución jurídica mismas que abarcan: razón social, imagen corporativa, misión, visión, objetivos estratégicos, valores corporativos, políticas empresariales, organigrama estructural, requisitos legales para su funcionamiento y otros que se desarrollaran en la presente investigación.

Objetivo

Establecer y fortalecer la imagen del establecimiento con una estructura organizacional acorde a sus necesidades.

4.4.1 La empresa

Razón Social: Collaguaso Cualchi Ana Geovanna

Nombre Comercial Establecimiento: El Olimpo Café-Restaurante

Actividad Económica: Establecimiento de Servicios

Imago logo: Se distingue unos cubiertos que acentúan sobre el nombre del restaurante, El Olimpo mismo que hace referencia a grandeza, en el nuevo servicio destacara la abundancia del mismo no solo en porción sino calidad y frescura, con una la variedad de menús donde el plato fuerte sea lo que llame la atención del cliente.



FIGURA 16 IMAGEN CORPORATIVA EL OLIMPO

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

Misión:

“Preparar y comercializar alimentos frescos y sanos con el objeto de servir y poner a disposición del cliente un producto que se distinga por su calidad y sabor con un servicio personalizado y de calidad”

Visión:

“En el 2024 ser un restaurante conocido por la ciudad de Cayambe que brinda un servicio a domicilio de calidad a nivel local , cumpliendo con los requerimientos del cliente”.

Objetivos Estratégicos:

- Garantizar la calidad de los ingredientes seleccionando proveedores que cumplan normas.
- Atención a la cliente orientada hacia la excelencia que ofrezca el producto a tiempo y precios accesibles.
- Promover la Variedad de Menú a través de la carta.
- Establecer normas de trabajo y capacitar al personal para asegurar el orden e higiene en la preparación de los productos en todo momento.
- Instalar sistemas de seguridad internas como externas esto se realizará a través de la negociación de un financiamiento externo.

Valores Corporativos:

- *Respeto:* Consideración para tolerar y aceptar el criterio de todo el equipo de trabajo.
- *Honestidad:* Confianza colectiva que de fuerza y permita obrar transparentemente.
- *Perseverancia:* Coraje interior que lleve a buen término las cosas que emprendemos.
- *Solidaridad:* El trabajo conjunto permite conseguir un fin común.

Políticas Empresariales:

- Satisfacer las necesidades de los clientes con productos de calidad y excelente servicio.
- Generar estrategias que permitan la fidelidad de los clientes con el establecimiento.
- Propiciar un ambiente laboral agradable y con sentido de pertenencia.
- Manejar procesos claros y ambientalmente amigables.

Estructura Organizacional

El Restaurante el Olimpo tiene un nivel administrativo que toma decisiones para llevar a cabo la correcta administración de las operaciones las mismas que se encuentran lideradas por el contador administrador; en el nivel operativo donde se ejecuta los procesos están dirigidos por el jefe de cocina en coordinación con el administrador con el fin de que el servicio final cumpla las expectativas trazadas, el engranaje de las dos áreas hará que las tareas sean ejecutadas con eficacia.

Organigrama Estructural

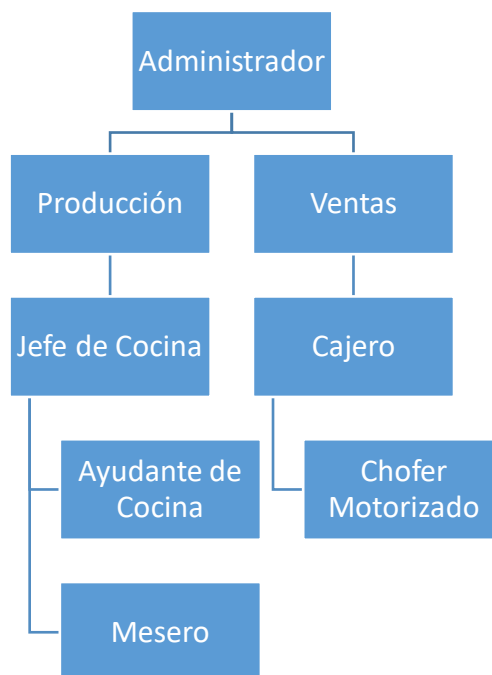


FIGURA 17 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

TABLA 62 MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR


	<h2>MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR</h2>
<p>PERFIL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formación Académica: Título Profesional CPA - Experiencia: Mínimo 2 años en cargos de administración, dirección y/o gerencia en establecimientos pertenecientes al sector. - Habilidades: Capacidad y agilidad para toma de decisiones que promuevan fortalezas y solución de problemas que eliminen debilidades.
<p>COMPETENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Enfoque Cliente - Controlar y Evaluar - Elaboración de Informes de Productividad y Resultados - Organizar la estructura del establecimiento y planear el desarrollo de las actividades
<p>RELACIÓN LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar el servicio al cliente orientado en la cortesía y rapidez. - Revisión de las instalaciones, procedimientos y funciones del equipo de trabajo. - Análisis de ventas y compras, supervisión de procesos, revisión de roles, análisis de estados financieros, costo y precio de venta. - Flujo de Efectivo, Presupuesto de Ingreso y egresos. Plan de Inversión. - Implantación de normas, procedimientos, estrategias etc.
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>

TABLA 63 MANUAL DE FUNCIONES DEL CAJERO


	<h2>MANUAL DE FUNCIONES DEL CAJERO</h2>
<p>PERFIL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formación Académica: Bachiller CBA - Experiencia: Mínimo 6 meses en servicios de restaurante - Habilidades: Caja, técnicas y procedimientos de servicio manejo de clientes Organización y capacidad de concentración en la recepción de las órdenes.
<p>COMPETENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresar ordenes al sistema, facturar y liquidar cuenta de la mesa - Cuadrar caja y elaborar reportes de ingresos y egresos para presentar a su jefe inmediato - Generar detalles de pagos y compras efectuados - Contabilización, archivo de facturas de compra - venta y revisión de roles de pago
<p>RELACIÓN LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresa cada orden por mesa con datos del cliente y registra todo el consumo efectuado para el respectivo cobro. - Ingresa todas las ventas y gastos para cuadrar con el jefe inmediato las órdenes recibidas con el dinero existente en caja. - Gestión de compras y pagos a proveedores. - Registro diario de facturas para la respectiva declaración mensual y generación de pagos de nómina
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>

TABLA 64 MANUAL DE CHOFER MOTORIZADO


	<h1>MANUAL DE CHOFER MOTORIZADO</h1>
<p>PERFIL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formación Académica: Bachiller con licencia para conducir moto - Experiencia: Mínimo 6 meses en servicio de entrega de alimentos a domicilio. - Habilidades: Técnicas, mecanismos y procedimientos de servicio.
<p>COMPETENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar pedido a domicilio de los Clientes - Realizar funciones extraordinarias - Atender cualquier requerimiento del Gerente o Chef
<p>RELACIÓN LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar las órdenes y los pedidos. - Realizar compras de último minuto para la cocina. - Realizar toda gestión encomendada por las jefaturas.
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>

TABLA 65 MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE COCINA


	<h2>MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE COCINA</h2>
<p>PERFIL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formación Académica: Chef -Técnico en gastronomía. - Experiencia: Mínimo 4 años en cocinas de restaurante - Habilidades: Planeación, dirección, organización y control de cocinas, equipos y técnicas de preparación de alimentos.
<p>COMPETENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Controlar la Calidad de los Procesos y asuntos del personal de cocina - Elaborar informes de funcionamiento del área y procesamiento de ordenes - Supervisar el desempeño del personal a su cargo - Velar por la reducción de costos
<p>RELACIÓN LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inspección de condiciones de alimentos, porciones, aseo de la cocina, programación de horarios del personal - Revisión de inventarios y estructura el menú diario, para requisiciones y control del correcto despacho del servicio - Revisión y verificación de uso de la materia prima, limpieza y mantenimiento de equipos - Planeación, coordinación y organización en el área de producción y servicio para la optimización de los recursos.
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>

TABLA 66 MANUAL DE FUNCIONES DEL AYUDANTE DE COCINA



	<h2>MANUAL DE AYUDANTE DE COCINA</h2>
<p>PERFIL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formación Académica: Formación técnica en gastronomía. - Experiencia: Mínimo 1 año en preparación de alimentos. - Habilidades: Tiempos de cocción, técnicas y manipulación de los alimentos.
<p>COMPETENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asepsia en todo momento de los lugares de trabajo - Cumplir normas de manipulación de alimentos y prepara ración de los mismos - Realizar funciones extraordinarias - Reducir mermas en el proceso de preparación alimentos.
<p>RELACIÓN LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica, seguimiento y aplicación de recetas estándar. Elaboración de entradas calientes, sopas, salsas y acompañamientos - Preparación de utensilios e ingredientes para el correcto desempeño de sus labores. - Limpieza de la cocina y tareas encomendadas por su jefe inmediato superior.
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>

