



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UN BAR & GRILL EN EL CANTÓN PELILEO, EN LA  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA, 2018**

**Trabajo de titulación**

**Tipo:** Emprendimientos

Presentado para optar el grado académico de:

**LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**AUTOR:** WILMER JAVIER GUATO YUPANQUI

**TUTOR:** Ing. Giovanni Haro Sosa

**RIOBAMBA -- ECUADOR  
2018**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

**© 2018, Wilmer Javier Guato Yupanqui**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

---

Wilmer Javier Guato Yupanqui

180531821-7

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

**CERTIFICACIÓN**

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación: Tipo “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR & GRILL EN EL CANTÓN PELILEO, EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, 2018”, de responsabilidad del señor WILMER JAVER GUATO YUPANQUI, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Giovanni Haro Sosa <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	.....	.....
Lcdo. Pedro A. Badillo A. <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	.....	.....
Ing. Rafael Inti Salto <b>DOCUMENTALISTA</b>	.....	.....

## **CERTIFICACIÓN**

Certificado que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento ha sido minuciosamente revisado y se autoriza su presentación.

---

Ing. Giovanni Haro Sosa

**DIRECTOR**

---

Lcdo. Pedro A. Badillo A.

**MIEMBRO**

Yo, **WILMER JAVIER GUATO YUPANQUI** soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Wilmer Javier Guato Yupanqui

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a aquellos seres maravillosos que vivirán eternamente en lo más profundo de mi corazón:

A Dios padre misericordioso que camina junto a mí, guiando y bendiciendo en cada uno de mis pasos.

A la Virgen María por brindarme la vida, llenarme de bendiciones y permitir alcanzar una meta más en la vida.

A nuestro Señor Jesucristo, ejemplo de amor, fe y sacrificio.

A mis amados padres quienes me brindaron su apoyo incondicional, ejemplos inigualables de amor, humildad, esfuerzo, bondad y honestidad; por ser mi motivación diaria para luchar por mis sueños; por apoyarme espiritual, moral y económicamente y por compartir juntos alegrías y adversidades. A mi madre María Yolanda quien con su esfuerzo y sus consejos supo guiarme y forjarme por el camino del bien, a mi padre Carlos Alberto que con su sabiduría ayudó a desarrollarme como persona.

A mis hermanos: Carlos Marcelo, Ulvio Roberto, Manuel Vinicio y Miriam Magdalena por su apoyo incondicional en mis logros, caídas dándome fuerzas para culminar esta carrera, por sus palabras de aliento que me ayudaron a creer como persona y cultivar en mis los valores fundamentales como la lealtad y la perseverancia, quienes lograron sacarme una sonrisa en momentos de adversidad.

Wilmer Javier

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública en especial a la Escuela de Gastronomía, a sus distinguidas autoridades y profesores que con sus valores y conocimientos me ayudaron a formarme como una persona de bien y a la vez permitirme terminar mis estudios y formarme como un profesional de éxito.

Mi sincero agradecimiento al Ing. Giovanni Haro Sosa, tutor del trabajo, por sus oportunos consejos y acertada dirección, por el apoyo y la confianza brindada en la culminación de este trabajo de Titulación.

Mi gratitud al Lcdo. Pedro A. Badillo A. que, por medio de sus conocimientos, y ofrecer una mano amiga, y sus consejos emitidos para terminar con éxito el presente trabajo de Titulación.

Finalmente, a aquellas personas que de alguna manera u otra manera me brindaron su ayuda incondicional, porque gracias a ellos aprendí a valorar más el sentido de la amistad, esfuerzo, honestidad y humildad, culminado así este trabajo de titulación.

Wilmer Javier

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación plantea realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Bar & Grill en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua a través de una investigación descriptiva que se respalda la información en fuentes bibliográficas y de campo para la obtención de información fiable, la misma que nos permitió conocer los datos relevantes acerca de la población encuestada en la cual se reflejó resultados favorables referente a la implementación del Bar & Grill. Además, se realiza una evaluación del proyecto, como el Estudio de Mercado, lo cual teniendo como resultado que el turismo del cantón Pelileo se potencializara ya que, mediante el ofrecimiento de una nueva opción gastronómica con una gran acogida, además mediante el estudio de mercado demuestra que la probabilidad de atraer clientes tiene un alto nivel por ofertar alimentos típicos y atractivos. Además de contar con un lugar estratégico que permite atraer a todo tipo de personas ya sean pobladores, aledaños o turistas. El estudio financiero se pudo determinar inversión total de \$ 8.550.00 con lo cual se financiara el proyecto, los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) positivo \$ 50.197,58, Interna de Retorno (TIR) 171 %, Punto de Equilibrio (PE) de 3.559 unidades y la Relación Beneficio Costo (B/C) de \$ 4,05 por medio del análisis realizado ha demostrado que el emprendimiento es viable, en base a los resultados positivos de recuperación de inversión y utilidad generada se considera que el presente proyecto si es rentable. Se recomienda Aplicar medidas de control en el manejo de recursos financieros disminuyendo o eliminando la probabilidad riesgo.

**Palabras claves:** <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <BAR & GRILL, <COCINA GOURMET>, <PELILEO (CANTÓN)>.



## **ABSTRACT**

The present certification work aimed at conducting a feasibility study for the implementation of a Bar & Grill in Pelileo canton, province of Tungurahua through a descriptive investigation which is supported by the information in bibliographical and field sources as to obtain reliable information, same information that allowed us to reach the relevant data about the surveyed population and in which favorable results are reflected regarding the implementation of the Bar & Grill. In addition, an evaluation of the project is carried out, such as the Market Research, which shows as a result that tourism in the Pelileo canton would be potentialized by the offering of a new gastronomic option with great reception. The market research shows also that the probability of attracting customers is high due to the offering of typical and attractive foods. In addition to having a strategic location that allows attracting all kinds of people whether they are residents, neighbors or tourists. The financial study could determine a total investment of \$ 8,550.00 which will finance the project, financial indicators such as the Current Net Value (NPV) positive \$ 50,197.58, Internal Return (IRR) 171%, Balance Point (PE) of 3,559 units and the Cost Benefit Ratio (B / C) of \$ 4.05 by means of the analysis performed has shown that the venture is viable, based on the positive results of investment recovery and generated profit it is considered that the present project is profitable. It is recommended to implement control measures in the management of financial resources decreasing or eliminating the risk probability

**Key Words:** <TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCE>, <GASTRONOMY>, <FEASIBILITY STUDY>, <BAR & GRILL>, <GOURMET CUISINE>, <PELILEO (CANTON)>.

## INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	ix
INDICE GENERAL .....	1
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	9
INTRODUCCIÓN .....	10
CAPÍTULO I.....	11
1. ASPECTOS GENERALES .....	11
1.1. Tema.....	11
1.2. Planteamiento del problema.....	11
1.3. Justificación.....	12
1.4. Objetivos.....	12
1.4.1. <i>Objetivo general</i> .....	12
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	13
CAPÍTULO II .....	14
2. MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. Marco Teórico Conceptual.....	14

<b>2.1.1. Restaurante</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.2. Bar</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.2.1. Tipo de Bares</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.2.1.1.Bar Familiar</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.2.1.2.Bar Profesional</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.3. Grill</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.4. Coctel</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.5. Alimentación</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1.6. Empresa</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1.6.1. Tipos de Empresa</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1.7. Administración</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1.8. Talento Humano</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1.9. Estudio de mercado</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1.10. Segmentación de Mercado</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.11. Producto</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.12. Servicio</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.13. Oferta</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.14. Demanda</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1.14.1. Demanda Insatisfecha</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.15. Precio</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.16. Plaza o Distribución</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.17. Comercialización</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.18. Localización</b> .....	<b>20</b>

2.1.18.1. <i>Macro localización</i> .....	21
2.1.18.2. <i>Micro localización</i> .....	21
2.1.19. <i>Tamaño del Proyecto</i> .....	21
2.1.20. <i>Inversión</i> .....	21
2.1.21. <i>Capacidad Instalada</i> .....	21
2.1.22. <i>Activo Fijo</i> .....	22
2.1.23. <i>Materia Prima</i> .....	22
2.1.24. <i>Mano de Obra Directa</i> .....	22
2.1.25. <i>Costos Indirectos de Fabricación</i> .....	22
2.1.26. <i>Gastos</i> .....	23
2.1.26.1. <i>Gastos Administrativos</i> .....	23
2.1.26.2. <i>Gastos de Ventas</i> .....	23
2.1.27. <i>Capital de Trabajo</i> .....	23
2.1.28. <i>Presupuesto</i> .....	24
2.1.28.1. <i>Presupuesto de Ingresos</i> .....	24
2.1.28.2. <i>Presupuesto de Gastos</i> .....	24
2.1.29. <i>Estado Financiero</i> .....	24
2.1.29.1. <i>Estado de Situación Inicial</i> .....	25
2.1.29.2. <i>Estado de Resultados</i> .....	25
2.1.29.3. <i>Estado de Flujo de Efectivo</i> .....	25
2.1.30. <i>Valor Actual Neto</i> .....	25
2.1.31. <i>Tasa de Interna de Retorno</i> .....	25
2.1.32. <i>Costo Beneficio</i> .....	26

2.1.33.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión</i> .....	26
2.1.34.	<i>Punto de Equilibrio</i> .....	26
2.1.35.	<i>Misión</i> .....	26
2.1.36.	<i>Visión</i> .....	26
2.1.37.	<i>Estructura Orgánica</i> .....	27
2.1.38.	<i>Manual de Funciones</i> .....	27
2.1.39.	<i>Impacto</i> .....	27
2.1.39.1.	<i>Impacto Económico</i> .....	27
2.1.39.2.	<i>Impacto Social</i> .....	27
2.1.39.3.	<i>Impacto Ambiental</i> .....	28
2.1.40.	<i>Legal</i> .....	28
2.1.41.	<i>Ordenanzas</i> .....	28
2.1.42.	<i>Economía</i> .....	28
2.2.	<b>Datos Importantes</b> .....	28
2.2.1.	<i>Extensión</i> .....	29
2.2.2.	<i>Límites Cantonales</i> .....	29
2.2.3.	<i>Parroquias de Pelileo</i> .....	29
2.2.4.	<i>Actividad Económica</i> .....	30
2.2.5.	<i>Atractivos Turísticos</i> .....	30
2.2.6.	<i>Gastronomía</i> .....	32
2.2.6.1.	<i>Platos Típicos Reconocidos del Cantón</i> .....	32
2.2.6.2.	<i>Restaurantes</i> .....	32
2.2.6.3.	<i>Bares</i> .....	33

2.3.	<b>Estudios de Factibilidad</b> .....	34
2.4.	<b>Estudio Técnico</b> .....	41
2.5.	<b>Factibilidad Técnica</b> .....	42
2.6.	<b>Impacto Ambiental</b> .....	43
2.7.	<b>Viabilidad</b> .....	44
2.8.	<b>Estudio de Mercado</b> .....	45
	<b>CAPÍTULO III</b> .....	46
3.	<b>METODOLOGÍA</b> .....	46
3.1.	<b>Métodos</b> .....	46
3.1.1.	<i>Cuantitativo</i> .....	46
3.1.2.	<i>Cualitativo</i> .....	47
3.2.	<b>Población Y Muestra</b> .....	49
3.2.1.	<i>Población</i> .....	49
3.2.2.	<i>Muestra</i> .....	49
3.3.	<b>Técnicas</b> .....	50
3.3.1.	<i>Documental</i> .....	51
3.3.2.	<i>De Campo</i> .....	51
3.4.	<b>Instrumentos</b> .....	52
3.4.1.	<i>La entrevista</i> .....	52
3.4.2.	<i>La encuesta</i> .....	52
3.5.	<b>Análisis descriptivo e interpretativo</b> .....	53
	<b>CAPÍTULO IV</b> .....	61
4.	<b>PROPUESTA Y DESARROLLO</b> .....	61

<b>4.1.</b>	<b>Título.....</b>	<b>61</b>
<b>4.2.</b>	<b>Datos Informativos.....</b>	<b>61</b>
<b>4.3.</b>	<b>Antecedentes.....</b>	<b>61</b>
<b>4.4.</b>	<b>Justificación.....</b>	<b>61</b>
<b>4.5.</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>62</b>
<b>4.5.1.</b>	<b><i>Objetivo General.....</i></b>	<b>62</b>
<b>4.5.2.</b>	<b><i>Objetivos Específicos.....</i></b>	<b>62</b>
<b>4.6.</b>	<b>Estudio de factibilidad en el mercado.....</b>	<b>63</b>
<b>4.6.1.</b>	<b><i>Logotipo.....</i></b>	<b>63</b>
<b>4.6.2.</b>	<b><i>Segmentación de Mercado.....</i></b>	<b>63</b>
<b>4.6.3.</b>	<b><i>Macro localización.....</i></b>	<b>63</b>
<b>4.6.4.</b>	<b><i>Micro localización.....</i></b>	<b>64</b>
<b>4.7.</b>	<b>Análisis de Oferta.....</b>	<b>65</b>
<b>4.7.1.</b>	<b><i>Competencia Directa.....</i></b>	<b>65</b>
<b>4.7.2.</b>	<b><i>Competencia Indirecta.....</i></b>	<b>66</b>
<b>4.8.</b>	<b>Análisis de demanda.....</b>	<b>66</b>
<b>4.9.</b>	<b>Análisis de Marketing Mix.....</b>	<b>66</b>
<b>4.9.1.</b>	<b><i>Precio.....</i></b>	<b>67</b>
<b>4.9.2.</b>	<b><i>Plaza.....</i></b>	<b>67</b>
<b>4.9.3.</b>	<b><i>Promoción.....</i></b>	<b>67</b>
<b>4.10.</b>	<b>Análisis FODA.....</b>	<b>68</b>
<b>4.10.1.</b>	<b><i>Fortalezas.....</i></b>	<b>68</b>
<b>4.10.2.</b>	<b><i>Debilidades.....</i></b>	<b>69</b>

