



CARRERA DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO.

ELABORAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO, CON LA FINALIDAD DE APOYAR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS, MEDIANTE LA GENERACIÓN DE FUENTES DE EMPLEO, UBICADO DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL SECTOR NORTE DE CARCELÉN 2018-2019

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Marketing Interno
y Externo

AUTOR: DIEGO NICOLÁS GUALOTUÑA BARAHONA

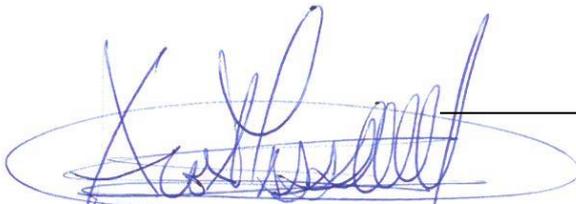
TUTOR: Ing. Alex Maldonado

Quito, Mayo 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 29 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **GUALOTUÑA BARAHONA DIEGO NICOLAS**, de la carrera de Marketing Interno y Externo, cuyo tema de investigación fue: **ELABORAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO, CON LA FINALIDAD DE APOYAR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAIS, MEDIANTE LA GENERACIÓN DE FUENTES DE EMPLEO, UBICADO DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL SECTOR NORTE DE CARCELEN 2018-2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Alex Maldonado
Tutor de Proyectos



Ing. Alejandro Guayasamin
Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERAS

Marketing Interno y Externo

Ing. Mayra Valverde
Delegado Unidad de Titulación



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Franklin Cevallos
Director de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Diego Nicolás Gualotuña Barahona**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados, y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Diego Nicolás Gualotuña Barahona

C.C: 1722731195

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Diego Nicolás Gualotuña Barahona** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172273119-5** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creados en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin prejuicios de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá la licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de la explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante temático, con la finalidad de apoyar al desarrollo sostenible del país, mediante la generación de fuentes de empleo, ubicado en del distrito metropolitano de quito en el sector norte de Carcelén 2018-2019 con fines académicos al Instituto Superior Cordillera.



Diego Nicolás Gualotuña Barahona

C.C: 1722731195

Quito, 09/05/2019

ELABORAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO, CON LA FINALIDAD DE APOYAR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS, MEDIANTE LA GENERACIÓN DE FUENTES DE EMPLEO, UBICADO DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL SECTOR NORTE DE CARCELÉN 2018-2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos mis profesores que me fueron enseñando y guiando en mi camino académico para que sea un profesional de excelencia, de tal manera que en mi hay una proporción de cada profesor que tuve el honor de haberme cruzado en sus caminos y de esta manera formarme como caballero.

Agradezco a mis padres y hermanos que supieron ser un apoyo incondicional a pesar de las adversidades encontradas, supieron guiarme de forma personal en valores y principios, que supieron alentarme cuando ya no quería saber más, gracias a ellos es por quien este proyecto ha surgido.

DEDICATORIA

Dedico este logro a mi familia y a aquellas personas que me apoyaron y dieron aliento para que siguiera una carrera profesional, a mi padre Diego Gualotuña que a pesar de las adversidades económicas que pasaba supo apoyarme en la mismo con el estudio, dejando muchas cosas y dando prioridad mi estudio, a mi madre Flerida Barahona por ser un apoyo durante toda la carrera especialmente ser una motivación para superarme y ser una persona importante en la sociedad, a mis hermanos Manolo, Danilo y Mateo que fueron un apoyo emocional y una responsabilidad para que ellos sigan adelante con sus proyectos en estudios superiores, a mis amigos y amigas que estuvieron durante todo el proceso de 3 años en El Instituto Tecnológico Cordillera.

ÍNDICE GENERAL

LISTA DE TABLAS.....	iii
LISTA DE FIGURAS.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRAC	vii
CAPITULO I	1
1. INTRODUCCION.....	1
1.01. JUSTIFICACION	2
1.02. ANTECEDENTES	3
CAPITULO II.....	5
2. Análisis situacional.....	5
2.01. Análisis Externo	6
2.02. Análisis Interno	22
2.03. Análisis FODA	33
CAPITULO III	35
3. Estudio de Mercado	35
3.01. Análisis del consumidor	35
3.02. Oferta	57
3.03. Demanda.....	59
3.04. Balance oferta demanda.....	61
CAPITULO IV.....	63
4. Estudio técnico	63
4.01. Tamaño del proyecto	63
4.02. Localización.....	65
4.03. Ingeniería del producto	68
CAPITULO V	73
5. Estudio Financiero	73
5.01. Ingresos.....	73
5.02. Costos	75
5.03. Gastos	76
5.04. Inversiones.....	79
5.05. Evaluación financiera	86
CAPITULO VI	95
6. Análisis de impacto	95
6.01. Impacto ambiental	95
6.02. Impacto económico.....	96

ELABORAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO, CON LA FINALIDAD DE APOYAR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS, MEDIANTE LA GENERACIÓN DE FUENTES DE EMPLEO, UBICADO DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL SECTOR NORTE DE CARCELÉN 2018-2019

6.03.	Impacto social.....	97
CAPITULO VII.....		98
7.	Conclusiones y Recomendaciones	98
7.01.	Conclusiones.....	98
7.02.	Recomendaciones	99
Referencias Bibliográficas		100

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Tasa de Inflación	6
Tabla 2: Tasa interés Activo	8
Tabla 3: Tasa de Interés Pasiva	10
Tabla 4: Producto Interno Bruto	11
Tabla 5: Variación Balanza Comercial.....	14
Tabla 6: Riesgo País	15
Tabla 7: Clientes Externos.....	20
Tabla 8: Proveedores	20
Tabla 9: Competidores Directos	21
Tabla 10: Competidores indirectos	21
Tabla 11: Cartera de productos.....	30
Tabla 12: Edad.....	41
Tabla 13: Género	42
Tabla 14: Pregunta 1	44
Tabla 15: Pregunta 2.....	45
Tabla 16: Pregunta 3.....	46
Tabla 17: Pregunta 4.....	47
Tabla 18: Pregunta 5.....	49
Tabla 19: Pregunta 6.....	50
Tabla 20: Pregunta 7.....	51
Tabla 21: Pregunta 8.....	53
Tabla 22: Pregunta 9.....	54
Tabla 23: Pregunta 10.....	55
Tabla 24: Oferta Actual en Dólares	58
Tabla 25: Oferta Actual Personas	58
Tabla 26 : Oferta Proyectada en Personas	58
Tabla 27: Oferta Proyectada Dólares.....	59
Tabla 28: Demanda Actual	60
Tabla 29: Demanda proyectada personas	60
Tabla 30: Demanda Proyectada en Dólares.....	60
Tabla 31: Balance Actual Dólares	61
Tabla 32: Balance Actual en Personas	61
Tabla 33: Balance Proyectado Personas	62
Tabla 34: Balance proyectado dólares.....	62
Tabla 35: Capacidad Instalada.....	64
Tabla 36: Capacidad Óptima	65
Tabla 37: Localización Óptima	67
Tabla 38: Equipo de Cocina	71
Tabla 39: Utensilios de cocina.....	71
Tabla 40: Equipo de computación	71
Tabla 41: Muebles y Enseres.....	72

Tabla 42: Equipo de Oficina.....	72
Tabla 43: Temático.....	72
Tabla 44: Presupuesto de Ingresos	74
Tabla 45: Costos directos	75
Tabla 46: Costos Indirectos	76
Tabla 47: Gastos Administrativos	77
Tabla 48: Gastos de Ventas	77
Tabla 49: Costo Financiero.....	78
Tabla 50: Activos Fijos.....	79
Tabla 51: Activos Nominales	80
Tabla 52: Capital de Trabajo	80
Tabla 53: Amortización	82
Tabla 54: Depreciaciones	83
Tabla 55: Estado de Situación Inicial	84
Tabla 56: Estado de Resultado Proyectado	85
Tabla 57: Flujo de Caja	86
Tabla 58: Tasa de descuento.....	87
Tabla 59: VAN	87
Tabla 60: TIR.....	88
Tabla 61: Periodo de Recuperación.....	89
Tabla 62: Relación costo-beneficio	90
Tabla 63: Punto de Equilibrio.....	91
Tabla 64: ROE.....	93
Tabla 65: ROA.....	94
Tabla 66: ROI.....	94

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Tasa de Inflación	7
Figura 2: Tasa de Interés Activo	9
Figura 3: Tasa de Interés Pasivo.....	10
Figura 4: Producto Interno Bruto	12
Figura 5: Balanza comercial.....	14
Figura 6: Organigrama estructural	26
Figura 7: Logotipo del restaurante	29
Figura 8: Cobertura	32
Figura 9: Edad	42
Figura 10: Género.....	43
Figura 11: Pregunta 1	44
Figura 12: Pregunta 2	45
Figura 13: Pregunta 3	46
Figura 14: Pregunta 4	48
Figura 15: Pregunta 5	49
Figura 16: Pregunta 6	51
Figura 17: Pregunta 7	52
Figura 18: Pregunta 8	53
Figura 19: Pregunta 9	54
Figura 20: Pregunta 10	56
Figura 21: Macro Localización	66
Figura 22: Micro Localización	67
Figura 23: Localización óptima.....	68
Figura 24: Distribución de planta.....	69
Figura 25: Punto de equilibrio.....	92

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad y viabilidad de la implementación de un restaurante temático, en la ciudad de Quito. Teniendo en cuenta que al momento de alimentarse tiene que ser un momento ameno, confortable y amigable por lo tanto el espacio físico en el cual las personas se sirven los alimentos tiene que ser acogedor de tal manera que las personas se sientan satisfechas y disfruten de los alimentos no solo por el sabor sino también por el espacio físico en donde se encuentren. El restaurante tendrá una temática de barco pirata que hace referencia al tipo de comida que se va a servir. El estudio realizado para determinar si es factible o no implementar el restaurante tiene varios factores donde se determina la condición socioeconómica, afluencia de las personas y la rentabilidad de los diferentes negocios dentro del sector. Con los resultados obtenidos según el estudio realizado la competencia en el sector es muy baja ya que no el tipo de restaurantes son tradicionales dando una gran oportunidad en rentabilidad y crecimiento.

ABSTRAC

The objective of this project is to determine the feasibility and viability of the implementation of a thematic restaurant in the city of Quito. Bearing in mind that at the moment of feeding it must be a pleasant, comfortable and friendly moment, therefore the physical space in which people serve their food has to be cozy in such a way that people feel satisfied and enjoy the food not only for the taste but also for the physical space where they are. The restaurant will have a pirate ship theme that refers to the type of food that will be served. The study carried out to determine if it is feasible or not to implement the restaurant has several factors that determine the socioeconomic condition, the affluence of the people and the profitability of the different businesses within the sector. With the results obtained according to the study carried out, the competition in the sector is very low since not the type of restaurants are traditional giving a great opportunity in profitability and growth.

CAPITULO I

1. INTRODUCCION

El presente proyecto tiene el propósito de Implementar un restaurante temático que se encargue de la elaboración de aperitivos, comida rápida y costeña, de calidad, buen sabor, con la finalidad de satisfacer el gusto y las necesidades de las personas ubicado dentro del Distrito Metropolitano de Quito en el sector norte de Carcelén, este estudio tiene el objetivo de cubrir una demanda que se está generando en el sector de hospitalidad en el ámbito de restaurantes por el gran aumento poblacional que está surgiendo en todo el país.

El trabajo a realizar ofrece un restaurante temático brindando una estadía diferenciada, propone el aroma de la buena mesa, ambiente muy acogedor y lo que le hace diferente, inspirada en platos auténticos de las diferentes regiones del Ecuador.

En la actualidad el Ecuador está sufriendo una serie de cambios en la economía, esto se debe a la implementación de políticas enfocadas al buen vivir y al apoyo que está brindando el gobierno para la creación de nuevas empresas generadoras de fuentes de empleo, contribuyendo directamente al desarrollo del país.

La implementación de un restaurante temático en la zona del estudio ayudará al comercio de los residentes de la zona dentro del Distrito Metropolitano de Quito, este restaurante y el servicio que se brindará en ello cuenta con varios beneficios como el proveer comida en muy buen estado y a un menor costo, generando satisfacción a los clientes y de esa manera diferenciarse de la competencia existente.

La tendencia hoy en día esta direccionada hacia la innovación y el cambio, es por eso que las personas buscan cada día un espacio donde alimentarse el cual sea agradable y acogedor generando un momento feliz mientras disfrutan de la comida que se sirven. Además, ya no solo buscan mejores precios sino un mayor valor agregado que les brinde más beneficios y satisfacciones.

La particularidad del restaurante será el estilo rustico plasmado con el ambiente de un barco pirata, el cual los clientes podrán sentirse como en aquella época siendo atendidos por piratas, en la presentación de la carta y de los platos en particular.

1.01.JUSTIFICACION

Este proyecto pretende ayudar a la consolidación del sistema económico social y solidario a través de la implementación de un restaurante temático, que genere fuentes de empleo tanto como para los dueños y la sociedad.

El proyecto responde a los objetivos de consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible y a garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Los restaurantes se ven obligados a enfrentar una actualización permanente en su menú de productos, porque el consumidor está atento a descubrir nuevas opciones. Así mismo, con la tendencia hacia la comida saludable.

Es posible ver que existe un vacío en el mercado de restaurantes en la ciudad de Quito, la gran mayoría de los restaurantes, se están inclinando hacia la comida Fusión; pero todavía no existe un restaurante especializado en preparar mariscos los fines de semana y entre semana funcionar como una cafetería con diversos bocadillos, acompañados de unas bebidas frescas y naturales con productos de proveedores de calidad, este mercado todavía no se ha descubierto en la ciudad de Quito eso demuestra que la gente si está buscando un restaurante con estas características, del restaurante en estudio, debido a la escasez de éstos, se determina, que si existe una oportunidad de mercado.

En el sector de Carcelén ha crecido el comercio potencialmente dando una oportunidad de mercado para un restaurante temático, existen locales, restaurantes que cumplen con los parámetros tradicionales de atención al cliente, con la implementación del restaurante temático habrá una atracción más concentrada en el sector generando un posicionamiento de marca en el futuro del restaurante.

1.02.ANTECEDENTES

Los restaurantes tradicionales han ido ocupando un lugar importante en la vida de las personas que pasan la mayoría de su tiempo fuera de casa, usualmente los restaurantes tradicionales ofrecen alimento con una presentación normal, un plato

sencillo donde las personas que asisten a aquellos locales solo cumplen la rutina diaria y no se dan un tiempo para distraerse o sentirse mejor con solo visitar un lugar.

En el sector de Carcelén la gran parte de los restaurantes ofrece un servicio igualitario sin tener un plus que los diferencie del otro, por tal motivo la innovación es una herramienta que se tiene que implementar en los locales para que no pierdan clientela y lo más importante para que puedan diferenciarse de la competencia.

Los restaurantes temáticos son los que generan más impacto al cliente o consumidor por tal motivo tienen como objetivo generar un valor extra para poder ser diferenciado de la competencia haciendo que tengan un posicionamiento en el mercado que les permita un desarrollo en sector que se encuentre, el restaurante con temática de barco pirata generará un ambiente único donde las personas que ingresen sientan comodidad, seguridad y distracción al momento de esperar y servirse lo que hayan ordenado.

CAPITULO II

2. Análisis situacional.

“El análisis situacional es el estudio del entorno en que se desenvuelve la empresa en un momento determinado, donde se toma en cuenta factores externos e internos que intervienen en cómo se proyecta la empresa en su ambiente.” (Enciclopedia económica, s/f)

El análisis situacional permite analizar los factores que pueden ser controlados por parte de la empresa ya sean internos o externos, también permite analizar los factores que no pueden ser controlados y a los que la empresa tiene que acoplarse o regirse.

Los factores son analizados y determinados mediante una matriz FODA el cual está compuesto de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puede tener el presente proyecto, de esta manera se determinará las posibles variaciones y riesgos en los que estará inmerso la presente investigación.

2.01. Análisis Externo

La implementación de un restaurante temático está relacionado con varios factores. Los mismos que permitirán tener una idea acercada a la sostenibilidad socioeconómica del país, estos factores determinan las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas que puede tener la presente investigación.

2.01.01. Entorno Económico

2.01.01.01. Inflación

La inflación es un aumento generalizado en los precios de los bienes y servicios de una economía durante un periodo de tiempo. Cuando oímos que ha habido inflación significa que los precios han subido o se han “inflado”. (Economipedia, 2018)

Tabla 1: Tasa de Inflación

Año	Mes	Nacional
2008	Diciembre	0,29
2009	Diciembre	0,58
2010	Diciembre	0,51
2011	Diciembre	0,40
2012	Diciembre	-0,19
2013	Diciembre	0,20
2014	Diciembre	0,11
2015	Diciembre	0,09
2016	Diciembre	0,16
2017	Diciembre	0,18
2018	Diciembre	0,10

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Nicolás Gualotuña



Figura 1: Tasa de Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación ha sufrido una serie de variaciones desde el 2008 hasta el 2018 con un máximo de 0.58% a diciembre del 2008 y un mínimo de -0.19% a diciembre del 2012. Desde el 2008 con la política económica que se mantiene el actual gobierno de Lenin Moreno se reduce los índices de inflación para cerrar en el 2018 con el 0.10% estableciendo uno de los porcentajes más bajos de Latinoamérica a pesar de la crisis económica mundial.

Análisis:

Según el gráfico establecido anteriormente se ha notado que la inflación ha tenido una disminución considerable en los últimos años manteniendo un índice de precios accesibles para la población, lo cual es una oportunidad significativa ya que con un índice de precios estable la población tiene más poder adquisitivo.

2.01.01.02. Tasas de interés

“Hace referencia al costo que tiene un crédito o bien a la rentabilidad de los ahorros. Se trata de un término que, por lo tanto, permite describir al provecho,

utilidad, valor o la ganancia de una determinada cosa o actividad.” (Pérez y Merino, 2009)

2.01.01.03. Tasa de interés activa

“Se refiere a la tasa de interés que cobran los bancos por el dinero que prestan a sus clientes. Se conoce por activa porque se centra en los bancos de las cuentas de activos”. (Nunes, 2015)

Tabla 2: Tasa interés Activo

Año	Mes	Tasa Activa Referencial
2019	Enero	7,99
2018	Enero	7,72
2017	Enero	8,02
2016	Enero	9,15
2015	Enero	7,84
2014	Enero	8,17
2013	Enero	8,17
2012	Enero	8,17
2011	Enero	8,59
2010	Enero	9,13
2009	Enero	9,16

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

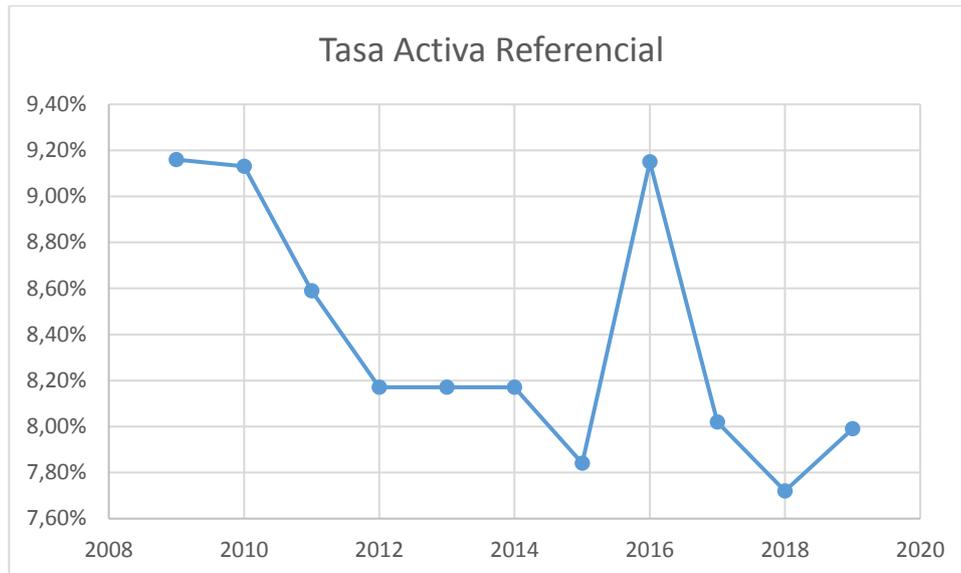


Figura 2: Tasa de Interés Activo
Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Según la figura 2 se puede deducir que la tasa de interés activa al 2019 es del 7,99% anual, dando como resultado a una oportunidad media ya que al momento de pedir un crédito con una entidad financiera será factible corresponder con los pagos respectivos al monto total que se solicite.