TABLA 67 MANUAL DE FUNCIONES DEL MESERO

	<h2>MANUAL DE AYUDANTE DE COCINA</h2>
<p>PERFIL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formación Académica: Bachiller - Experiencia: 1 año en servicios de restaurante. - Habilidades: Funcionamiento, técnicas y procedimientos de servicio en restaurantes.
<p>COMPETENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer en su totalidad la composición del menú diario - Mantener una presentación impecable durante todo el servicio - Montar, limpiar las instalaciones y realizar funciones extraordinarias - Surtir estaciones de servicio y verificar el consumo de las mesas
<p>RELACIÓN LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje del menú, formas de preparación, su contenido, opciones de acompañamiento, precios y sabores. - Uñas cortas y limpias, cabello bien recogido con su respectiva protección - Colocación mantelería, cubiertos antes del servicio, limpieza total de todo el salón y otras tareas encomendadas por el Gerente o Chef - Arreglo de platos, cubertería, cristalería, servilletas, saleros y atención constante a las mesas.
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>

4.4.2 Constitución Jurídica

Es necesario que toda organización desarrolle su marco legal, con el fin de determinar la forma jurídica que puede adoptar para realizar las actividades empresariales. Los diferentes requisitos que se deben cumplir se basan en normativas legales establecidas por los diferentes entes de control asentados en las distintas ciudades del territorio ecuatoriano.

Razón Social: Collaguaso Cualchi Ana Geovanna

Domicilio: Av. Natalia Jarrín y 24 de Mayo Oe3-39 esquina -Cayambe

Objeto Lícito: Servicio de Alimentos

Requisitos Legales para el Funcionamiento:

Los diferentes requisitos legales para el correcto funcionamiento de un establecimiento son los siguientes:

Registro Único de Contribuyente (RUC)

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1003344049001

APELLIDOS Y NOMBRES: COLLAGUASO CUALCHI ANA GEOVANNA

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 08/02/1988 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 05/07/2017

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 11/03/2004 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCIÓN: 11/03/2004 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PARA SU CONSUMO INMEDIATO.

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: PICHINCHA Cantón: CAYAMBE Parroquia: CAYAMBE Calle: AV. NATALIA JARRIN Numero: OE 3-39
Intersección: 24 DE MAYO Referencia: JUNTO A LA MATERNIDAD MITAD DEL MUNDO Teléfono: 022361233 Email:
mexcano_77aig@netmail.com Celular: 0981852519

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acceder al Régimen Simplificado (RIS).

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

JURISDICCIÓN: ZONA 95 PICHINCHA **del 001 al 002** **ABIERTOS:** 2 **CERRADOS:** 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: *[Firma manuscrita]*

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verificados, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriva de acuerdo al Código Tributario, Art. 8 de la Ley del RUC y del Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC.

Usuario: MJ0090713 Lugar de emisión: QUITO/AV. LUIS CORDEIRO Fecha y hora: 05/07/2017 11:11:54

Página 1 de 2

FIGURA 18 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC)

Toda persona natural o jurídica que inicie actividades económicas de forma permanente u ocasional en el Ecuador, está obligada a obtener su Registro Único de Contribuyente.

Los requisitos para el RUC para personas naturales, en este caso de investigación, son los siguientes:

1. Adquirir la solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos (secretaría)
2. Copia de Factura de la compra de Extintores o de recarga, a nombre del propietario del establecimiento.
3. El propietario deberá cumplir con las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.
4. Original y copia legible de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación vigentes.
5. Copia legible del RUC.

Permiso de los Bomberos

RUC: 1768068260001
FACTURA
 No. 001-002-000144357

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN
 2907201901176806826000120010020001443571234567818

FECHA Y HORA DE AUTORIZACION
 2019-07-29T08:30:31-05:00

CUERPO DE BOMBEROS DE CAYAMBE
 CUERPO DE BOMBEROS DE CAYAMBE
 Dirección Matriz: ASCAZUBI 53-00
 Dirección Sucursal: ASCAZUBI 53-00

AMBIENTE PRODUCCIÓN
 EMISION NORMAL
CLAVE DE ACCESO

2907201901176806826000120010020001443571234567818

Razón Social / Nombres y Apellidos: COLLAGUASO CUALCHI ANA GEOVANNA
 Identificación: 1003344049001 Fecha Emisión: 29/07/2019

Código Principal	Código Auxiliar	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
1350599	1350599-00001	1	Servicio protección contra incendios	30,00	0	30,00
1350599	1350599-00003	1	Permiso de funcionamiento	0,20	0	0,20

SubTOTAL 12% 0,00
 SUBTOTAL 0% 30,20
 Subtotal No objeto IVA 0,00
 Subtotal Exento de IVA 0,00
 SUBTOTAL SIN IMPUESTOS 30,20
 TOTAL Descuento 0,00
 ICE 0,00
 IVA 12% 0,00
 IRBPNR 0,00
 PROPINA 0,00
 VALOR TOTAL 30,20

FORMA DE PAGO VALOR
 SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO 30,20

Dirección: AV. NATALIA JARRIN Y 24 DE MAYO
 Teléfono: 2361233
 Email: meczany_7pat@hotmail.com
 Descripción: PERMISO DE FUNCIONAMIENTO 2019
 Párroquia: CAYAMBE
 Actividad: VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PARA SU CONSUMO

FIGURA 19 PERMISO DE BOMBEROS

Es un requisito fundamental a la hora de sacar la patente municipal, las exigencias dependen del tipo de negocio las cuales determinan las seguridades mínimas que debe cumplir el mismo.

Los requisitos para el permiso de bomberos, para personas naturales, en este caso de investigación, son los siguientes:

1. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”
2. Original y copia legible de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación vigentes.
3. Original y copia legible del RUC. actualizado.
4. Original y copia legible del Permiso de Cuerpo de Bomberos.

La cancelación del tributo se realizará inmediatamente a la presentación de la documentación antes descrita.

Patente

Toda persona natural o jurídica que inicie actividades comerciales, industriales o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal.

CONCEPTO: IMPUESTO A LA PATENTE		AÑO: 2019	Fecha de Emisión: Cayambe: 15/07/2019
CONTRIBUYENTE:	COLLAGUASO CUALCHI ANA GEOVANNA	CEDULA:	1003344049
CCO:	35959	RUC:	
DIRECCION:	AV. NATALIA JARRIN No S/N Y 24 DE MAYO		
DETALLE			
REGISTRO	17763	No PAGO:	783257
No TITULO PA2019-006196		TIPO DE NEGOCIO:	RESTAURANTE
NOMBRE COMERCIO: RESTAURANTE EL OLIMPO			
"La Patente Municipal constituye un Impuesto mas no un permiso de uso de suelo. Cualquier cambio de dirección, del comercio o cierre del negocio por favor comunicar en la Jefatura de Recaudación del Gobierno Municipal de Cayambe"			
Impuesto Anual:	44,00	SUBTOTAL:	45,58
Derecho Anual:	0,00	Descuento:	0,00
Especie:	1,58	Recargo:	0,00
		Interés de Mora:	0,00
		Multa Ordenanza:	0,00
		Costa Judicial:	0,00
FECHA DE PAGO: 30/07/2019 08:22:45		TOTAL A PAGAR: 45,58	
Director(a) Financiero(a)	Jefe(a) de Rentas	Tesorero(a)	PMENDEZ Recaudador(a)

FIGURA 20 PATENTE

Los requisitos para la patente para personas naturales, en este caso de investigación, son los siguientes:

1. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”
2. Original y copia legible de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación vigentes.
3. Original y copia legible del RUC. actualizado.
4. Original y copia legible del Permiso de Cuerpo de Bomberos.

La cancelación del tributo se realizará inmediatamente a la presentación de la documentación antes descrita.



FIGURA 21 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Permiso de Funcionamiento

El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la norma vigente, a excepción de los establecimientos de servicio de salud.

Los requisitos para el permiso de funcionamiento para personas naturales, en este caso de investigación, son los siguientes:

1. Ingresar al Sistema Informático de la ARCSA en el módulo permisos de funcionamiento. Debe ingresar con el respectivo usuario y contraseña, mismo que se otorga una vez que se registra en el sistema.
2. Llenar la información pertinente de acuerdo a la actividad del establecimiento.
3. Emitir e imprimir la orden de pago.

