

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Sede: Quito

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**Tesis de grado previa a la obtención del Título de: Ingeniero en Contabilidad y
Auditoría**

Tema:

**USO Y DESTINO DE LAS REMESAS RECIBIDAS POR LOS
MORADORES DEL SECTOR DE SOLANDA Y SU APLICACIÓN
PRÁCTICA EN UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD, CASO:
RESTAURANTE LIGHT BAR**

AUTOR:

Paola Fernanda Gaibor Len

DIRECTOR DE TESIS:

Eco. Ramiro Haro

Quito - 2012

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

La responsabilidad por el contenido de la presente investigación, corresponde exclusivamente a su autor; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Politécnica Salesiana.

Paola Fernanda Gaibor Len

AGRADECIMIENTO

Ante todo, quiero agradecer a mi Diosito lindo quien ha sido mi roca y mi fortaleza a lo largo de toda mi vida y por darme la bendición de poder concluir mi carrera universitaria.

Agradezco a mi familia que son lo más importante en mi vida, en especial a mis padres que son los seres más maravillosos de este mundo, mi adorado padre Rafael que desde el cielo me guía y protege siempre, por su parte mi ejemplar madre que en todo momento a pesar de las adversidades de la vida me ha apoyado. A mi lindo novio Jaime que con su ternura, paciencia y amor llena de felicidad mi vida, a mis increíbles y queridos hermanos Carmen, Rafael y Jesús, mis cuñados y tiernos sobrinos por estar siempre ahí conmigo dándome fuerzas para seguir adelante y no dejarme vencer.

Y un agradecimiento profundo a mis queridos amigos Sandy, Sonia, Silvia, Pablito y José quiénes siempre con sus acertadas sugerencias han contribuido en el desarrollo de este trabajo y por supuesto millón gracias al Eco. Ramiro Haro director de la presente tesis e Ing. Patricia Suárez lector de la misma, por el oportuno asesoramiento en base a sus valiosos conocimientos.

Paola Fernanda Gaibor Len

DEDICATORIA

A DIOS

A mi familia

A mis amigos

RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO # 1 Remesas, entorno económico en el Ecuador y metodología y análisis descriptivo en el sector de Solanda

El entorno económico de las remesas en el Ecuador ha estado determinado por la evolución que estas han tenido en el transcurso de los años, puesto que según datos del Banco Central del Ecuador a partir del año 2002 las remesas han crecido de forma sostenida. En el año 2007 el ingreso por remesas batió todos los records y resultó ser el mayor en toda la historia del país. Desde comienzos del año 2008, el escenario internacional, se muestra desfavorable para el envío de remesas, producto de la crisis financiera que atraviesa Estados Unidos y las nuevas políticas de inmigración que se están implementando en toda Europa para restringir la entrada a un mayor número de migrantes. A pesar de lo anotado la importancia de las remesas en la economía ecuatoriana se mantiene debido a que según los últimos estudios realizados entre enero y julio del año 2011 ingresó a nuestra economía \$626,40 millones de dólares, cifra que es un 13,90% mayor a lo recibido en el mismo período durante el año 2010.

Con respecto a la metodología aplicada, se realizó una extensa investigación de campo en los siete sectores que lo conforman el barrio Solanda, para obtener información actualizada de los receptores de remesas, que permita en una etapa posterior, diseñar una propuesta viable de inversión financiera para los recursos económicos recibidos.

CAPÍTULO # 2 Estudio de mercado

En este capítulo se determinó que el Restaurante Light Bar Cía. Ltda. se dedicará a la preparación y comercialización de comida light, entendiéndose ésta como una

alimentación balanceada con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos.

La demanda fue determinada considerando la variable # personas que consumen diariamente alimentos como: almuerzos, platos especiales, ensaladas y postres en restaurantes de tercera categoría en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito. Por consiguiente, la oferta fue establecida en base al # puestos ofertados en el segmento de la tercera categoría de restaurantes ubicados en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.

CAPÍTULO # 3 Estudio legal y técnico

El estudio legal se realizó con el objetivo de presentar criterios ajustados a derecho cuyos aspectos organizacionales están inmersos en el proyecto a desarrollar. A partir de lo cual se determinó que la razón social que identificará al establecimiento será Restaurante Light Bar Cía. Ltda. La entidad según su actividad esta relacionada con la producción y el servicio, y adoptará la personalidad jurídica de compañía de responsabilidad limitada para lo cual debe reunir ciertos requisitos que tipifica la Ley de Compañías.

El estudio técnico facilito establecer que la mano de obra directa que tendrá mayor representatividad en la capacidad de producción que genere el establecimiento será la del chef de cocina, el cual estará encargado de la preparación de los alimentos generando buen sabor y presentación. En lo que concierne a la mano de obra indirecta se incluirá un mesero encargado de tomar los pedidos y atender adecuadamente a los clientes y un posillero que realice el aseo y limpieza de la cocina. Por último en la parte administrativa se contratará un administrador que será el responsable de asegurar los recursos del establecimiento y el buen funcionamiento de los mismos, y un contador que colaborará con el oportuno registro de los movimientos contables.

Para determinar la localización del proyecto se elaboró y analizó una macro y micro localización con lo cual se obtuvo como resultado que el barrio Solanda es la alternativa óptima para implementar el proyecto, ubicándose de esta manera el Restaurante Light Bar Cía. Ltda. en las calles José Abarcas y José María Alemán.

De acuerdo al programa de producción y servicio se elaboró un horario en el cual el restaurante ofrecerá sus servicios, teniendo así que los almuerzos se ofertaran como producto principal de lunes a viernes de 12:00 a 16:00, por su parte los platos especiales, ensaladas y postres serán ofrecidos en un horario de lunes a sábados a partir de las 11:00 am hasta las 19:00

CAPÍTULO # 4 Estudio financiero

Este capítulo permitió determinar el rendimiento económico esperado del proyecto después de la elaboración y el análisis de los respectivos presupuestos, estados y evaluación financiera. La inversión inicial del proyecto será de \$11.539,35 la misma que está compuesta por la adquisición de activos fijos, inventarios tanto de menaje como de suministros de oficina y capital de trabajo, el cual asciende a un valor de \$4.242,55 que fue calculado contablemente al restar el activo corriente del pasivo corriente.

El financiamiento de la inversión inicial del proyecto se realizará un 20% con recursos propios y un 80% con recursos externos mediante la aplicación de un crédito tipo PYME en la Corporación Financiera Nacional. Light Bar Cía. Ltda. alcanza su punto de equilibrio con 65.909 unidades con un margen de contribución del 56%. De los criterios de la evaluación financiera se desprende la viabilidad del proyecto, puesto que tenemos \$16.969,53 de Valor Actual Neto, un 56% de Tasa Interna de Retorno y con una Relación Beneficio - Costo de \$1,47

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<u>CAPÍTULO # 1</u>	<u>1</u>
<u>REMESAS, ENTORNO ECONÓMICO EN EL ECUADOR Y METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DESCRIPTIVO EN EL SECTOR DE SOLANDA</u>	<u>1</u>
1.1 REMESAS, ENTORNO ECONÓMICO Y MEDIOS DE PAGO EN EL ECUADOR	1
1.1.1 ASPECTOS GENERALES	1
1.1.1.1 Definición de remesas e inversión	1
1.1.1.2 Características del emisor	2
1.1.1.3 Características del receptor	6
1.1.2 ENTORNO ECONÓMICO DE LAS REMESAS	7
1.1.2.1 Evolución e importancia de las remesas	7
1.1.2.2 Las remesas y su rol en la economía nacional	11
1.1.2.3 Las remesas en la estructura socioeconómica familiar	14
1.1.3 MEDIOS DE PAGO PARA LAS REMESAS	14
1.1.3.1 Efectivo	16
1.1.3.2 Cheques	17
1.1.3.3 Abonos en cuenta	17
1.1.3.4 Instrumentos postales	18
1.1.3.5 Tarjetas	19
1.2 METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LAS REMESAS EN EL SECTOR DE SOLANDA	19
1.2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.2.1.1 Objetivo	20
1.2.1.2 Introducción	20
1.2.1.3 Definición de variables	22
1.2.1.4 Diseño de cuestionario	34
1.2.1.5 Muestreo e investigación de campo	34
1.2.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO	39
1.2.2.1 Introducción	39
1.2.2.2 Perfil socioeconómico del receptor de remesas	40
1.2.2.2.1 Edad de los receptores	40
1.2.2.2.2 Género	42
1.2.2.2.3 Nivel educativo	43
1.2.2.2.4 Nivel de ingresos	44
1.2.2.2.5 Negocio propio	46
1.2.2.3 Rasgos característicos del flujo de remesas	48
1.2.2.3.1 Monto de remesas	48
1.2.2.3.2 Periodicidad del envío	49
1.2.2.3.3 Tiempo recibiendo remesas	51
1.2.2.3.4 Parentesco del remitente	52
1.2.2.3.5 Cargas familiares beneficiadas por las remesas	54
1.2.2.3.6 País proveniente de remesas	55
1.2.2.4 Herramientas de inversión	57
1.2.2.4.1 Acceso al sistema financiero	57

1.2.2.4.2	<i>Predisposición a invertir las remesas</i>	60
1.2.2.4.3	<i>Percepción de negocios</i>	66
1.2.2.4.4	<i>Destino de las remesas</i>	70

CAPÍTULO # 2 **73**

ESTUDIO DE MERCADO **73**

2.1	<i>OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO</i>	73
2.2	<i>DEFINICIÓN DEL TIPO DE PRODUCTO</i>	74
2.3	<i>METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO</i>	74
2.3.1	<i>SEGMENTACIÓN DEL MERCADO</i>	75
2.3.2	<i>TAMAÑO DEL UNIVERSO</i>	77
2.3.3	<i>TAMAÑO DE LA MUESTRA</i>	78
2.4	<i>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	79
2.4.1	<i>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</i>	80
2.4.1.1	<i>Informe de la investigación</i>	80
2.5	<i>ANÁLISIS DE LA DEMANDA</i>	91
2.5.1	<i>CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA</i>	92
2.5.1.1	<i>En relación con su oportunidad</i>	92
2.5.1.2	<i>En relación con su necesidad</i>	93
2.5.1.3	<i>En relación con su temporalidad</i>	93
2.5.1.4	<i>En relación con su destino</i>	93
2.5.2	<i>FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA</i>	94
2.5.2.1	<i>Gustos y preferencias de los consumidores</i>	94
2.5.2.2	<i>Precio del bien</i>	94
2.5.2.3	<i>Ingresos de los consumidores</i>	94
2.5.2.4	<i>Precios de otros bienes</i>	95
2.5.2.5	<i>Expectativas</i>	95
2.5.2.6	<i>Publicidad</i>	95
2.5.2.7	<i>Irracionalidad</i>	96
2.5.3	<i>COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA</i>	96
2.5.4	<i>DEMANDA ACTUAL</i>	98
2.5.5	<i>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</i>	98
2.6	<i>ANÁLISIS DE LA OFERTA</i>	103
2.6.1	<i>CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA</i>	103
2.6.2	<i>FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA</i>	104
2.6.2.1	<i>Costo de producción</i>	104
2.6.2.2	<i>Precios de bienes relacionados</i>	104
2.6.2.3	<i>Capacidad adquisitiva de los consumidores</i>	105
2.6.3	<i>COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA</i>	105
2.6.4	<i>OFERTA ACTUAL</i>	106
2.6.5	<i>PROYECCIÓN DE LA OFERTA</i>	108
2.7	<i>ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA</i>	113
2.8	<i>ANÁLISIS DE PRECIOS</i>	113
2.8.1	<i>ESTIMACIÓN DE PRECIOS</i>	115
2.9	<i>COMERCIALIZACIÓN</i>	116

2.9.1	<i>ESTRATEGIA DE PRECIOS</i>	116
2.9.2	<i>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</i>	116
2.9.2.1	<i>Publicidad</i>	116
2.9.2.2	<i>Promoción de ventas</i>	117
2.9.2.3	<i>Las relaciones públicas</i>	117
2.9.2.4	<i>La propaganda</i>	117
2.9.3	<i>ESTRATEGIA DE SERVICIO</i>	117
2.9.4	<i>CADENA DE DISTRIBUCIÓN</i>	118

CAPÍTULO # 3 **119**

ESTUDIO LEGAL Y TÉCNICO **119**

3.1	<i>ESTUDIO LEGAL</i>	119
3.1.1	<i>BASE LEGAL</i>	119
3.1.1.1	<i>Nombre o razón social</i>	119
3.1.1.2	<i>Titularización del negocio</i>	120
3.1.1.2.1	<i>Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios</i>	121
3.1.1.2.2	<i>Para la constitución y funcionamiento de la compañía</i>	124
3.1.1.3	<i>Tipo de empresa</i>	127
3.1.2	<i>BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA</i>	128
3.1.2.1	<i>Misión</i>	129
3.1.2.2	<i>Visión</i>	129
3.1.2.3	<i>Estrategia empresarial</i>	129
3.1.2.4	<i>Objetivos estratégicos</i>	130
3.1.2.4.1	<i>Corto plazo</i>	130
3.1.2.4.2	<i>Mediano plazo</i>	131
3.1.2.4.3	<i>Largo plazo</i>	131
3.1.2.5	<i>Principios y valores</i>	131
3.1.2.5.1	<i>Principios</i>	131
3.1.2.5.2	<i>Valores</i>	132
3.1.3	<i>ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA</i>	133
3.1.3.1	<i>Estructura orgánica</i>	133
3.1.3.2	<i>Organigrama</i>	133
3.1.3.2.1	<i>Organigrama estructural</i>	134
3.1.3.2.2	<i>Organigrama funcional</i>	135
3.2	<i>ESTUDIO TÉCNICO</i>	136
3.2.1	<i>TAMAÑO DEL PROYECTO</i>	136
3.2.1.1	<i>Factores determinantes del tamaño</i>	136
3.2.1.1.1	<i>El mercado</i>	136
3.2.1.1.2	<i>Disponibilidad de recursos financieros</i>	138
3.2.1.1.3	<i>Disponibilidad de mano de obra</i>	138
3.2.2	<i>LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</i>	139
3.2.2.1	<i>Macro localización</i>	140
3.2.2.2	<i>Micro localización</i>	141
3.2.2.2.1	<i>Criterios de selección de alternativas</i>	142
3.2.2.2.2	<i>Matriz locacional</i>	146

3.2.3	<i>INGENIERÍA DEL PROYECTO</i>	148
3.2.3.1	<i>Proceso de producción y servicio</i>	148
3.2.3.2	<i>Diagrama de flujo</i>	148
3.2.3.3	<i>Programa de producción y servicio</i>	150
3.2.3.3.1	<i>Diagramas de flujo del proceso de producción y servicio</i>	153
3.2.3.4	<i>Distribución y adecuación de las instalaciones</i>	159
3.2.3.5	<i>Estudio de materias primas, insumos y otros</i>	160
3.2.3.5.1	<i>Clasificación de materias primas, muebles y equipos</i>	161
3.2.3.5.2	<i>Cantidad necesaria</i>	163
3.2.3.5.3	<i>Condiciones de abastecimiento</i>	174
3.2.3.6	<i>Requerimiento de mano de obra</i>	174
3.2.3.7	<i>Requerimiento de activos fijos, inventarios, servicios básicos y publicidad</i>	175
3.2.3.8	<i>Estimación de los costos de inversión</i>	178

CAPÍTULO # 4 **181**

ESTUDIO FINANCIERO **181**

4.1	PRESUPUESTOS	181
4.1.1	<i>PRESUPUESTO DE INVERSIÓN</i>	181
4.1.1.1	<i>Activos fijos e inventario de menaje y suministros de oficina</i>	183
4.1.1.1.1	<i>Depreciaciones</i>	185
4.1.1.2	<i>Capital de trabajo</i>	187
4.1.2	<i>PRESUPUESTO DE OPERACIÓN</i>	190
4.1.2.1	<i>Presupuesto de ingresos</i>	190
4.1.2.2	<i>Presupuesto de egresos</i>	195
4.1.2.2.1	<i>Costo de materias primas insumos</i>	196
4.1.2.2.2	<i>Costo de mano de obra</i>	216
4.1.2.2.3	<i>Otros costos y gastos</i>	218
4.1.2.2.4	<i>Estructura del presupuesto de egreso</i>	219
4.1.2.3	<i>Estructura de financiamiento</i>	222
4.1.3	<i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i>	226
4.1.3.1	<i>Método de margen de contribución</i>	226
4.1.3.2	<i>Método gráfico</i>	231
4.1.3.3	<i>Comprobación del punto de equilibrio</i>	232
4.2	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS PRO-FORMA	233
4.2.1	<i>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO</i>	233
4.2.2	<i>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</i>	236
4.3	EVALUACIÓN FINANCIERA	238
4.3.1	<i>DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO</i>	238
4.3.1.1	<i>Inflación</i>	239
4.3.1.2	<i>Riesgo país</i>	239
4.3.2	<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	240
4.3.2.1	<i>Valor actual neto VAN</i>	240
4.3.2.2	<i>Tasa interna de retorno TIR</i>	241
4.3.2.3	<i>Período de recuperación de la inversión</i>	243
4.3.2.4	<i>Relación Beneficio / Costo (RB/C)</i>	244

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES	245
5.2 RECOMENDACIONES	247
5.3 BIBLIOGRAFÍA	248
5.4 ANEXOS	250
5.4.1 ANEXO # 1 FORMATO DE ENCUESTA APLICADA A LOS RECEPTORES DE REMESAS	251
5.4.2 ANEXO # 2 FORMATO DE ENCUESTA APLICADA A LOS MORADORES DE SOLANDA	259
5.4.3 ANEXO # 3 FOTOS DE LOS SECTORES ENCUESTADOS	263

ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1: Emigrantes que envían remesas a Ecuador</i>	2
<i>Cuadro 2: Parentesco del remitente de remesas a familias ecuatorianas</i>	3
<i>Cuadro 3: Nivel de educación de migrantes ecuatorianos que envían remesas</i>	4
<i>Cuadro 4: Área económica de ocupación de emigrantes ecuatorianos que envían remesas</i>	5
<i>Cuadro 5: Ocupación del jefe de familia receptora de las remesas</i>	6
<i>Cuadro 6: Nivel de ingreso mensual de hogares receptores de remesas</i>	7
<i>Cuadro 7: Remesas recibidas en el Ecuador</i>	8
<i>Cuadro 8: Remesas de trabajadores recibidas provincias beneficiarias</i>	9
<i>Cuadro 9: Ingresos de la cuenta corriente del Ecuador</i>	12
<i>Cuadro 10: Usos de medios de pago para la recepción de remesas</i>	15
<i>Cuadro 11: Mapa del barrio Solanda</i>	35
<i>Cuadro 12: Edad de los receptores</i>	41
<i>Cuadro 13: Género</i>	42
<i>Cuadro 14: Nivel educativo</i>	43
<i>Cuadro 15: Nivel de ingresos</i>	45
<i>Cuadro 16: Negocio propio</i>	46
<i>Cuadro 17: Monto de remesas</i>	48
<i>Cuadro 18: Periodicidad del envío</i>	50
<i>Cuadro 19: Tiempo recibiendo remesas</i>	51
<i>Cuadro 20: Parentesco del remitente</i>	53

<i>Cuadro 21: Cargas familiares beneficiadas por las remesas</i>	54
<i>Cuadro 22: País proveniente de remesas</i>	56
<i>Cuadro 23: Acceso al sistema financiero</i>	58
<i>Cuadro 24: Predisposición a invertir las remesas</i>	61
<i>Cuadro 26: Canalización de inversiones</i>	63
<i>Cuadro 27: Predisposición a invertir según la edad</i>	65
<i>Cuadro 28: Predisposición a invertir según el nivel de educación</i>	65
<i>Cuadro 29: Percepción de negocios</i>	67
<i>Cuadro 30: Opción de negocio</i>	68
<i>Cuadro 31: Monto mínimo abrir un negocio</i>	69
<i>Cuadro 32: Capacitación profesional</i>	70
<i>Cuadro 33: Destino de las remesas</i>	71
<i>Cuadro 34: Destino de las remesas según el uso</i>	72
<i>Cuadro 35: Información demográfica de encuestados</i>	81
<i>Cuadro 36: Tipo de comida consumida por encuestados</i>	82
<i>Cuadro 37: Aspectos más importantes al consumir almuerzos</i>	83
<i>Cuadro 38: Aspectos más importantes en elección de restaurantes</i>	85
<i>Cuadro 39: Precios que encuestados gastan por almuerzos</i>	86
<i>Cuadro 40: Almuerzan constantemente fuera de casa</i>	87
<i>Cuadro 41: Nivel de aceptación de la comida light</i>	88
<i>Cuadro 42: Definitivamente de acuerdo con beneficios de la comida light</i>	89
<i>Cuadro 43: Medio de publicidad de restaurantes</i>	91
<i>Cuadro 44: # Personas consumen diariamente alimentos restaurantes de 3ra categoría</i>	97
<i>Cuadro 45: # Puestos ofertados en 3ra categoría de restaurantes</i>	106
<i>Cuadro 46: Organigrama estructural</i>	134
<i>Cuadro 47: Organigrama funcional</i>	135
<i>Cuadro 48: Macro localización</i>	140
<i>Cuadro 49: Plano de micro localización</i>	147
<i>Cuadro 50: Diagrama de flujo</i>	149
<i>Cuadro 51: Subproceso # 1 Compra de materia prima e insumos</i>	154
<i>Cuadro 52: Subproceso # 2 Preparación de almuerzos</i>	156
<i>Cuadro 53: Subproceso # 3 Adecuación de las mesas</i>	157
<i>Cuadro 54: Subproceso # 4 Llegada del cliente, recepción, entrega y cobro del pedido</i>	158
<i>Cuadro 55: Distribución de instalaciones</i>	159
<i>Cuadro 56: Método gráfico del punto de equilibrio</i>	231

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Descripción de variables independientes</i>	26
<i>Tabla 2: Descripción de variable dependiente</i>	33
<i>Tabla 3: # Familias que habitan en el barrio Solanda</i>	36
<i>Tabla 4: Distribución de encuestas por # de sectores de Solanda</i>	38
<i>Tabla 5: Variables de segmentación de mercado de consumidores</i>	76
<i>Tabla 6: Tamaño del universo</i>	77
<i>Tabla 7: Información demográfica de encuestadas</i>	80
<i>Tabla 8: Tipo de comida que usualmente consumen los encuestados</i>	82
<i>Tabla 9: Aspectos importantes en la elección de almuerzos</i>	83
<i>Tabla 10: Aspectos importantes en la elección de restaurantes</i>	84
<i>Tabla 11: Rango de precios</i>	86
<i>Tabla 12: Comida fuera los fines de semana</i>	87
<i>Tabla 13: Nivel de aceptación de la comida light</i>	88
<i>Tabla 14: Beneficios de la comida light</i>	89
<i>Tabla 15: Medios de publicidad de los restaurantes</i>	90
<i>Tabla 16: # Personas consumen diariamente alimentos restaurantes de 3ra categoría</i>	97
<i>Tabla 17: Proyección de la demanda</i>	99
<i>Tabla 18: Demanda proyectada</i>	102
<i>Tabla 19: # Puestos ofertados en 3ra categorías de restaurantes</i>	105
<i>Tabla 20: Restaurantes por categoría</i>	107
<i>Tabla 21: Puestos ofertados por categoría</i>	108
<i>Tabla 22: Proyección de la oferta</i>	109
<i>Tabla 23: Oferta proyectada</i>	112
<i>Tabla 24: Estimación de la demanda insatisfecha</i>	113
<i>Tabla 25: Restaurantes 3ra categoría - competencia directa</i>	114
<i>Tabla 26: Estimación de precios</i>	115
<i>Tabla 27: Estimación de la demanda insatisfecha</i>	137
<i>Tabla 28: Criterios de selección de alternativas</i>	145
<i>Tabla 29: Matriz locacional</i>	146
<i>Tabla 30: Distribución de instalaciones</i>	160
<i>Tabla 31: Muebles y equipos necesarios</i>	162
<i>Tabla 32: Ingredientes de almuerzo # 1</i>	163
<i>Tabla 33: Ingredientes de almuerzo # 2</i>	164
<i>Tabla 34: Ingredientes de almuerzo # 3</i>	165

<i>Tabla 35: Ingredientes de almuerzo # 4</i>	166
<i>Tabla 36: Ingredientes de almuerzo # 5</i>	167
<i>Tabla 37: Ingredientes de plato especial # 1 Brochetas de pollo en salsa de soya</i>	168
<i>Tabla 38: Ingredientes de plato especial # 2 Pollo relleno con jamón y queso al whisky</i>	169
<i>Tabla 39: Ingredientes de plato especial # 3 Espagueti al ajillo con camarones</i>	169
<i>Tabla 40: Ingredientes de plato especial # 4 Pollo glaseado al curry</i>	170
<i>Tabla 41: Ingredientes de plato especial # 5 Lasaña de vegetales</i>	170
<i>Tabla 42: Ingredientes de ensalada #1 Caprese</i>	171
<i>Tabla 43: Ingredientes de ensalada #2 A lo abruzzo</i>	171
<i>Tabla 44: Ingredientes de ensalada #3 Espinaca</i>	172
<i>Tabla 45: Ingredientes de postre # 1 Flan de coco</i>	172
<i>Tabla 46: Ingredientes de postre # 2 Gelatina con melón y sandía</i>	173
<i>Tabla 47: Ingredientes de postre # 3 Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán</i>	173
<i>Tabla 48: Requerimientos de activos fijos</i>	175
<i>Tabla 49: Requerimientos de inventario de menaje</i>	176
<i>Tabla 50: Requerimientos de inventario de suministros de oficina</i>	177
<i>Tabla 51: Requerimientos de servicios básicos</i>	177
<i>Tabla 52: Requerimientos de publicidad</i>	178
<i>Tabla 53: Cálculo del capital de trabajo</i>	179
<i>Tabla 54: Inversión inicial del proyecto</i>	180
<i>Tabla 55: Presupuesto de inversión</i>	182
<i>Tabla 56: Financiación de la inversión inicial</i>	183
<i>Tabla 57: Inversión inicial de activos fijos</i>	184
<i>Tabla 58: Depreciaciones de activos fijos</i>	185
<i>Tabla 59: Inversión inicial de menaje</i>	186
<i>Tabla 60: Inversión inicial de inventario de suministros de oficina</i>	187
<i>Tabla 61: Pronóstico de ventas</i>	191
<i>Tabla 62: Presupuesto de ventas de almuerzos</i>	192
<i>Tabla 63: Presupuesto de ventas de platos especiales</i>	192
<i>Tabla 64: Presupuesto de ventas de ensaladas</i>	193
<i>Tabla 65: Presupuesto de ventas de postres</i>	193
<i>Tabla 66: Presupuesto de ventas mensuales</i>	194
<i>Tabla 67: Presupuesto de ventas anuales</i>	195
<i>Tabla 68: Costos de almuerzo # 1</i>	197
<i>Tabla 69: Costos de almuerzo # 2</i>	198
<i>Tabla 70: Costos de almuerzo # 3</i>	199
<i>Tabla 71: Costos de almuerzo # 4</i>	200

<i>Tabla 72: Costos de almuerzo # 5</i>	201
<i>Tabla 73: Resumen de costos de almuerzos</i>	203
<i>Tabla 74: Costos de plato especial # 1 Brocheta de pollo en salsa de soya</i>	204
<i>Tabla 75: Costos de plato especial # 2 Pollo relleno con jamón y queso al whisky</i>	204
<i>Tabla 76: Costos de plato especial # 3 Espagueti al ajillo con camarones</i>	205
<i>Tabla 77: Costos de plato especial # 4 Pollo glaseado al curry</i>	206
<i>Tabla 78: Costos de plato especial # 5 Lasaña de vegetales</i>	206
<i>Tabla 79: Resumen de costos de platos especiales</i>	208
<i>Tabla 80: Costos de ensalada # 1 Caprese</i>	209
<i>Tabla 81: Costos de ensalada # 2 A lo abruzzo</i>	209
<i>Tabla 82: Costos de ensalada # 3 Espinaca</i>	210
<i>Tabla 83: Resumen de costos de ensaladas</i>	211
<i>Tabla 84: Costos de postre # 1 Flan de coco</i>	212
<i>Tabla 85: Costos de postre # 1 Gelatina con melón y sandía</i>	212
<i>Tabla 86: Costos de postre # 3 Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán</i>	213
<i>Tabla 87: Resumen de costos de postres</i>	214
<i>Tabla 88: Producción y pronóstico de ventas año # 1</i>	215
<i>Tabla 89: Rol de provisiones mano de obra directa e indirecta y administración</i>	217
<i>Tabla 90: Requerimientos de servicios básicos</i>	218
<i>Tabla 91: Requerimientos de publicidad</i>	218
<i>Tabla 92: Presupuesto costo de producción anual</i>	220
<i>Tabla 93: Presupuesto gastos operacionales anuales</i>	221
<i>Tabla 94: Estructura de financiamiento de la inversión</i>	222
<i>Tabla 95: Tabla de amortización de préstamo en la CFN</i>	224
<i>Tabla 96: Costos financieros</i>	225
<i>Tabla 97: Composición del costo variable</i>	227
<i>Tabla 98: Composición del costo fijo</i>	227
<i>Tabla 99: Ventas año 2012</i>	228
<i>Tabla 100: Cálculo del punto de equilibrio en dólares</i>	229
<i>Tabla 101: Cálculo del punto de equilibrio en unidades</i>	230
<i>Tabla 102: Comprobación del punto de equilibrio en unidades</i>	232
<i>Tabla 104: Estados de flujos de efectivo proyectados</i>	235
<i>Tabla 105: Estado de situación financiera proyectado</i>	237
<i>Tabla 106: Determinación de la tasa de descuento</i>	239
<i>Tabla 107: Cálculo valor actual neto</i>	241
<i>Tabla 108: Cálculo de la tasa interna de retorno</i>	243

CAPÍTULO # 1

REMESAS, ENTORNO ECONÓMICO EN EL ECUADOR Y METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DESCRIPTIVO EN EL SECTOR DE SOLANDA

1.1 Remesas, entorno económico y medios de pago en el Ecuador

1.1.1 Aspectos generales

1.1.1.1 Definición de remesas e inversión

Remesas

“Las remesas comprenden aquellas transferencias corrientes realizadas por emigrantes que permanecen o se prevé permanecerán más de un año en la economía a la que migran.¹”

Inversión

Egreso realizado para adquirir bienes muebles e inmuebles, tangibles o intangibles que den ingresos o presten servicios.

- ✓ Ahorros “reservas”
- ✓ Valor bursátil en propiedad ”papeles o títulos negociables”
- ✓ Capital neto²

¹ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR Y MANUAL DE BALANZA DE PAGOS DEL FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, 5ta. Edición, Ecuador, 1993

² BRAVO VALDIVIEZO, Mercedes, *Contabilidad General*, 9na Edición, Editorial Nuevo Día, Quito – Ecuador 2009, p. 361

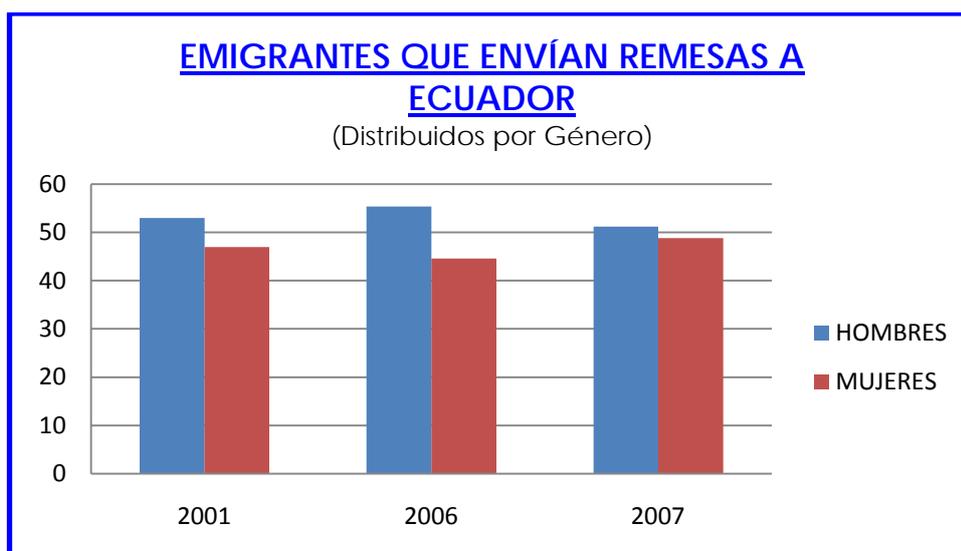
1.1.1.2 Características del emisor

Durante la última década, la emigración ecuatoriana creció de manera sostenida y, en consecuencia, también el ingreso del Ecuador por remesas. Dicha tendencia estuvo inicialmente vinculada a la crisis económica que registró el país hacia finales de los noventa, período a partir del cual las remesas se fueron incrementando hasta superar 500 millones de dólares en 1996.

Posteriormente, luego de la crisis económica de 1998 – 1999 originada por la debilidad del mercado petrolero internacional, el ingreso por remesas se elevó rápidamente hasta triplicarse en los siguientes seis años. Cabe señalar que cerca de dos tercios de las familias de Ecuador tienen algún familiar en el exterior que envía remesas y que emigró hace más de cinco años.

Tal emigración fue incentivada en una primera etapa por la crisis económica que atravesó el país y que implicó el cierre de bancos, una rápida depreciación de la moneda, bancarrotas comerciales y un ambiente general de inestabilidad financiera.

Cuadro 1: Emigrantes que envían remesas a Ecuador



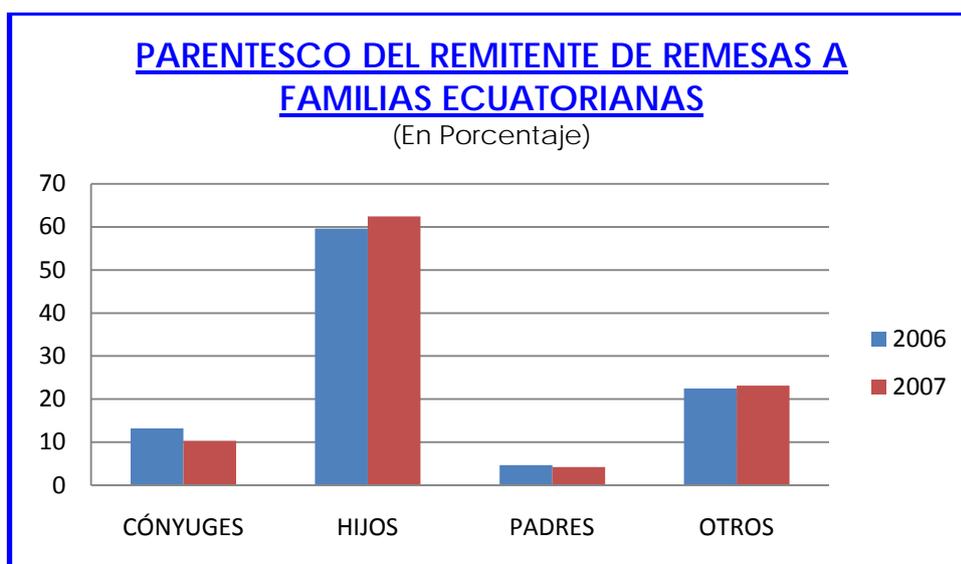
Fuente: INEC, Encuesta Condiciones de Vida, 2006

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Los resultados de diversos estudios sobre el tema de remesas indican que para cerca del 80% de los emigrantes ecuatorianos, el principal motivo para dejar su país fue poder enviar dinero a sus familiares.

Otro resultado muestra que cerca del 60% de los emigrantes que envían remesas son hijos o miembros directos de la familia que recibe los recursos y que alrededor del 20% de los remitentes son cónyuges o padres de los beneficiarios. Por otra parte, al considerar las edades de los emigrantes resulta que el grupo más numeroso se ubica entre las 24 y 49 años.

Cuadro 2: Parentesco del remitente de remesas a familias ecuatorianas

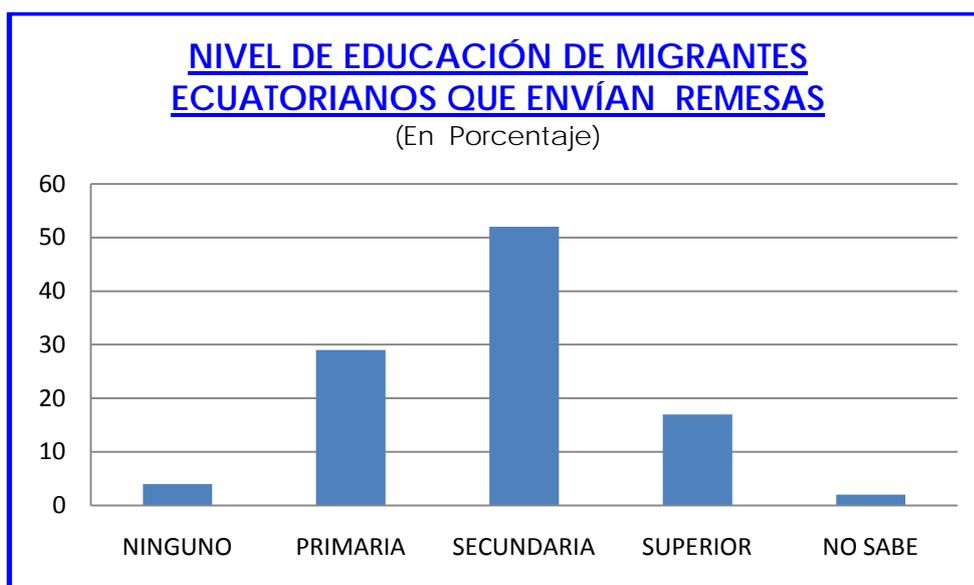


Fuente: INEC, Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo, 2007

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Una característica del fenómeno migratorio de Ecuador es que la propensión a migrar no necesariamente está asociada a reducidos niveles de escolaridad y de ingresos del migrante. En efecto, cerca del 50% de los migrantes cuentan con al menos educación secundaria.

Cuadro 3: Nivel de educación de migrantes ecuatorianos que envían remesas

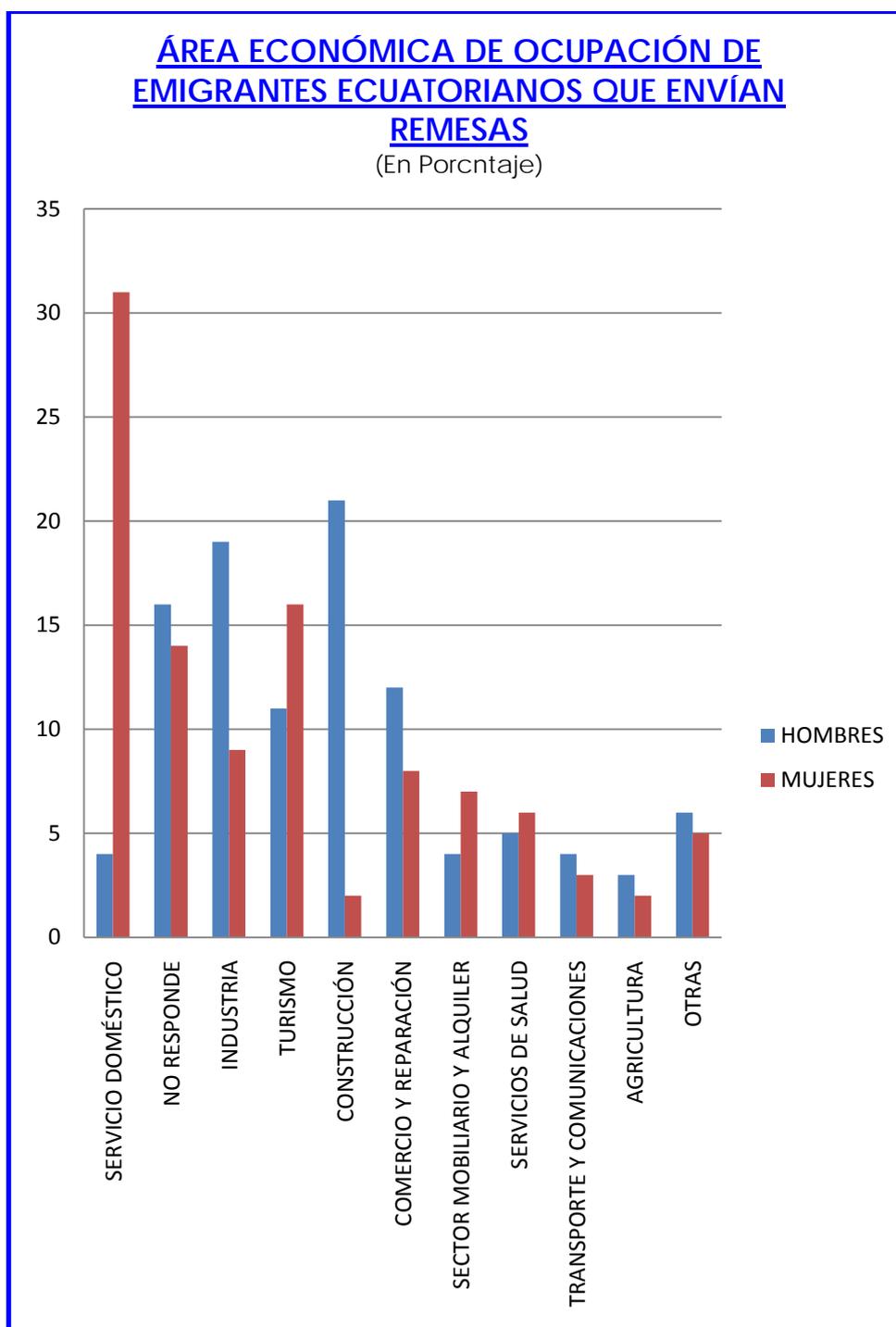


Fuente: INEC, Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo, 2007

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por otro lado, los sectores de actividad económica en que laboran en el exterior los trabajadores migrantes de Ecuador son, en el caso de los varones, la industria y la construcción, y en el de las mujeres, las actividades del servicio doméstico y el turismo.

Cuadro 4: Área económica de ocupación de emigrantes ecuatorianos que envían remesas



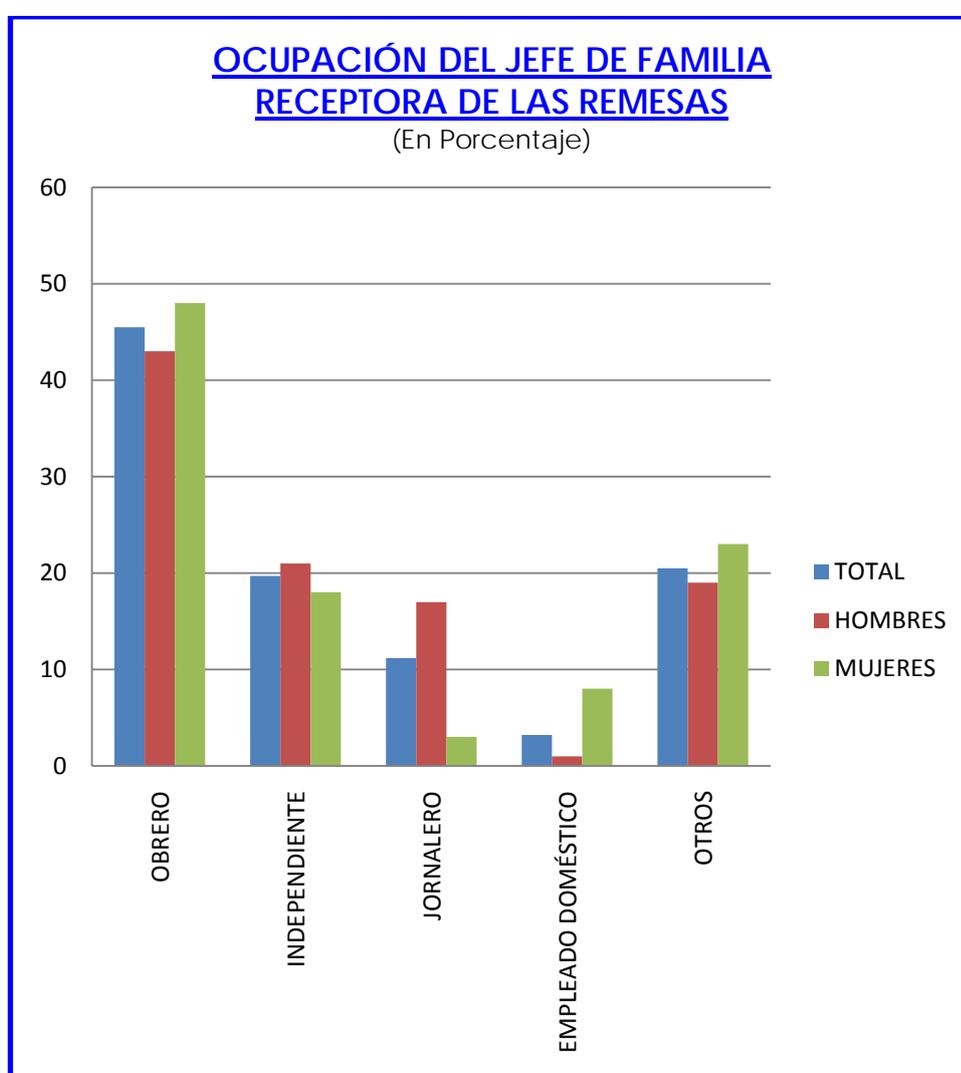
Fuente: INEC, Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo, 2007

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.1.1.3 Características del receptor

Los datos del Instituto Nacional de Estadísticos y Censos (INEC) referentes a 2007, muestran que cerca de la mitad de los receptores de remesas son familias de obreros con ingresos mensuales de entre \$250,00 y \$500,00 seguidas por un segmento de trabajadores independientes que laboran en ciertas actividades que podrían considerarse del ámbito informal.