2.01.01.04. Tasa de interés pasiva

“Tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características.”

(Nunes, 2015)

Tabla 3: Tasa de Interés Pasiva

Año	Mes	Tasa Pasiva Referencial
2019	Enero	5,62
2018	Enero	4,98
2017	Enero	5,08
2016	Enero	5,62
2015	Enero	5,22
2014	Enero	4,53
2013	Enero	4,53
2012	Enero	4,53
2011	Enero	4,55
2010	Enero	5,24
2009	Enero	5,10

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

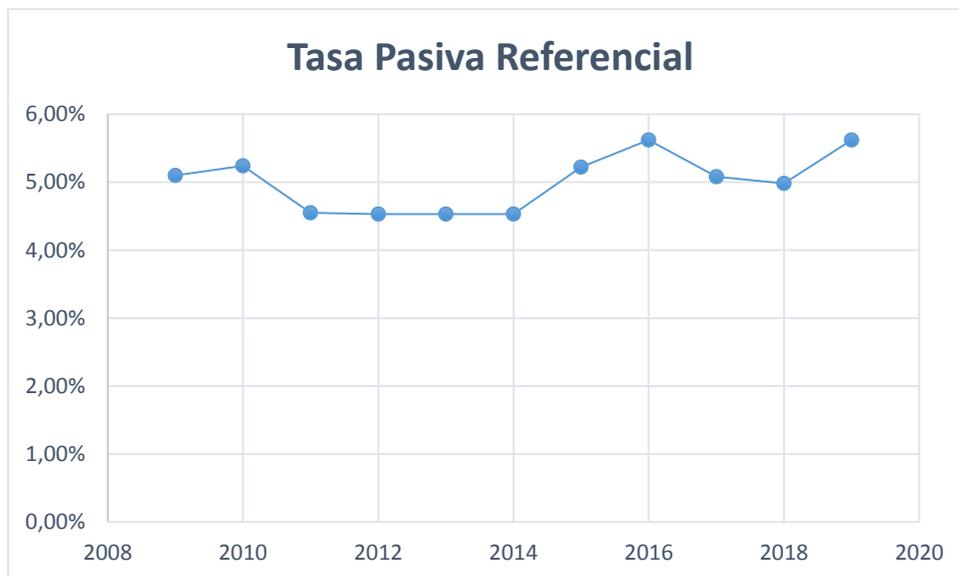


Figura 3: Tasa de Interés Pasivo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

La tasa pasiva al 2019 es del 5.62% dado que en los últimos no ha tenido una variación notable dando esto como oportunidad en el momento que el restaurante comience a generar un excedente significativo en los ingresos totales.

2.01.01.05.Producto Interno Bruto

“Se trata de una noción que engloba a la producción total de servicios y bienes de una nación durante un determinado periodo de tiempo, expresada en un monto o precio monetario.” (Pérez y Gardey, 2010)

Tabla 4: Producto Interno Bruto

AÑO	PRODUCTO INTERNO
	BRUTO
2015 t1	4,20%
2015 t2	0,20%
2015 t3	-1,40%
2015 t4	-2,50%
2016 t1	-4,00%
2016 t2	-1,70%
2016 t3	-1,50%
2016 t4	1,00%
2017 t1	2,70%
2017 t2	3,00%
2017 t3	3,30%
2017 t4	3,00%
2018 t1	1,90%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

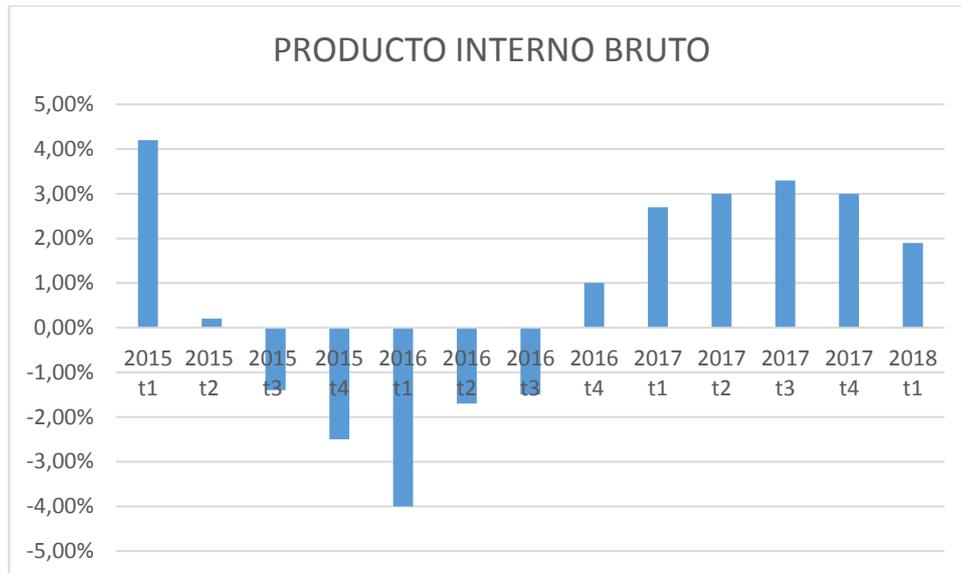


Figura 4: *Producto Interno Bruto*
Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Se puede interpretar en la figura correspondiente al PIB la variaciones en los trimestres de los 3 últimos años dando como resultado al primer trimestre del 2018 con un porcentaje de 1.9, dando como resultado al creciente apoyo del estado hacia las pequeñas y medianas empresas para su desarrollo, lo cual da como una oportunidad ya que hoy en día se adquiere más productos y servicios ecuatorianos.

2.01.01.06. PIB per cápita

“Es un indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población. Para ello, se divide el Producto Interior Bruto (PIB) de dicho territorio entre el número de habitantes.” (Sánchez, s/f)

Fórmula para calcular el PIB PER CÁPITA.

Datos.

PIB anual.- \$107.300.000

Población.- 17.096.789

PIB PER CÁPITA= PIB ANUAL / NUMERO DE HABITANTES

PIB PER CÁPITA= 107 300 000 / 17096789

PIB PER CÁPITA= \$6.276,03

El PIB per cápita para el 2019 es de \$6.276,03 por cada ciudadano del país el cual se espera que siga aumentando en los próximos años, si se deduce que el Ecuador tiene el PIB en \$6.276,03 por cada persona, el nivel socioeconómico del país aumenta y de esa manera cada individuo tiene más posibilidades para adquirir los nuevos productos y servicios que se están generando.

2.01.01.07.Balanza Comercial

“Es una herramienta propia de los países para determinar el valor monetario de las exportaciones en relación con las importaciones, también lo es que puede aplicarse a cualquier otro ámbito de los negocios, incluido el de la gestión empresarial.”

(Retos directivos, 2017)

2.01.01.08.Importaciones

“Es una operación de compra de mercancías provenientes de otros países, en tanto aquella esté registrada y sea susceptible de tributación bajo la legislación correspondiente al país del comprador.”(Enciclopedia de Clasificaciones, 2017)

2.01.01.09.Exportaciones

“La venta de bienes y servicios de un país al extranjero. Es el tráfico de bienes y servicios de un país para que puedan ser usados o consumidos en otro país a cambio de dinero. La exportación puede estar sometida a diferentes acuerdos y legitimaciones teniendo en cuenta las condiciones concretas de cada país.”(Gestion, s/f)

Tabla 5: Variación Balanza Comercial

AÑO	VALOR
2015	-2.129,60
2016	1247
2017	89,2
2018	150,1

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

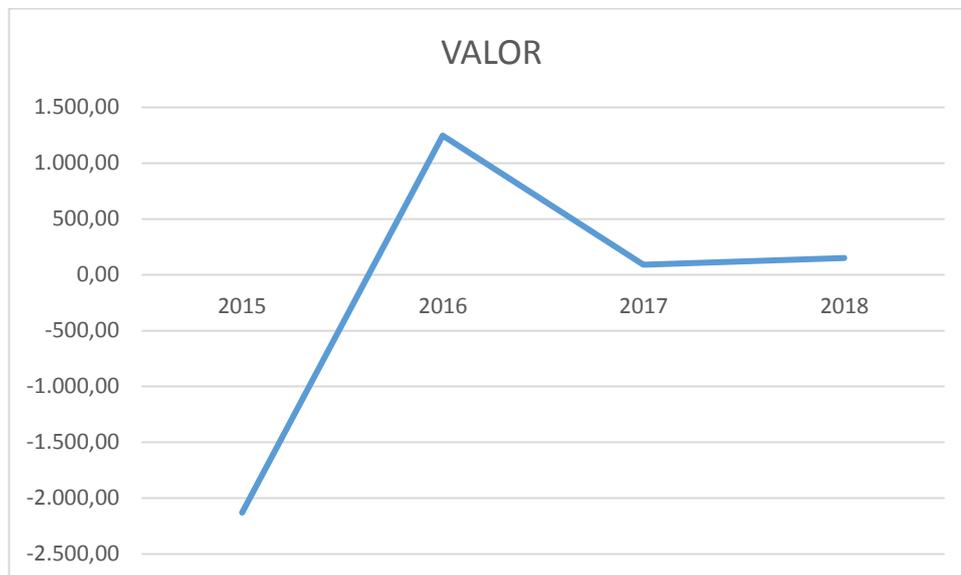


Figura 5: Balanza comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Los datos en la figura reflejan que al primer semestre del 2018 la balanza comercial refleja un resultado positivo de 150.1 millones de dólares, concluyendo que se encuentra en ese periodo con rendimiento alto en exportaciones dando a un lugar representativo a lo que se realiza como actividad productiva en el país.

2.01.01.10.Riesgo País

“El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones.”(Econlink, 2011)

Tabla 6: Riesgo País

Mes	Días	Sumatoria	Media
Enero	20	14524	726
Diciembre	31	23760	766
Noviembre	30	22366	746

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Análisis:

Se observa que en los tres últimos meses el riesgo país refleja en enero del 2019 con una sumatoria de 14524 a 20 días que lleva el mes dando como un resultado positivo hacia la fiabilidad económica, social y política de Ecuador siendo una ventaja para el restaurante.

2.01.02. Entorno Político Social

En el país actualmente se vive varias situaciones políticas sociales en el que algunas de ellas implementadas por el gobierno anterior siguen teniendo relevancia en el actual periodo presidencial de Lenin Moreno en la República del Ecuador.

En la actualidad el gobierno facilita el crecimiento económico del país mediante la sustentación económica de micro emprendimientos, MIPYMES y PYMES basados en Plan Nacional del Buen Vivir con el objetivo de apoyar el desarrollo sostenible del país; es decir, que el Ecuador ya no sea un país exportador de materia prima, si no debe industrializarse y proveer los productos terminados, siguiendo promoviendo los micro emprendimientos para que Ecuador sea un país económicamente sostenible y siendo como otra ventaja la generación de plazas de empleos a varios sectores sociales.

Objetivo 8.- “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible priorizando la igualdad en las relaciones de poder, tanto entre países como al interior de ellos. De igual manera dando prioridad a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (senplades, 2009).

El Objetivo 8 del Plan Nacional de Desarrollo está enfocado a la sostenibilidad productiva del país, el objetivo 8 trata de concretar aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modelo de producción de los lugares con menos posibilidades de crecer esto mediante la regularización del sistema económico, justicia e igualdad en las condiciones laborales.

2.01.03. Entorno legal

Es la relación que tiene el Gobierno con las diversas políticas monetarias y fiscales que se relacionan directamente con las diferentes industrias y de esa manera

regular la competencia y proteger al consumidor. El Ecuador como tal está sufriendo diversos cambios debido a las normativas que se están implementando para proteger de una u otra manera la producción nacional y de esa forma establecer una cultura de consumo nacional, una empresa como tal debe someterse a las diversas políticas fiscales, tributarias, los diferentes permisos que se deben implementar para el normal funcionamiento de la empresa.

El restaurante temático va a estar representado por Diego Nicolas Gualotuña Barahona como persona natural no obligada a llevar contabilidad.

Requisitos para formar una empresa:

Ruc.

- Cédula.
- Papeleta de votación.
- Planilla de servicios básicos.

Patente municipal:

- Copia de cedula.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del Ruc.

Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas.

- Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.

- Copia del Ruc.
- Copia de cédula y papeleta de votación actualizados.

Permiso de bomberos.

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del Ruc.
- Copia de la calificación artesanal

2.01.04. Entorno tecnológico

El constante cambio tecnológico se caracteriza por el aumento significativo de la competencia lo cual obliga a una empresa a estar actualizado ya que es un factor relevante para mantenerse en el mercado, mientras más actualizada tecnológicamente esté una empresa podrá generar nuevas oportunidades de posicionamiento en el mercado. El desarrollo tecnológico no deja a un lado el talento humano, siendo este uno de los más importantes recursos de una organización.

La renovación de la maquinaria ayuda únicamente para reducir tiempos en cuanto a la producción de un bien o servicio, pero se necesita una persona competente para la adecuada manipulación de la misma, una empresa puede tener la mejor tecnología del mundo, sin embargo cuando no cuenta con el personal calificado las organizaciones pierden competitividad y productividad.

La comunidad Ecuatoriana tienen un defecto general que a la larga puede generar diversas pérdidas en la empresa incluso puede llevarla a la quiebra, resistencia al uso de la tecnología como una herramienta que de una manera u otra van a generar

eficiencia en la elaboración de los procesos, pero no es así las empresas Ecuatorianas consideran a la tecnología como un gasto mas no como una inversión para el desarrollo de la empresa.

2.01.05. Entorno Local

En el sector donde se va a realizar el proyecto es factible por el aumento poblacional que existe en el sector, el ingresos de nuevas empresas a la zona es un factor positivo para la implementación de un restaurante que brinde un servicio diferenciado en la zona.

La población económicamente activa en este sector es de clase media y media baja, al igual que los trabajadores que laboral alrededor de la zona donde se va a implementar el restaurante, son ellos los clientes potenciales ya que pueden asistir a este tipo de lugares como es un restaurante temático en el sector proporcionando un servicio donde el cliente se siente satisfecho y regrese.

2.01.05.01. Clientes

“Persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.”(Pérez y Gardey, 2009)

2.01.05.01.1. Clientes Internos

“Es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada por una red interna de proveedores y clientes.”(Salinas, 2014)

Los clientes que se identifican internamente son los trabajadores ya sean en el ámbito administrativo como operativo en el restaurante.

2.01.05.01.2. Clientes Externos

“Intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales debe manifestarse un valor agregado perceptible y una calidad en el servicio que establezca una diferencia.” (Salinas, 2014)

Los clientes se segmentan de la siguiente manera:

Tabla 7: Clientes Externos

Sector	Edad	Genero	Económico
Educativo	12 hasta 18	todos	Medio y Alto
Ejecutivo	19 en adelante	todos	Medio y Alto

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

2.01.05.02. Proveedores

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.” (Pérez y Merino, 2010)

Tabla 8: Proveedores

N	Proveedor	Tipo de producto	Dirección
1	Mercado san roque	Materia prima y especias	Av. Mariscal sucre, quito 170111
2	Mercado la Ofelia	Materia prima y especias	Av diego Vásquez de cepeda, quito 170144
3	Mercado calderón	Materia prima y especias	9 de agosto, quito 170202
4	Bodega don vicho	Aceites y harina	Calle a y pasaje f frente a sana sana
5	Pycca	Plásticos y desechables	Condado shopping

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

2.01.05.03. Competidores

“Los competidores se pueden clasificar en directos o indirectos de acuerdo al giro del negocio puede existir más o menos competitividad.”(Emprendedor, 2010)

2.01.05.03.1. Competidores Directos

“Son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir, buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo.”(Emprendedor, 2017)

Tabla 9: Competidores Directos

N	Nombre	Característica	Dirección	Teléfono
1	Encebollaviche	Temática marítima	Carcelén alto Alejandro ponce	S/n
2	Encebollado las palmas	Presentación de platos	Isidro ayora y Jose enriques guerrero esquina	S/n
3	Locales informales del sector	Variado	Carcelén alto	S/n

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

2.01.05.03.2. Competidores indirectos

“Son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente.”(Gestion, s/f)

Tabla 10: Competidores indirectos

N	Nombre	Dirección	Teléfono
1	Ceviches de la Rumiñahui	Carcelén isidro ayora n84-125 y, Antonio de prado	02) 247-2012
2	Megaviche	Av. Padre Luis vacarí	098 464 4816
3	Ecuaviche	Av. Real audiencia, Porfirio romero n54-39	(02) 240-2069

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

2.02. Análisis Interno

Hoy en día el servicio de restaurante en el sector de Carcelén en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito es muy rentable por diversas razones pero la principal es por el aumento poblacional y el amplio espacio físico del sector, el presente proyecto de implementación de un restaurante temático es factible no solo por el sector en el cual se lo va a realizar, también es por el cambio que está sufriendo la sociedad esta variación se debe al incremento económico que está atravesando, pero también existen riesgos con la competencia ya que pueden disminuir sus costos y de una u otra manera obligarían a la empresa a igualar o incluso bajar más los precios que de la competencia para ganar una amplia gama de clientes ya que los clientes son la fuente de vida de una empresa.

2.02.01. Propuesta estratégica

Brindar un servicio complementario al sector de hospitalidad en el ámbito de restaurantes por el gran aumento poblacional que está surgiendo en todo el país. Este restaurante temático consiste generar en el cliente consumidor una conformidad en el tiempo de estadía que permanezca mientras espera y se sirve la comida.

El presente estudio tiene la finalidad de cubrir la demanda generada otorgando diversas formas de pago como; efectivo y con tarjeta de crédito o débito, de esta manera se busca una mayor aceptación en el mercado objetivo.

2.02.01.01. Misión

El restaurante COFFE FISH se enfoca en satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad, donde se sobrepasen las expectativas de nuestros clientes y ser un espacio de

trabajo que permita la realización personal y el Desarrollo de sus colaboradores en el grupo.

2.02.01.02. Visión

El restaurante COFFE FISH al año 2025 pretende estar posicionado en la zona norte de la ciudad de Quito, por el servicio diferenciado al momento de esperar y servirse los alimentos, generando conformidad en el tiempo de estadía.

2.02.01.03. Objetivos

“Se entiende a todo aquello que hace referencia al objeto en sí mismo, más allá de lo que uno sienta o piense.”(Pérez y Merino, 2009)

2.02.01.03.1. Objetivo General

Brindar un servicio diferenciado tanto como el trato al cliente como la estadía con la temática que se distingue de los demás restaurantes temáticos, dando un menú variado tanto como en los platos y los precios.

2.02.01.03.2. Objetivos Específicos

Proporcionar un servicio con calidad donde los clientes puedan pasar momentos agradables en familia y amigos disfrutando de una deliciosa comida.

Reducir tiempo de espera al momento de pedir el alimento ya que estará ubicado en una zona donde la afluencia de personas es considerable en horas pico.

2.02.01.04. Valores y Principios

2.02.01.04.1. Valores

“Son cualidades específicas que los sujetos le confieren a los objetos o a los sujetos. Y es a través de ellos que le podemos dar importancia o no a estos objetos, pero también comprende a los sucesos o a los acontecimientos.”(Conceptos, 2019)

Aprendizaje.- Es un proceso a partir del cual se desarrollan nuevas habilidades y destrezas ayudando a mejorar la creatividad del restaurante con nuevos conocimientos que se adquieren con el pasar del tiempo.

Compañerismo.- Es la unión que debe existir en un ambiente de trabajo, de esta manera la empresa adquiere un ambiente laboral bueno para desarrollar sus funciones.

Cumplimiento.- Se desarrolla cuando una empresa o una persona desarrollan sus actividades de una manera eficaz, otorgando a la empresa una buena imagen.

Disciplina.- Es la coordinación de las actitudes con las cuales se instruye para desarrollar sus actividades de una manera ordenada y ágil generando una mayor rapidez en sus funciones.

Respeto.- Es la aplicación de la ética y de la moral que tiene cada persona, de esta manera se consigue la confianza de los clientes al demostrar el grado de educación que tiene cada persona.

2.02.01.04.2. Principios

“Son reglas o normas de conducta que orientan la acción de las personas, son normas de carácter general del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad”. (Mizquiz, 2010)

Calidad.- Es una regla que puede determinar la estabilidad de una empresa y la atracción de los clientes, otorgando un servicio ordenado cumpliendo los procesos de elaboración de los productos.