4.10.3. Oportunidades.....	69
4.10.4. Amenazas .....	69
<b>4.11. Estudio Administrativo – Legal.....</b>	<b>69</b>
4.11.1. Estudio Administrativo .....	69
4.11.2. Manual de Funciones.....	70
4.11.3. Manual de Procesos.....	71
4.11.4. Estudio Legal .....	72
<b>4.12. Estudio Financiero.....</b>	<b>73</b>
4.12.1. Inversión Inicial .....	74
4.12.2. Ingresos.....	75
4.12.3. Gastos .....	76
4.12.4. Costos .....	77
4.12.5. Flujo de Efectivo.....	82
4.12.6. Estados Financieros Proyectados .....	83
4.12.7. Punto de Equilibrio .....	87
4.12.8. Van – Tir – Costo Beneficio .....	90
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>91</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>92</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>93</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2</b> Límites del Cantón Pelileo .....	29
<b>Tabla 2-3</b> Rango de edad de los posibles consumidores.....	53
<b>Tabla 3-3</b> Género de los potenciales clientes.....	54
<b>Tabla 4-3</b> Ocupación actual de los encuestados .....	55
<b>Tabla 5-3</b> Conocimiento acerca del servicio del servicio de Bar & Grill.....	56
<b>Tabla 6-3</b> Es necesario implementar un servicio de Bar & Grill.....	57
<b>Tabla 7-3</b> Frecuencia con la que asisten al servicio de Bar & Grill .....	58
<b>Tabla 8-3</b> Personas con las que prefiere salir a comer.....	59
<b>Tabla 9-3</b> Preferencia de consumo de los cortes de carne .....	60

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-2</b> Estudio de factibilidad de un proyecto .....	37
<b>Ilustración 2-3</b> Rango de edad de los posibles consumidores .....	53
<b>Ilustración 3-3</b> Género de los potenciales clientes .....	54
<b>Ilustración 4-3</b> Ocupación actual de los encuestados .....	55
<b>Ilustración 5-3</b> Conocimiento acerca del servicio del servicio de Bar & Grill .....	56
<b>Ilustración 6-3</b> Es necesario implementar un servicio de Bar & Grill .....	57
<b>Ilustración 7-3</b> Frecuencia con la que asisten al servicio de Bar & Grill .....	58
<b>Ilustración 8-3</b> Personas con las que prefiere salir a comer .....	59
<b>Ilustración 9-3</b> Preferencia de consumo de los cortes de carne .....	60
<b>Ilustración 10-4</b> Logotipo .....	63
<b>Ilustración 11-4</b> Macro localización .....	64
<b>Ilustración 12-4</b> Micro localización .....	64

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación estudia la posibilidad para la implementación de un Bar & Grill en el cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua para lo cual se ha planteado como objetivo determinar la factibilidad del establecimiento, por medio de un estudio de mercado, la determinación las características alimenticias de los pobladores del Cantón Pelileo, también se realiza un estudio financiero para que determine la posibilidad de la creación de un Bar & Grill en dicho lugar. Además, se realizó una evaluación del proyecto y un estudio técnico.

Para la estructura del proyecto se estableció capítulos que se detallan a continuación:

**Capítulo I:** En este apartado se realizó el planteamiento del problema, justificación y los objetivos del proyecto.

**Capítulo II:** En el segundo capítulo se detalla el marco teórico utilizado para la estructuración del proyecto.

**Capítulo III:** Para este capítulo se analiza la metodología de la información es decir la población, muestra, técnicas de investigación e instrumentos.

**Capítulo IV:** En este capítulo se verificó el análisis de los resultados obtenidos luego de aplicar la metodología mencionada en el capítulo anterior.

**Capítulo V:** Para este capítulo establece la propuesta del proyecto donde se realiza una estructuración de lo que sería la implementación del establecimiento permitiendo identificar cuáles serían los posibles resultados financieros, ubicación, nivel de factibilidad, entre otros.

Finalmente se detallan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **1. ASPECTOS GENERALES**

#### **1.1. Tema**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR & GRILL EN EL CANTÓN PELILEO, EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, 2018

#### **1.2 Planteamiento del problema**

La implementación de un Bar & Grill surge como solución que enfrentan la gran parte de turistas tanto nacionales como extranjeros que acuden a visitar el cantón Pelileo de la Provincia de Tungurahua, cuando piensan o buscan en un lugar que les permita disfrutar de momentos de diversión con sus compañeros de trabajo, amigos o con la familia y que al mismo tiempo se brinde un servicio exclusivo.

El lugar que se necesita para la implementación del proyecto se mantendrá como descanso, con características diferentes aprovechando estrategias de marketing para posesionar en la mente de los futuros clientes.

Dentro de la competencia se determina varios lugares que ofrecen comida tradicional, gourmet, asados, o simplemente en sitios en las que se pueda adquirir alguna bebida, pero en zonas diferentes, por esta razón se establece la necesidad de implementar la unión de un Bar & Grill ofreciendo un ciclo de menú con preparaciones gastronómicas aceptables en la población a tratar.

### **1.3. Justificación**

El estudio de factibilidad es un instrumento muy importante para la implementación de proyectos de cualquier naturaleza, para evitar inversiones innecesarias en el caso que no sea factible, una vez realizado este análisis que se encuentra plenamente justificada la elaboración del estudio propuesto para la implementación de un Bar & Grill en el Cantón Pelileo. Además, el estudio de factibilidad proporciona datos relevantes en todos los aspectos considerados en el proyecto con respecto a la realidad, haciendo más segura la inversión.

Pelileo es un cantón de la Provincia de Tungurahua conocida a nivel Nacional debido al arte que se genera y la venta de productos textiles, atrayendo a turistas nacionales y extranjeros, razón por la cual se convierte en un lugar muy importante para el desarrollo del sector turístico del cantón, la provincia y el país en general, pero este factor no ha sido aprovechado en su totalidad puesto que no se ha desarrollado alternativas para atender a los visitantes convirtiéndose en un lugar de paso y dejando de lado la oportunidad de posesionar como uno de los destinos preferidos a nivel nacional.

En definitiva, al implementar un Bar & Grill se beneficia a la economía del Cantón y por ende atrae a turistas debido a que contará con una infraestructura moderna, adecuada para satisfacer las necesidades a través de calidad de servicio, sería un aporte para ampliar la oferta turística existente, además de crear fuentes de trabajo.

### **1.4. Objetivos**

#### ***1.4.1. Objetivo general***

Determinar la factibilidad de un Bar & Grill en el cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua que permita potenciar el turismo en el Cantón

#### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

- Ejecutar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda mediante la realización de una investigación de campo.
- Realizar un estudio financiero para que determine la factibilidad de la creación de un Bar & Grill en el cantón Pelileo.
- Plasmar un Estudio Técnico para establecer la localización, el tamaño del proyecto y la inversión requerida del mismo

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Hoy en día, el turismo se ha constituido en una de las bases más importantes dentro de la economía ecuatoriana del Cantón Pelileo debido a que semana tras semana los turistas acuden a este lugar exclusivamente por la oferta comercial, sin embargo, la al no contar con la implementación de un bar & Grill tiene como consecuencias que exista deficiencia en la oferta turística.

El estudio de factibilidad para la implementación de un Bar & Grill en el Cantón Pelileo es de gran importancia para la reactivación de la economía del sector, para que los turistas cuenten con alternativas de comidas, diferentes platos nacionales e internacionales en un ambiente relajado, siendo necesario definir adecuadas estrategias para su ejecución. La implementación involucra directamente a la población del Cantón Pelileo, autoridades, turistas nacionales como internacionales como actores principales para aprovechar adecuadamente la implementación de un bar & Grill

El GAD Municipal del Cantón Pelileo juega un papel muy importante para gestionar las actividades que se realicen en beneficio del Cantón, por esta razón el trabajo debe realizarse conjuntamente.

#### 2.1. Marco Teórico Conceptual

##### 2.1.1 *Restaurante*

La palabra “restaurante” llega a Estados Unidos en 1793. El francés Jean-Baptiste Gilbert Payplat crea en Boston su “Julien’s Restorator”. Considerado el primer restaurante francés de Estados Unidos, famoso por sus sopas y sus platos que restauraban la buena salud. Sin embargo, en 1827, abre sus puertas el que según los historiadores es el primer restaurante de Estados Unidos.

Delmonico's Restaurant creado por los hermanos suizos John y Peter Delmonico. Allí por primera vez se ofreció a los clientes una carta de vinos separada, y también por primera vez, platos a la carta. Hoy en día sus menús se siguen estudiando en las escuelas gastronómicas del mundo (Vega J. , 2006).

Según Barrows (2010), restaurante es un lugar público que presta un servicio de alimentación y bebidas donde las personas acuden a alimentarse donde se paga un precio por el platillo recibido.

Los restaurantes son establecimientos dedicados para la venta de alimentos que son preparados con cocineros especializados en servir alimentos, estos son preparados en las propias instalaciones y se vende a los clientes (Zaragoza, 2010).

### **2.1.2 Bar**

Un bar es un sitio donde el ambiente es recreacional tiene como propósito la venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Además, estos lugares se encargan de vender otros productos con la finalidad de obtener lucro. Esta palabra se originó en la antigüedad, generalmente en los viajes comerciales en dicho tiempo se las llamaba tabernas (Álvarez, 2017).

Según (Salamanca, 2013), este es un establecimiento público el cual puede ser concurrente, cerrado, cubierto. en este lugar se sirve de manera profesional a cambio de un precio. Generalmente se sirve bocaditos, tapas, bebidas además no implican actividades de restauración.

#### **2.1.2.1 Tipo de Bares**

Según Álvarez (2017) los bares se clasifican en:

##### **2.1.2.1.1 Bar Familiar**

Este es un pequeño espacio de los hogares donde se posee un stock de bebidas aun que este es mínimo ya que en varias ocasiones se cuentan con menos de una docena de botellas si se destinan para momentos especiales donde se consumen dichas bebidas. Este está destinado para el consumo familiar.



#### *2.1.2.1.2 Bar Profesional*

Este tipo de bar es aquel abierto y disponible para todo público adulto, sus adecuaciones son específicamente para esta actividad, cuentan con bebidas surtidas, así como los implementos necesarios para consumir como es la cristalería y utensilios que permiten brindar un buen servicio. Este lugar cuenta con profesionales que se encarguen de la atención al consumidor y la administración.

#### *2.1.3 Grill*

Para Jurado (2014), es un tipo de restaurante que se direcciona a la cocina americana, en este lugar se sirven variedad de carnes, pescado y mariscos todos estos preparados ya sea a la plancha o a la parrilla. Este servicio se caracteriza por ser rápido por lo general la decoración de estos lugares es al estilo Oeste Americano.

Es un término inglés que se utiliza para describir la venta de comida asada a la parrilla o rejilla de acero, o a su vez aquella que involucra utensilios de cocina con delgadas barras de hierro generalmente se utilizan parrillas para su preparación, entre los principales alimentos se encuentran las carnes asadas al carbón o a las brasa y bebidas alcohólicas (DeChile.net, 2010).

#### *2.1.4 Coctel*

Un coctel es una preparación que se realiza mediante la mezcla de varias bebidas las cuales deben contener diferentes porciones, generalmente contienen más dos bebidas alcohólicas y otros ingredientes como frutas, miel salsas, crema entre otras. Ejemplo de cocteles son:

- Margarita
- Mojito
- Piña Colada
- Cosmopolitan
- Caipirinha

### ***2.1.5 Alimentación***

Según Aranceta (2001), la alimentación es una acción voluntaria que se genera de forma consiente, está a decisión de los humanos, pero existen aspectos que condicionan esta actividad como factores culturales, sociales, genéticos, entre otros. Cada persona es libre consumir a gusto los diferentes tipos de alimentos.

### ***2.1.6 Empresa***

Es una organización que se integra con el objetivo de realizar actividades de venta de bienes o servicios que permitan generar beneficios económicos en conjunto. La eficiencia en el manejo de la organización permite a este conjunto de personas evolucionar en el mundo de los negocios. La creación de dichas entidades es muy importante ya que permiten generar fuentes de empleo (Uria , 2009).

#### ***2.1.6.1 Tipos de Empresa***

Para Econopilar (2013), las empresas se pueden clasificar:

Según su Tamaño:

- Grandes
- Pequeñas
- Medianas

Según el sector económico en donde desarrollan su actividad

- Sector Primario
- Sector Secundario
- Sector Terciario

Según el capital

- Privada
- Pública
- Mixta

Empresa por su forma jurídica

Empresario individual o autónomo

Empresa Societaria

- Sociedad Mercantil
- Sociedad de Interés Social

### ***2.1.7 Administración***

Según Guzmán (2011), la administración es una actividad que tiene como objetivo direccionar las actividades de manera eficaz, además es considerada como la ciencia que persigue satisfacer las metas de la institución.

### ***2.1.8 Talento Humano***

Para Taipe (2011), el talento humano no es más que el personal inteligente y apto para realizar diferentes actividades dentro de una empresa, esta persona debe estar en la capacidad de solucionar los problemas que se avecinen y demostrar de esta manera sus destrezas y habilidades.

### ***2.1.9 Estudio de mercado***

Según Mugliza (2009), el estudio de mercado es una herramienta que forma parte del mercadeo misma que permite que se obtengan datos o resultados, estos son analizados por medio de herramientas estadísticas. Este estudio es importante para el logro de los objetivos planteados por la empresa siendo indispensable también plantear estrategias que permitan alcanzarlos.

### ***2.1.10 Segmentación de Mercado***

La segmentación de mercado es la agrupación de consumidores a los que se destinan ciertos productos o servicios generalmente el segmento se define por el género, edad o variable socioeconómica (Mugliza, 2009).

### ***2.1.11 Producto***

Según Kloter (2010), se considera como un producto todo objeto ofrecido a un cliente en un mercado disponible para su adquisición. Este tiene como objetivo cumplir con el deseo del comprador y satisfacer la necesidad requerida.

### ***2.1.12 Servicio***

El servicio es la acción y efecto de servir y según Duque (2005), “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”

### ***2.1.13 Oferta***

Según Microeconomía (2012), la oferta refleja las cantidades que, por cada precio, los vendedores están dispuestos a poner a la venta. Como regla general, cuanto más elevado sea el precio, mayor será la cantidad ofertada.