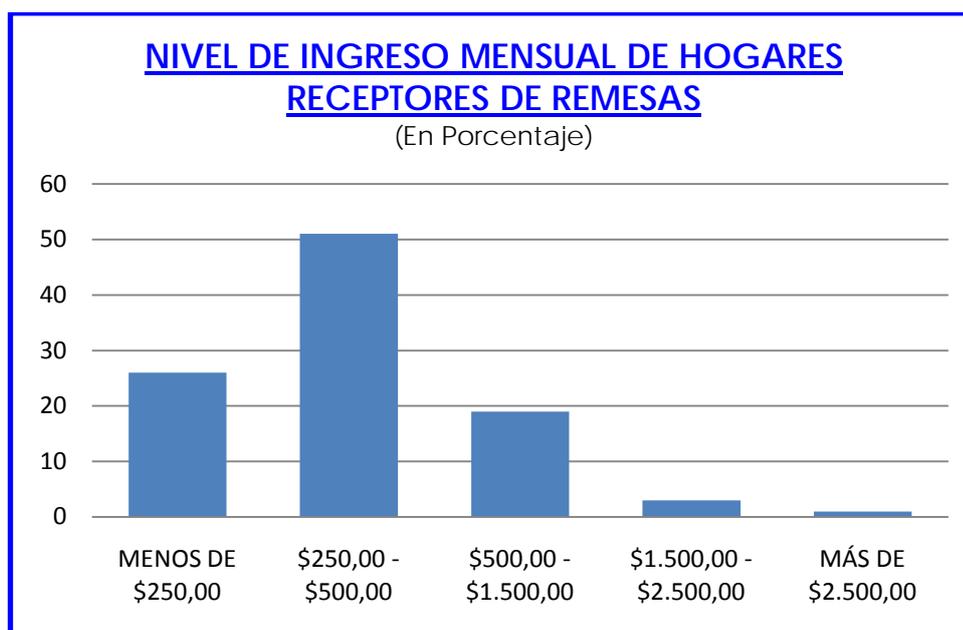
Cuadro 5: Ocupación del jefe de familia receptora de las remesas



Fuente: INEC, Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo, 2007

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cuadro 6: Nivel de ingreso mensual de hogares receptores de remesas



Fuente: INEC, Encuesta Condiciones de Vida, 2006

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.1.2 Entorno económico de las remesas

1.1.2.1 Evolución e importancia de las remesas

Según datos del Banco Central del Ecuador, el monto que el país recibió por concepto de remesas, durante el año 2007, fue de \$3.087 millones. Este valor representó un incremento del 5.47% en relación a la entrada de remesas del 2006 (\$2.927 millones) y del 89.74% con respecto a lo recibido en el 2003 (\$1.627 millones).

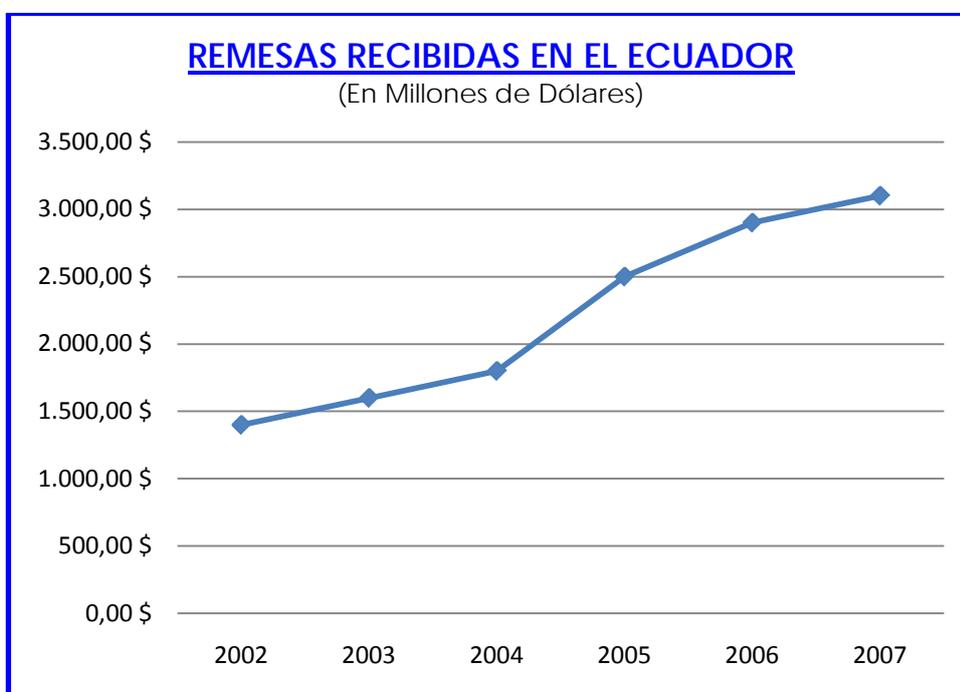
Las remesas recibidas, en el año 2007, batieron todos los récords y resultaron ser las mayores en toda la historia del país. Dicho flujo de ingresos se originó en 8.8 millones de transacciones, que promediaron un envío de remesas trimestral de \$351;

es decir, durante el año 2007, los receptores de remesas recibieron en promedio \$117 mensuales.

A partir del año 2002, las remesas en el Ecuador han crecido de forma sostenida. Parte de este crecimiento se explica mediante un mayor número de migrantes radicados en el exterior y por la apreciación que sufrió el euro con respecto al dólar desde mediados del 2006.

Además, los procesos de contratación y legalización realizados en la Unión Europea, en el transcurso del año 2007, habrían incrementado la calidad de vida y los sueldos que perciben los migrantes por su trabajo habitual, lo cual redundó positivamente en mayores remesas para sus familiares.

Cuadro 7: Remesas recibidas en el Ecuador



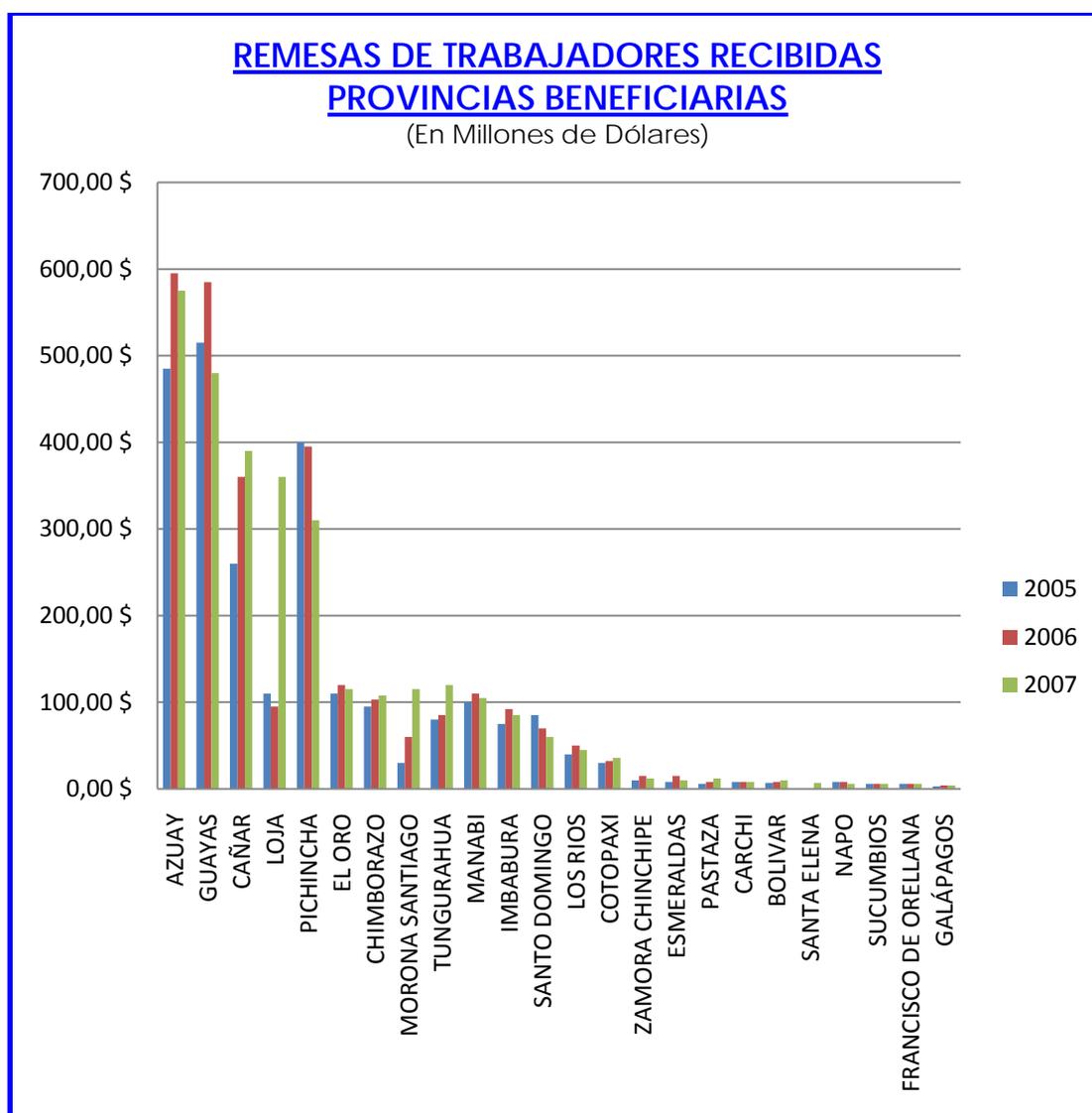
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por otro lado, las provincias de Azuay, Guayas, Cañar, Loja y Pichincha son las que mayor volumen de remesas vienen recibiendo desde el año 2005. Por ejemplo, en el año 2007, estas cinco provincias sumaron alrededor del 66.3% del total de remesas recibidas en el país.

Este renglón, visto en términos regionales, presenta la siguiente distribución: Austro 43.6%, Costa 27.9%, Sierra 22.9%, Oriente 5.5% y Galápagos 0.1%

Cuadro 8: Remesas de trabajadores recibidas provincias beneficiarias



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

En los últimos años, la procedencia geográfica de las remesas enviadas al Ecuador ha mostrado la misma distribución de origen. EEUU, España e Italia se reparten el 97% del mercado total de remesas.

A pesar de que las remesas muestran hasta hoy una clara tendencia a seguir creciendo, proyectar su firme evolución lineal hacia arriba sería totalmente incorrecta ya que su crecimiento e “ingreso” permanente no se encuentran para nada garantizados.

Desde comienzos del año 2008, el escenario internacional, se muestra desfavorable para el envío de remesas, producto de la crisis financiera que atraviesa Estados Unidos y las nuevas políticas de inmigración que se están implementando en toda Europa para restringir la entrada a un mayor número de migrantes.

En el 2009 recibió \$2.495 millones de dólares y se ubicó séptimo en el ranking de la región y cuarto en el contexto de América del Sur. La crisis internacional afectó el flujo de remesas a todos los países de la región.

América Latina, en su conjunto, recibió en el año 2009, alrededor de \$10.000 millones de dólares menos que en el año 2008, lo que equivale a una reducción del 15%. Ecuador no estuvo ajeno a esta realidad. Las remesas disminuyeron 12%, al pasar de \$2.821 millones de dólares en el 2008 a \$2.495 millones en el 2009.

A pesar de lo anotado, la importancia de las remesas en la economía ecuatoriana se mantiene. En el 2009 éstas representaron el 4.9% del PIB y el 36.5% de las exportaciones no petroleras.

Por su parte, en el primer semestre del 2011 las remesas de los trabajadores ecuatorianos en el extranjero aumentaron casi un 14% respecto a las cifras del año anterior en el mismo período.

El Banco Central del Ecuador informó que en el cuarto semestre del año 2011 las remesas disminuyeron en un 4,40% en una comparación realizada con relación al mismo período del año 2010.

1.1.2.2 Las remesas y su rol en la economía nacional

El principal impacto que ha producido el auge de las remesas en la economía del Ecuador, ha sido el incremento del ingreso nacional. Así, este efecto resulta sumamente importante, ya que conjuntamente con los altos precios del petróleo, las remesas han podido generar la entrada necesaria de divisas para soportar el modelo económico vigente de dolarización y con ello la estabilidad fiscal alcanzada a raíz del año 2002.

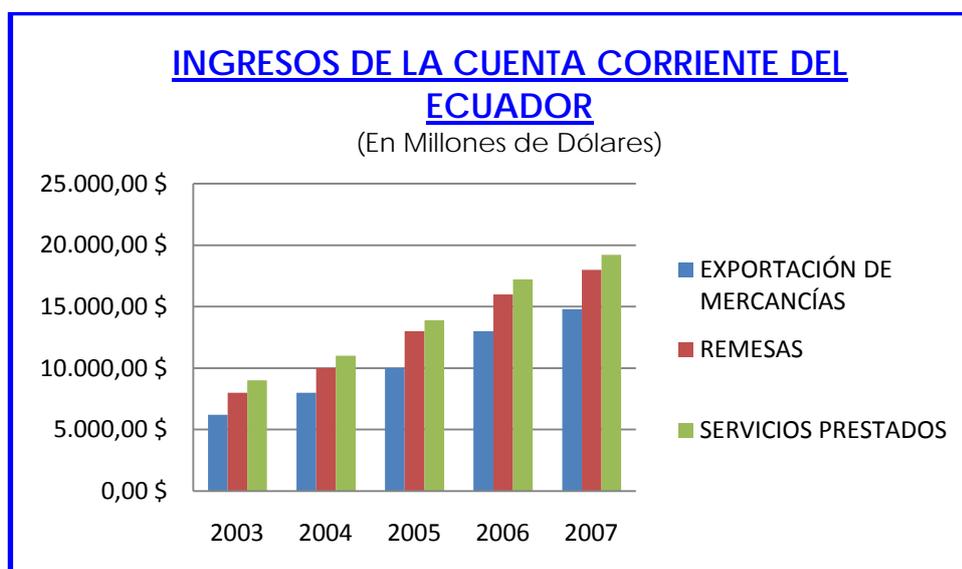
“Al sacrificar la capacidad de emisión monetaria del Banco Central, el Estado perdió a la política monetaria directa como instrumento de política económica. Más aún, el Estado prácticamente eliminó su potestad para determinar la masa monetaria (especies monetarias en circulación y depósitos a la vista), de la cual requiere una economía para realizar las transacciones económicas.

*En dolarización, el aumento o contracción de la oferta monetaria depende en gran parte de los resultados que se obtengan a través de los flujos económicos (reales y monetarios) con el exterior. A las exportaciones, al endeudamiento externo (tanto público como privado), a las prestaciones de “asistencia internacional” y a la inversión extranjera directa, se han sumado las crecientes remesas”.*³

³ CELLY SUÁREZ, Nathalie Ministra de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad del Ecuador, *Artículo Desarrollo Productivo y Desarrollo Local en América Latina y Ecuador*, Ecuador, Junio 2010

Las remesas representan el segundo rubro (en importancia) de ingresos de la balanza de pagos del Ecuador y han sido esenciales para reducir a cero su continuo déficit; así, las remesas se han constituido en un factor clave de financiamiento y liquidez. Al respecto, los principales ingresos de la balanza de pagos son: exportaciones (75%) y remesas (17%). Los demás elementos ocupan una participación menor al 1%.

Cuadro 9: Ingresos de la cuenta corriente del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Las remesas superan a las ventas de banano, segundo producto de exportación, y en los últimos años, incluso han superado a las exportaciones sumadas de productos tradicionales:

- ✓ Banano
- ✓ Café
- ✓ Cacao

- ✓ Camarón
- ✓ Atún
- ✓ Pescado

Así como a las de varios productos industrializados.

En la práctica, las remesas están jugando un papel fundamental para dotarle de liquidez a la economía, pero no para generar una fuente importante de inversión productiva. Es aquí donde debe enfocarse la acción del sector público y de las organizaciones no gubernamentales especializadas en el tema.

Un estudio reciente de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Emigración y Remesas en los países Andinos: Tendencias recientes y propuestas, se señalan algunas líneas de acción que permitan fomentar la inversión productiva de las remesas.

Sus recomendaciones se orientan, entre otras, a las siguientes temáticas:

- ✓ Contar con un banco de proyectos que sean atractivos desde el punto de vista de su rentabilidad.
- ✓ Fortalecer los programas públicos y privados tendientes a brindar apoyo al emigrante.
- ✓ Promover la creación de micro y pequeñas empresas entre los migrantes que han retornado al país.

1.1.2.3 Las remesas en la estructura socioeconómica familiar

Pero la importancia de las remesas no solo se refleja en las cifras macroeconómicas. Las remesas son una realidad que alivia la situación financiera de miles de hogares ecuatorianos, que reciben en promedio alrededor de \$250 dólares mensuales.

A pesar de que las cifras muestran que los receptores de las remesas no son, en su mayoría, pobres, éstas ilustran que las familias beneficiarias utilizan estos recursos para gastos de consumo y muy poco lo destinan al ahorro y a la inversión.

Según la Encuesta de Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDUR 2007) el 18% las remesas se destinan a gastos de salud, seguido de los gastos en educación (22.6%) y manutención del hogar (32.4%). Sólo el 17% de las remesas se dirigen al ahorro y el 10% para invertirlo en un negocio. Esta situación no cambia sustancialmente cuando se analizan a los hogares en las áreas urbanas y rurales.

1.1.3 Medios de pago para las remesas

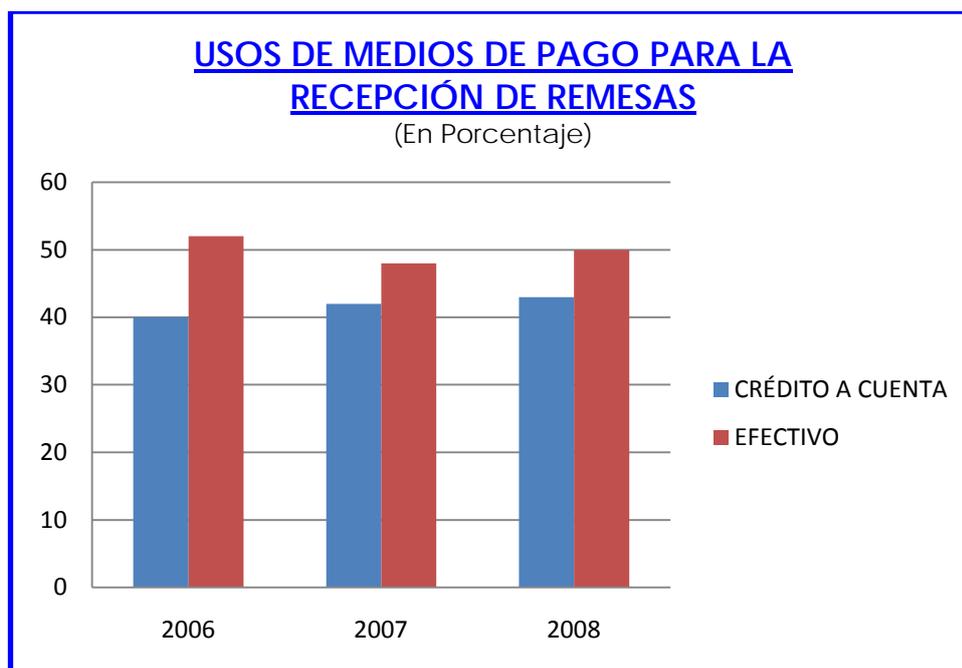
En Ecuador, al igual que en la mayoría de los países receptores, el pago de remesas se realiza principalmente en efectivo o mediante un depósito en cuenta. En el caso de Ecuador, el porcentaje de remesas depositadas en cuenta supera lo observado en muchos otros países.

“Esto responde al importante esfuerzo que han hecho las instituciones financieras e inclusive los propios courier por bancarizar a sus clientes receptores. Así, en los

últimos años la participación en las remesas totales de las recibidas y depositadas en cuenta ha sido de cerca de 47%.⁴”

El pago en efectivo tiene la ventaja de su simplicidad y permite a los beneficiarios destinar estos recursos al consumo. No obstante, una mayor bancarización ofrece la ventaja del acceso a diversos servicios financieros, tales como crédito, ahorro y seguros. Una desventaja del pago en efectivo para las entidades pagadoras de remesas, es que tienen que disponer de suficiente numerario, lo que implica un costo adicional para sus operaciones.

Cuadro 10: Usos de medios de pago para la recepción de remesas



Fuente: Banco Central del Ecuador con información de Instituciones Financieras y Empresas Courier

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

⁴BANCO INTERNACIONAL DE DESARROLLO, “Programa de Mejora de la Información y Procedimientos de los Bancos en el Área de Remesas”, Ecuador, Abril del 2010, p. 28

Hay otras modalidades de pago de remesas tales como cheques, tarjetas de crédito, débito y prepago o por teléfonos móviles, sobre las que no existe información detallada que permita cuantificar su importancia.

Este tipo de operaciones no pueden ser identificadas como remesas, se confunden e incluyen en los datos reportados como abonos en cuentas y otros.

1.1.3.1 Efectivo

“El uso de efectivo como medio de pago de las remesas es muy amplio. Así, en 2008 representó casi 53% del valor total de las remesas pagadas y 58% del número de operaciones. Ese año, en el caso de las instituciones financieras la participación del valor de las remesas pagadas en efectivo fue de 54% y de 53% en los courier⁵”.

Esto último muestra que los courier han llevado a cabo un importante esfuerzo por adaptarse a las necesidades y requerimientos de sus clientes, ofreciendo, al igual que las entidades financieras, otras formas alternativas de pago, tales como el depósito en cuenta.

Por último, en 2008 en el caso de las cooperativas de ahorro y crédito y de las asociaciones mutualistas, más de 98% de sus pagos de remesas se efectuaron en efectivo. Ello refleja su incursión relativamente reciente en este mercado y su pequeña participación en el mismo, lo que aún limita que puedan ofrecer otros medios alternativos de pago.

⁵Idem., p. 29

1.1.3.2 Cheques

“Prácticamente no se observa que en Ecuador haya pagos de remesas mediante cheque a los beneficiarios y en todo caso tales transacciones son muy pocas y, por lo tanto, sin relevancia estadística⁶”.

1.1.3.3 Abonos en cuenta

En los últimos años el uso del abono en cuenta para el pago de remesas ha adquirido una creciente importancia. El beneficiario del depósito puede disponer de los recursos mediante retiros en efectivo o usando las tarjetas de débito y otros instrumentos asociados a estas cuentas.

Este instrumento se caracteriza por su seguridad y por la comodidad para los beneficiarios, pero es un servicio exclusivo para receptores que ya poseen o que pueden abrir una cuenta en el sistema financiero. “Actualmente en Ecuador alrededor del 47% del valor de las remesas recibidas ya es pagada por este medio, porcentaje que supera a los observados en otros países de la región, donde las remesas depositadas en cuenta se sitúan entre 10% y 15% del valor total pagado⁷”.

En cuanto al número de operaciones, el 42% se deposita en cuenta, lo que implica valores promedio mayores que los de los pagos en efectivo. Por el tipo de entidad, los bancos realizan este tipo de pagos por acreditaciones en cuentas de ahorro o cuentas corrientes en un 46% del valor de sus pagos de remesas. En contraste, en el caso de las cooperativas de ahorro y crédito y las asociaciones mutualistas, debido a

⁶Idem., p. 30

⁷Idem., p. 30

su reciente incursión en el negocio sólo un 2% de sus pagos de remesas son abonos en cuenta.

Por otra parte, sobresale que un 47% del valor de los pagos de remesas efectuados por courier se llevan a cabo mediante abono en cuenta, dado que no son entidades autorizadas a mantener cuentas de depósito con el público.

Así, cuando un banco recibe una remesa del exterior con la instrucción de realizar el depósito en cuenta, simplemente acredita los fondos en la cuenta en la que van dirigidos los recursos (aún en los casos en los que la cuenta no corresponda a la misma entidad financiera, puede acreditarlos usando los sistemas de pago interbancarios de bajo valor).

Sin embargo, cuando un courier recibe una transferencia del exterior para depósito en cuenta, debe hacerlo utilizando sus cuentas propias en el sistema financiero o realizando el depósito en efectivo u otros instrumentos, lo que hace el proceso más complicado y lo encarece.

1.1.3.4 Instrumentos postales

Los giros postales son un instrumento de pago de remesas que utiliza la Empresa de Correos del Ecuador, como alternativa a los pagos tradicionales. “Esta modalidad de giros se inició a finales del 2008, sobre todo para los pagos provenientes de países de América Latina como Uruguay, Chile y Argentina. Hoy en día el valor total de los montos transferidos por este medio es aún pequeño⁸”.

⁸Idem., p. 30

1.1.3.5 Tarjetas

En el mercado ecuatoriano, aún no existe una oferta de productos diseñados específicamente para el uso de tarjetas de débito, prepago o de crédito para el pago de remesas. Ahora bien, hay la posibilidad de utilizar tarjetas internacionales emitidas en el exterior para realizar pagos o retirar efectivo en los Automatic Teller Machine ATM ecuatorianos.

Estas tarjetas pueden tener como origen una cuenta en el exterior que es alimentada por el emisor de las remesas, de manera que en Ecuador el beneficiario puede retirar los recursos.

“Este tipo de transferencias se confunden con la infinidad de transacciones que se realizan con tarjetas extranjeras y que incluyen a los gastos que los extranjeros efectúan en el país en calidad de turistas, visitantes temporales y otros. Por tanto, no es posible cuantificar estas transacciones de remesas y, en consecuencia, no hay datos oficiales al respecto⁹”.

1.2 Metodología y análisis descriptivo de las remesas en el sector de Solanda

Para establecer la metodología y variables de investigación, es importante establecer la coyuntura del origen de los recursos financieros de las remesas. La desigualdad en la distribución de la riqueza, el crecimiento en los niveles de pobreza, y el alto índice de desempleo, han sido los principales factores para que muchos compatriotas decidan emigrar al exterior en busca de mejores oportunidades.

⁹Idem., p. 30

“El fenómeno migratorio no es un proceso reciente, éste se inició hace unos 50 años, actualmente tiene mucho que ver con una estrategia económica familiar. Aproximadamente tres millones de ecuatorianos residen en el extranjero¹⁰”, la mayoría de ellos en España, Estados Unidos e Italia; su apoyo a la economía nacional, las remesas, fruto del proceso emigratorio descrito, han tenido un crecimiento vertiginoso en la última década, al punto de constituirse en el segundo rubro de entrada de divisas del Ecuador, después del petróleo, por lo que ha impactado profundamente en la economía del país.

1.2.1 Metodología de la investigación

1.2.1.1 Objetivo

El objetivo de esta investigación es establecer cuáles son los principales determinantes que explican el porcentaje de inversión de remesas en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.

1.2.1.2 Introducción

Para alcanzar el objetivo planteado en el estudio, se realizó una extensa investigación de campo en los siete sectores que lo conforman, para obtener información actualizada de los receptores de remesas, que permita en una etapa posterior, diseñar una propuesta viable de inversión financiera para los recursos económicos recibidos.

Al respecto, se diseñó un cuestionario de 23 preguntas que tuvo como objetivo principal generar variables que en un principio tendrían un efecto significativo en la inversión de las remesas como lo fueron las siguientes:

¹⁰INEC, *Realidad Poblacional del País*, 2011

- ✓ Edad del receptor
- ✓ Nivel de educación
- ✓ Periodicidad del envío
- ✓ Monto recibido
- ✓ Acceso al sistema financiero
- ✓ Entre otras

Posterior al diseño del cuestionario, se aplicó la técnica estadística del método científico que nos permitió básicamente determinar tanto el tamaño de la muestra a ser encuestada para recopilar la información, así como también establecer el 5% como margen de error previsto para las estimaciones futuras.

Una vez que fueron encuestados los 196 receptores de remesas, se procedió a elaborar la respectiva base de datos. Ingresados todos los registros, el análisis estadístico fue el siguiente paso. Para ello, se utilizó un análisis descriptivo que nos facilitó tener una visión más amplia y clara de la situación actual de las remesas en los hogares receptores, sus características socioeconómicas y destino.

Por último, con los resultados obtenidos se procedió a contrastar varias hipótesis referentes al porcentaje de inversión de las remesas. De esta manera, una vez realizado todo el proceso estadístico, se estuvo en la capacidad de establecer y recomendar una propuesta financiera para la eficiente inversión de las remesas en actividades productivas.

1.2.1.3 Definición de variables

Antes de diseñar el cuestionario para la recolección de datos, se procedió respectivamente a definir tanto las variables independientes como dependiente, las cuales tentativamente explicarían las variaciones en el porcentaje de inversión de remesas entre los moradores del barrio Solanda.

Todas las **variables independientes** se clasificaron en 3 grupos perfectamente delimitados.

El primer grupo trató de aquellas variables relacionadas con el **perfil socioeconómico** del receptor de remesas. Figuran entre otras, variables como:

- ✓ Edad
- ✓ Género
- ✓ Nivel de ingresos
- ✓ Nivel de educación

En este primer grupo se encuentran las variables más comunes y básicas en cualquier intento de analizar el destino de las remesas. El objetivo de éstas variables es conocer más de cerca a los sujetos que administran las remesas y deciden su destino.

Por otra parte, en el segundo grupo se ubicaron aquellas variables que describen los **rasgos característicos del flujo de remesas**. Aquí se encuentran variables como:

- ✓ El tiempo que el receptor viene recibiendo las remesas

- ✓ La periodicidad del envío
- ✓ El monto promedio recibido
- ✓ Etc.

Con estas variables, se pretende conocer el escenario que rodea al receptor de remesas y así entender las características del proceso migratorio ecuatoriano.

Por último, en el tercer grupo de variables se colocaron aquellas que otorgan un valor agregado al receptor en el momento de decidir si consumir o invertir las remesas.

A estas variables se las denominó **herramientas de inversión** ya que en caso de ser ostentadas en un alto grado por el receptor, se piensa que las probabilidades de inversión se incrementan considerablemente, entre estas tenemos:

- ✓ El acceso al sistema financiero
- ✓ El uso de Internet
- ✓ La percepción de negocios
- ✓ Entre otras

El objetivo de estas variables es medir la influencia de factores externos en el destino de las remesas.

Con respecto a la **variable dependiente** de la investigación, ésta es el **porcentaje de inversión de remesas de cada receptor**.

Para originar su información, se incluyó en el cuestionario una pregunta relativa al destino de las remesas. En esta pregunta, se le pide al receptor que detalle de forma específica en qué destina las remesas que su familiar o conocido le envía desde el exterior, ya sea en montos o porcentajes, considerando eso sí tres categorías generales posibles:

- ✓ Consumo
- ✓ Inversión
- ✓ Pago de deudas

Una vez que el encuestado haya señalado los montos correspondientes al destino de las remesas, se procede a dividir la cantidad correspondiente a la categoría inversión sobre el total del monto de remesas declarado; así, el valor resultante corresponde al porcentaje de inversión de aquel receptor.

Dentro de cada categoría posible de respuesta, el receptor puede, entre múltiples alternativas de destino, especificar aún más la utilización de sus remesas. Así, en las categorías de:

- ✓ **Consumo**
 - Alimentación
 - Ropa
 - Salud y medicinas
 - Alquiler

✓ **Inversión**

- Ahorros bancarios
- Negocio propio
- Inversiones financieras

✓ **Pago de deudas**

- Viaje del migrante
- Otras deudas

A continuación, se ilustra con mayor detalle la especificación de cada una de las variables anteriormente mencionadas:

Tabla 1: Descripción de variables independientes

VARIABLES INDEPENDIENTES			
Grupo	Variables	Relevancia e Hipótesis	Pregunta (s) en el Cuestionario
Perfil Socioeconómico del Receptor	Edad del Receptor	<p>En qué grupo de edad se encuentra el mayor porcentaje de inversión de remesas.</p> <p>Se piensa que una persona joven tendría más incentivos para invertir que una persona mayor por su visión al futuro y necesidades.</p> <p>Una persona mayor (50+) prefiere consumir su dinero antes de generar mayor riqueza.</p>	Edad: ___ Años
	Género del Receptor	<p>Conocer qué género invierte más las remesas, los hombres o las mujeres.</p> <p>Se podría pensar que las mujeres invierten más el dinero por su sentido de ahorro.</p> <p>Tradicionalmente, el hombre se ha visto más envuelto en el mundo de los negocios que la mujer.</p>	Género: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
	# Sector dónde vive el receptor	<p>En qué # sector del barrio Solanda se invierten más las remesas.</p> <p>Observar si aquellos determinantes del porcentaje de inversión de una ciudad, son los mismos para otra.</p>	# Sector de Solanda dónde vive: _____
	Nivel de Educación del Receptor		¿Cuál es su nivel de estudios alcanzado?

Perfil Socioeconómico del Receptor		<p>La incidencia del nivel de educación al momento de invertir las remesas.</p> <p>Una persona con mejor educación presenta una mayor probabilidad de invertir su dinero producto de sus conocimientos prácticos y teóricos.</p> <p>Un nivel pobre de educación incide muchas veces con el hecho de no saber qué hacer con el dinero y así decidir malgastarlo.</p>	<input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Universidad <input type="checkbox"/> Posgrados/Doctorados
	Negocio Propio	<p>Señalar el porcentaje de receptores de remesas que en la actualidad administran un negocio en particular.</p> <p>Analizar si los receptores utilizan las remesas para hacer reinversión en el negocio o si al tener el mismo, solo se dedican a consumirlas.</p> <p>Observar qué clase de negocios prevalecen entre los receptores de remesas: microempresas, de medio tiempo, informales, etc.</p> <p>Una persona de negocios ya conoce lo que significa invertir en la práctica y le resultará más fácil iniciar nuevas inversiones debido a sus contactos previos y la experiencia del trabajo diario.</p>	<p>¿Tiene un negocio propio?</p> <p style="text-align: center;">Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;">En caso de responder Si,</p> <p>¿En qué consiste su negocio?</p> <input type="checkbox"/> Comercio <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Otro _____
	Nivel de Ingresos del Receptor	<p>Observar el porcentaje de inversión según los estratos económicos.</p>	<p>¿Cuánto es su ingreso mensual?</p> <input type="checkbox"/> De \$ 0.00 a \$300,00 <input type="checkbox"/> De \$300.00 a \$600,00

Perfil Socioeconómico del Receptor		<p>Una persona con un alto nivel de ingresos podría destinar mayor parte de las remesas para inversión puesto que su consumo corriente ya estaría satisfecho.</p> <p>Una persona con un bajo nivel de ingresos, por su propia condición económica, daría prioridad a su consumo corriente y utilizaría la mayor parte de las remesas para cubrir sus necesidades básicas.</p>	<input type="checkbox"/> De \$600,00 a \$900,00 <input type="checkbox"/> De \$900,00 en adelante
	Ingresos Alternativos “Bono de Desarrollo Humano, Pensiones, Ayudas o Donaciones”	<p>Similar análisis del nivel de ingresos.</p> <p>Una persona que recibe dentro del país, ingresos extras como bonos, pensiones o ayudas de familiares, puede cubrir con mayor facilidad su consumo corriente y destinar algo de las remesas hacia actividades de inversión.</p> <p>Caso contrario, de no recibir ingresos adicionales y de tener ingresos bajos por concepto de sueldos y salarios, la inversión de remesas quedaría rezagada.</p>	<p>¿Recibe usted permanentemente otros ingresos como Bono de Desarrollo Humano, pensiones, donaciones o ayudas dentro del país?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
Rasgos Característicos del Flujo de Remesas	Tiempo recibiendo remesas	<p>Se piensa que si la persona tiene poco tiempo recibiendo remesas, las va a destinar en mayor proporción al consumo o al pago de deudas.</p> <p>En cambio, si el receptor viene recibiendo remesas por un largo tiempo, la probabilidad de que se destine algo a inversión es mayor porque el ingreso que entra del exterior se vuelve permanente y no temporal.</p> <p>Por ejemplo: si la persona ya viene recibiendo remesas por 5 años, a lo mejor ya logro establecer un negocio familiar.</p>	<p>¿Cuánto tiempo viene recibiendo remesas de conocidos o familiares radicados en el exterior?</p> <input type="checkbox"/> Menos de 1 año <input type="checkbox"/> De 1 a 5 años <input type="checkbox"/> De 5 a 10 años <input type="checkbox"/> De 10 en adelante

Rasgos Característicos del Flujo de Remesas	Carga Familiar del receptor	<p>Mientras las remesas se tengan que dividir entre más beneficiarios, la opción de invertirlas se torna mínima porque se tiende a aumentar el consumo personal de cada uno de los beneficiarios</p> <p>Ejemplo: Madre con 2 hijos y una hermana. Probablemente el dinero se destine a alimentación y ropa de los niños y medicamentos de la tía. De no existir niños, ese dinero podría ser destinado a una inversión.</p>	<p>¿Cuántas personas se benefician de las remesas que su conocido o familiar le envía desde el exterior?</p> <p><input type="checkbox"/> De 0 a 2 personas</p> <p><input type="checkbox"/> De 2 a 4 personas</p> <p><input type="checkbox"/> De 4 a 6 personas</p> <p><input type="checkbox"/> De 6 en adelante</p>
	Periodicidad del Envío	<p>Determinar en que periodicidad es más conveniente que las personas reciban las remesas para su destino en inversión.</p>	<p>¿Con qué frecuencia le envían dinero del exterior?</p> <p><input type="checkbox"/> Semanalmente</p> <p><input type="checkbox"/> Quincenalmente</p> <p><input type="checkbox"/> Mensualmente</p> <p><input type="checkbox"/> Trimestralmente</p> <p><input type="checkbox"/> Semestralmente</p> <p><input type="checkbox"/> Anualmente</p>
	Monto de Remesas	<p>Determinar los montos promedios de remesas que favorecen su inversión.</p> <p>Se puede decir que a medida que aumente el monto de la remesa, se puede destinar más recursos a la inversión.</p> <p>Una persona que recibe \$10,000 dólares puede destinar más a la inversión que una que solo reciba \$1000 dólares.</p> <p>Además, la inversión de remesas con más recursos tendría un efecto más significativo.</p>	<p>En cada envío de remesa,</p> <p>¿Cuál es el monto que usualmente usted recibe?</p> <p><input type="checkbox"/> De \$ 0.00 a \$300,00</p> <p><input type="checkbox"/> De \$300.00 a \$600,00</p> <p><input type="checkbox"/> De \$600,00 a \$900,00</p> <p><input type="checkbox"/> De \$900,00 en adelante</p>
	País proveniente de remesas	<p>Conocer de qué país del mundo está proviniendo el mayor porcentaje de</p>	<p>¿De que país provienen las remesas</p>

Rasgos Característicos del Flujo de Remesas		remesas recibidas en el Ecuador. Efectos de la devaluación del dólar contra el euro en envíos desde los Estados Unidos y España	que le envían? <input type="checkbox"/> Estados Unidos <input type="checkbox"/> España <input type="checkbox"/> Italia <input type="checkbox"/> Otro _____
	Parentesco del Remitente	El parentesco del remitente puede influir en las decisiones que tomen los receptores de remesas. Ejemplo: Un hijo que le manda dinero a la mamá le puede exigir que ahorre parte de ese dinero para un negocio familiar; en cambio, si el envío se realiza entre hermanos tal vez no haya ninguna solicitud por parte del remitente y toda la remesa puede ser destinada exclusivamente en consumo. La decisión de invertir o consumir la remesa puede ser impuesta por el remitente.	¿Cuál es el tipo de parentesco entre usted y la persona (s) que envía la remesa? <input type="checkbox"/> Hermano(a) <input type="checkbox"/> Hijo (a) <input type="checkbox"/> Esposo (a) <input type="checkbox"/> Madre/Padre <input type="checkbox"/> Otro _____
Herramientas de Inversión	Acceso al Sistema Financiero del Receptor	Determinar qué tanto la población receptora de remesas utiliza los servicios financieros de su ciudad. Una persona que accede al sistema financiero posee más facilidades y mejores posibilidades o alternativas de inversión. Una persona que accede al sistema financiero puede obtener con mayor facilidad, financiamiento, asesoría y garantías a la hora de invertir. El sistema financiero siempre busca incentivar la inversión; por lo tanto, buscará encaminar las remesas a dicho destino.	En relación al uso de los servicios que ofrecen bancos, cooperativas o mutualistas dentro de su ciudad, responda SI o NO a los siguientes enunciados: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO a. Tiene una cuenta de ahorros o cta. corriente en un banco, cooperativa o mutualista b. Tiene una tarjeta de crédito c. Ha aplicado alguna vez a un préstamo en una cooperativa, banco o mutualista

Herramientas de Inversión			<p>d. Realiza el pago de alguno de sus servicios básicos en bancos</p> <p>e. Mantiene alguna inversión financiera tal como acciones, pólizas de acumulación, bonos etc.</p> <p>f. Accede a servicios de tipo financiero a través del Internet</p> <p>g. Sabe utilizar un cajero automático</p>
	Predisposición a Invertir Remesas	<p>Una persona que está dispuesta a invertir en un negocio, aumenta la probabilidad global de destinar sus remesas en actividades de inversión.</p> <p>Estudiar cuáles son las causas críticas por lo que los receptores de remesas podría no estar dispuesto a invertir.</p>	<p>¿Si tuviera la oportunidad de invertir, en que lo realizaría?</p> <p><input type="checkbox"/> Instituciones financieras</p> <p><input type="checkbox"/> Mercado de valores</p> <p><input type="checkbox"/> Sector inmobiliario</p> <p><input type="checkbox"/> Microempresa</p> <p>¿Estaría usted dispuesto a invertir una cantidad de las remesas en un negocio en su barrio?</p> <p style="text-align: center;">Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>Si su respuesta es No, señale algunos de los siguientes motivos por los que no invertiría. (puede escoger más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Delincuencia</p> <p><input type="checkbox"/> Inestabilidad política</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de tiempo</p> <p><input type="checkbox"/> Excesos de trámites</p> <p><input type="checkbox"/> Inseguridad jurídica</p> <p><input type="checkbox"/> No hay necesidad de invertir</p> <p><input type="checkbox"/> Miedo a perder el dinero</p> <p><input type="checkbox"/> Monto pequeño de remesas</p> <p><input type="checkbox"/> Otro _____</p>

<p style="text-align: center;">Herramientas de Inversión</p>	<p style="text-align: center;">Percepción de Negocios</p>	<p>Conocer si las personas tienen conocimiento de cómo iniciar y operar un negocio.</p> <p>Las facilidades y dificultades que perciben al tener un negocio propio.</p> <p>Las personas que saben algo de negocios, ya sea por experiencias familiares o por conocimiento propio, son más proclives a tomar las mejores decisiones al momento de invertir.</p>	<p>¿Ha recibido usted alguna vez capacitación profesional de cómo iniciar un negocio?</p> <p style="text-align: center;">Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>¿Cuánto dinero usted cree que se necesita como mínimo para abrir un negocio?</p> <p><input type="checkbox"/> De \$ 0.00 a \$800,00</p> <p><input type="checkbox"/> De \$800.00 a \$1.600,00</p> <p><input type="checkbox"/> De \$1.600,00 a \$2.400,00</p> <p><input type="checkbox"/> De \$2.400,00 en adelante</p> <p>¿Qué considera usted es el aspecto más difícil para iniciar un negocio?</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de recursos</p> <p><input type="checkbox"/> Desconocimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de tiempo</p> <p>¿Si tuviera la oportunidad de abrir un negocio propio, cuál fuera este negocio?</p> <p><input type="checkbox"/> Comercio</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios</p> <p><input type="checkbox"/> Otro _____</p>
-------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 2: Descripción de variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE																																						
Variable	Relevancia e Hipótesis	Pregunta en el Cuestionario																																				
Destino de las Remesas	<p>Encontrar el porcentaje de inversión de las remesas a nivel de todos los moradores del barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.</p> <p>Definir cuáles son los determinantes que explican la decisión de invertir por parte de los receptores de remesas.</p>	<p>Del dinero que recibe por remesas mencione</p> <p>¿Qué hace con las remesas?</p> <p>¿En qué actividades las utiliza y cuánto gasta en cada una de ellas?</p> <p>(Puede escribir el monto también en las lista adjunta)</p>																																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #fff9c4;">CONSUMO</th> <th style="background-color: #d7ccc8;">\$ Dólares</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Alimentación</td><td></td></tr> <tr><td>Salud y medicinas</td><td></td></tr> <tr><td>Ropa</td><td></td></tr> <tr><td>Educación</td><td></td></tr> <tr><td>Alquiler</td><td></td></tr> <tr><td>Entretenimiento</td><td></td></tr> <tr><td>Pago de Servicios Básicos e Impuestos</td><td></td></tr> <tr><td>Transporte y Viajes</td><td></td></tr> <tr><td>Otros (Electrodomésticos, Audio y Video, etc.)</td><td></td></tr> <tr> <th style="background-color: #fce4ec;">INVERSIÓN</th> <th style="background-color: #d7ccc8;">\$ Dólares</th> </tr> <tr><td>Instituciones Financieras “Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas”</td><td></td></tr> <tr><td>Mercado de Valores “Renta Fija, Renta Variable”</td><td></td></tr> <tr><td>Sector Inmobiliario “Compra de Terrenos, Departamentos, Casas”</td><td></td></tr> <tr><td>Microempresas “Negocio Propio”</td><td></td></tr> <tr> <th style="background-color: #e2efda;">PAGO DE DEUDAS</th> <th style="background-color: #d7ccc8;">\$ Dólares</th> </tr> <tr><td>Viaje del Migrante</td><td></td></tr> <tr><td>Otras deudas</td><td></td></tr> </tbody> </table>			CONSUMO	\$ Dólares	Alimentación		Salud y medicinas		Ropa		Educación		Alquiler		Entretenimiento		Pago de Servicios Básicos e Impuestos		Transporte y Viajes		Otros (Electrodomésticos, Audio y Video, etc.)		INVERSIÓN	\$ Dólares	Instituciones Financieras “Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas”		Mercado de Valores “Renta Fija, Renta Variable”		Sector Inmobiliario “Compra de Terrenos, Departamentos, Casas”		Microempresas “Negocio Propio”		PAGO DE DEUDAS	\$ Dólares	Viaje del Migrante		Otras deudas	
CONSUMO	\$ Dólares																																					
Alimentación																																						
Salud y medicinas																																						
Ropa																																						
Educación																																						
Alquiler																																						
Entretenimiento																																						
Pago de Servicios Básicos e Impuestos																																						
Transporte y Viajes																																						
Otros (Electrodomésticos, Audio y Video, etc.)																																						
INVERSIÓN	\$ Dólares																																					
Instituciones Financieras “Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas”																																						
Mercado de Valores “Renta Fija, Renta Variable”																																						
Sector Inmobiliario “Compra de Terrenos, Departamentos, Casas”																																						
Microempresas “Negocio Propio”																																						
PAGO DE DEUDAS	\$ Dólares																																					
Viaje del Migrante																																						
Otras deudas																																						

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.2.1.4 Diseño de cuestionario

Descritas las variables, se procedió a elaborar el cuestionario de investigación. La realización del mismo consistió en agrupar las preguntas previamente desarrolladas para cada una de las variables en estudio.