Innovación.- Desarrollar nuevas maneras de presentación al momento de servir un plato

Fiabilidad.- Desarrollar en los clientes confianza en la adquisición de los productos y el servicio brindado al momento de solicitar sus productos generando una mayor captación de clientes.

2.02.02. Gestión Administrativa

“Es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planeación, organizar, dirigir, coordinar y controlar los procesos en los que está inmerso la empresa.” (UNMSM, 2013)

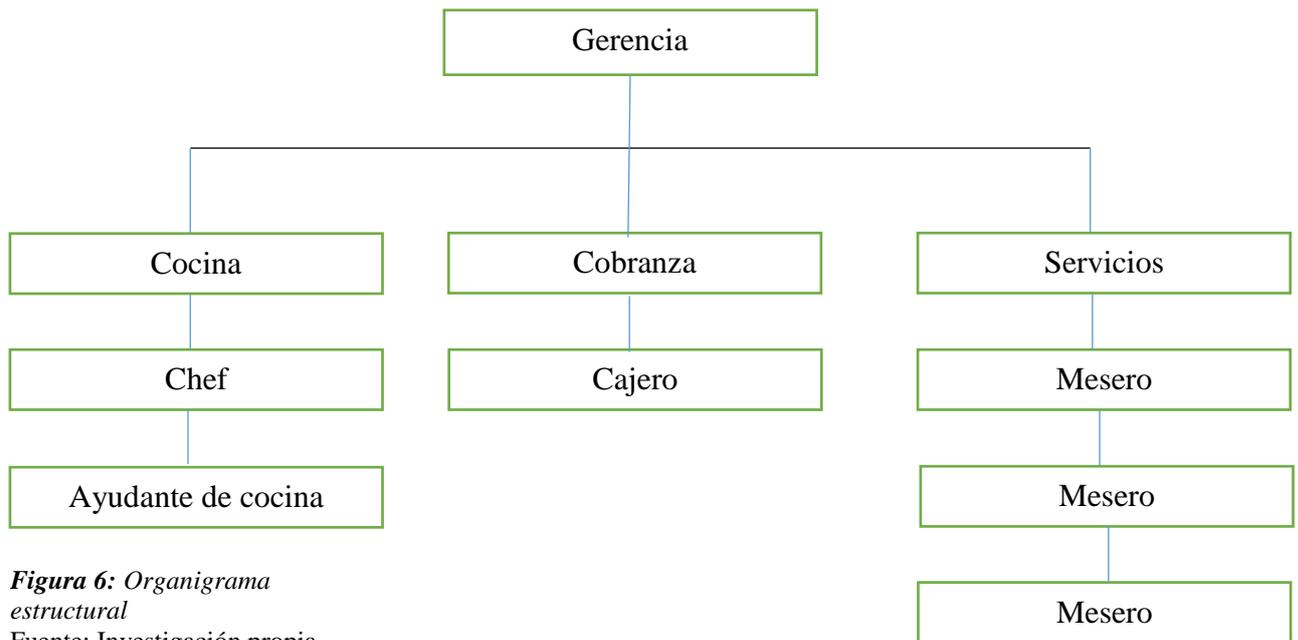


Figura 6: Organigrama estructural
Fuente: Investigación propia

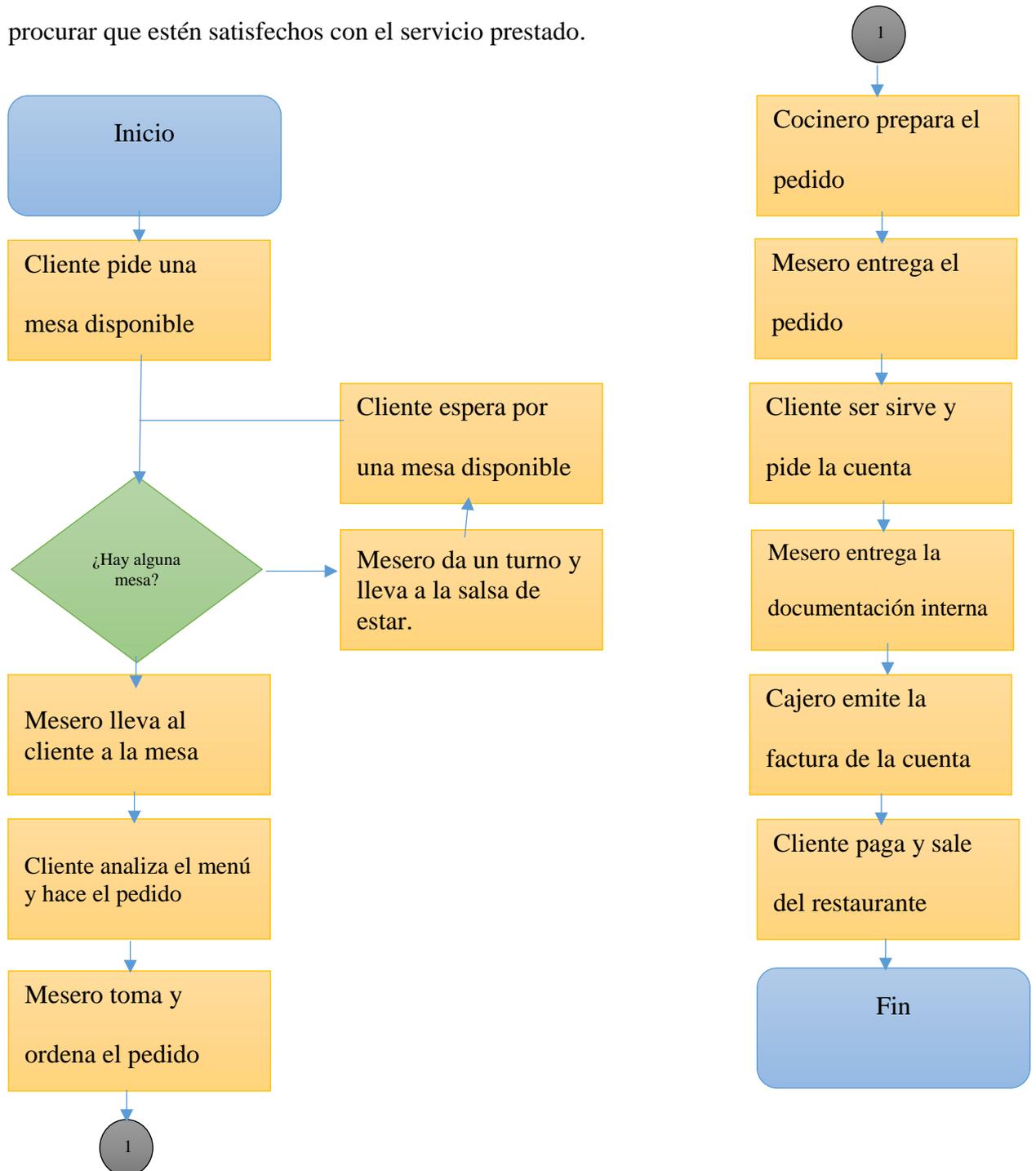
2.02.03. Gestión Operativa

Son acciones realizadas para que una empresa permanezca en un mercado establecido con las diferentes gestiones que realiza cada departamento. En el presente proyecto de implementación de un restaurante temático se desarrollan tres actividades operacionales que se describen a continuación.

Cocina.- En esta área se desarrolla la preparación de los alimentos mediante una serie de procesos como son: preparación de aliños, elaborar o preparar las diferentes carnes, corte de verduras. Elaborar los diferentes platos basándose en una distribución adecuada de nutrientes

Cajero: Es el encargado de realizar los cobros respectivos del consumo de los clientes, atender con a calidad y respeto a los clientes en el espacio del cajero, asegurando satisfacción con el servicio brindado.

Mesero: Son las personas encargadas de procesar los pedidos de los clientes y velar porque el mismo sea preparado de manera adecuada y oportuna. Además, se encargan de servir dichos pedidos en las mesas que tengan asignadas y de observar a sus comensales para ver sus reacciones y verificar si requieren algo adicional, a los fines de procurar que estén satisfechos con el servicio prestado.



2.02.04. Gestión comercial

La gestión comercial es un término relacionado con el marketing, es decir la forma como se va a promover un producto o servicio ofrecido por una persona u organización a través de una empresa mercantil.

2.02.04.01. Producto

2.02.04.01.1. Marca

COFFE FISH, este nombre nace de la mezcla de una cafetería y un restaurante de comida costeña dando lugar que “coffe” que traducido del inglés al español es “café” un término que está relacionado en las personas como una referencia de cafetería y fish que significa pescado siendo este el tipo de carne en el plato fuerte del restaurante.

2.02.04.01.2. Slogan

“Saborea la variedad en la semana”

El slogan se enfoca directamente a que el restaurante brindará un menú variado y no común como es la mezcla de una cafetería con diferentes postres y una carta de plato fuertes que contengan mariscos y comida rápida.

2.02.04.01.3. Logotipo



Figura 7: Logotipo del restaurante

Fuente: Investigación propia

Cada color tiene un significado para el logotipo se consideraron 2 colores diferentes que son el azul dado a representar el mar y cielo, dando un ambiente marítimo y café representando a los recursos naturales como el caso el café como producto para el consumo dentro del restaurante. Con estos dos colores conforman el formato del logotipo del restaurante “COFFE FISH” que busca de manera indirecta fomentar el cuidado y preservación de la biodiversidad en el mar y tierra.

2.02.04.01.4. Temática

COFFE FISH, ofrecerá un servicio de restaurante, el cual tendrá una temática de barco pirata, donde los meseros tendrán la particular vestimenta de un pirata al igual que el cajero, el restaurante tendrá un aspecto del interior de un barco pirata, las mesas serán barriles dando el toque de la época de oro donde la piratería tiene un mayor impacto. El restaurante “COFFE FISH” se encargará de la elaboración de aperitivos, comida rápida y costeña, de calidad, buen sabor, con la finalidad de satisfacer el gusto y las necesidades de las personas donde los clientes se sientan cómodos no solo por el

servicio si no por la temática del lugar, que pasen un momento agradable en familia, amigos y/o solo.

2.02.04.01.5. Cartera de productos

Tabla 11: Cartera de productos

Plato	Contenido
Pescado Pirata	Pescado Frito, yuca cocinada/frita/arroz, maduro frito curtido, limón
Camarón pirata	Arroz, camarón, maduro frito
Camarón pintado	Arroz, camarón apanado, papas fritas
Pollo a la plancha	Pollo, papas fritas/arroz, ensalada
Salchi-pirata	papas fritas, salchicha, salsa pirata
Burger pirata	Hamburguesa(carne, queso, lechuga, tomate, salsa de la casa)
Sopas	
Cangrejo gruñón	Cangrejo, verde, yuca cocinada/frita, verde cocinado, curtido, limón
Almejas	Almeja, yuca frita/cocinada, curtido.
Sopa de pescado	pescado, yuca
Extras	
Tostadas	tostada y café/agua aromática
Bolón de queso	bolón y café/agua aromática
Bolón de camarón	bolón y café/agua aromática
Tortilla de verde	tortilla, huevo y café/ agua aromática
Bebidas	
Café	
Aguas aromáticas	
Gaseosa	
Aguas aromáticas	
Cerveza	
batidos	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

2.02.04.02.Precio

Acerca del precio de los diferentes productos que se ofrecerá en el menú tomaremos como ejemplo el pescado frito y el café con bolón, en el caso del peso del pescado por ejemplo:

- Pescado de 1 1/2 libra tendrá un precio de 5 \$
- Pescado de 1 libra un precio de 4\$
- Pescado de 2 libras un precio de 6\$

El precio incluye el complemento del plato y un margen de utilidad del 50% por plato.

En el caso del Café con bolón varía según el peso, por ejemplo:

- Bolón de 200 gramos con un precio de 1,50\$
- Bolón de 150 gramos con un precio de 1.00\$
- Bolón de 250 gramos con un precio de 2.00\$

El precio incluye la tasa de café y un margen de utilidad del 75% por plato.

Las formas de pago podrán ser en efectivo o tarjeta de débito y crédito. Se implementan las dos formas de pago para una mayor comodidad de los clientes y de esa manera puedan cancelar lo que vayan a consumir.

2.02.04.03.Plaza

La implementación del restaurante será al norte de Quito en el sector de Carcelén.

2.02.04.03.1. Localización:

COFFE FISH, estará ubicado en la Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, en el sector de Carcelén en la Av. Isidro Ayora y Alonso Diaz Malaver.

Cobertura: Sector de Carcelén

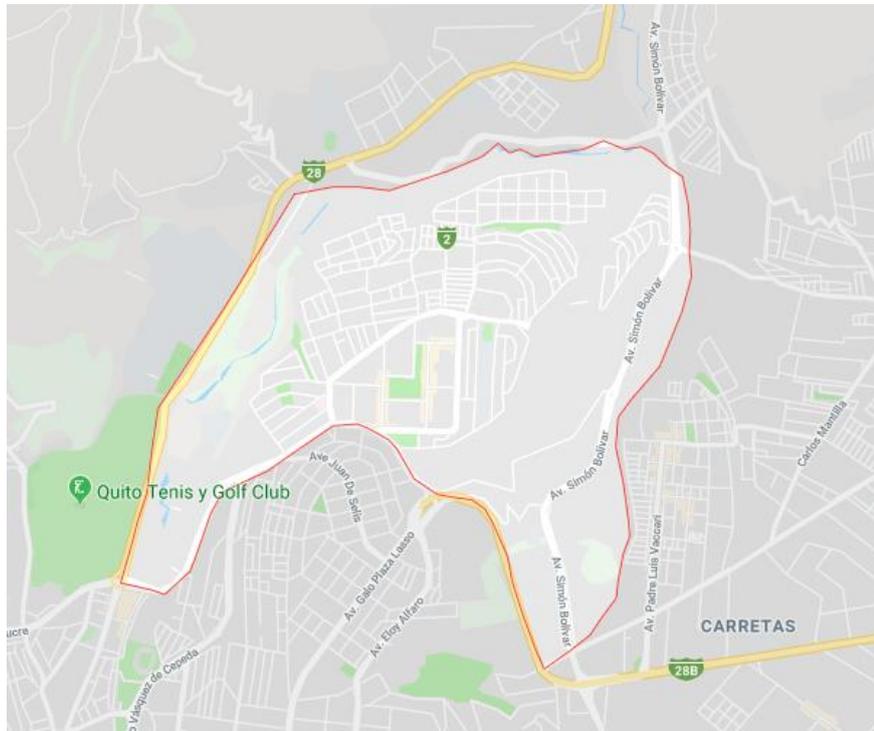


Figura 8: Cobertura
Fuente: Google Maps

2.02.04.04. Promoción

Para realizar la promoción en el restaurante se implementara algunas estrategias como:

2.02.04.04.1. Publicidad

- Creación de página web el cual detalle el menú y servicio que ofrece el restaurante.
- Realizar community manager para su posicionamiento en redes sociales.
- Realizar volantes con el menú y las promociones que ofrece el restaurante.

2.02.04.04.2. *Promoción de Ventas*

- Todos los días por cada de 10\$ de consumo un postre de la casa gratis.
- Los días viernes y sábado por la compra de 2 platos fuertes una porción de acompañado gratis.
- Los días lunes, martes y miércoles re-free de café aguas aromáticas.

2.03. **Análisis FODA**

2.03.01. *Fortalezas*

- Ubicación del restaurante
- Personal altamente capacitado que respondan con las políticas del restaurante.
- Temática del restaurante
- Precios accesibles

2.03.02. *Oportunidades*

- Por seguridad y movilidad del sector se podrá expandir los horarios de apertura y cierre del restaurante.
- Financiamiento con entidades financieras con un bajo interés
- Crear alianzas estratégicas con proveedores.
- Los hábitos del mercado objetivo permiten a la creación de nuevos platos sin generar una reacción negativa en el acogimiento del restaurante.

2.03.03. *Debilidades*

- No contar con zona de parking.
- Ser nuevo en el sector.
- Espacio físico reducido en el restaurante.

- No contar con las herramientas tecnológicas sofisticadas en cocina.

2.03.04. Amenazas

- Feriados locales, ya que baja la rentabilidad en los restaurantes.
- Variación en los precios de la materia prima según la temporada.
- La competencia posicionada en el mercado y establecida en el sector.
- Ingreso de nuevos restaurantes temáticos en el sector.

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

“Básicamente, el estudio de mercado se podría definir como un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado”. (Leon, 2015)

El estudio de mercado es un proceso por el cual tiene como objetivo recolectar datos e información referente a los clientes, consumidores y competidores en el mercado. El mismo nos ayuda a mejorar y crear nuevos productos y servicios, en el caso del restaurante a mejorar la atención, la presentación y la calidad de sus productos.

3.01. Análisis del consumidor

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.” (Arturo, 2013)

Para el presente proyecto, un restaurante temático, el consumidor debe tener una situación media y media alta hablando económicamente, el nivel de estudio no tiene

relevancia ya que cualquier persona que tenga una situación económica media y media alta no necesariamente debe ser estudiada para adquirir un producto en un restaurante.

3.01.01. Determinación de la población y muestra

Podemos determinar que al sector de Carcelén al norte de la ciudad de Quito, ya que será donde el restaurante esté ubicado.

3.01.01.01. Población

Se entiende como población al número total de habitantes en un lugar determinado, esto puede ser desde un sentido macro como un país hasta algo mínimo que puede ser un sector o barrio.

3.01.01.02. Muestra

La muestra es una parte representativa que sirve para realizar estudios generalizados sobre una población.

Para poder determinar la muestra de una población se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Referencia

N Población 55301

n muestra

z Nivel de confianza 1.96 es decir 95%

p Probabilidad de éxito 50%

q Probabilidad de fracaso 50%

e Margen de error 5%

Para la aplicación de la fórmula se debe tomar los siguientes datos

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 55301}{0.05^2(55301 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 382$$

3.01.02. *Técnicas de obtención de la información*

“Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.” (Batista, 2013)

Las técnicas de recolección de información se clasifican en:

Verbales:

- Entrevistas.
- Encuestas, y
- Cuestionarios.

Oculares:

- Observación.
- Comparación o confrontación.
- Revisión selectiva
- Rastreo.

- Documentales
- Comprobación; y.
- Revisión analítica.

Físicas: Reconocimiento real sobre hechos o situaciones dadas en tiempo y espacio determinados y se emplea como técnica de la inspección.

Escritas: Refleja toda la información que se considera importante para sustentar los hallazgos del trabajo realizado por el actor. Esta técnica se aplica de las formas siguientes.

- Análisis.
- Conciliación.
- Confirmación.
- Cálculo; y
- Tabulación.

Para el presente proyecto se realizará encuestas siendo este el método que generará más resultados ya que al momento de realizar la encuesta se tendrá un contacto directo con los clientes potenciales.

3.01.02.01. Encuesta

“Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y

porque no también para medir la temperatura de la gente acerca de algún hecho específico que se sucede en una comunidad determinada.” (Ucha, s/f)

La encuesta está dirigida al mercado objetivo detallado anteriormente, lo cual hemos utilizado la fórmula de la muestra para tener un número considerado de encuestas que se realizaran, siendo el resultado una referencia de para determinar si el proyecto que se está desarrollando tendrá una acogida considerable o a su vez no será factible su implementación.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

La presente encuesta tiene como finalidad identificar la demanda para la apertura de un restaurante con la temática de un barco pirata enfocados para todo tipo de personas.

Edad

- 12-17
- 18-25
- 26-35
- 36-55
- 56- en adelante

Género

- Masculino
- Femenino

1. ¿Qué tipo de restaurante frecuenta?

- Agachadito
- Normal
- Temático

2. ¿Con que personas suele acudir con más frecuencia a un restaurante?

- Familiares
- Amigos
- Solo

3. ¿Con que frecuencia asiste a un restaurante?

- Una a cinco veces a la semana
- Una vez a la semana
- Cada 2 semanas
- Cada mes

4. ¿Qué cantidad promedio destina en dinero para un restaurante por persona?

- De 5 a 7 dólares
- De 7,01 a 10 dólares
- De 10,01 a 20 dólares
- De 20.01 en adelante

5. De las siguientes alternativas ¿Cuál de ellas influye en mayor medida al momento de elegir un plato?

- Precio
- Porción
- El acompañado
- Promoción
- Presentación del plato

6. ¿A qué horario prefiere ir a un restaurante?