La cancelación del tributo se realizará inmediatamente de ser emitida la orden de pago y validar el pago en el sistema. Una vez validado se podrá imprimir el permiso de funcionamiento.

Mapa de Procesos General

NECESIDADES DEL CLIENTE	Actividades de Apoyo	Financiero y Administrativo	Gestión Humana	Gestión de Tecnología, publicidad y comunicación	CLIENTE SATISFECHO
	Actividades Primarias	Proceso de Compra	Proceso de Producción	Proceso de Ventas	

FIGURA 22 MAPA DE PROCESOS

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

Los procesos de apoyo y primarios establecidos permitirán direccionar al establecimiento a los objetivos trazados. Es importante que los dos estén concatenados ya que los dos son base fundamental en el desarrollo de los procesos.

Al contar con cada una de las actividades detalladas nos permitirá hacer correcciones y mejoras en donde se crea necesario hacerlas con el fin de llegar a la excelencia que se relaciona a los objetivos trazados en el presente proyecto.

Procesos de Compras

- **Revisión de Existencias**, ayudante de cocina revisa existencias.
- **Orden de Compra**, los productos a requerirse deben ser solicitados a través de una orden de compra revisada y aprobada por el jefe de cocina y administrador.
- **Realización de la Compra**, el administrador será el encargado de realizar las compras.
- **Contabilización de facturas para registro de desembolso de dinero**

- **Recepción de Productos**, ayudante de cocina realizará control de calidad de producto, caso contrario serán devueltos para los cambios respectivos.
- **Distribución de Mercadería**, se empleará para la preparación del menú, solo de almacenará los productos no perecibles con un máximo de 10 días.

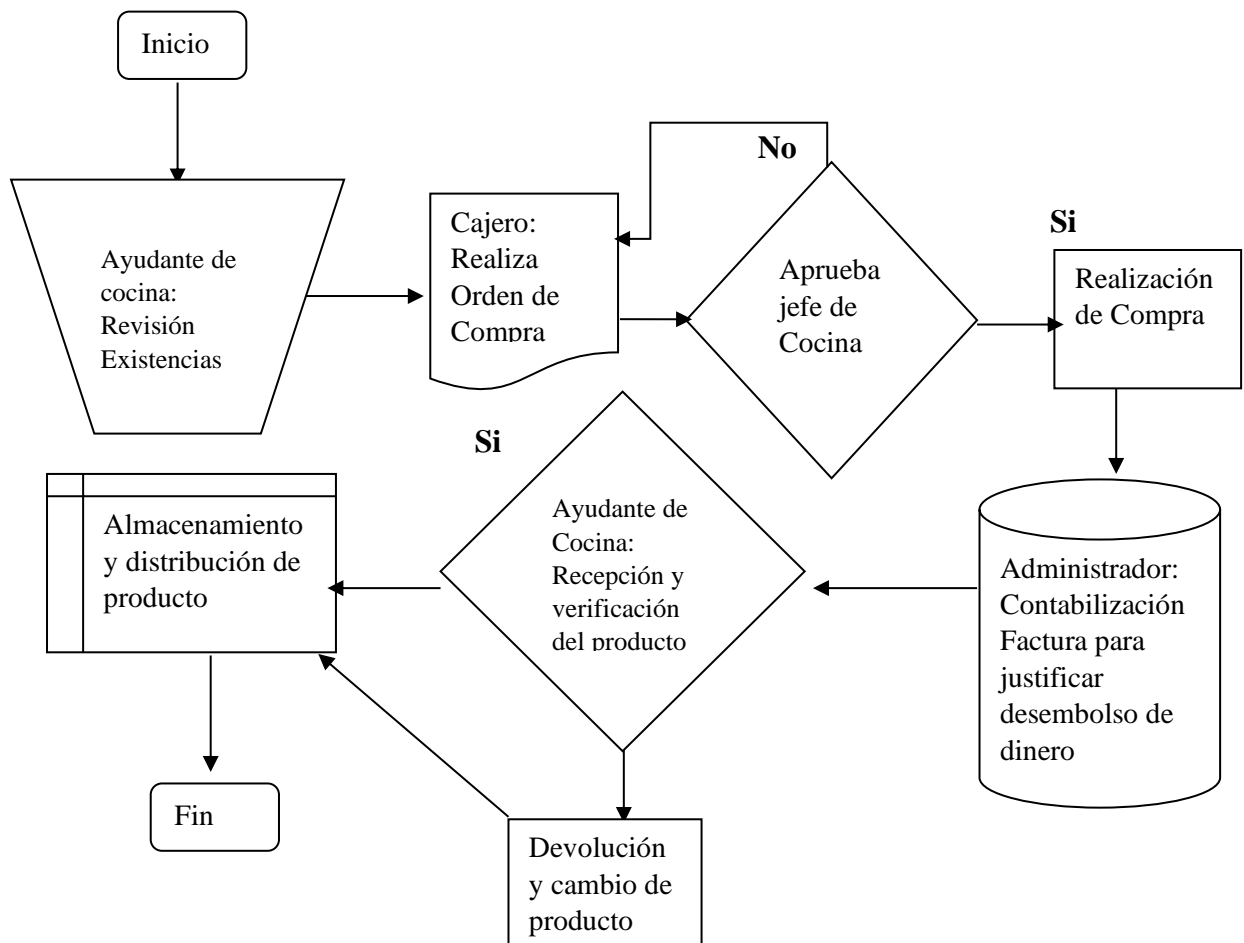


FIGURA 23 FLUJO GRAMA DE COMPRAS DE INSUMOS PARA EL MENÚ DIARIO

Fuente: Investigación Propia

Proceso de Producción

- **Revisión y Aprobación de Menú**, el jefe de cocina constatará la existencia de la materia prima para proceder a aprobar y preparar el menú.
- **Preparación de Alimentos**, los productos serán esterilizados debidamente para proceder con el mise en place (puesto en su lugar).

- **Delegación Actividades**, el jefe de cocina delegará de manera organizada las actividades de cada empleado a realizarse durante el día.
- **Recepción de Orden**, se recibe la orden del cliente y se procede a preparar los platos
- **Manejo de Limpieza**, una vez culminadas las actividades todo el personal colaborará con la limpieza y puesta en orden de todo el establecimiento.