### ***2.1.14 Demanda***

Para Microeconomía (2012), la demanda refleja las cantidades que los compradores están dispuestos a adquirir por cada precio. Cuanto más alto es este, si no varían otras circunstancias, menor será la cantidad que los demandantes estén dispuestos a comprar. Por el contrario, si el precio baja, los compradores estarán interesados en adquirir mayores cantidades de producto.

#### ***2.1.14.1 Demanda Insatisfecha***

La demanda insatisfecha se refiere a aquella que no ha sido cubierta en un mercado por lo general esta se ocasiona cuando existe un mayor nivel de ofertantes. Este es uno de los aspectos de mayor importancia ya que todo demandante desea cumplir con las necesidades de los clientes (Valencia, 2011).

#### ***2.1.15 Precio***

Según Tomatore (2012), el precio es el valor monetario que se asigna a los productos o servicios disponibles para la venta. El precio es también considerado como un instrumento que permite definir el nivel competitivo de las entidades dedicadas a la venta de productos similares o sustitutos.

#### ***2.1.16 Plaza o Distribución***

Para Martínez (2008), la plaza es una parte de la mezcla del marketing mix el cual se refiere a realizar un estudio de los canales de distribución a utilizar para la distribución física de los productos a ofertar hasta la etapa final que es llegar al cliente.

#### ***2.1.17 Comercialización***

Según Jerome (2012), menciona que la comercialización es la ejecución de actividades de tipo comercial que se encamina al flujo de bienes y servicios del empresario al comprador.

#### ***2.1.18 Localización***

Según Arevalillo (2000), la localización es aquella palabra que trata de definir la ubicación exacta donde el usuario final debe conseguir los bienes o servicios a contratar. Específicamente es el lugar donde se ejecuta la actividad económica.

#### *2.1.18.1 Macro localización*

Para Vaca (2010), la macro localización es la “ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible” (pág. 4).

#### *2.1.18.2 Micro localización*

Para Vaca (2010), la micro localización es la “cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios” (pág. 4).

#### *2.1.19 Tamaño del Proyecto*

Al referirse al tamaño del proyecto se trata de la dimensión del trabajo pues a mayor dificultad mayor tiempo y mayor es la extensión del proyecto.

#### *2.1.20 Inversión*

Para Amling (2010), la inversión es una actividad que inicia con la compra de cualquier tipo de bien y a sea real o financiero que a futuro ofrece beneficios en forma de capital, utilidad, en algunos casos generan interés.

#### *2.1.21 Capacidad Instalada*

Según Mejía (2013), la capacidad instalada es la disponibilidad que posee la empresa en cuanto a infraestructura utilizada para el área de producción de bienes o manejo de relaciones con el servicio. A mayor capacidad mayor cantidad espacial destinada para realizar las actividades de producción a efectuar por la entidad.

### ***2.1.22 Activo Fijo***

Según Meigs (2000), los activos son aquellos mobiliarios y equipos de oficina que son clasificados como:

Equipo de Oficina

Equipo de Computo

Muebles y Enseres

### ***2.1.23 Materia Prima***

Según Croce (1986), al referirse a materia prima está tratando de materiales que son destinados a la transformación después de pasar por un largo procesos el cual permitirá producir un bien específico,

### ***2.1.24 Mano de Obra Directa***

Según Guzmán (2014), la mano de obra directa es aquella realizada por los trabajadores que están directamente relacionados con la producción de un bien o la prestación de un servicio. En el caso de ser empresa de producción se estaría hablando de los encargados de la transformación de la materia prima en productos elaborados.

### ***2.1.25 Costos Indirectos de Fabricación***

Según Faedis (2017), son costos indirectos de fabricación aquellos costos que no están inmiscuidos directamente con la producción del bien o prestación del servicio es decir que no interviene en la actividad neta de la empresa generalmente en estos apartados se toman en cuenta los gastos administrativos o financieros.

### ***2.1.26 Gastos***

Según Faedis (2017), Son todos aquellos desembolsos efectuados por la empresa para cubrir las necesidades de diferentes servicios como arriendo, teléfono, vigilancia, seguros, y mantenimiento, etc.

#### ***2.1.26.1 Gastos Administrativos***

Se consideran gastos administrativos a todos los egresos que se tengan que efectuar para la correcta administración de la empresa como son el pago de sueldos del personal administrativo, coma de materiales para el área administrativa, etc.

#### ***2.1.26.2 Gastos de Ventas***

Son los gastos incrementales directamente aplicables a la venta de un bien en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta.

#### ***2.1.26.3 Gastos Financieros***

Son los gastos que integran la partida de gastos deducibles de cualquier actividad económica aquí se encuentran a todos los gastos que se generan por el uso de capitales puestos a disposición de terceros.

### ***2.1.27 Capital de Trabajo***

El capital de trabajo es un fondo que permite el correcto desenvolvimiento de la empresa ya que por medio de este capital se desarrollan los movimientos económicos para reinvertir, producir y



generar beneficios económicos. También se define como el valor o cantidad de dinero que la empresa requiere para el giro del negocio (Rizzo, 2007).

### ***2.1.28 Presupuesto***

Para Binass (2011), es la planificación de cómo se van a manejar los fondos monetarios es decir destinar cierta cantidad de dinero para cada actividad a realizar.

#### ***2.1.28.1 Presupuesto de Ingresos***

Según Binass (2011) “El Presupuesto de ingresos comprenderá los recursos que genere el sistema tributario, la prestación y producción de bienes y servicios, transferencias, donaciones y otros ingresos, debidamente legalizados; las estimaciones de estos ingresos constituirán metas de recolección, de responsabilidad”

#### ***2.1.28.2 Presupuesto de Gastos***

Binass (2011), da a conocer que el presupuesto de gastos “Comprenderá todos los egresos previstos para el logro de los objetivos y metas del Gobierno, sostenimiento administrativo del sector público, atención de la deuda pública y otros compromisos gubernamentales”

### ***2.1.29 Estado Financiero***

Es un estado que muestra la situación financiera de la empresa está compuesto de tres elementos que son activo, pasivo y patrimonio mismos que son analizados con la finalidad de conocer la situación empresarial actual.

#### *2.1.29.1 Estado de Situación Inicial*

Este es un estado que demuestra con qué situación financiera comienza la empresa en él se plasma los activos los pasivos en el caso de generar uno en su constitución y el patrimonio que por lo general comienza con el capital invertido.

#### *2.1.29.2 Estado de Resultados*

Este es un estado que muestran los resultados obtenidos durante un año fiscal este registra los ingresos y salidas de la empresa permitiendo generar un resultado de pérdida o utilidad obtenida luego de cumplir el periodo.

#### *2.1.29.3 Estado de Flujo de Efectivo*

Es un estado que permite observa el flujo del efectivo manejado por la empresa demostrando cuales son los movimientos de caja que se han realizado.

#### **2.1.30 Valor Actual Neto**

Según Ramos (2014), el Valor Actual Neto es el valor puesto al día de todos los flujos de caja esperados de un proyecto de inversión. Es igual a la diferencia entre el valor actual de los cobros, menos el valor también actualizado de los pagos generados por el proyecto de inversión.

#### **2.1.31 Tasa de Interna de Retorno**

Según Ramos (2014), la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es el tipo de rentabilidad de un proyecto de inversión.

### ***2.1.32 Costo Beneficio***

El costo beneficio es un proceso que permite evaluar la rentabilidad, mediante esta herramienta se verifica la relación de los costos con los beneficios que se obtienen en un proyecto que requiere de una inversión.

### ***2.1.33 Periodo de Recuperación de la Inversión***

El periodo de recuperación es el lapso de tiempo en el que una empresa espera recuperar la inversión efectuada para la implementación de la empresa luego de haber recuperado la inversión.

### ***2.1.34 Punto de Equilibrio***

Según da a conocer Ramirez (2009), consistente en la determinación del nivel de producción, necesario para cubrir los costos totales (fijos y variables); los volúmenes de producción ubicados a izquierda del punto de equilibrio determinan pérdidas, y ganancias los ubicados a la derecha. Constituye una herramienta muy útil y de fácil aplicación, aunque es conveniente tener en cuenta sus limitaciones.

### ***2.1.35 Misión***

Es la razón por la cual la empresa considera es importante o atractivo el servicio o los bienes que el negocio ofrece,

### ***2.1.36 Visión***

Es el un conjunto de ideas que tiene la empresa para un futuro es decir es aquellos que dese lograr a alcanzar con el paso de los años.

### ***2.1.37 Estructura Orgánica***

Esta forma como está estructurada la empresa es decir cuáles son los departamentos que intervienen en la empresa estos varían de acuerdo al tipo de empresa y la actividad a la que se dediquen.

### ***2.1.38 Manual de Funciones***

Un manual de funciones es listado de actividades que debe realizar cada miembro de la empresa identificando de esta manera las obligaciones que se deben cumplir por cada colaborador.

### ***2.1.39 Impacto***

Es efecto causado ante tercero la implementación de un nuevo negocio demostrando si es positivo o negativo de acuerdo a la acogida alcanzada.

#### ***2.1.39.1 Impacto Económico***

Es aquel que sirve para medir los resultados de los beneficios alcanzados con las inversiones en diferentes departamentos de la empresa.

#### ***2.1.39.2 Impacto Social***

Este impacto se refiere a los resultados generados ante la sociedad es decir determinar si son útiles o no los viene o servicios puestos a disposición.

### *2.1.39.3 Impacto Ambiental*

Es la reacción de los efectos ocasionados al medio ambiente por las actividades realizadas por las empresas.

### *2.1.40 Legal*

La palabra legal quiere decir que se está manejando con las disposiciones legales emitidas por entidades de control.

### *2.1.41 Ordenanzas*

Son órdenes o normas que se deben cumplir ya que son disposiciones legales manejadas por entidades de gobierno.

### *2.1.42 Economía*

Según Tirado (2013), “es una ciencia que se ocupa de las cuestiones que se generan en relación con la satisfacción de las necesidades de los individuos y de la sociedad” (pág. 1).

## **2.2 Datos Importantes**

El Cantón San Pedro de Pelileo, Provincia de Tungurahua se encuentra en la Zona 3 de planificación está ubicado en el corazón de la provincia, a 20 km de la ciudad de Ambato. Su población es de 56.573 habitantes.

### 2.2.1 Extensión

El Cantón Pelileo representa el 6.0% del territorio de la provincia (aproximadamente 0.2 mil km<sup>2</sup>), tiene una superficie de 202km<sup>2</sup>.

### 2.2.2 Límites Cantonales

**Tabla 1-2** Límites del Cantón Pelileo

<b>UBICACIÓN</b>	<b>LÍMITE</b>
Norte	Cantón Pillarito y Cantón Ambato
Sur	Provincia de Chimborazo
Este	Cantón Patate y Cantón Baños
Oeste	Cantón Quero y Cantón Cevallos

**Fuente:** Datos Estadísticos de la Biblioteca del Cantón Guano  
**Elaborado por:** Wilmer Guato

### 2.2.3 Parroquias de Pelileo

#### **Urbanas**

- Pelileo
- Pelileo Grande

#### **Rurales**

- Parroquia Benítez
- Parroquia Chiquicha
- Parroquia Cotaló
- Parroquia García Moreno
- Parroquia Huambalo
- Parroquia El Rosario
- Parroquia Salasaca

#### ***2.2.4 Actividad Económica***

En el cantón San Pedro de Pelileo se dedican a la actividad agrícola y ganadera, en parroquias como Benítez, Bolívar, Cotaló, Chiquicha, El Rosario, García Moreno, Huambalo y Salasaca se han desarrollado diversas actividades económicas como la avicultura a gran escala (Cotaló produce un millón de huevos al día), y la fabricación de muebles y las ferias continuas en Huambalo. Además, se elaboran pantuflas (Benítez). En el barrio El Tambo, situado al ingreso de Pelileo, hay más de 160 locales y talleres en donde se fabrican las prendas de vestir en tela jean. Según cálculos municipales, el 30% de más de 56 mil pelileños se dedica a la confección de ropa, no solo de jeans, sino de camisas, chompas, faldas, sacos, camisetas, ponchos y más. Esta condición de fabricantes les permite ofrecer precios bajos que llaman la atención de los compradores. En rótulos escritos con resaltadores se ofrecen pantalones en \$ 8, \$ 10, \$ 12 y \$ 15. Guayaquileños, quiteños, cuencanos, riobambeños y de otras ciudades de la Amazonía arriban semanalmente a esta ciudad para invertir en ropa y visitar las parroquias cercanas. (www.eltelegrafo.com, 2018)

#### ***2.2.5 Atractivos Turísticos***

Ubicado en los Andes del Ecuador, a 150 km/ 2:30 minutos de Quito, a 25 minutos de Baños, en la Ruta de los Volcanes; y en la puerta de entrada a la amazonia. Posee una de las culturas étnicas mejor conservada del Ecuador (Salasaca), actividad agropecuaria destacada, la más grande producción de jeans en el Ecuador, muebles de calidad, el Segundo Mejor Hornado del mundo, gente amable y un entorno natural agradable. (www.turismopelileo.com, 2018)

##### **a) Cerró Nitón**

Ubicado a 3km de la ciudad de Pelileo, donde jóvenes audaces nacionales y extranjeros practican el deporte del parapente. Además, cuenta con un impresionante mirador desde el cual se puede observar casi todos los cantones de la Provincia de Tungurahua.