- En la mañana
- En la tarde
- En la noche

7. ¿Los restaurantes que usted visita, cuentan con instalaciones modernas o elementos atractivos?

- Si No

8. ¿Por qué regresaría a un restaurante?

- Por el servicio
- Por el establecimiento
- Por Calidad de comida
- Por Ambiente agradable (temática)

9. ¿Acudiría a un restaurante con temática de un barco pirata donde se pueda servir diferentes platos como: café, bolones, tortillas, bocaditos, etc, aparte de comida costeña?

- Si No

10. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de un restaurante?

- Redes sociales
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Correo electrónico
- Volantes

3.01.03. Análisis de la información

3.01.03.01.Edad

Tabla 12: Edad

Rango	Tabulación	Porcentaje
12-17	87	23%
18-25	103	27%
26-35	120	31%
36-55	45	12%
56-en adelante	27	7%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

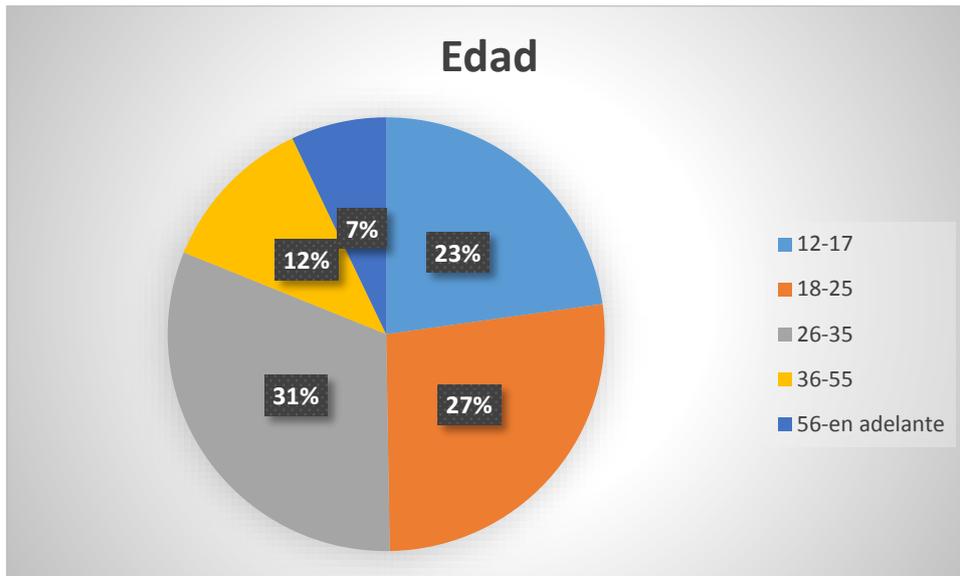


Figura 9: Edad

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

Al rango de edad que las personas encuestadas siendo el mercado objetivo va desde los 12 en adelante, por lo tanto con un 23% el rango de 12 a 17 años de edad, el 27 % con el rango de 18 a 25 años, 31% el rango de 26 a 35 años de edad, un 12% el rango de 36 a 55 y con un 7% el rango de 56 años en adelante, tomar en cuenta al rango de 26 a 35 años con un porcentaje del 31% es donde se encuentra una mayor parte del mercado objetivo convirtiéndose en los clientes potenciales.

3.01.03.02. Género

Tabla 13: Género

Género	Tabulación	Porcentaje
Masculino	198	52%
Femenino	184	48%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

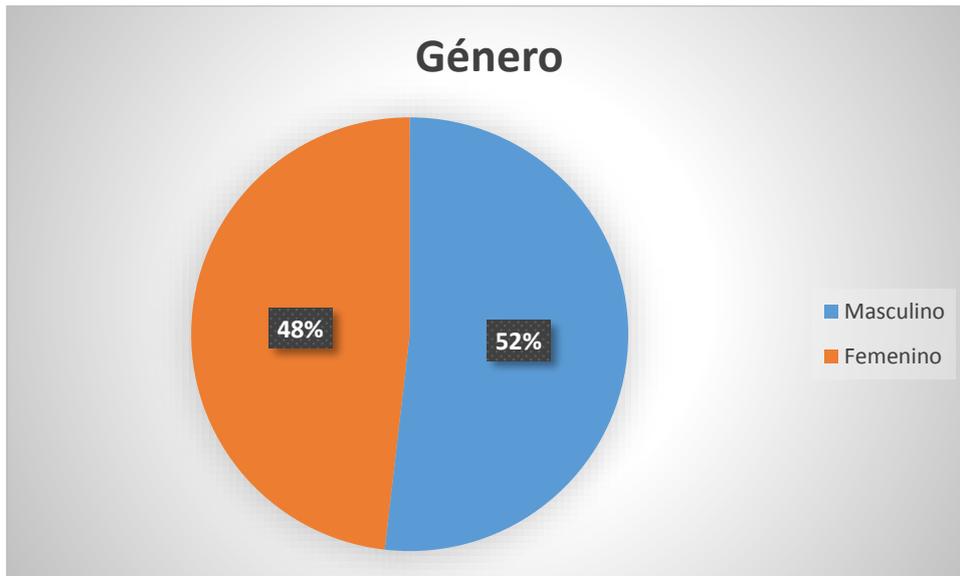


Figura 10: Género

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

El género ayuda a identificar cuál de ellos se inclina a comer fuera de casa dando como resultado con un 52% de ellos al género masculino, la diferencia no es mucha con un 48% de género femenino, se debe a que en la actualidad las ofertas laborales cubren un gran porcentaje de género femenino.

3.01.03.03.Pregunta 1

¿Qué tipo de restaurante frecuenta?

Tabla 14: Pregunta 1

¿Qué tipo de restaurante frecuenta?	Tabulación	Porcentaje
Agachadito	188	49%
Normal	127	33%
Temático	67	18%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

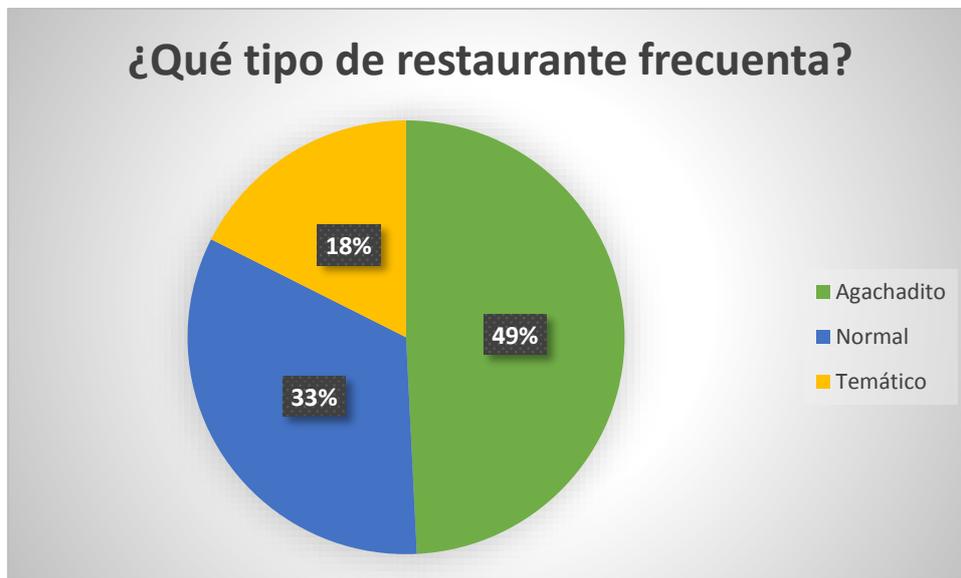


Figura 11: Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

Con esta pregunta se identifica al tipo de restaurante que frecuentan dando un resultado con un 49% a los agachaditos, 33% restaurantes normales y con un 18% a restaurantes con alguna temática, este porcentaje se debe a que en el sector que se plantea establecer un restaurante temático hay muy pocos con esa particularidad.

3.01.03.04.Pregunta 2

¿Con qué personas suele acudir con más frecuencia a un restaurante?

Tabla 15: Pregunta 2

¿Con qué personas suele acudir con más frecuencia a un restaurante?	Tabulación	Porcentaje
Familiares	139	36%
Amigos	202	53%
Solo	41	11%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

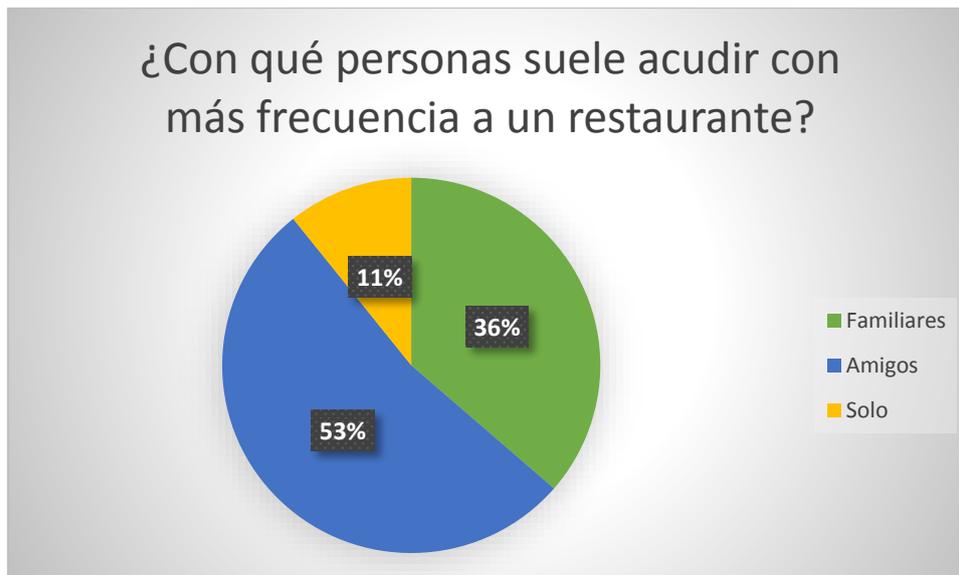


Figura 12: Pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

Con esta pregunta se quiere identificar a qué tipo de segmento enfocar la publicidad tomando en cuenta no descuidar los otros segmentos, dando un resultado con

mayor porcentaje que las personas acuden con amigos en un 53%, familia 36% y solo con un 11%.

3.01.03.05.Pregunta 3

¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante?

Tabla 16: Pregunta 3

¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante?	Tabulación	Porcentaje
Una a cinco veces a la semana	102	27%
Una vez a la semana	85	22%
Cada 2 semanas	124	32%
Cada mes	71	19%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

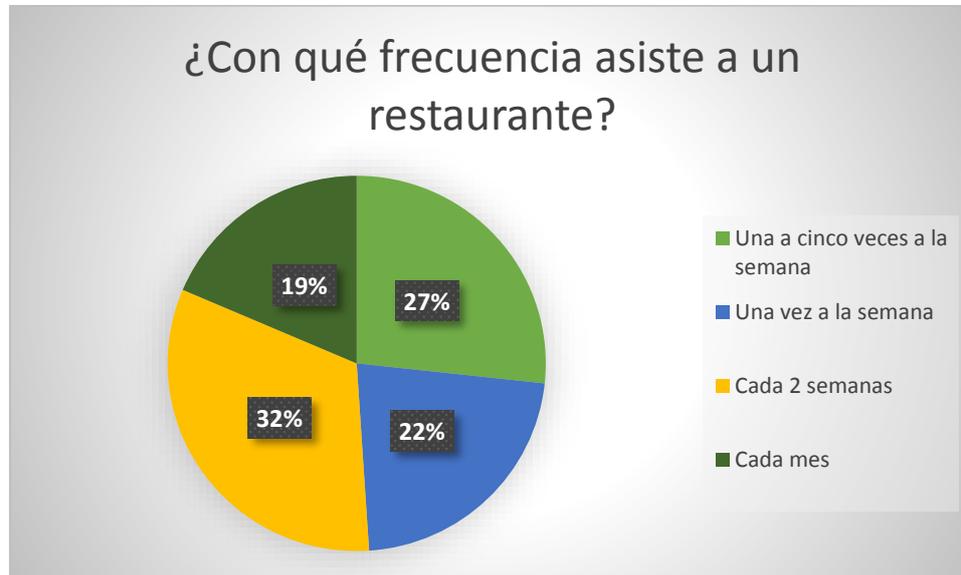


Figura 13: Pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

Con esta pregunta se identifica el tiempo de apertura con referencia a la semana, teniendo un 32% que asisten una vez cada dos semanas, 27% asisten 5 veces a la semana, 22% una vez a la semana y el 19% asiste una vez cada mes. Como referencia el 27% representa a nuestro mercado objetivo por sus lugares de trabajo que rodean el lugar donde estará ubicado el restaurante.

3.01.03.06.Pregunta 4

¿Qué cantidad promedio destina en dinero para un restaurante por persona?

Tabla 17: Pregunta 4

¿Qué cantidad promedio destina en dinero para un restaurante por persona?	Tabulación	Porcentaje
De 5 a 7 dólares	264	69%
De 7,01 a 10 dólares	56	15%
De 10,01 a 20 dólares	34	9%
De 20,01 en adelante	28	7%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

¿Qué cantidad promedio destina en dinero para un restaurante por persona?

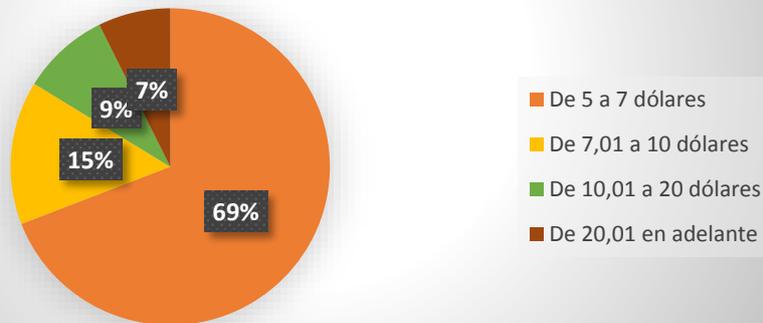


Figura 14: Pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

Esta pregunta refleja como resultado un 69% de las personas encuestadas gasta por persona un valor estimado entre 5 a 7 dólares, siendo esto una oportunidad que tendrá el restaurante ya que los precios no son elevados y el mercado objetivo podrá cubrir la demanda en precios del restaurante, dado con otros resultados como de 7.01 a 10\$ con 15%, de 10.01 a 20\$ con 9% y de 20.01\$ en adelante con 7%.

3.01.03.07.Pregunta 5

De las siguientes alternativas ¿Cuál de ellas influye en mayor medida al momento de elegir un plato?

Tabla 18: Pregunta 5

De las siguientes alternativas ¿Cuál de ellas influye en mayor medida al momento de elegir un plato?	Tabulación	Porcentaje
Precio	118	31%
Porción	61	16%
El acompañado	46	12%
Promoción	94	25%
Presentación del plato	63	16%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

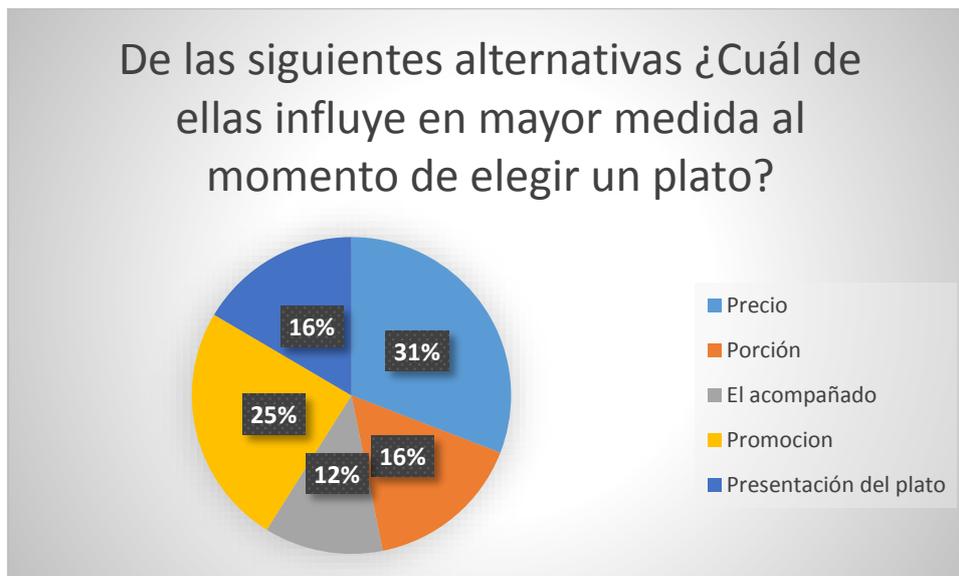


Figura 15: Pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

En la pregunta 5 el resultado es que las personas al momento de elegir un plato influye con mayor medida al precio teniendo el 31% siendo el porcentaje más alto según los datos que brinda la encuesta, seguido de la promoción un 25%, porción y presentación del plato con un 16% cada uno y por último con el 12% el acompañado, siendo el precio una oportunidad según la interpretación de la anterior pregunta enfocada al dinero estimado por persona en consumo de un restaurante.

3.01.03.08.Pregunta 6

¿A qué horario prefiere ir a un restaurante?

Tabla 19: Pregunta 6

¿A qué horario prefiere ir a un restaurante?	Tabulación	Porcentaje
En la mañana	58	15%
En la tarde	163	43%
En la noche	161	42%
Total	382	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

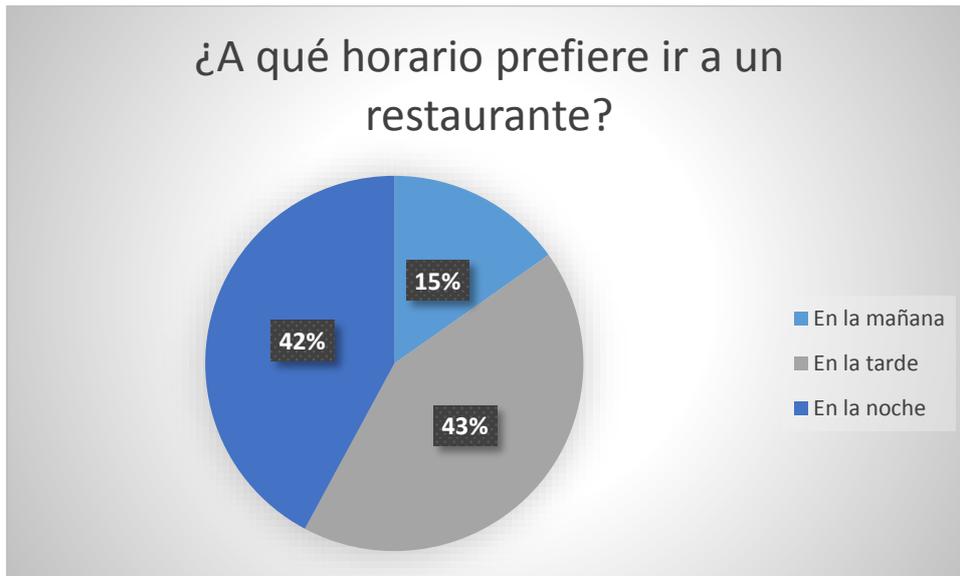


Figura 16: Pregunta 6
Fuente: Encuesta
Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

En esta pregunta se identifica el tiempo donde el restaurante tendrá un mayor rendimiento, con un 43% en la tarde haciendo referencia a la hora del almuerzo, un 42% en la noche, y un 15% en la mañana.

3.01.03.09.Pregunta 7

¿Los restaurantes que usted visita, cuentan con instalaciones modernas o elementos atractivos?

Tabla 20: Pregunta 7

¿Los restaurantes que usted visita, cuentan con instalaciones modernas o elementos atractivos?	Tabulación	Porcentaje
Si	145	37,96%
No	237	62,04%
Total	382	100,00%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña
Fuente: Encuesta



Figura 17: Pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

En esta pregunta se quiere conocer si el mercado objetivo tiene tendencia a asistir a restaurantes temáticos, dando un resultado del 62% que el mercado objetivo no asiste a restaurantes con elementos atractivos y un 38% donde el mercado objetivo asiste a restaurantes ya sea con instalaciones modernas o elementos atractivos.

3.01.03.10.Pregunta 8

¿Por qué regresaría a un restaurante?