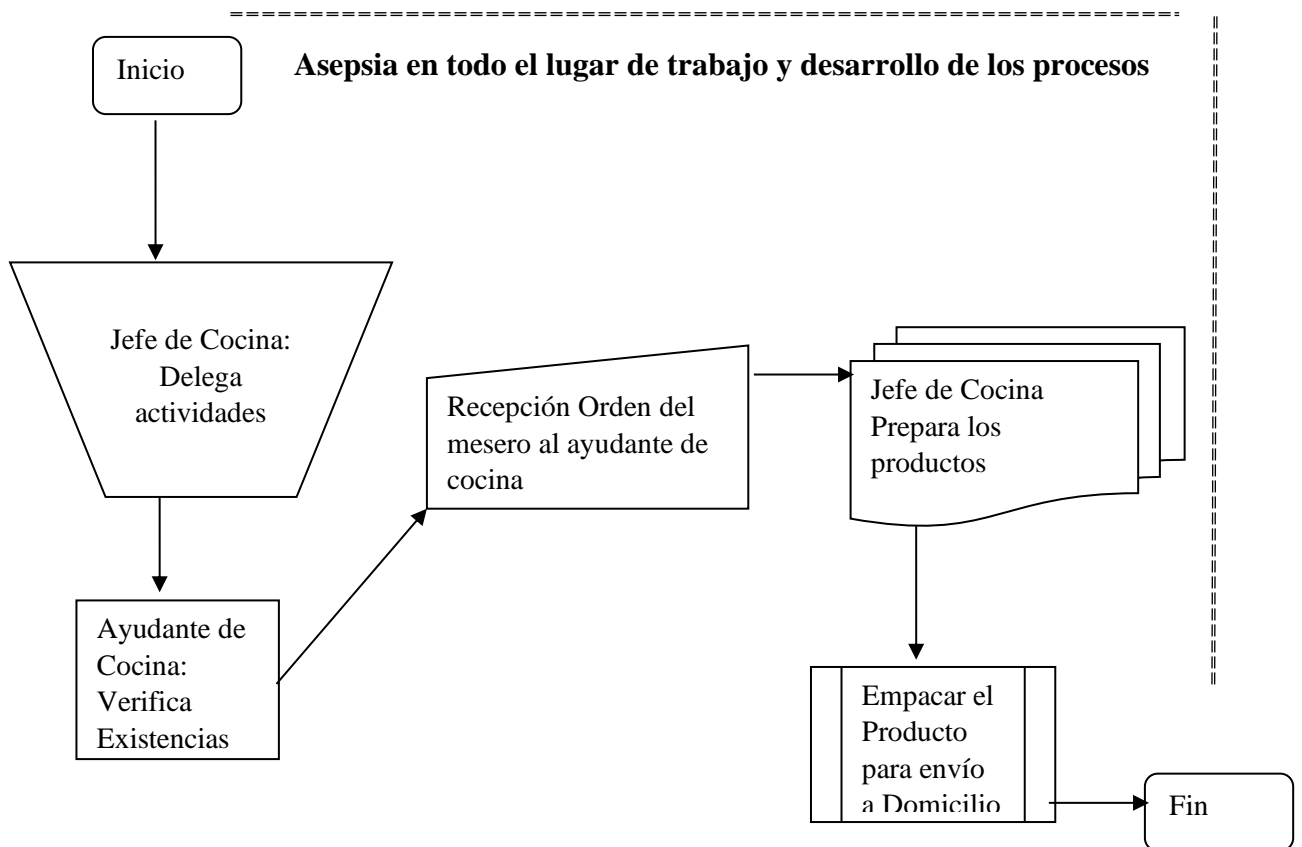


FIGURA 24 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

Fuente: Investigación Propia

Proceso de Servicio a Domicilio

- **Recepción de Pedido**, Cajero receptorá el pedido a través de WhatsApp o llamada telefónica
- **Cliente Nuevo**, Cajero verificará si es cliente nuevo y registrará en la base de datos.

- **Confirmación Pedido con el jefe de cocina,** órdenes de acuerdo al horario de entrega.
- **Preparación de Producto y empaquetado,** el ayudante de cocina con supervisión del jefe preparan el menú y se empaquetará en sus envases para ser distribuidos.
- **Entrega de Productos,** se realizará la entrega en tres horarios: 12h30-13h07-13h44.
- **Recepción de Dinero,** de acuerdo a las órdenes registradas se procederá a cuadrar la recepción del dinero con el chofer para su respectivo registro contable.

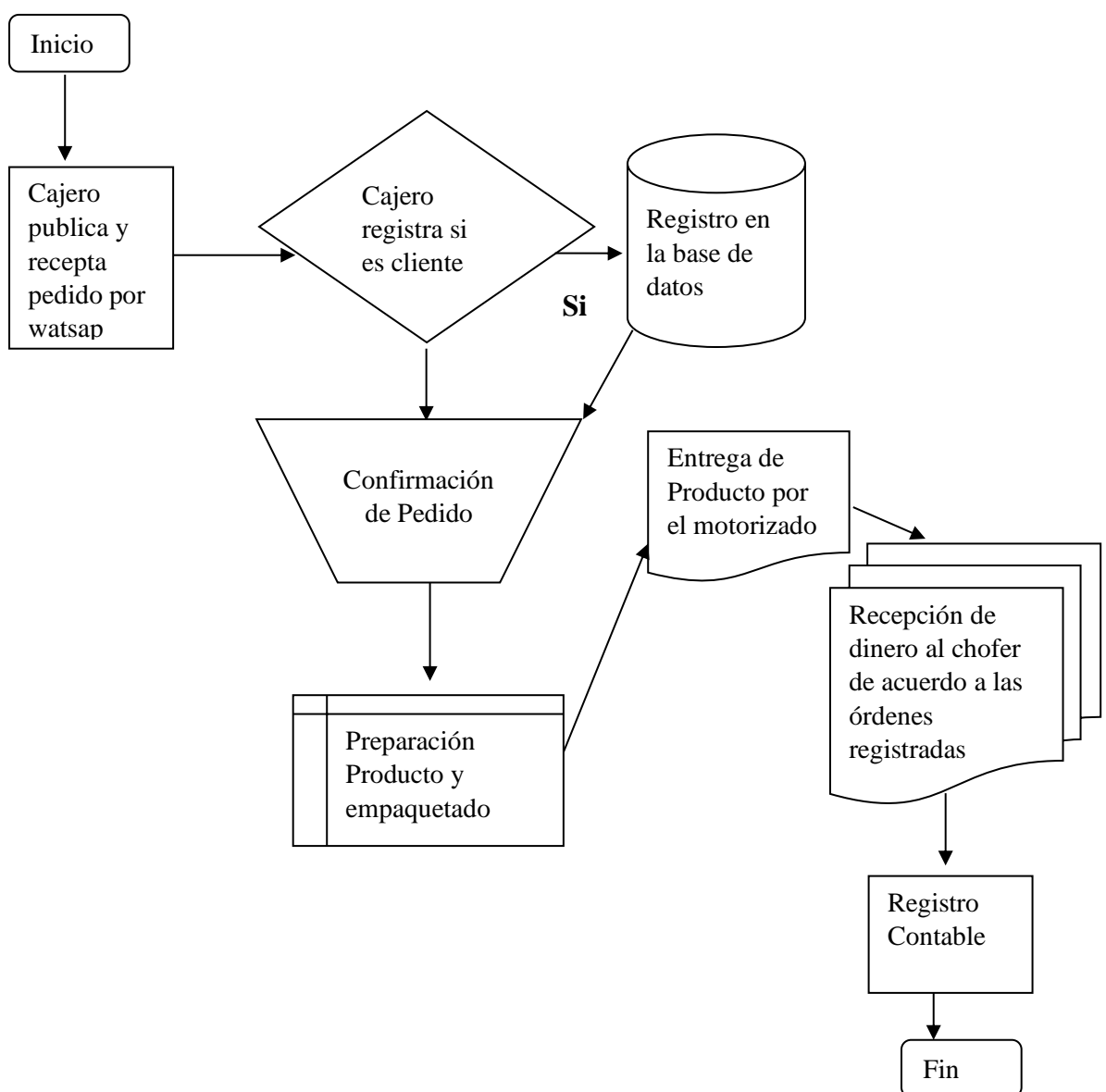


FIGURA 25 FLUJO GRAMA DE SERVICIO A DOMICILIO

Fuente: Investigación Propia

Proceso Contable

- **Recepción y Verificación de Documentos Físicos o Electrónicos**, cajero recibirá y constatará la validez de los documentos.
- **Cumplimiento de Normas Fiscales**, si el documento cumple con los requisitos estipulados por la norma contable, pasa para el proceso de registro caso contrario se devuelve para que sea emitido de manera correcta.
- **Contabilización de facturas**, registro y archivo de información en el sistema contable.
- **Impresión Asiento Diario**, impresión de asiento contable y archivo físico.