##### **b) Los Salasacas**

Los indígenas de esta comunidad son ágiles tejedores y comercializan sus artesanías en las ferias que se realiza los domingos en la plaza central y en las casas particulares en donde se exponen diseños de tapices, ponchos, sacos y una gran variedad de artículos confeccionados a mano. En esta comunidad se celebra cada año las fiestas religiosas y

paganas, tiene una especial esencia intercultural incaica e hispánica, en la que se recuerda los míticos de agradecimiento al Inti Raimi

#### **c) Complejo Turístico La Moya**

Se encuentra en la Parroquia Pelileo Grande, vía a Baños. Cuenta con áreas verdes, casetas con asaderos, botes para navegar en la laguna, juegos infantiles y recreacionales, canchas deportivas, senderos para caminar o montar a caballo, piscina temperada, baños de cajón, sauna, turco e hidromasaje

#### **d) Valle Hermoso**

Ubicado a unos 3km. De la Cabecera Cantonal, este conjunto de caseríos goza de un clima extraordinario propio de un valle. Para llegar hasta allí, se debe tomar una vía que va a Baños, al pasar por la parroquia urbana de Pelileo Grande se debe avanzar por la carretera principal y a un medio kilómetro existe un desvío al lado izquierdo, es la entrada que le llevará a este hermoso valle donde podrá disfrutar de trucha preparada al vapor, frita, en chicharon, trucha con champiñones como parte de su deliciosa gastronomía

#### **e) Huambalo**

Una de las parroquias conocidas por la producción de muebles este sitio se encuentra ubicado al sureste del cantón en este sitio se puede encontrar gran cantidad de talleres madereros que se dedican a la fabricación de muebles con acabados de primera los mismos que se realizan de manera artesanal es decir que estos hechos de manera manual. Desde este sitio se puede observar la actividad del volcán Tungurahua que se encuentra activo desde 1999 también se puede disfrutar de competencias y donde se puede disfrutar de las fiestas de la Virgen del Monte

f) **Miradores Naturales:** Nitón, Cruz de Cotaló, Surangay: observe el volcán Tungurahua en plena actividad, una experiencia que se repite solo cada 100 años.

Ruta Agro ecoturística y artesanal: Ruta que recorre los principales sitios agros productivos del cantón; su cultura, gastronomía, actividades y atractivos...descúbralos. Impulsada por el Gobierno Provincial de Tungurahua y el GAD Cantonal.

Ciclo ruta: existe una ruta nivel medio. Todos los miércoles, 19pm. Domingos, cada 15 días.

Partida: Afueras del Palacio Municipal. ([www.turismopelileo.com](http://www.turismopelileo.com), 2018)



### 2.2.6 Gastronomía

Existen comidas típicas como los conocidos tamales que son rellenos de fritada y están envueltos en hojas de achira, así también como los platillos propios de la serranía la fritada, llapingachos, se puede decir que el plato que se lo considera como parte importante de la gastronomía es el cuy. Pr

eparación del Cuy la alimentación de la población es principalmente a base de: habas, mellocos, maíz, utilizan condimentos como: cebolla blanca y colorada, ajo, pimienta, orégano y comino. (www.ecured.com, 2018)

#### 2.2.6.1 Platos Típicos Reconocidos del Cantón

**Fritada:** Carne de cerdo, acompañado con mote y maduro.

**Empanadas de tiesto:** elaboradas con harina de trigo y panela. Típicas en este cantón.

**Hornado:** En Pelileo se prepara el Segundo Mejor Hornado del Mundo. Atención martes y sábados. Mercado República de Argentina.

**Tamales:** elaborados con harina de maíz tostada, manteca, anís, azúcar, chicharrones, envuelta en hojas de achira. Cocción a baño maría en paila de bronce, calentada con leña.

**Cuyes:** asados al carbón. Acompañado de papas cocinadas con salsa de maní y ensalada. (www.turismopelileo.com, 2018)

#### 2.2.6.2 Restaurantes

- Restaurante Doña Olguita
- Turismo Eventos
- Shalon Restaurant
- Cuyes Asados Los Chapey
- Los Cuyes de la Confraternidad
- Hornados Doña Carmita
- Restaurante Amazonas
- Comedor Nocturno

- Marisquería el Manaba
- Restaurante El Encuentro del Sabor
- Restaurante María de los Ángeles
- Lince Pelileo
- Paradero Rey David
- Asadero Que Buen Cuy
- Pacos Grill
- Picantería Doña América

### 2.2.6.3 Bares

- Pelileo Beer Company
- Olimpo Café Bar
- Bar Karaoke Dauchsths House
- Bar Karaoke Deutsches Haus
- Ecos Discotek
- Malabar karaoke
- Chanter Karaoke Bar
- Duende Bar
- Criptobar

**Bar:** Establecimiento donde se ofrecen diversas porciones de comida para acompañar las bebidas. Tradicionalmente, son lugares de encuentro y reunión informal, frecuentados a diario, generalmente por un público masculino. Es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas, no alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra (EcuRed, 2018).

**Grill:** Es un término inglés que hace referencia a la comida que es asada sobre una parrilla o rejilla de acero, o a su vez aquella que involucra utensilios de cocina con delgadas barras de hierro paralelas o parrilla, asimismo designa al alimento que ha sido asado bajo esas condiciones, entre los principales alimentos se encuentran las carnes asadas al carbón o a las brasa y bebidas alcohólicas (DeChile.net, 2010).

El turismo se refiere a “todas aquellas actividades que los seres humanos realizan cuando viajan y permanecen de corrido por el termino de menos de un año fuera de su entorno habitual con un fin preeminente vacacional y de ocio”. (www.definicionabc.com, 2007)

El turismo como actividad humana ha recibido relativamente poca atención en el análisis social, tal vez a que se le ha considerado como una actividad superflua y lejana a los grandes problemas que aquejan a la sociedad.

En un ejercicio de búsqueda que incluyo las principales publicaciones científicas editadas en español e inglés sobre el tema de turismo desde diversas disciplinas sociales, se corroboró que a pesar que existe una vasta producción académica, que inicia más o menos desde los años posteriores a la Primera Guerra mundial, en el viejo continente, donde se realizaron intentos por caracterizar al turismo desde la sociología, por ejemplo de los estudios sobre la llamada ciencia del movimiento de forastero” (Castillo Nechar & Panosso Netto, 2010, pág. 99)

De acuerdo al pensamiento contemporáneo de Smith, en su libro riqueza de las naciones, actualizada por Heilbroner (2005), dice que. “La Economía, considerada como una rama de la ciencia del estadista o del legislador, se propone dos objetivos diferentes: el primero, proporcionar a la gente ingresos abundantes o medios de subsistencia, o, mejor dicho, capacitarles para que se provean por sí mismos de tales ingresos o medios de subsistencia; y el segundo, proveer al estado o a la comunidad de ingresos suficientes para los servicios públicos. Se propone enriquecer tanto al pueblo como al soberano. La economía es la ciencia social que estudia los procesos de producción, distribución, comercialización y consumo de bienes y servicios”

El turismo beneficia a la economía del país, el entorno natural y en las diferentes zonas en la población local de los lugares visitados. Los distintos impactos, la variedad de factores con los que se produce los bienes y servicios adquiridos por los turistas y el amplio espectro de agentes afectados por el turismo, es de suma importancia adoptar un enfoque global para el desarrollo, gestión y supervisión de turismo, mediante la práctica de políticas de turismo local, nacionales y acuerdos internacionales en el tema de turismo.

### **2.3 Estudios de Factibilidad**

Un estudio de factibilidad es un proceso sucesivo para dar solución a los determinados problemas a través de pronósticos y estimaciones. La información y la confiabilidad dependen de los estudios técnicos, así como económicos, financieros y de mercado. Basándose en las diferentes etapas considerando aspectos y variables para optimizar el proyecto en marcha.

En el estudio de factibilidad se enfoca en cuatro etapas como son:

Idea se pretende identificar el problema de una forma ordenada aprovechando las oportunidades para resolver. Las diferentes maneras de resolver el problema establecido.

Pre inversión donde se considera el inicio de la evaluación del proyecto mediante perfil, pre factibilidad y factibilidad.

En lo que se refiere al perfil es elaborado de la información existente y la experiencia.

Seleccionando opciones de proyectos que se muestren de interés para la solución del problema aprovechando de una oportunidad adecuada, sin embargo, se considera las características específicas del producto o servicio.

En el nivel pre factibilidad se profundiza la investigación basándose en información de fuentes secundarias para establecer cierta aproximación, variables principales con respecto al mercado, técnicas de producción y requerimientos financieros. Considerando que las inversiones probables los costos de operación y los ingresos que generara el proyecto.

Para que se ejecute el estudio de factibilidad de un proyecto de inversión es indispensable la metodología mediante estudios de mercado, estudio técnico, estudio Económico- Financiero.

Existen varias investigaciones relacionadas a estudios de factibilidad que se han ejecutado, en diversas áreas de estudio y sectores económicos, entre los cuales podemos mencionar la investigación de Herrera & Lazo (2014) acerca de la creación de una empresa encaminada a la producción de Jeans en la ciudad de Cuenca denominada “Fashion Jeans”, estudio en el cual se identificó análisis principalmente el microambiente identificando los rasgos actuales en la línea del negocios respecto a políticas, situación económica, la normativa ambiental a la que deberá sujetarse, así como también el análisis de las preferencias y los medios tecnológicos que en la actualidad las industrias existentes han incorporado para su desarrollo. Adicionalmente se identificó la demanda y la oferta a las que estará destinado el producto y los recursos medidos en cantidad y en unidades monetarias que eran necesarias.

Otra de las investigaciones ejecutadas, en relación a un estudio previo acerca de la creación de una institución perteneciente al sector de la economía popular y solidaria, perteneciente al sector financiero analizada por Torres (2012), enfocada en la captación y prestación de productos y servicios de carácter financiero destinada al servicio de la comunidad incentivando el desarrollo económico, iniciando con el estudio del desarrollo para el reconocimiento del sector cooperativo en la actualidad, así como también la identificación exacta de los usuarios y demás equipos y

recursos requeridos para encaminar la institución, incluyendo además un apartado dedicado a la evaluación financiera de los resultados proyectados a través de una serie de indicadores.

En base a la investigación de Rojas (2004) acerca de “Estudio de factibilidad para la creación de establecimientos prestadores de servicios de telefonía e Internet en Bogotá, en los barrios Centenario, Santa Isabel y Álamos Norte”, la misma que a pesar de haber sido ejecutada en otro país cuenta con los mismos análisis y requerimientos de estudio, identificando el mercado potencial a cubrirse así como las estrategias y planes de marketing encaminados a incrementar la accesibilidad de los servicios. También se analizó el aspecto financiero de las transacciones u operaciones ejecutadas midiendo además el grado de rentabilidad y liquidez con el que contará la entidad, teniendo como parámetro de beneficio el objetivo gubernamental de fomentar la inserción de tecnología, así como la utilización de las redes de telecomunicaciones.

Por otro lado, podemos mencionar también la investigación ejecutada por Tenorio (2013) efectuada con el objeto de determinar los determinantes en la generación de rentabilidad con el establecimiento de un Bar, así como también la identificación de los recursos materiales, humanos y económicos para encaminar las operaciones. En donde se abarco tanto el análisis de los aspectos organizacionales, el análisis del ambiente competitivo y el desarrollo del mercado al cual ingresa la nueva creación, así como la descripción de las estrategias encaminadas la realización de promociones y publicidad, adicionalmente la identificación de los recursos se ejecutó a través de un estudio técnico y financiero.

La factibilidad es un proceso que se realiza para determinar el estudio de un proyecto o un producto con la finalidad de determinar la viabilidad, la acogida o rechazo del mismo. Este análisis se realiza con la finalidad de determinar estrategias de producción y comercialización con el objetivo de que el producto triunfante tenga mejor acogida en el mercado. (Basurto & Buste, 2015)

#### **a) Concepto**

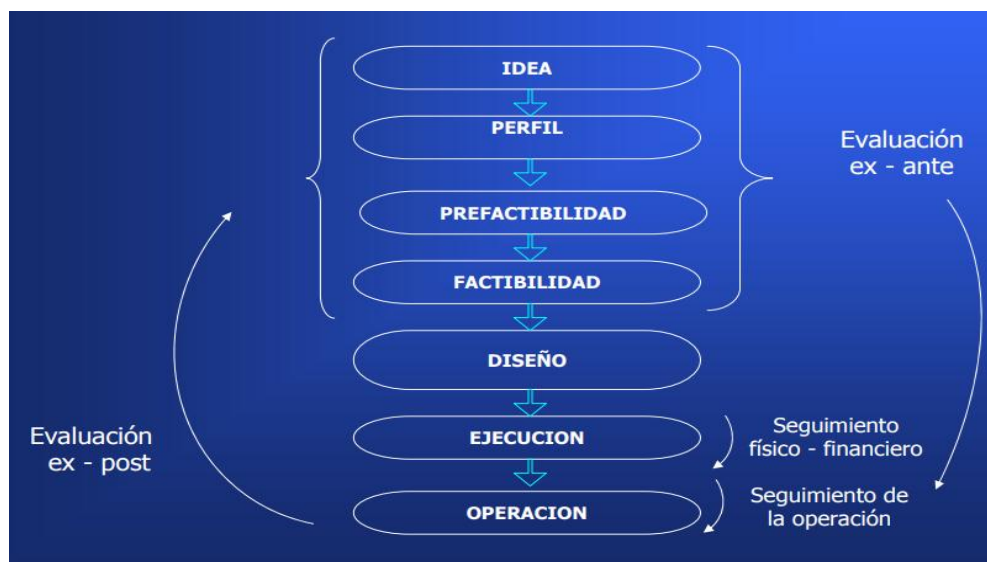
De acuerdo con Ramírez, Susel, & Domínguez (2009) se entiende por análisis de factibilidad como:

El análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de

investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo.

Se considera que un análisis de factibilidad permite la recopilación de toda la información requerida para iniciar un proyecto o emprendimiento con el objeto de establecer una base de datos que permita la correcta toma de decisiones, y la estipulación de los procedimientos u operaciones para encaminar el negocio, para el cumplimiento de los objetivos por los cuales se pone en práctica el proyecto de negocio.