Tabla 21: Pregunta 8

¿Por qué regresaría a un restaurante?	Tabulación	Porcentaje
Por el servicio	171	19,54%
Por el establecimiento	196	22,40%
Por calidad de comida	325	37,14%
Por ambiente agradable (temática)	183	20,91%
Total	875	100,00%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

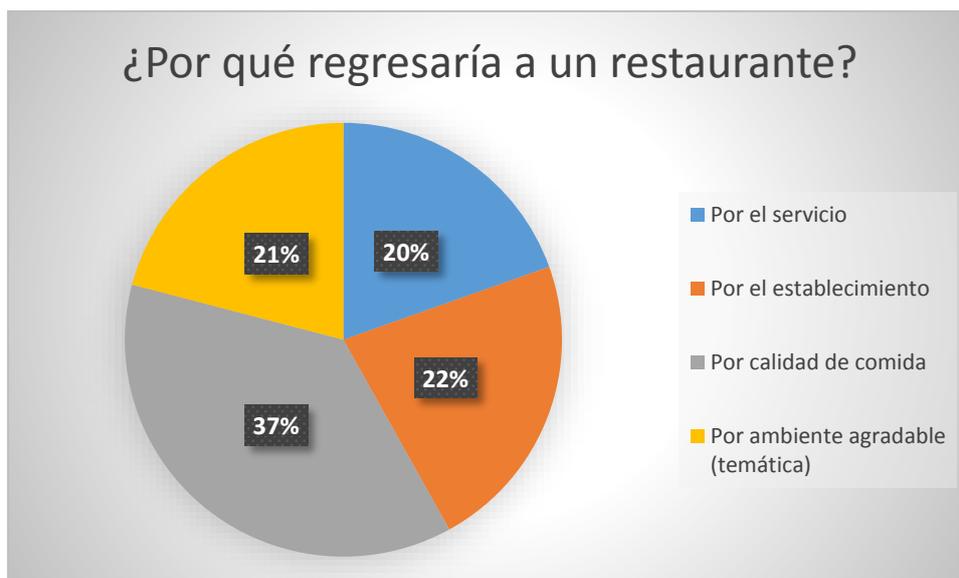


Figura 18: Pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

Según la figura el 37% de los clientes regresan por la calidad de la comida, 22%

por el establecimiento haciendo referencia si está en buenas condiciones o cumple con

las demandas de gustos de los clientes, un 21% por el ambiente agradable refiriéndose a como se siente según la temática del lugar y un 20% por el servicio.

3.01.03.11.Pregunta 9

¿Acudiría a un restaurante con temática de un barco pirata donde se pueda servir diferentes platos como: café, bolones, tortillas, bocaditos, etc, aparte de comida costeña?

Tabla 22: Pregunta 9

¿Acudiría a un restaurante con temática de un barco pirata donde se pueda servir diferentes platos como: café, bolones, tortillas, bocaditos, etc, aparte de comida costeña?	Tabulación	Porcentaje
Si	314	82,20%
No	68	17,80%
Total	382	100,00%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

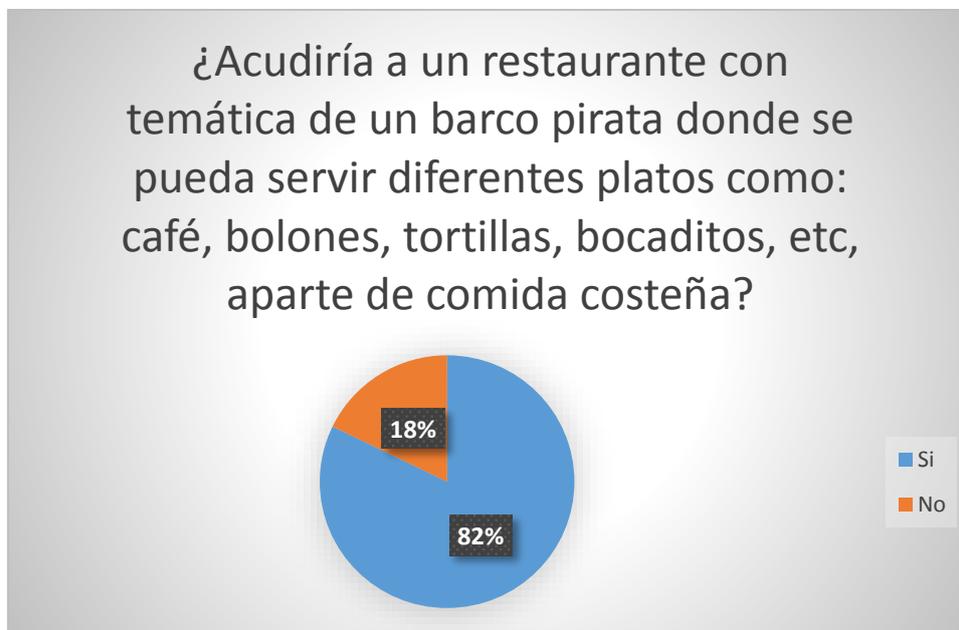


Figura 19: Pregunta 9

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

En esta pregunta se determina si el proyecto es aceptado por el mercado objetivo, teniendo un 82% del mercado objetivo que si acudiría a un restaurante con la temática que se está presentando en proyecto, ya que en el lugar no existen lugares o establecimientos con esa particularidad y un 18% que no acudiría a un restaurante con esa temática.

3.01.03.12.Pregunta 10

¿Por qué medio le gustaría recibir información de un restaurante?

Tabla 23: Pregunta 10

¿Por qué medio le gustaría recibir información de un restaurante?	Tabulación	Porcentaje
Redes sociales	0	0%
Facebook	241	44%
Instagram	126	23%
Twitter	61	11%
Correo electrónico	93	17%
Volantes	24	4%
Otra cual	0	0%
Total	545	100%

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuesta

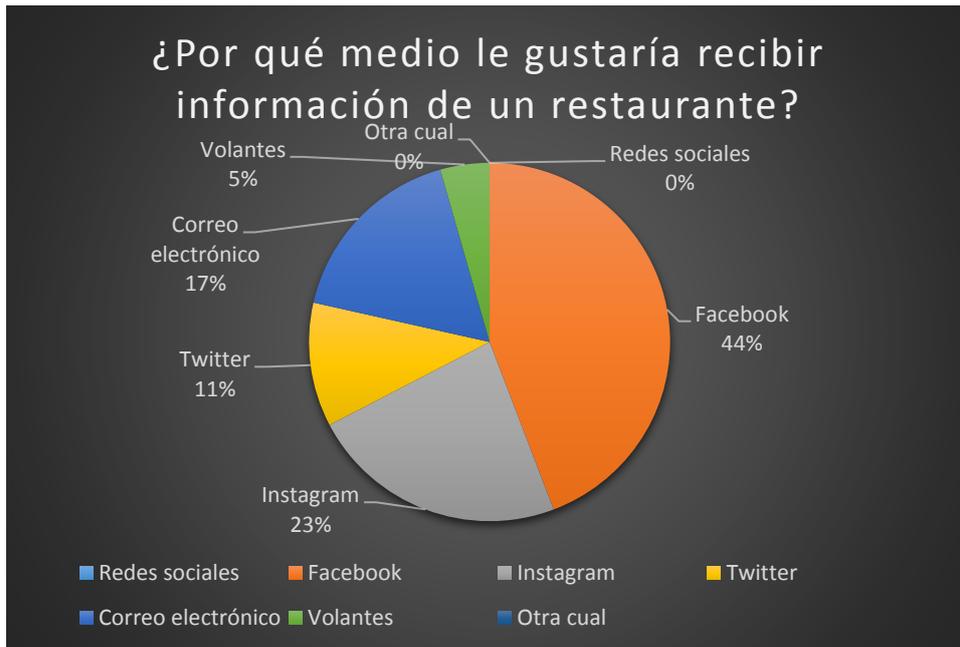


Figura 20: Pregunta 10

Fuente: Encuesta

Elaborador por: Nicolás Gualotuña

Interpretación

Esta pregunta ayuda a identificar a qué tipo de canal se debe enfocar y cuál de ellos debe tener un mayor impacto para llegar al mercado objetivo, dado como resultado un 44% a la red social Facebook, 23% Instagram, 17% por correo electrónico, 11% Twitter y un 5% por volantes, teniendo en cuenta el posicionamiento de cada una de las redes sociales, siendo Facebook la mayor utilizada por los encuestados.

Análisis General:

Según los datos encuestados se determina los horarios de apertura, el tiempo que tendrá mayor acogida y la fiabilidad del proyecto. El proyecto tendrá una aceptación por parte del mercado objetivo, ya que en el sector existen muy pocos restaurantes que sobresalgan por una característica en particular, por lo tanto implantar un restaurante

temático será rentable y confiable, no solo por la temática si no por los precios y el tipo de comida que se apegan a la demanda del mercado objetivo.

3.02. Oferta

Es un bien o servicio que las personal naturales o jurídicas ofrecen para ser consumidos o prestados, los cuales serán constatados por un medio de pago ya sea de contado o a crédito.

3.02.01. *Oferta histórica*

En el Distrito Metropolitano de Quito no existen datos estadísticos suficientes que permitan identificar la demanda histórica, es el motivo por el cual se tomará en cuenta los resultados de la encuesta para determinar la demanda actual y proyecta del presente proyecto.

3.02.02. *Oferta actual*

Determinar la oferta actual les permitirá identificar la cantidad de mercado que se encuentra cubierto en la actualidad. Para el cálculo de la oferta actual se toma como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia, debido que no existe una competencia directa del servicio basándose en las respuestas de la encuesta que hacen relación al uso de servicios similares, específicamente en una pregunta, la número 7 que indica que el 37,96% del mercado considera que las personas encuestadas si van a lugares con instalaciones particulares.

Tabla 24: Oferta Actual en Dólares

Oferta Actual Dólares			
Año	Demanda	% de competencia	Oferta
2019	\$ 1.276.059,51	37,96%	\$ 484.392,19

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Tabla 25: Oferta Actual Personas

Oferta Actual Personas			
Año	Demanda	% de competencia	Oferta
2019	212677	37,96%	80732

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

3.02.03. *Oferta proyectada*

La oferta proyectada se establece para realizar un análisis de cuál va a ser el crecimiento de la competencia en el futuro, para el presente proyecto no se identifica datos estadísticos suficientes de nuestro servicio, pero en el resultado de las encuestas refleja que el 37.96% del mercado objetivo tiene ya cubierta la necesidad con un servicio similar, por lo cual se toma este porcentaje para el cálculo de la oferta.

Tabla 26 : Oferta Proyectada en Personas

Oferta Proyectada Dólares			
Periodo	Demanda proyectada	% de competencia	Oferta proyectada
2020	212677	37,96%	80732
2021	293409	37,96%	111378
2022	404787	37,96%	153657
2023	558445	37,96%	211986
2024	770430	37,96%	292455
2025	1062885	37,96%	403471

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Tabla 27: Oferta Proyectada Dólares

Oferta Proyectada en Dólares			
Periodo	Demanda Actual	% de competencia	Oferta proyectada
2020	\$ 1.276.059,51	37,96%	\$ 484.392,19
2021	\$ 1.760.451,70	37,96%	\$ 668.267,47
2022	\$ 2.428.719,17	37,96%	\$ 921.941,80
2023	\$ 3.350.660,96	37,96%	\$1.271.910,90
2024	\$ 4.622.571,86	37,96%	\$1.754.728,28
2025	\$ 6.377.300,14	37,96%	\$2.420.823,13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

3.03. Demanda

“La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si éste tiene demanda o no.” (Banrepcultural, 2017)

3.03.01. Demanda histórica

Debido a que no hay datos suficientes para identificar la demanda histórica, a continuación se tomarán los datos de la encuesta y para realizar la demanda actual e histórica.

3.03.02. Demanda actual

En la demanda actual tomamos la población del sector de Carcelén que son 55301 habitantes de los cuales tomando en cuenta que el mercado objetivo esta segmentado en el rango de 12 años en adelante. En los datos de la encuesta para el porcentaje de aceptación se toma en cuenta la pregunta 9 que trata de si acudiría a un restaurante temático y de la pregunta 1 que trata sobre al tipo de restaurante que acude.

Tabla 28: Demanda Actual

Demanda Actual		
Frecuencia de compra	Precio promedio	Aceptación de personas
212677	6	\$ 1.276.059,51

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

La demanda actual del producto es de 212.677 personas y 1.276.059,51 dólares para el presente proyecto, esto representa una gran oportunidad de establecerse en el mercado ya al constante crecimiento de la zona determina una mayor aceptabilidad.

3.03.03. Demanda proyectada

Tabla 29: Demanda proyectada personas

Demanda Proyectada en Persona				
Periodo	Demanda Actual	%Crecimiento poblacional	Crecimiento poblacional	Demanda Proyectada
2020	212677	1,40%	2977	215654
2021	215654	1,40%	3019	218674
2022	218674	1,40%	3061	221735
2023	221735	1,40%	3104	224839
2024	224839	1,40%	3148	227987
2025	227987	1,40%	3192	231179

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Tabla 30: Demanda Proyectada en Dólares

Demanda Proyectada en Dólares				
Periodo	Demanda Actual	%Crecimiento poblacional	Crecimiento	Demanda Proyectada
2020	\$ 1.276.059,51	1,40%	\$ 17.864,83	\$ 1.293.924,34
2021	\$ 1.293.924,34	1,40%	\$ 18.114,94	\$ 1.312.039,28
2022	\$ 1.312.039,28	1,40%	\$ 18.368,55	\$ 1.330.407,83
2023	\$ 1.330.407,83	1,40%	\$ 18.625,71	\$ 1.349.033,54
2024	\$ 1.349.033,54	1,40%	\$ 18.886,47	\$ 1.367.920,01
2025	\$ 1.367.920,01	1,40%	\$ 19.150,88	\$ 1.387.070,89

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

3.04. Balance oferta demanda

El Balance oferta – demanda permite determinar la demanda insatisfecha y de esta manera hacer proyecciones que permitan examinar cual va a ser el mercado libre de competencia y las posibilidades que tiene el presente proyecto de subsistir.

3.04.01. Balance actual

En el Balance actual se debe realizar el cálculo de la demanda insatisfecha que existe en el mercado; esto es la cantidad de bienes y servicios que posiblemente el mercado consuma a futuro, constituye la demanda que no ha sido aún cubierta y la cual ningún productor actual podrá satisfacer si mantiene las condiciones en las cuales se realizó el presente cálculo. La demanda insatisfecha es el mercado al cual el proyecto pretende llegar.

Tabla 31: Balance Actual Dólares

Demanda Insatisfecha en Dólares			
Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2019	\$ 1.276.059,51	484392,19	\$ 791.667,32

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Tabla 32: Balance Actual en Personas

Demanda Insatisfecha en Personas			
Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2019	212667	80732	131935

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

La demanda insatisfecha es de 131.935 personas y \$791.667,32 dólares, esto constituye el mercado que no está atendido y al cual está dirigido nuestro servicio que por el resultado obtenido representa una oportunidad significativa para establecer el negocio.

3.04.02. Balance proyectado

Tabla 33: Balance Proyectado Personas

Demanda Insatisfecha en personas			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2020	215654	3019	212635
2021	218674	3061	215612
2022	221735	3104	218631
2023	224839	3148	221692
2024	227987	3192	224795

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Tabla 34: Balance proyectado dólares

Demanda Insatisfecha en Dólares			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2020	\$ 1.293.924,34	18114,94	\$ 1.275.809,40
2021	\$ 1.312.039,28	18368,55	\$ 1.293.670,73
2022	\$ 1.330.407,83	18625,71	\$ 1.311.782,12
2023	\$ 1.349.033,54	18886,47	\$ 1.330.147,07
2024	\$ 1.367.920,01	19150,88	\$ 1.348.769,13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Como se evidencia en las tabla N°33 y N°34, el presente proyecto es viable, ya que determina una demanda insatisfecha alta de \$1.348.769,13 dólares, de la cual no se está cubriendo las necesidades con los servicios que existen al momento, debido a esto se evidencia una oportunidad significativa para sobresalir en el mercado al cual se pretende ingresar.

CAPITULO IV

4. Estudio técnico

“Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar.” (Portales, 2011)

4.01. Tamaño del proyecto

“Tamaño del proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales a la máxima rentabilidad económica.” (Biblio, s/f)

El proyecto se desarrollará en un local de 120 metros cuadrados la cual contará con las áreas de cocina, cajero, de espera y para servirse los alimentos, los cuales tendrán los materiales y todo lo necesario para un buen servicio.

4.01.01. Capacidad instalada

“Es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período

de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.” (Jara, 2015)

Para el cálculo de la capacidad instalada se tomará a 6 personas que trabajarán, 1 chef, 1 asistente de cocina, 3 meseros y un cajero, tomando el tiempo el mesero tendrá 3 minutos para tomar la orden y 3 minutos para llevar la orden a la mesa, el chef y asistente tendrán 10 minutos cada uno para la preparación de la orden y el cajero tendrá 5 minutos para realizar el cobro respectivo de la orden. El proyecto tiene un 50% de aceptabilidad y una frecuencia de compra del 27%, Con estos datos podemos determinar la producción diaria, mensual y anual; teniendo en cuenta que el restaurante tiene una capacidad de 56 personas que para cada orden habrá un mesero y el restaurante tendrá una apertura de 12 horas al día en 28 días al mes, estimando 14 órdenes por hora y 2 horas pico correspondiendo al almuerzo y merienda

Tabla 35: Capacidad Instalada

Capacidad instalada		
Trabajadores	4	
Tiempo total	31	
Capacidad de producción	diario	252
	mensual	7056
	anual	84672
Precio	\$ 6	
Total	\$ 508.032,00	

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuestas

Análisis:

La tabla de capacidad instalada muestra un valor de \$508.032,00 al año, tomando en cuenta que el precio es el promedio de un plato por persona, con los otros

dos meseros y las mesas que se tendrán de más se entiende que el valor será más elevado, el tiempo de 31 minutos se estima en durabilidad del servicio de pedir la orden y pagarla, sabiendo que el servicio no se acaba ahí sino es durante todo el tiempo que los clientes permanezcan en el establecimiento.

4.01.02. *Capacidad óptima*

Tabla 36: Capacidad Óptima

Capacidad óptima		
Trabajadores		4
Tiempo total		31
Capacidad de producción	diario	252
	mensual	7056
	anual	84672
% aceptación	50%	42336
% Frecuencia de compra	27%	11431
Precio		\$ 6,00
Total		\$ 68.586,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Encuestas

4.02. **Localización**

El restaurante CoffeFish, estará ubicado en la Provincia de Pichincha al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el sector de Carcelén, en la Av. Isidro Ayora y Alonso Diaz Malaver.

4.02.01. *Macro*

La macro localización es la proyección general de donde se ubicará el proyecto, en este caso estará ubicado en la Provincia de Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito.



Figura 21: Macro Localización

Elaborado por: Google Maps

Fuente: Google Maps

4.02.02. *Micro*

El presente proyecto se ubicará al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el sector de Carcelén entre la Av. Isidro Ayora y Alonso DiazMalaver, se ha tomado en consideración este lugar ya que en los últimos años los locales de comida han visto una oportunidad para implementar sus negocios, en el lugar se encuentran franquicias reconocidas como Pizza los Tios ,Cebiches de la Rumiñahui y Texas Chicken que serán un factor positivo para el posicionamiento y reconocimiento del restaurante temático que se implementará.