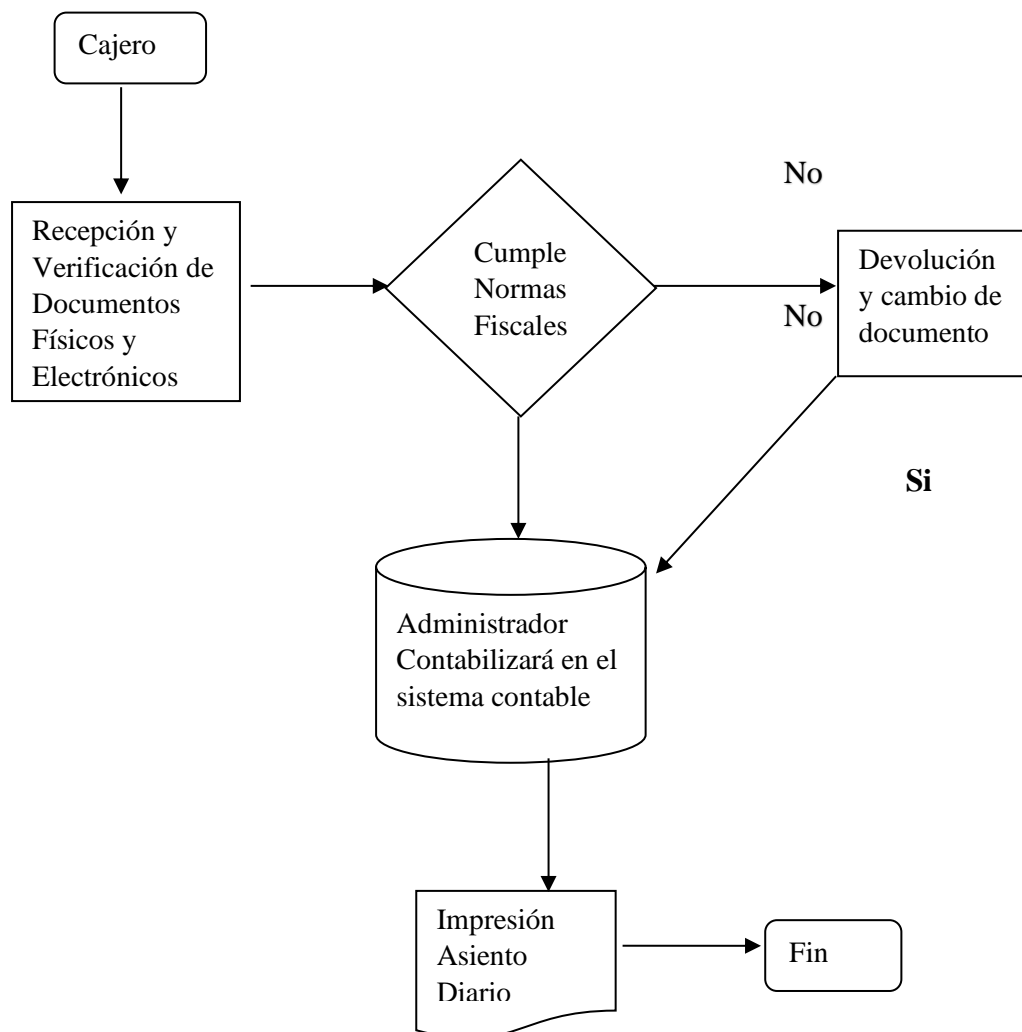


FIGURA 26 FLUJOGRAMA DE PROCESO CONTABLE

FUENTE: Investigación propia

Logística Administrativa

El servicio de almuerzos a domicilio que ofertará el Olimpo Restaurante establecerá las estrategias necesarias para cumplir con el objetivo:

- **Insumos:** Contar con proveedores que cumplan normas de higiene y puntualidad en la entrega de productos, las compra se realizará cada 2 días.
- **Preparación:** Personal de cocina con conocimientos amplios en alimentos e higiene.
- **Empaques:** Contar con empaques amigables con el ambiente.
- **Pedidos:** Se publicará el menú a las 9 de la mañana, pudiendo e cliente confirmar su orden hasta las 12 del día.

Logística Producción

- Organizar los insumos adquiridos para la preparación diaria del menú, basandose en fecha de caducidad y perecibilidad del producto.
- Preveer y minimizar mermas.
- Registro diario de tiempo de preparación y entrega de productos.
 - **P1:** Selección de la materia prima y lavado del mismo. (19 minutos)
 - **P2:** Pelado del material para el producto final. (21 minutos)
 - **P3:** Cortado y cocción de los productos intermedios. (29 minutos)
 - **P4:** Cocción. (41 minutos)
 - **P5:** Empaquetamiento adecuado del producto. (10 minutos)
 - **P6:** Entrega del producto (4 minutos), por pedido.

Logística Ventas

- Proyección de ventas.
- Medir y mejorar los tiempos de entrega del producto.
- Capacitación de la calidad del producto y servicio de los trabajadores a los clientes.

CAPÍTULO V

5 VALIDACIÓN

5.1 Introducción

A través de la investigación que se realizó al Olimpo Restaurante, se determinó que existen ciertos factores administrativos, contables, financieros y técnicos que impiden que la capacidad de producción gastronómica sea aprovechada al máximo por lo cual se sugiere a sus administradores la implementación de una propuesta de procedimientos, administrativo, contable, financiero y técnico, el cual permitirá implementar el nuevo servicio de almuerzos a domicilio en las empresas de la ciudad de Cayambe.

La propuesta de los procedimientos administrativo, contable, financiero y técnico para el establecimiento ha sido revisada por parte de los docentes asignados como la directora del presente trabajo, lo cual permitirá generar un desarrollo económico a través de la validación de los requerimientos de cada ente interviniente.

5.2 Descripción del Estudio

5.2.1 Objetivo

Establecer la validación de la propuesta de procedimiento administrativo, contable, financiero y técnico que permita implementar el nuevo servicio de almuerzos a domicilio del Olimpo Restaurante para empresas de la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha.

5.2.2 Equipo de Trabajo

Con el objetivo de realizar adecuadamente la propuesta de procedimiento administrativo, contable, financiero y técnico que permita determinar la viabilidad del servicio de almuerzo a domicilio en la ciudad de Cayambe, el equipo de trabajo está compuesto por:

- Ing. Cristina Villegas directora del Trabajo de Grado

- Dr. Otto Ayala Docente Asignado
- Dr. Vinicio Saraúz Docente Asignado
- Adrián Maldonado Jefe de Cocina El Olimpo Restaurante

5.3 Método de Verificación

En el desarrollo del trabajo se utilizó el método de verificación descriptivo, por medio del cual se obtuvo información del funcionamiento y desempeño del establecimiento en relación al proceso de implementación del nuevo servicio de almuerzo a domicilio en la ciudad de Cayambe.

Se desarrolla de manera conjunta con los docentes especialistas asignados en el tema y la directora del trabajo, se describe la propuesta para su implementación y revisión en el área administrativa, contable, financiera y técnica de tal manera que agregue valor a la validación de la propuesta, generando mayor confianza de los administradores del establecimiento para mantener un porcentaje de aceptación considerablemente aceptable.

5.3.1 Método de calificación

Para este proceso se aplicará el siguiente método de calificación:

- Puntaje 3= Muy Factible
- Puntaje 2= Factible
- Puntaje 1= Poco Factible

5.3.2 Rango de Interpretación

Para una interpretación de manera más clara de la aplicación del manual se establecen los siguientes rangos:

- De 68% a 100% =Muy Factible
- De 34% a 67% = Factible
- De 0% a 33% = Factible

Los rangos anteriormente detallados se obtuvieron del total de 100% dividido para los 3 indicadores que son Muy Aplicable, Aplicable y Poco Aplicable, obteniendo como resultado 33% el cual será sumado al número de rango anterior; en donde el primer rango de interpretación es de 0% a 33%, el segundo rango es de 34% a 67% y el último es de 68% a 100%.

Para el resultado total de la matriz de verificación se obtuvo la calificación obtenida en cada indicador de las preguntas efectuadas sobre la calificación de todas las preguntas multiplicado por 100 para obtener un porcentaje.

Es decir:

$$V= \frac{\text{Calificación Obtenida}}{\text{Calificación Total}} \times 100$$

5.4 Resultados

TABLA 68 MATRIZ DE VALIDACIÓN


El Olimpo Restaurante						
<i>Msc. Cristina Villegas</i>						
N°	Variable	Indicador	Muy factible	Factible	Poco Factible	Observaciones
1		¿Considera usted que el servicio que se ofrece es necesario?		x		
2		¿Considera usted que el servicio tiene demanda?		x		
3	Estudio de Mercado	¿Considera usted que la oferta existente perjudique el servicio ofertado?		x		
4		¿Considera usted que el precio del servicio está acorde a la competencia?		x		
5		¿Las estrategias planteadas para su comercialización son?		x		
6	Estudio Técnico	¿La macro localización realizada es?		x		
7		¿La micro localización realizada es?		x		
8		¿El tamaño de la infraestructura es?		x		
9		¿Considera usted que la inversión del proyecto es?		x		
10		¿La proyección de gastos e ingresos son?		x		
11	Estudio Económico Financiero	¿La información presentada en los estados financieros es?		x		
12		¿Los resultados obtenidos en la evaluación financiera es?		x		
Resultado:				24		
Fecha: 28/02/2020						
Firma:						

TABLA 69 MATRIZ DE VALIDACIÓN

El Olimpo Restaurante

Msc. Otto Ayala

N°	Variable	Indicador	Muy factible	Factible	Poco Factible	Observaciones
1		¿Considera usted que el servicio que se ofrece es necesario?	x			
2		¿Considera usted que el servicio tiene demanda?	x			
3	Estudio de Mercado	¿Considera usted que la oferta existente perjudique el servicio ofertado?	x			
4		¿Considera usted que el precio del servicio está acorde a la competencia?	x			
5		¿Las estrategias planteadas para su comercialización son?	x			
6	Estudio Técnico	¿La macro localización realizada es?	x			
7		¿La micro localización realizada es?	x			
8		¿El tamaño de la infraestructura es?	x			
9		¿Considera usted que la inversión del proyecto es?	x			
10		¿La proyección de gastos e ingresos son?	x			
11	Estudio Económico Financiero	¿La información presentada en los estados financieros es?	x			
12		¿Los resultados obtenidos en la evaluación financiera es?	x			

Resultado:

36

Fecha: 28/02/2020

Firma:



TABLA 70 MATRIZ DE VALIDACIÓN

El Olimpo Restaurante

Msc. Vinicio Saráuz

N°	Variable	Indicador	Muy factible	Factible	Poco Factible	Observaciones
1		¿Considera usted que el servicio que se ofrece es necesario?		x		
2		¿Considera usted que el servicio tiene demanda?		x		
3	Estudio de Mercado	¿Considera usted que la oferta existente perjudique el servicio ofertado?		x		
4		¿Considera usted que el precio del servicio está acorde a la competencia?		x		
5		¿Las estrategias planteadas para su comercialización son?		x		
6		¿La macro localización realizada es?		x		
7		¿La micro localización realizada es?		x		
8	Estudio Técnico	¿El tamaño de la infraestructura es?		x		
9		¿Considera usted que la inversión del proyecto es?		x		
10		¿La proyección de gastos e ingresos son?		x		
11	Estudio Económico Financiero	¿La información presentada en los estados financieros es?		x		
12		¿Los resultados obtenidos en la evaluación financiera es?		x		
Resultado:				24		
Fecha: 28/02/2020						
Firma:						

ACREDITADA

TABLA 71 MATRIZ DE VALIDACIÓN

El Olimpo Restaurante

Adrián Maldonado


N°	Variable	Indicador	Muy factible	Factible	Poco Factible	Observaciones
1		¿Considera usted que el servicio que se ofrece es necesario?	x			
2		¿Considera usted que el servicio tiene demanda?	x			
3	Estudio de Mercado	¿Considera usted que la oferta existente perjudique el servicio ofertado?	x			
4		¿Considera usted que el precio del servicio está acorde a la competencia?	x			
5		¿Las estrategias planteadas para su comercialización son?	x			
6	Estudio Técnico	¿La macro localización realizada es?	x			
7		¿La micro localización realizada es?	x			
8		¿El tamaño de la infraestructura es?	x			
9		¿Considera usted que la inversión del proyecto es?	x			
10		¿La proyección de gastos e ingresos son?	x			
11	Estudio Económico Financiero	¿La información presentada en los estados financieros es?	x			
12		¿Los resultados obtenidos en la evaluación financiera es?	x			
Resultado:			36			
Fecha: 28/02/2020						
Firma: 						

TABLA 72 RESULTADOS FRECUENCIA

FRECUENCIA	FRECUENCIA*RESULTADO
3	72
2	48
1	0
TOTAL	120

TABLA 73 RESULTADOS TOTALES

TOTAL	RESULTADO	PORCENTAJE
72/144	72	50,00%
48/144	48	33,33%
0/144	0	0%
TOTAL	120	83,33%

Análisis:

Una vez obtenido el porcentaje de validación de la propuesta y analizados los rangos de aceptación se determina que el presente proyecto para la creación del servicio de almuerzos ejecutivos a domicilio en el Restaurante el Olimpo, para empresas de la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha es aplicable con el 83, 33 % de factibilidad.

CONCLUSIONES

- Se determinó a través de la observación el comportamiento comercial donde está ubicado el Olimpo Restaurante evidenciando que transitan muchas personas ya sea por motivos de trabajo, estudio y ubicación domiciliaria, a la vez se encuentra en una zona donde tiene acceso rápidamente a los insumos para la preparación de alimentos.

- En el estudio de mercado se obtuvo variables tales como la oferta en donde se sabe que legalmente se han constituido dos establecimientos de almuerzos a domicilio, también hay que destacar que existe mucha informalidad en la oferta del servicio de alimentos a domicilio; en relación a la demanda existe mercado por satisfacer con el producto que ofrece el establecimiento pero demandan calidad y rapidez en el servicio, a través de las dos variables anteriormente mencionados se ha podido establecer un precio promedio que no difiera de la competencia y a la vez se estableció estrategias de comercialización sobre el mercado de almuerzos ejecutivos a domicilio para empresas en la ciudad de Cayambe.

- El estudio técnico permitió explorar los espacios de trabajo donde se realizará la implementación del nuevo servicio a domicilio, su ubicación estratégica permite tener acceso rápido a la materia prima y mano de obra necesaria para la producción y venta del nuevo servicio; los recursos financieros que se obtendrán permitirán la adquisición de nueva maquinaria, a su vez el mejoramiento y distribución de áreas de trabajo del establecimiento.

Se desarrolló el análisis económico a través de estados financieros proyectados e indicadores económicos, donde nos presenta que la inversión se recuperara a partir del segundo año, con una tasa interna de retomo del 55.44% que trae buenas expectativas de la inversión y un valor actual neto de \$9510.21 concluidos los 5 años de estimación del proyecto. De acuerdo a los otros índices financieros admiten la ejecución del presente proyecto existiendo condiciones de certidumbre en la presente inversión.

- Se constituyó la propuesta organizacional a través del fortalecimiento de la misión, visión del establecimiento, se determinó el requerimiento de una estructura organizacional acorde a las necesidades del establecimiento, así como el manual de funciones del personal y los respectivos procesos que permitan lograr con el nuevo servicio: sabor, calidad, higiene, y ampliación del mercado de servicio de almuerzos a domicilio en la ciudad de Cayambe.

RECOMENDACIONES

La organización deberá ejecutar la presente propuesta en virtud de que es técnica y financiera viable; se ha resaltado la importancia de establecer cambios fundamentalmente internos que permitan al restaurante y su personal ser competitivos de tal manera que se pueda brindar a los comensales una atención de calidad.

Existen aspectos y áreas que no se analizaron en su totalidad como el canal de logística de tecnología en ventas por lo cual se recomienda trabajar a futuro en esta área, la tecnología permite un desarrollo cada vez más eficaz y convendrá al establecimiento instaurar estrategias que permitan tener un impacto directo ante la competencia y estar en la capacidad de atender una mayor cantidad de clientes optimizando tiempo y recursos.

Se pide al establecimiento la socialización de la planificación estratégica, normativa interna del restaurante, de manera que sus colaboradores realicen adecuadamente sus funciones, así como el manejo de la estructura que permita una adecuada fluidez en los procesos y procedimientos desarrollados.

Se requiere trabajar una imagen organizacional que permita tener un impacto visual a sus colaboradores y clientes, evaluar constantemente el correcto desarrollo de las actividades realizadas y los diferentes cambios que se den en mejora del servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, R. (2015). *El emprendedor de éxito*. España: McGraw-Hill.
- Aragoneses, I. (2013). *Empresa familiar y el pequeño negocio*. España: Starbook Editorial S.A.
- Estupiñán, R. (2017). *Estados Financieros Básicos NICK-NIIF*. Colombia: ECOE Ediciones.
- Fernández-Huerga, E. (2010). *La teoría de la segmentación del mercado de trabajo: enfoques, situación actual y perspectivas de. Investigación económica*. Mexico
- García, E. (2014). *Actitud emprendedora y oportunidades de Negocios UF1818*. España: Paranimfo S.A.
- Gilli, J. (2018). *Claves de la estructura organizativa*. Buenos Aires: Granica.
- Gómez, G. (2010). *Cómo construir un legado familiar*. México: Cengage Learning.
- Hernández, C. (2009). *Calidad en el servicio*. México: Trillas.
- Izar, M. (2017). *Ingeniería Económica y Financiera*. México: Trillas.
- Orjuela, Soledad & Sandoval Paulina. (Diciembre de 2002). Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos. *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*. Chile.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. (2013). *Generación de Modelos de Negocio*. España: Deusto.
- Pérez-Carballo Veiga, J. (2011). *La evaluación económica de las inversiones*. Madrid: ESIC.

Quirola, H. (2015). *Servicio de Atención al Cliente bares y restaurantes*. Malaga: Cordova Ediciones.

Robbins, Stephen & Judge, Tomonthy. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.

Sánchez, J. (2013). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. Malaga: IC.

Trujillo, Andrea & Carrete, Lorena & Vera, Jorge & García Isabel. (2011). *Servir con calidad*. México: Lid Editorial.

Vásquez, Carlos & Hernández, Ricardo. (2015). *Pasos para implementar un servicio a domicilio*. Medellín.

LINKOGRAFIA

Aguilar, D. (2013). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:

<https://es.slideshare.net/denisac/introduccion-al-derecho-laboral-modulo-16>

Anónimo. (2009). *Modos de Vida Sostenibles y Desarrollo Participativo de Políticas*.

Obtenido de Modos de Vida Sostenibles y Desarrollo Participativo de Políticas:

<http://www.fao.org/3/j2817s/J2817S02.htm>

Caurim, J. (2009). *Emprendepyme.net*. Obtenido de Emprendepyme.net:

<https://www.emprendepyme.net/plan-de-ventas>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura. (2016).