Un estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. También el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar la posible ampliación o expansión de un negocio ya existente. En términos generales, los estudios de viabilidad buscan contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar una empresa a base del rendimiento económico que se obtendría de la misma. Casi siempre la realización del estudio es un esfuerzo de equipo con la participación de especialistas en mercadeo, finanzas, entre otros, pero que necesariamente debe incluir al empresario o proponente de la empresa. La verdad es que este esfuerzo toma tiempo y cuesta dinero, pero es imprescindible si tomamos en cuenta que puede nos puede evitar a que invirtamos mayor tiempo y esfuerzo en una iniciativa con pocas probabilidades de éxito. El estudio de viabilidad es el paso más crítico antes de convertir la idea del negocio en realidad e invertir una cantidad de dinero significativa. (Vega J. , 2006)



**Ilustración 1-2** Estudio de factibilidad de un proyecto

## **b) Objetivos de un estudio de factibilidad**

Un estudio de factibilidad dentro de un proyecto debe definir claramente su propósito, si bien la mayor parte de estudios que se realizan requieren de guías que conlleven alcanzar las metas, otros no tienen bien definido su estrategia. Por lo mismo, los objetivos del estudio de la factibilidad ayudan a una organización a lograr sus metas.

Según (Miranda Miranda, 2005), un estudio de factibilidad de desarrolla de tal modo que conduzca a:

- Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

- Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
- Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio.

## **c) Etapas de la factibilidad**

### **Idea**

Corresponde a una primera aproximación al problema, necesidad u oportunidad y a su resolución.

## **Perfil**

Se realiza la preparación y evaluación de las posibles alternativas de solución, partiendo de información que proviene principalmente de fuentes de origen secundario.

Como resultado de la etapa se pretende:

- Descartar las alternativas no factibles.
- Seleccionar alternativas posiblemente factibles y avanzar a la siguiente etapa.
- Seleccionar aquella alternativa que es técnica y económicamente mejor entre las alternativas estudiadas y pasar a la etapa de diseño en la fase de inversión del proyecto.
- Esperar o postergar mientras se adopta una cierta decisión por la autoridad.

## **d) Pre-factibilidad**

La Preparación de Proyectos es el proceso que permite establecer los estudios de viabilidad técnica, económica, financiera, social, ambiental y legal con el objetivo de reunir información para la elaboración del flujo de caja del proyecto para tal efecto las entidades ejecutoras de proyectos deben realizar el estudio de pre factibilidad para sus proyectos de inversión, para la realización de este se deben aplicar metodologías de Preparación y Evaluación de Proyectos. (Thompson, 2009)

El estudio de pre factibilidad incluye el análisis técnico-económico de las diferentes opciones de inversión que dan solución al problema planteado. Los objetivos de pre factibilidad se cumplirán por medio de la preparación y evaluación de proyectos los mismos que permitirán reducir los márgenes de incertidumbre a través de la estimación de los indicadores de rentabilidad socioeconómica y privada que apoyan la toma de decisiones de inversión.

## **e) Factibilidad**

Es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. (Santos, 2008)

El estudio de la factibilidad en sí constituye los pasos a seguir para resolver un problema, en este estudio permite hallar el camino para resolver la situación o evento por el cual suscitó este



caso de investigación. Además, permite hacer un análisis del mercado en el que se piensa llevar a cabo la ejecución del proyecto.

#### **f) Diseño**

Considera todas las acciones destinadas a materializar la solución formulada y evaluada como conveniente.

Consta de dos etapas:

- Diseño de arquitectura, ingeniería y especialidades y presupuesto detallado de las obras.
- Ejecución de obras.

#### **g) Operación**

En esta fase el proyecto adquiere su realización objetiva, es decir, que la unidad productiva instalada inicia la generación del producto, bien o servicio, para el cumplimiento del objetivo específico orientado a la solución del problema.

#### **h) Evaluación de resultados**

En cuanto a la evaluación de los resultados, se debe verificar en base a los objetivos iniciales de la organización, a nivel general se trata de un análisis FODA de las operaciones realizadas para cumplir con las expectativas que se tenían.

Si los resultados del proyecto no se cumplen se toman acciones de análisis y correcciones, lo que es más común volver a empezar.

#### **i) La empresa**

Una empresa es una unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la creación continua de empresas. (Debitoor, s.f)

En general, una empresa también se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios.

- **Misión**

Ser los pioneros en el mercado ofreciendo un servicio de excelencia con calidad en los productos y una atención de primera brindando al cliente la oportunidad de compartir a gusto con sus amigos y familiares productos de su completo agrado y con calidad.

- **Visión**

La visión de una empresa describe hacia a donde se dirige la empresa, responde a la pregunta ¿qué será de la empresa en el futuro?

Por lo tanto la visión de la empresa a 10 años es: Consolidarse en el mercado como una de las empresas más reconocidas a nivel regional, siendo una de las más sofisticadas en cuanto a los productos que se ofertan a la población.

## **2.4 Estudio Técnico**

El estudio técnico permite determinar el tamaño óptimo del proyecto empezando desde el terreno, maquinarias, materia prima, la localización, producción de los bienes y servicios, costos de inversión y todos los equipamientos necesarios para el funcionamiento del proyecto, esto se realiza para tener un inventario de todas las herramientas que se requieren para la actividad. (Basurto & Buste, 2015)

El estudio técnico se conforma como la segunda etapa de los proyectos de inversión establecidos aspectos técnicos operativos mediante el uso de los recursos disponibles para la producción de bienes y servicios que se analizarán mediante el lugar de producción, localización, instalaciones y organizaciones.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valoración económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. (Basurto & Buste, 2015)

Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto. En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes.

## **2.5 Factibilidad Técnica**

“Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.” (www.trabajo.com, 2018)

### ***Económica Y Financiera***

“Debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas.” (www.trabajo.com, 2018)

Los costos se presentan mediante la estructura de costos fijos y variables, las ventas se establecen mediante el precio del producto o servicio lo que determina el volumen de ventas por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año.

### ***Factibilidad Financiera***

Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios. Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica. El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización. Es importante utilizar algunos indicadores financieros, tales como: Periodo de recuperación (payback, paycash, payout o payoff): indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión con la ganancia que genera el negocio (meses o años). La factibilidad financiera se calcula sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial hasta llegar a cero, en este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por esto también es útil calcular el periodo de repago compuesto en el que se

incorpora una tasa al flujo de fondos que refleja las diferencias temporales. El valor actual neto (VAN) es el valor de la inversión en el momento cero, descontados todos sus ingresos y egresos a una determinada tasa. Indica un monto que representa la ganancia que se podría tomar por adelantado al comenzar un proyecto, considerando la " tasa de corte" establecida (interés del mercado, tasa de rentabilidad de la empresa, tasa elegida por el inversionista, tasa que refleje el costo de oportunidad). (www.trabajo.com, 2018)

La factibilidad económica-financiera constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

El estudio económico-financiero se compara los flujos de beneficios y costos, accede a decretar si conviene realizar o no la investigación, en otras palabras, si es o no rentable y sí siendo favorable es pertinente desarrollarlo en ese momento o simplemente cabe postergar su apertura.

El mismo estudio financiero es concerniente a los proyectos de inversión, tiene como objetivo determinar de manera cuantitativa, la magnitud de la inversión que se determinó mediante el estudio técnico permitiendo conocer la cantidad de inversión del proyecto permitiendo establecer los beneficios y pérdidas de la inversión para establecer si es rentable o no.

## **2.6 Impacto Ambiental**

Es la Modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza". Un huracán o un sismo pueden provocar impactos ambientales, dichos impactos también pueden ser provocados por obras o actividades que se encuentran en etapa de proyectos (impactos potenciales), o sea que no han sido iniciadas, en este sentido, la Evaluación del Impacto Ambiental. (Basurto & Buste, 2015)

Impacto ambiental se produce cuando una acción provoca una alteración desfavorable en el medio ambiente, estas variaciones pueden ser provocadas por la actividad del hombre o cambios de la naturaleza.

## 2.7 Viabilidad

Consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. En términos generales, los estudios de viabilidad buscan contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar una empresa a base del rendimiento económico que se obtendría de la misma. (Basurto & Buste, 2015)

El análisis de viabilidad de un proyecto es un procedimiento previo a la realización del estudio de factibilidad. Este último implica análisis más técnico y riguroso, que llevan a determinar si el proyecto es factible desde el punto de vista económico y técnico, afirmando que un estudio de viabilidad se puede definir como aquel análisis y evaluación de información procedente de varios ámbitos, que permitirán conocer si una idea o propuesta como es el caso, podrá ser económicamente rentable.

Viabilidad como un agregado de acciones y movimientos que se llevara a cabo para determinar las condiciones y los recursos o disponibilidades que deben coincidir para realizar el proyecto y solucionar el o los problemas que se busca atender.

### *RENTABILIDAD ECONÓMICA*

Es la medida de productividad de los fondos comprometidos en un negocio y desde el punto de vista del análisis a largo plazo de la empresa, donde lo importante es garantizar su permanencia y crecimiento y por ende el aumento de su valor que es el aspecto más importante a tener en cuenta, así mismo afirma que la rentabilidad económica es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el total de los activos. (Basurto & Buste, 2015)

La rentabilidad económica o la inversión como una medida referida a un determinado periodo de tiempo del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos, se rige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial.

Es la rentabilidad económica es el beneficio expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica, como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

## **2.8 Estudio de Mercado**

“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos y resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”. (Basurto & Buste, 2015)

Es decir busca probar que existe un número suficiente de consumidores y empresas que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la inversión; permitiendo la cantidad de bienes o servicios que la población está dispuesta a adquirir a precios convenientes en un periodo determinado, y obtener datos que al ser procesados mediante herramientas estadísticas, y así obtener como resultados la aceptación o no de un producto o servicio y adquirir información de los potenciales clientes.

El estudio de mercado es un proceso que realizan las empresas, el cual consiste en analizar datos e información acerca de los posibles clientes y competencias, definir estrategias y otros componentes, que ayudan a la toma de decisiones al momento de lanzar un producto o servicio al mercado, con el análisis de mercado es posible determinar las necesidades del consumidor y de esta forma crear el producto que se ajuste a sus necesidades.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

En el presente estudio de factibilidad para la implementación de un bar & grill en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua en el año 2018 se utilizará la metodología adecuada para la obtención de información pertinente basada en diversas fuentes primarias y secundarias y herramientas básicas de análisis que permitan examinar las variables de oferta y demanda de todas las empresas dedicadas al área alimenticia en la provincia de Tungurahua.

Se realizará un estudio global con la finalidad de establecer la viabilidad de la implementación de un bar & grill, el adecuado estudio será la base para tomar decisiones asertivas.

Cabe recalcar que toda investigación tiene que basarse en una metodología que permita establecer las pautas necesarias para poder obtener resultados confiables.

#### 3.1. Métodos

##### 3.1.1. *Cuantitativo*

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. (Fernández & Díaz, 2002)

Busca exponer y encontrar las bases necesarias de todos los datos numéricos obtenidos en el desarrollo de la investigación.

La recolección de datos suele constar de pruebas objetivas, instrumentos de medición, la estadística, test, entre otros. Se divide en investigación participativa, de acción y etnográfica. (Canaan, s.f.)

### **3.1.2. Cualitativo**

El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigara) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. También, señalan los autores que es recomendable seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico, el proceso cualitativo inicia con la idea de investigación. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

El principal enfoque es subjetivo en relaciones a teorías realizadas anteriormente similares al tema que se propone.

En este método se usan modelos matemáticos y teorías relacionadas a las situaciones. Se emplea con regularidad en las ciencias naturales, la biología, la física, entre otras. (Canaan, s.f.)

#### ***Inductivo***

El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación. (Pérez Porto & Merino, 2008).

Este método permite analizar situaciones particulares mediante hechos presentados los mismos que permitirán establecer conclusiones pertinentes a lo requerido y a su vez ayudan al desenvolvimiento de todos los temas que serán tratados.

Es decir, que se refiere a la formulación de hipótesis basadas en lo experimentado y observado de los elementos de estudio para definir leyes de tipo general. Consiste en la recolección de datos ordenados en variables en busca de regularidades. (Canaan, s.f.)

#### ***Deductivo***

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. (Vasquez, 2008)



Analiza más internamente en función al razonamiento lógico y la hipótesis planteada siempre que sean comprobados en todos los casos.

En este método todo el empeño de la investigación se basa en las teorías recolectadas, no en lo observado ni experimentado; se parte de una premisa para esquematizar y concluir la situación de estudio, deduciendo el camino a tomar para implementar las soluciones. (Canaan, s.f.)

### ***Analítico***

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (Ruíz)

Descompone cada una de las partes de la totalidad del tema que se va a realizar mediante la relación causa y efecto, en base a esto se puede establecer nuevas teorías de soporte y aporte.

Se desarrolla en el entendimiento de lo concreto a lo abstracto, descomponiendo los elementos que constituyen la teoría general para estudiar con mayor profundidad cada elemento por separado y de esta forma conocer la naturaleza del fenómeno de estudio para revelar su esencia. (Canaan, s.f.)

### ***Sintético***

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras, debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades (Ruíz).

Se reconstruye todas las partes dispersas del tema propuesto con la finalidad de crear una fuente resumida generalizada pero que sirva de aporte efectivo.

Mediante el razonamiento y la síntesis se profundiza en los elementos resaltantes del análisis de una forma metódica y concisa para conseguir una comprensión cabal de cada parte y particularidad de lo estudiado. (Canaan, s.f.)

### 3.2. Población Y Muestra

#### 3.2.1. Población

Total, de Población: 56.6 mil habitantes

**Tabla 1-3:** División poblacional por sectores

SECTOR	PORCENTAJE
Urbana	17.9%
Rural	82.1%
Mujeres	51.7%
Hombres	48.3%
PEA	60.3%

Fuente: INEC

Elaborado por: Wilmer Guato

La población es de 23.000 habitantes pertenecientes a la Población Económicamente Activa de entre 16 a 60 años del cantón Pelileo

#### 3.2.2. Muestra

Según López (2004), la muestra es parte de un universo. Existen procedimientos que permiten realizar los cálculos para determinar dicho subconjunto.

Para el cálculo de la muestra se procederá a utilizar la siguiente formula:

#### Fórmula

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

**Donde:**

**n** = tamaño de la muestra

**N**= tamaño del universo: 23.000

**p** = probabilidad de éxito: 0,5: probabilidad de fracaso= 0,5

**z** = nivel de confianza: 95% (nivel de confianza 1,96)

**e** = error de estimación= 0,05

$$n = \frac{1.96^2 * 23000 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (23000 - 1) + 1.96 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{22089,2}{58,4579}$$

$$n = 377.865$$

$$= 378 \text{ Habitantes}$$

Luego de aplicar la formula podemos observar que se deben aplicar 378 encuestas a los habitantes de cantón Pelileo.