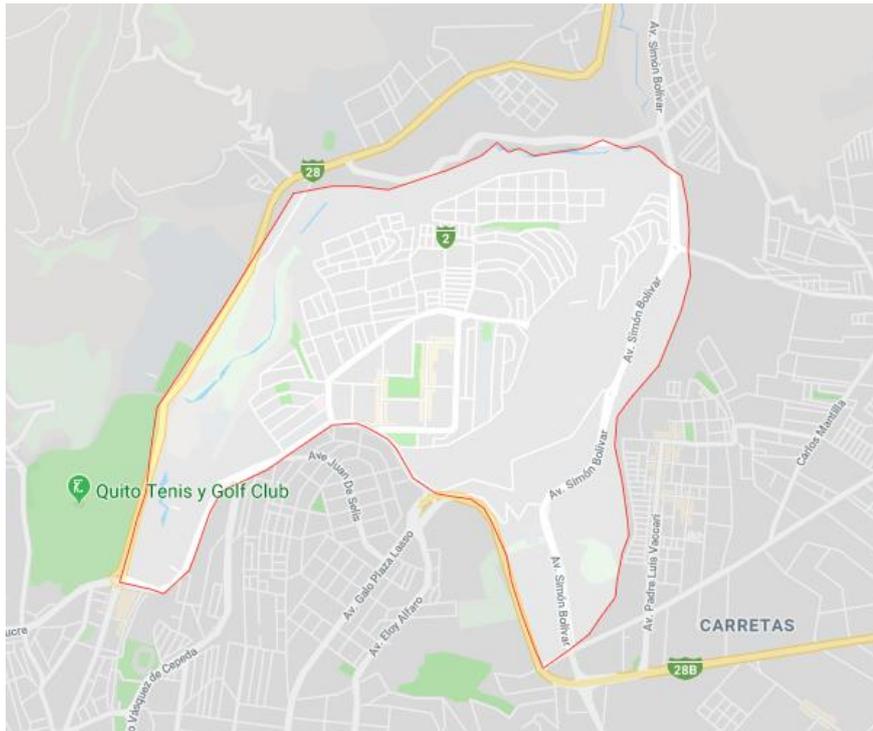


Figura 22: Micro Localización
Elaborado por: Google Maps
Fuente: Google Maps

4.02.03. Localización óptima

Tabla 37: Localización Óptima

Localización óptima	Peso Asignado	Carapungo		La ofelia		Carcelén	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Seguridad	0,25	4	1	5	1,25	7	1,75
Infraestructura	0,25	6	1,5	5	1,25	8	2
Proveedores	0,15	7	1,05	8	1,2	7	1,05
Afluencia de personas	0,2	8	1,6	6	1,2	8	1,6
Costos	0,15	7	1,05	7	1,05	7	1,05
Total	1		6,2		5,95		7,45

Elaborado por: Nicolás Gualotuña
Fuente: Investigación propia

Análisis:

Para determinar la localización óptima para el proyecto se tomaron varios puntos para evaluar las condiciones del sector, para lo cual hubieron tres sectores como

Carapungo con un resultado de 6.2, La Ofelia con un resultado de 5,95 y Carcelén con

ELABORAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO, CON LA FINALIDAD DE APOYAR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS, MEDIANTE LA GENERACIÓN DE FUENTES DE EMPLEO, UBICADO DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL SECTOR NORTE DE CARCELÉN 2018-2019

el puntaje más alto de 7.45, dando a conocer así que este sector es el lugar óptimo para desarrollar e implementar el proyecto, el cual permitirá un mejor rendimiento financiero, posicionamiento en el mercado y desarrollo del restaurante.



Figura 23: Localización óptima
Elaborado por: Google Maps
Fuente: Google Maps

4.03. Ingeniería del producto

4.03.01. Definición del servicio

COFFE FISH, es un restaurante que ofrecerá un servicio de comida y atención diferenciada, el cual tendrá una temática de barco pirata, donde los meseros tendrán la particular vestimenta de un pirata al igual que el cajero, el restaurante tendrá un aspecto del interior de un barco pirata, las mesas serán barriles dando el toque de la época de oro donde la piratería tiene un mayor impacto. El restaurante “COFFE FISH” se encargará

de la elaboración de aperitivos, comida rápida y costeña, de calidad, buen sabor, con la finalidad de satisfacer el gusto y las necesidades de las personas donde los clientes se sientan cómodos no solo por el servicio si no por la temática del lugar, que pasen un momento agradable en familia, amigos y/o solo.

4.03.02. *Distribución de planta*

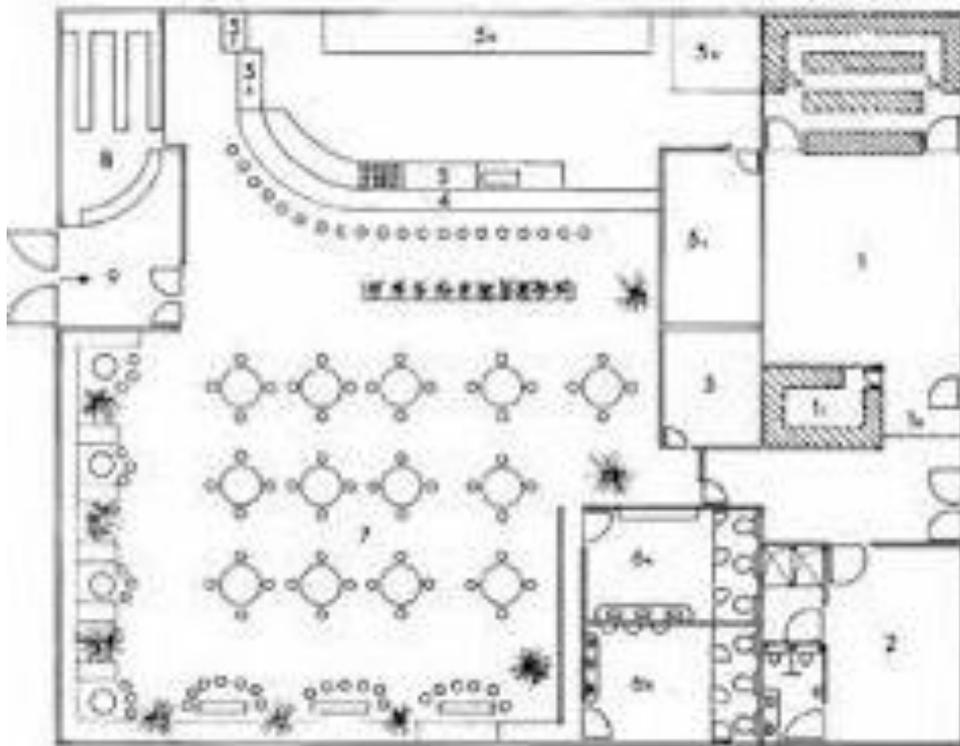
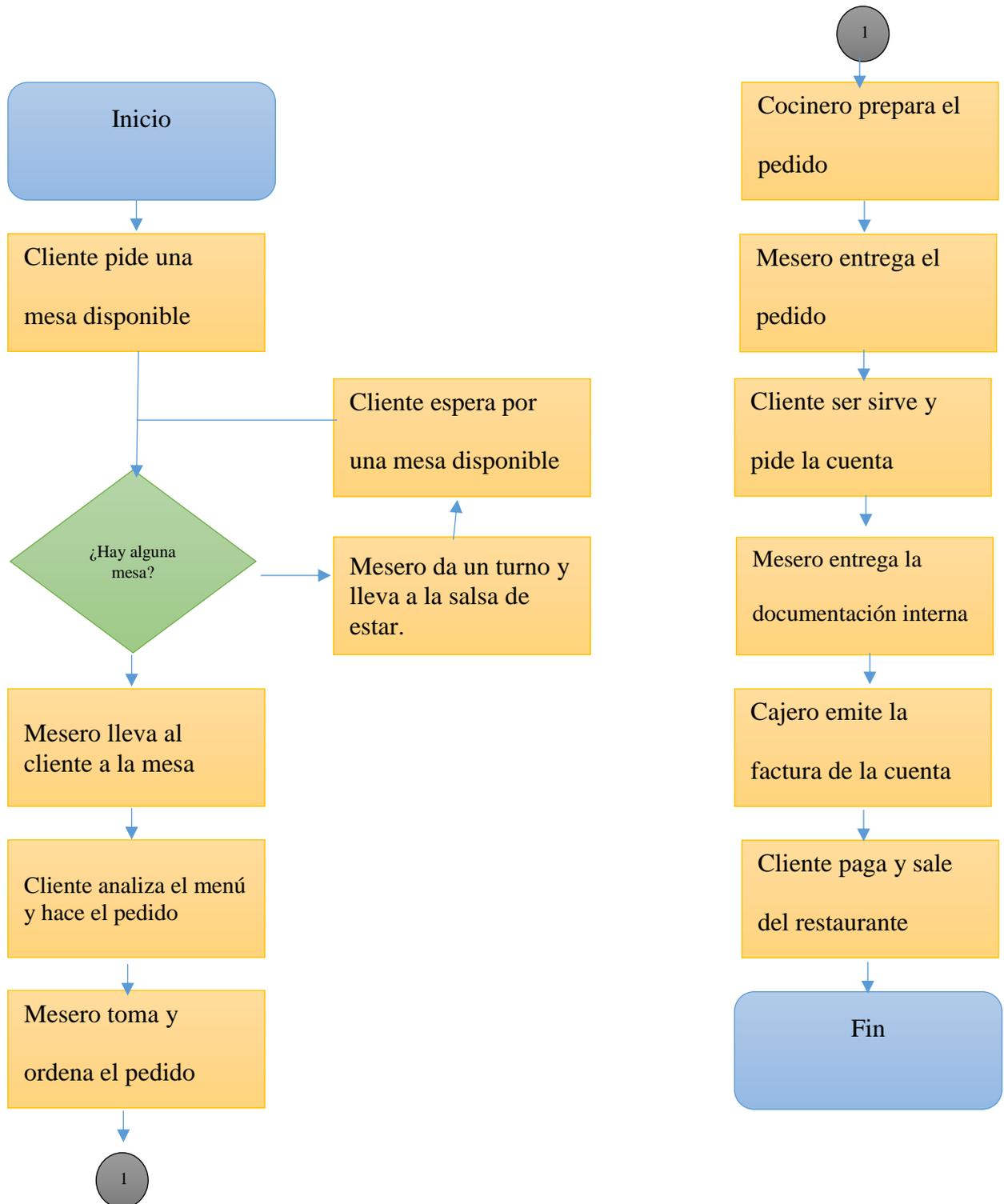


Figura 24: Distribución de planta
Elaborado por: Nicolás Gualotuña
Fuente: Investigación propia

4.03.03. *Proceso productivo*



4.03.04. Maquinaria y equipo

Tabla 38: Equipo de Cocina

Equipo de Cocina			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Estufa	2	\$ 320,00	\$ 640,00
Horno	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Refrigeradora	2	\$ 430,00	\$ 860,00
congelador	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Freidora	2	\$ 540,00	\$ 1.080,00
Licuadaora	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Microondas	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Sanduchera	3	\$ 54,00	\$ 162,00
Total			\$ 4.222,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Tabla 39: Utensilios de cocina

Utensilios de cocina			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Sartenes	10	\$ 27,00	\$ 270,00
Ollas	15	\$ 25,00	\$ 375,00
Cuchillos	10	\$ 5,00	\$ 50,00
cucharones	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Espátulas	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Platos	130	\$ 1,75	\$ 227,50
Vasos	170	\$ 0,75	\$ 127,50
cucharas	170	\$ 0,25	\$ 42,50
Total			\$ 1.147,50

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Tabla 40: Equipo de computación

Equipo de computo			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Laptops	2	\$ 380,00	\$ 760,00
Impresora	1	\$ 580,00	\$ 580,00
			\$1.340,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Tabla 41: Muebles y Enseres

Muebles y enseres			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Barriles	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Escritorio	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Banquitos	60	\$ 10,00	\$ 600,00
Total			\$1.200,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Tabla 42: Equipo de Oficina

Equipo de oficina			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Silla	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Teléfono	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Total		\$ 630,00	\$ 830,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Tabla 43: Temático

Temática			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Red de pescar	50 klg	\$ 3,50	\$ 175,00
Latas de pintura	20	\$ 4,50	\$ 90,00
Timón	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Uniforme temático	3	\$ 55,00	\$ 165,00
Sombreros piratas	10	\$ 17,00	\$ 170,00
Espadas	16	\$ 9,00	\$ 144,00
Adornos piratas	30	\$ 2,50	\$ 75,00
Lámparas piratas	15	\$ 8,50	\$ 127,50
Cuadros	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Total			\$1.256,50

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

“El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.” (Zonaeconomica, s/f)

5.01. Ingresos

“Se denomina ingreso al incremento de los recursos económicos que presenta una organización, una persona o un sistema contable, y que constituye un aumento del patrimonio neto de los mismos. Este término se emplea con significados técnicos similares en distintos ámbitos del quehacer económico y administrativo.”(Concepto.de, 2018)

5.01.01. Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales.”(Mora, 2013)

Tabla 44: Presupuesto de Ingresos

Presupuesto de ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Incremento		1,40%	1,40%	1,40%	1,40%
Ventas estimadas	11431	11591	11753	11918	12085
Incremento del precio		0,10%	0,10%	0,10%	0,10%
Precio de venta	\$ 6,00	\$ 6,01	\$ 6,01	\$ 6,02	\$ 6,02
Ingreso de ventas	\$ 68.586,00	\$ 69.615,75	\$ 70.660,96	\$ 71.721,86	\$ 72.798,70

Política de cobro

Contado/ Tarjetas 100%

Crédito

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 68.586,00	\$ 69.615,75	\$ 70.660,96	\$ 71.721,86	\$ 72.798,70
Cobro en efectivo	\$ 68.586,00	\$ 69.615,75	\$ 70.660,96	\$ 71.721,86	\$ 72.798,70
Crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de las Ventas	\$ 68.586,00	\$ 69.615,75	\$ 70.660,96	\$ 71.721,86	\$ 72.798,70
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

En las tablas se observa los ingresos operacionales en un presupuesto a 5 años que percibirá COFFE FISH, para el porcentaje de incremento en ventas el crecimiento poblacional y para el incremento de precio se ha tomado el porcentaje del PIB que actualmente rige en el Ecuador.

5.01.02. *Ingresos No operacionales*

“Los ingresos provenientes de transacciones diferentes a los del objeto social o giro normal de los negocios del ente económico e incluye, entre otros, los items relacionados con participaciones en instrumentos de patrimonio.”(León, 2019)

Este proyecto en su inicio no dispondrá de ningún otro ingreso que no sea los provenientes directamente del servicio que preste el restaurante.

5.02. **Costos**

“Costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica. Dentro de este deterioro o utilización de factores que suponen la creación de costes o costos se incluyen el pago a trabajadores, gastos derivados de la actividad económica como servicios de marketing o la compra de mercaderías.” (Sanchez, s/f)

5.02.01. *Costo Directo*

“Es aquel costo que se puede identificar fácilmente dentro de la fabricación del producto o prestación del servicio, es decir reconocerlo es viable, beneficioso económicamente, necesario y de cierta manera cómodo.” (Duque, 2017)

Tabla 45: Costos directos

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Materia prima	1	\$ 4,35	\$ 121,80	\$ 1.461,60
Chef	1	\$ 25,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Ayudante de cocina	1	\$ 15,00	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Mesero	1	\$ 14,14	\$ 395,92	\$ 4.751,04
Total		\$ 58,49	\$ 1.637,72	\$ 19.652,64

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

5.02.02. Costo Indirecto

“Es aquel costo que no se logra identificar fácilmente, no es viable cuantificar su valor con exactitud, o simplemente es complejo, demanda tiempo, esfuerzo y quizás puede salir costoso tratar de medir el valor que interviene en la elaboración del producto.” (Duque, 2017)

Tabla 46: Costos Indirectos

Detalle	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Agua	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Luz	1	\$ 50,00	\$ 600,00
Gas	4	\$ 14,00	\$ 168,00
Total		\$ 94,00	\$ 1.128,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

5.03. Gastos

“Es un egreso o en términos coloquiales una salida de dinero que una empresa o persona paga por la compra de un producto, un bien o un servicio.”(Siigo, 2018)

5.03.01. Gasto Administrativos

“Son aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.” (Enciclopediafinanciera, 2018)

Tabla 47: Gastos Administrativos

Detalle	Cantidad	Valor mensual	Valor Anual
Sueldo administrativo		\$ 1.530,00	\$ 18.360,00
Gerente	1	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Cajero	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Arriendo	1	\$ 380,00	\$ 4.560,00
Depreciación de Activos fijos		\$ 88,95	\$ 1.067,36
Maquinaria y equipo	1	\$ 35,18	\$ 422,16
Muebles y enseres	1	\$ 10,00	\$ 120,00
Equipo de computación	1	\$ 36,85	\$ 442,20
Equipo de oficina	1	\$ 6,92	\$ 83,00
Telefonía	2	\$ 80,00	\$ 960,00
Cable	1	\$ 25,00	\$ 300,00
Total		\$ 1.723,95	\$ 20.687,36

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Los gastos que se han estimado para el funcionamiento del restaurante son de \$1.753.95 mensual y \$21.047,36 anual, para la gestión administrativa del restaurante.

5.03.02. Gasto de Ventas

Son aquellos egresos generados en el proceso para realizar una venta o se vincule con una actividad de comercialización con el producto o servicio que ofrezca una empresa u organización.

Tabla 48: Gastos de Ventas

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Meseros	3	\$ 396,00	\$ 1.188,00	\$ 14.256,00
Publicidad	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 3.300,00
Activación de restaurante	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 450,00
Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Total		\$ 1.126,00	\$ 1.918,00	\$ 18.366,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Se ha tomado en consideración como un gasto el sueldo de los meseros, ya que el mesero se encarga de ser el primer filtro dentro del establecimiento para adquirir los productos y el chef con el ayudante de cocina ya que, tomando en cuenta al internet como una herramienta de posicionamiento en las redes sociales del restaurante en el mercado, la publicidad está calculada para 6 veces en un año de igual manera la activación del restaurante con 3 veces al año, la suma de los valores da un total de \$1.918,00 mensual y \$18.366,00 anual que sustentan la gestión para la comercialización y venta de los productos.

5.03.03. Costo Financiero

Son aquellos que se generan por prestaciones con entidades financieras para sustentar económicamente un proyecto.

Tabla 49: Costo Financiero

Interés generado	Cuota mensual
\$ 6.228,67	\$ 437,14

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Se ha tomado en cuenta la tasa de interés que otorga el Banco del Pichincha para préstamos PYMES que es del % 11.23 anual, mediante esta referencia se ha podido calcular la cuota mensual con el interés agregado y el total del interés generado al valor total del crédito amortizado a 5 años.

5.04. Inversiones

5.04.01. Inversión Fija

“Son aquellos desembolsos de dinero que se efectúa para la adquisición de determinados activos, que van a servir para el normal funcionamiento de la planta.”(La nueva economía, s/f)

5.04.01.01. Activos Fijos

“Son activos fijos todos aquellos bienes de la empresa que no puede convertirse en líquido a corto plazo, sea este bien tangible o intangible, son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no forman parte del proceso de venta.” (Debitoor, 2018)

Tabla 50: Activos Fijos

Detalle	Costo total
Equipo de Computación	\$ 1.340,00
Equipo de Oficina	\$ 830,00
Muebles y enseres	\$ 1.200,00
Equipo de cocina	\$ 4.222,60
Temática	\$ 1.256,50
Total	\$ 8.849,10

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Se observa en la tabla un total de \$11.731,70 en activos fijos que serán para uso y funcionamiento del restaurante para sus debidas funciones.

5.04.01.02. Activos Nominales

“Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.” (SWP, s/f)

Para el presente proyecto es necesario sacar los permisos correspondientes para el adecuado funcionamiento del restaurante.

Tabla 51: Activos Nominales

Activos nominales	
Detalle	Valor total
LUAE	\$ -
RUC	\$ -
Permiso Bomberos	\$ -
Patente	\$ 1.500,00
Total	\$ 1.500,00

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

5.04.02. Capital de trabajo

“Es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio.” (Contabilidad Puntual, 2012)

Tabla 52: Capital de Trabajo

Estructura del capital de trabajo		
Activos Fijos		\$ 8.849,10
Capital de trabajo		\$ 19.224,81
Total inversión		\$ 28.073,91
Detalle	%	Valor
Capital propio	28,76%	\$ 8.073,91
Crédito	71,24%	\$ 20.000,00
Total		\$ 28.073,91

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

El capital de trabajo del presente proyecto está representado en un total de \$28.073,91 para que el restaurante entre en funcionamiento con todos los requisitos

legales y en cuanto a infraestructura del proyecto, valor no es alto ya que actualmente el país se encuentra en una situación de apoyo para los emprendimientos de PYMES.

5.04.03. Fuentes de financiamiento

“Se considera como una fuente de financiamiento a la forma de conseguir los el capital o fondos para poder iniciar un negocio. El financiamiento permite a la empresa mantener una economía estable y eficiente.” (López, 2014)

El actual proyecto tiene un financiamiento propio y un crédito con el Banco del Pichincha que se ha elegido por la tasa de interés que genera, en este caso se cuenta con un capital propio del \$8.073,91 y un crédito de \$20.000,00 a un plazo de 5 años con un interés anual del 11.23% que es un porcentaje adecuado según el cálculo para inversiones PYMES.