Objetivos de Desarrollo Sostenible. Obtenido de Objetivos de Desarrollo

Sostenible: <http://www.fao.org/sustainable-development-goals/es/>

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2015). *Indicadores clave del mercado de trabajo*. Obtenido de Indicadores clave del mercado de trabajo:

<https://www.ilo.org/global/topics/dw4sd/themes/productivity/lang--es/index.htm>

Pérez, Julián & Merino María. (2014). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de:

<https://definicion.de/restaurante/>

Romero, D. (2017). *Inboundcycle*. Obtenido de Inboundcycle:

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>

Thompson, I. (2009). *Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net:

<https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

REFERENCIAS LEGALES

CEPAM (Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer). (2013). Manual de

Atención al Cliente. *Proyecto “Estrategias socioeconómicas sostenibles para la igualdad de.”*

ANEXOS

N°1: Instrumentos de Investigación

a) Ficha de Observación

TABLA 74 OBSERVACION DIAGNOSTICA EL OLIMPO RESTAURANTE

TEMAS ANALIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	SI NO OBSERVACIÓN	
	SI	NO
¿Existe misión, visión, políticas y valores del establecimiento?	X	Recién establecido misión y visión
¿Están claras las funciones y tareas en el restaurante?	X	De manera empírica
¿Requieren programas de capacitación?	X	No se han realizado
¿Ambiente de trabajo propicio para desarrollar las tareas?	X	
¿Infraestructura adecuada para ofrecer un nuevo servicio?	X	
¿Maquinaria y equipo en condiciones óptimas para ofrecer un nuevo servicio?	X	
¿Materiales y recursos necesarios para realizar su trabajo?	X	
¿Los proveedores entregan a tiempo los pedidos?	X	
¿Se dispone de un menú para ofertar al cliente?		X
¿Se maneja un costo de producir el menú diario?	X	Poco socializado
¿Existe aceptación por parte de los clientes?	X	
¿Se ha realizado una observación de la posible demanda?	X	

b) Entrevista

TABLA 75 RESUMEN ENTREVISTA COMPETENCIA

DETALLE DE ENTREVISTA	CONTESTACIÓN SRA. IRMA CASTILLO
Su establecimiento cuenta con los permisos necesarios para realizar la actividad de almuerzos a domicilio	Se ha realizado la gestión de los requisitos solicitados y pago de obligaciones de las mismas.
Que cantidad de almuerzos oferta usted en el día	Actualmente trabajo con tres empresas que tienen 4 empleados que adquieren los alimentos.
Cuántas personas intervienen en la preparación y entrega de los almuerzos	Las preparo y entrego yo mismo en horarios acordados con los clientes.
Que días realiza las compras para la preparación de alimentos	Lo realizo todos los días lunes con previa preparación de un menú variado.
En que empaques entrega los alimentos	Por el momento en plásticos desechables
El valor del almuerzo a domicilio en qué precio lo estableció	Por la variación de precios en los ingredientes se ha establecido en \$ 3,10

c) **Encuesta**

Nombre del Encuestado:
Edad del Encuestado:
Ocupación:
1. ¿CONOCE USTED DEL SERVICIO DE ALMUERZOS EJECUTIVOS QUE OFERTA EL OLIMPO RESTAURANTE?
Si () No ()
2. ¿Por qué razón usted visita El Olimpo Restaurante?
Muy Satisfactorio ()
Satisfactorio ()
Poco Satisfactorio ()
Insatisfactorio ()

3. ¿Con que frecuencia usted almuerza en Restaurante El Olimpo		
De 1 a 3 días a la semana ()		
De 1 a 6 días a la semana ()		
Ocasionalmente ()		
4. ¿Qué horario tiene para almorzar?		
De 12:00 a 12:30 ()		
De 12:30 a 13:00 ()		
De 13:00 a 13:30 ()		
Otro () Especifique		
5. ¿Le gustaría recibir el menú antes del servicio para informarse los alimentos que recibirá?		
Siempre () Casi Siempre () Nunca ()		
6. ¿Qué recomendación usted debería mejorar el establecimiento?		
Calidad del Producto () Servicio () Instalaciones ()		
7. ¿Cuánto destina usted para el almuerzo?		
De 2.00 a 3.00 USD ()		
De 3.00 a 4.00 USD ()		
De 4.00 a 5.00 USD ()		
8. ¿Cuál de los dos tipos de almuerzo prefiere?		
Almuerzo completo (entrada-sopa-plato fuerte-postre-bebida)		
Almuerzo completo (entrada-plato fuerte -bebida)		
9. ¿Le gustaría que un restaurante de su preferencia le provea de almuerzos den su lugar de trabajo o domicilio?		

Si ()	No ()
10. ¿Recomendaría usted el nuevo servicio que busca ofertar el establecimiento?	
Si ()	No ()

d) **Matriz de Correlación de Variables FODA**

TABLA 75 RESULTADOS PONDERACION FODA

PONDERACIÓN DE MATRIZ DE VARIABLES FODA		(1-3)	Total
Fortaleza	1. <i>Ubicación del local estratégica</i>	3	3
	2. <i>Instalaciones adecuadas.</i>	3	3
	3. <i>Maquinaria y equipo en óptimas condiciones.</i>	3	3
	4. <i>Clientes Satisfechos.</i>	2	2
	5. <i>Variedad de Menú Diario</i>	2	2
Oportunidad	1. <i>Disponibilidad Proveedores.</i>	3	3
	2. <i>Gran afluencia de personas por el sector.</i>	3	3
	3. <i>Horarios limitados de almuerzo de las personas que trabajan por el sector</i>	2	2
	4. <i>Innovación Servicio a Domicilio.</i>	3	3
	5. <i>Intereses bajos para préstamos en instituciones financieras.</i>	1	1

Debilidad	1. <i>Administración organizacional no definida.</i>	1	1
	2. <i>Inexistencia de una carta.</i>	1	1
	3. <i>Aplicación de la contabilidad en forma básica.</i>	1	1
	4. <i>No existe inversión.</i>	1	1
Amenaza	1. <i>Variación del precio de los productos</i>	3	3
	2. <i>Inseguridad.</i>	3	3
	3. <i>Comida rápida y a bajo precio.</i>	2	2
	4. <i>Temporadas bajas por periodos de vacaciones de los clientes.</i>	2	2
	5. <i>Crisis Política y Económica</i>	3	3

e) Proformas



**TENEMOS IDEAS
BRILLANTES PARA SU EMPRESA**



Gracias a su completa degradación después de 180 días el bioplástico se convierte en Biomasa CO₂ y H₂O

11 AÑOS CUIDANDO EL PLANETA 2008 – 2019

Productos Desechables 100 % Ecológicos y Biodegradables
Vasos, Platos, Cubiertos y Contenedores.




Viene de la naturaleza y regresan a ella
Aptos para congelación y uso en horno microondas
Resistentes al agua y aceite
No liberan olores ni sabores
Compostables - Se convierte en abono
Prolonga un 25 % más la frescura en todos los alimentos

Se biodegradan por acción biológica en 180 días
Resisten temperaturas entre - 20 y + 120 °C
Apariencia limpia y agradable
Livianos y resistentes
Sanos y saludables - No transfieren dioxinas
Reutilizables

Ofrecemos una extensa gama de soluciones para: Servir, Empacar, Conservar, Almacenar y Transportar alimentos Ecológicamente.

Aplicaciones: Catering, Petroleras, Clubes, Clínicas, Restaurantes, Hoteles, Colegios, Universidades, Distribuidores, Empresas de servicios de aseo, cafeterías, Autoservicios, Grandes superficies, entre otros...