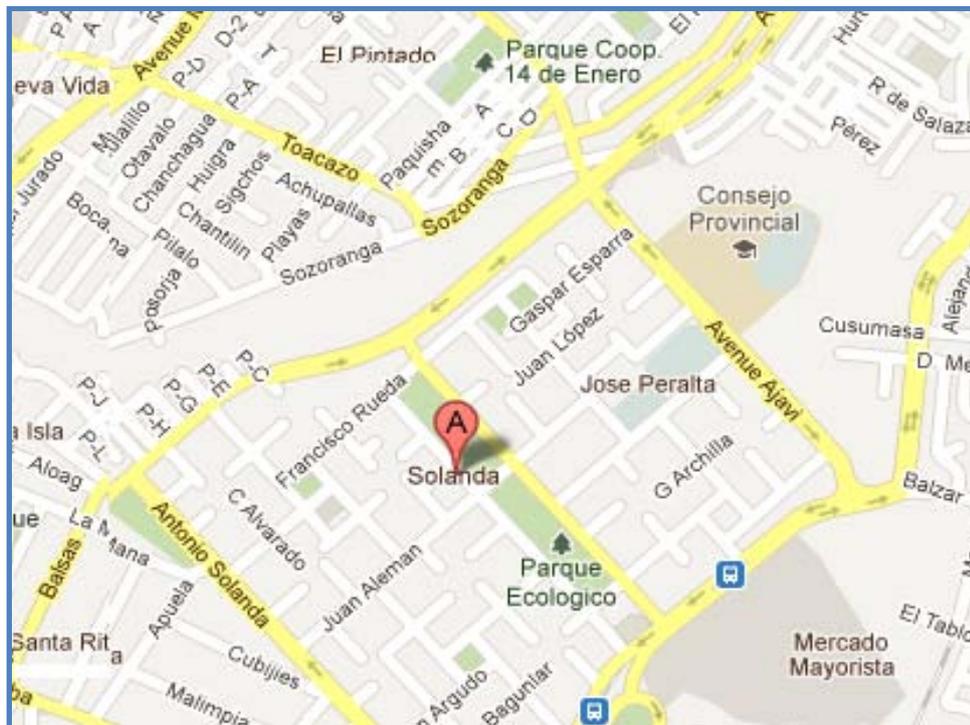
Al final, se obtuvo como resultado un cuestionario de 23 preguntas con opciones múltiples de respuesta “formatos abiertos y cerrados”, que tuvo como objetivo primordial extraer la mayor cantidad de información, tanto cualitativa como cuantitativa, del receptor de remesas. **“Ver Anexo # 1, páginas 253 - 259”**

El mayor aporte metodológico de este cuestionario es la profundización en el estudio sobre la caracterización del envío, recepción y destino de las remesas y su impacto socioeconómico en los hogares receptores. El tiempo estimado para la resolución del cuestionario fue de 10 minutos.

1.2.1.5 Muestreo e investigación de campo

Para lograr el objetivo de investigación, ha determinado la necesidad de aplicar encuestas guiadas, en la los siete sectores del barrio Solanda; por lo que como universo muestral, se ha considerado a todas las familias que residen en este barrio.

Cuadro 11: Mapa del barrio Solanda



Fuente: maps.google.com

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

El barrio Solanda se encuentra ubicado al sur de Quito, inicialmente fue planificado por el Banco Ecuatoriano de la Vivienda para 20 mil moradores, sin embargo según datos de la **Agencia Municipal de Desarrollo CONQUITO**, para fines del año 2010 en este barrio viven **77.830 personas**, lo que le convierte en uno de los barrios más habitados de Quito, pese al alto índice de migración, pues según datos de la misma fuente, en los últimos cinco años han salido **4.514 personas que equivale al 5,8% de la población del barrio**.

Ya que según datos del Banco Central del Ecuador, dentro de su informe anual de migración, Quito se encuentra entre las principales ciudades que mayor volumen de remesas recibe en el Ecuador; y el barrio tiene altos niveles de migración, se aseguró una muestra representativa y confiable de hogares receptores de remesas.

En base a esta información, se tiene que el número de familias habitantes del barrio son:

Tabla 3: # Familias que habitan en el barrio Solanda

Población estimada en el barrio	77.830
Número promedio de personas por hogar	4,20
Número estimado de familias	18.530

Fuente: Resultados del Censo Nacional 2010

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

La fórmula seleccionada, para calcular el tamaño de la muestra es la de la proporción, se ha seleccionado esta fórmula por cuanto al estar investigando sobre los factores determinantes que explican el porcentaje de inversión de remesas en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito, no se dispone de estadígrafos (media poblacional ni desviación estándar) que permitan aplicar otra fórmula basada en indicadores estadísticos.

Fórmula para determinar el tamaño n_{11} de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{B^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Los valores de las diferentes variables que tiene la fórmula son:

¹¹BERNA, César Augusto, *Metodología de la Investigación*, México, Edit. Prentice Hall, 2006

Para tener la seguridad de que el tamaño de la muestra es el adecuado (suficientemente grande), para aplicar eficientemente la fórmula de n para proporciones se usa: $p=0.5$ y como $q=1-p$, se tiene que $q=0.5$.

El valor p es la probabilidad de selección del elemento muestral y q es la probabilidad de no selección del elemento muestral.

$B = 0.07$; que equivale al 7% considerado como error muestral.

$\alpha=0,05$; que equivale al 5%, ya que el nivel de confianza buscado es del 95%

Y se tiene por tanto:

$$\alpha/2=0,025$$

$$1-\alpha/2=0,975$$

$$Z_{\alpha/2}=1.96$$

El valor de $Z_{\alpha/2}$, se obtiene por medio de la tabla Z para la distribución normal

N que es el número de elementos de la población es $N= 18.530$ familias

Aplicando estos valores en la fórmula anterior, se tiene:

$$n = \frac{(1,96^2).(18.530).(0.5).(0.5)}{(0,07^2).(18.529)+(1,96^2).(0.5).(0.5)} = 194,59$$

El tamaño de la muestra es **n= 194,59** para compensar cualquier sesgo que pueda incluirse por respuestas mal interpretadas, el número de encuestas que han aplicado en el presente estudio es de 196.

Para la aplicación de la encuesta se ha considerado dividir el número de la muestra para los 7 sectores que conforman el barrio, debiendo así encuestar a 28 familias en cada uno de estos.

Tabla 4: Distribución de encuestas por # de sectores de Solanda

# Sector del Barrio Solanda	# de Cuestionarios
1	28
2	28
3	28
4	28
5	28
6	28
7	28
TOTAL	196

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

La intención de la encuesta no es describir a los receptores de remesas particulares quiénes, por azar son parte de la muestra, sino más bien obtener un perfil representativo y compuesto de toda la población objetivo; por esta razón la encuesta ha sido aplicada en forma aleatoria sistemática en los siete sectores del barrio; para

esto se ha tomando cada tercera casa existente y se ha aplicando una sola encuesta en cada una de ellas pese a que pueda existir más de una familia por casa.

Como técnica de aplicación del cuestionario se ha utilizado la técnica de encuesta guiada, en la cual el encuestador leyó las preguntas al encuestado, y recolectó los datos en hojas diseñadas para el efecto.

1.2.2 Análisis descriptivo

1.2.2.1 Introducción

En esta parte del capítulo, se muestran los resultados obtenidos de la investigación de campo y el análisis descriptivo, teniendo como objetivo básicamente el describir y dar a conocer, en términos generales, cuál es la situación actual de las diferentes variables de estudio consideradas en este trabajo, al interior de la población receptora de remesas.

Primero, se exponen los resultados de las variables que componen al perfil socioeconómico del receptor de remesas (1er grupo); segundo, las concernientes a las características del flujo de las remesas; tercero, aquellas catalogadas como herramientas de inversión; y finalmente, la tendencia en el destino de las remesas según consumo o inversión.

Al finalizar el análisis de este contenido del capítulo, el lector tendrá una visión más clara del entorno que rodea al receptor de remesas y se podrán derivar las primeras impresiones de la inversión de remesas en “actividades productivas”, entre estas podemos mencionar:

- ✓ ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio de un receptor de remesas en el barrio Solanda?
- ✓ ¿Cuánto es el monto que usualmente reciben del exterior?
- ✓ ¿De qué país proviene la mayor cantidad de remesas?
- ✓ ¿En qué se destinan?

1.2.2.2 Perfil socioeconómico del receptor de remesas

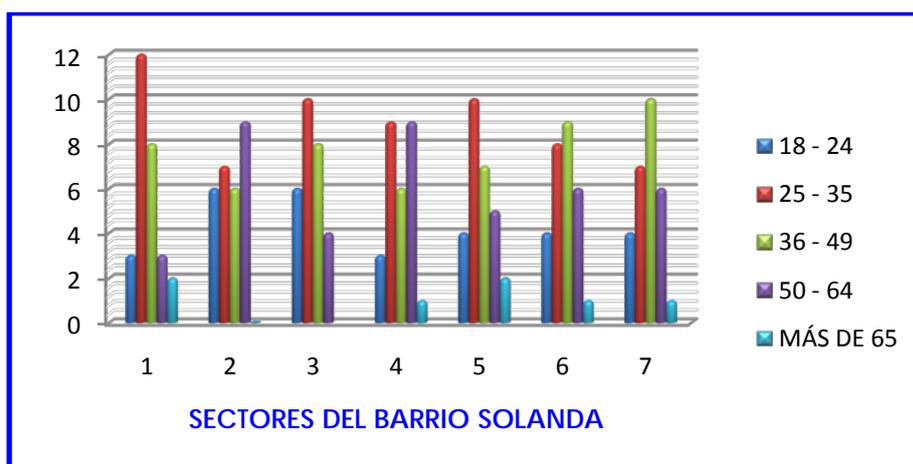
A continuación, se presenta una descripción general de las características personales que manifiesta el típico receptor de remesas ecuatoriano: edad, nivel de ingresos, nivel educativo, entre otras.

La intención es conocer quiénes son los sujetos que reciben “permanentemente” las remesas en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito y comprender el entorno socioeconómico que los rodea.

1.2.2.2.1 Edad de los receptores

La edad promedio de los receptores de remesas de los 7 sectores del barrio Solanda es de 30 años.

Cuadro 12: Edad de los receptores

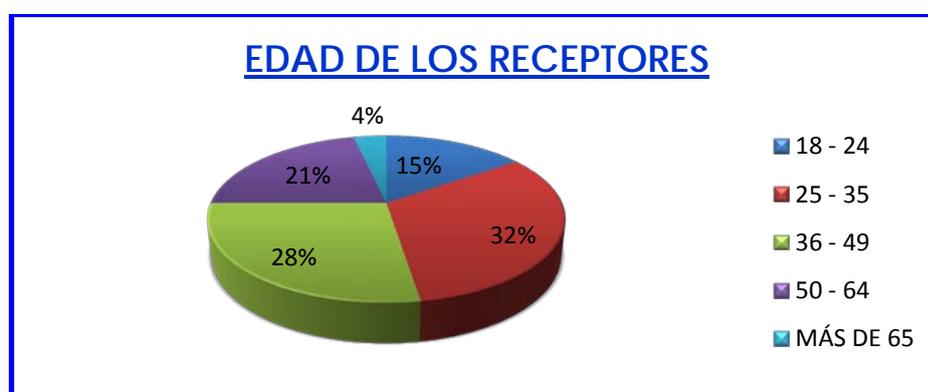


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

A su vez, la mayor cantidad de receptores se encuentra en el intervalo de edad comprendido entre 25 y 35 años. Este rango de edades representa el 32% de toda la muestra.

En segundo lugar, se ubica el intervalo de edad comprendido entre 36 y 49 años con el 28% de receptores. Los receptores de 18 a 24 años representan el 15% de la muestra, y la tercera edad apenas el 4%.



Fuente: Investigación de Campo

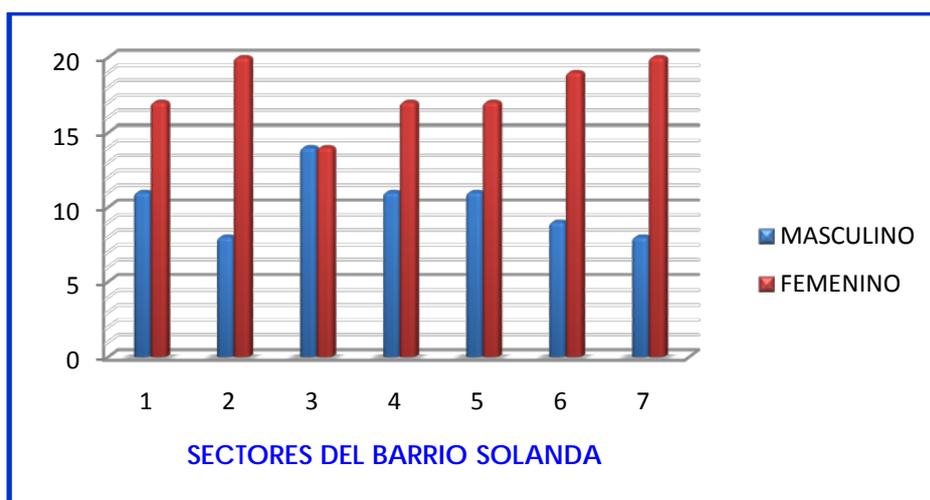
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Se puede concluir que la mayor parte de la población que recibe remesas proviene del estrato adulto. Aproximadamente, un 96% de los receptores tiene más de 18 años de edad sin sobrepasar la 3era edad.

1.2.2.2.2 Género

La distribución de género, dentro de la población receptora de remesas, no es equitativa. Las mujeres son mayoría.

Cuadro 13: Género



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Del total de receptores, el 63% está compuesto por mujeres y el 37% restante por hombres.



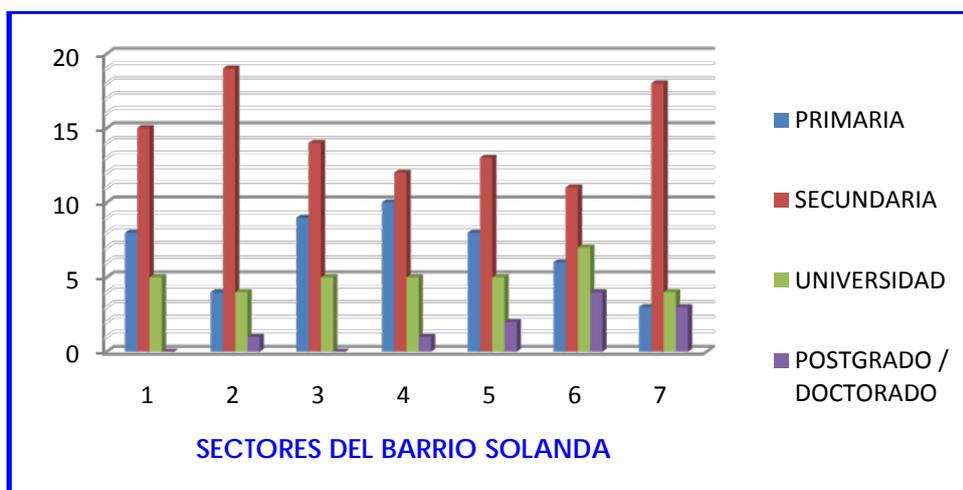
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.2.2.2.3 Nivel educativo

El nivel educativo en Solanda según los datos muestran que un 24% de los receptores contestó haber cursado únicamente la primaria, un 52% señaló haber terminado la secundaria, un 18% ha estudiado o sigue estudiando en la universidad y finalmente un 6% menciona tener un posgrado / doctorado.

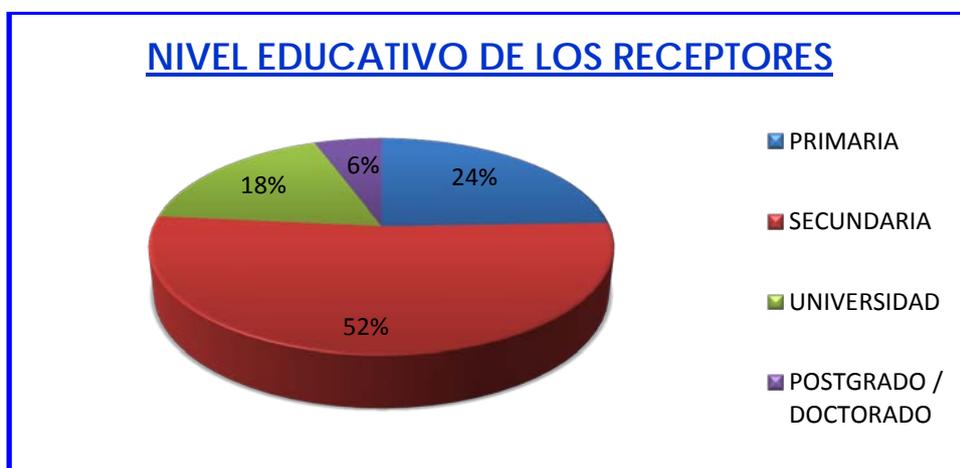
Cuadro 14: Nivel educativo



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

A nivel nacional, según el INEC, el 50% de la población ecuatoriana ha cursado solamente la primaria y un 10% ostenta un grado escolaridad por encima de la universidad.



Fuente: Investigación de Campo

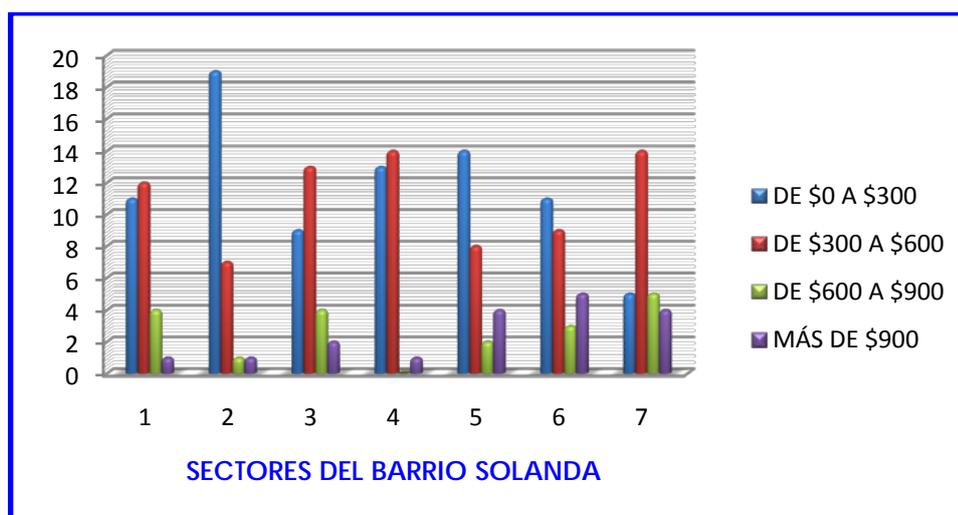
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.2.2.2.4 Nivel de ingresos

El ingreso mensual de un receptor de remesas analizado mediante la distribución de ingresos por intervalos determina que el 42% de los receptores gana hasta \$300.00 (ingreso bajo).

Un 39% gana entre \$300.00 y \$600.00 mensuales (medio bajo), el 10% percibe entre \$600.00 y \$900.00 (medio alto) y apenas un 9% tiene una entrada económica mensual superior a los \$900.00 (alto).

Cuadro 15: Nivel de ingresos



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

El receptor de remesas es una persona de ingreso medio y en términos generales pertenece a la clase media del Ecuador. Su ingreso promedio \$450.00 es superior al salario mínimo unificado vigente \$264.00

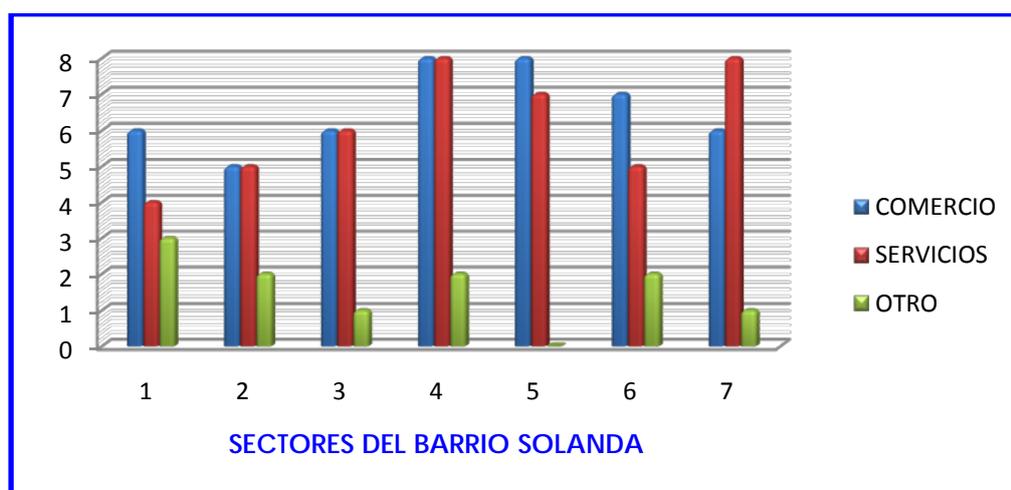
Por último, solo el 30% de los receptores manifiesta que percibe ingresos adicionales a los que obtiene por concepto de remuneraciones. El 70% restante afirma no recibir otro ingreso que no sea el referente a su trabajo diario. Entre las fuentes alternativas de ingresos se consideraron los \$30.00 del bono de desarrollo humano, pensiones, donaciones y ayudas económicas de familiares y amigos recibidos dentro del país.

1.2.2.2.5 Negocio propio

Dentro de la muestra investigada en los 7 sectores de Solanda, un 46% de los receptores encuestados afirman tener un negocio propio como sustento económico de la familia.

Por otro lado, debido a la variedad de negocios que administran los receptores de remesas, se agruparon a estos básicamente en tres grandes grupos que son comercio, servicios y otro. A continuación, se muestra en cada sector del barrio qué tipos de negocios son los más comunes entre los receptores.

Cuadro 16: Negocio propio



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Con un 46% de participación, los negocios relacionados al comercio son los más comunes entre los receptores. Al respecto, en la categoría comercio se agrupan negocios minoristas como bazares, despensas, farmacias, etc.

Luego, aparece la categoría servicios con el 43% de participación. Aquí, figuran negocios medianos como lavanderías, restaurantes, salones de belleza, talleres, taxis amigos, entre otros.

Para complementar los tres grupos antes mencionados, tenemos un pequeño porcentaje del 11% que representa otros tipos de negocios mixtos que incluyen tanto comercio y servicios, agrupándose en estos por ejemplo, la venta de recargas electrónicas, tarjetas prepago, accesorios para celular junto con los servicios de cabinas telefónicas en un mismo local comercial.



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por último, los negocios de los receptores de remesas tienen, en promedio, un tiempo de funcionamiento de 5 años disfrutando así un relativo posicionamiento en el mercado.

1.2.2.3 Rasgos característicos del flujo de remesas

En este grupo de variables se describe los rasgos característicos del flujo de remesas: el monto promedio recibido, la periodicidad de envío, los países de origen, entre otros.

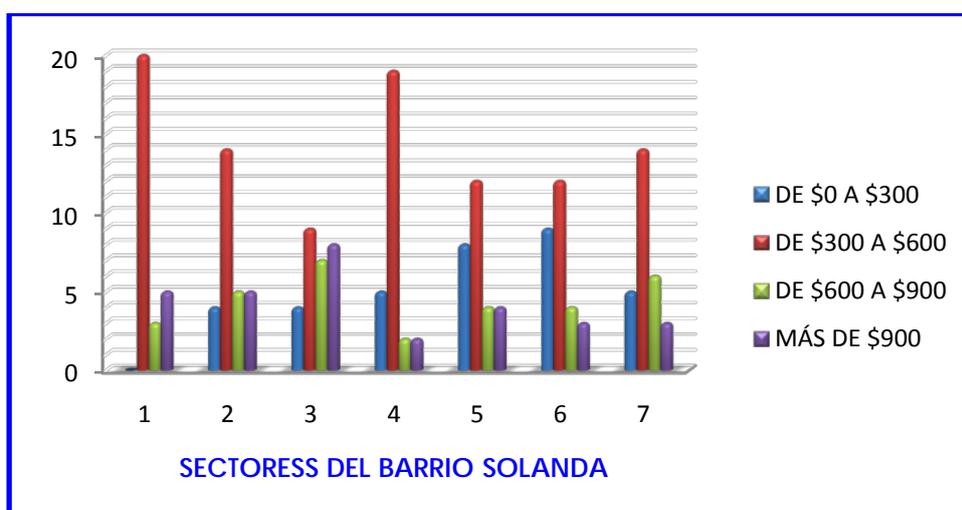
Además, se describen particularidades de las remesas para con el hogar receptor, como el parentesco entre el emisor y el receptor de la remesa, así como el tiempo que se lleva recibiendo dinero del exterior y el número de beneficiarios.

1.2.2.3.1 Monto de remesas

La muestra presenta los envíos de remesas en distintos períodos de tiempo: semanal, quincenal, mensual, trimestral, semestral y anual.

Para efectos del análisis, se procedió a estandarizar todos los montos de remesas declarados en la muestra a una misma frecuencia: mensual.

Cuadro 17: Monto de remesas



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Una vez estandarizados todos los valores de la muestra, se encontró que el monto promedio de envío de remesas es de \$350.00 mensuales.



Fuente: Investigación de Campo

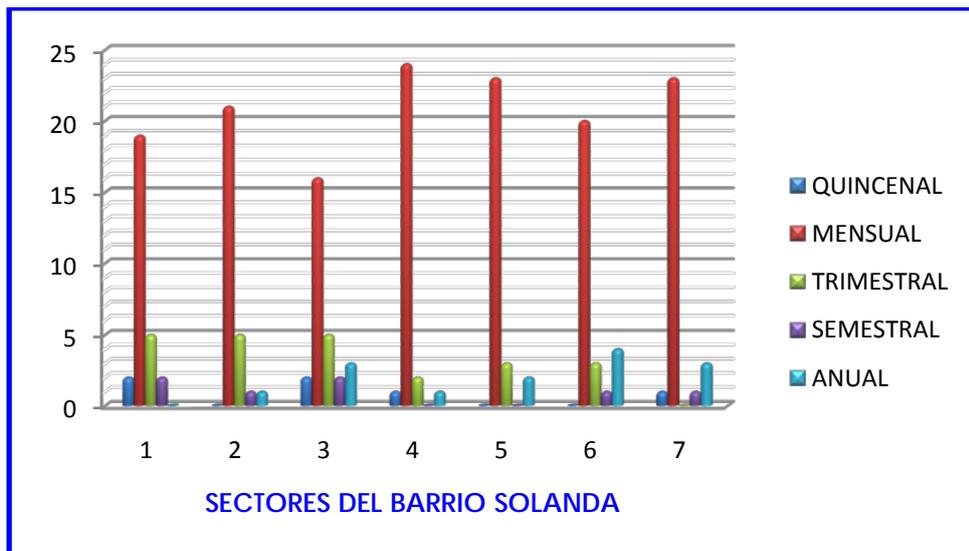
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

En el gráfico anterior, se observa que el valor de la remesa mensual que con mayor frecuencia se recibe en el barrio Solanda del sur de Quito, se encuentra entre los \$300.00 y \$600.00 con el 51% de la muestra; seguido por los montos que oscilan entre \$0.00 y \$300.00 con el 18% de participación.

1.2.2.3.2 Periodicidad del envío

Los resultados muestran que un 74% de los envíos de remesas se llevan a cabo en frecuencia mensual, siendo la frecuencia de envío más usual entre los remitentes de remesas. En segundo lugar, se ubica el envío con frecuencia trimestral con el 12% de participación y en tercer lugar la frecuencia anual con el 7%.

Cuadro 18: Periodicidad del envío



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

La frecuencia anual se puede explicar por lo grandes flujos de envío que llegan como regalos en los últimos meses del año por motivo de las fiestas navideñas y de fin de año, o a su vez por motivos de nuevo capital para inversión.



Fuente: Investigación de Campo

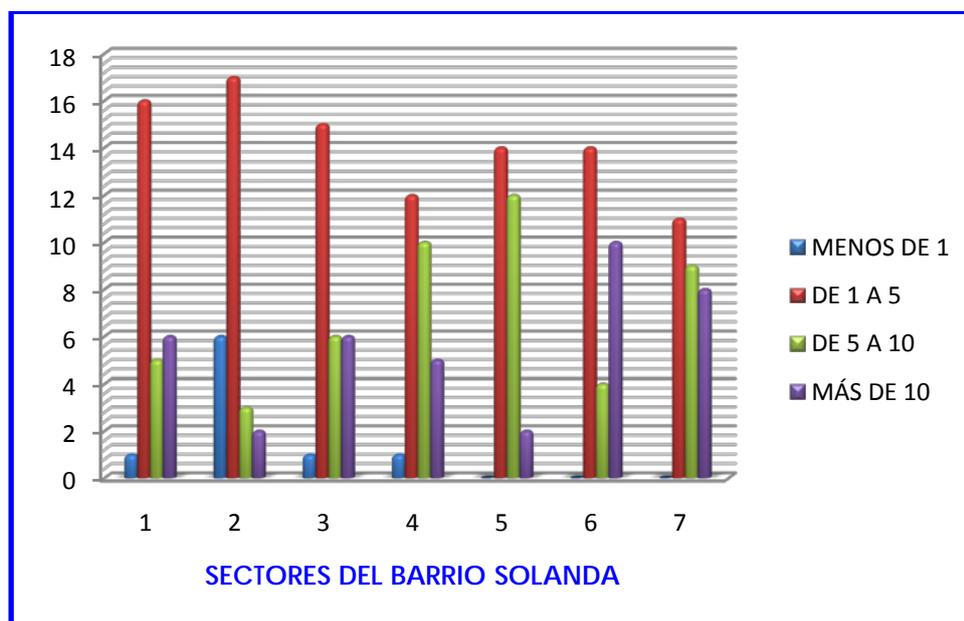
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.2.2.3.3 Tiempo recibiendo remesas

Los resultados de estudios anteriores muestran cómo las remesas han aumentado significativamente a partir de los años 90, debido al incremento del flujo migratorio y a las condiciones de la economía local.

“Utilizando la base de datos de **Ingresos Anuales por Remesas del Ecuador**, proporcionada por el Banco Mundial, se observa que las remesas aumentan significativamente a partir del año 1995, con la suma de \$386 millones, considerando que en los años 80, el monto total de remesas ascendía apenas a los \$3 millones¹²”. Luego de la crisis financiera de 1999, las remesas se dispararon aún más.

Cuadro 19: Tiempo recibiendo remesas



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

¹² BANCO MUNDIAL, *Estimaciones basadas en las Estadísticas del Anuario de Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional*, 2008.

Ahora bien, dentro de la muestra, primero se puede observar que la mitad de esta viene recibiendo permanentemente remesas en los últimos 5 años. Luego tenemos un 45% que representa a los receptores que reciben remesas por más de 5.



Fuente: Investigación de Campo

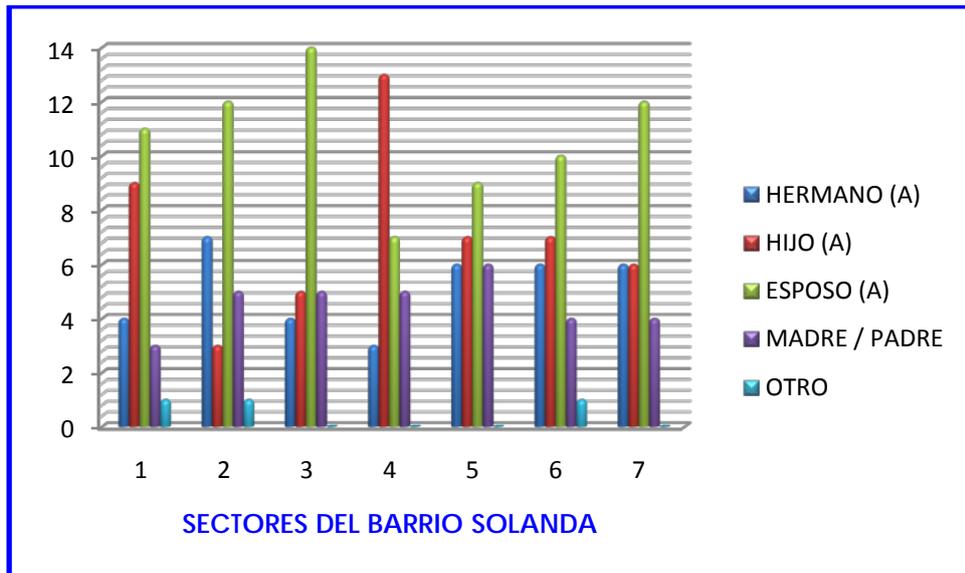
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por último, nos queda un mínimo 5% en el cual figuran las personas que han recibido remesas por menos de 1 año.

1.2.2.3.4 Parentesco del remitente

Los resultados obtenidos señalan que el parentesco con mayor representatividad, entre quienes envían y reciben las remesas, es el de los esposos y esposas.

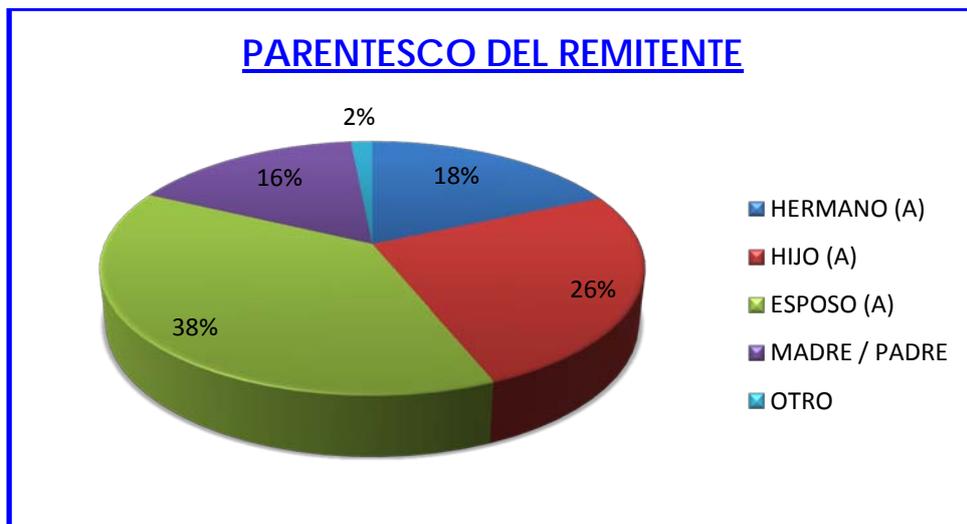
Cuadro 20: Parentesco del remitente



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Con el 38% de participación en la muestra; seguidos del 26% por parte de hijos e hijas, 18% correspondiente a hermanos y hermanas, 16% para padre y madre y 2% de otro tipo de parentescos.



Fuente: Investigación de Campo

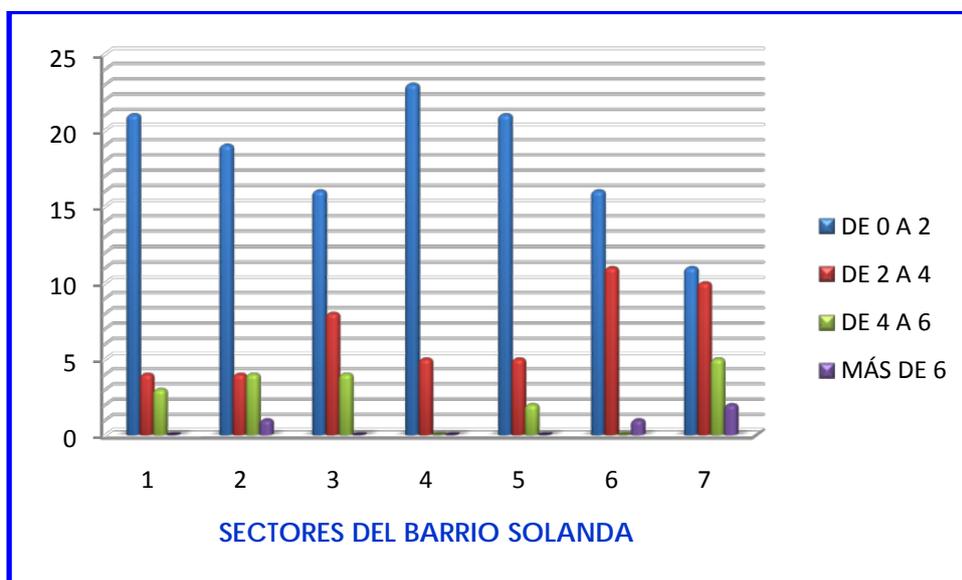
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Esto demuestra que existe una relación familiar directa entre el remitente y el receptor de remesas, por lo que muchos hogares se han visto afectados de forma significativa en la desintegración parcial del núcleo familiar, más aún cuando la situación se analiza desde el punto de vista de partida del padre o madre de familia.

1.2.2.3.5 Cargas familiares beneficiadas por las remesas

Los receptores encuestados manifestaron que el número de cargas familiares más frecuente entre la población, asciende a 2 cargas por familia, con el 65% de participación en la muestra.

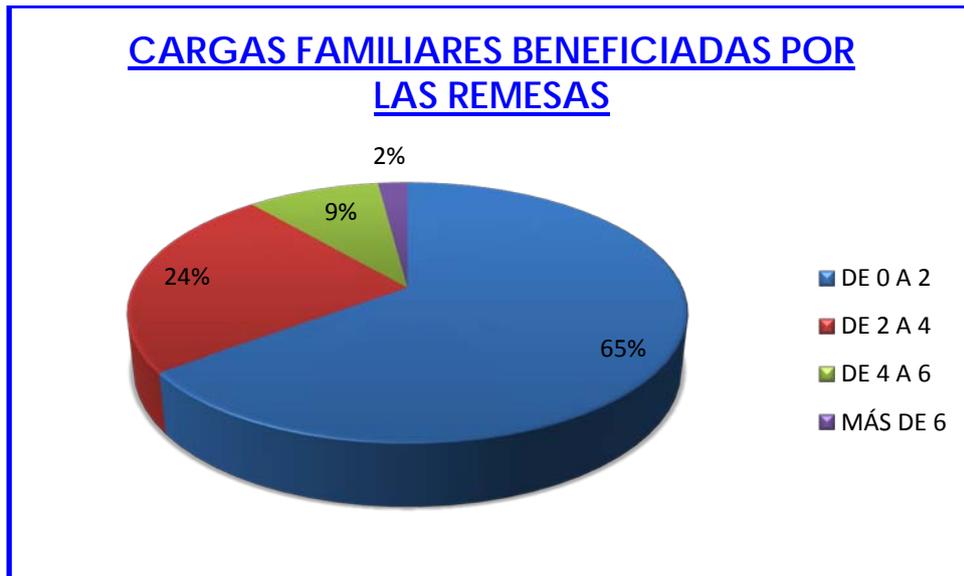
Cuadro 21: Cargas familiares beneficiadas por las remesas



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Al mismo tiempo, 2 y 4 cargas obtienen el segundo lugar con el 24% de respuesta. En líneas generales, se puede observar que casi el 90% de los receptores tiene que distribuir las remesas entre 1 y 4 cargas familiares siendo estos principalmente niños.



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

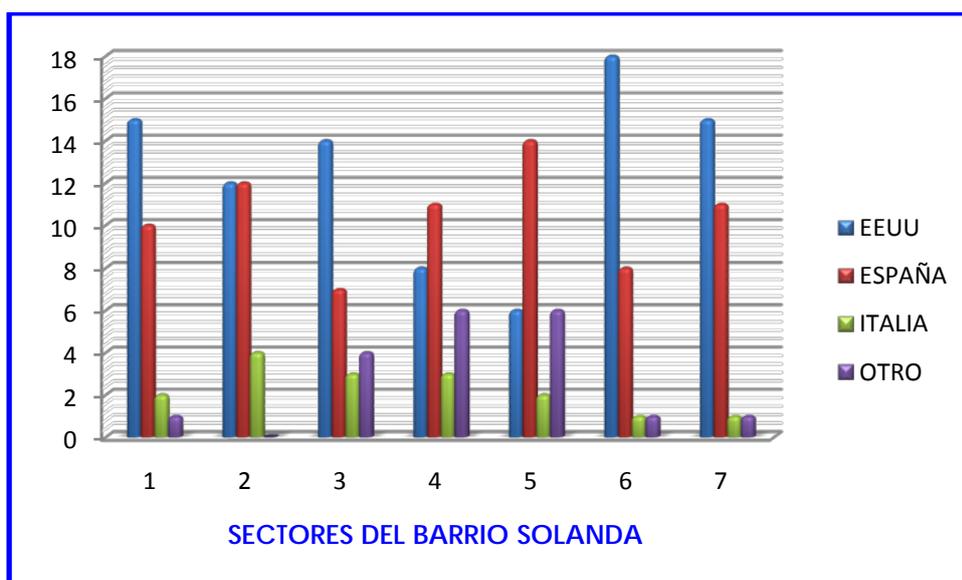
1.2.2.3.6 País proveniente de remesas

Estados Unidos es el país de donde provienen la mayor parte de las remesas que ingresan al Ecuador, con el 45% de la muestra.

En segundo lugar, está España con el 37% y en tercer lugar se ubica Italia con el 10%. En éstos tres países se concentran el 96% de los envíos de remesas. Adicionalmente, el 4% restante corresponde a otros países de origen entre los que figuran:

- Argentina
- Alemania
- Chile
- Brasil
- China

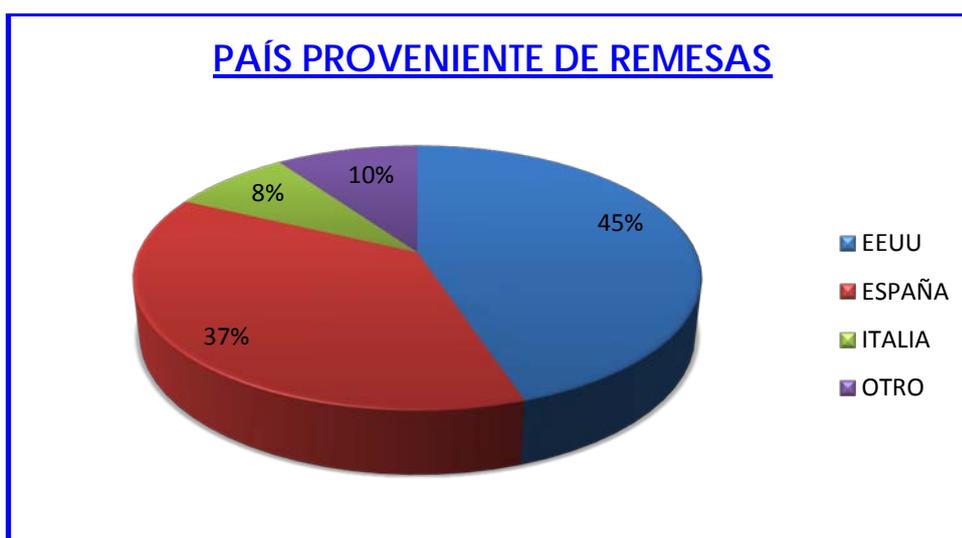
Cuadro 22: País proveniente de remesas



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Al analizar el panorama, cinco años atrás según el estudio del BID, España ocupaba el primer lugar con el 44% de los envíos y Estados Unidos era segundo con el 38%. En cambio, Italia se mantenía igual con el 10 % de participación.



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.2.2.4 Herramientas de inversión

A continuación, se analiza el efecto de variables externas al flujo de remesas, que en un alto grado de tenencia, incrementan la probabilidad de invertir las remesas por parte de los receptores.

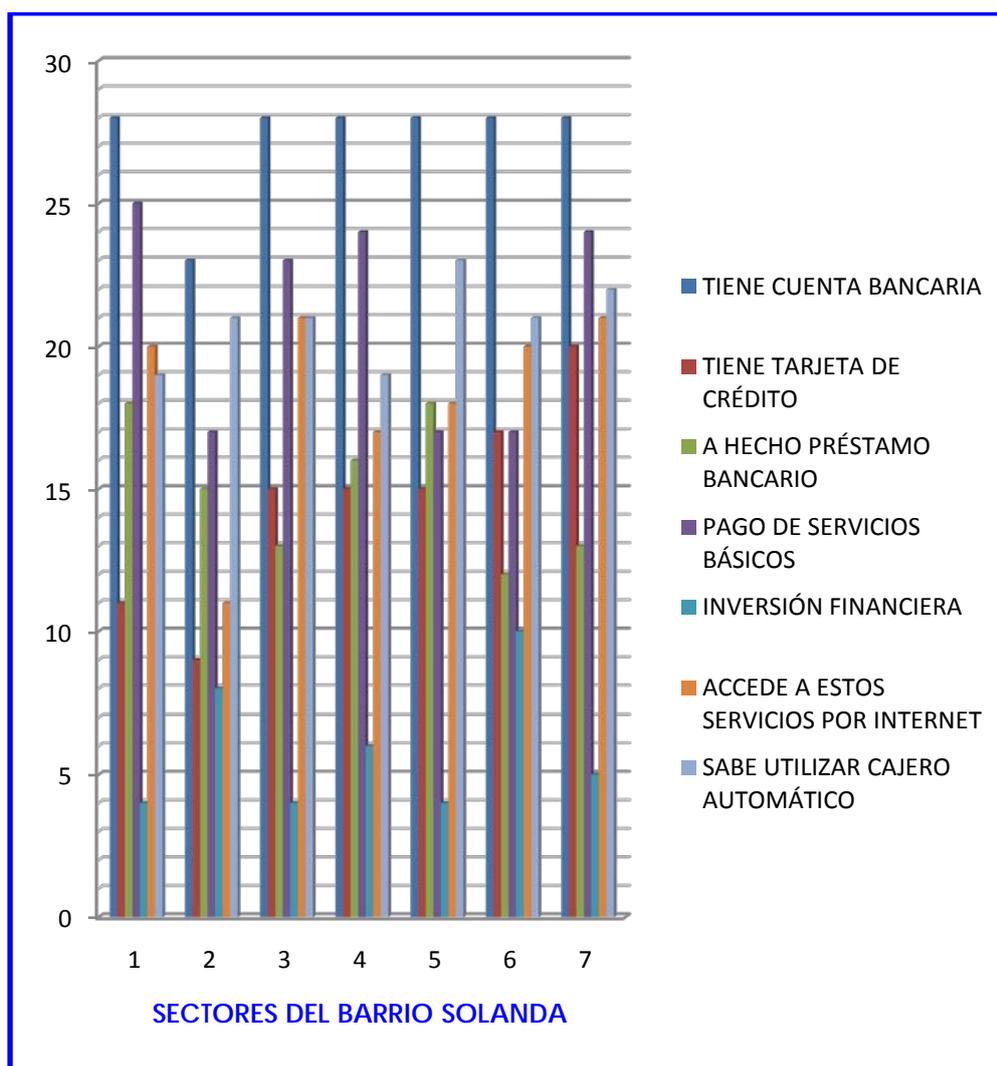
En términos generales, se muestra cuál es el nivel de acceso al sistema financiero, predisposición de inversión, percepción de negocios y el acceso a internet que ostentan los receptores de remesas del barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.