### **3.3. Técnicas**

Es indispensable determinar las técnicas dentro del proceso de investigación que permitirá obtener información verídica, a la vez permita cumplir los siguientes objetivos:

- Establecer etapas
- Establecer posibles instrumentos
- Obtener mayor control de información
- Adecuados conocimientos.

### **3.3.1. Documental**

Es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por los otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos (Arias, 2006).

La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos-escritos u orales- uno de, los ejemplos más típicos de esta investigación son las obras de historia. (Palella & Martins, 2010)

Es toda recopilación de la información necesaria sobre todas las teorías que tienen relación con el estudio mediante fuentes documentales previas.

### **3.3.2. De Campo**

Señalan que el trabajo de campo incluye tres actividades principales. La primera se relaciona con una interacción social no ofensiva: lograr que los informantes se sientan cómodos y ganar su aceptación. El segundo aspecto trata sobre los modos de obtener datos: estrategias y tácticas de campo. El aspecto final involucra el registro de los datos en forma de notas de campo escritas. (Taylor & Bogdan, 1987).

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí sus carates de investigación no experimental. Claro está, en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. (Arias F. , 2012)

Es la observación directa sobre todos los aspectos que aportan al análisis del tema propuesto, así como la recopilación de varios testimonios que sirven de aporte a las teorías previamente referenciadas.

### **3.4. Instrumentos**

Señala al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente: Que el volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema. (Rojas, 1996).

#### **3.4.1. *La entrevista***

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. Según el fin que se persigue con la entrevista, ésta puede estar o no estructurada mediante un cuestionario previamente elaborado. Cuando la entrevista es aplicada en las etapas previas de la investigación donde se quiere conocer el objeto de investigación desde un punto de vista externo, sin que se requiera aún la profundización en la esencia del fenómeno, las preguntas a formular por el entrevistador, se deja a su criterio y experiencia. (Ramos, 2008).

Está definida por la conversación directa entre el entrevistado y el entrevistador sobre un tema específico, lo que se busca es obtener la mayor cantidad de información necesaria sobre el tema buscando la interacción oportuna y clara sobre la entrevista previamente estructurada.

#### **3.4.2. *La encuesta***

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación. (Ramos, 2008)

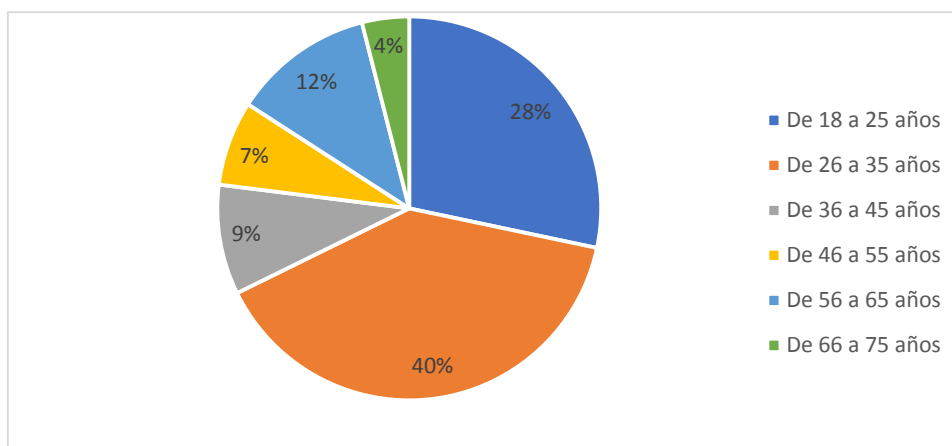
### 3.5. Análisis descriptivo e interpretativo

En el presente estudio de factibilidad se realiza un análisis e interpretación de resultados obtenidos luego de aplicar encuestas.

**Tabla 2-3** Rango de edad de los posibles consumidores

Rango de edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencias Relativa
De 18 a 25 años	107	28 %
De 26 a 35 años	149	39 %
De 36 a 45 años	35	9 %
De 46 a 55 años	27	7 %
De 56 a 65 años	45	12 %
De 66 a 75 años	15	4 %
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100 %</b>

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 2-3** Rango de edad de los posibles consumidores

Elaborado por: Guato J. (2018)

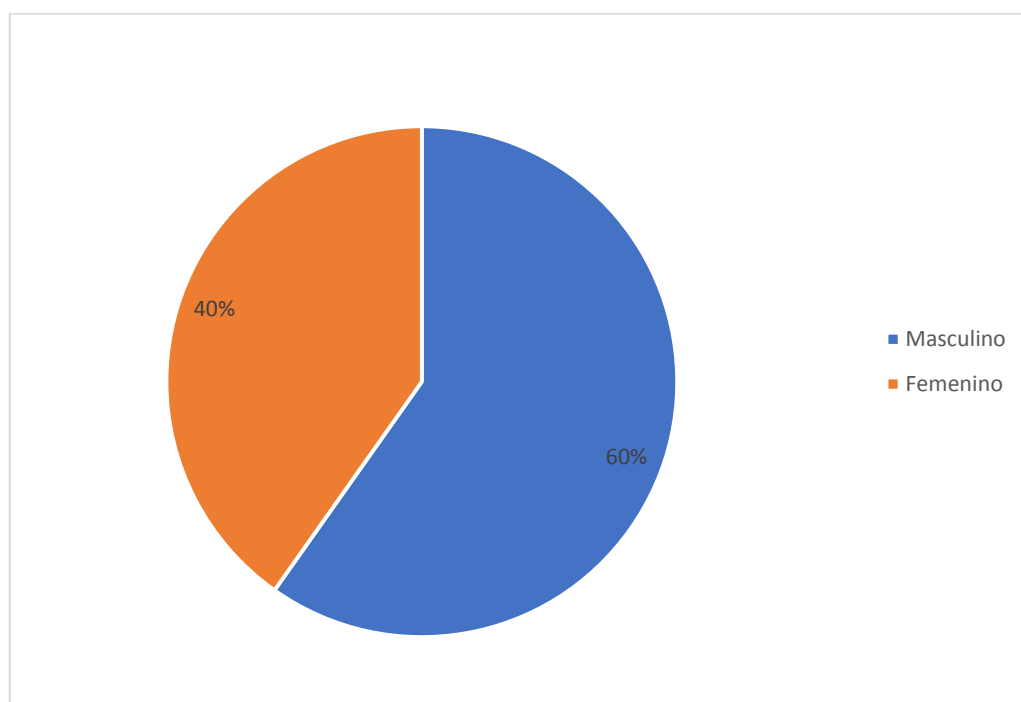
#### Interpretación:

En la tabla 3 se observa los rangos de edad de los posibles clientes y su frecuencia. Es así que se tiene que el 39 % de los encuestados tienen un rango de edad de 26 a 35 años. Por otro lado, 107 personas correspondientes al 28 % se encuentran en un rango de edad de 18 a 25 años, mientras que el 12 % equivalente a 45 personas se encuentran en un rango de edad de 56 a 65 años.

**Tabla 3-3** Género de los potenciales clientes

<b>Género</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencias Relativa</b>
<b>Masculino</b>	226	60 %
<b>Femenino</b>	152	40 %
<b>Total</b>	378	100 %

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 3-3** Género de los potenciales clientes

Elaborado por: Guato J. (2018)

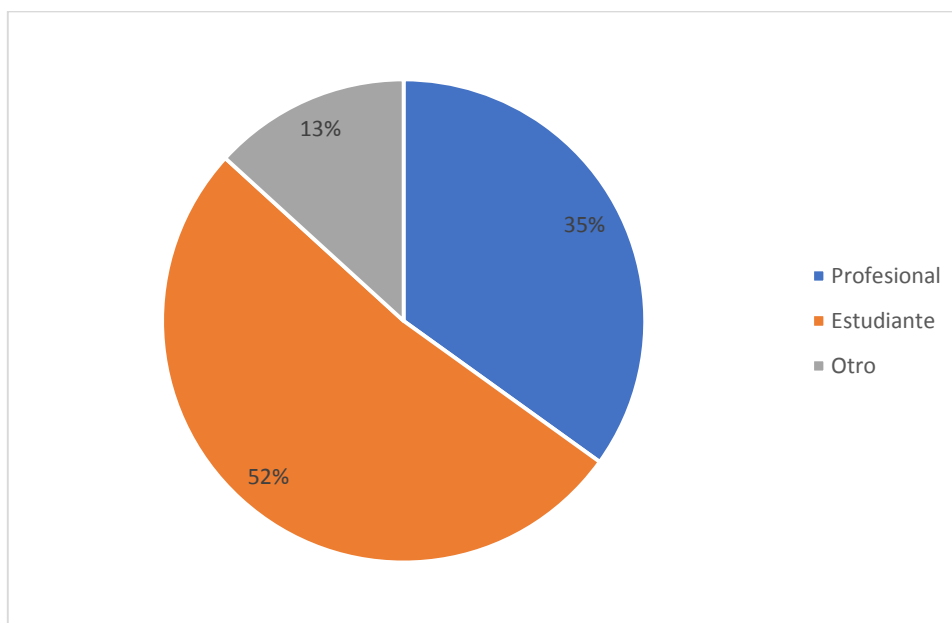
**Interpretación:**

En la tabla 4 se puede observar la frecuencia y el género de los potenciales clientes, siendo el más representativo el género masculino. De acuerdo a esto se tiene que 226 personas que equivalen al 60 % de la muestra tomada, son hombres. Por otro lado, se tiene que 152 potenciales clientes, que equivalen al 40 % restante son del género femenino

**Tabla 4-3** Ocupación actual de los encuestados

Ocupación actual	Frecuencia Absoluta	Frecuencias Relativa
Profesional	132	35 %
Estudiante	196	52 %
Otro	50	13 %
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100 %</b>

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 4-3** Ocupación actual de los encuestados

Elaborado por: Guato J. (2018)

**Interpretación:**

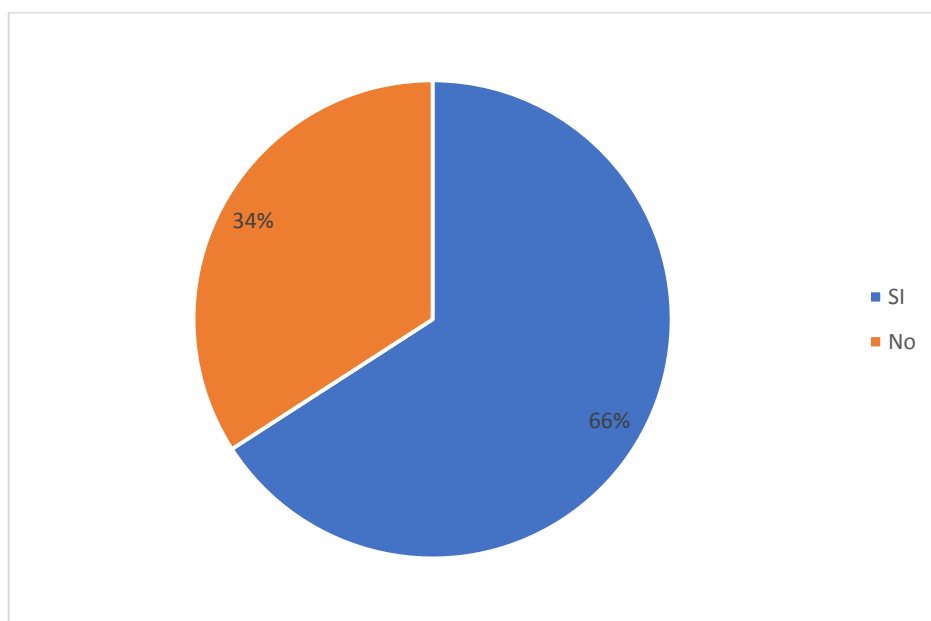
El servicio de Bar & Grill, es consumido por gran parte de la población, es así que se tiene que 196 personas equivalentes al 52 % de la muestra encuestada son estudiantes, mientras que 132 que corresponden al 35 %, son profesionales en diferentes áreas y apenas un 13 % tienen ocupaciones diferentes a las mencionadas.



**Tabla 5-3** Conocimiento acerca del servicio del servicio de Bar & Grill

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencias Relativa</b>
<b>SI</b>	249	66 %
<b>No</b>	129	34 %
<b>Total</b>	378	100 %

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 5-3** Conocimiento acerca del servicio del servicio de Bar & Grill

Elaborado por: Guato J. (2018)

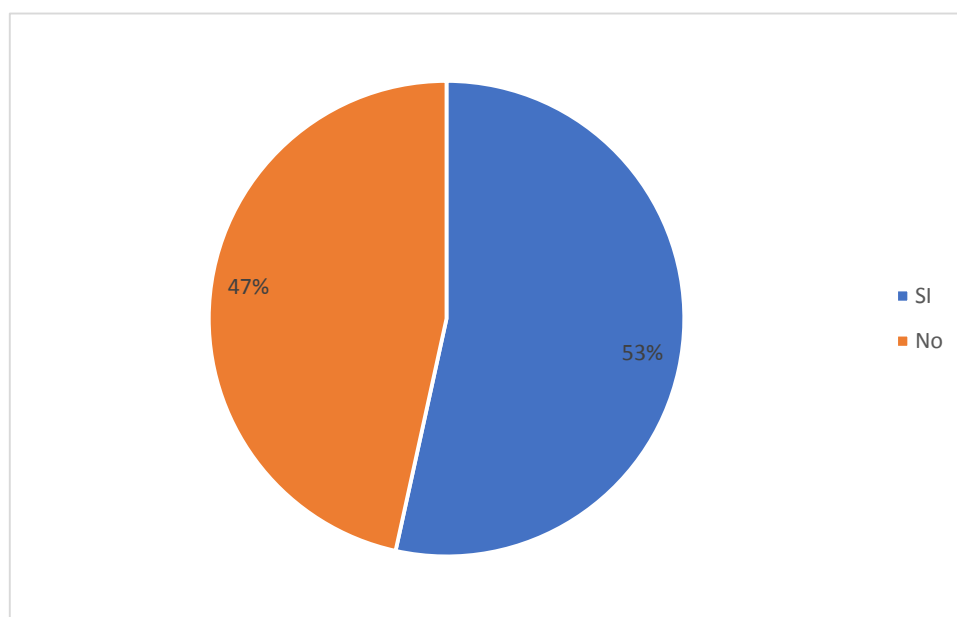
### **Interpretación:**

De acuerdo a la información t datos obtenidos con la aplicación de la encuesta, se tiene en la tabla 6 la frecuencia y el porcentaje de los criterios tomados en cuanto al conocimiento del servicio de Bar & Grill. Se puede observar que 249 personas correspondientes al 66 % de la muestra, mencionaron que tienen un conocimiento de este servicio. En contraste con esto se tiene que 129 personas equivalentes al 34 % restante de la muestra, no tienen ningún conocimiento de este servicio.