CERTIFICACIONES INTERNACIONALES





CODIGO	WFW-04		
PRODUCTO	CJ TAPA PLATO SOPA 16 Oz		
TAMAÑO	14,5 Cm	PESO UND	10 Gm
CANTIDAD	600	EMPAQUE	12x50
COSTO UND	\$ 0.1240	COSTO CAJA	\$ 74.40
MEDIDAS	45,5x33x60	PESO CAJA	7,05 Kg



CODIGO	WFW-45		
PRODUCTO	CJ P/COMIDA PC3 (liso)		
TAMAÑO	20X20X7	PESO UND	45 Gm
CANTIDAD	200	EMPAQUE	2X100
COSTO UND	\$ 0.6469	COSTO CAJA	\$ 129.38
MEDIDAS	44x38x21,5	PESO CAJA	10,05 Kg



CODIGO	WFS-08		
PRODUCTO	CJ CUCHARA SOPA		
TAMAÑO	14 Cm	PESO UND	5,0 Gm
CANTIDAD	1000	EMPAQUE	10X100
COSTO UND	\$ 0.0725	COSTO CAJA	\$ 72.50
MEDIDAS	9,5x19,5x26 32x29x26,	PESO CAJA	35 Kg 5,3



CODIGO	WFS-05		
PRODUCTO	CJ TENEDOR		
TAMAÑO	15 Cm	PESO UND	4,5 Gm
CANTIDAD	1000	EMPAQUE	10X100
COSTO UND	\$ 0.0725	COSTO CAJA	\$ 72.50
MEDIDAS	39,5x28,5x19	PESO CAJA	4,85 Kg



CODIGO	WFS-07		
PRODUCTO	CJ CUCHILLO		
TAMAÑO	16 Cm	PESO UND	4,5 Gm
CANTIDAD	1000	EMPAQUE	10X100
COSTO UND	\$ 0.0725	COSTO CAJA	\$ 72.50
MEDIDAS	36,5x18,5x17	PESO CAJA	4,85 Kg

FIGURA 27 PROFORMA DE PLÁSTICOS

Fuente: Investigación Propia 2020/03/14



FIGURA 28 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Fuente: Mercado Libre 2020/03/14



FIGURA 29 MAQUINARIA Y EQUIPO

Fuente: Mercado Libre 2020/03/14



FIGURA 30 VEHÍCULOS

Fuente: Mercado Libre 2020/03/14

f) **Reglamento Interno**

Manual de Procedimiento Área de Cocina y Servicio RESTAURANTE EL OLIMPO ANTECEDENTES

El Olimpo Restaurante se encuentra ubicado en la ciudad de Cayambe en la Av. Natalia Jarrín y 24 de mayo esq., durante las dos últimas décadas el desarrollo económico del sector ha aumentado considerablemente, de igual manera las necesidades de la población debido al ritmo de vida exigido optan por buscar nuevas alternativas en cuanto a satisfacción de necesidades, por ello el servicio alimenticio del Olimpo Restaurante busca destacar de la competencia.

Restaurante el Olimpo está innovando en ofrecer almuerzos a domicilio basados en estándares de calidad del producto y servicio, su carta de presentación es la rapidez y eficiencia que ahorra tiempo y dinero.

MISIÓN-VISIÓN

Misión:

“Preparar y comercializar alimentos frescos y sanos con el objeto de servir y poner a disposición del cliente un producto que se distinga por su calidad y sabor con un servicio personalizado y de calidad”

Visión:

“En el 2024 ser un restaurante conocido por la ciudad de Cayambe que brinda un servicio a domicilio de calidad a nivel local , cumpliendo con los requerimientos del cliente”.

OBJETIVOS-VALORES-POLÍTICAS

Objetivos:

- Garantizar la calidad de los ingredientes seleccionando proveedores que cumplan normas.
- Atención a la cliente orientada hacia la excelencia que ofrezca el producto a tiempo y precios accesibles.
- Promover la Variedad de Menú a través de la carta.
- Establecer normas de trabajo y capacitar al personal para asegurar el orden e higiene en la preparación de los productos en todo momento.
- Instalar sistemas de seguridad internas como externas esto se realizará a través de la negociación de un financiamiento externo.

Valores Corporativos:

- *Respeto:* Consideración para tolerar y aceptar el criterio de todo el equipo de trabajo.
- *Honestidad:* Confianza colectiva que de fuerza y permita obrar transparentemente.
- *Perseverancia:* Coraje interior que lleve a buen término las cosas que emprendemos.
- *Solidaridad:* El trabajo conjunto permite conseguir un fin común.

Políticas Empresariales:

- Satisfacer las necesidades de los clientes con productos de calidad y excelente servicio.
- Generar estrategias que permitan la fidelidad de los clientes con el establecimiento.
- Propiciar un ambiente laboral agradable y con sentido de pertenencia.
- Manejar procesos claros y ambientalmente amigables.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El Restaurante el Olimpo tiene un nivel administrativo que toma decisiones para llevar a cabo la correcta administración de las operaciones las mismas que se encuentran lideradas por el contador administrador; en el nivel operativo donde se ejecuta los procesos están

dirigidos por el jefe de cocina en coordinación con el administrador con el fin de que el servicio final cumpla las expectativas trazadas, el engranaje de las dos áreas hará que las tareas sean ejecutadas con eficacia.

Organigrama Estructural

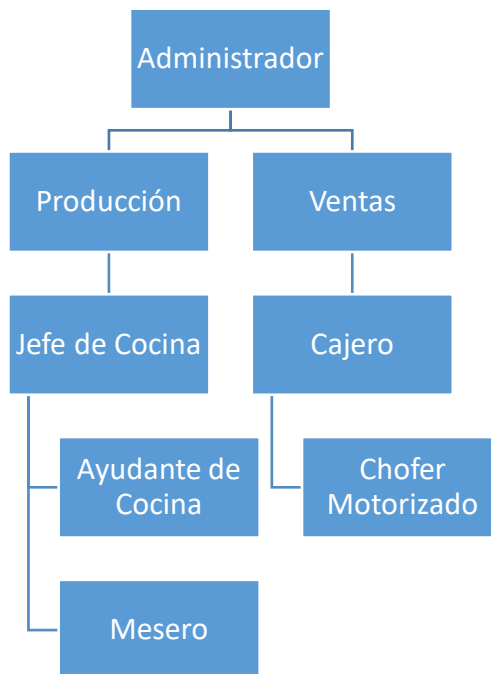


FIGURA 31 PUESTOS Y FUNCIONES

FUENTE: Investigación propia

Puestos y Funciones

ADMINISTRADOR

- Fomentar el servicio al cliente orientado en la cortesía y rapidez.
- Revisión de las instalaciones, procedimientos y funciones del equipo de trabajo.
- Análisis de ventas y compras, supervisión de procesos, revisión de roles, análisis de estados financieros, costo y precio de venta.

JEFE DE COCINA

- Inspección de condiciones de alimentos, porciones, aseo de la cocina, programación de horarios del personal

- Revisión de inventarios y estructura el menú diario, para requisiciones y control del correcto despacho del servicio
- Revisión y verificación de uso de la materia prima, limpieza y mantenimiento de equipos.
- Planeación, coordinación y organización en el área de producción y servicio para la optimización de los recursos.

CAJERO

- Ingresar cada orden por mesa con datos del cliente y registrar todo el consumo efectuado para el respectivo cobro.
- Ingresar todas las ventas y gastos para cuadrar con el jefe inmediato las órdenes recibidas con el dinero existente en caja.
- Gestión de compras y pagos a proveedores.
- Registro diario de facturas para la respectiva declaración mensual y generación de pagos de nómina.

CHOFER MOTORIZADO

- Realizar compras de último minuto para la cocina.
- Realizar toda gestión encomendada por las jefaturas.

AYUDANTE DE COCINA

- Limpieza y aseo de su estación de trabajo.
- Práctica, seguimiento y aplicación de recetas estándar. Elaboración de entradas calientes, sopas, salsas y acompañamientos
- Preparación de utensilios e ingredientes para el correcto desempeño de sus labores.
- Limpieza de la cocina y tareas encomendadas por su jefe inmediato superior.

Operación y Servicio

- **Revisión y Aprobación de Menú:** el jefe de cocina emitirá un menú previo y constatará la existencia de la materia prima para proceder a generar la orden de compra de productos necesarios.
- **Compra y Recepción de Productos:** Aprobada y efectuada la orden de compra se realizará control de calidad de producto, caso contrario serán devueltos para los cambios respectivos.
- **Distribución y Preparación de Alimentos:** los productos serán esterilizados debidamente para ser almacenados donde corresponde y se procederá con el mise en place empleando solo lo necesario para la preparación del menú.
- **Delegación Actividades y Manejo de Limpieza:** el jefe de cocina delegará de manera organizada las actividades de cada empleado a realizarse durante el día y se mantendrá la asepsia en todo el lugar de trabajo y desarrollo de los procesos
- **Recepción y Confirmación de Pedido con el jefe de cocina,** se receptorá el pedido a través de WhatsApp y organizará las órdenes de acuerdo al horario de entrega.
- **Preparación de Producto y empaquetado,** el ayudante de cocina con supervisión del jefe preparan el menú y se empacará en sus envases para ser distribuidos.
- **Entrega de Productos,** se realizará la entrega en tres horarios: 12h30-13h07-13h44.
- **Contabilización de facturas y Recepción de Dinero,** de acuerdo a las órdenes registradas se procederá a cuadrar la recepción del dinero con el chofer para su respectivo registro y archivo de información en el sistema contable.

g) Evidencia de Trabajo



FIGURA 32 INSTALACIONES EL OLIMPO RESTAURANTE

Fuente: Investigación Propia 2020/03/14



FIGURA 33 INSTALACIONES EL OLIMPO RESTAURANTE

Fuente: Investigación Propia 2020/03/14