1.2.2.4.1 Acceso al sistema financiero

Según los datos obtenidos en la muestra, solo el 35% de los receptores del barrio Solanda presenta un acceso significativo al sistema financiero ecuatoriano.

Esto significa que aproximadamente 4 de cada 10 personas que reciben dinero del exterior utilizan los servicios financieros que ofrecen bancos, cooperativas o mutualistas en un grado considerable.

Cuadro 23: Acceso al sistema financiero



Fuente: Investigación de Campo

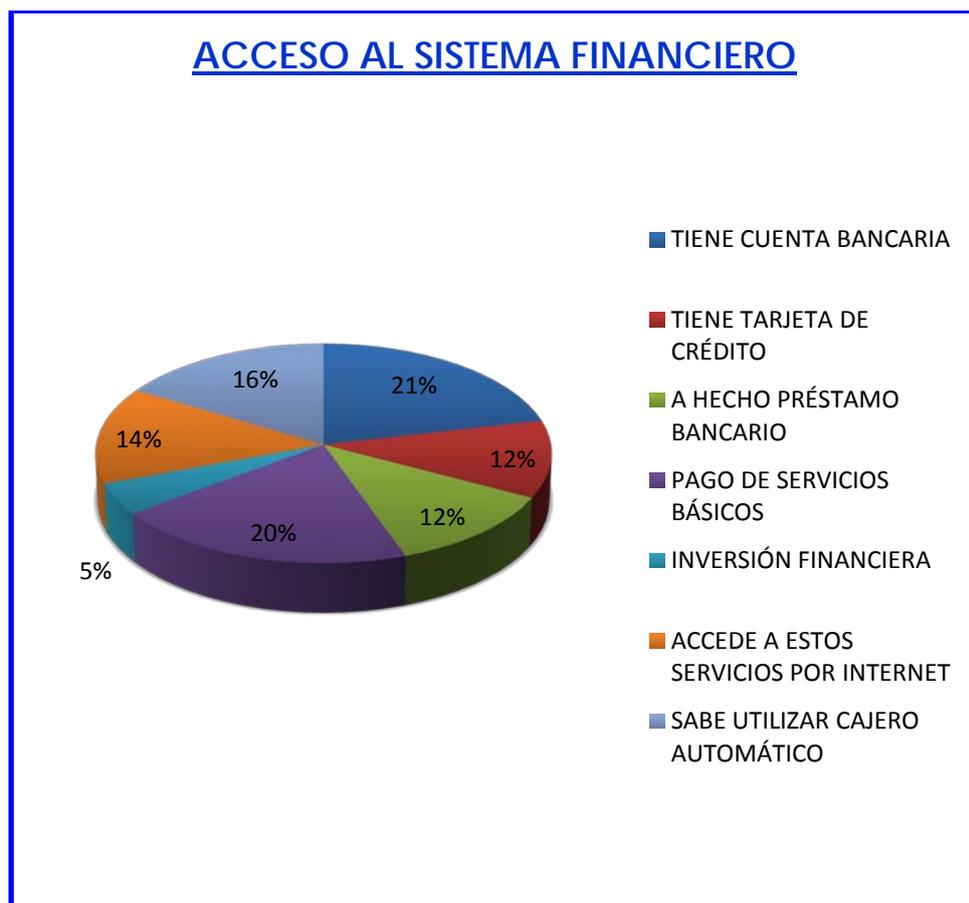
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

El 65% restante de receptores puede utilizar algunos servicios de forma ocasional, siendo estos básicamente el utilizar un cajero automático, tener una cuenta de ahorros o realizar el pago de servicios básicos en instituciones financieras.

Por otra parte, entre los servicios financieros que resultaron ser los más utilizados, se encuentran en su orden:

- 22% Tener una cuenta bancaria ya sea esta de ahorros o corriente
- 20% Pago de servicios básicos
- 17% Usar el cajero automático
- 14% Acceder a estos servicios por internet

En cambio, el servicio financiero menos utilizado son las inversiones financieras con el 5% de receptores que aplican a las mismas.



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

1.2.2.4.2 Predisposición a invertir las remesas

Hasta aquí, el objetivo principal del presente trabajo ha sido encontrar los factores que causan un efecto en el porcentaje de inversión de remesas.

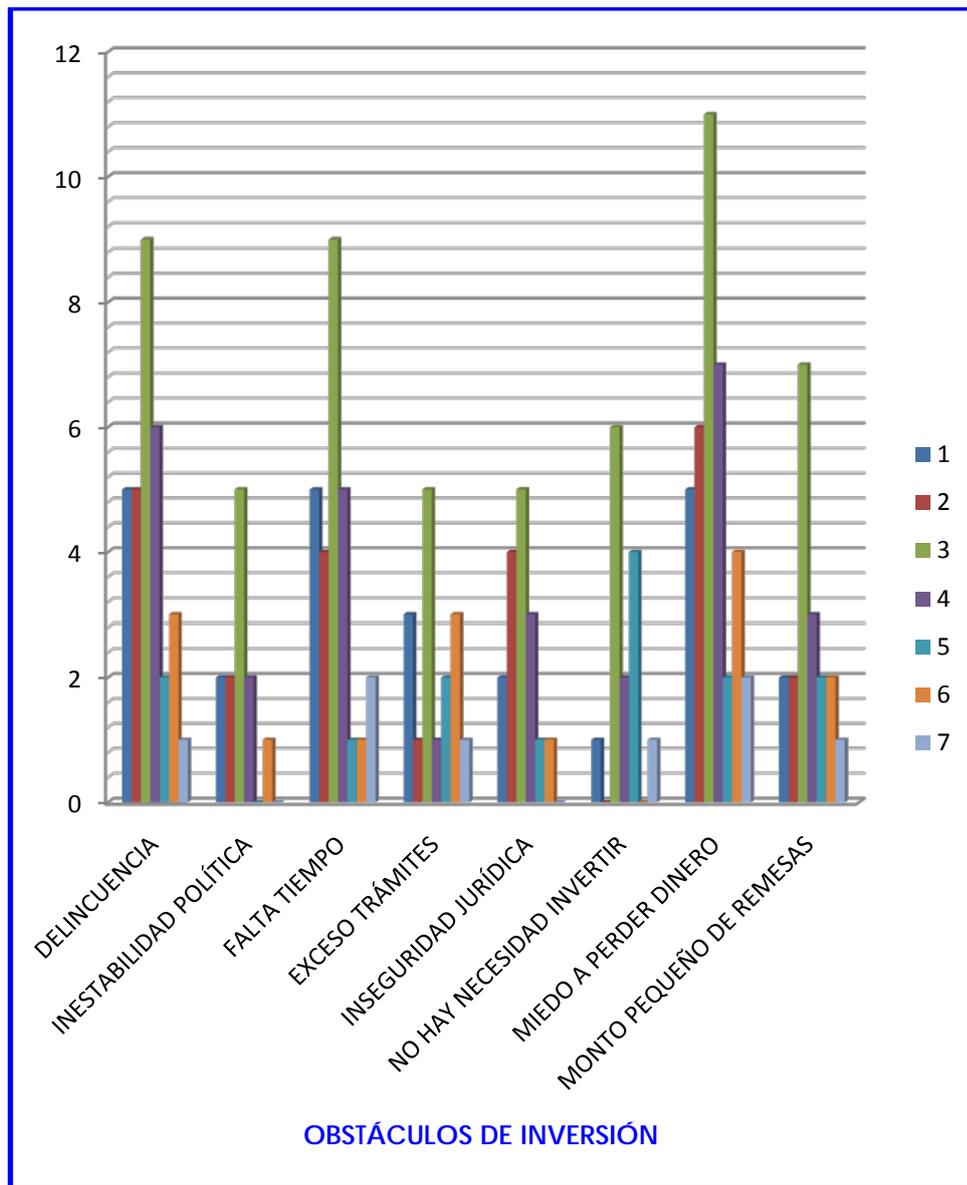
Sin embargo, ningún análisis tomaría sentido si la mayoría de los receptores de remesas no tienen la predisposición o el deseo de invertir sus remesas en negocios o actividades productivas en general.

En otras palabras, no representa ningún valor para el estudio determinar las variables o aspectos que inciden en el porcentaje de inversión de las remesas o los mecanismos de cómo fomentar dichos factores, si el receptor de remesas no manifiesta su voluntad expresa de querer incrementar su porcentaje de inversión o los motivos por los cuales no desea invertir.

Ante esto, fue indispensable incluir en el cuestionario un par de preguntas que reflejen si en realidad los receptores tienen la predisposición de invertir las remesas ya sea en su barrio.

Y en el caso de que algún receptor mostrará su negatividad a la inversión, en base a una lista de motivos, obtener aquellos aspectos que se presentan cómo los principales obstáculos a su decisión de inversión.

Cuadro 24: Predisposición a invertir las remesas



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Así, los resultados obtenidos fueron:

- En Solanda el 76% de los receptores manifiesta estar dispuesto a invertir una cantidad de las remesas en su barrio.
- El otro 24% de receptores señala que no estaría dispuesto a invertir.



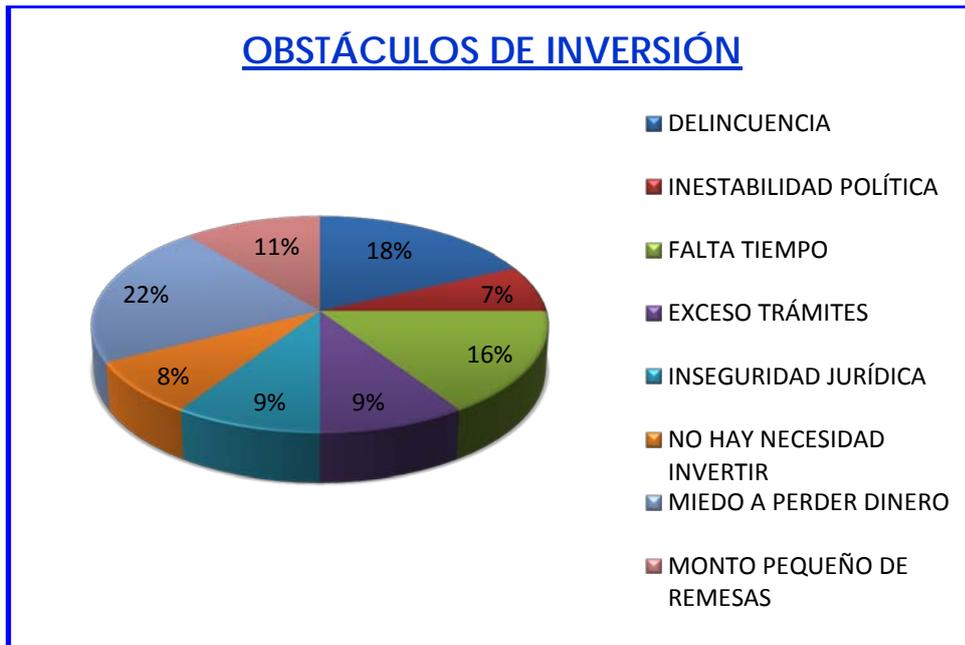
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Entre las causas más principales por las que no está dispuesto a invertir las remesas se encuentran:

- 22% El miedo a perder el dinero
- 18% La delincuencia
- 16% La falta de tiempo
- 11% El monto pequeño de la remesas

Por su parte, el exceso de trámites, la inseguridad jurídica, la no necesidad de invertir y la inestabilidad política tienen un menor porcentaje de incidencia en obstaculizar la predisposición de invertir.

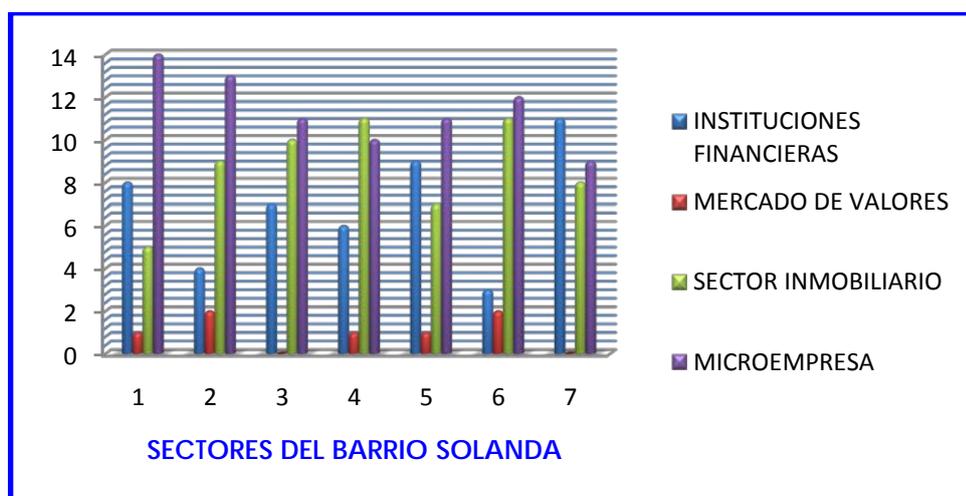


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Para complementar la información sobre la predisposición a invertir las remesas de los receptores, daremos a conocer adicionalmente la tendencia hacia que sectores de la economía estos estarían dispuestos a canalizar sus inversiones.

Cuadro 25: Canalización de inversiones

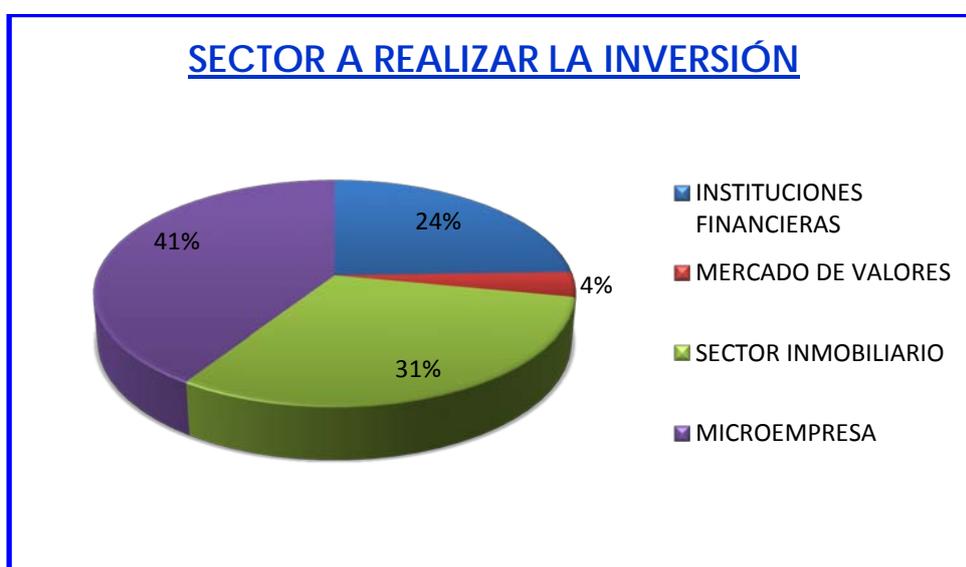


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Los resultados obtenidos señalan que el destino de inversión con mayor representatividad, entre los receptores de remesas, es la creación de microempresas “negocio propio”.

Con el 41% de participación en la muestra; seguidos del 31% en el sector inmobiliario, 24% correspondiente a instituciones financieras y 4% en el mercado de valores.

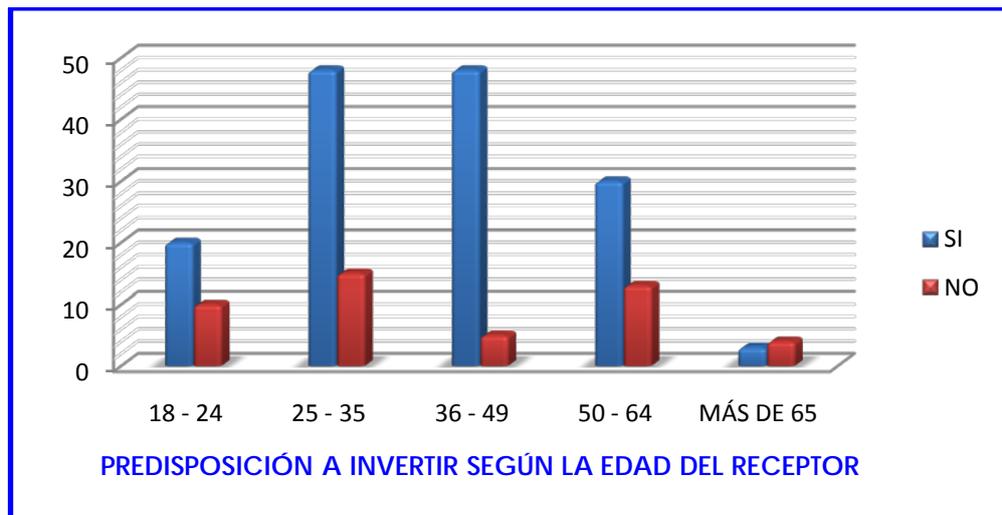


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cabe indicar que la predisposición a invertir las remesas varía según la edad y el nivel de educación de cada receptor.

Cuadro 26: Predisposición a invertir según la edad

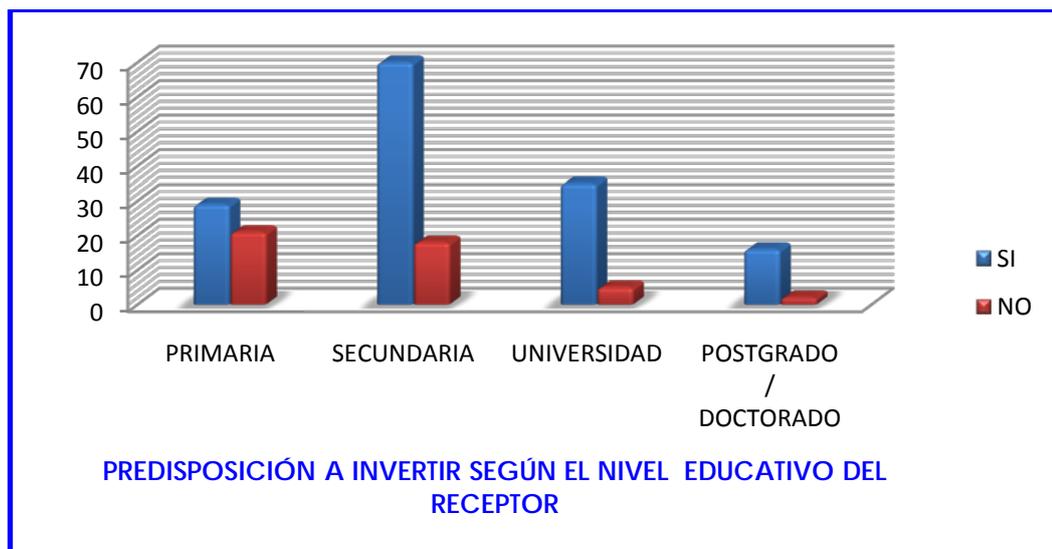


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Debido a que los receptores más jóvenes o con un alto nivel educativo muestran una mayor predisposición para invertir las remesas que aquellos con una mayoría considerable de edad o poca instrucción educativa.

Cuadro 27: Predisposición a invertir según el nivel de educación



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Lo ideal es que el 100% de la población receptora de remesas presente una buena predisposición para invertir las remesas en negocios o en alguna actividad que les genere riqueza y por lo tanto un mayor desarrollo socioeconómico.

1.2.2.4.3 Percepción de negocios

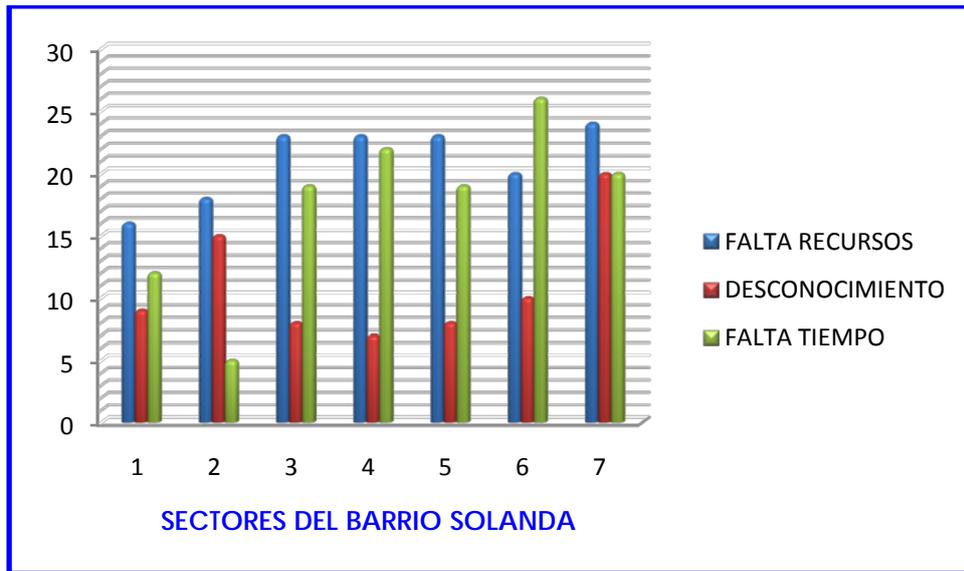
Por último, para terminar con el análisis descriptivo de las variables herramientas de inversión, se creyó necesario averiguar distintos aspectos de negocios que, entre la población receptora de remesas, pueden resultar claves para entender cómo piensan los receptores sobre el desenvolvimiento de los negocios y que a la vez juegan un papel importante para explicar el bajo o alto porcentaje de inversión que deciden sobre sus remesas.

Al respecto, se consultó a los receptores de remesas acerca de sus perspectivas y opiniones sobre la posibilidad de tener un negocio propio en un escenario hipotético.

La tarea consistió en investigar los aspectos más difíciles que los receptores de remesas consideran que deben enfrentar al momento de iniciar un negocio, el tipo de negocio que desearían emprender y cuánto dinero necesitarían como mínimo para empezar.

En lo que se refiere a los resultados, se expondrán primero los aspectos que los receptores eligieron como los más difíciles de superar a la hora de empezar un negocio.

Cuadro 28: Percepción de negocios



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Al respecto, el aspecto que quedó en primer lugar, escogido por el 42% de los receptores como el mayor impedimento para emprender un negocio, fue la falta de recursos. En segundo lugar, aparece la falta de tiempo con un 36% de receptores; y en tercer lugar se ubica el desconocimiento con el 22% de participación.

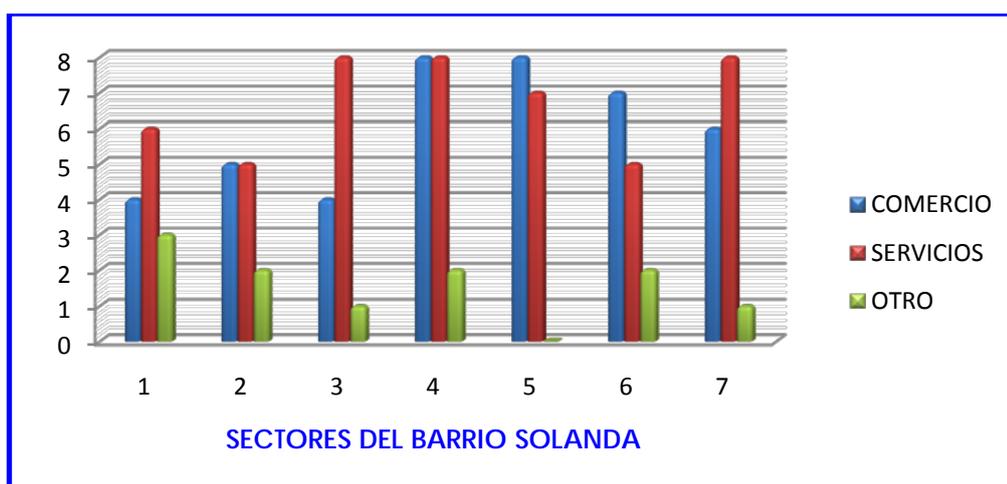


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por otro lado, tomando en cuenta la clasificación de negocios contemplada en la variable negocio propio, el 47% de los receptores señalaron que si tuvieran la oportunidad de abrir un negocio, éste fuera uno relacionado a los servicios.

Cuadro 29: Opción de negocio



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Otro 42% de receptores prefiere un negocio relacionado al comercio; mientras que, un 11% desearía emprender un negocio mixto que comprenda tanto comercio como servicios.

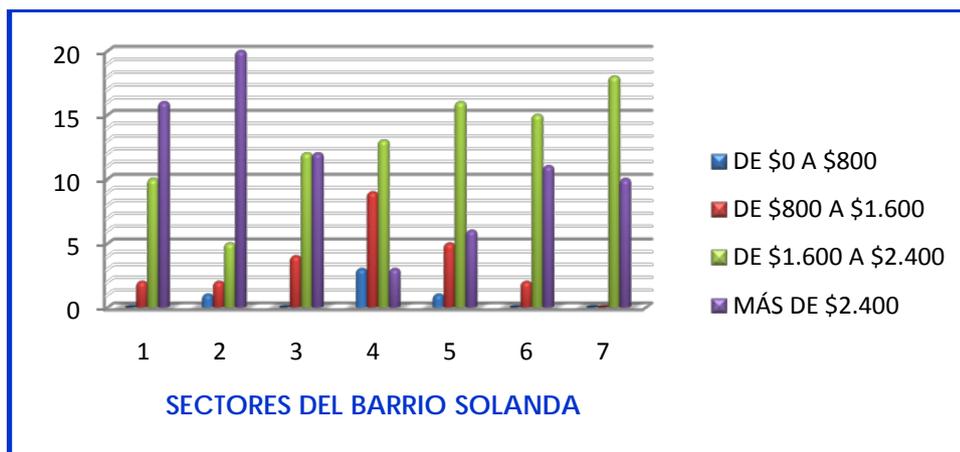


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

En lo que concierne al monto mínimo de dinero que los receptores creen necesario reunir para hacer posible la apertura de un negocio, el monto que con mayor frecuencia se repitió fue el intervalo de \$1.600.00 a \$2.400.00 con un 45%, seguido por un 40% que representa al intervalo de más de \$2.400.00

Cuadro 30: Monto mínimo abrir un negocio



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Una vez estandarizados todos los valores de la muestra, se encontró que el **monto promedio** indispensable para abrir un negocio es de **\$1.600,00**



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por último, del cuestionario utilizado se pudo obtener también una estadística reveladora. Del total de receptores de remesas considerados en la muestra, apenas el 38% de ellos afirma haber recibido alguna vez capacitación de cómo iniciar un negocio.

Cuadro 31: Capacitación profesional



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Esto sin duda afecta considerablemente la capacidad de los receptores de emprender alguna actividad productiva. La falta de conocimiento es un elemento crucial para que el porcentaje de inversión de remesas no se incremente.

1.2.2.4.4 Destino de las remesas

En esta sección se describen los resultados que se obtuvo acerca del uso que le da cada hogar receptor a las remesas.

Es importante establecer en qué se destinan las remesas, para qué actividades se las utiliza y cuál es el monto que se gasta en cada una de ellas. A su vez, con esta información, se puede determinar el porcentaje promedio de inversión por parte del receptor de remesas representativo del barrio Solanda.

¿A dónde van las remesas?

En base a los resultados de la muestra, se obtiene que la mayor parte de las remesas que ingresan a un hogar receptor, se destina al consumo diario del hogar, representando el 62% del monto total; la inversión llega al 31% y el 7% restante se destina al pago de deudas.

Cuadro 32: Destino de las remesas

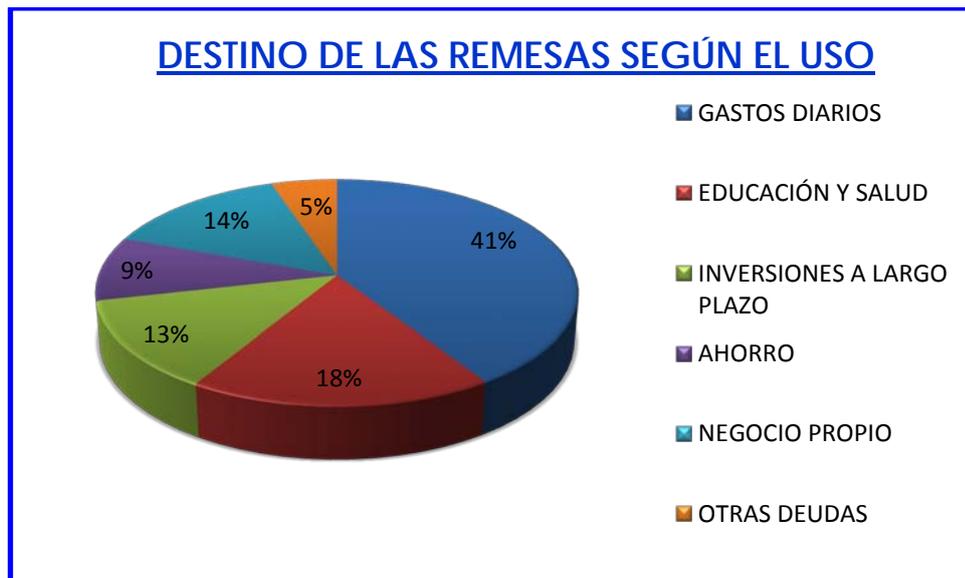


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por otro lado, se puede descomponer al consumo e inversión de las remesas en algunas subcategorías de uso y/o destino.

Cuadro 33: Destino de las remesas según el uso



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Así pues, se puede observar que la típica remesa que entra en un hogar se destina principalmente en: 41% para los gastos diarios de la familia, 18% para educación y salud, 14% para la inversión en un negocio propio o actividad productiva, 13% inversiones a largo plazo, 9% para ahorros bancarios y 5% para el pago de deudas.

CAPÍTULO # 2

ESTUDIO DE MERCADO

“En el estudio de mercado se realizan análisis de oferta, demanda del producto, precios, sistema de comercialización y materias primas y demás insumos que se requieren en el periodo de operación del proyecto, con el fin de establecer las posibilidades reales que tendrá el bien o el servicio para competir en un mercado determinado¹³”.

El estudio de mercado es la base principal, que permite obtener la información necesaria para efectuar el estudio técnico, financiero y la posterior evaluación del proyecto.

2.1 Objetivos del estudio de mercado

Determinar la factibilidad de crear el restaurante Light Bar en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito y conocer realmente cuál es la posición de la empresa frente a la demanda existente y futura, estableciendo diferentes comportamientos de la competencia, por lo que se debe precisar lo siguiente:

- La existencia en el mercado de personas dispuestas a consumir alimentos en base a una dieta balanceada.
- Identificar la demanda futura que tendrá el restaurante Light Bar
- Determinar los gustos, preferencias y economías de los clientes potenciales
- Estimar los precios que realmente estarían dispuestos a pagar los clientes por el producto a ofertar.

¹³ TORRES, Tania, *Proyectos I*, 1ra Edición, Editorial UTPL, Loja – Ecuador, 2004, p. 17

2.2 Definición del tipo de producto

El restaurante **Light Bar** se dedicará a la preparación y comercialización de comida light, entendiéndose ésta como una alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos:

- Lácteos
- Carnes
- Verduras y frutas
- Granos

Con la utilización de productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, con el fin de proporcionar los nutrientes y la energía que el cuerpo requiere, previniendo enfermedades y preservando la salud.

Cabe señalar que la comida light se basa en una preparación sin excesos de grasas, condimentos, con productos naturales pero sin excluir el grupo de carnes a diferencia de la comida vegetariana.

2.3 Metodología del estudio de mercado

La metodología que se establecerá para la realización del proyecto será la encuesta, la cual nos permitirá reunir datos mediante las entrevistas por escrito que se formulen en forma personal y determinar los resultados mediante la tabulación de las mismas.

2.3.1 Segmentación del mercado

Se concibe a la segmentación del mercado como el proceso de dividir al mercado total en varios grupos pequeños, de modo que se orienta al cliente identificando las necesidades de los mismos para satisfacer.

El servicio que brindará el restaurante Light Bar dedicado a la preparación y comercialización de comida light utilizando productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas se enfocara en el siguiente criterio de segmentación de mercado de consumidores, considerando las siguientes variables:

Tabla 5: Variables de segmentación de mercado de consumidores

<p style="text-align: center;">Geográficas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Región ✓ Tamaño de la ciudad ✓ Urbana-rural ✓ Clima 	<p>En Ecuador, provincia de Pichincha , ciudad de Quito, barrio Solanda conformado por 7 sectores que cuenta con un clima bien impredecible que generalmente tiende a ser frío-templado, ubicado específicamente en el sector sur de la ciudad entre las Avenidas Ajaví, Teniente Hugo Ortiz, Antonio Solanda y Cardenal de la Torre.</p>
<p style="text-align: center;">Demográficos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingresos ✓ Edad ✓ Genero ✓ Ciclo de la vida familiar ✓ Clase social 	<p>Orientado a todo tipo de clientes, sin distinción de género, edad ni clase social, debido a la facilidad que tendrán familias enteras de disfrutar de una variada y saludable comida a precios razonables y servicio de calidad.</p>
<p style="text-align: center;">Psicológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Personalidad ✓ Estilo de vida ✓ Valores 	<p>Los clientes no cambiaran su estilo de vida habitual en la alimentación, no obstante se propenderá a que en el establecimiento exista un ambiente acogedor que genere confianza, placer al degustar los alimentos y tranquilidad a los clientes.</p>
<p style="text-align: center;">Conductuales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Beneficios deseados ✓ Tasa de uso 	<p>El beneficio del producto se da específicamente en la forma de preparar los alimentos utilizando productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, con el fin de proporcionar los nutrientes y la energía que el cuerpo requiere, previniendo enfermedades y preservando la salud, con una eficiente atención ofertada y a un precio muy competitivo, se propenderá así que nuestros clientes sean grandes usuarios del servicio.</p>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

2.3.2 Tamaño del universo

El sector de Solanda ha tenido en los últimos años un gran desarrollo comercial, los resultados del Censo de Población y Vivienda del 2010 (INEC, 2011) determinan que en el barrio Solanda existen **77.830 habitantes**, 65% de los cuales son mayores de edad y pertenecen a la población económicamente activa (PEA), es decir 50.590 personas.

Según la Agencia Municipal de Desarrollo CONQUITO, la composición de la PEA en Solanda a fines del 2010 es:

Tabla 6: Tamaño del universo

		
Categoría de Ocupación	Número de Personas	%
Empleados públicos	4.857	9,60%
Empleados privados	23.069	45,60%
Comerciantes	12.395	24,50%
Empresarios	5.008	9,90%
Informales	5.261	10,40%
Total	50.590	100,00%

Fuente: Agencia Municipal de Desarrollo CONQUITO

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

2.3.3 Tamaño de la muestra

La muestra constituye la porción representativa de la población, ya que ésta resulta ser demasiada grande para el análisis en su totalidad. En este caso se aplicó nuevamente la fórmula de la proporción, anteriormente utilizada para calcular el tamaño de la muestra del número de encuestas a realizar.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{B^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Para tener la seguridad de que el tamaño de la muestra es el adecuado, para aplicar eficientemente la fórmula de n para proporciones se usa: $p=0.5$ y como $q=1-p$, se tiene que $q=0.5$.

El valor p es la probabilidad de selección del elemento muestral y q es la probabilidad de no selección del elemento muestral.

$B = 0.08$; que equivale al 8% considerado como error muestral.

$\alpha=0,05$; que equivale al 5%, ya que el nivel de confianza buscado es del 95%

Y se tiene por tanto:

$$\alpha/2=0,025$$

$$1-\alpha/2=0,975$$

$$Z_{\alpha/2}=1.96$$

El valor de $Z_{\alpha/2}$, se obtiene por medio de la tabla **Z** para la distribución normal

N que es el número de elementos de la población es **N= 50.590**

Aplicando estos valores en la fórmula anterior, se tiene:

$$n = \frac{(1,96^2).(50.590).(0.5).(0.5)}{(0,08^2).(50.589)+(1,96^2).(0.5).(0.5)} = 149,62$$

El tamaño de la muestra es **n= 149,62** para compensar cualquier sesgo que pueda incluirse por respuestas mal interpretadas, el número de encuestas que han aplicado en el presente estudio es de **150**.

2.4 Metodología de la investigación

Para la elaboración del presente proyecto se ha considerado el uso de encuestas individuales, en las mismas que se elaboraron las preguntas de acuerdo a los objetivos de la investigación.

El formulario contiene 8 preguntas, cuyo enfoque servirá para conocer el uso del servicio y las preferencias del mismo por parte de los clientes para la apertura del restaurante Light Bar. “**Ver Anexo # 2, páginas 261 - 263**”

2.4.1 Análisis e interpretación de los resultados

2.4.1.1 Informe de la investigación

La ejecución de la encuesta del proyecto **Light Bar** se realizó los días 11 y 13 de septiembre del 2011 mediante visitas en los 7 sectores que conforman el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.

La encuesta fue recibida de manera optimista puesto que la mayor parte de los encuestados estuvieron de acuerdo en la creación de un restaurante que oferte alimentos en base a una dieta balanceada y saludable.

Para el estudio y análisis del mercado, se consideró la muestra de 150 encuestas, cuyos resultados e investigación se presentan a continuación:

Información demográfica

Género

Tabla 7: Información demográfica de encuestadas

Género	%
Hombres	56,67%
Mujeres	43,33%
Total	100,00%

Cuadro 34: Información demográfica de encuestados



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

De las 150 personas encuestadas, 85 fueron hombres, correspondientes al 56,67% y 65 fueron mujeres, correspondiendo al 43,33%.

Preguntas

1. ¿Qué tipo de comida acostumbra usualmente a consumir a la hora del almuerzo?

Tabla 8: Tipo de comida que usualmente consumen los encuestados

Tipo de comida	Encuestados	%
Comida rápida	2	1,33%
Almuerzos	128	85,33%
Comida vegetariana	6	4,00%
Comida china	4	2,67%
Comida italiana	3	2,00%
Mariscos	2	1,33%
Comida nacional	5	3,33%
Total	150	100,00%

Cuadro 35: Tipo de comida consumida por encuestados



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

El 85,33% de los encuestados al medio día usualmente acostumbran a consumir almuerzos, seguido por el 4% de comida vegetariana, el 3,33% de comida nacional, el 2,67% de comida china, el 2% de comida italiana y el 1,33% de mariscos y de comida rápida.

2. ¿En qué medida, es cada uno de los siguientes aspectos una consideración importante al momento de consumir el almuerzo?

Tabla 9: Aspectos importantes en la elección de almuerzos

Aspectos Almuerzos	Consideración Importante	%	Consideración Algo Importante	%	Consideración Nada Importante	%	Total
Precio	85	56,67%	25	16,67%	40	26,67%	150
Calidad	150	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	150
Sabor	150	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	150
Cantidad	70	46,67%	10	6,67%	70	46,67%	150
Variedad	145	96,67%	0	0,00%	5	3,33%	150
Presentación del plato	130	86,67%	20	13,33%	0	0,00%	150

Cuadro 36: Aspectos más importantes al consumir almuerzos



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

El 100% de los encuestados considera que la calidad y el sabor son aspectos muy importantes en la elección de un almuerzo, el 96,67% opina que la variedad es muy importante en la elección de un almuerzo, seguido por la presentación del plato con un 86,67%.

Otro factor determinante es el precio con el 56,67% y finalmente el 46,67% de los encuestados considera que la cantidad es un aspecto algo importante a la hora de elegir un almuerzo.

3. ¿En qué medida es cada uno de los siguientes aspectos una consideración importante al momento de elegir un restaurante?

Tabla 10: Aspectos importantes en la elección de restaurantes

Aspectos Restaurante	Consideración Importante	%	Consideración Algo Importante	%	Consideración Nada Importante	%	Total
Rapidez del servicio	110	73,33%	25	16,67%	15	10,00%	150
Comodidad	130	86,67%	5	3,33%	15	10,00%	150
Limpieza	150	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	150
Calidad del servicio	135	90,00%	15	10,00%	0	0,00%	150
Ambiente	125	83,33%	20	13,33%	5	3,33%	150
Atención	145	96,67%	0	0,00%	5	3,33%	150
Capacidad del restaurante	115	76,67%	10	6,67%	25	16,67%	150
Ubicación	90	60,00%	20	13,33%	40	26,67%	150
Facilidad de estacionamiento	105	70,00%	15	10,00%	30	20,00%	150

Cuadro 37: Aspectos más importantes en elección de restaurantes



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

El 100% de los encuestados considera que la limpieza es un aspecto muy importante en la elección de un restaurante, el 96,67% opina que la atención es muy importante en la elección de un restaurante, seguido por la calidad del servicio con un 90%

Otro factor determinante es la comodidad con el 86,67%, el 83,33% opina que el ambiente es un aspecto muy importante, así como también la capacidad del restaurante con el 76,67%, la rapidez del servicio con el 73,33%, la facilidad de estacionamiento con el 70% y finalmente la ubicación del restaurante con el 60%

4. ¿Generalmente cuánto gasta en su almuerzo?

Tabla 11: Rango de precios

	De \$ 1,50 a \$ 1,75	De \$ 1,75 a \$ 2,25	De \$ 2,25 a \$ 2,50	Más de \$2,50
	10,00%	26,67%	43,33%	20,00%
Encuestados	15	40	65	30

Cuadro 38: Precios que encuestados gastan por almuerzos



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

El 43,33% de los encuestados gasta entre \$2,25 y \$2,50 en un almuerzo, el 26,67% gasta entre \$1,75 y \$2,25, el 20% gasta más de \$2,50 mientras que el 10% gasta entre \$1,50 y \$1,75.

5. ¿Almuerza constantemente fuera de casa?

Tabla 12: Comida fuera los fines de semana

	Si	%	No	%
Almuerzan constantemente fuera de casa	84	56,00%	66	44,00%

Cuadro 39: Almuerzan constantemente fuera de casa



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

El 63,33% de las personas encuestadas salen a comer constantemente fuera de casa en el sector de Solanda y el 36,67% no salen a comer fuera en este sector.

6. ¿Estaría usted dispuesto a consumir su almuerzo en base a comida light, entendiéndose ésta como una alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos (grupo lácteo, grupo de carnes, grupo de verduras y frutas y grupo de granos), con la utilización de productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, con el fin de proporcionar los nutrientes y la energía que el cuerpo requiere, previniendo enfermedades y preservando la salud?

Tabla 13: Nivel de aceptación de la comida light

	Si	%	No	%
Nivel de aceptación comida light	130	86,67%	20	13,33%

Cuadro 40: Nivel de aceptación de la comida light



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

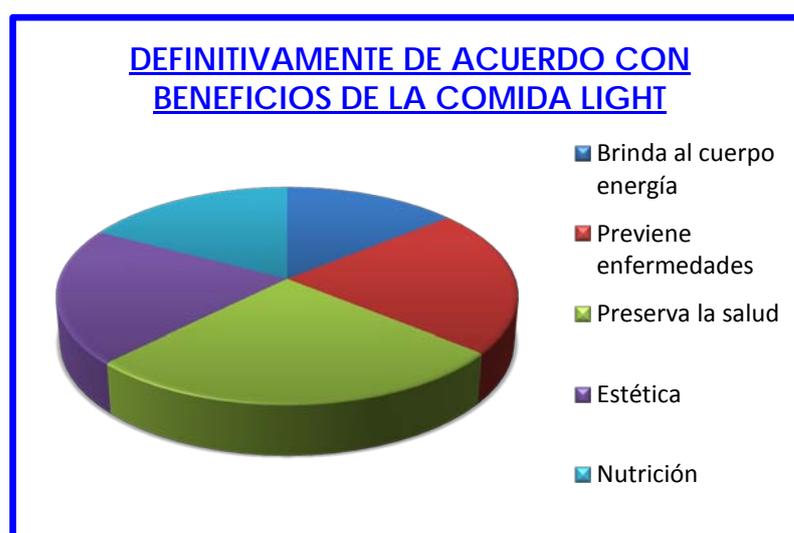
El 86,67% de las personas encuestadas estarían dispuestas a consumir un almuerzo en base a comida light y el 13,33% no estarían dispuestas a consumir comida light.

7. ¿En qué medida es cada uno de los siguientes aspectos un beneficio importante de la comida light?

Tabla 14: Beneficios de la comida light

Beneficios comida light	% Definitivamente de Acuerdo	% Generalmente de Acuerdo	% Ligeramente de Acuerdo	% Ligeramente en Desacuerdo	% Generalmente en Desacuerdo	% Definitivamente en Desacuerdo
Brinda al cuerpo energía	34,62%	26,92%	23,08%	3,85%	7,69%	3,85%
Previene enfermedades	53,85%	23,08%	15,38%	0,00%	7,69%	0,00%
Preserva la salud	65,38%	11,54%	15,38%	3,85%	3,85%	0,00%
Estética	50,00%	7,69%	26,92%	11,54%	3,85%	0,00%
Nutrición	42,31%	23,08%	15,38%	11,54%	7,69%	0,00%

Cuadro 41: Definitivamente de acuerdo con beneficios de la comida light



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

De acuerdo a las personas encuestadas, los principales beneficios de la comida light son: preservación de la salud con el 65,38%, prevención de enfermedades con el 53,85%, estética con el 50%, nutrición con el 42,31% y brinda al cuerpo energía con el 34,62%.

8. ¿Generalmente, por qué medio o medios, conoce de la existencia de nuevos restaurantes?

Tabla 15: Medios de publicidad de los restaurantes

Medios de publicidad	Encuestados	%
Televisión	13	7,74%
Internet	8	4,76%
Referencias personales	115	68,45%
Radio	8	4,76%
Correo	12	7,14%
Prensa	8	4,76%
Hojas volantes	4	2,38%
Total	168	100,00%

Cuadro 42: Medio de publicidad de restaurantes



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Interpretación

Los principales medios por los cuales los encuestados conocen de la existencia de nuevos restaurantes son: referencias personales con el 68,45%, la televisión el 7,74%, el correo electrónico el 7,14%, el internet, la prensa el 4,76% y por medio de hojas volantes y trípticos el 2,38%.

2.5 Análisis de la Demanda

La demanda se le denomina como el “conjunto de consumidores, existentes o potenciales, en un mercado concreto y en un período determinado.