5.04.04. Amortizaciones del financiamiento

Las amortizaciones se generan cuando se ha concedido un préstamo independiente del uso de la prestación, en esta ocasión será para 60 meses con un interés anual del 11.23%, la cual tendrá una cuota fija mensual. En la tabla de amortizaciones detalla el deterioro o cubrimiento de la deuda con su debido interés.

Tabla 53: Amortización

Amortización crédito													
Detalle		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Saldo inicial	\$ 20.000,00	\$ 19.750,02	\$ 19.497,70	\$ 19.243,02	\$ 18.985,96	\$ 18.726,49	\$ 18.464,59	\$ 18.200,24	\$ 17.933,42	\$ 17.664,10	\$ 17.392,26	\$ 17.117,88	\$ 16.840,93
Cuota		\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14
Interés		\$ 187,16	\$ 184,82	\$ 182,46	\$ 180,08	\$ 177,67	\$ 175,24	\$ 172,79	\$ 170,32	\$ 167,82	\$ 165,30	\$ 162,76	\$ 160,19
capital		\$ 249,98	\$ 252,32	\$ 254,68	\$ 257,06	\$ 259,47	\$ 261,90	\$ 264,35	\$ 266,82	\$ 269,32	\$ 271,84	\$ 274,38	\$ 276,95
AÑO 2													
		13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
		\$ 16.561,38	\$ 16.279,23	\$ 15.994,43	\$ 15.706,96	\$ 15.416,81	\$ 15.123,94	\$ 14.828,33	\$ 14.529,95	\$ 14.228,78	\$ 13.924,80	\$ 13.617,96	\$ 13.308,26
		\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14
		\$ 157,60	\$ 154,98	\$ 152,34	\$ 149,68	\$ 146,99	\$ 144,27	\$ 141,53	\$ 138,76	\$ 135,97	\$ 133,15	\$ 130,31	\$ 127,44
		\$ 279,54	\$ 282,16	\$ 284,80	\$ 287,46	\$ 290,15	\$ 292,87	\$ 295,61	\$ 298,38	\$ 301,17	\$ 303,99	\$ 306,83	\$ 309,70
AÑO 3													
		25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
		\$ 12.995,66	\$ 12.680,14	\$ 12.361,67	\$ 12.040,21	\$ 11.715,75	\$ 11.388,25	\$ 11.057,68	\$ 10.724,02	\$ 10.387,24	\$ 10.047,31	\$ 9.704,20	\$ 9.357,87
		\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14
		\$ 124,54	\$ 121,62	\$ 118,66	\$ 115,68	\$ 112,68	\$ 109,64	\$ 106,58	\$ 103,48	\$ 100,36	\$ 97,21	\$ 94,03	\$ 90,82
		\$ 312,60	\$ 315,52	\$ 318,48	\$ 321,46	\$ 324,46	\$ 327,50	\$ 330,56	\$ 333,66	\$ 336,78	\$ 339,93	\$ 343,11	\$ 346,32
AÑO 4													
		37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
		\$ 9.008,31	\$ 8.655,47	\$ 8.299,33	\$ 7.939,86	\$ 7.577,02	\$ 7.210,79	\$ 6.841,13	\$ 6.468,01	\$ 6.091,40	\$ 5.711,27	\$ 5.327,57	\$ 4.940,29
		\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14
		\$ 87,57	\$ 84,30	\$ 81,00	\$ 77,67	\$ 74,30	\$ 70,91	\$ 67,48	\$ 64,02	\$ 60,53	\$ 57,01	\$ 53,45	\$ 49,86
		\$ 349,57	\$ 352,84	\$ 356,14	\$ 359,47	\$ 362,84	\$ 366,23	\$ 369,66	\$ 373,12	\$ 376,61	\$ 380,13	\$ 383,69	\$ 387,28
AÑO 5													
		49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
		\$ 4.549,38	\$ 4.154,82	\$ 3.756,56	\$ 3.354,58	\$ 2.948,83	\$ 2.539,29	\$ 2.125,91	\$ 1.708,66	\$ 1.287,51	\$ 862,42	\$ 433,35	\$ 0,00
		\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14	\$ 437,14
		\$ 46,23	\$ 42,57	\$ 38,88	\$ 35,16	\$ 31,39	\$ 27,60	\$ 23,76	\$ 19,89	\$ 15,99	\$ 12,05	\$ 8,07	\$ 4,06
		\$ 390,91	\$ 394,57	\$ 398,26	\$ 401,98	\$ 405,75	\$ 409,54	\$ 413,38	\$ 417,25	\$ 421,15	\$ 425,09	\$ 429,07	\$ 433,35

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

5.04.05. Depreciaciones

“Es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él con el paso del tiempo.”

(Gerencie, 2018)

Tabla 54: Depreciaciones

Activos	Costo	Vida útil	Depreciación mensual	Depreciación anual
Equipo de cocina	\$ 4.222,00	10	\$ 35,18	\$ 422,20
Muebles y Enseres	\$ 1.200,00	10	\$ 10,00	\$ 120,00
Equipo de computación	\$ 1.340,00	3	\$ 36,85	\$ 442,20
Equipo de oficina	\$ 830,00	10	\$ 6,92	\$ 83,00
Total	\$ 7.592,00		\$ 88,95	\$ 1.067,40

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

5.04.06. Estado de situación Inicial

“Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.” (Flores, 2013)

Tabla 55: Estado de Situación Inicial

COFFE FISH		
Estado de Situación Inicial		
Al 01 de Abril del 2019		
ACTIVOS		\$ 28.073,91
ACTIVOS		
CORRIENTE		\$ 17.724,81
Bancos	\$ 17.724,81	
ACTIVOS NO		
CORRIENTE		<u>\$ 10.349,10</u>
Equipo de Oficina	\$ 830,00	
Equipo de cocina	\$ 4.222,60	
Equipo de		
computación	\$ 1.340,00	
Muebles y Enseres	\$ 1.200,00	
Temática	\$ 1.256,50	
Patentes y marcas	<u>\$ 1.500,00</u>	
PASIVO		\$ 20.000,00
PASIVO		
CORRIENTE		\$ -
PASIVO NO		
CORRIENTE		<u>\$ 20.000,00</u>
Préstamo bancario	<u>\$ 20.000,00</u>	
PATRIMONIO		\$ 8.073,91
Capital	<u>\$ 8.073,91</u>	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 28.073,91

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

En el estado de situación inicial al 01 de Abril del presente año se observa el monto con el cual va a iniciar el proyecto y con los distintos materiales, con un total de \$28.073,91 en Activos y un total de \$28.073,91 en Pasivos y patrimonios dando lugar al principio contable que los activos deben ser iguales a los pasivos más el patrimonio.

5.04.07. Estado de resultado proyectado

“Es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo.” (Castro, 2015)

Tabla 56: Estado de Resultado Proyectado

COFFE FISH					
Estado de Situación Económica proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	\$ 68.586,00	\$ 69.615,75	\$ 70.660,96	\$ 71.721,86	\$ 72.798,70
(-) Costo de producción	\$ 20.780,64	\$ 20.780,64	\$ 20.780,64	\$ 20.780,64	\$ 20.780,64
Utilidad bruta en Ventas	\$ 47.805,36	\$ 48.835,11	\$ 49.880,32	\$ 50.941,22	\$ 52.018,06
(-) Gastos operacionales	\$ 41.139,97	\$ 40.766,37	\$ 40.348,65	\$ 39.881,46	\$ 39.359,02
Gastos Administrativos	\$ 20.687,36	\$ 20.687,36	\$ 20.687,36	\$ 20.687,36	\$ 20.687,36
Gastos de Ventas	\$ 18.366,00	\$ 18.366,00	\$ 18.366,00	\$ 18.366,00	\$ 18.366,00
Gastos financieros	\$ 2.086,61	\$ 1.713,01	\$ 1.295,29	\$ 828,10	\$ 305,66
Utilidad Operacional	\$ 6.665,39	\$ 8.068,74	\$ 9.531,67	\$ 11.059,76	\$ 12.659,04
(+) Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 6.665,39	\$ 8.068,74	\$ 9.531,67	\$ 11.059,76	\$ 12.659,04
(-) 15% de trabajadores	\$ 999,81	\$ 1.210,31	\$ 1.429,75	\$ 1.658,96	\$ 1.898,86
Utilidad antes del I.R	\$ 5.665,58	\$ 6.858,43	\$ 8.101,92	\$ 9.400,80	\$ 10.760,18
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 1.246,43	\$ 1.508,85	\$ 1.782,42	\$ 2.068,18	\$ 2.367,24
Utilidad neta	\$ 4.419,16	\$ 5.349,57	\$ 6.319,50	\$ 7.332,62	\$ 8.392,94
(+) Depreciaciones	\$ 1.067,40	\$ 1.067,40	\$ 1.067,40	\$ 625,20	\$ 625,20
(+) Amortizaciones	\$ 3.159,07	\$ 3.532,67	\$ 3.950,39	\$ 4.417,58	\$ 4.940,29
Excedente operacional	\$ 8.645,63	\$ 9.949,64	\$ 11.337,29	\$ 12.375,40	\$ 13.958,43
Margen Bruto	69,70%	70,15%	70,59%	71,03%	71,45%
Margen operacional	9,72%	11,59%	13,49%	15,42%	17,39%
Margen neto	6,44%	7,68%	8,94%	10,22%	11,53%

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

5.04.08. Flujo de caja

“Es un informe financiero para ordenar los ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa durante un tiempo definido, es decir, ayuda a conocer la liquidez de tu negocio.” (Jimenez, s/f)

Tabla 57: Flujo de Caja

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Operativa	\$ 6.665,39	\$ 8.068,74	\$ 9.531,67	\$ 11.059,76	\$ 12.659,04
(+) Amortizaciones	\$ 3.459,07	\$ 3.832,67	\$ 4.250,39	\$ 4.717,58	\$ 5.240,29
(+) Depreciaciones	\$ 1.067,40	\$ 1.067,40	\$ 1.067,40	\$ 625,20	\$ 625,20
Flujos del efectivo en el año	\$ 11.191,87	\$ 12.968,80	\$ 14.849,46	\$ 16.402,54	\$ 18.524,53
(-) Inversión Activos Fijos	\$ 8.849,10	\$ -	\$ -		\$ -
(+) Recuperación Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos de Capital	\$ 2.342,77	\$ 12.968,80	\$ 14.849,46	\$ 16.402,54	\$ 18.524,53
(-) Capital de trabajo	\$ 173.023,29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 173.023,29
Total Capital de trabajo	\$ (170.680,52)	\$ 12.968,80	\$ 14.849,46	\$ 16.402,54	\$ 191.547,82
Flujo de caja del proyecto	\$ (170.680,52)	\$ (157.711,72)	\$ (142.862,26)	\$ (126.459,72)	\$ (107.935,19)

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

5.05. Evaluación financiera

“Es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.” (Lyn, 2018)

5.05.01. Tasa de descuento

“Se utilizan para determinar el valor futuro de una inversión realizada en el presente.” (Reid, 2009)

Tabla 58: Tasa de descuento

Cálculo de la TMAR	%
(+) TASA ACTIVA	9,21%
(+) TASA PASIVA	7,87%
(=) TMAR	17,08%

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

La tasa de descuento o TMAR es calculada en base a la tasa activa productiva PYMES con 9.21% como mínimo y una tasa pasiva a plazo de más de 365 días con un 7,87% dando un total de 17.08% que representa el TMAR.

5.05.02. VAN

“Es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.” (ESAN, 2017)

Tabla 59: VAN

Evaluación Financiera	
Detalle	Proyecto
VAN	\$ 6.564,03

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

El VAN refleja un resultado mayor a 0, esto quiere decir que el proyecto resulta factible para invertir y generar ganancia significativo para el inversor.

5.05.03. TIR

“Es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.” (Torres, 2016)

Tabla 60: TIR

TIR	
Inversión	\$ (28.073,91)
Año 1	\$ 8.645,63
Año 2	\$ 9.949,64
Año 3	\$ 11.337,29
Año 4	\$ 12.375,40
Año 5	\$ 13.958,43
TIR	26,04%

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

En la tabla del TIR sobrepasa con un porcentaje del 26,04% significativamente al VAN con 17.08%, esto se debe a que en el mercado de restaurantes las ganancias o la rentabilidad es mayor, por lo tanto el presente proyecto obtendrá ganancias y la inversión se recuperará.

5.05.04. PRI

“Es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.” (ESAN, 2017)

Tabla 61: Periodo de Recuperación

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-28.073,91	-28.073,91	1,00	-28.073,91	-28.073,91
1	8.645,63	-19.428,28	0,85	7.384,38	-20.689,53
2	9.949,64	-9.478,64	0,73	7.258,42	-13.431,12
3	11.337,29	1.858,64	0,62	7.064,17	-6.366,95
4	12.375,40	14.234,05	0,53	6.586,10	219,15
5	13.958,43	28.192,48	0,45	6.344,87	6.564,03

PERIODO DE RECUPERACION A**VALORES CORRIENTE**

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 3	11.337,29	-9.478,64
1 mes	944,77	-8.533,87
2 mes	944,77	-7.589,10
3 mes	944,77	-6.644,32
4 mes	944,77	-5.699,55
5 mes	944,77	-4.754,77
6 mes	944,77	-3.810,00
7 mes	944,77	-2.865,23
8 mes	944,77	-1.920,45
9 mes	944,77	-975,68
10 mes	944,77	-30,90
11 mes	944,77	913,87
12 mes	944,77	1.858,64

PERIODO DE RECUPERACION A**VALORES ACTUALIZADOS**

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 4	6.586,10	-6.366,95
1 mes	548,84	-5.818,11
2 mes	548,84	-5.269,27
3 mes	548,84	-4.720,42
4 mes	548,84	-4.171,58
5 mes	548,84	-3.622,74
6 mes	548,84	-3.073,90
7 mes	548,84	-2.525,06
8 mes	548,84	-1.976,21
9 mes	548,84	-1.427,37
10 mes	548,84	-878,53
11 mes	548,84	-329,69
12 mes	548,84	219,15

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS 11 MESES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	4 AÑOS	PRVA

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Mediante el cálculo realizado del PRI se determina que la inversión realizada se recuperará en 2 años y 11 meses, esto quiere decir que el presente proyecto es factible ya que luego del tiempo señalado se podrá obtener rentabilidad.

5.05.05. RBC

“Consiste en la realización de un análisis de las decisiones tomadas por la empresa, se suman todos los beneficios generados por el negocio y se restan los costos asociados con el mismo.” (Duque, 2017)

Tabla 62: Relación costo-beneficio

RBC	
Inversión	-28073,91
VAN 1	7.384,38
VAN 2	7.258,42
VAN 3	7.064,17
VAN 4	6.586,10
VAN 5	6.344,87
RBC	VAN Beneficio
	Van Costo
RBC	34.637,94
	28073,91
RBC	1,23

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Para este cálculo se toma en cuenta los ingresos y egresos generados por proyecto para poder determinar cuáles son los beneficios que nos deja por cada dólar que se vende, como se observa el RBC del proyecto es \$1,23 lo cual nos indica que por cada dólar invertido la ganancia será de 0,23 ctvs. Lo cual es una buena oportunidad de negocio.

5.05.06. Punto de Equilibrio

“Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.” (Arturo, 2012)

Tabla 63: Punto de Equilibrio
PUNTO DE EQUILIBRIO

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	20.687,36
Gastos de Ventas	18.366,00
Gastos Financieros	2.086,61
TOTAL COSTOS FIJOS	41.139,97

Costo Variable unitario	0,08
-------------------------	------

Precio	6,00
--------	------

$$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$$

$$PE = \frac{41.139,97}{6,00 - 0,08}$$

$$PE = \frac{41.139,97}{5,92} = 6.949,32 \text{ u}$$

DEMOSTRACION

VENTAS	41.695,91
(-) Costo Variable	555,95
(=) Margen Contribución	41.139,97
(-) Costo Fijos	41.139,97
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

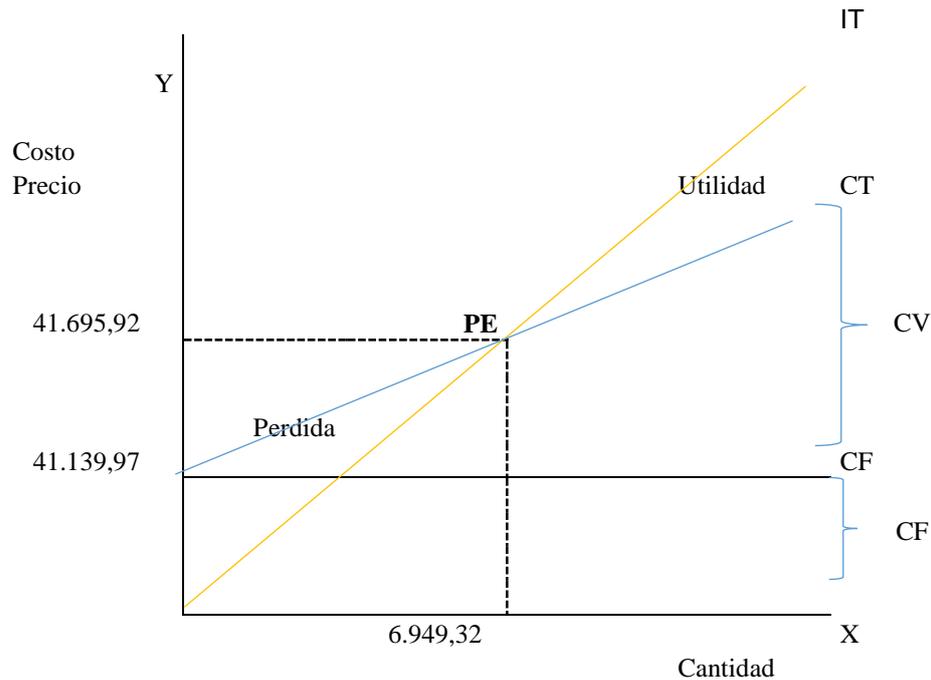


Figura 25: Punto de equilibrio

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Según los cálculos en el primer año para mantener al restaurante en un equilibrio se tienen que vender 6.949 platos costados en \$41.695,92, lo cual si no se llega a ese monto no se podrán cubrir las necesidades del negocio y representaría como un déficit o pérdida para el proyecto.

5.05.07. Análisis de indicadores financieros

“Sirve para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; desde el punto de vista del inversionista le sirve para la predicción del futuro de la compañía.” (Galeon, s/f)

5.05.07.01. *Rentabilidad sobre el Patrimonio*

“Es un ratio de eficiencia utilizado para evaluar la capacidad de generar beneficios de una empresa a partir de la inversión realizada por los accionistas. Se obtiene dividiendo el beneficio neto de la empresa entre su patrimonio neto.” (Antonio, 2016)

Tabla 64: ROE

R.O.E	=	Utilidad Neta
		Patrimonio
R.O.E	=	47.805,63
		8.073,91
R.O.E	=	5,92

Elaborado por: Nicolás Gualotuña
Fuente: Investigación propia

Análisis:

En el cuadro realizado para el análisis de rentabilidad sobre el patrimonio de la rentabilidad de la empresa, se tiene que generaría el 592% de rentabilidad, lo cual es un índice financiero favorable.

5.05.07.02. *Rentabilidad sobre Activos*

“Representa la rentabilidad financiera de la empresa, comparando la utilidad obtenida en la empresa en relación con la inversión realizada. Es decir, el valor en base a su actividad ordinaria.” (Self Bank, 2018)

Tabla 65: ROA

R.O.A	=	Utilidad Neta
		Patrimonio
R.O.A	=	47.805,36
		28.073,91
R.O.A	=	1.70

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

El análisis financiero nos indica que la empresa tendrá un 170% de rendimiento sobre los activos.

5.05.07.03. Rentabilidad sobre la Inversión

“Es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida, y la inversión.”

(Arturo, 2012)

Tabla 66: ROI

R.O.I	=	Utilidad Neta
		Patrimonio
R.O.I	=	47.805,36
		28.073,91
R.O.I	=	1.70

Elaborado por: Nicolás Gualotuña

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Como se observa, el análisis financiero sobre la rentabilidad de la inversión indica que se tendrá una ganancia del 170% sobre la inversión realizada.

CAPITULO V1

6. Análisis de impacto

Este análisis se lo realiza con el fin de conocer los diferentes impactos como ambiental, económico y social que genera el presente proyecto, de acuerdo a los diferentes impactos ya mencionados se establece si es negativo o positivo dando como resultado la implementación o buscar las mejoras correspondientes para ser una empresa responsable en los diferentes impactos.