**Tabla 6-3** Es necesario implementar un servicio de Bar & Grill

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencias Relativa</b>
<b>Si</b>	202	53 %
<b>No</b>	176	47 %
<b>Total</b>	378	100 %

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 6-3** Es necesario implementar un servicio de Bar & Grill

Elaborado por: Guato J. (2018)

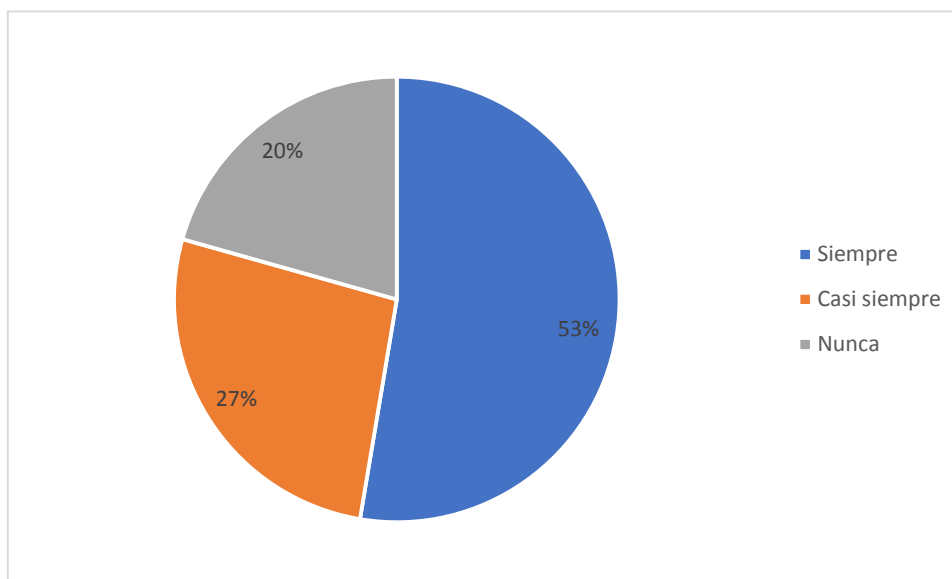
### **Interpretación:**

En la tabla 7 se puede observar la frecuencia y el porcentaje de las personas que consideran la implementación del servicio de Bar & Grill. De acuerdo a esto se tiene que 202 personas que corresponden al 53 % del total de encuestados, mencionan que, si es necesaria la implementación de este servicio, mientras que 176 personas correspondientes al 47 % consideran que no es necesaria la implementación de este servicio en la ciudad.

**Tabla 7-3** Frecuencia con la que asisten al servicio de Bar & Grill

Asistencia a Bar & Grill	Frecuencia Absoluta	Frecuencias Relativa
Siempre	199	53 %
Casi siempre	101	27 %
Nunca	78	20 %
Total	378	100 %

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 7-3** Frecuencia con la que asisten al servicio de Bar & Grill

Elaborado por: Guato J. (2018)

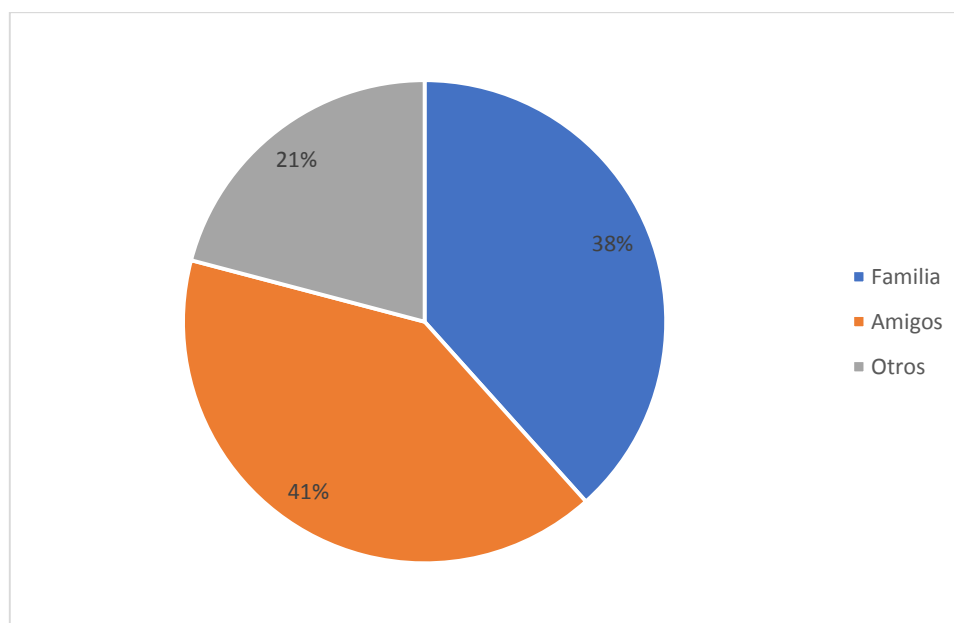
**Interpretación:**

En la tabla 8 se puede observar la frecuencia con la que los consumidores asisten al servicio de Bar & Grill. Se puede observar que 199 personas correspondientes al 53 % de la muestra tomada, menciona que siempre consume este servicio, mientras que 101 personas equivalentes al 27 % de la muestra mencionaron que asisten a lugares que brindan este servicio casi siempre y 78 personas nunca asisten a consumir este servicio.

**Tabla 8-3** Personas con las que prefiere salir a comer

Preferencia para salir	Frecuencia Absoluta	Frecuencias Relativa
<b>Familia</b>	145	38 %
<b>Amigos</b>	154	41 %
<b>Otros</b>	79	21 %
<b>Total</b>	378	100 %

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 8-3** Personas con las que prefiere salir a comer

Elaborado por: Guato J. (2018)

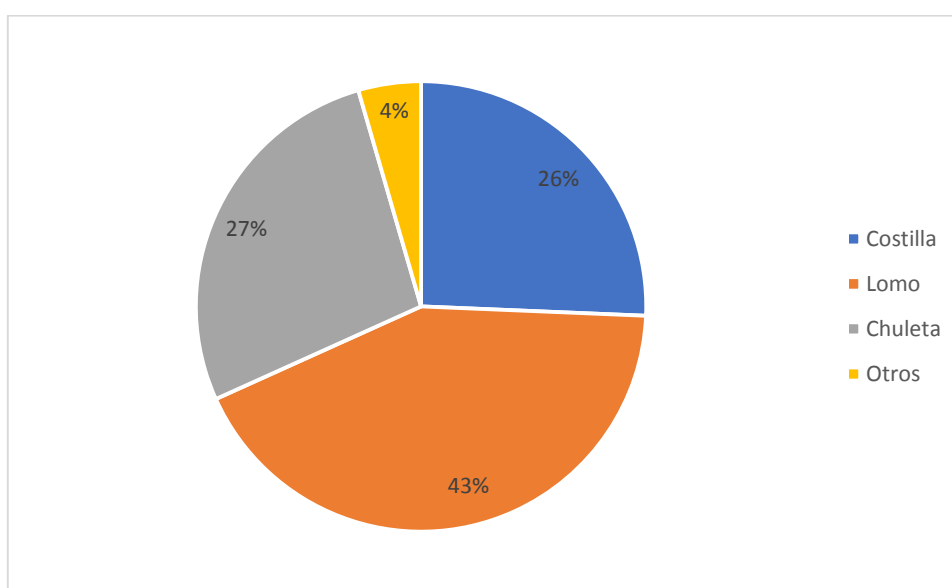
**Interpretación:**

En cuanto a la preferencia de personas con quienes asisten al servicio de Bar & Grill, se puede observar en la tabla 9 que 154 (41 %) personas prefieren o asisten a menudo a consumir este servicio en presencia de sus amigos, mientras que el 38 % lo hace acompañado de sus familiares y 79 personas lo consumen en presencia de otras personas.

**Tabla 9-3** Preferencia de consumo de los cortes de carne

<b>Preferencia de corte de carne</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencias Relativa</b>
<b>Costilla</b>	97	26 %
<b>Lomo</b>	161	43 %
<b>Chuleta</b>	103	27 %
<b>Otros</b>	17	4 %
<b>Total</b>	378	100 %

Elaborada por: Guato J. (2018)



**Ilustración 9-3** Preferencia de consumo de los cortes de carne

Elaborado por: Guato J. (2018)

**Interpretación:**

En la tabla 10 se puede observar que el 43 % de 378 personas entrevistadas prefieren el consumo de lomo, sobre otro tipo de corte de carne, mientras que el 26 % correspondiente a 97 personas prefieren las costillas, el 27 % prefieren el consumo de chuletas y el 4 % otro tipo de corte.

## CAPÍTULO IV

### 4. PROPUESTA Y DESARROLLO

#### 4.1. Título

Plan de implementación de un Grill & Bar en el cantón Pelileo

#### 4.2. Datos Informativos

**Empresa Emprendedora:** “Grill & Bar D`CHINOS”

**RUC:** 1805318217001

**Representante Legal:** Guato Yupanqui Wilmer Javier

**Ubicación:** Pelileo

**Provincia:** Tungurahua

**Ciudad:** Pelileo

**Dirección:** Av. Principal a Patate (Sector el Puente)

#### 4.3. Antecedentes

El presente proyecto tiene como meta analizar la viabilidad de la implementación del “Grill & Bar” en la ciudad de Pelileo, el objetivo es comercializar platillos típicos, parrilladas, platos a la carta, vinos, cocteles, etc., a un precio adecuado para con consumidores.

Por otra parte, se busca mitigar riesgos de pérdida de la inversión demostrando si va a generar resultados positivos o negativos es decir este plan se ejecuta con el objetivo de disminuir la incertidumbre de éxito o fracaso en la implementación del negocio a emprender.

#### 4.4. Justificación

El estudio tiene el propósito de analizar la factibilidad la implementación del “Grill & Bar” en el cantón Pelileo realizando un estudio de mercado, análisis de marketing mix, estrategias de introducción, estudio legal y de mercado. Esto se realiza con el objetivo de evitar inversiones innecesarias es por esto que se realizan con anterioridad.

Además, el estudio de factibilidad permite obtener datos relevantes en los aspectos fundamentales, asegurando que la inversión vale la pena.

Pelileo es un cantón de la Provincia de Tungurahua muy conocida a nivel Nacional por la cultura y tradición que permite comercializar en la zona y sus alrededores, este es un atractivo destinado para turistas nacionales y extranjeros.

En definitiva, la implementación del “Grill & Bar” beneficiará a la economía del Cantón y por ende atraerá a turistas debido a que contará con una infraestructura moderna, adecuada para satisfacer las necesidades a través de calidad de servicio, sería un aporte para ampliar la oferta turística existente, además de crear fuentes de trabajo.

## **4.5. Objetivos**

### ***4.5.1. Objetivo General***

Crear un Bar & Grill en el cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua que permita potenciar el turismo en el Cantón.

### ***4.5.2. Objetivos Específicos***

- Ejecutar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda mediante la realización de una investigación de campo.
- Realizar un estudio financiero para que determine la factibilidad de la creación de un Bar & Grill en el cantón Pelileo.
- Plasmar un Estudio Técnico para establecer la localización, el tamaño del proyecto y la inversión requerida del mismo.

## 4.6. Estudio de factibilidad en el mercado

### 4.6.1. Logotipo



**Ilustración 10-4** Logotipo  
Elaborado por: Guato J. (2018)

### 4.6.2. Segmentación de Mercado

Los consumidores de los platillos de “Grill & Bar D`CHINOS” son todos los pobladores, visitantes de paso, turistas, y demás personas que requieran del servicio.

Los posibles consumidores considerados como potenciales para la implementación del presente plan son los habitantes del cantón Pelileo.