La demanda y el mercado están estrechamente vinculados entre sí, pero influenciados estrechamente por las políticas gubernamentales vigentes en el país o en regiones determinadas, por los presupuestos familiares, ingresos personales, hábitos de consumo, así como por las necesidades, las preferencias y la sensibilidad

del mercado frente a las cambiantes condiciones en las estructuras socioeconómicas.”¹⁴

El objetivo principal con el estudio de la demanda es determinar los factores que inciden en el comportamiento de los consumidores y el entorno del mercado con respecto al bien o servicio lo cual posibilita determinar la factibilidad de innovar procesos que satisfagan las expectativas de los consumidores con respecto a la creación del restaurante Light Bar en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.

2.5.1 Clasificación de la demanda¹⁵

Para efectos de análisis la demanda se puede clasificar en varios tipos:

2.5.1.1 En relación con su oportunidad

La demanda puede ser de dos tipos satisfecha o insatisfecha, de tal manera que para el proyecto en estudio la demanda se la considera insatisfecha ya que el 86,67% de la población encuestada estaría dispuesta a cambiar el servicio actual por otro que le ofrezca alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos, con la utilización de productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, con el fin de proporcionar los nutrientes y la energía que el cuerpo requiere, previniendo enfermedades y preservando la salud.

¹⁴ DÁVALOS ARCENTALES, Nelson, *Enciclopedia Básica de Administración Contabilidad y Auditoría*, 3ra Edición, Septiembre de 1990, p. 259

¹⁵ BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 4ta edición, Editorial McGraw Hill 2000, p. 18 y 19

2.5.1.2 En relación con su necesidad

Existe la demanda de bienes y servicios necesarios y no necesarios, por lo que el proyecto en estudio se lo mira desde el punto de vista necesario debido a que los seres humanos necesitan de una adecuada alimentación y qué mejor ofrecer productos básicos que se encuentren dentro de una dieta balanceada, es así que el 85,33% de los encuestados al medio día usualmente acostumbran a consumir almuerzos.

2.5.1.3 En relación con su temporalidad

Se reconocen dos tipos de demanda, la continua, la cual permanece durante largos períodos y la cíclica que se relaciona con los periodos del año.

Debido a que Solanda es uno de los barrios más habitados de Quito, pese al alto índice de migración y al aumento en sí de la población capitalina, debido al crecimiento de la natalidad en Ecuador, se tiene que según el INEC para la provincia de Pichincha, la tasa de crecimiento poblacional es el 2,8% anual, por lo que para el estudio del proyecto se tomara en cuenta la temporalidad cíclica ya que el objetivo es permanecer por periodos largos en el mercado y normalmente con tendencia al alza.

2.5.1.4 En relación con su destino

Se encuentran la demanda de bienes finales e intermedios o industriales, cuyo propósito para el caso del proyecto en estudio es brindar al consumidor final un producto de calidad ya elaborado y listo para el consumo.

2.5.2 Factores que afectan a la demanda

En el presente proyecto los factores determinantes de la demanda están dados por:

2.5.2.1 Gustos y preferencias de los consumidores

La motivación que tienen los consumidores para realizar las compras, en este caso los restaurantes en lo referente a comidas, se debe destacar que prefieren consumir las personas al medio día “hora del lunch”, de tal manera que para el estudio del proyecto las personas en Solanda optan por consumir almuerzos que representan un 85,33%, seguidos por el consumo de comida vegetariana con un 4,00%, comida nacional 3,33% mientras que la diferencia se agrupa con un mínimo porcentaje en mariscos, comida rápida, comida china e italiana.

2.5.2.2 Precio del bien

Los consumidores estarían dispuestos a adquirir los almuerzos que son el producto principal a ofertarse en el proyecto Light Bar a un precio que oscila entre USD \$1,50 y más de \$2,50, con una inclinación al alza del precio al producto siempre y cuando exista las garantías necesarias como la calidad, variedad y servicio.

2.5.2.3 Ingresos de los consumidores

Dado que la alimentación es el principal sector y por tanto esta incluido dentro del presupuesto que tienen las familias y consumidores, el precio de cada producto que ofrecerá el restaurante Light Bar variará según el tipo de producto y la complejidad que representa su elaboración, no obstante cabe indicar que el precio se encuentra

dentro de las expectativas de los clientes, y por efectos de los ingresos de la población aumentará o disminuirá el consumo de los productos.

2.5.2.4 Precios de otros bienes

El proyecto en estudio se dedicará exclusivamente al expendio de productos alimenticios preparados con productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, listos para el consumo, debido a que el consumidor puede demandar productos sustitutos y / o complementarios, el proyecto en estudio dará énfasis a la eficiencia de los procesos productivos, logísticos y administrativos para cubrir la demanda insatisfecha de los consumidores.

2.5.2.5 Expectativas

Las expectativas más destacadas que tienen los clientes respecto de los productos alimenticios son la higiene en el proceso de elaboración de los mismos con un 96,67% y la calidad de servicio que se brinde con un 90%, existen otros factores como la escasez, inflación, tasas de intereses bancarios, entre otros que pueden variar las expectativas de los clientes.

2.5.2.6 Publicidad

Los medios de publicidad y promoción que se ofrecerán para el consumidor serán en primer lugar con anuncios y papeletas volantes, y posteriormente con anuncios en radio y prensa.

2.5.2.7 Irracionalidad

A veces los consumidores demandan productos que no desean o que aparentemente no le son útiles, para el caso en estudio, la alimentación esta dentro de una de las necesidades básicas del ser humano y lo que hace la diferencia es la calidad de servicio que se ofrezca.

Por lo que se observó que el 86.67% de los encuestados están de acuerdo a que se implemente un restaurante dedicado exclusivamente a la preparación y comercialización de comida light, entendiéndose ésta como una alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos “lácteos, verduras y frutas, carnes, y granos en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.

2.5.3 Comportamiento histórico de la demanda

Para determinar la demanda se consideró la variable **# personas que consumen diariamente alimentos como: almuerzos, platos especiales, ensaladas y postres en restaurantes de tercera categoría en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.**

A continuación se presenta el # de personas que consumen dichos productos frecuentemente desde el año 2006 hasta el año 2010, lo cual es relativamente significativo dentro del presente estudio.

Tabla 16: # Personas consumen diariamente alimentos restaurantes de 3ra categoría

# Personas que Consumen Diariamente Alimentos en Restaurantes de 3ra Categoría	
Año	Cantidad
2006	18.452
2007	18.261
2008	18.572
2009	18.987
2010	19.409
Total	93.681

Fuente: Censo Industrial de Sector de Alimentos MIPRO 2010

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cuadro 43: # Personas consumen diariamente alimentos restaurantes de 3ra categoría



Fuente: Censo Industrial de Sector de Alimentos MIPRO 2010

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

A medida que la población aumenta, las necesidades de alimentación también aumentan por lo que se muestra un comportamiento de consumo creciente en general, con ciertas variaciones, ya que los distintos tipos de productos se han convertido en un alimento básico para la humanidad.

2.5.4 Demanda actual

Para la determinación de la demanda actual del proyecto, se toma como fuente primaria de información las encuestas realizadas a las 150 personas que forman parte de la Población Económicamente Activa en el barrio Solanda de las cuales 130 personas respondieron positivamente a la propuesta de consumir almuerzos en base a comida light, entendiéndose ésta como una alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos.

Con esta información se puede estimar el número de personas que demandan este servicio.

2.5.5 Proyección de la demanda

La investigación de mercado permite realizar la proyección de la demanda para los años 2012 al 2016 para lo cual se procederá a aplicar la fórmula de mínimos cuadrados o regresión lineal

$$Y = mx + b$$

Dónde **m** es igual a

$$m = \frac{N \sum XY - \sum X(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Y **b** es igual a

$$b = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X(\sum XY)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Tabla 17: Proyección de la demanda

Año	X	Y	XY	X ²
2006	1	18.452	18.452	1
2007	2	18.261	36.522	4
2008	3	18.572	55.716	9
2009	4	18.987	75.948	16
2010	5	19.409	97.045	25
	15	93.681	283.683	55

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ Cálculo m

$$\begin{aligned} m &= \frac{N \sum XY - \sum X(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \\ &= \frac{5(283.683) - 15(93.681)}{5(55) - (15)^2} \\ &= \frac{13.200}{50} \\ &= \mathbf{264} \end{aligned}$$

✓ Cálculo b

$$\begin{aligned} b &= \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X(\sum XY)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \\ &= \frac{93.681(55) - 15(283.683)}{5(55) - (15)^2} \\ &= \frac{897.210}{50} \\ &= \mathbf{17.944,20} \end{aligned}$$

✓ **Proyecciones**

En el cálculo de las proyecciones se procedió a redondear los valores, ya que no puede existir decimales cuando estamos manejando la variable de # de personas que consumen diariamente alimentos.

○ **Año 2012**

$$\begin{aligned} Y &= mx + b \\ &= 264(7) + 17.944,20 \\ &= \mathbf{19.792} \end{aligned}$$

○ **Año 2013**

$$\begin{aligned} Y &= mx + b \\ &= 264(8) + 17.944,20 \\ &= \mathbf{20.056} \end{aligned}$$

○ **Año 2014**

$$\begin{aligned} Y &= mx + b \\ &= 264(9) + 17.944,20 \\ &= \mathbf{20.320} \end{aligned}$$

- **Año 2015**

$$Y = mx + b$$

$$= 264(10) + 17.944,20$$

$$= \mathbf{20.584}$$

- **Año 2016**

$$Y = mx + b$$

$$= 264(11) + 17.944,20$$

$$= \mathbf{20.848}$$

Tabla 18: Demanda proyectada

	
Año	Demanda Proyectada
2012	19.792
2013	20.056
2014	20.320
2015	20.584
2016	20.848

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

De donde se deduce que la demanda tiende a crecer para los diferentes años motivo de la proyección ocasionando por consiguiente una ventaja importante para la implementación del proyecto.

2.6 Análisis de la Oferta

“Es la cantidad que ofrecen las empresas de un bien o servicio, depende del precio y de otros factores, como el costo de los factores productivos que utilizan las empresas para fabricar un bien o servicio”.¹⁶

El propósito del estudio de la oferta se basa en medir las distintas cantidades de productos alimenticios “almuerzos, platos especiales, ensaladas y postres” preparados con productos naturales, sin preservantes y bajos en grasas saturadas se puedan llevar al mercado, refiriéndose al sector de alimentos y bebidas.

2.6.1 Clasificación de la oferta

De acuerdo a la estructura del proyecto en estudio, se determino que en el **mercado de competencia perfecta** este se ejecutará, debido al libre mercado; lo que implica necesariamente mantener una eficiente organización tanto en los procesos administrativos, productivos como logísticos, con el único fin de así ir cumpliendo estratégicamente altos estándares de calidad.

En la actualidad según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC los sectores de hoteles, restaurantes y servicios, son las actividades económicas con

¹⁶PERLOFF, Jeffrey, *Microeconomía*, 3ra edición, Editorial Plarson, 2004, p. 15

mayor incidencia en la producción nacional, puestos que representan el 34% de la producción total nacional.

Además, sólo las provincias de Pichincha y Guayas captan juntas el 58% de la fuerza de trabajo en esta área, lo que respectivamente demuestra que son las mayores fuentes de generación de empleo.

2.6.2 Factores que afectan a la oferta

Los factores determinantes de la oferta al igual que la demanda están en función de la producción y que consecuentemente se detallan a continuación:

2.6.2.1 Costo de producción

Este factor es uno de los más preponderantes en el presente estudio ya que el valor agregado que se genera en el proyecto es la preparación de comida light, entendiéndose ésta como una alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos “lácteos, carnes, granos, verduras y frutas” que proporcionarán los nutrientes y la energía que el cuerpo requiere para conservarse saludablemente.

2.6.2.2 Precios de bienes relacionados

Se debe conocer los precios de los bienes complementarios y sustitutivos para ofrecer precios racionales, dependiendo de la fluctuación del mercado subirán o bajarán las cantidades demandadas.

2.6.2.3 Capacidad adquisitiva de los consumidores

Dependiendo de los ingresos de los consumidores aumentará la cantidad ofrecida y demandada, no obstante que hay que considerara que el sector de alimentos y bebidas esta dentro del presupuesto para el gasto familiar debido a que es una necesidad básica del individuo.

2.6.3 Comportamiento histórico de la oferta

A continuación se presentan datos históricos del **#puestos ofertados en el segmento de la tercera categoría de restaurantes ubicados en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito.**

Tabla 19: # Puestos ofertados en 3ra categorías de restaurantes

# Puestos Ofertados en 3ra Categoría de Restaurantes	
Año	Cantidad
2006	13.485
2007	14.114
2008	14.982
2009	15.016
2010	15.650
Total	73.247

Fuente: Dirección de Planificación del IMMQ, Plan Quito, 2010

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cuadro 44: # Puestos ofertados en 3ra categoría de restaurantes



Fuente: Dirección de Planificación del IMMQ, Plan Quito, 2010

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

2.6.4 Oferta actual

En base a información proporcionada por la Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR y el Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito IMMQ “Dirección de Planificación y Plan Quito”, se ha determinado que en el sector de Solanda, existe un importante número de restaurantes, que ofrecen alimentos y bebidas variadas, que en su conjunto alcanzan aproximadamente un número de 240 establecimientos.

Por las características de la infraestructura, mobiliario, instalaciones, servicio, calidad, precio y tipo de los platos y bebidas, los restaurantes se clasifican en diferentes categorías, correspondiendo a la **Primera Categoría** aquellos locales

lujosos, costosos y con servicio preferenciado, orientados a la atención del segmento de clase media alta, alta y turistas.

Hasta bajar a los restaurantes de **Quinta Categoría** que corresponde a establecimientos populares, con infraestructura básica para prestar un servicio decente y asegurar la calidad del producto.

Tabla 20: Restaurantes por categoría

Categoría	Número de Restaurantes	%
Tercera	210	87,50%
Cuarta	21	8,75%
Quinta	9	3,75%
Total	240	100,00%

Fuente: Dirección de Planificación del IMMQ, Plan Quito, 2010

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

El restaurante Light Bar, se ubicará en el segmento de la tercera categoría, que es el segmento de competencia directa mayor, pues consta de 210 establecimientos que ofertan productos alimenticios, en similares condiciones de: infraestructura, calidad y precio a los del proyecto.

Tabla 21: Puestos ofertados por categoría

Categoría	Número de puestos	%
Tercera	15.650	87,63%
Cuarta	2.030	11,37%
Quinta	180	1,00%
Total	17.860	100,00%

Fuente: Dirección de Planificación del IMMQ, Plan Quito, 2010

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Para el año 2011 la oferta de puestos en la tercera categoría de restaurantes en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito es de 16.120; no obstante, que existen factores que afectan a la producción tales como los costos en general de los insumos, sin embargo la producción de estos productos no se ve muy afectado, debido a que son parte importante de la dieta diaria.

2.6.5 Proyección de la oferta

Al igual que en la demanda, la investigación de mercado permite realizar la proyección de la oferta para los años 2012 al 2016 para lo cual nuevamente se procederá a aplicar la fórmula de mínimos cuadrados o regresión lineal

$$Y = mx + b$$

Dónde **m** es igual a

$$m = \frac{N \sum XY - \sum X(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Y **b** es igual a

$$b = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X(\sum XY)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Tabla 22: Proyección de la oferta

Año	X	Y	XY	X²
2006	1	13.485	13.485	1
2007	2	14.114	28.228	4
2008	3	14.982	44.946	9
2009	4	15.016	60.064	16
2010	5	15.650	78.250	25
	15	73.247	224.973	55

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ Cálculo m

$$\begin{aligned} m &= \frac{N \sum XY - \sum X(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \\ &= \frac{5(224.973) - 15(73.247)}{5(55) - (15)^2} \\ &= \frac{26.160}{50} \\ &= \mathbf{523,20} \end{aligned}$$

✓ Cálculo b

$$\begin{aligned} b &= \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X(\sum XY)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \\ &= \frac{73.247(55) - 15(224.973)}{5(55) - (15)^2} \\ &= \frac{653.990}{50} \\ &= \mathbf{13.079,80} \end{aligned}$$

✓ **Proyecciones**

En el cálculo de las proyecciones se procedió a redondear los valores, ya que no puede existir decimales cuando estamos manejando la variable de # de puestos ofertados en el segmento de los restaurantes de tercera categoría.

○ **Año 2012**

$$\begin{aligned} Y &= mx + b \\ &= 523,20(7) + 13.079,80 \\ &= \mathbf{16.742} \end{aligned}$$

○ **Año 2013**

$$\begin{aligned} Y &= mx + b \\ &= 523(8) + 13.079,80 \\ &= \mathbf{17.265} \end{aligned}$$

○ **Año 2014**

$$\begin{aligned} Y &= mx + b \\ &= 523(9) + 13.079,80 \\ &= \mathbf{17.789} \end{aligned}$$

- **Año 2015**

$$Y = mx + b$$

$$= 523(10) + 13.079,80$$

$$= \mathbf{18.312}$$

- **Año 2016**

$$Y = mx + b$$

$$= 523(11) + 13.079,80$$

$$= \mathbf{18.835}$$

Tabla 23: Oferta proyectada

	
Año	Oferta Proyectada
2012	16.742
2013	17.265
2014	17.789
2015	18.312
2016	18.835

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

2.7 Estimación de la demanda insatisfecha

Tabla 24: Estimación de la demanda insatisfecha

			
Estimación de la Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2012	19.792	16.742	3.050
2013	20.056	17.265	2.791
2014	20.320	17.789	2.531
2015	20.584	18.312	2.272
2016	20.848	18.835	2.013

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

2.8 Análisis de precios

Para tener una idea de la estructura de los precios promedios que las personas pagan por el principal producto que ofrecerá el restaurante **Light Bar** que son los almuerzos, en la zona de influencia, se realizó una investigación de campo, aplicando la observación directa, por medio de sondeo.

Para lo cual se procedió a visitar al azar el 10% de restaurantes de tercera categoría, que pertenecen al segmento de competencia directa en el cual se ubica el proyecto, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 25: Restaurantes 3ra categoría - competencia directa

#	Restaurante	Precio
1	Bar – Restaurante “Córdova”	1,50
2	Asadero “Súper Pollo”	2,00
3	Cebiches “Don Henry”	1,50
4	Restaurante “El Cangrejón”	1,75
5	Chifa “XinLon”	1,50
6	Bar - Restaurante “El Costeñito”	2,50
7	Restaurante “Las Exquisitas Fritadas”	1,75
8	Asadero “GoodChicken”	2,70
9	Pizzería y Parrilladas “El Leñador”	3,00
10	Marisquería “Balcón Loco Manabita”	2,50
11	Restaurante “Los Pollos de la J”	1,65
12	Marisquería “Pica – Pica”	1,60
13	Chifa “Solanda”	1,70
14	Restaurante “Ricos Almuerzos”	1,70
15	Marisquería y Carnes “Cocolomo”	1,60
16	Restaurante “Tortillas y Fritadas de la J”	1,70
17	Restaurante “Las Conchitas del Sur”	1,40
18	Asadero de Pollos “El Gordito”	1,80
19	Marisquería “El Antiguo Rincón Porteño”	1,50
20	Restaurante “Almuerzos de Casa”	1,90
21	Marisquería “Comida Manabita”	1,80
Total		39,05
Promedio		1,86

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Se observa que el precio promedio, que las personas pagan por un almuerzo o lunch al medio día es de \$ 1,86.

2.8.1 Estimación de precios

Light Bar para estimar los precios de sus productos utilizará un método de fijación de precios en base a costos, debido a los tipos de productos que comercializará, también se tomó en cuenta, como referencia, el precio promedio de la zona de influencia para el establecimiento del precio.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Precio de Costos} + \% \text{ Beneficio}$$

Tabla 26: Estimación de precios

				
Producto	Precio de Costo	\$ Utilidad	% Utilidad	Precio de Venta
Almuerzos	1,36	0,54	39,71%	1,90
Platos Especiales	1,61	0,79	49,07%	2,40
Ensaladas	0,74	0,51	68,92%	1,25
Postres	0,58	0,42	72,41%	1,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cabe indicar que se consideró estratégicamente oportuno el aplicar precios asequibles a todo público con el fin de dar a conocer a nuestra empresa y los productos que la misma oferta en el mercado.

2.9 Comercialización

Para el presente proyecto debido a la estructura del establecimiento se considera a la comercialización como un medio en el cual la preparación del producto ya terminado llegue a tiempo y en buenas condiciones para el consumo inmediato de los clientes.

2.9.1 Estrategia de precios

Para fijar la estrategia de precios hay que tener en cuenta los costos variables totales, mediante los cuales se puede establecer políticas de precio, en virtud de las cuales el comprador y el vendedor compartan los gastos, para ello se establecerán listas para realizar cotizaciones a los diferentes proveedores de los insumos a utilizar en la preparación de los alimentos.

2.9.2 Estrategia de promoción

El objetivo primordial que ejecutará el establecimiento con relación a la promoción del producto es para dar a conocer la forma de preparar los productos, con la intención de influir tanto en los distintos comportamientos del cliente como en el nivel de aceptabilidad del producto en mención, para lo cual se utilizarán los siguientes métodos:

2.9.2.1 Publicidad

La forma más conocida mediante los medios de comunicación, principalmente la radio.

2.9.2.2 Promoción de ventas

Complementar la publicidad incentivando al estímulo de compra mediante descuentos y cupones.

2.9.2.3 Las relaciones públicas

Relacionadas con actividades comunicativas de actitud positiva del personal que labore en la empresa y de los propios clientes.

2.9.2.4 La propaganda

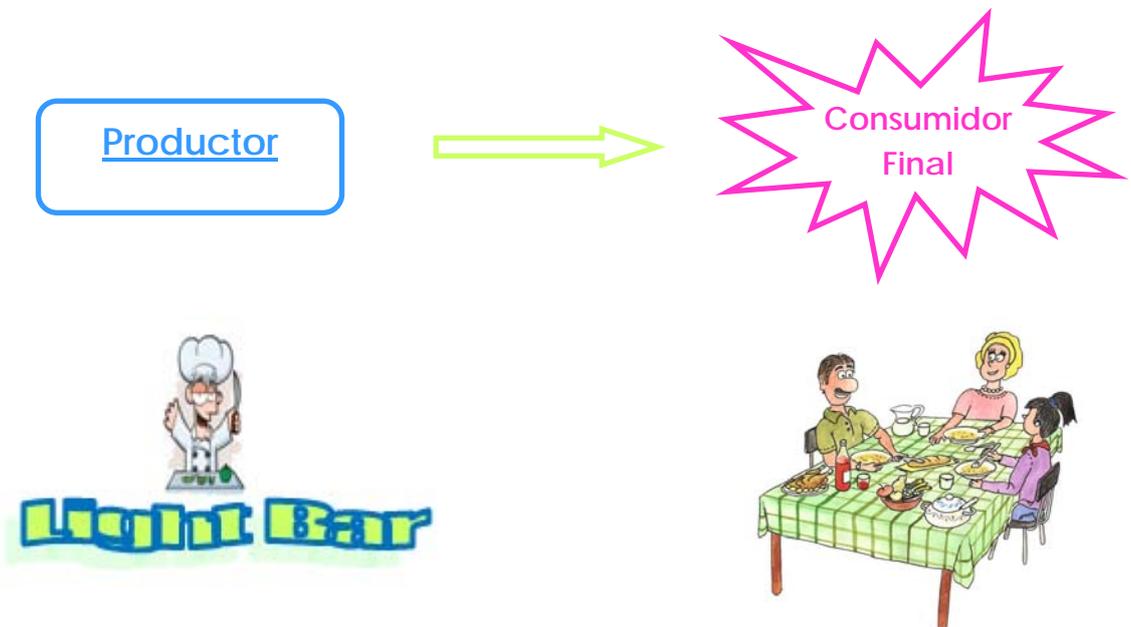
Mediante la entrega de afiches y volantes en las calles y barrios cercanos.

2.9.3 Estrategia de servicio

Por motivos de mejora en los procesos de preparación del producto, se creará un buzón de sugerencias.

El cual será revisado cada fin de semana con el objetivo de implementar las medidas que sean necesarias para lograr una oportuna satisfacción de las expectativas que tienen nuestros clientes.

2.9.4 Cadena de distribución



El canal de distribución a utilizar será **productor-consumidor final**, debido a que no existen intermediarios y se vende directamente al usuario final.

Debido al contacto personal entre el productor y consumidor mediante la distribución directa se dará énfasis a la eficiencia a los procesos de servicio para que estos se realicen con mayor agilidad.

CAPÍTULO # 3

ESTUDIO LEGAL Y TÉCNICO

3.1 ESTUDIO LEGAL

Este estudio se realiza con el objeto de presentar criterios ajustados a derecho cuyos aspectos organizacionales están inmersos en este proyecto a desarrollar, de tal manera que se definirá una estructura organizativa y funcional acorde con los requerimientos que se exige la implantación del proyecto, en cuanto a procesos:

- ✓ Administrativos
- ✓ Logísticos
- ✓ Producción

3.1.1 Base legal

De conformidad a las leyes que rigen en el país todo establecimiento u organización debe ceñirse de acuerdo a las normativas inherentes a la Ley de Compañías, Código Civil, Código de Comercio, Servicio de Rentas Internas (SRI) así como también a las ordenanzas municipales cuyo objetivo es que las actividades comerciales y de servicios sean lícitas y contribuyan a una mayor recaudación por intermedio de las arcas fiscales en beneficio del país.

3.1.1.1 Nombre o razón social

La razón social es el nombre que identifica al establecimiento, por lo que no puede ser similar a otros ya existentes, por lo tanto a continuación se presenta el nombre del establecimiento y su respectivo logotipo.

✓ **Nombre comercial:** Restaurante “Light Bar”

✓ **Logotipo:**



3.1.1.2 Titularización del negocio

La empresa adoptará la personalidad jurídica de **compañía de responsabilidad limitada** para lo cual debe reunir los siguientes requisitos que tipifica la Ley de Compañías:

✓ **Número de personas**

La compañía de responsabilidad limitada es la que se conforma entre **tres a quince personas**, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

✓ **Capital mínimo**

Estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el **Superintendente de Compañías USD\$400**, al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación.

Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía.

3.1.1.2.1 Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios

Derechos

- ✓ Intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- ✓ Percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- ✓ Limitar su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

- ✓ No devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

- ✓ No ser obligados al aumento de su participación social.

- ✓ Ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual sea ejercitar a prorrata de las participaciones que tuviere;

- ✓ Solicitar a la Junta General la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art.#124, o la incapacidad de administrar en debida forma;

- ✓ Recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.

- ✓ Pedir convocatoria a Junta General en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,

- ✓ Ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la Junta General aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Obligaciones

- ✓ Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. #219 de esta Ley;

- ✓ Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;

- ✓ Abstenerse de la realización de todo acto que implique indiscreción en la administración;

- ✓ Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;

- ✓ Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;

- ✓ Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,

- ✓ Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

Responsabilidad

Los socios tendrán que responder hasta al valor de sus participaciones sociales

✓ **De la administración**

La Junta General, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

✓ **De la forma de contrato**

La escritura pública será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

3.1.1.2.2 Para la constitución y funcionamiento de la compañía

Para la constitución de la empresa es necesario contratar un experto en abogacía para que éste oriente a la Junta de accionistas y se encargue de realizar los tramites necesarios para obtener la escritura de constitución de la compañía, y posteriormente a ser aprobado por las instituciones pertinentes ajustadas a derecho e inscrita en el Registro Mercantil.

- ✓ Para la **constitución** de la empresa se requiere:
 - Escritura pública de constitución de la compañía
 - Aprobación en la Superintendencia de Compañías
 - Depósito de un monto de dinero en una cuenta Bancaria
 - Inscripción en el Registro Mercantil

- ✓ Para el **funcionamiento** de la empresa se requiere:
 - **Registro Único del Contribuyente RUC**



Para obtener el **Registro Único de Contribuyente**, el cual es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes se necesita:

- ♣ Escritura de constitución de la compañía
- ♣ Cédula de identidad del representante legal
- ♣ Recibo de agua, luz o teléfono
- ♣ Llenar formulario

○ **Patente**



- ♣ Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia.
- ♣ Escritura de constitución de la compañía original y copia
- ♣ Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ♣ Copias de la cédula de ciudadanía

○ **Permiso sanitario**

Este permiso sanitario otorga la Administración Zonal al sector correspondiente, en nuestro caso Eloy Alfaro, el cual autoriza el funcionamiento de distintos establecimientos, entre ellos los restaurantes, a continuación se presentan los siguientes requisitos:

Presentar en la administración respectiva lo siguiente:

- ♣ Solicitud (formulario) de permiso sanitario

- ♣ Copia de cédula de ciudadanía y de votación del propietario del negocio.
- ♣ Informe de compatibilidad y/o factibilidad de implantación de uso (otorgado por la Administración Zonal para las actividades comerciales que deben obtener el permiso sanitario por delegación del Ministerio de Salud al Municipio)
- ♣ Comprobante de pago de patente anterior
- ♣ Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año
- ♣ Certificado (s) de salud
- ♣ Copia del RUC vigente

○ **Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo Pichincha CAPTUR**

- ♣ Formulario de afiliación a la Cámara Provincial de Turismo de Pichincha.
- ♣ Pago inscripción
- ♣ Copias de la escritura de constitución
- ♣ Copia de la resolución emitida por la Superintendencia de Compañías.
- ♣ Copia de la cédula ciudadanía del representante legal

3.1.1.3 Tipo de empresa

El tipo de empresa según su actividad, esta relacionada con la producción y el servicio, enfocadas a brindar calidad a los clientes en relación a los productos a ofrecer, como:

- ✓ Almuerzos
- ✓ Platos especiales
- ✓ Ensaladas
- ✓ Postres

En el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito, base sobre la cual transformará la materia prima para obtener un producto terminado, y a la vez utilizará la habilidad personal para atender directamente al consumidor final.

La empresa según su capital será privada, debido a que se contará con un capital propio y no del estado.

Según las empresas por el número de personas serán pluripersonales, es decir que están regidas por la ley de compañías ya que exigen la participación 3 socios.

3.1.2 Base filosófica de la empresa

La empresa esta orientada a servir a los clientes que gusten y consuman productos elaborados con la utilización de productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, para lo cual las actividades organizacionales estarán orientadas hacia la consecución de metas y objetivos conjuntamente con la aplicación de los valores corporativos.

3.1.2.1 Misión

La misión es la razón de ser de una organización, señala el alcance de las operaciones de una empresa en términos de productos y mercados. La misión para Light Bar es:

Somos una empresa ecuatoriana, dedicada a la preparación y comercialización de comida light, ofrecemos productos y servicios de calidad, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes, sustentados en una conducta empresarial ética, una filosofía de mejoramiento continuo y de preservación ambiental.

3.1.2.2 Visión

Es una declaración formal de lo que la empresa trata de lograr a futuro. La visión de Light Bar es:

*Para el año 2014 **Light Bar** será una empresa competitiva, líder del mercado local en la preparación y comercialización de comida light, nos distinguiremos por la excelencia de nuestros colaboradores, la calidad de nuestros productos y la eficiencia de nuestros procesos, enfocándonos en el principio de la calidad total.*

3.1.2.3 Estrategia empresarial

Las estrategias o tácticas empresariales están enfocadas a cubrir los deseos y expectativas de los clientes para lo cual se describe a continuación ciertas líneas estratégicas a ser cumplidas.

- ✓ Cuando se vaya a innovar en la preparación de los alimentos, se entregará muestras gratis para que el cliente puede degustar y dar su opinión.
- ✓ Cada cierto tiempo y por temporada se otorgará descuentos y/o promociones
- ✓ Se incorporará en el establecimiento un buzón de sugerencias para acoger las mismas por parte de los clientes.

3.1.2.4 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos están ligados estrechamente con la visión y misión, por lo que abarca a todo el establecimiento e incumbe a los integrantes del mismo.

3.1.2.4.1 Corto plazo

- ✓ Dar a conocer los distintos productos que se van a ofertar en el mercado local.
- ✓ Vender las cantidades producidas y estimadas en el día, sin dejar excedentes de producción.
- ✓ Seleccionar al personal adecuado para que labore en el establecimiento
- ✓ Utilizar adecuadamente los recursos disponibles para minimizar los costos y maximizar las utilidades.

3.1.2.4.2 Mediano plazo

- ✓ Mejorar la posición del establecimiento en el mercado con la ayuda de promociones y publicidad.
- ✓ Incrementar la producción diaria, mejorando la calidad del producto
- ✓ Cumplir y velar por el desempeño de los objetivos propuestos, disminuyendo así los riesgos.
- ✓ Generar un incremento en las utilidades del establecimiento

3.1.2.4.3 Largo plazo

- ✓ Expandirse en el mercado local, ofreciendo productos saludables y de calidad.
- ✓ Aumentar los niveles de producción en el 50% en forma diaria.
- ✓ Incrementar el número de empleados, de tal manera que se brinde un mejor servicio.
- ✓ Incrementar las utilidades en no menos del 50% optimizando el uso de los recursos existentes.

3.1.2.5 Principios y valores

3.1.2.5.1 Principios

- ✓ El motor de las empresas son sus empleados y trabajadores, de tal manera que en el establecimiento se considerará a los colaboradores como el principal

recurso y como tal se ofrecerá un agradable ambiente interno de trabajo para que el desempeño de las actividades sea favorable y se vea reflejado al exterior.

- ✓ El restaurante Light Bar desde ya, ésta comprometido con su clientela, brindando calidad en cada proceso y satisfaciendo las necesidades de los clientes.
- ✓ El personal del establecimiento se procurara por mantener una comunicación activa con los clientes para saber de sus inquietudes y necesidades.
- ✓ El establecimiento buscará el mejoramiento continuo dentro de todos los procesos, basándose en la calidad y el buen servicio, cuyos resultados se verán reflejados en la satisfacción del cliente.
- ✓ Cumplir con las obligaciones legales para fines de impuestos y contribuciones.

3.1.2.5.2 Valores

- ✓ La Responsabilidad es uno de los valores fundamentales dentro de la aplicabilidad a cada uno de los procesos y las competencias asignadas a cada persona.
- ✓ La honradez que va de la mano de la responsabilidad, es innata de cada persona.
- ✓ Añadir valor agregado a cada actividad que se realice, es decir dar un poco más de esfuerzo para lograr los objetivos propuestos.
- ✓ El respeto y consideración que se debe aplicar dentro de la organización

- ✓ Trabajo en equipo a fin de cumplir con los objetivos planteados generando bienestar y satisfacción al consumidor final.

- ✓ Solidaridad entre compañeros a nivel organizacional a efectos de transmitir confianza hacia el ambiente externo (cliente).

3.1.3 Organización Administrativa

3.1.3.1 Estructura orgánica

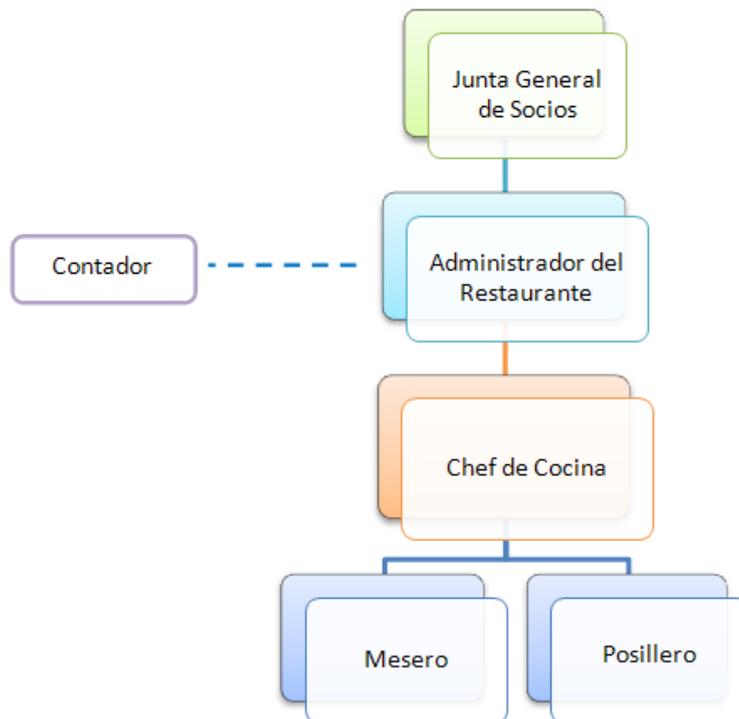
La estructura orgánica del establecimiento muestra cómo están relacionadas las actividades y funciones de los empleados e indica jerarquías o niveles directivos dentro de la organización, para nuestro estudio se presentará posteriormente a manera de organigramas.

3.1.3.2 Organigrama

A continuación se presenta de una manera gráfica el organigrama estructural y funcional del establecimiento, con sus distintas áreas o departamentos operacionales.

3.1.3.2.1 Organigrama estructural

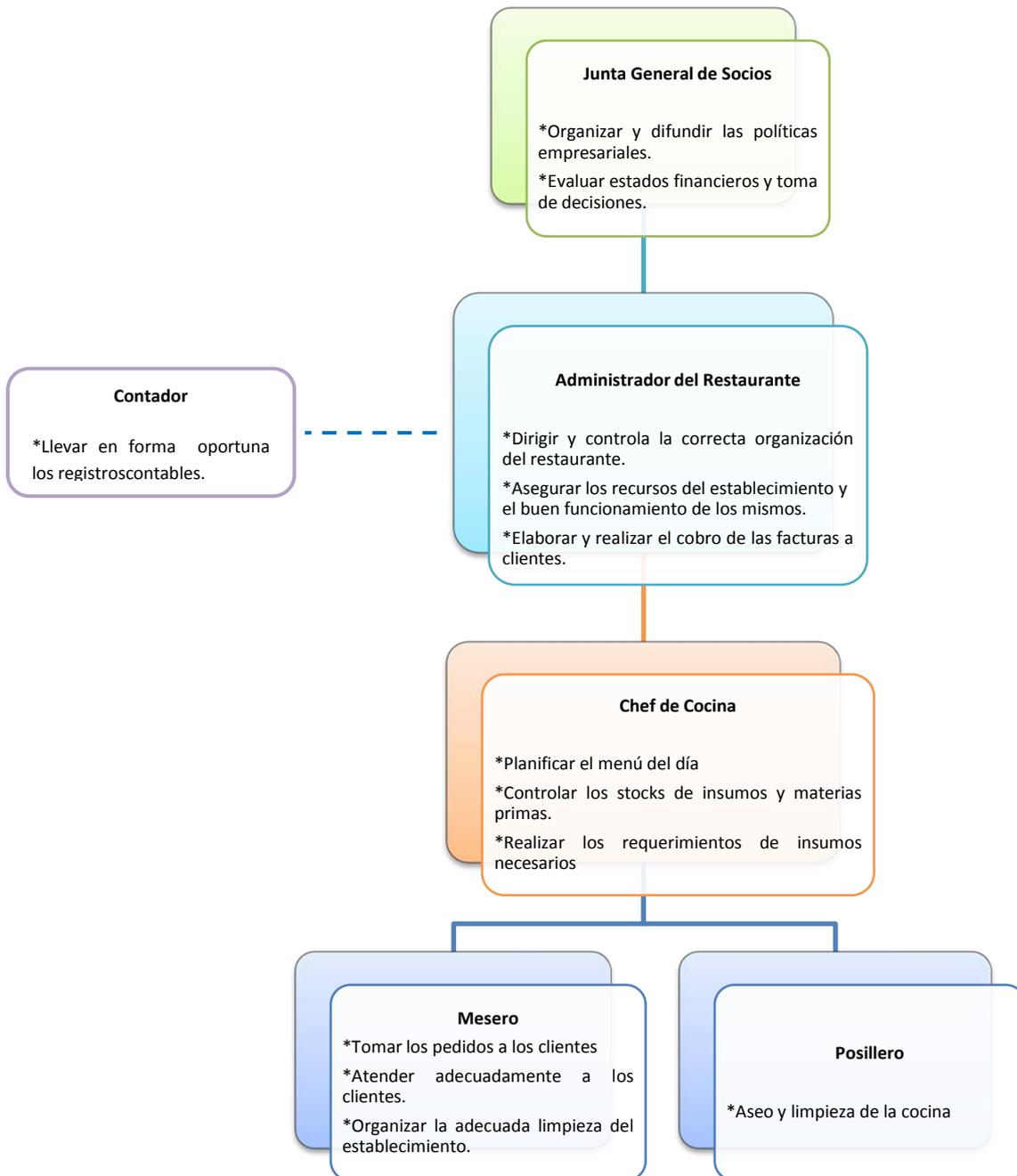
Cuadro 45: Organigrama estructural



Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.1.3.2.2 Organigrama funcional

Cuadro 46: Organigrama funcional



Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.2 ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico para el proyecto restaurante **Light Bar** será analizar la utilidad generada con relación a la capacidad, tamaño y localización del establecimiento, a fin de determinar la mejor opción de ubicación y capacidad instalada propendiendo calidad y eficiencia en las operaciones de producción y de gestión organizacional.

El presente proyecto realizará una investigación formal, con el objetivo de establecer la zona o instalación más adecuada dentro de la urbe, provincia Pichincha, cantón Quito, al sur de la misma cuya capacidad de producción este en optimas condiciones para atender al cliente en un mercado competitivo como el actual.

3.2.1 Tamaño del proyecto

Los términos tamaño o capacidad de producción del proyecto son sinónimos y se refieren al volumen o número de unidades que puede producir y vender el proyecto en un período de tiempo en condiciones normales y según lo que se estimó en el estudio de mercado.

3.2.1.1 Factores determinantes del tamaño

3.2.1.1.1 El mercado

El mercado se considera el lugar donde se confrontan los compradores y vendedores para satisfacer sus distintas necesidades de compra.

Para el presente proyecto la demanda está dada en función de # **personas que consumen diariamente alimentos como: almuerzos, platos especiales, ensaladas y postres en restaurantes en el sector sur de la ciudad de Quito.**

A continuación se presenta los resultados obtenidos producto de la investigación de campo.

Tabla 27: Estimación de la demanda insatisfecha

			
Estimación de la Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2012	19,830	16,780	3,050
2013	20,143	16,157	3,986
2014	20,456	15,534	4,922
2015	20,769	14,911	5,858
2016	21,083	14,288	6,795

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

Debido a que los recursos financieros son escasos durante el estudio de mercado y hasta la implementación del proyecto se generó una cultura de ahorro e inversión de los recursos propios que representan el 20%.

De tal manera que luego de tomar la decisión de poner en marcha el presente proyecto se acudirá a una institución financiera que ofrezca tasas activas de interés atractivas y realizar el préstamo comercial, es decir del 80% restante, a fin de cubrir la inversión que generará el proyecto.

3.2.1.1.3 Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra directa que tendrá mayor representatividad en la capacidad de producción que genere el establecimiento será la del chef de cocina, el cual estará encargado de la preparación de los alimentos generando buen sabor y presentación.

En relación a la mano de obra indirecta el proyecto incluirá al siguiente personal:

- ✓ 1 mesero encargado de tomar los pedidos y atender adecuadamente a los clientes, así como también hacer la limpieza del establecimiento.
- ✓ 1 Posillero para que realice el aseo y limpieza de la cocina

En relación al personal administrativo el proyecto incluirá al siguiente personal:

- ✓ 1 administrador que será el responsable de asegurar los recursos del establecimiento y el buen funcionamiento de los mismos.

- ✓ 1 contador que llevará en forma oportuna los registros contables

Debido a la competitividad profesional de hoy en día será conveniente poder elegir al personal calificado y de acuerdo a los perfiles, para que ocupe cada uno de los puestos antes descritos.

Las expectativas del establecimiento son la de ampliar el mercado generando así cada vez más mayor empleo y satisfacción a los consumidores que saben degustar de productos nutritivos y saludables.

En consecuencia, podemos determinar la capacidad instalada del proyecto en base a los factores anteriormente analizados y a las estadísticas del Ministerio de la Productividad según el Censo Industrial del Sector de Alimentos 2010, las cuales reflejan que el tiempo promedio que pasa un cliente en un restaurante de 3ra categoría es de 1 hora con 20 minutos, por lo que disponiendo de una infraestructura con capacidad para ofertar 60 puestos se denotan 6 rotaciones en el transcurso del día, llegando así a determinar que el **Restaurante Light Bar** dispone de una **capacidad instalada diaria de 360 puestos** para atender a sus clientes.

3.2.2 Localización del proyecto

En el presente estudio de factibilidad es importante definir la ubicación o localización apropiada del proyecto, considerando factores como transporte, producción y distribución que estén cerca al lugar del proyecto y contribuyan a establecer costos y minimizarlos.

3.2.2.1 Macro localización

El proyecto **Restaurante Light Bar** se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Quito.

Cuadro 47: Macro localización



Fuente: maps.google.com

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por lo cual de acuerdo a las necesidades de demanda de mercado se ha considerado al sector sur de la ciudad de Quito como el área de afluencia de comercio y por ende la implementación del proyecto será hacia esa zona.

La Dirección Metropolitana de Planificación Territorial ha dividido a la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito en 32 parroquias, de las cuales 15 forman parte del sur de la urbe segmentada en este estudio:

- ✓ La Argelia
- ✓ Chilibulo
- ✓ Chillogallo
- ✓ Chimbacalle
- ✓ La Ecuatoriana
- ✓ La Ferroviaria
- ✓ Guamaní
- ✓ La Libertad
- ✓ La Magdalena
- ✓ Mariscal Sucre
- ✓ La Mena
- ✓ Quitumbe
- ✓ San Bartolo
- ✓ Solanda
- ✓ Turubamba

3.2.2.2 Micro localización

Se han escogido para el presente proyecto tres posibles microlocalizaciones:

- ✓ Solanda
- ✓ La Magdalena

✓ Turubamba

Por cuanto en primer lugar están ubicados al sur del Distrito Metropolitano de Quito y según el Censo de Población y Vivienda del año 2010 estos sectores tienen una equivalencia socio económica.

3.2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas

Para el estudio de la macro y micro localización del proyecto hay que tomar en cuenta ciertos elementos que en su mayoría definirán la ubicación y el emplazamiento del proyecto los cuales se describen a continuación:

✓ **Clima**

Aspectos como la temperatura del ambiente, humedad, vientos, lluvias. Quito tiene un clima variado; la temperatura de la capital oscila entre los 10 a 25 grados centígrados, a consecuencia del calentamiento global el clima en el mundo ha cambiado y consecuentemente ya se ven los resultados en la ciudad capital, de tal manera que hay que prever por alguna emergencia que se pueda suscitar.

✓ **Existencia de terrenos adecuados**

Como la ubicación exacta del establecimiento, uso y tipo del suelo “residencial”, obras de infraestructura y sus dimensiones, entre otros. El establecimiento se instalará en el sector sur de la ciudad, zona urbana.