6.01. Impacto ambiental

“Refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural.” (Ucha, 2009)

Como parte del cuidado ambiental la empresa se enfoca y se une a la iniciativa de bebidas sin sorbete para evitar el consumo del plástico, los desperdicios al momento de la elaboración de un plato será reciclada y organizado según los tachos de basura

como; plásticos , papeles y cartones y en orgánicos, al momento de utilizar la energía por tema de refrigeración y conservación de alimentos será utilizada con mayor frecuencia, con el tema de la contaminación auditiva el área de cocina tendrá los respectivos aisladores de ruidos para que los clientes no se sientan afectados e igual se utilizará los implementos necesarios para las personas que se encuentren en el área ya mencionada.

6.02. Impacto económico

“Efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía.

Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo.” (Pérez, 2018)

El impacto económico que generará COFFE FISH, en primer lugar será apoyar al desarrollo sostenible del país mediante la generación de fuentes de empleos y contribuir a la matriz productiva del país, consolidando un negocio que genere ingresos económicos y se provea de producto nacional para su funcionamiento, los réditos que se generen con la implementación del restaurante tendrán un resultado favorable al hablar de impuestos favoreciendo y fortaleciendo a la economía del país. Como sustento de la factibilidad del proyecto en el estudio financiero el restaurante tendrá un rendimiento financiero favorable, de igual manera se sabe que en la venta de alimentos la ganancia siempre será por el 100% de la inversión siendo otro punto favorable para el Producto Interno Bruto ya que la materia prima será proveniente del Ecuador.

6.03. Impacto social

“El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general” (Libera, 2007)

En el caso de COFFE FISH con respecto al impacto social, por la temática que va a tener el impacto que genera es la convivencia, que esta sea agradable, placentera y confortable ya sea que asistan con familiares, individualmente o con amigos, a parte de la convivencia entre personas al momento que el restaurante comience sus actividades genera fuentes de empleo para personas que se han enfocado o han destinado su tiempo a actividades y labores similares que se encuentren sin estabilidad laboral teniendo una relación al impacto económico. Las fuentes de empleo que generará COFFE FISH serán fijas provocando un efecto positivo en el sector que se desea implementar el proyecto.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

COFFE FISH tiene el motivo de generar a los clientes un momento único, especial y extravagante al momento de compartir una comida o una bebida.

Las encuestas realizadas dieron como resultado un 50% de aceptabilidad con una frecuencia de compra del 27%, lo cual para el sector donde se va a implementar un restaurante representa una oportunidad.

En el sector de Carcelén según la encuesta no hay competencia considerable con los parámetros del restaurante lo cual, será atractivo y favorable.

A través del estudio Financiero presentado se determina una inversión inicial de \$28.073,91 lo cual está financiada el 28.76% valorada en \$8.073,91 de capital propio y un 71,24% valorada en \$20.000,00 de un préstamo bancario.

A través de la evaluación financiera se calcula que la inversión inicial de \$28.073,91 se recuperará en 4 meses, con un punto de equilibrio de \$41.139,97 con 6949 platos, para

no perder ni ganar, teniendo además en consideración que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de \$0,23, concluyendo que el presente proyecto es factible y viable para su implementación.

7.02. Recomendaciones

Mantener los principios y valores de la empresa claros, tanto para clientes, empleados y proveedores, para brindar el ambiente de servicio y exclusividad que demanda el mercado.

Manejar publicidad, promociones y comunicación corporativa adecuada que permita continuar atrayendo clientes e incrementar la aceptación del servicio que permita posicionar la marca y la empresa en el mercado.

Realizar evaluación y estudio financiero de forma constante, que permita determinar el crecimiento económico de la empresa y tomar las decisiones pertinentes en el momento adecuado.

Obtener proveedores que tengan la disponibilidad inmediata de entregar los productos que la empresa requiere para su adecuado funcionamiento.

Realizar capacitaciones constantes al grupo humano de trabajo, para ir actualizando conocimientos que permitan brindar un servicio de calidad, así como fomentar el crecimiento laboral y personal de los colaboradores, que se refleje en un equipo empoderado con la empresa.

Referencias Bibliográficas

- Enciclopedia Económica. (s/f). *Estado de situación inicial*. Obtenido de:
<https://enciclopediaeconomica.com/analisis-situacional/>
- Economipedia. (2018). *Inflación*. Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>
- Pérez & Merino. (2009). *Tasa de Interés*. Obtenido de: <https://definicion.de/tasa-de-interes/>
- Nunes, P. (2015). *Tasa de interés activa*. Obtenido de:
<http://know.net/es/cieeconcom/economia-es/tasa-de-interes-activa/>
- Nunes, P. (2015). *Tasa de interés pasiva*. Obtenido de:
<http://know.net/es/cieeconcom/economia-es/tasa-de-interes-pasiva/>
- Pérez & Gardey. (2012). *Definición de PIB*. Obtenido de:
<https://definicion.de/pib/>
- Sánchez, J. (s/f). *PIB per capita*. Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/renta-pib-per-capita.html>
- Retos directivos. (2017). *Balanza general*. Obtenido de: <https://retos-directivos.eae.es/que-entendemos-por-balanza-comercial/>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). *Definición de importación*. Obtenido de: <https://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1016-definicion-de-importacion/>

Gestion.org. (s/f). *Exportaciones*. Obtenido de: <https://www.gestion.org/que-es-la-exportacion/>

Ecolink. (2011). *Riesgo País*. Obtenido de:
<https://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml>

Senplades. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de:
<http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>

Pérez & Gardey. (2009). *Cliente*. Obtenido de: <https://definicion.de/cliente/>

Salinas, K. (2014). *Cientes internos y externos*. Obtenido de:
<https://www.gestiopolis.com/clientes-internos-y-externos-en-una-organizacion/>

Pérez & Merino. (2014). *Proveedor*. Obtenido de:
<https://definicion.de/proveedor/>

Endeveedor. (2010). *Competidores*. Obtenido de:
<http://www2.esmas.com/empreendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/>

Gestion.org. (s/f). *Competencia indirecta*. Obtenido de:
<https://www.gestion.org/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>

Pérez & Merino. (2012). *Objetivo*. Obtenido de: <https://definicion.de/objetivo/>

Portales. (2011). *Estudio técnico*. Obtenido de: <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>

- Biblio. (2011). *Tamaño del proyecto*. Obtenido de:
<http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/eva-elePro/3.pdf>
- Jara, L. (2015). *Capacidad instalada*. Obtenido de:
<http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Zonaeconomica. (s/f). *Estudio financiero*. Obtenido de:
<https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Concepto.de. (2018). *Ingreso*. Obtenido de: <https://concepto.de/ingreso-2/#ixzz5hzkeuJuG>
- Mora, J. (2013). *Ingresos Operacionales*. Obtenido de:
<https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/>
- León, C. (2019). *Ingresos no operacionales*. Obtenido de:
http://www.temasdeclase.com/textos/index.php?option=com_content&view=article&id=115:ingresos-no-operacionales&catid=91:capitulo-14-ingresos-no-operacionales&Itemid=260
- Sánchez, J. (s/f). *Costo*. Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Duque, J. (2017). *Costos directos e indirectos*. Obtenido de:
<https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/costos-directos-indirectos>
- Siigo. (2018). *Gastos*. Obtenido de: <https://www.siigo.com/blog/contador/queson-los-gastos-en-contabilidad/>

Enciclopedia Financiera. (2018). *Gastos Administrativos*. Obtenido de:
<https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

Duque, J. (2017). *Costos fijos y variables*. Obtenido de:
<https://www.abcfianzas.com/administracion-financiera/costos-fijos-y-variables>

La nueva economía. (s/f). *Inversión Fija*. Obtenido de:
<http://lanuevaeconomia.com/inversiones-fijas-y-capital-de-trabajo-de-proyectos-de-inversion.html>

Debitoor. (2018). *Activos Fijos*. Obtenido de: <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>

SWP. (s/f). *Activos nominales*. Obtenido de:
<https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>

López, J. (2014). *Fuentes de financiamiento*. Obtenido de:
<https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>

Gerience. (2018). *Depreciación*. Obtenido de:
<https://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Flores, J. (2013). *Estado de situación inicial*. Obtenido de:
http://procesocontablecnt.blogspot.com/2013/03/estado-de-situacion-inicial_14.html

Castro, J. (2015). *Estado de resultados*. Obtenido de:
<https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>

Jimenez, L. (s/f). *Flujo de caja*. Obtenido de:

<https://www.crecemujer.cl/capacitacion/quiero-mejorar-mi-negocio/flujo-de-caja-que-es-y-como-elaborarlo>

Lyn, A. (2018). *Evaluación financiera*. Obtenido de:

<https://www.cuidatudiner.com/13117543/que-es-la-evaluacion-financiera-de-proyectos>

Reid, J. (2009). *Tasa de descuento*. Obtenido de: [https://www.conservation-](https://www.conservation-strategy.org/es/hydrocalculator-help-article/tasa-de-descuento)

[strategy.org/es/hydrocalculator-help-article/tasa-de-descuento](https://www.conservation-strategy.org/es/hydrocalculator-help-article/tasa-de-descuento)

Esan conexión. (2017). *VAN*. Obtenido de: [https://www.esan.edu.pe/apuntes-](https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/)

[empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/](https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/)

Torres, M. (2016). *TIR*. Obtenido de: [https://www.rankia.cl/blog/mejores-](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos)

[opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos)

Esan conexión. (2017). *PRI*. Obtenido de: [https://www.esan.edu.pe/apuntes-](https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/)

[empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/](https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/)

Duque, J. (2017). *RBC*. Obtenido de:

<https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-cost-beneficio>

Arturo. (2012). *Punto de equilibrio*. Obtenido de:

<https://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

Galeon. (s/f). *Indicadores financieros*. Obtenido de:

<http://aindicadoresf.galeon.com/intro.htm>

Antonio. (2016). *Rentabilidad sobre patrimonio*. Obtenido de:

<https://www.muchoingresospasivos.com/rentabilidad-patrimonio-neto/>

Self bank. (2018). *Rentabilidad sobre activos*. Obtenido de:

<https://blog.selfbank.es/roa-la-rentabilidad-de-los-activos-de-la-empresa/>

Arturo. (2012). *Rentabilidad sobre inversión*. Obtenido de:

<https://www.crecenegocios.com/retorno-sobre-la-sobre-inversion-roi/>

Urkund Analysis Result

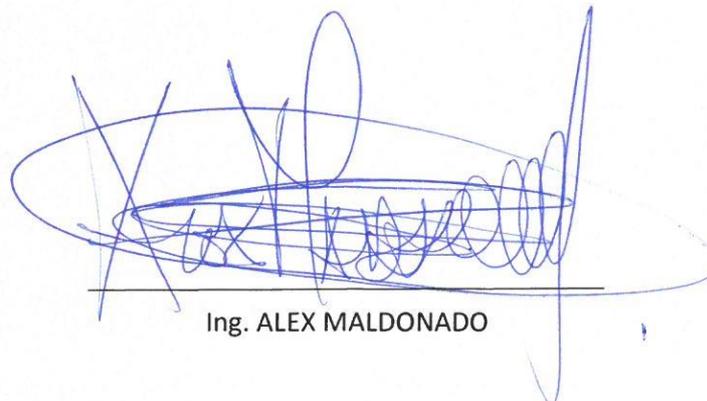
Analysed Document: TESIS Nicolas.pdf (D51612402)
Submitted: 5/6/2019 5:05:00 PM
Submitted By: d_nicolas09@outlook.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

PROYECTO TERMINADO LORENA TROYA.pdf (D30372803)
GRACE LORENA TROYA GÓMEZ.pdf (D30285890)
TESIS 5 CAMBIOS.pdf (D43648162)
Tesis Hidrofusión Urkund.docx (D51097311)
yanduncastillo_jonathanleonardo_ip_2018.docx (D38516614)
ANDREA MARIBEL AREVALO NINAHUALPA.pdf (D30349377)
TESIS CARMITA FINAL.pdf (D36958686)
<http://hamburguesasdongohan01.blogspot.com/>
<https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>
<https://definicion.de/pib/>
<https://economipedia.com/definiciones/renta-pib-per-capita.html>
<https://www.gestiopolis.com/clientes-internos-y-externos-en-una-organizacion/>
<https://definicion.de/proveedor/>
<https://www.gestion.org/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e->
<https://definicion.de/objetivo/>
<https://concepto.de/ingreso->
<https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/costos-directos-indirectos>
<https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>
<https://www.cuidatudinero.com/13117543/que-es-la-evaluacion-financiera-de-proyectos>

Instances where selected sources appear:

33



Ing. ALEX MALDONADO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR: MALDONADO GODOY ALEX JESUS									
NOMBRE ESTUDIANTE: GUALOTINA BARAHONA DIEGO NICOLAS									
CARRERA: MARKETING INTERNO Y EXTERNO									
TEMA DE TITULACIÓN: ELABORAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN RESTAURANTE TEMATICO CON LA FINALIDAD DE APOYAR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAIS, MEDIANTE LA GENERACION DE FUENTES DE EMPLEO, UBICADO DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL SECTOR NORTE DE CARCELEN 2018-2019									
IMPRESION REPORTE: Quito, 28 de mayo del 2019 10:22:53									
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO									
MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL									
OCT 2018 - MAR 2019									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC	
1	155268	2019-01-08	2019-01-08 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-08 17:30:00	0.50	PRESENTACION Y REVISION DEL LA INTRODUCCION Y JUSTIFICACION DEL TEMA	PROCESADO	
2	155270	2019-01-05	2019-01-05 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-05 17:30:00	0.50	DESARROLLO DE LA INTRODUCCION Y ANTECEDENTES DEL TEMA	PROCESADO	
3	155273	2019-01-08	2019-01-08 17:30:00	INTRODUCCION ANTECEDENTES	2019-01-08 18:00:00	0.50	REVISION Y OBSERVACIONES DE LOS ANTECEDENTES DEL TEMA	PROCESADO	
4	155275	2019-01-05	2019-01-05 17:30:00	INTRODUCCION ANTECEDENTES	2019-01-05 18:00:00	0.50	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES DEL TEMA	PROCESADO	
5	155282	2019-01-12	2019-01-12 15:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-12 18:00:00	3.00	CORRECCION DE LAS OBSERVACIONES DEL CAPITULO I, E INVESTIGACION DE LOS DIFERENTES FACTORES EXTERNOS QUE TIENEN IMPACTO EN EL GIRO DEL NEGOCIO, Y REALIZACION DE ANÁLISIS DE CADA UNO.	PROCESADO	
6	155286	2019-01-19	2019-01-19 18:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-19 18:30:00	0.50	CORRECCION DE LAS OBSERVACIONES DE LOS FACTORES EXTERNOS, Y DESARROLLO DEL ENTORNO LOCAL, CLIENTES, PROVEEDORES, Y COMPETIDORES CON SU RESPECTIVO ANÁLISIS.	PROCESADO	
7	155290	2019-01-29	2019-01-29 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-29 17:30:00	0.50	REVISION DE LAS CORRECCIONES DEL ENTORNO LOCAL, Y DEL AVANCE DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO	
8	155292	2019-01-26	2019-01-26 15:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 17:30:00	2.50	CORRECCION DE LAS OBSERVACIONES DEL ENTORNO LOCAL, Y REALIZACION DE LA PROPUESTA ESTRATEGICA DE LA EMPRESA: MISION, VISION, OBJETIVOS, VALORES, GESTION ADMINISTRATIVA, GESTION OPERATIVA Y GESTION COMERCIAL.	PROCESADO	
9	155294	2019-01-26	2019-01-26 18:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-26 21:00:00	3.00	REALIZACION DEL ANÁLISIS FODA	PROCESADO	
10	162466	2019-02-05	2019-02-05 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-05 17:30:00	0.50	REVISION DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO	
11	162472	2019-02-01	2019-02-01 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-01 13:30:00	2.50	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
12	162467	2019-02-05	2019-02-05 17:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-05 18:00:00	0.50	REVISION DE LA OFERTA	PROCESADO	
13	162473	2019-02-02	2019-02-02 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-02 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
14	162474	2019-02-09	2019-02-09 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-09 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
15	162468	2019-02-12	2019-02-12 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-12 17:30:00	0.50	REVISION DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO	
16	162475	2019-02-16	2019-02-16 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-16 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
17	162469	2019-02-12	2019-02-12 17:30:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-12 18:00:00	0.50	REVISION DE LA DEMANDA	PROCESADO	
18	162476	2019-02-23	2019-02-23 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-23 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
19	162470	2019-02-19	2019-02-19 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-19 18:00:00	1.00	REVISION DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO	
20	162477	2019-03-01	2019-03-01 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-03-01 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
21	162471	2019-02-26	2019-02-26 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-26 18:00:00	1.00	REVISION DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO	
22	162478	2019-03-08	2019-03-08 11:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-03-08 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
23	162472	2019-03-05	2019-03-05 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-03-05 18:30:00	1.50	REVISION DE LA LOCALIZACION	PROCESADO	
24	162479	2019-03-15	2019-03-15 11:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-03-15 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
25	162473	2019-03-08	2019-03-08 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-03-08 18:30:00	1.50	REVISION DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO	
26	162478	2019-03-16	2019-03-16 11:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-03-16 22:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO	
27	162474	2019-03-12	2019-03-12 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-12 19:00:00	2.00	REVISION DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	PROCESADO	
28	162475	2019-03-15	2019-03-15 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-15 19:00:00	2.00	REVISION DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES, SIGUIENDO AVANCE	PROCESADO	

29	165781	2019-03-20	AUTONOMIA	2019-03-20 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-20 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
30	165782	2019-03-21	AUTONOMIA	2019-03-21 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-21 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
31	162478	2019-03-26	INSITU	2019-03-26 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-26 19:00:00	2.00	REVISIÓN DE EVALUACIÓN	PROCESADO				
32	162479	2019-03-29	INSITU	2019-03-29 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-29 19:00:00	2.00	REVISIÓN DE EVALUACION, SEGUNDO AVANCE	PROCESADO				
33	165783	2019-03-22	AUTONOMIA	2019-03-22 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-22 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
34	165784	2019-03-23	AUTONOMIA	2019-03-23 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-23 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
35	165785	2019-04-24	AUTONOMIA	2019-04-24 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-24 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
36	165786	2019-04-25	INSITU	2019-04-25 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-25 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
37	165787	2019-04-26	AUTONOMIA	2019-04-26 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-26 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
38	165788	2019-04-27	AUTONOMIA	2019-04-27 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-27 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
39	165791	2019-04-28	AUTONOMIA	2019-04-28 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-28 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
40	165789	2019-04-28	AUTONOMIA	2019-04-28 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-28 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
41	165790	2019-04-29	AUTONOMIA	2019-04-29 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-29 23:00:00	11.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
42	165792	2019-04-30	AUTONOMIA	2019-04-30 12:30:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-30 14:30:00	2.00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	PROCESADO				
							TOTAL HORAS:	240					
 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" CONSEJO DE CARRERAS UNIVERSIDAD MAYRA JACQUELINE DE LEGADO Marketing Intermedio													
 MALDONADO GODOY ALEX JESÚS TUTOR CI: 1715908388				 MALDONADO GODOY ALEX JESÚS ALUMNO CI: 1722731195						CI: 1723435507 Marketing Intermedio FECHA:			



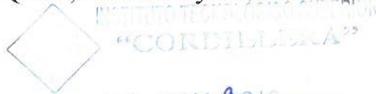
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

MARKETING INTERNO Y EXTERNO

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **GUALOTUÑA BARAHONA DIEGO NICOLÁS**, portador de la cédula de identidad N° 1722731195, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 28 de Mayo del 2019


28 MAY 2019
Mariela Balseca
VICEDIRECTORA

Sra. Mariela Balseca


CAJA INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONCEJO DE CARRERA
Mayra Valverde
Marketing Interno y Externo

Ing. Mayra Valverde
DELEGADA UNIDAD DE TITULACIÓN


BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
31 MAY 2019
8.3 *JBS*
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Franklin Cevallos

Ing. Franklin Cevallos, Mg.
DIRECTOR DE CARRERA


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
31 MAY 2019
Magui Ordoñez
Magui Ordoñez

Sra. Magui Ordoñez
SECRETARIA ACADÉMICA