✓ **Abastecimiento de agua**

El líquido vital será de gran importancia y utilidad para el funcionamiento del establecimiento, cuya fuente u origen del agua garantizará el consumo del mismo, considerando posibles racionamientos ya sea por mantenimiento o alguna situación eventual.

✓ **Abastecimiento de energía**

Se verificará el grado de utilidad de electricidad, mediante los distintos puntos de conexión y redes existentes.

✓ **Existencia de servicio de transporte**

Las condiciones en las que se encuentra la carretera, vías de acceso son adecuadas, debido a que existe facilidad de transportación tanto público y privado.

✓ **Mano de obra disponible**

Es necesario conocer el nivel de aspiraciones del personal que va a prestar sus servicios en la empresa, en lo referente a sueldos, beneficios sociales, capacitación, deberes y derechos tanto del empleador como de los empleados.

✓ **Eliminación de desechos y otros contaminantes**

Hay que considerar la variable de contaminación ambiental y el impacto que se presentará en las operaciones del proyecto, para tal efecto la ciudad cuenta con desagües, recolectores de basura en horarios distintos dependiendo del sector, lo cual posibilita una adecuada eliminación de desechos.

✓ **Reglamentaciones fiscales y de otro tipo**

Leyes, reglamentos y normas inherentes al proceso para la implementación del establecimiento, aspectos legales como patentes y permisos tanto del Ministerio de Salud, Ministerio de Turismo y Municipio de Quito, cuyo objetivo es proteger y garantizar la manipulación de los alimentos.

✓ **Cercanía al mercado consumidor**

Constituye uno de los factores más importantes debido a la característica del producto, de tal manera que en el sector sur ya segmentado se estableció la localización ya que a nivel general será de fácil acceso para que ingresen al restaurante debido a la fluidez del comercio y transportación, y no se delimitó las condiciones socioeconómicas de la población debido a que los productos a ofrecer estarán al alcance de cualquier bolsillo.

Cada componente en estudio, genera un costo para los inversionistas de tal manera que a continuación se detalla los costos que generara el establecimiento según la investigación de campo realizada:

Tabla 28: Criterios de selección de alternativas



Elementos a considerar	Costos
En relación al clima hay que incluir dentro de los gastos imprevistos, debido a situaciones que genere la naturaleza, adicionalmente contribuir a dar soluciones para disminuir en algo las consecuencias del calentamiento global.	Ahorro del 5% de las utilidades que genere el establecimiento.
El local en arriendo , debe tener una estructura mínima de 80m ² y el costo aumenta al ser considerada una zona de comercio.	De \$5,00 a \$15,00 por metro cuadrado
Desembolsos por consumo de agua y energía , en general los servicios básicos no serían un limitante para la localización del proyecto.	Generando una cultura positiva de ahorro al tratar de consumir lo mínimo.
El transporte es fluido en el área urbana por lo cual se optará por movilizarse en medios públicos y privados.	Bus \$0.25, taxi el mínimo \$1,00
Eliminación de desechos , rigiéndose a horarios establecidos por el E-MASEO	Incluye dentro de la planilla de pago de la luz y agua potable.
La mano de obra disponible dependerá de las habilidades y las capacidades del personal.	Básico, ajustado a derecho
Reglamentaciones fiscales , cuyas disposiciones están dadas por el gobierno central y seccional.	Costos por patentes y permisos
Las Condiciones de vida de la población se lo mide en base al PIB y la capacidad de consumo por intermedio de la canasta básica familiar.	Canasta Básica a enero del 2011 según el INEC es de \$ 548,63

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.2.2.2 Matriz locacional

Luego de establecer cada uno de los factores que influyen para la localización óptima del proyecto, el método asignado será con base a ponderaciones a cada factor de localización considerado relevante.

Para ello la calificación va de 1 a 10, considerando 1 al de menor significancia y 10 al de mayor relevancia, generando como resultado a elegir el que tenga puntaje total más alto. A continuación se describe los tres sitios específicos y alternos para la localización o emplazamiento del nuevo establecimiento:

Tabla 29: Matriz locacional



Factores de Localización Aplicables	Peso del Sector	Sectores Alternativos					
		Turubamba		La Magdalena		Solanda	
		Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado
Cercanía al mercado	0,20	9	1,80	8	1,60	9	1,80
Tipo de suelo	0,20	7	1,40	8	1,60	9	1,80
Abastecimiento de servicios básicos	0,15	8	1,20	8	1,20	8	1,20
Clima	0,10	8	0,80	8	0,80	8	0,80
Existencia de servicio de transporte	0,10	9	0,90	9	0,90	9	0,90
Eliminación de desechos y de otros contaminantes	0,10	9	0,90	9	0,90	9	0,90
Reglamentaciones fiscales	0,10	7	0,70	9	0,90	8	0,80
Mano de obra disponible	0,05	8	0,40	8	0,40	8	0,40
Total			8,10		8,30		8,60

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

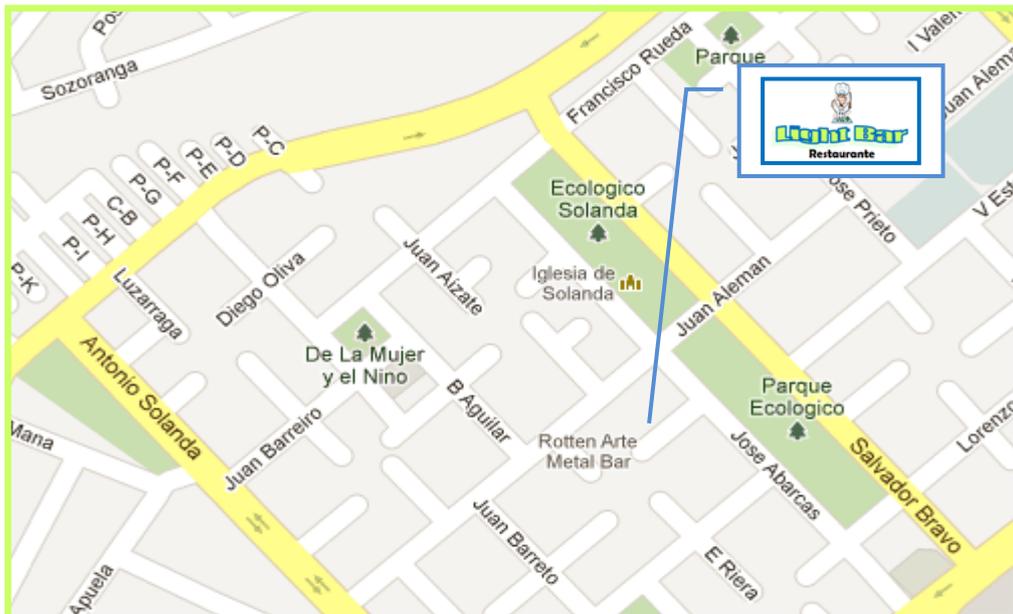
Como se puede observar el sector de **Solanda** tiene el puntaje mayor con el **8,60%** considerando como el más óptimo para el establecimiento, siendo este el lugar donde se localizará el proyecto.

3.2.2.2.1 Selección de la alternativa óptima

De acuerdo al resultado de la matriz de ponderación de localización del proyecto, se determinó que el sector de Solanda al sur de Quito es el lugar donde se implementará el establecimiento, que estará ubicado en las calles José Abarcas y José María Alemán.

3.2.2.2.2 Plano de micro localización

Cuadro 48: Plano de micro localización



Fuente: maps.google.com

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Como se observa en el cuadro adjunto, la localización del proyecto esta dirigida al sector de Solanda en la prolongada y comercial calle José María Alemán.

3.2.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere al estudio pormenorizado de las fases y actividades que permiten pasar de una situación inicial con presencia de los insumos o materias primas a una fase final caracterizada por la disponibilidad de los productos terminados.

Es decir, describe en detalle el proceso productivo seleccionado de entre varias alternativas tecnológicas, dando como resultado la estructuración de la función de producción que minimice los costos y optimice la productividad.

3.2.3.1 Proceso de producción y servicio

- a. Compra de materias primas e insumos
- b. Preparación de almuerzos
- c. Adecuación de las mesas
- d. Llegada del cliente, recepción, entrega y cobro del pedido

3.2.3.2 Diagrama de flujo

Los diagramas de flujo sirven de base para la ingeniería del proyecto, detallando los procesos de una manera gráfica y objetiva para la ejecución de los mismos.

A continuación se utilizará la siguiente simbología:

Cuadro 49: Diagrama de flujo

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	PROCESO
	PROCESO CON CONTROL
	DECISION
	DOCUMENTO
	DOCUMENTO PRENUMERADO
	REGISTROS (Libro, tarjetas, etc.)
	TARJETA PERFORADA
	PAPEL PERFORADO
	ARCHIVO
	DESPLAZA UN DOCUMENTO PARA EXPLICAR DESVIACIONES DEL SISTEMA
	ACTUALIZAR LA INFORMACIÓN
	SE TOMA INFORMACION
	SE TOMA Y ACTUALIZA INFORMACION
	DOCUMENTO (cuando se va a distribuir los documentos)
	CONECTOR
	INICIO O FIN

Fuente: Manual de Auditoría de Gestión “Contraloría General del Estado”

Dentro de los procesos tanto externos y/o internos que ejecutan los responsables con el objetivo de brindar al cliente satisfacción y bienestar, de acuerdo a una adecuada planificación y programación de las actividades, se presenta a continuación un flujo grama de los procesos a realizarse en el establecimiento dedicado a la preparación y comercialización de comida light, entendiéndose ésta como una alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos.

3.2.3.3 Programa de producción y servicio

El proceso de producción es la transformación que sufren los insumos para llegar al producto terminado con la ayuda del talento humano y los recursos tecnológicos y materiales.

El **Restaurante Light Bar** ofrecerá sus productos de la siguiente manera:

✓ **Almuerzos**

De lunes a viernes de 12:00 a 16:00

Es preciso indicar que el almuerzo consistirá en un plato de sopa, un plato fuerte y el jugo.

✓ **Platos especiales, ensaladas y postres**

De lunes a sábados a partir de las 11:00 am hasta las 19:00

Tanto los platos especiales, las ensaladas y los postres se preparan en ese instante según la preferencia del cliente, ya que se ofertan varias alternativas.

A continuación se presentan varias opciones para los menús a ofrecer por parte del **Restaurante Light Bar**.

✓ **Menú Almuerzos**

○ **Almuerzo # 1**

- ♣ **Sopa:** Repe lojano
- ♣ **Segundo:** Trucha con salsa de mantequilla
- ♣ **Bebida:** Jugo de mora

○ **Almuerzo # 2**

- ♣ **Sopa:** Viche de pescado
- ♣ **Segundo:** Seco de pollo
- ♣ **Bebida:** Jugo de piña

○ **Almuerzo # 3**

- ♣ **Sopa:** Sopa de verduras
- ♣ **Segundo:** Arroz con menestra y carne
- ♣ **Bebida:** Jugo de naranja

○ **Almuerzo # 4**

- ♣ **Sopa:** Sopa de pollo con fideos
- ♣ **Segundo:** Corvina en salsa de perejil
- ♣ **Bebida:** Jugo de sandía

- **Almuerzo # 5**

- ♣ **Sopa:** Crema de garbanzo
- ♣ **Segundo:** Estofado de res
- ♣ **Bebida:** Limonada

- ✓ **Menú Platos Especiales**

- Brochetas de pollo en salsa de soya
- Pollo relleno con jamón y queso al whisky
- Espagueti al ajillo con camarones
- Pollo glaseado al curry
- Lasaña de vegetales

- ✓ **Menú Ensaladas**

- Ensalada caprese
- Ensalada a lo abruzzo
- Ensalada de espinaca

✓ Menú Postres

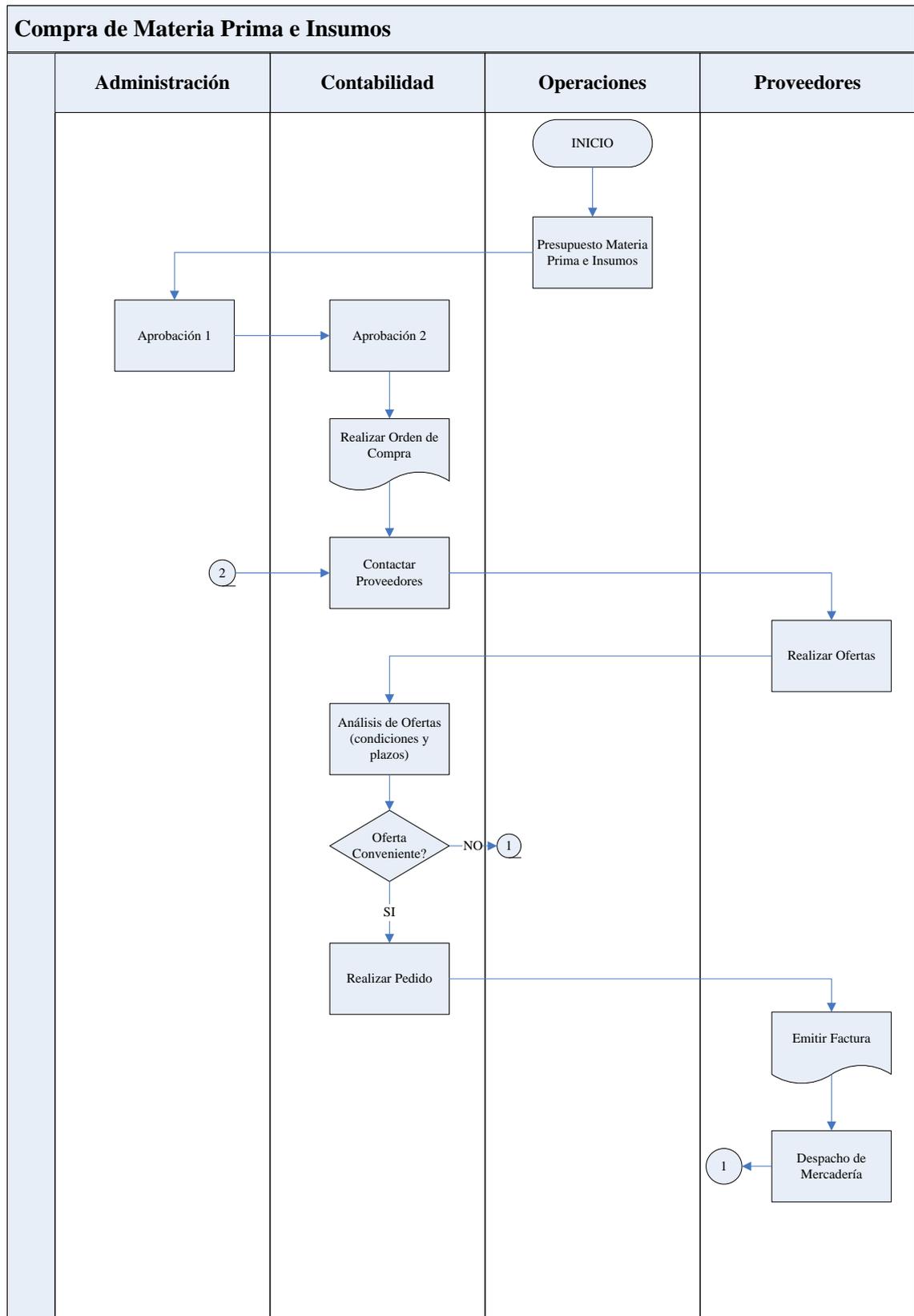
- Flan de coco
- Gelatina con melón y sandía
- Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán

El servicio se enfocará sobre la base de calidad y eficiencia con que se elaborara y entregará los productos al consumidor final, el servicio eficiente empieza por el área de la producción mediante la guía del administrador y el chef en la cocina, luego de adquirir los insumos y materias primas de calidad, se elaborará los productos en el menor tiempo posible posterior al pedido para la entera satisfacción del cliente.

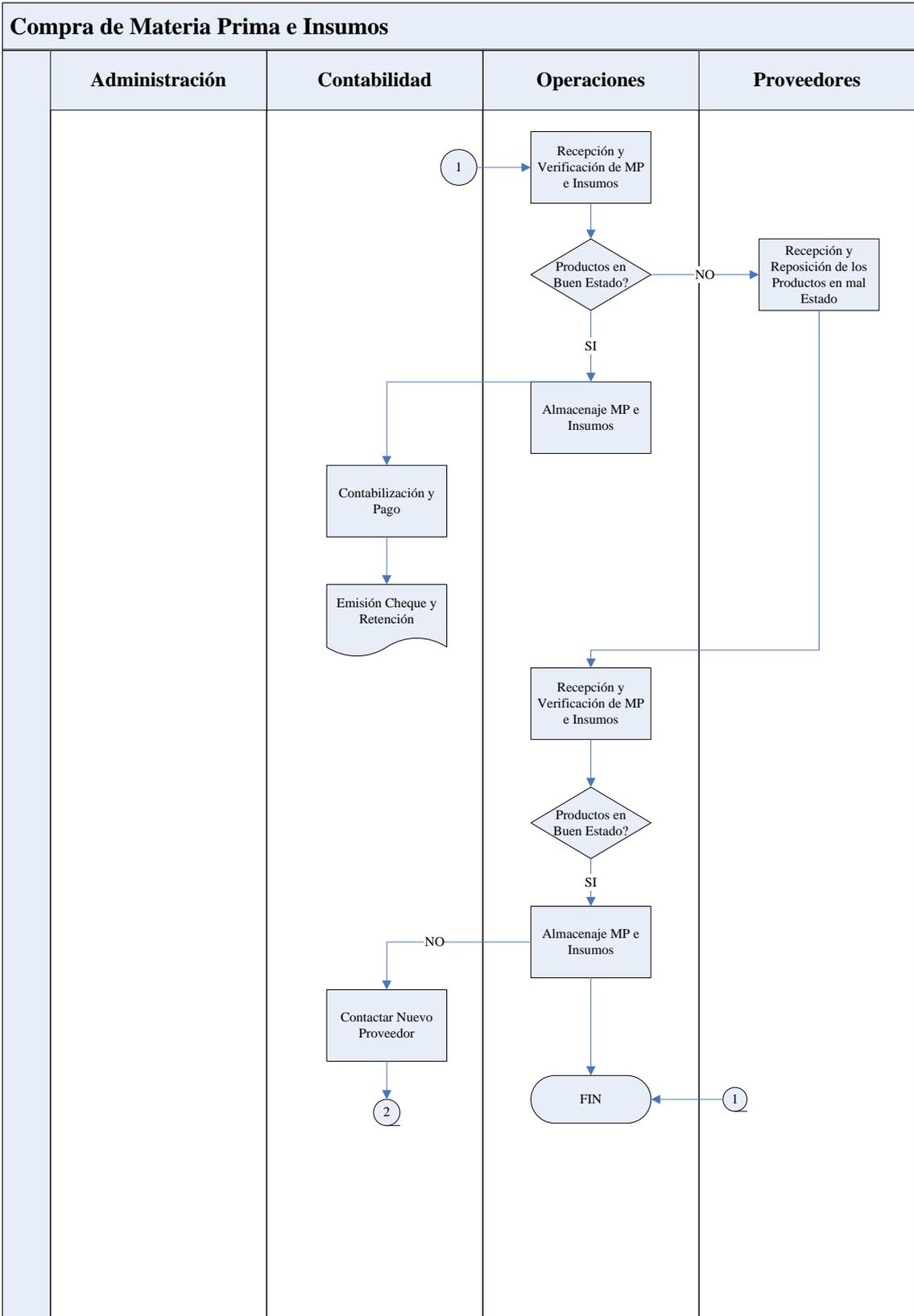
3.2.3.3.1 Diagramas de flujo del proceso de producción y servicio

Se ha realizado los diagramas de flujo del proceso productivo de almuerzos, por ser el principal producto que oferta el **Restaurante Light Bar**, el cual está conformado por cuatro subprocesos.

Cuadro 50: Subproceso # 1 Compra de materia prima e insumos

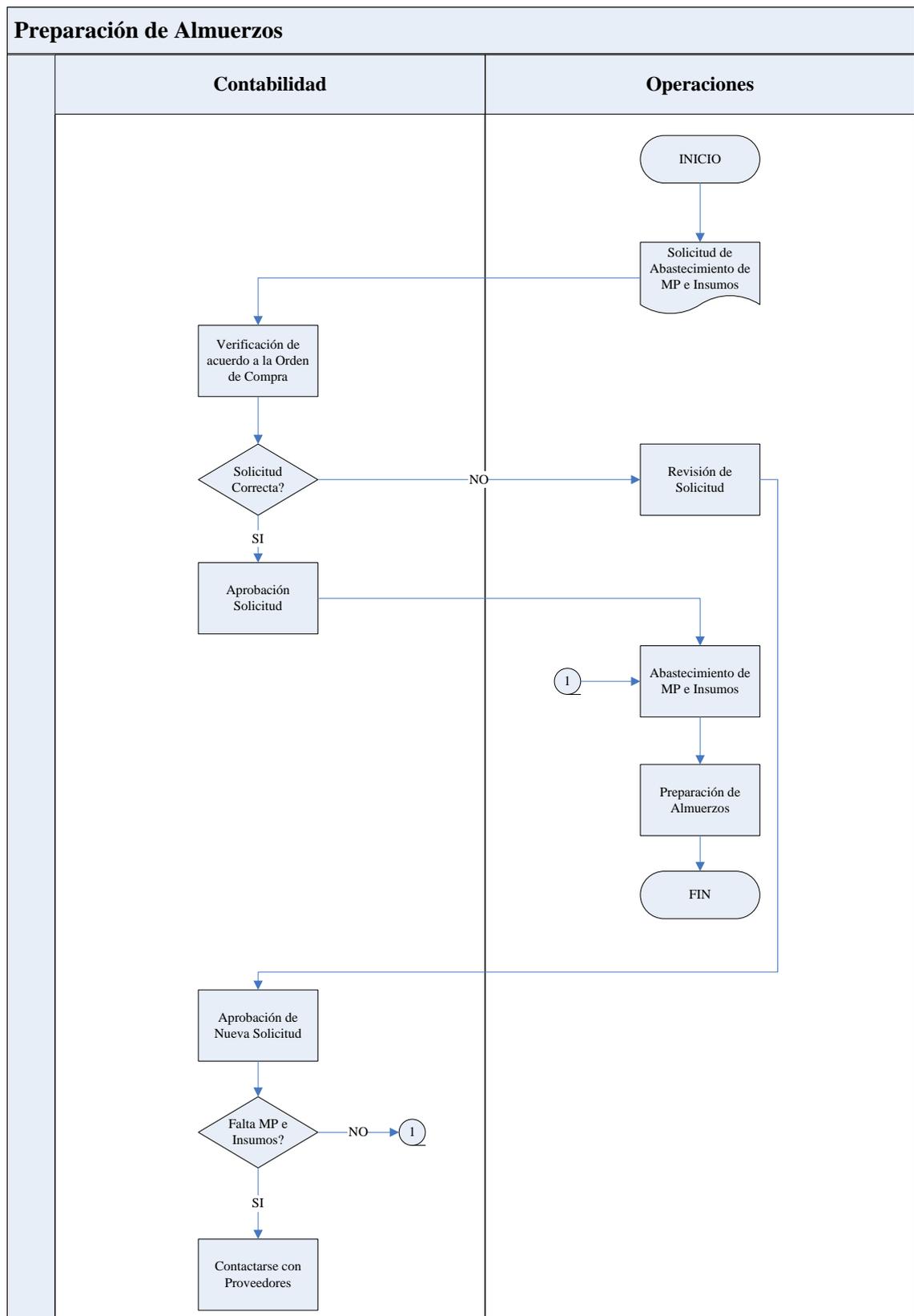


Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len



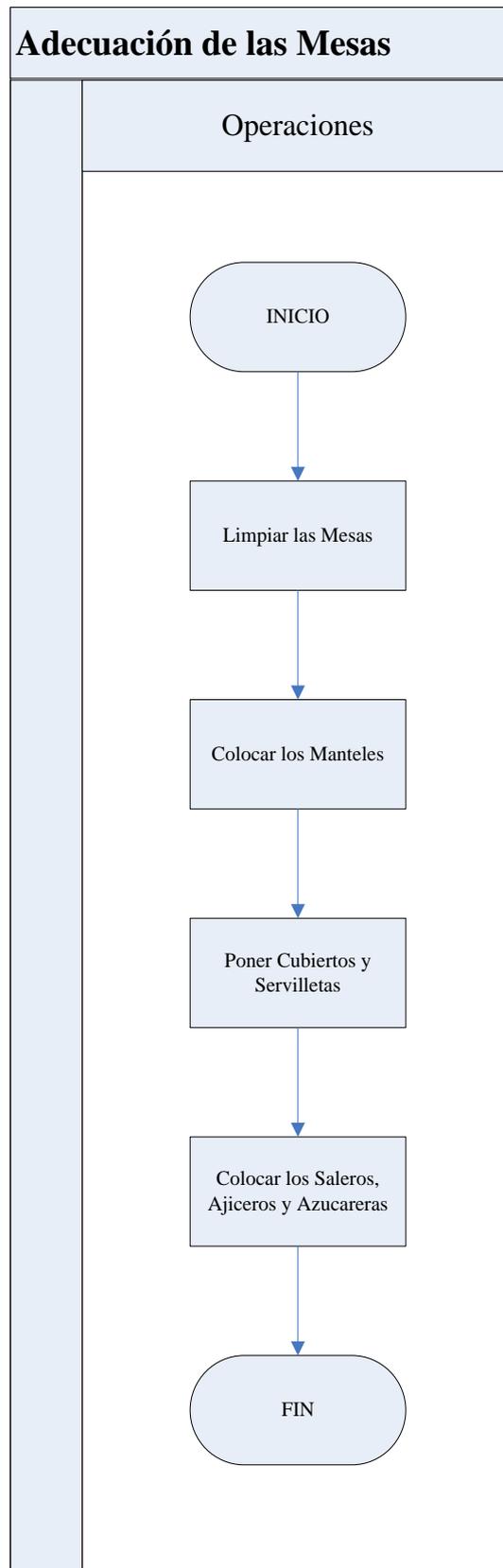
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cuadro 51: Subproceso # 2 Preparación de almuerzos



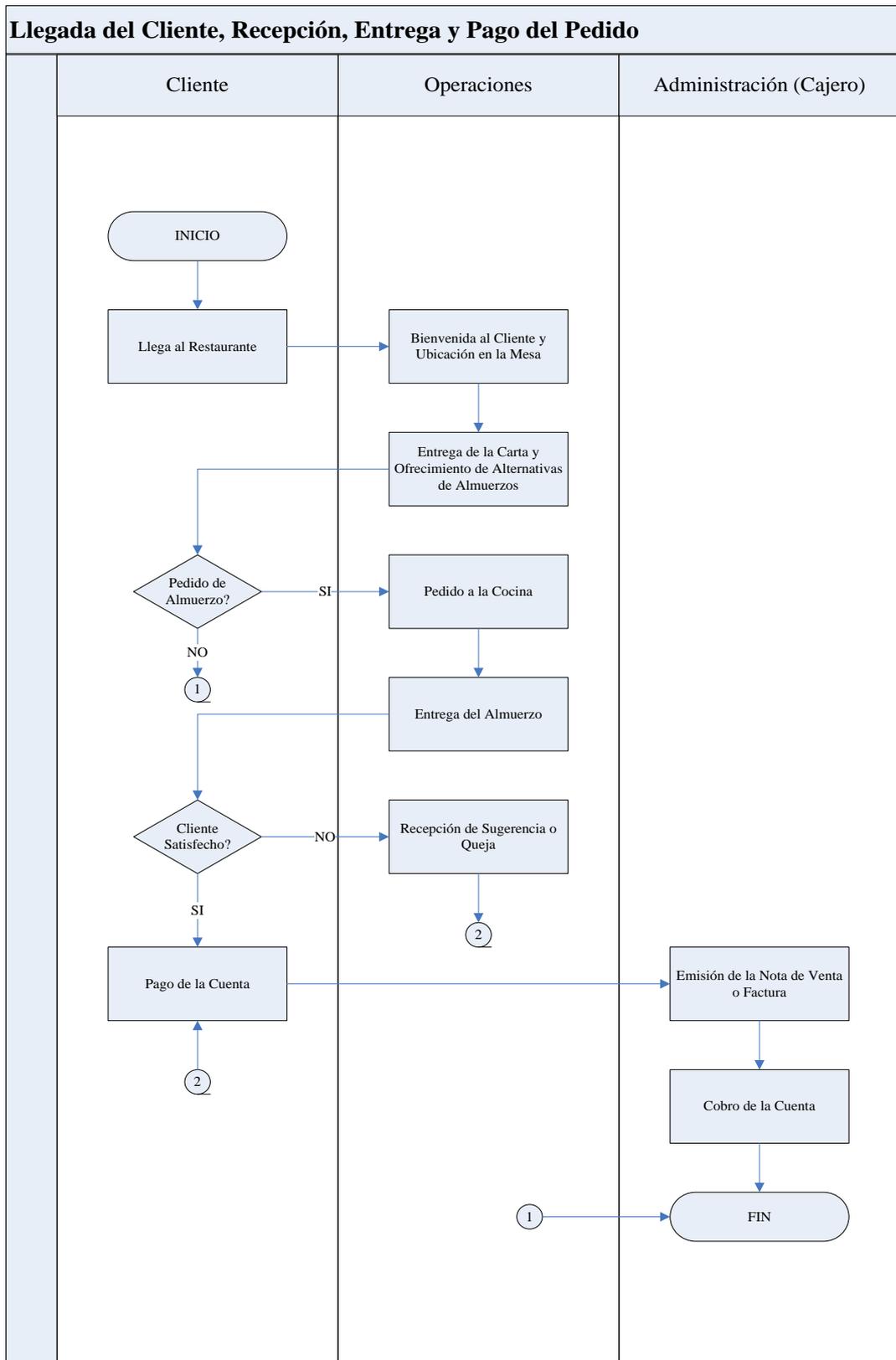
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cuadro 52: Subproceso # 3 Adecuación de las mesas



Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cuadro 53: Subproceso # 4 Llegada del cliente, recepción, entrega y cobro del pedido

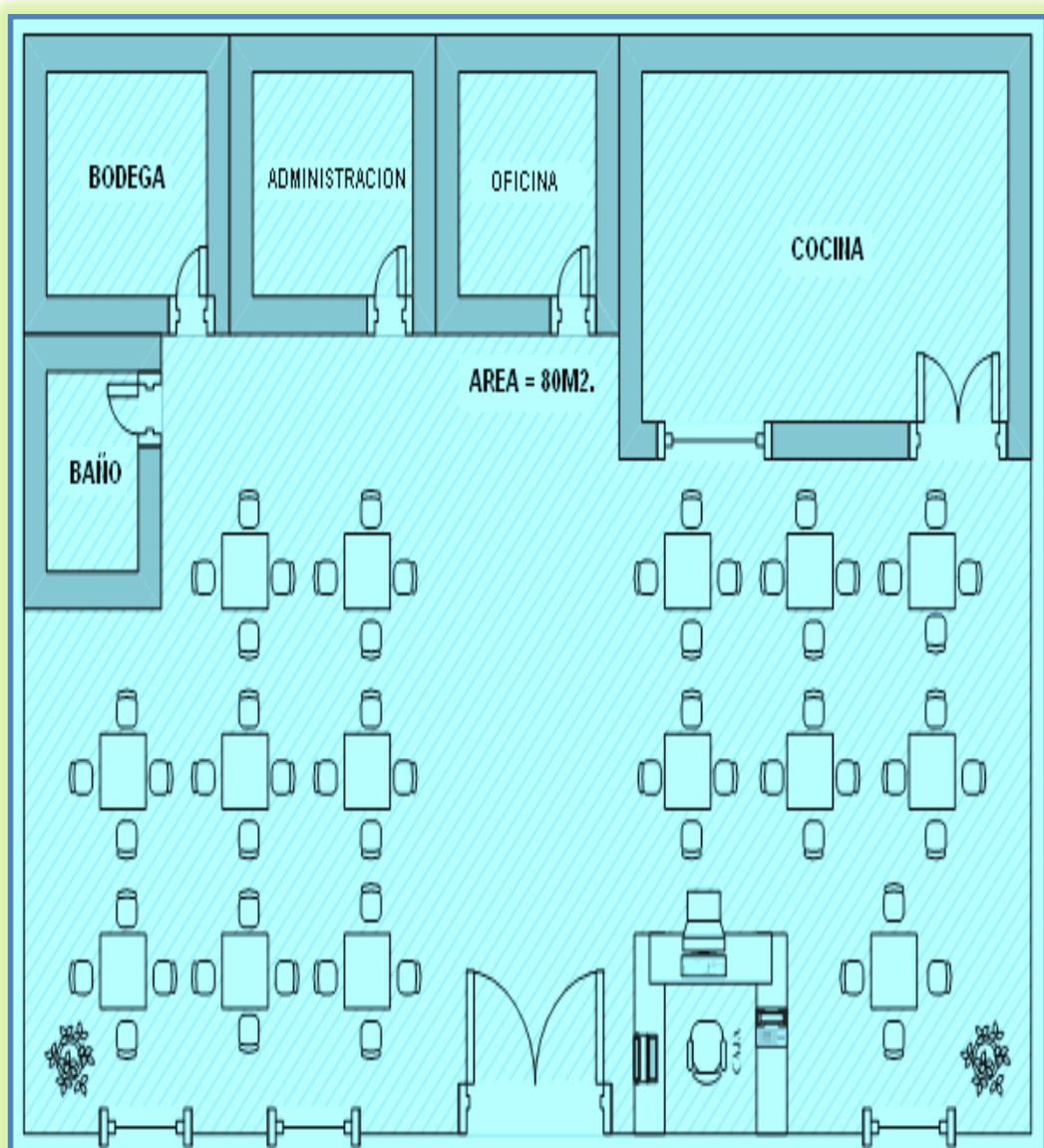


Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.2.3.4 Distribución y adecuación de las instalaciones

El local del **Restaurante Light Bar** tendrá una superficie de 80m^2 , teniendo las oficinas las siguientes dimensiones:

Cuadro 54: Distribución de instalaciones



Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 30: Distribución de instalaciones

	
Detalle	Área
Administración	5
Oficina Multifuncional	4
Bodega	4
Caja	1
Cocina	14
Comedor	50
Baño	2
Total m2	80

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.2.3.5 Estudio de materias primas, insumos y otros

Dentro del proceso de preparación y cocción de los alimentos, es el estudio de la materia prima cuyo análisis e importancia se destaca debido a que es la base fundamental para generar imagen y sobre todo aceptación del público en la elaboración de los distintos tipos de productos a ofrecer preparados con insumos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas.

Para lo cual reconoceremos como materias primas a los productos de los 4 grupo alimenticios: carnes, granos, lácteos, vegetales y frutas; mientras que los insumos son los que intervienen en la preparación de los mismos tales como las especias.

3.2.3.5.1 Clasificación de materias primas, muebles y equipos

Dentro de la ciudad de Quito no existe ningún inconveniente a la hora de adquirir las materias primas para la elaboración de los distintos tipos de productos a ofertar, por lo que a continuación se los clasifica en los siguientes:

✓ Alimentos perecibles

Encontramos las distintas carnes a ofertar, los vegetales, hortalizas, legumbres, champiñones y tubérculos, frutas, granos, lácteos, alimentos que son de fácil descomposición.

✓ Alimentos no perecibles

Enlatados y conservas, aliños y demás condimentos que se incluyen en la preparación de los alimentos.

En lo referente a los muebles y equipos se detalla a continuación:

Tabla 31: Muebles y equipos necesarios

	
MUEBLES Y EQUIPOS	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
Computadora	
Impresoras HP-COMPAQ	
EQUIPOS DE OFICINA	
Caja Registradora	
Televisión	
Minicomponente	
MUEBLES DE OFICINA	
Mesas (cuadradas)	
Sillas	
Archivador AM130GEN02	
Escritorios En Ele 160 x 140	
Sillas	
Sillas ATU para visitantes	
EQUIPOS DE COCINA	
Cocina industrial de acero con horno	
Refrigeradora	
Licuadora	
Procesador de alimentos	
Rival Batidora Pedestal	
Sanduchera	
Extractor de olores	
Horno de microondas	
MUEBLES DE COCINA	
Aparadores	
Muebles de cocina	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.2.3.5.2 Cantidad necesaria

La determinación de la cantidad necesaria fue realizada de acuerdo a una receta estándar definida para 10 personas, la cual consta del nombre del plato, la porción y el peso de cada ingrediente.

Se utilizó la receta estándar debido a que se deben cuantificar cada uno de los ingredientes de una receta y sería muy difícil establecer cantidades y costos de un solo plato.

Además se manejó una tabla de equivalencias y medidas, para cuantificar las materias primas e insumos en unidades equivalentes (onzas, gramos, libras, kilogramos, cucharadas, cucharaditas, cm³, etc.).

3.2.3.5.2.1 Requerimientos de materia prima

Almuerzo # 1

Tabla 32: Ingredientes de almuerzo # 1

Repe lojano	
Cantidad	Ingredientes
1200 gramos	Guineo verde picado en cuadritos
6 onzas	Queso
4 tazas	Leche
3 cucharadas	Mantequilla
6 cucharadas	Cebolla blanca picada finamente
40 gramos	Culantro picado finamente
	Sal y pimienta al gusto

Trucha con salsa de mantequilla	
Cantidad	Ingredientes
1 1/2 kilos	Trucha
1/2 libra	Mantequilla
480gramos	Cebolla paiteña cortada en rodajas
1 taza	Vino blanco
10 cucharadas	Crema de leche
400 gramos	Zanahoria cortada en juliana
5 tazas	Arroz
	Sal y pimienta al gusto
Jugo de mora	
Cantidad	Ingredientes
1 kilo	Mora
2 tazas	Azúcar

Almuerzo # 2

Tabla 33: Ingredientes de almuerzo # 2

Viche de pescado	
Cantidad	Ingredientes
1 1/2 libra	Pescado
480 gramos	Cebolla colorada picada en cuadritos
320gramos	Pimiento picado en cuadritos
240 gramos	Cebolla blanca picada finamente
4 cucharadas	Maní molido
80 gramos	Dientes de ajo machacadas
120 gramos	Hojas de col picada en cuadritos
150 gramos	Zapallo picado en rodajas
800 gramos	Choclo picado en trozos
400 gramos	Zanahoria picada en cuadritos

800 gramos	Yuca picada en trozos
600 gramos	Maduros picado en rodajas
300 gramos	Verde rallado
Seco de pollo	
Cantidad	Ingredientes
11/2 kilos	Pollo despresado
480 gramos	Cebolla paiteña picada en cuadritos
320 gramos	Pimiento picado en cuadritos
2 cucharaditas	Achiote
40 gramos	Culantro picado finamente
11/2 libras	Tomates maduros picado en cuadritos
120 gramos	Naranjillas
2 tazas	Cerveza
5 tazas	Arroz
	Sal, comino y pimienta al gusto
Jugo de piña	
Cantidad	Ingredientes
700 gramos	Piña
2 tazas	Azúcar

Almuerzo # 3

Tabla 34: Ingredientes de almuerzo # 3

Sopa de verduras	
Cantidad	Ingredientes
360 gramos	Cebollas perla picada en cuadritos
80 gramos	Dientes de ajo machacados
200 gramos	Zanahorias cortados en cubos
200 gramos	Puerros cortados en cubos
100 gramos	Tomate picado en cuadritos
20 gramos	Laurel
2 cucharadas	Mantequilla

Arroz con menestra y carne	
Cantidad	Ingredientes
11/2 kilos	Carne de res fileteada
2 libras	Fréjol canario
240 gramos	Cebollas cortadas en cuadritos
160 gramos	Pimiento picado en cuadritos
240 gramos	Tomate picado en cuadritos
1 cucharadita	Ajo licuado
4 cucharadas	Achiote
	Aliño para la carne
90 gramos	Ajo
30 gramos	Hojas de albahaca
30 gramos	Hojas de apio
30 gramos	Hojas de hierba buena
5 tazas	Arroz
	Sal y sazónador al gusto
Jugo de naranja	
Cantidad	Ingredientes
2 1/2 kilos	Naranjas
2 tazas	Tazas de azúcar

Almuerzo # 4

Tabla 35: Ingredientes de almuerzo # 4

Sopa de pollo con fideos	
Cantidad	Ingredientes
2 libras	Pollo
40 gramos	Apio picado finamente
300 gramos	Zanahoria picada en cubos
2 cucharaditas	Aceite
80 gramos	Dientes de ajo machacados

300 gramos	Fideo cabello de ángel
150 gramos	Alverjita tierna
	sal y pimienta al gusto
Corvina en salsa de perejil	
Cantidad	Ingredientes
1 1/2 kilos	Filete de corvina
1 taza	Vino blanco
30 gramos	Hojas de laurel
1 1/2 tazas	Crema de leche
2 cucharadas	Mantequilla
480 gramos	Tomate picado en cubos
360 gramos	Cebollas puerro cortadas en cuadritos
30 gramos	Perejil picado finamente
5 tazas	Arroz
Jugo de sandia	
Cantidad	Ingredientes
800 gramos	Sandia
2 tazas	Azúcar

Almuerzo # 5

Tabla 36: Ingredientes de almuerzo # 5

Crema de garbanzo	
Cantidad	Ingredientes
2 libras	Garbanzos
80 gramos	Dientes de ajo machacados
300 gramos	Cebolla paitaña picada en cubos
30 gramos	Hojas de laurel
30 gramos	Hojas de estragón
30 gramos	Perejil picado finamente
	Sal y pimienta molida al gusto

Estofado de res	
Cantidad	Ingredientes
1 1/2 kilos	Carne de res
2 libras	Papas cortada en cuadritos
300 gramos	Zanahorias cortadas en cuadritos
240 gramos	Tomates cortados en cubos
160 gramos	Pimiento picado en cubos
240 gramos	Cebolla paiteña picada en cuadritos
2 cucharaditas	Achiote
80 gramos	Dientes de ajo machacado
70 gramos	Culantro picado finamente
5 tazas	Arroz
	Sal, pimienta y comino al gusto
Limonada	
Cantidad	Ingredientes
2 kilos	Limón
2 tazas	Azúcar

Plato especial # 1

Tabla 37: Ingredientes de plato especial # 1 Brochetas de pollo en salsa de soya

Brochetas de pollo en salsa de soya	
Cantidad	Ingredientes
3 kilos	Pechuga de pollo fileteada
2 tazas	Soya
80 gramos	Dientes de ajo machacados
100 gramos	Limón
240 gramos	Cebolla paiteña picada en cuadritos
4 cucharadas	Aceite
5 tazas	Arroz
	Sal y pimienta al gusto

Plato especial # 2

Tabla 38: Ingredientes de plato especial # 2 Pollo relleno con jamón y queso al whisky

Pollo relleno con jamón y queso al whisky	
Cantidad	Ingredientes
3 kilos	Filete de pollo
250 gramos	Jamón prensado en láminas
250 gramos	Queso en láminas
80 gramos	Dientes de ajo machacados
1/2 taza	Whisky
50 gramos	Limón
6 cucharadas	Aceite de oliva
5 tazas	Arroz
	Sal y pimienta al gusto

Plato especial # 3

Tabla 39: Ingredientes de plato especial # 3 Espagueti al ajillo con camarones

Espagueti al ajillo con camarones	
Cantidad	Ingredientes
1 kilo	Espaguetis
80 gramos	Dientes de ajo machacados
60 gramos	Jalapeños picados en cubos grandes
2 kilos	Camarones
240 gramos	Cebolla perla picada en cuadritos
6 cucharadas	Pasta de tomate
8 cucharadas	Aceite de oliva
1 taza	Vino blanco
30 gramos	Hojas de perejil
30 gramos	Hojas de laurel
1 taza	Queso parmesano rallado
	Sal y pimienta al gusto

Plato especial # 4

Tabla 40: Ingredientes de plato especial # 4 Pollo glaseado al curry

Pollo glaseado al curry	
Cantidad	Ingredientes
3 kilos	Muslos de pollo
4 cucharadas	Mantequilla derretida
1 cucharadita	Curry
1 cucharadita	Mostaza en crema
1 cucharadita	Páprika
1 cucharadita	Sal
5 tazas	Arroz

Plato especial # 5

Tabla 41: Ingredientes de plato especial # 5 Lasaña de vegetales

Lasaña de vegetales	
Cantidad	Ingredientes
3 cucharadas	Aceite vegetal
4 cucharadas	Harina integral
4 tazas	Leche descremada
1 cucharadita	Mostaza
3 cucharadita	Aceite de oliva
80 gramos	Dientes de ajo machacados
360 gramos	Puerros picados en cubos
2 tazas	Zanahoria picada en cuadritos
320 gramos	Zucchini picado en cubos
2 kilos	Tomates
30 gramos	Hojas de albahaca
600 gramos	Láminas de masa de lasaña
2 tazas	Vino blanco seco

2 tazas	Queso parmesano rallado
2 tazas	Queso mozzarella rallado
20 gramos	Nuez moscada rallada
	Sal y pimienta al gusto

Ensalada # 1

Tabla 42: Ingredientes de ensalada #1 Caprese

Ensalada caprese	
Cantidad	Ingredientes
720 gramos	Tomates cortados en rodajas
750 gramos	Queso mozzarella
60 gramos	Hojas de albahaca
2 cucharaditas	Aceite de oliva
	Sal y pimienta al gusto

Ensalada # 2

Tabla 43: Ingredientes de ensalada #2 A lo abruzzo

Ensalada a lo abruzzo	
Cantidad	Ingredientes
600 gramos	Fréjoles blancos
320 gramos	Zucchini cortados en tiras
480 gramos	Tomates cortados en rodajas
20 gramos	Ajés finamente picados
240 gramos	Cebolla perla picada en juliana fina
400 gramos	Atún en lata
30 gramos	Hojas de albahaca picada en tiras gruesas
10 gramos	Orégano

8 cucharadas	Aceite de oliva
4 cucharadas	Vinagre rojo
	Sal al gusto

Ensalada # 3

Tabla 44: Ingredientes de ensalada #3 Espinaca

Ensalada de espinaca	
Cantidad	Ingredientes
600 gramos	Hojas de espinaca cortadas en tiras gruesas
3 tazas	Champiñones frescos cortado en rodajas
4 cucharadas	Chile dulce rojo picado en cubos
300 gramos	Tocineta cortada en tiras
120 gramos	Cebolla paiteña picada en juliana
5 cucharadas	Vinagre
2 cucharadas	Azúcar
10 gramos	Pimienta picante molida

Postre # 1

Tabla 45: Ingredientes de postre # 1 Flan de coco

Flan de coco	
Cantidad	Ingredientes
1 taza	Azúcar
2 tazas	Leche condensada
400 gramos	Coco seco rallado
1 taza	Leche
4	Huevos
1 cucharadita	Esencia de vainilla

Postre # 2

Tabla 46: Ingredientes de postre # 2 Gelatina con melón y sandía

Gelatina con melón y sandía	
Cantidad	Ingredientes
500 gramos	Pulpa de melón
500 gramos	Pulpa de sandía
200 gramos	Pulpa de naranjas
8 cucharadas	Azúcar
4 cucharadas	Gelatina sin sabor en polvo
3 tazas	Vino espumoso

Postre # 3

Tabla 47: Ingredientes de postre # 3 Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán

Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán	
Cantidad	Ingredientes
500 gramos	Fresas
500 gramos	Frambuesas
4 cucharaditas	Jugo de limón
1 cucharadita	Esencia de vainilla
80 gramos	Menta picada
150 gramos	Azúcar
4 cucharadas	Licor de naranja
10	Yemas de huevo
1 taza	Azúcar
1 taza	Champán semiseco
2 tazas	Crema dulce

3.2.3.5.3 Condiciones de abastecimiento

Las condiciones de abastecimiento en la ciudad de Quito son múltiples ya que cuenta con varios mercados municipales, tiendas, mercados y supermercados privados en todo el Distrito Metropolitano de Quito.

Debido a ello la adquisición de materias primas e insumos se realizarán los días domingos en la mañana en lugares garantizados y conocidos como el Mercado Mayorista, Supermercados Santa María y Supermaxi.

3.2.3.6 Requerimiento de mano de obra

A continuación se ha detallado la mano de obra directa e indirecta que interviene dentro del proceso de elaboración del producto, así como también el personal de servicio que intervendrá directamente con el consumidor final.

Cabe mencionar que las remuneraciones están dadas de acuerdo a las competencias asignadas a cada uno del personal, así como también a las condiciones socioeconómicas que se vive en el país, tomando en cuenta que el salario básico unificado para el año 2011 es de \$264 dólares.

El personal requerido será:

- ✓ Administrador
- ✓ Chef de cocina
- ✓ Mesero
- ✓ Posillero

3.2.3.7 Requerimiento de activos fijos, inventarios, servicios básicos y publicidad

Tabla 48: Requerimientos de activos fijos

	
INVERSION INICIAL - ACTIVOS FIJOS	
CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
1	Computadora
1	Impresoras HP-COMPAQ
CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA
1	Caja Registradora
1	Televisión
1	Minicomponente
CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA
15	Mesas cuadradas
60	Sillas
2	Archivador AM130GEN02
2	Escritorios en Ele 160 x 140
4	Sillas OMEGA
2	Sillas ATU para visitantes
CANTIDAD	EQUIPOS DE COCINA
1	Cocina industrial de acero con horno
1	Refrigeradora
1	Licuada
1	Procesador de alimentos
1	Rival Batidora Pedestal
1	Sanduchera
1	Extractor de olores
1	Horno de microondas
CANTIDAD	MUEBLES DE COCINA
3	Aparadores
2	Muebles de cocina

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 49: Requerimientos de inventario de menaje

	
INVERSION INICIAL - INVENTARIO MENAJE	
CANTIDAD	INVENTARIO MENAJE
2	Cuchillo eléctrico 2805-012
5	Vajillas (20 piezas)
60	Vasos pequeños
50	Vasos grandes
25	Copas para postre
2	Juego de bandejas de plástico de 6 piezas
1	Calderos N° 45
1	Calderos N° 40
1	Olla de presión industrial
1	Juego de ollas de 4 piezas acero inoxidable
15	Manteles decorativos
5	Pirex
1	Set de cuchillos tramontina
2	Tablas para picar
1	Sartenes 3 piezas 16, 20 y 24 cm
1	Sartén IDEAL antiadherente universal
1	Plancha
1	Paila
1	Juego de coladeras de aluminio de 5 piezas
1	Molde de aluminio
1	Molde de teflón
1	Cubiertos (docena)
1	Cucharas (docena)
1	Cucharas pequeñas (docena)
1	Espátulas 7 piezas FOOD-STAND 69 N
15	Jarra 2 litros

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 50: Requerimientos de inventario de suministros de oficina

	
INVERSION INICIAL - INVENTARIO SUMINISTROS DE OFICINA	
CANTIDAD	INVENTARIO SUMINISTROS DE OFICINA
1	Calculadora
1	Teléfono Panasonic inalámbrico
1	Resma de papel bond A4
1	Grapadora
1	Caja de grapas
1	Perforadora
1	Caja de esferos

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 51: Requerimientos de servicios básicos

	
SERVICIOS BÁSICOS	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
890	Energía Eléctrica por KW/Hora
95	Agua Potable por Metros Cúbicos
	Teléfono

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 52: Requerimientos de publicidad

	
PUBLICIDAD	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Hojas Volantes de 200 hojas c/u

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

3.2.3.8 Estimación de los costos de inversión

El costo de la inversión inicial, es el desembolso que hay que hacer en el momento cero para llevar adelante el proyecto; está compuesto por los rubros:

✓ **Inversiones en activos fijos e inventario de menaje y suministros de oficina**

Son las inversiones realizadas en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de insumos o sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

✓ **Inversiones en capital de trabajo**

Son recursos corrientes, necesarios para la operación normal del proyecto durante un plazo en el cual el proyecto alcance su independencia operativa.

Para determinarlo, en el caso de este proyecto se ha utilizado el **método contable**, que conlleva a la aplicación y el cálculo de la respectiva fórmula con los valores del activo y pasivo corriente obtenidos a partir de la elaboración del Estado de Situación Inicial.

Tabla 53: Cálculo del capital de trabajo

Activo	
<u>Activo Corriente</u>	5.789,27
Bancos	4.242,55
Inventario de Menaje	1.423,52
Inventario de Suministros de Oficina	123,20
Pasivo	
<u>Pasivo Corriente</u>	1.546,72
Capital Pagado	1.546,72

$$\mathbf{Capital\ de\ Trabajo = Activo\ Corriente - Pasivo\ Corriente}$$

$$= 5.789,27 - 1.546,72$$

$$= \mathbf{4.242,55}$$

Tabla 54: Inversión inicial del proyecto

	
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	
Activos Fijos	5.750,08
Inventario de Menaje	1.423,52
Inventario de Suministros de Oficina	123,20
Capital de Trabajo	4.242,55
INVERSION INICIAL TOTAL	11.539,35

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

CAPÍTULO # 4

ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero sirve para determinar el rendimiento económico esperado del proyecto, sobre la base de toda la información.”¹⁷

Adicionalmente se añadirán los datos de financiamiento del proyecto, así como también los costos y gastos que se incurra dentro del mismo, con el objetivo de sistematizar la información contable y financiera de las investigaciones efectuadas anteriormente, que permitan verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con las obligaciones operacionales y llegar a la estructura financiera para una adecuada toma de decisiones.

4.1 Presupuestos

Los presupuestos se expresan en términos cuantitativos y es por ello que se lo calculará para determinar la cantidad de recursos que tiene el **Restaurante Light Bar** para hacer frente a los gastos generales que se requieran de acuerdo a una planificación establecida por los administradores.

4.1.1 Presupuesto de inversión

Las inversiones del proyecto constituyen todos los costos y gastos que se efectúan en una unidad de tiempo para la adquisición de determinados medios productivos, los que permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera un flujo de beneficios.

¹⁷SAENZ FLORES, Rodrigo, *Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos*, Quito - Ecuador, junio 2000, p. 12

La inversión que se requiere para la puesta en marcha del proyecto en el barrio Solanda del sur de la ciudad de Quito está compuesta por los rubros: activos fijos, inventario de menaje y suministros de oficina y capital de trabajo.

Y asciende a un valor de \$ 11.539,35 cuyo valor será solventado con recursos propios el 20% por parte de los socios y el restante 80% se acudirá a un crédito bancario.

Tabla 55: Presupuesto de inversión

	
Presupuesto de Inversión	
Activos Fijos	5.750,08
Inventario de Menaje	1.423,52
Inventario de Suministros de Oficina	123,20
Capital de Trabajo	4.242,55
Inversión Inicial Total	11.539,35

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 56: Financiación de la inversión inicial

	
Financiamiento Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Fondos Propios	2.307,87
Fondos Crédito CFN	9.231,48
Total Fondos Disponibles para Inversión	11.539,35

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.1.1 Activos fijos e inventario de menaje y suministros de oficina

Son las inversiones realizadas en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de insumos o sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

Los activos fijos, inventario de menaje y suministros de oficina del establecimiento se describen a continuación

Tabla 57: Inversión inicial de activos fijos

INVERSION INICIAL - ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	EQUPOS DE COMPUTACIÓN	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
1	Computadora	784,00	784,00
1	Impresoras HP-COMPAQ	112,00	112,00
TOTAL EQUPOS DE COMPUTACIÓN		896,00	896,00
CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
1	Caja Registradora	201,60	201,60
1	Televisión	560,00	560,00
1	Minicomponente	280,00	280,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		1.041,60	1.041,60
CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
15	Mesas cuadradas	18,67	280,00
60	Sillas	6,53	392,00
2	Archivador AM130GEN02	44,80	89,60
2	Escritorios en Ele 160 x 140	112,00	224,00
4	Sillas OMEGA	28,00	112,00
2	Sillas ATU para visitantes	41,44	82,88
TOTAL MUEBLES DE OFICINA		251,44	1.180,48
CANTIDAD	EQUIPOS DE COCINA	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
1	Cocina industrial de acero con horno	672,00	672,00
1	Refrigeradora	784,00	784,00
1	Licuada	89,60	89,60
1	Procesador de alimentos	100,80	100,80
1	Rival Batidora Pedestal	78,40	78,40
1	Sanduchera	44,80	44,80
1	Extractor de olores	134,40	134,40
1	Horno de microondas	168,00	168,00
TOTAL EQUIPOS DE COCINA		2.072,00	2.072,00
CANTIDAD	MUEBLES DE COCINA	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
3	Aparadores	67,20	201,60
2	Muebles de cocina	179,20	358,40
TOTAL MUEBLES DE COCINA		246,40	560,00
INVERSION TOTAL EN ACTIVOS FIJOS		4.507,44	5.750,08

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.1.1.1 Depreciaciones

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él.

Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable.

A continuación se muestran la tabla de depreciación de los activos fijos, sobre la cual se deduce lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno, cuyos porcentajes y cálculos respectivos se detalla a continuación:

Tabla 58: Depreciaciones de activos fijos

			
Concepto	Valor	% Anual	Depreciación mensual
Equipos de Computación	896,00	33%	24,64
Equipo de Oficina	1.041,60	10%	8,68
Muebles de Oficina	1.180,48	10%	9,84
Equipo de Cocina	2.072,00	10%	17,27
Muebles de Cocina	560,00	10%	4,67

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 59: Inversión inicial de menaje

 INVERSION INICIAL - INVENTARIO MENAJE			
CANTIDAD	INVENTARIO MENAJE	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
2	Cuchillo eléctrico 2805-012	19,60	39,20
5	Vajillas (20 piezas)	44,80	224,00
60	Vasos pequeños	0,56	33,60
50	Vasos grandes	0,67	33,60
25	Copas para postre	0,90	22,40
2	Juego de bandejas de plástico de 6 piezas	9,52	19,04
1	Calderos N° 45	67,20	67,20
1	Calderos N° 40	50,40	50,40
1	Olla de presión industrial	151,20	151,20
1	Juego de ollas de 4 piezas acero inoxidable	190,40	190,40
15	Manteles decorativos	4,48	67,20
5	Pirex	7,84	39,20
1	Set de cuchillos tramontina	50,40	50,40
2	Tablas para picar	11,20	22,40
1	Sartenes 3 piezas 16, 20 y 24 cm	44,80	44,80
1	Sartén IDEAL antiadherente universal	56,00	56,00
1	Plancha	72,80	72,80
1	Paila	33,60	33,60
1	Juego de coladeras de aluminio de 5 piezas	16,80	16,80
1	Molde de aluminio	15,68	15,68
1	Molde de teflón	28,00	28,00
1	Cubiertos (docena)	39,20	39,20
1	Cucharas (docena)	22,40	22,40
1	Cucharas pequeñas (docena)	22,40	22,40
1	Espátulas 7 piezas FOOD-STAND 69 N	28,00	28,00
15	Jarra 2 litros	2,24	33,60
TOTAL INVENTARIO MENAJE		991,09	1.423,52

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 60: Inversión inicial de inventario de suministros de oficina



INVERSION INICIAL - INVENTARIO SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	INVENTARIO SUMINISTROS DE OFICINA	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
1	Calculadora	16,80	16,80
1	Teléfono Panasonic inalámbrico	95,20	95,20
1	Resma de papel bond A4	4,48	4,48
1	Grapadora	2,24	2,24
1	Caja de grapas	0,56	0,56
1	Perforadora	2,24	2,24
1	Caja de esferos	1,68	1,68
TOTAL INVENTARIO SUMINISTROS DE OFICINA		123,20	123,20

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.1.2 Capital de trabajo

Son recursos corrientes, necesarios para la operación normal del proyecto durante un plazo en el cual el proyecto alcance su independencia operativa.

Para determinarlo, en el caso de este proyecto se ha utilizado el **método contable**, que implica la aplicación y el cálculo de la respectiva fórmula con los datos obtenidos a partir de la elaboración del **Estado de Situación Inicial**.

$$\mathbf{Capital\ de\ Trabajo} = \mathbf{Activo\ Corriente} - \mathbf{Pasivo\ Corriente}$$

Por lo que el presente proyecto de factibilidad requiere de un capital de trabajo de 4.242,55 como consecuencia de la resta del activo corriente menos el pasivo corriente.



ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		
<u>Activo Corriente</u>		5.789,27
Bancos	4.242,55	
Inventario de Menaje	1.423,52	
Inventario de Suministros de Oficina	123,20	
<u>Activo No Corriente</u>		5.750,08
Equipos de oficina	1.041,60	
Muebles de oficina	1.180,48	
Equipos de cocina	2.072,00	
Muebles de cocina	560,00	
Equipos de Computación	896,00	
TOTAL ACTIVO		11.539,35
PASIVO		
<u>Pasivo Corriente</u>		1.481,70
Préstamos por Pagar C/P	1.481,70	
<u>Pasivo no Corriente</u>		7.749,78
Préstamo por Pagar L/P	7.749,78	
TOTAL PASIVO		9.231,48
PATRIMONIO		
Capital Social	2.307,87	
TOTAL PATRIMONIO		2.307,87
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		11.539,35

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.2 Presupuesto de operación

El presupuesto de operación permite detallar los planes de dinero que se necesita gastar, es decir estimar las entradas y salidas monetarias de la empresa para cubrir los costos y obligaciones adquiridas dentro de un plazo determinado para cumplir con el logro de los objetivos propuestos dentro del presente proyecto.

4.1.2.1 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos está formado por las ventas que genera **el Restaurante Light Bar**; para establecer dichos ingresos se parte del precio por cada producto para lo cual se utilizará los datos obtenidos en el capítulo del estudio de mercado.

Para estimar los precios de los productos se utilizará un método de fijación de precios en base a costos, debido a los tipos de productos que comercializará, también se tomó en cuenta, como referencia, el precio promedio de la zona de influencia para el establecimiento del precio.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Precio de Costos} + \% \text{ Beneficio}$$

Tabla 61: Pronóstico de ventas

				
Producto	Precio de Costo	\$ Utilidad	% Utilidad	Precio de Venta
Almuerzos	1,36	0,54	39,71%	1,90
Platos Especiales	1,61	0,79	49,07%	2,40
Ensaladas	0,74	0,51	68,92%	1,25
Postres	0,58	0,42	72,41%	1,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Cabe indicar que se consideró estratégicamente oportuno el aplicar precios asequibles a todo público con el fin de dar a conocer a nuestra empresa y los productos que la misma oferta en el mercado.

Es conveniente especificar que inicialmente el proyecto espera cubrir el 7% de la demanda insatisfecha del primer año de dónde los almuerzos tendrán un 86,67% de participación conforme a la pregunta # 6 de la encuesta realizada en el estudio de mercado, la diferencia es decir el 13,33% restante lo asumirán los platos especiales.

Por su parte, para determinar el consumo de postres y ensaladas se consideró el 25% de la demanda diaria total del proyecto.

Estos valores se incluirán dentro del análisis financiero para determinara la factibilidad o no del presente proyecto.

Tabla 62: Presupuesto de ventas de almuerzos

Light Bar	
Presupuesto de Ingresos Operacionales - Almuerzos	
% Consumo de Almuerzos	86,67%
# Personas que Consumen Almuerzos Diariamente	185
Precio de Venta Almuerzo	1,9
Ingresos Diarios por Venta de Almuerzos	351,5
# Días al Mes	22
Ingresos Mensuales por Venta de Almuerzos	7.733,00
Ingresos Anuales por Venta de Almuerzos	92.796,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 63: Presupuesto de ventas de platos especiales

Light Bar	
Presupuesto de Ingresos Operacionales – Platos Especiales	
% Consumo de Platos Especiales	13,33%
# Personas que Consumen Platos Especiales	28
Precio de Venta Promedio de Platos Especiales	2,4
Ingresos Diarios por venta de Platos Especiales	67,2
# Días al Mes	26
Ingresos Mensuales por Venta de Platos Especiales	1.747,20
Ingresos Anuales por Venta de Platos Especiales	20.966,40

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 64: Presupuesto de ventas de ensaladas

Light Bar	
Presupuesto de Ingresos Operacionales - Ensaladas	
% Consumo de Ensaladas	25,00%
# Personas que Consumen Ensaladas	53
Precio de Venta Promedio de Ensaladas	1,25
Ingresos Diarios por venta de Ensaladas	66,25
# Días al Mes	26
Ingresos Mensuales por Venta de Ensaladas	1.722,50
Ingresos Anuales por Venta de Ensaladas	20.670,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 65: Presupuesto de ventas de postres

Light Bar	
Presupuesto de Ingresos Operacionales - Postres	
% Consumo de Postres	25,00%
# Personas que Consumen Postres	53
Precio de Venta Promedio de Postres	1
Ingresos Diarios por venta de Postres	53
# Días al Mes	26
Ingresos Mensuales por Venta de Postres	1.378,00
Ingresos Anuales por Venta de Postres	16.536,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Resumiendo la información, se determina que el ingreso mensual estimado por ventas de **Light Bar**, será de **\$ 12.580,70** según se detalla a continuación:

Tabla 66: Presupuesto de ventas mensuales

		
Presupuesto de Ventas - Ingresos Mensuales		
Ingresos	Valor	% Ventas
Ingresos por Venta de Almuerzos	7.733,00	61,47%
Ingresos por Venta de Platos Especiales	1.747,20	13,89%
Ingresos por Venta de Postres	1.378,00	10,95%
Ingresos por Venta de Ensaladas	1.722,50	13,69%
Total Ingresos Mensuales por Ventas	12.580,70	100,00%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por tanto el ingreso anual estimado por ventas de **Light Bar**, será de **\$ 150.968,40** siendo el principal producto a comercializar los almuerzos, ya que estos representan el **61,47%** de las ventas totales; según el detalle que se muestra a continuación:

Tabla 67: Presupuesto de ventas anuales

		
Presupuesto de Ventas - Ingresos Anuales		
Ingresos	Valor	% Ventas
Ingresos por Venta de Almuerzos	92.796,00	61,47%
Ingresos por Venta de Platos Especiales	20.966,40	13,89%
Ingresos por Venta de Postres	16.536,00	10,95%
Ingresos por Venta de Ensaladas	20.670,00	13,69%
Total Ingresos Anuales por Ventas	150.968,40	100,00%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.2.2 Presupuesto de egresos

Considerado como la parte medular de todo presupuesto porque se destina la mayor parte del mismo al proyecto; sin embargo cubre la necesidad inmediata de contar con todo tipo de recursos, buscando darle operatividad al sistema productivo y administrativo del establecimiento.

En este presupuesto hay que considerar a la prioridad como un elemento importante dentro de la planificación del proyecto, por ende mientras más austero y organizado se proceda será mejor, sin que ello implique un retraso en el manejo de los planes y programas de la empresa:

4.1.2.2.1 Costo de materias primas insumos

A continuación se detallan los costos y requerimientos de materia prima e insumos para la elaboración de los productos a ser comercializados en el Restaurante Light Bar.

Para la determinación de los costos de producción fue necesario realizar un sondeo de precios de las materias primas e insumos, realizado los días sábado 1 y domingo 2 de octubre de 2011, en el Mercado Mayorista, Supermercados Santa María y Supermaxi, el cual permitió definir precios actuales de las materias primas e insumos necesarios para cada receta.

Al precio de las materias primas e insumos se incrementó un 5%, debido a que el proyecto no se pondrá en marcha inmediatamente, este porcentaje se estableció tomando en cuenta la inflación, el cambio de proveedores y las posibles especulaciones que se den en el mercado.

✓ Costos almuerzos

Almuerzo # 1

Tabla 68: Costos de almuerzo # 1

Repe lojano		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1200 gramos	Guineo verde picado en cuadritos	0,32
6 onzas	Queso	0,86
4 tazas	Leche	0,65
3 cucharadas	Mantequilla	0,17
6 cucharadas	Cebolla blanca picada finamente	0,23
40 gramos	Culantro picado finamente	0,03
	Sal y pimienta al gusto	0,10
Trucha con salsa de mantequilla		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1 1/2 kilos	Trucha	6,00
1/2 libra	Mantequilla	0,87
480 gramos	Cebolla paiteña cortada en rodajas	0,50
1 taza	Vino blanco	0,22
10 cucharadas	Crema de leche	0,60
400 gramos	Zanahoria cortada en juliana	0,30
5 tazas	Arroz	0,87
	Sal y pimienta al gusto	0,10
Jugo de mora		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1 kilo	Mora	2,20
2 tazas	Azúcar	0,26
Total Costo Almuerzo		14,28
Costo Unitario Almuerzo		1,43
Precio Almuerzo		1,90
Ganancia por Almuerzo		0,47

Almuerzo # 2

Tabla 69: Costos de almuerzo # 2

Viche de pescado		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1 1/2 libra	Pescado	3,00
480 gramos	Cebolla colorada picada en cuadritos	0,50
320gramos	Pimiento picado en cuadritos	0,50
240 gramos	Cebolla blanca picada finamente	0,30
4 cucharadas	Maní molido	0,41
80 gramos	Dientes de ajo machacadas	0,25
120 gramos	Hojas de col picada en cuadritos	0,10
150 gramos	Zapallo picado en rodajas	0,38
800 gramos	Choclo picado en trozos	0,50
400 gramos	Zanahoria picada en cuadritos	0,30
800 gramos	Yuca picada en trozos	0,50
600 gramos	Maduros picado en rodajas	0,57
300 gramos	Verde rallado	0,14
Seco de pollo		
Cantidad	Ingredientes	Costo
11/2 kilos	Pollo despresado	3,30
480 gramos	Cebolla paiteña picada en cuadritos	0,50
320 gramos	Pimiento picado en cuadritos	0,50
2 cucharaditas	Achiote	0,38
40 gramos	Culantro picado finamente	0,11
11/2 libras	Tomates maduros picado en cuadritos	0,60
120 gramos	Naranjillas	0,40
2 tazas	Cerveza	0,45
5 tazas	Arroz	0,87
	Sal, comino y pimienta al gusto	0,10
Jugo de piña		
Cantidad	Ingredientes	Costo
700 gramos	Piña	1,00
2 tazas	Azúcar	0,26

Total Costo Almuerzo	15,92
Costo Unitario Almuerzo	1,59
Precio Almuerzo	1,90
Ganancia por Almuerzo	0,31

Almuerzo # 3

Tabla 70: Costos de almuerzo # 3

Sopa de verduras		
Cantidad	Ingredientes	Costo
360 gramos	Cebollas perla picada en cuadritos	0,50
80 gramos	Dientes de ajo machacados	0,10
200 gramos	Zanahoria cortados en cubos	0,50
200 gramos	Puerros cortados en cubos	0,50
100 gramos	Tomate picado en cuadritos	1,30
20 gramos	Laurel	0,15
2 cucharadas	Mantequilla	0,10
Arroz con menestra y carne		
Cantidad	Ingredientes	Costo
11/2 kilos	Carne de res fileteada	4,75
2 libras	Fréjol canario	1,80
240 gramos	Cebollas cortadas en cuadritos	0,25
160 gramos	Pimiento picado en cuadritos	0,25
240 gramos	Tomate picado en cuadritos	0,20
1 cucharadita	Ajo licuado	0,05
4 cucharadas	Achiote	0,10
	Aliño para la carne	
90 gramos	Ajo	0,15
30 gramos	Hojas de albahaca	0,10
30 gramos	Hojas de apio	0,10

30 gramos	Hojas de hierba buena	0,10
5 tazas	Arroz	0,87
	Sal y sazónador al gusto	0,10
Jugo de naranja		
Cantidad	Ingredientes	Costo
2 1/2 kilos	Naranjas	0,65
2 tazas	Tazas de azúcar	0,26
Total Costo Almuerzo		12,88
Costo Unitario Almuerzo		1,29
Precio Almuerzo		1,90
Ganancia por Almuerzo		0,61

Almuerzo # 4

Tabla 71: Costos de almuerzo # 4

Sopa de pollo con fideos		
Cantidad	Ingredientes	Costo
2 libras	Pollo	2,20
40 gramos	Apio picado finamente	0,10
300 gramos	Zanahoria picada en cubos	0,23
2 cucharaditas	Aceite	0,25
80 gramos	Dientes de ajo machacados	0,19
300 gramos	Fideo cabello de ángel	0,58
150 gramos	Alverjita tierna	1,40
	sal y pimienta al gusto	0,10
Corvina en salsa de perejil		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1 1/2 kilos	Filete de corvina	4,50
1 taza	Vino blanco	0,22
30 gramos	Hojas de laurel	0,10
1 1/2 tazas	Crema de leche	0,64

2 cucharadas	Mantequilla	0,12
480 gramos	Tomate picado en cubos	0,40
360 gramos	Cebollas puerro cortadas en cuadritos	0,15
30 gramos	Perejil picado finamente	0,10
5 tazas	Arroz	0,87
Jugo de sandia		
Cantidad	Ingredientes	Costo
800 gramos	Sandia	1,00
2 tazas	Azúcar	0,26
Total Costo Almuerzo		13,41
Costo Unitario Almuerzo		1,34
Precio Almuerzo		1,90
Ganancia por Almuerzo		0,56

Almuerzo # 5

Tabla 72: Costos de almuerzo # 5

Crema de garbanzo		
Cantidad	Ingredientes	Costo
2 libras	Garbanzos	2,20
80 gramos	Dientes de ajo machacados	0,25
300 gramos	Cebolla paiteña picada en cubos	0,25
30 gramos	Hojas de laurel	0,10
30 gramos	Hojas de estragón	0,10
30 gramos	Perejil picado finamente	0,10
	Sal y pimienta molida al gusto	0,10
Estofado de res		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1 1/2 kilos	Carne de res	4,95
2 libras	Papas cortada en cuadritos	0,60

300 gramos	Zanahorias cortadas en cuadritos	0,23
240 gramos	Tomates cortados en cubos	0,20
160 gramos	Pimiento picado en cubos	0,25
240 gramos	Cebolla paiteña picada en cuadritos	0,25
2 cucharaditas	Achiote	0,10
80 gramos	Dientes de ajo machacado	0,13
70 gramos	Culantro picado finamente	0,10
5 tazas	Arroz	0,87
	Sal, pimienta y comino al gusto	0,10
Limonada		
Cantidad	Ingredientes	Costo
2 kilos	Limón	0,25
2 tazas	Azúcar	0,26
Total Costo Almuerzo		11,39
Costo Unitario Almuerzo		1,14
Precio Almuerzo		1,90
Ganancia por Almuerzo		0,76

Resumen costos almuerzos

El costo promedio de producir un almuerzo es de \$ **1,36** este costo se lo obtuvo calculando un promedio de los 5 almuerzos que se cuantificaron:

Tabla 73: Resumen de costos de almuerzos

	
Almuerzos	Costo 10 Almuerzos
Almuerzo # 1	14,28
Almuerzo # 2	15,92
Almuerzo # 3	12,88
Almuerzo # 4	13,41
Almuerzo # 5	11,39
Total	67,88
Costo Promedio	13,58
Costo por Almuerzo	1,36

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ **Costos platos especiales**

Plato especial # 1

Tabla 74: Costos de plato especial # 1 Brocheta de pollo en salsa de soya

Brochetas de pollo en salsa de soya		
Cantidad	Ingredientes	Costos
3 kilos	Pechuga de pollo fileteada	12,00
2 tazas	Soya	0,30
80 gramos	Dientes de ajo machacados	0,19
100 gramos	Limón	0,03
240 gramos	Cebolla paitaña picada en cuadritos	0,25
4 cucharadas	Aceite	0,16
5 tazas	Arroz	0,87
	Sal y pimienta al gusto	0,10
Total Costo Plato Especial		13,90
Costo Unitario Plato Especial		1,39

Plato especial # 2

Tabla 75: Costos de plato especial # 2 Pollo relleno con jamón y queso al whisky

Pollo relleno con jamón y queso al whisky		
Cantidad	Ingredientes	Costo
3 kilos	Filete de pollo	12,00
250 gramos	Jamón prensado en láminas	1,79
250 gramos	Queso en láminas	2,11
80 gramos	Dientes de ajo machacados	0,19
1/2 taza	Whisky	2,85
50 gramos	Limón	0,02

6 cucharadas	Aceite de oliva	1,13
5 tazas	Arroz	0,87
	Sal y pimienta al gusto	0,10
Total Costo Plato Especial		21,06
Costo Unitario Plato Especial		2,11

Plato especial # 3

Tabla 76: Costos de plato especial # 3 Espagueti al ajillo con camarones

Espagueti al ajillo con camarones		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1 kilo	Espaguetis	1,22
80 gramos	Dientes de ajo machacados	0,38
60 gramos	Jalapeños picados en cubos grandes	0,13
2 kilos	Camarones	13,20
240 gramos	Cebolla perla picada en cuadritos	0,35
6 cucharadas	Pasta de tomate	0,44
8 cucharadas	Aceite de oliva	1,51
1 taza	Vino blanco	0,20
30 gramos	Hojas de perejil	0,10
30 gramos	Hojas de laurel	0,10
1 taza	Queso parmesano rallado	0,10
	Sal y pimienta al gusto	1,45
Total Costo Plato Especial		19,18
Costo Unitario Plato Especial		1,92

Plato especial # 4

Tabla 77: Costos de plato especial # 4 Pollo glaseado al curry

Pollo glaseado al curry		
Cantidad	Ingredientes	Costo
3 kilos	Muslos de pollo	7,26
4 cucharadas	Mantequilla derretida	0,18
1 cucharadita	Curry	0,25
1 cucharadita	Mostaza en crema	0,28
1 cucharadita	Páprika	0,25
1 cucharadita	Sal	0,10
5 tazas	Arroz	0,87
Total Costo Plato Especial		9,19
Costo Unitario Plato Especial		0,92

Plato especial # 5

Tabla 78: Costos de plato especial # 5 Lasaña de vegetales

Lasaña de vegetales		
Cantidad	Ingredientes	Costo
3 cucharadas	Aceite vegetal	0,63
4 cucharadas	Harina integral	0,11
4 tazas	Leche descremada	1,10
1 cucharadita	Mostaza	0,28
3 cucharadita	Aceite de oliva	0,19
80 gramos	Dientes de ajo machacados	0,19
360 gramos	Puerros picados en cubos	0,50
2 tazas	Zanahoria picada en cuadritos	0,30
320 gramos	Zucchini picado en cubos	1,50
2 kilos	Tomates	1,76

30 gramos	Hojas de albahaca	0,40
600 gramos	Láminas de masa de lasaña	3,00
2 tazas	Vino blanco seco	0,40
2 tazas	Queso parmesano rallado	2,91
2 tazas	Queso mozzarella rallado	3,78
20 gramos	Nuez moscada rallada	0,15
	Sal y pimienta al gusto	0,10
Total Costo Plato Especial		17,30
Costo Unitario Plato Especial		1,73

Resumen costos platos especiales

El costo promedio de producir un plato a la carta es de \$ **1,61** este costo se lo obtuvo calculando un promedio de los 5 platos a la carta que se cuantificaron:

Tabla 79: Resumen de costos de platos especiales

	
Platos a la Carta	Costo 10 Platos a la Carta
Brochetas de pollo en salsa de soya	13,90
Pollo relleno con jamón y queso al whisky	21,06
Espagueti al ajillo con camarones	19,18
Pollo glaseado al curry	9,19
Lasaña de vegetales	17,30
Total	80,63
Costo Promedio	16,12
Costo por Plato a la Carta	1.61

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ **Costos ensaladas**

Ensalada # 1

Tabla 80: Costos de ensalada # 1 Caprese

Ensalada caprese		
Cantidad	Ingredientes	Costo
720 gramos	Tomates cortados en rodajas	0,60
750 gramos	Queso mozzarella	6,32
60 gramos	Hojas de albahaca	0,40
2 cucharaditas	Aceite de oliva	0,63
	Sal y pimienta al gusto	0,10
Total Costo Ensalada		8,05
Costo Unitario Ensalada		0,81

Ensalada # 2

Tabla 81: Costos de ensalada # 2 A lo abruzzo

Ensalada a lo abruzzo		
Cantidad	Ingredientes	Costo
600 gramos	Fréjoles blancos	1,32
320 gramos	Zucchini cortados en tiras	2,00
480 gramos	Tomates cortados en rodajas	0,40
20 gramos	Ajíes finamente picados	0,03
240 gramos	Cebolla perla picada en juliana fina	0,35
400 gramos	Atún en lata	2,52
30 gramos	Hojas de albahaca picada en tiras gruesas	0,20
10 gramos	Orégano	0,20
8 cucharadas	Aceite de oliva	1,51
4 cucharadas	Vinagre rojo	0,09

	Sal al gusto	0,10
Total Costo Ensalada		8,72
Costo Unitario Ensalada		0,87

Ensalada # 3

Tabla 82: Costos de ensalada # 3 Espinaca

Ensalada de espinaca		
Cantidad	Ingredientes	Costo
600 gramos	Hojas de espinaca cortadas en tiras gruesas	0,58
3 tazas	Champiñones frescos cortado en rodajas	1,38
4 cucharadas	Chile dulce rojo picado en cubos	0,07
300 gramos	Tocineta cortada en tiras	3,00
120 gramos	Cebolla paiteña picada en juliana	0,13
5 cucharadas	Vinagre	0,07
2 cucharadas	Azúcar	0,02
10 gramos	Pimienta picante molida	0,25
Total Costo Ensalada		5,50
Costo Unitario Ensalada		0,55

Resumen costos ensaladas

El costo promedio de producir una ensalada es de \$ **0,74** este costo se lo obtuvo calculando un promedio de las 3 ensaladas que se cuantificaron:

Tabla 83: Resumen de costos de ensaladas

	
Ensaladas	Costo 10 Ensaladas
Ensalada caprese	8,05
Ensalada a lo abruzzo	8,72
Ensalada de espinaca	5,50
Total	22,27
Costo Promedio	7,42
Costo por Ensalada	0,74

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ Costos postres

Postre # 1

Tabla 84: Costos de postre # 1 Flan de coco

Flan de coco		
Cantidad	Ingredientes	Costo
1 taza	Azúcar	0,13
2 tazas	Leche condensada	2,21
400 gramos	Coco seco rallado	0,60
1 taza	Leche	0,16
4	Huevos	0,39
1 cucharadita	Esencia de vainilla	0,10
Total Costo Postre		3,59
Costo Unitario Postre		0,36

Postre # 2

Tabla 85: Costos de postre # 1 Gelatina con melón y sandía

Gelatina con melón y sandía		
Cantidad	Ingredientes	Costo
500 gramos	Pulpa de melón	1,20
500 gramos	Pulpa de sandía	1,00
200 gramos	Pulpa de naranjas	0,16
8 cucharadas	Azúcar	0,06
4 cucharadas	Gelatina sin sabor en polvo	0,14
3 tazas	Vino espumoso	0,20
Total Costo Postre		2,76
Costo Unitario Postre		0,28

Postre # 3

Tabla 86: Costos de postre # 3 Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán

Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán		
Cantidad	Ingredientes	Costo
500 gramos	Fresas	1,38
500 gramos	Frambuesas	3,30
4 cucharaditas	Jugo de limón	0,03
1 cucharadita	Esencia de vainilla	0,10
80 gramos	Menta picada	0,10
150 gramos	Azúcar	0,12
4 cucharadas	Licor de naranja	0,50
10	Yemas de huevo	0,97
1 taza	Azúcar	0,13
1 taza	Champán semiseco	1,11
2 tazas	Crema dulce	3,36
Total Costo Postre		11,10
Costo Unitario Postre		1,11

Resumen costos postres

El costo promedio de producir un postre es de \$ **0,58** este costo se lo obtuvo calculando un promedio de los 3 postres que se cuantificaron:

Tabla 87: Resumen de costos de postres

	
Postres	Costo 10 Postres
Flan de coco	3,59
Gelatina con melón y sandía	2,76
Sopa fría de frutas rojas con sabañón al champán	11,10
Total	17,45
Costo Promedio	5,82
Costo por Postre	0,58

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.2.2.1.1 Producción anual, pronósticos y supuestos

El proyecto en estudio tendrá una producción aproximadamente diaria en promedio según como se detalla a continuación:

Tabla 88: Producción y pronóstico de ventas año # 1

			
Producción y Pronóstico de Ventas Año #1			
Concepto	Q	Días	Producción Mensual
Almuerzos	185	22	4.070
Platos Especiales	28	26	728
Postres	53	26	1.378
Ensaladas	53	26	1.378

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Es conveniente especificar que inicialmente el proyecto espera cubrir el 7% de la demanda insatisfecha del primer año de dónde los almuerzos tendrán un 86,67% de participación conforme a la pregunta # 6 de la encuesta realizada en el estudio de mercado, la diferencia es decir el 13,33% restante lo asumirán los platos especiales.

Por su parte, para determinar el consumo de postres y ensaladas se consideró el 25% de la demanda diaria total del proyecto.

Además se consideró los siguientes supuestos operacionales y de entorno:

- ✓ La **inflación estimada será de 5% anual**; valor que será considerado para ajustar tanto ingresos como egresos.
- ✓ Las **ventas crecerán en un 5% anual**, por efecto del crecimiento propio del negocio; como consecuencia el costo de ventas crecerá en igual medida.
- ✓ La empresa vende todo lo que produce, pues es parte de su filosofía vender productos frescos y de calidad; por tanto los **inventarios de materia prima y producto terminado** serán prácticamente nulos y se despreciarán.
- ✓ Las **utilidades** obtenidas en cada ejercicio económico no serán distribuidas a los socios, con el fin de fomentar el crecimiento del negocio mediante la reinversión de las mismas.

4.1.2.2.2 Costo de mano de obra

Los costos por concepto de mano de obra que se incurrirán para el desarrollo del presente proyecto serán los detallados en los siguientes roles provisiones de:

- ✓ Mano de obra
 - Directa
 - Indirecta

- ✓ Administración



Tabla 89: Rol de provisiones mano de obra directa e indirecta y administración

ROL DE PROVISIONES MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA									
Cargo	Especificación	Sueldo	IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Costo Mensual	Costo Anual
Chef de Cocina	M.O.D.	400,00	48,60	33,33	22,00	16,67	33,33	553,93	6.647,20
Mesero	M.O.I.	290,00	35,24	24,17	22,00	12,08	24,17	407,65	4.891,82
Posillero	M.O.I.	290,00	35,24	24,17	22,00	12,08	24,17	407,65	4.891,82
Total(\$)		980,00	119,07	81,67	66,00	40,83	81,67	1.369,24	16.430,84

ROL DE PROVISIONES ADMINISTRACIÓN									
Cargo	Especificación	Sueldo	IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Costo Mensual	Costo Anual
Administrador	SERVICIO	450,00	54,68	37,50	22,00	18,75	37,50	620,43	7.445,10
Total (\$)		450,00	54,68	37,50	22,00	18,75	37,50	620,43	7.445,10

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.2.2.3 Otros costos y gastos

Tabla 90: Requerimientos de servicios básicos

 <p>SERVICIOS BÁSICOS</p>				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ MENSUAL	V/ TOTAL
Energía Eléctrica por KW/Hora	890	0,09	80,10	961,20
Agua Potable por Metros Cúbicos	95	0,60	57,00	684,00
Teléfono			30,00	360,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS			167,10	2005,20

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 91: Requerimientos de publicidad

 <p>PUBLICIDAD</p>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/ MENSUAL	V/ TOTAL
Hojas Volantes de 200 hojas c/u	1	50,00	600,00
TOTAL PUBLICIDAD		50,00	600,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.2.2.4 Estructura del presupuesto de egreso

El presupuesto de egresos esta conformado por:

- ✓ Presupuesto de costo de producción
- ✓ Presupuesto de gastos operacionales

Tabla 92: Presupuesto costo de producción anual

				
PRESUPUESTO COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL				
CONCEPTO	FIJO	VARIABLE	MES	AÑO
METERIA PRIMA DIRECTA				
Materias Primas Almuerzos		5.535,20	5.535,20	66.422,40
Materias Primas Platos Especiales		1.172,08	1.172,08	14.064,96
Materias Primas Postres		799,24	799,24	9.590,88
Materias Primas Ensaladas		1.019,72	1.019,72	12.236,64
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	-	8.526,24	8.526,24	102.314,88
MANO DE OBRA DIRECTA				
Chef de cocina	553,93		553,93	6.647,20
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	553,93		553,93	6.647,20
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
MATERIA PRIMA INDIRECTA				
Consumo Gas Almuerzos		27,68	27,68	332,11
Consumo Gas Platos Especiales		5,86	5,86	70,32
Consumo Gas Postres		4,00	4,00	47,95
Consumo Gas Ensaladas		5,10	5,10	61,18
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA INDIRECTA		42,63	42,63	511,57
MANO DE OBRA INDIRECTA				
Mesero	407,65		407,65	4.891,82
Posillero	407,65		407,65	4.891,82
COSTO TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA	815,30		815,30	9.783,64
CIF VARIOS				
Servicios Básicos	133,68		133,68	1.604,16
Mantenimiento de Equipos de Cocina	10,00		10,00	120,00
Transporte	125,81		125,81	1.509,68
Depreciaciones	21,93		21,93	263,20
COSTO TOTAL CIF VARIOS	291,42		291,42	3.497,04
COSTO TOTAL CIF	1.106,72	42,63	1.149,35	13.792,26
COSTO DE PRODUCCION – DEPRECIACIONES	1.638,72		10.207,59	122.491,14
DEPRECIACIONES	21,93		21,93	263,20
PRESUPUESTO COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL	1.660,66	8.568,87	10.229,53	122.754,34

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Tabla 93: Presupuesto gastos operacionales anuales



PRESUPUESTO GASTOS OPERACIONALES ANUALES					
RUBRO	FIJO	VARIABLE	MES	AÑO	SUBTOTAL
Sueldos Administración					7.445,10
Administrador	620,43		620,43	7.445,10	-
Gastos Honorarios Profesionales			-	-	2.400,00
Contador	200,00		200,00	2.400,00	
Gasto Servicio Seguridad	25,00		25,00	300,00	300,00
Gasto Arriendo	400,00		400,00	4.800,00	4.800,00
Gastos Útiles de Oficina	12,50		12,50	150,00	150,00
Gasto Publicidad y Propaganda	50,00		50,00	600,00	600,00
Gastos Servicios Básicos	33,42		33,42	401,04	401,04
Gasto Depreciaciones			43,16	517,89	517,89
Equipos de Computación	24,64		-	-	-
Equipo de Oficina	8,68		-	-	-
Muebles de Oficina	9,84		-	-	-
Gastos Funcionamiento Restaurante					200,00
Patente Municipal	120,00		-	120,00	-
Permiso de Funcionamiento	80,00		-	80,00	-
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	1.584,50		1.584,50	16.814,03	-
GASTOS OPERATIVOS ANUALES SIN DEPRECIACIONES					16.296,14
GASTO POR DEPRECIACION					517,89
PRESUPUESTO GASTOS OPERACIONALES ANUALES					16.814,03

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.2.3 Estructura de financiamiento

En el proyecto **Light Bar**, el valor total de la inversión inicial, que asciende a **\$11.539,35** será financiado de la siguiente manera:

- **20%** por sus socios
- **80%** por medio de la Corporación Financiera Nacional CFN

Dicho financiamiento será por medio de un crédito tipo PYME, que según datos proporcionados por la institución tendrá un costo del **10,50% anual**, y tendrá un plazo de vigencia de **5 años**.

El detalle del financiamiento de la inversión inicial del proyecto será por tanto:

Tabla 94: Estructura de financiamiento de la inversión

	
Financiamiento Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Fondos Propios	2.307,87
Fondos Crédito CFN	9.231,48
Total Fondos Disponibles para Inversión	11.539,35

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Considerando que el pago del crédito contraído con la CFN será en base a dividendos iguales, se ha determinado que el valor del dividendo mensual a pagar será de **\$198,42** para los 60 meses.

La tabla de amortización que muestra el detalle del pago del referido crédito con la CFN, se detalla a continuación:

Tabla 95: Tabla de amortización de préstamo en la CFN

#	Deuda	Interés	Pago	Saldo	#	Deuda	Interés	Pago	Saldo
1	9.231,48	80,78	198,42	9.113,83	31	5.215,51	45,64	198,42	5.062,73
2	9.113,83	79,75	198,42	8.995,16	32	5.062,73	44,30	198,42	4.908,60
3	8.995,16	78,71	198,42	8.875,45	33	4.908,60	42,95	198,42	4.753,13
4	8.875,45	77,66	198,42	8.754,69	34	4.753,13	41,59	198,42	4.596,30
5	8.754,69	76,60	198,42	8.632,87	35	4.596,30	40,22	198,42	4.438,10
6	8.632,87	75,54	198,42	8.509,99	36	4.438,10	38,83	198,42	4.278,51
7	8.509,99	74,46	198,42	8.386,03	37	4.278,51	37,44	198,42	4.117,53
8	8.386,03	73,38	198,42	8.260,99	38	4.117,53	36,03	198,42	3.955,14
9	8.260,99	72,28	198,42	8.134,85	39	3.955,14	34,61	198,42	3.791,33
10	8.134,85	71,18	198,42	8.007,61	40	3.791,33	33,17	198,42	3.626,08
11	8.007,61	70,07	198,42	7.879,26	41	3.626,08	31,73	198,42	3.459,39
12	7.879,26	68,94	198,42	7.749,78	42	3.459,39	30,27	198,42	3.291,24
13	7.749,78	67,81	198,42	7.619,17	43	3.291,24	28,80	198,42	3.121,61
14	7.619,17	66,67	198,42	7.487,42	44	3.121,61	27,31	198,42	2.950,51
15	7.487,42	65,51	198,42	7.354,51	45	2.950,51	25,82	198,42	2.777,90
16	7.354,51	64,35	198,42	7.220,44	46	2.777,90	24,31	198,42	2.603,79
17	7.220,44	63,18	198,42	7.085,20	47	2.603,79	22,78	198,42	2.428,15
18	7.085,20	62,00	198,42	6.948,77	48	2.428,15	21,25	198,42	2.250,98
19	6.948,77	60,80	198,42	6.811,16	49	2.250,98	19,70	198,42	2.072,25
20	6.811,16	59,60	198,42	6.672,33	50	2.072,25	18,13	198,42	1.891,97
21	6.672,33	58,38	198,42	6.532,30	51	1.891,97	16,55	198,42	1.710,10
22	6.532,30	57,16	198,42	6.391,03	52	1.710,10	14,96	198,42	1.526,64
23	6.391,03	55,92	198,42	6.248,53	53	1.526,64	13,36	198,42	1.341,58
24	6.248,53	54,67	198,42	6.104,79	54	1.341,58	11,74	198,42	1.154,90
25	6.104,79	53,42	198,42	5.959,78	55	1.154,90	10,11	198,42	966,58
26	5.959,78	52,15	198,42	5.813,51	56	966,58	8,46	198,42	776,62
27	5.813,51	50,87	198,42	5.665,96	57	776,62	6,80	198,42	585,00
28	5.665,96	49,58	198,42	5.517,12	58	585,00	5,12	198,42	391,69
29	5.517,12	48,27	198,42	5.366,97	59	391,69	3,43	198,42	196,70
30	5.366,97	46,96	198,42	5.215,51	60	196,70	1,72	198,42	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Fórmulas aplicadas

✓ Interés

$$Interés = Capital * Tasa * Tiempo$$

✓ Pago

$$Pago = \frac{Capital}{\frac{1-(1+i)^{-n}}{i}}$$

✓ Saldo

$$Saldo = Deuda + Interés - Pago$$

Los costos financieros por concepto de intereses por el acceso al préstamo bancario en la Corporación Financiera Nacional serán por un monto total de **\$2.673,75**

Tabla 96: Costos financieros

Año	1	2	3	4	5	Total
Intereses	899,34	736,06	554,77	353,51	130,07	2.673,75
Capital	1.481,70	1.644,99	1.826,27	2.027,54	2.250,98	9.231,48

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.3 Punto de equilibrio

“Nivel de operaciones financieras o productivas de una entidad o empresa en el que no existen ni pérdidas ni ganancias, o sea el punto donde los ingresos igualan a los costos o egresos”¹⁸

Para determinar el punto de equilibrio del **Restaurante Light Bar** se utiliza los métodos margen de contribución y método gráfico.

4.1.3.1 Método de margen de contribución

El método de margen de contribución es igual a los ingresos por venta, menos todos los costos que varían respecto a un factor de costos relacionado con la producción.

Este método es utilizado debido a la cantidad de productos que comercializa el restaurante pues facilita el cálculo del punto de equilibrio tomando en cuenta los 4 productos que comercializa el restaurante.

Para hallar el punto de equilibrio es importante definir los siguientes conceptos:

✓ Costo total

Es la suma de los costos fijos y variables que es de **\$139.568,37**

¹⁸ DAVALOS ARCENTALES, Nelson, *Enciclopedia Básica de Administración Contabilidad y Auditoría*, Tercera Edición, septiembre 1990, p. 636

✓ **Costo variable**

Los costos variables tienen relación directa con el volumen de producción y ventas que se describe en el programa de producción.

Tabla 97: Composición del costo variable

Composición del Costo Variable	
Materia prima directa	102.314,88
Materia prima indirecta	511,57
Total	102.826,45

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ **Costo fijo**

Es el costo que no varía en relación al programa de producción del **Restaurante Light Bar**.

Tabla 98: Composición del costo fijo

Composición del Costo Fijo	
Mano de obra directa	6.647,20
Mano de obra indirecta	9.783,64
CIF varios	3.497,04
Gastos operacionales	16.814,03
Total	36.741,91

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ **Ventas**

Las ventas totales del proyecto es el resultado de multiplicación el precio por la cantidad de cada uno de los productos del proyecto en el año 2012.

Tabla 99: Ventas año 2012

Ventas Año 2012			
Producto	Q	Precio	Ventas
Almuerzos	48.840,00	1,90	92.796,00
Platos Especiales	8.736,00	2,40	20.966,40
Ensaladas	16.536,00	1,25	20.670,00
Postres	16.536,00	1,00	16.536,00
Total	90.648,00	6,55	150.968,40

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

✓ **Cantidad**

La cantidad de productos en el año 2012 es de 90.648 comprendidos entre almuerzos, platos especiales, ensaladas y postres.

Fórmula

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

En el siguiente cuadro resumen, se presenta el cálculo del punto de equilibrio del **Restaurante Light Bar** en dólares.

Tabla 100: Cálculo del punto de equilibrio en dólares


<p>Cálculo del Punto de Equilibrio en Dólares</p>

Detalle	Fijos	Variables	Totales
Materia prima directa		102.314,88	102.314,88
Materia prima indirecta		511,57	511,57
Mano de obra directa	6.647,20		6.647,20
Mano de obra indirecta	9.783,64		9.783,64
CIF varios	3.497,04		3.497,04
Gastos operacionales	16.814,03		16.814,03
Total	36.741,91	102.826,45	139.568,37

Ventas Año 2012	
Q	\$
90.648	150.968,40

Concepto	Valores	%
Ventas netas	150.968,40	1,00
(-) Costos variables	102.826,45	0,68
(=) Margen de contribución	48.141,95	0,32

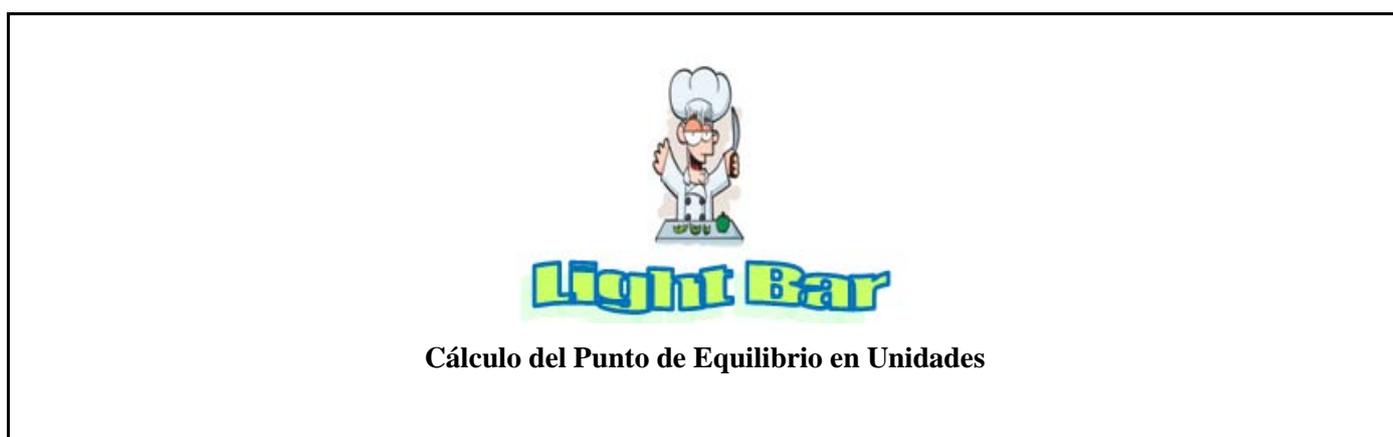
Punto de Equilibrio en Dólares	CF / % MC
Costos fijos	36.741,91
(/) % Margen de contribución	0,32
Punto de equilibrio (\$)	115.219,02

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Al utilizar el método de margen de contribución es necesario diseñar una tabla compuesta de: costo del producto, precio de venta al público, margen de contribución, porcentaje de producción, margen de contribución en relación a las ventas obteniendo el punto de equilibrio de unidades.

Tabla 101: Cálculo del punto de equilibrio en unidades



Productos	Costo Variable	Precio	Precio - Costo	Ventas c/p / Total Ventas	% Venta * MC	PEu * % Ventas
			MC	% Venta	MC de Vtas	PE(u)
Almuerzos	1,36	1,90	0,54	0,61	0,33	40.512
Platos Especiales	1,61	2,40	0,79	0,14	0,11	9.153
Ensaladas	0,74	1,25	0,51	0,14	0,07	9.024
Postres	0,58	1,00	0,42	0,11	0,05	7.219
Total	4,29	6,55	2,26	1,00	0,56	65.909

Punto de Equilibrio en Unidades	CF / MCu
Costos fijos	36.741,91
(/) % Margen de contribución unitario	0,56
Punto de equilibrio en unidades	65.909

Fuente: Estudio Financiero

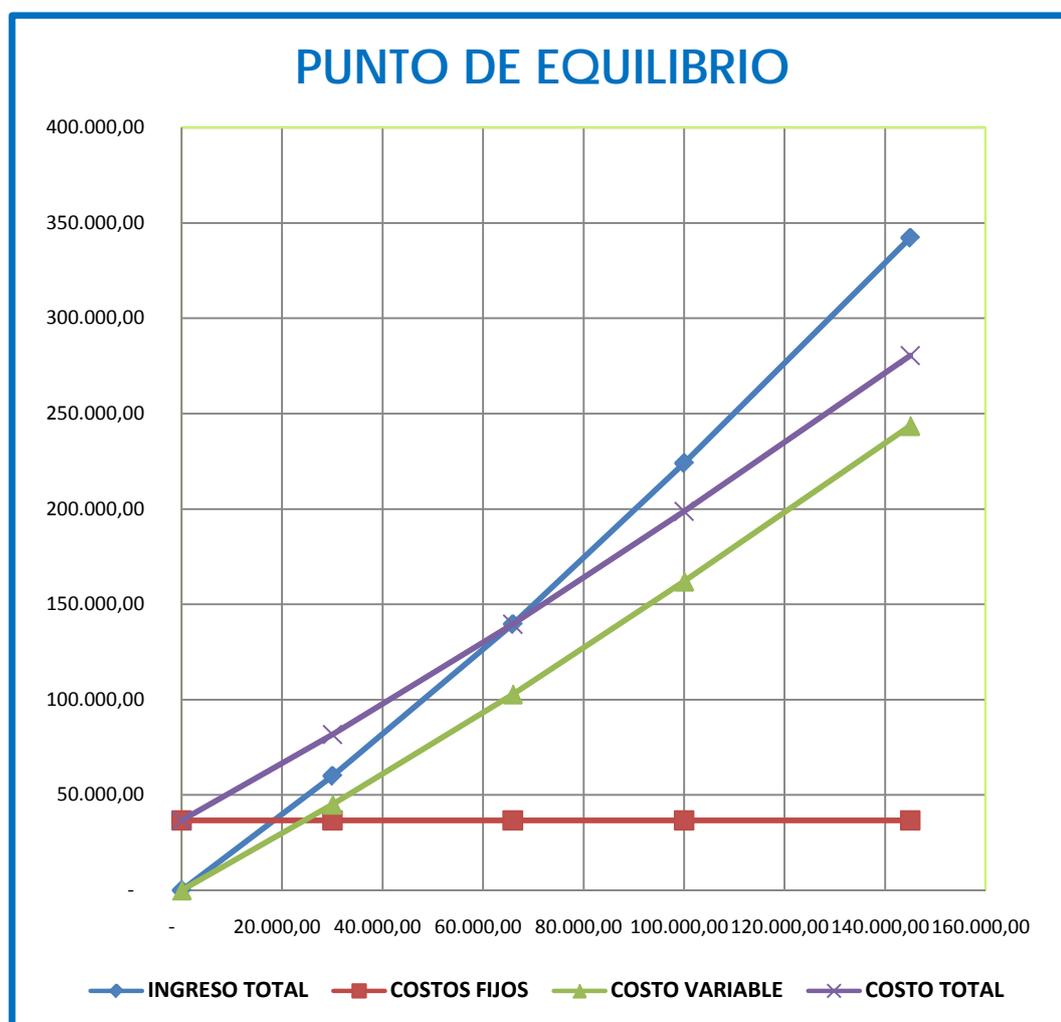
Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Por lo tanto, el **Restaurante Light Bar** alcanza su punto de equilibrio con número de **65.909 unidades** comprendidos entre almuerzos, platos especiales, ensaladas y postres y expresados en **dólares \$115.219,02**

4.1.3.2 Método gráfico

En el método gráfico se determinan las curvas del costo total e ingresos totales para obtener un punto de intersección que es el punto de equilibrio.

Cuadro 55: Método gráfico del punto de equilibrio



Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.1.3.3 Comprobación del punto de equilibrio

Tabla 102: Comprobación del punto de equilibrio en unidades

				
Comprobación del Punto de Equilibrio en Unidades				
Productos	PEu	Precio	Ventas u	Ventas Totales
Almuerzos	40.512	1,90	76.972,98	
Platos Especiales	9.153	2,40	21.968,00	
Ensaladas	9.024	1,25	11.279,92	
Postres	7.219	1,00	7.219,15	
Total	65.909	6,55	117.440,04	117.404,04
Productos	Cantidad	Costo Variable	Costo de Venta	Costos de Ventas
Almuerzos	40.512	1,36	55.096,45	
Platos Especiales	9.153	1,61	14.736,87	
Ensaladas	9.024	0,74	6.677,71	
Postres	7.219	0,58	4.187,11	
Total	65.909	4,29	80.698,13	80.698,13
Margen de Contribución				36.741,91
Costos Fijos				- 36.741,91
Total				-

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.2 Estados financieros proyectados pro-forma

Los estados financieros se pronostican generalmente con un año de anticipación, dichos estados son útiles no solamente dentro del proceso interno para la planificación y control, sino que se da a conocer como una herramienta para una adecuada toma de decisiones por parte de los accionistas del establecimiento.

4.2.1 Estado de flujo de efectivo

Es un estado financiero que nos permite evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia del proyecto.

En este caso aplicaremos el método indirecto, por el cual la utilidad o pérdida neta es ajustada por los efectos de transacciones que no son de naturaleza de efectivo, cualquier diferimiento o acumulación de los ingresos o pagos en efectivo por las operaciones y partidas de ingresos y gastos asociadas con los flujos de efectivo por inversión o financiamiento.

La proyección del flujo de efectivo se realiza a 5 años, tomando en cuenta lo siguiente:

- ✓ La **inflación estimada será de 5% anual**; valor que será considerado para ajustar tanto ingresos como egresos.

- ✓ Las **ventas crecerán en un 5% anual**, por efecto del crecimiento propio del negocio; como consecuencia el costo de ventas crecerá en igual medida.

- ✓ La empresa vende todo lo que produce, pues es parte de su filosofía vender productos frescos y de calidad; por tanto los **inventarios de materia prima** y **producto terminado** serán prácticamente nulos.

El flujo de efectivo del **Restaurante Light Bar** proyectado a 5 años se presenta a continuación:

Tabla 103: Estados de flujos de efectivo proyectados

FLUJOS DE EFECTIVO PROYECTADOS						
CONCEPTO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1. INGRESOS	11.539,35	150.968,40	166.442,66	183.503,03	202.312,09	223.049,08
Ventas		150.968,40	166.442,66	183.503,03	202.312,09	223.049,08
Préstamo a largo plazo	9.231,48					
Capital social	2.307,87					
2. EGRESOS	11.539,35	146.112,97	159.058,38	174.656,71	191.930,02	210.828,53
Activos fijos	5.750,08					
Inventarios	1.546,72					
Capital de trabajo	4.242,55					
Costo de ventas		122.491,14	135.046,48	148.888,74	164.149,84	180.975,20
Materias primas directas		102.314,88	112.802,16	124.364,38	137.111,72	151.165,68
Materias primas Almuerzos		66.422,40	73.230,70	80.736,84	89.012,37	98.136,14
Materias primas Platos Especiales		14.064,96	15.506,62	17.096,05	18.848,39	20.780,35
Materias primas Postres		9.590,88	10.573,95	11.657,77	12.852,70	14.170,10
Materias primas Ensaladas		12.236,64	13.490,90	14.873,71	16.398,27	18.079,09
Materias Primas Indirectas		511,57	564,01	621,82	685,56	755,83
Consumo gas Almuerzos		332,11	366,15	403,68	445,06	490,68
Consumo gas Platos Especiales		70,32	77,53	85,48	94,24	103,90
Consumo gas Postres		47,95	52,87	58,29	64,26	70,85
Consumo gas Ensaladas		61,18	67,45	74,37	81,99	90,40
Mano de obra directa		6.647,20	7.328,54	8.079,71	8.907,88	9.820,94
Chef de cocina		6.647,20	7.328,54	8.079,71	8.907,88	9.820,94
Mano de obra indirecta		9.783,64	10.786,46	11.892,08	13.111,01	14.454,89
Mesero		4.891,82	5.393,23	5.946,04	6.555,51	7.227,45
Posillero		4.891,82	5.393,23	5.946,04	6.555,51	7.227,45
CIF varios		3.233,84	3.565,31	3.930,76	4.333,66	4.777,86
Servicios básicos		1.604,16	1.768,59	1.949,87	2.149,73	2.370,07
Mantenimiento de equipos de cocina		120,00	132,30	145,86	160,81	177,29
Transporte		1.509,68	1.664,43	1.835,03	2.023,12	2.230,49
Gastos operacionales		16.296,14	17.110,95	17.966,49	18.864,82	19.808,06
Sueldos administración		7.445,10	7.817,36	8.208,22	8.618,63	9.049,57
Gastos honorarios profesionales		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Gasto servicio seguridad		300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Gasto arriendo		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Gastos útiles de oficina		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Gasto publicidad y propaganda		600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Gastos servicios básicos		401,04	421,09	442,15	464,25	487,47
Gastos funcionamiento restaurante		200,00	210,00	220,50	231,53	243,10
Gastos de constitución		1.470,00				
Gastos de instalación		430,00				
Gastos financieros		899,34	736,06	554,77	353,51	130,07
15% Participación trabajadores		1.290,10	1.915,21	2.296,79	2.768,78	3.247,55
24% Impuesto a la renta		1.754,54	2.604,69	3.123,63	3.765,54	4.416,67
Pago capital del préstamo		1.481,70	1.644,99	1.826,27	2.027,54	2.250,98
3.FLUJO NETO (1-2)	0,00	4.855,43	7.384,28	8.846,32	10.382,07	12.220,56
4. SALDO DE CAJA		4.242,55	9.097,98	16.482,27	25.328,59	35.710,66
5. SALDO FINAL DE CAJA	4.242,55	9.097,98	16.482,27	25.328,59	35.710,66	47.931,22

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.2.2 Estado de situación financiera

También denominado balance general, se elabora al finalizar el período contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada.

En este caso se presentará el estado financiero proyectado en forma vertical para 5 años partiendo desde el año cero donde se realizó la inversión inicial.

Tabla 104: Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
CONCEPTO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE	5.789,27	10.644,70	18.028,99	26.875,31	37.257,38	49.477,94
Bancos	4.242,55	9.097,98	16.482,27	25.328,59	35.710,66	47.931,22
Inventario de menaje	1.423,52	1.423,52	1.423,52	1.423,52	1.423,52	1.423,52
Inventario de suministros de oficina	123,20	123,20	123,20	123,20	123,20	123,20
ACTIVO NO CORRIENTE	5.750,08	4.968,99	4.187,90	3.406,82	2.921,41	2.436,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
Equipos de oficina	1.041,60	1.041,60	1.041,60	1.041,60	1.041,60	1.041,60
(-) Dep. acum. equipo de oficina	-	104,16	- 208,32	- 312,48	- 416,64	- 520,80
Muebles de oficina	1.180,48	1.180,48	1.180,48	1.180,48	1.180,48	1.180,48
(-) Dep. acum. muebles de oficina	-	118,05	- 236,10	- 354,14	- 472,19	- 590,24
Equipos de cocina	2.072,00	2.072,00	2.072,00	2.072,00	2.072,00	2.072,00
(-) Dep. acum. equipo de cocina	-	207,20	- 414,40	- 621,60	- 828,80	- 1.036,00
Muebles de cocina	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
(-) Dep. acum. muebles de cocina	-	56,00	- 112,00	- 168,00	- 224,00	- 280,00
Equipos de computación	896,00	896,00	896,00	896,00	896,00	896,00
(-) Dep. acum. equipo de computación	-	295,68	- 591,36	- 887,04	- 887,04	- 887,04
TOTAL ACTIVO	11.539,35	15.613,69	22.216,89	30.282,13	40.178,79	51.913,94
PASIVO						
PASIVO NO CORRIENTE	9.231,48	7.749,78	6.104,79	4.278,51	2.250,98	
Préstamo bancario largo plazo	9.231,48	7.749,78	6.104,79	4.278,51	2.250,98	
TOTAL PASIVO	9.231,48	7.749,78	6.104,79	4.278,51	2.250,98	
PATRIMONIO						
Capital social	2.307,87	2.307,87	2.307,87	2.307,87	2.307,87	2.307,87
Utilidades retenidas			5.556,05	13.804,23	23.695,74	35.619,94
Utilidad del ejercicio		5.556,05	8.248,19	9.891,51	11.924,20	13.986,13
TOTAL PATRIMONIO	2.307,87	7.863,92	16.112,10	26.003,61	37.927,81	51.913,94
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	11.539,35	15.613,69	22.216,89	30.282,12	40.178,79	51.913,94

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

4.3 Evaluación financiera

Este análisis permite determinar la rentabilidad y viabilidad de un proyecto que está en desarrollo, para de esta manera decidir si éste conviene o no llevarlo a cabo.

La evaluación financiera se ejecutará mediante los cálculos de la tasa interna de retorno (TIR), el valor actual neto (VAN), la relación beneficio costo (R B/C) y el período de recuperación de la inversión.

4.3.1 Determinación de la tasa de descuento

“La determinación de la tasa de descuento es para calcular el valor presente de los flujos de efectivo que se van a tener a futuro; es decir los rendimientos que se esperan después de haber realizado la inversión.¹⁹”

La tasa de descuento también se le denomina Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), se refiere a la tasa mínima que se debería exigir o ganar en un proyecto, para que este pueda ejecutarse sin que pierda valor en el mercado, midiendo el riesgo asociado con el uso de los fondos, no con la fuente de los mismos.

La tasa de descuento del proyecto fue fijada en base a los siguientes criterios de riesgo:

¹⁹ CÓRDOBA, Marcial, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, 2da Edición, Editorial Ecoe, Bogotá – Colombia 2006, p. 115

4.3.1.1 Inflación

“Es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un período de tiempo determinado.”²⁰”

4.3.1.2 Riesgo país

“Es el riesgo de una inversión económica debido sólo a factores específicos y comunes a un cierto país. Puede entenderse como un riesgo promedio de las inversiones realizadas en cierto país.”²¹”

Tabla 105: Determinación de la tasa de descuento

Riesgo Asignable	Valor
Inflación	5,50%
Riesgo País	8,37%
Tasa de Descuento	13,87%

Fuente: Banco Central - Estadísticas 2011

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

²⁰ KRUGMAN, Paúl, *Introducción a la Economía*, 2da Edición, Editorial Reverté, Barcelona – España 2007, p. 393

²¹ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, *Manual de Inversiones*, 3ra Edición, Ecuador, 2010

4.3.2 Criterios de evaluación

4.3.2.1 Valor actual neto VAN

Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos del proyecto (ingresos y egresos), descontados a una tasa de descuento y descontando la inversión inicial que es considerada como un egreso.

Si el VAN es positivo se considera que el proyecto es favorable, ya que cubre el nivel mínimo o de rechazo representado por la tasa de descuento. Si el VAN es negativo la rentabilidad está por debajo de la tasa de aceptación y por lo tanto el proyecto debe descartarse.

Para aceptar un proyecto las ganancias deben ser mayores que los desembolsos, lo que implica que el VAN tiene que ser mayor a cero.

Para realizar el cálculo del VAN se utilizó el **costo de oportunidad** a la **tasa mínima aceptable de rendimiento** que para el proyecto es del **13,87%**

Fórmula

$$VAN = \frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \frac{FNC_3}{(1+i)^3} + \frac{FNC_4}{(1+i)^4} + \frac{FNC_5}{(1+i)^5} - Inv. Inicial$$

Dónde

FNC Flujo de fondos del proyecto

i Tasa de descuento

Tabla 106: Cálculo valor actual neto



VALOR ACTUAL NETO (VAN)

CONCEPTO	AÑO					
	0	2012	2013	2014	2015	2016
Inversión inicial	-11.539,35					
Flujo caja		4.855,43	7.384,28	8.846,32	10.382,07	12.220,56
Flujo relevante	-11.539,35	4.855,43	7.384,28	8.846,32	10.382,07	12.220,56
Tasa de descuento		13,87%	13,87%	13,87%	13,87%	13,87%
$(1+i)^n$		1,14	1,30	1,48	1,68	1,91
Valor actualizado	-11.539,35	4.264,01	5.694,95	5.991,49	6.175,14	6.383,29
Valor actual acumulado	-11.539,35	-7.275,34	-1.580,39	4.411,10	10.586,24	16.969,53
Valor Actual Neto (VAN)						16.969,53

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

El valor presente del proyecto es igual a **\$16.969,53** equivale a **1,47** veces la inversión inicial, este indicador manifiesta que el proyecto es factible.

4.3.2.2 Tasa interna de retorno TIR

Constituye la tasa de descuento que hace que el valor actual neto del proyecto sea cero, logrando que el valor presente de los flujos de caja sea igual a la inversión total, por lo que evalúa el proyecto en función de la tasa de rendimiento por periodo con la

cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) se realiza mediante fórmulas conocidas, sin embargo en la actualidad es mucho más práctico realizar estos cálculos en el computador utilizando una hoja de cálculo Microsoft Excel con los datos de los flujos obtenidos, teniendo cuidado de comenzar con el periodo cero y que el primer valor a ingresar debe estar con signo negativo.

Fórmula

$$\frac{FNC_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FNC_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{FNC_3}{(1 + TIR)^3} + \frac{FNC_4}{(1 + TIR)^4} + \frac{FNC_5}{(1 + TIR)^5} - Inv. Inicial = 0$$

Para decidir si un proyecto es o no viable basándose en la TIR, ésta debe ser mayor que la tasa de descuento utilizada para evaluar un proyecto; mientras que si, la TIR es menor se debe rechazar la puesta en marcha de dicho proyecto.

Obteniendo como resultado una **TIR de 56%**, lo cual significa que siendo este valor mayor a la TMAR el proyecto es factible en su realización.

4.3.2.3 Período de recuperación de la inversión

Se refiere al tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial de un proyecto basándose en los flujos descontados que concibe en cada uno de los periodos de su vida útil.

La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados sean iguales o superen a la inversión inicial.

Tabla 107: Cálculo de la tasa interna de retorno

 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
Año	Flujo Neto de Caja	Flujo Neto de Caja Acumulado
2012	4.855,43	4.855,43
2013	7.384,28	12.239,71
2014	8.846,32	21.086,03
2015	10.382,07	31.468,10
2016	12.220,56	43.688,67

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Paola Fernanda Gaibor Len

Para obtener el periodo de recuperación de la inversión se puede usar la siguiente metodología:

$$FNC_1 + (Inversión Inicial - FNC_1) = Inversión Inicial$$

$$4.855,43 + (11.539,35 - 4.855,43) = 11.539,35$$

$$11.539,35 = 11.539,35$$

$$\frac{FNC_1}{FNC_1} + \frac{Inversión Inicial}{FNC_1} = x \text{ Años/Meses/Días}$$

$$\frac{4.855,43}{4.855,43} + \frac{11.539,35}{4.855,43} = 3,37658662 \text{ Años/Meses/Días}$$

El período de recuperación real de la inversión para proyecto del **Restaurante Light Bar** es en **3 años, 4 meses y 15 días**.

4.3.2.4 Relación Beneficio / Costo (RB/C)

Utiliza los flujos descontados y la inversión utilizada en el cálculo de la TIR y el VAN. Esta razón expresa el rendimiento, en términos del VAN que genera el proyecto por unidad monetario invertida.

Fórmula

$$R_{\frac{B}{C}} = \frac{Valor Actual Neto}{Inversión Inicial}$$

$$R_{\frac{B}{C}} = \frac{16.969,53}{11.539,35}$$

$$R_{\frac{B}{C}} = \$1,47$$

La razón beneficio - costo para el proyecto con financiamiento es de **\$ 1,47**; es decir que por cada dólar invertido se obtendrá **\$ 0,47 de beneficio**.

CAPÍTULO # 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ✓ Las remesas enviadas por migrantes ecuatorianos son un rubro altamente importante y representativo en los ingresos de divisas para nuestro país a pesar del efecto ocasionado por las crisis financieras internacionales.
- ✓ La importancia de las remesas no solo se refleja en las cifras macroeconómicas, puesto que estas son una realidad que alivia la situación financiera de miles hogares ecuatorianos.
- ✓ Una inversión representa incurrir en un desembolso de efectivo con el propósito de generar, beneficios económicos que ofrezcan un rendimiento atractivo para quienes invierten.
- ✓ Los moradores del sector de Solanda receptores de remesas se caracterizan por tener un directo parentesco familiar con el emisor, un nivel educación básico, recibir un monto promedio de remesas de \$350 mensuales de países entre los que se destacan básicamente Estados Unidos, España e Italia durante los últimos 5 años.
- ✓ La mayor parte de las remesas que ingresan a un hogar receptor, se destina al consumo diario, descomponiendo al consumo e inversión de las remesas en algunas subcategorías de uso y/o destino como gastos diarios, educación y salud, ahorro, inversiones a largo plazo y en microempresas.

- ✓ Existe una gran predisposición por parte de los receptores para invertir las remesas recibidas en un negocio propio “microempresa”.

- ✓ La nueva empresa estará localizada en el Distrito Metropolitano de Quito, Sector de Solanda exactamente en la Calles José Abarcas y José María Alemán debido a que este sector es de gran actividad comercial y adicionalmente cuenta con vías de comunicación y servicios básicos de primer orden.

- ✓ De las estrategias a ser implementadas por la empresa, una de las más relevantes constituye el precio, que no sobrepase del de la competencia y tenga por consiguiente un buen nivel de aceptación por parte del consumidor.

- ✓ Otra estrategia, estará enfocada en la forma de preparar los alimentos mediante la utilización de productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, con el fin de proporcionar los nutrientes y la energía que el cuerpo requiere.

- ✓ Los valores organizacionales y estrategias, conjuntamente con la misión y visión empresarial, tienden a enfocar los esfuerzos de todo el personal que integra el **Restaurante Light Bar** a satisfacer los deseos, gustos y expectativas de los clientes.

- ✓ De los criterios de la evaluación financiera se desprende la aceptación y viabilidad del **Restaurante Light Bar**, puesto que tenemos \$16.969,53 de Valor Actual Neto, un 56% de Tasa Interna de Retorno y con una Relación Beneficio - Costo de \$1,47

- ✓ La inversión del proyecto estará financiada con recursos propios que representan el 20% y el 80% restante serán cubiertos con recursos externos, mediante el acceso a un crédito tipo PYME en la Corporación Financiera Nacional.

5.2 Recomendaciones

- ✓ Mantener como política empresarial la entrega del producto con calidad y eficiencia, mediante la innovación y mejoramiento continuo a fin de satisfacer necesidades del consumidor final.
- ✓ Asegurar el posicionamiento del **Restaurante Light Bar** en el mercado conservando la calidad, variedad, sabor y puntualidad del producto/servicio.
- ✓ Permanentemente capacitar y motivar al talento humano que presta sus servicios en el restaurante, puesto que estos son una parte fundamental para el éxito del proyecto.
- ✓ Mantener un adecuado clima de trabajo, el mismo que permitirá reflejar un ambiente especial y acogedor, logrando generar así una buena imagen ante sus clientes.
- ✓ Recibir todo tipo de sugerencias, a fin de realizar un seguimiento en los procesos productivos y administrativos para conocer así las conformidades e inconformidades del servicio que prestará el **Restaurante Light Bar**.

5.3 Bibliografía

1. ACOSTA Alberto, La contribución de las remesas a la economía ecuatoriana, CESPLA – Universidad de Cuenca, 2006.
2. BACA Gabriel, Evaluación de proyectos, Editorial McGraw Hill, 2000
3. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Informe Anual de la evolución de las remesas, 2007.
4. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO – FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES, Programa de mejora de la información y procedimientos de los bancos en el área de remesas caso país Ecuador, 2010
5. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID), MIF FOMIN Y PEW HISPANIC CENTER (PHC), Receptores de remesas en Ecuador – Una investigación de mercado, 2003.
6. BERNAL César, Metodología de la investigación, México, Edit. Prentice Hall, 2006.
7. BRAVO Mercedes, Contabilidad general, Quito- Ecuador, Edit. Nuevo día, 2009
8. BURBANO Jorge, Presupuestos enfoque moderno de la planeación y control de recursos, Bogotá: Editorial McGraw Hill, 1997
9. CELY Nathalie, Artículo desarrollo productivo y desarrollo local en América Latina y Ecuador. “Convirtiendo las remesas en un factor clave para el desarrollo productivo”.
10. CHIAVENATO Adalberto, Administración en los tiempos modernos, Colombia, Edit. Norma, 1999.

11. DÁVALOS Nelson, Enciclopedia básica de administración, contabilidad y auditoria, Quito – Ecuador, 1990

12. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC), Encuesta de condiciones de vida 2005 – 2006, Base de datos de empleo y desempleo (Diciembre 2006), Encuesta nacional de ingresos de hogares urbanos 2005 y Censo poblacional 2001.

13. MASON - LIND, Estadística para la administración y economía, Colombia, Edit. Alfaomega, 2003.

14. PERLOFF Jeffrey, Microeconomía, Editorial Plarson, 2004

15. SECRETARÍA NACIONAL DEL MIGRANTE DEL ECUADOR (SENAMI) DOCUMENTOS DE MIGRACIÓN, “Plan nacional de desarrollo”, “Apoyo al migrante”, “Programas y Proyectos”.

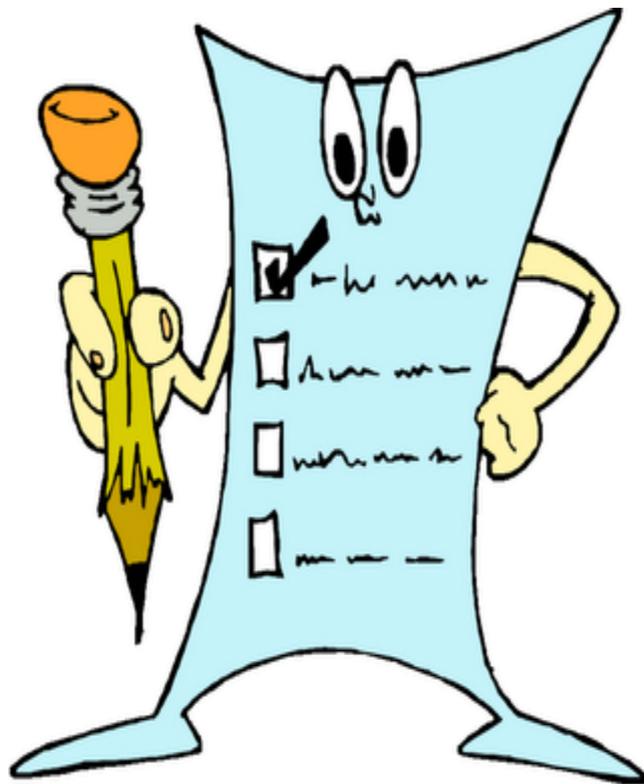
16. Sitios Web de referencia global:
 - ✓ www.bce.fin.ec
 - ✓ www.inec.gov.ec
 - ✓ www.sti.gov.ec
 - ✓ www.quito.gov.ec
 - ✓ www.cfn.fin.ec
 - ✓ www.bancomundial.org.ec
 - ✓ www.senami.gob.ec
 - ✓ www.remesasydesarrollo.org

5.4 Anexos

ANEXOS



Formato de encuesta aplicada a los receptores de remesas





DESTINO DE LAS REMESAS EN EL BARRIO SOLANDA

INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA

1.# Sector de Solanda dónde vive: _____

2. Edad: _____ Años

3. Género: Masculino Femenino

4.¿Cuál es su nivel de estudios alcanzado?

- Primaria
- Secundaria
- Universidad
- Posgrados/Doctorados

5.¿Tiene un negocio propio?

- Sí
- No

—→ *En caso de responder Sí, siga a la siguiente pregunta. Caso contrario siga a la pregunta 8.*

6. ¿En qué consiste su negocio?

- Comercio
- Servicios
- Otro _____

7. ¿Cuánto tiempo viene funcionando?

- Menos de 1 año
- De 1 a 5 años
- De 5 a 10 años
- De 10 en adelante

8. ¿Cuánto es su ingreso mensual?

- De \$ 0,00 a \$300,00
- De \$300,00 a \$600,00
- De \$600,00 a \$900,00
- De \$900,00 en adelante

9. ¿Recibe usted permanente otros ingresos como Bono de Desarrollo Humano, pensiones, donaciones o ayudas dentro del país?

- Si
- No

INFORMACIÓN DE REMESAS

10. ¿Cuánto tiempo viene recibiendo remesas de conocidos o familiares radicados en el exterior?

- Menos de 1 año
- De 1 a 5 años
- De 5 a 10 años
- De 10 en adelante

11. ¿Con qué frecuencia le envían dinero del exterior?

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

12. ¿De qué país provienen las remesas que le envían?

- Estados Unidos
- España
- Italia
- Otro _____

13. ¿Cuál es el tipo de parentesco entre usted y la persona (s) que envía la remesa?

- Hermano(a)
- Hijo(a)
- Esposo(a)
- Madre/Padre
- Otro _____

14. En cada envío de remesa, ¿cuál es el monto que usualmente usted recibe?

- De \$ 0,00 a \$300,00
- De \$300,00 a \$600,00
- De \$600,00 a \$900,00

De \$900,00 en adelante

15. Del dinero que recibe por remesas mencione ¿Qué hace con las remesas? ¿En qué actividades las utiliza y cuánto gasta en cada una de ellas? (Puede escribir el monto también en las listas adjuntas)

CONSUMO	\$ Dólares
Alimentación	
Salud y medicinas	
Ropa	
Educación	
Alquiler	
Entretenimiento	
Pago de Servicios Básicos e Impuestos	
Transporte y Viajes	
Otros (Electrodomésticos, Audio y Video, etc.)	
INVERSIÓN	\$ Dólares
Instituciones Financieras "Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas"	
Mercado de Valores "Renta Fija, Renta Variable"	
Sector Inmobiliario "Compra de Terrenos, Departamentos, Casas"	
Microempresas "Negocio Propio"	
PAGO DE DEUDAS	\$ Dólares
Viaje del Migrante	
Otras deudas	

16. ¿Cuántas personas se benefician de las remesas que su conocido o familiar le envía desde el exterior?

- De 0 a 2 personas
- De 2 a 4 personas
- De 4 a 6 personas
- De 6 en adelante

INFORMACION COMPLEMENTARIA

17. ¿Estaría usted dispuesto a invertir una cantidad de las remesas en un negocio en su ciudad o país?

- Si
- No

→ *En caso de responder No, siga a la siguiente pregunta. Caso contrario siga a la pregunta 19.*

18. Señale algunos de los siguientes motivos por los que NO invertiría. (Puede escoger más de una opción)

- Delincuencia
- Inestabilidad Política
- Falta de Tiempo
- Exceso de Trámites
- Inseguridad Jurídica
- No hay necesidad de Invertir
- Miedo a Perder el Dinero

- Monto Pequeño de Remesas
- Otro _____

19. ¿Ha recibido usted alguna vez capacitación profesional de cómo iniciar un negocio?

- Si
- No

20. ¿Cuánto dinero cree usted que se necesita como mínimo para abrir un negocio?

- De \$0,00 a \$800,00
- De \$800,00 a \$1.600,00
- De \$1.600,00 a \$2.400,00
- De \$2.400,00 en adelante

21. ¿Qué considera usted es el aspecto más difícil para iniciar un negocio?

- Falta de recursos
- Desconocimiento
- Falta de tiempo

22. ¿Si tuviera la oportunidad de abrir un negocio propio, cuál fuera este negocio?

- Comercio
- Servicios
- Otro _____

23. En relación al uso de los servicios que ofrecen bancos, cooperativas o mutualistas dentro su ciudad, responda si o no a los siguientes enunciados:

	<u>Si</u>	<u>No</u>
a. Tiene una cuenta de ahorros o corriente en un banco, cooperativa o mutualista.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Tiene una tarjeta de crédito.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Ha aplicado alguna vez a un préstamo en un banco, cooperativa o mutualista.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Realiza el pago de alguno de sus servicios básicos en bancos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Tiene alguna inversión financiera tal como acciones, bonos, pólizas de acumulación, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Accede a servicios financieros a través de Internet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Sabe utilizar un cajero automático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Gracias por su gentil colaboración

Formato de encuesta aplicada a los moradores de Solanda



PROYECTO DE FACTIBILIDAD – CASO RESTAURANTE LIGHT BAR

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Género: Masculino Femenino

PREGUNTAS

1. ¿Qué tipo de comida acostumbra usualmente a consumir a la hora del almuerzo?

- Comida rápida
- Almuerzos
- Comida vegetariana
- Comida China
- Comida Italiana
- Mariscos
- Comida nacional

2. ¿En qué medida, es cada uno de los siguientes aspectos una consideración importante al momento de consumir el almuerzo?

Aspectos Almuerzos	Consideración Importante	Consideración Algo Importante	Consideración Nada Importante
Precio			
Calidad			
Sabor			
Cantidad			
Variedad			
Presentación del plato			

3. ¿En qué medida es cada uno de los siguientes aspectos una consideración importante al momento de elegir un restaurante?

Aspectos Restaurante	Consideración Importante	Consideración Algo Importante	Consideración Nada Importante
Rapidez del servicio			
Comodidad			
Limpieza			
Calidad del servicio			
Ambiente			
Atención			
Capacidad del restaurante			
Ubicación			
Facilidad de estacionamiento			

4. ¿Generalmente cuánto gasta en su almuerzo?

- De \$1,50 a \$1,75
- De \$1,75 a \$2,25
- De \$2,25 a \$2,50
- Más de \$2,50

5. ¿Almuerza constantemente fuera de casa?

- Si
- No

6. ¿Estaría usted dispuesto a consumir su almuerzo en base a comida light, entendiéndose ésta como una alimentación balanceada, con las cantidades adecuadas de los diferentes grupos de alimentos (grupo lácteo, grupo de carnes, grupo de verduras y frutas y grupo de granos), con la utilización de productos naturales, sin preservantes, bajos en grasas saturadas, con el fin de proporcionar los nutrientes y la energía que el cuerpo requiere, previniendo enfermedades y preservando la salud?

- Si
- No

7. ¿En qué medida es cada uno de los siguientes aspectos un beneficio importante de la comida light?

Beneficios comida light	Definitivamente de Acuerdo	Generalmente de Acuerdo	Ligeramente de Acuerdo	Ligeramente en Desacuerdo	Generalmente en Desacuerdo	Definitivamente en Desacuerdo
Brinda al cuerpo energía						
Previene enfermedades						
Preserva la salud						
Estética						
Nutrición						

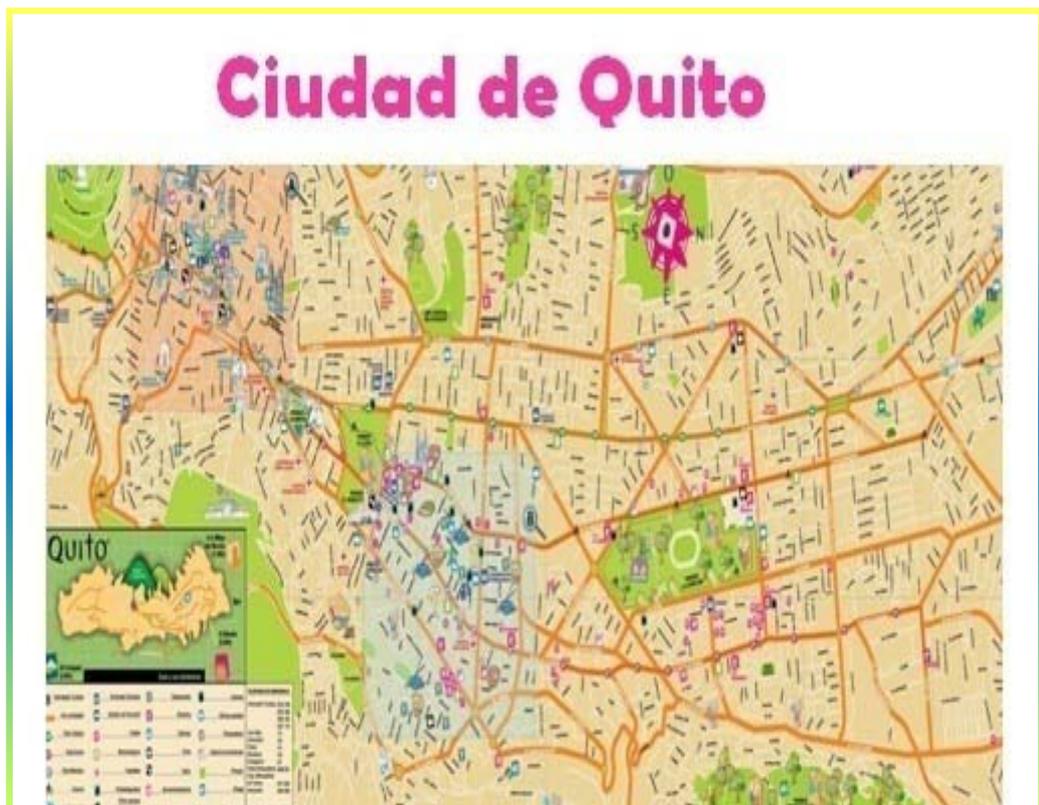
8. ¿Generalmente, por qué medio o medios, conoce de la existencia de nuevos restaurantes?

- Televisión
- Internet
- Referencias personales
- Radio
- Correo
- Prensa
- Hojas volantes



Gracias por su gentil colaboración

FOTOS de los sectores encuestados



5.1.1.1. Sector # 1



5.1.1.2. Sector # 2



5.1.1.3. Sector # 3



5.1.1.4. Sector #4



5.1.1.5. Sector # 5 “Bloques José Peralta”



5.1.1.6. Sector # 6 “Bloques Luis Alberto Valencia”



5.1.1.7. Sector # 7 “La Isla”