**Edad:** Mayores de 18 años

**Género:** Masculino y Femenino

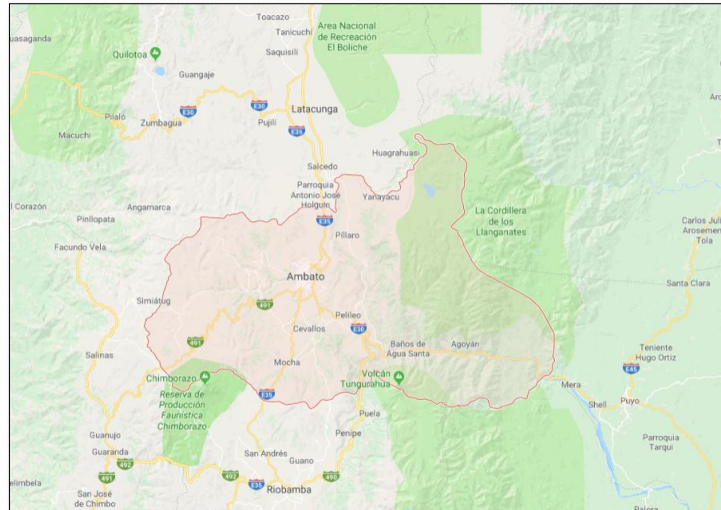
### 4.6.3. Macro localización

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

**Provincia:** Tungurahua





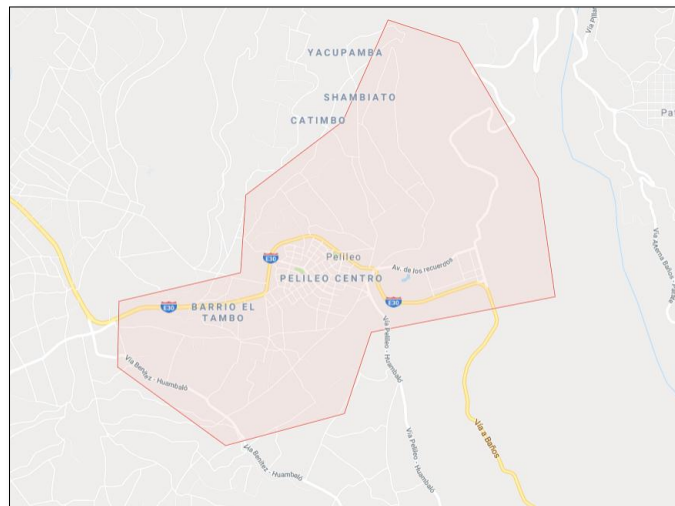
**Ilustración 11-4** Macro localización  
Fuente: Google Maps

#### 4.6.4. *Micro localización*

**Cantón:** Pelileo

**Parroquia:** La Matriz

**Dirección:** Av. Padre Jorge Chacón y Quis Quis



**Ilustración 12-4** Micro localización  
Fuente: Google Maps

La ciudad de Pelileo es un cantón que se encuentra ubicada en el centro del país, al suroccidente de la Provincia de Tungurahua a 25 km., del cantón Ambato.

### ***Socio Económico***

El comercio de los platillos que “Grill & Bar D`CHINOS” que se ofrece al público será a un precio muy accesible a nuestros clientes, ya que por ser productos alimenticios son consumidos en cualquier ocasión y por cualquier tipo de persona.

### **Fuentes de Información**

Los datos que se toman en cuenta para la recolección de la información, fueron recibidos mediante la aplicación de una encuesta destinada a los pobladores del cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua.

INEC (2010), nos permite la obtención de datos sobre las cifras generales y estadísticas del cantón San Pedro de Pelileo

### **4.7. Análisis de Oferta**

Al ser la empresa “Grill & Bar D`CHINOS” quien oferta el producto se deben analizar la competencia tanto directa como indirecta.

#### ***4.7.1. Competencia Directa***

La competencia directa son aquellos restaurants y bares que se dedican a ofertar el mismo tipo de productos y lo realizan en un mismo mercado.

#### ***La competencia directa:***

- Restaurante Doña Olguita
- Shalon Restaurant
- Cuyes Asados Los Chapey
- Los Cuyes de la Confraternidad
- Hornados Doña Carmita
- Restaurante Amazonas
- Comedor Nocturno
- Restaurante El Encuentro del Sabor
- Restaurante María de los Ángeles
- Lince Pelileo
- Paradero Rey David
- Asadero Que Buen Cuy

- Pacos Grill
- Picantería Doña América
- Pelileo Beer Company
- Olimpo Café Bar
- Ecos Discotek
- Duende Bar

#### **4.7.2. Competencia Indirecta**

Se considera como competencia indirecta aquellas empresas que se encargan de comercializar productos sustitutos que satisfacen las mismas necesidades:

- Bar Karaoke Dauchsths House
- Bar Karaoke Deutsches Haus
- Malabar karaoke
- Chanter Karaoke Bar
- Marisquería el Manaba
- Turismo Eventos

#### **4.8. Análisis de demanda**

Al analizar a quienes son los demandantes del producto ofertado se puede identificar como clientes potenciales a:

- Personas de entre 26 y 35 años de edad
- Personas de sexo masculino
- Estudiantes

#### **4.9. Análisis de Marketing Mix**

##### **Producto**

Los productos a ofertar son:

- Diferentes tipos de carnes a la plancha
- Platos Típicos como:

Fritada

Cuyes

- Bebidas NO Alcohólicas
- Bebidas Alcohólicas

#### **4.9.1. Precio**

Este es uno de los factores determinantes al momento de escoger el lugar por lo cual es importante realizar un análisis de:

- Competencia
- Costos

#### ***Estrategias de Precio***

- Poner al público un precio menor al de la competencia para ganar clientes por diferenciación de precios.
- Añadir combos con los cuales se disminuyan los precios al adquirir varios productos en conjunto.

#### **4.9.2. Plaza**

Al hablar de la plaza estamos refiriéndonos al lugar en donde se comercializará el producto que en este caso es en “Grill & Bar D`CHINOS” ubicado en la Av. Padre Jorge Chacón y Quis (Pelileo - Tungurahua). Este lugar se ha escogido por que allí existe aglomeración de personas por lo general jóvenes que deciden consumir alimentos de este tipo o bebidas tanto alcohólicas y no alcohólicas.

Las estrategias a utilizar son:

- Ubicarse en un sector estratégico
- Distribución a domicilio

#### **4.9.3. Promoción**

En la promoción se agrupan varios aspectos como:

- Publicidad
- Mostrarlo los productos con un atractivo hacia el público

En este caso se pueden implementar Estrategias de Introducción en las cuales se pueden realizar actividades como:

- Dar a conocer sobre precios o promociones en redes sociales
- Realizar planes de difusión incentivando a los clientes que compartan información sobre la empresa.
- Manejar publicidad que llame la atención de los clientes
- Realizar anuncios en los medios tradicionales
- Entregar volantes publicitarios

#### **4.10. Análisis FODA**

El análisis FODA es una estrategia que se utiliza para identificar aquellos factores internos y externos que influyen en la organización.

##### **Factores Internos**

Los factores internos son aquellos factores que influyen en las empresas y son originados dentro de la mismas.

##### **4.10.1. Fortalezas**

- Tener conocimiento sobre los principales proveedores
- Productos de calidad
- Servicio Personalizado
- Personal capacitado
- Inversión Adecuada

#### **4.10.2. Debilidades**

- Falta de control
- Local arrendado
- Espacio reducido

#### **Factores Externos**

Los factores externos son aquellos aspectos que afectan o ayudan a la empresa, pero son originados por acciones que no están en manos de la empresa sino del entorno.

#### **4.10.3. Oportunidades**

- Ubicación estratégica
- Demanda significativa
- Posibilidad de expansión

#### **4.10.4. Amenazas**

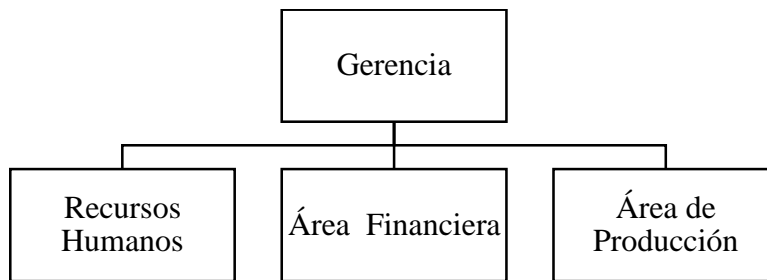
- Productos costos (Bebidas alcohólicas)
- Pago de impuestos

### **4.11. Estudio Administrativo – Legal**

#### **4.11.1. Estudio Administrativo**

##### **4.11.1.1. Organigrama Funcional**

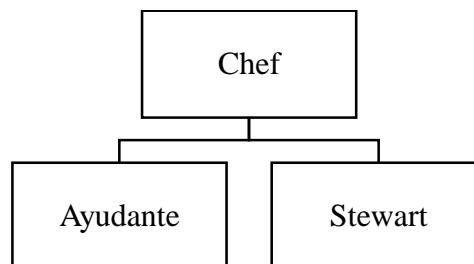
La empresa debe contar con los departamentos de:



Para la ejecución del presente proyecto solo se implementa el departamento de Gerencia ya que por empezar las actividades se espera progresar primera para con el transcurso de los años implementar los demás departamentos.

#### 4.11.1.2. *Organigrama Estructural*

En la presente implementación se puede identificar un posible organigrama estructural para "Grill & Bar D`CHINOS".



#### 4.11.2. *Manual de Funciones*

##### **Gerente**

- Asignar tareas
- Evaluar desempeño del personal
- Supervisar labores
- Seleccionar Personal
- Revisar manejo de ingresos y gastos

## **Chef**

- Planificar Menús
- Manejo de Presupuesto
- Capacitación al ayudante
- Producir los platillos

## **Ayudante**

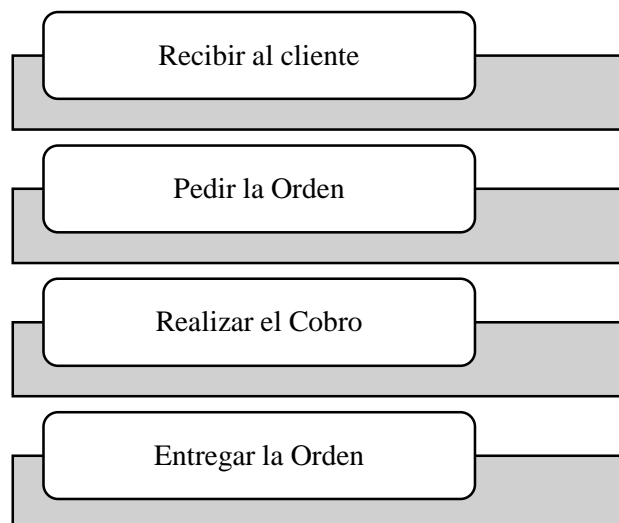
- Limpiar y Pelar los materiales de la ensalada
- Medir y mezclar ingredientes
- Mantener limpia la cocina
- Servir los platillos
- Desempacar y almacenar las existencias

## **Stewart**

- Limpieza
- Recoge pedidos
- Verifica existencias
- Pasar los platillos a los clientes

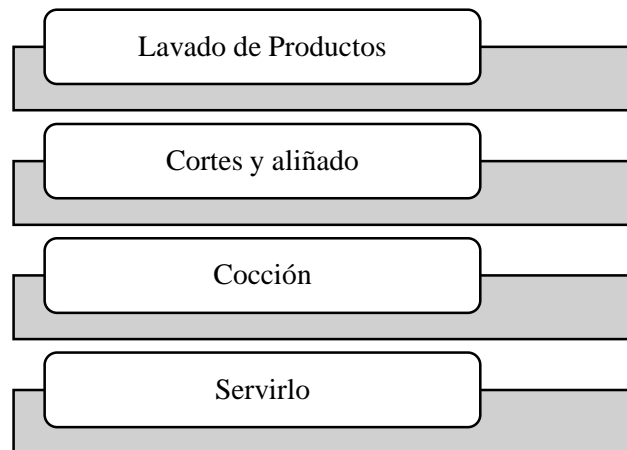
### **4.11.3. Manual de Procesos**

#### **Proceso de Atención al Cliente**

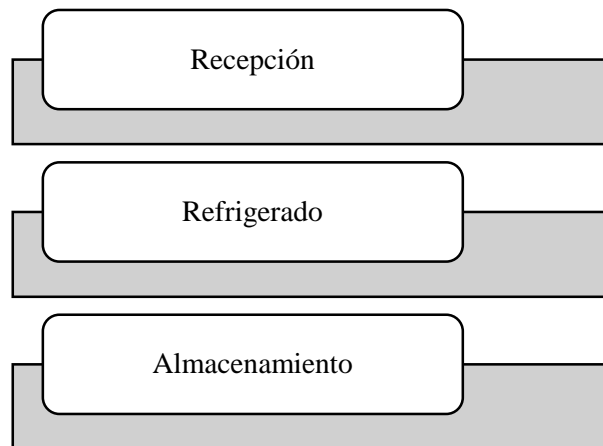




### Proceso de Cocina



### Proceso de tratamiento de Alimentos



#### *4.11.4. Estudio Legal*

Se puede encontrar que en el estudio legal para la creación de esta empresa se requiere varios aspectos legales como:

- Creación de RUC
- Permiso de Funcionamiento
- Permiso del Cuerpo de Bomberos

### **Creación de RUC**

Al iniciar toda actividad económica quien la emprende tiene la obligación de inscribirse en él y cumplir con las obligaciones tributarias dependiendo del tipo de empresa. En este caso la empresa se crea a nombre del señor Guato Javier.

### **Permiso de Funcionamiento**

El permiso de funcionamiento es aquel permiso otorgado por el gobierno municipal que en este caso se lo debe tramitar en el GAD municipal de Pelileo.

### **Permiso del Cuerpo de Bomberos**

Luego de entregar varios requisitos como Ruc, permiso de funcionamiento y demás el cuerpo de bombero revisa las instalaciones y otorga un permiso a la empresa en caso de que cumpla con todo lo requerido.

#### **4.12. Estudio Financiero**

En el estudio financiero se realiza una proyección de datos mismos que permiten visualizar una posible situación financiera que podría vivir la empresa en el caso de constituirse.

4.12.1. Inversión Inicial



DETALLE	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL	
<b>Muebles y Utensilios de Cocina</b>				
<b>EQUIPOS DE PRODUCCIÓN</b>	Sillas	\$ 10,00	100	\$ 1.000,00
	Mesas	\$ 36,00	25	\$ 900,00
	Mantelería	\$ 16,00	25	\$ 400,00
	Freidora	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
	Plancha	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00
	Congelador	\$ 1.800,00	1	\$ 1.800,00
	Ollas	\$ 200,00	5	\$ 1.000,00
	Utensilios de Cocina	\$ 25,00	20	\$ 500,00
	<b>Total</b>	<b>\$ 4.487,00</b>	<b>178</b>	<b>\$ 8.000,00</b>
<b>MOBILIARIO Y ENSERES</b>				
Escritorio	\$ 100,00	1	\$ 100,00	
<b>Total</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>1</b>	<b>\$ 100,00</b>	
<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>				
Computador	\$ 450,00	1	\$ 450,00	
<b>Total</b>	<b>\$ 450,00</b>	<b>1</b>	<b>\$ 450,00</b>	
<b>INVERSIÓN FIJA TOTAL</b>			<b>\$ 8.550,00</b>	

#### 4.12.2. Ingresos

<b>Unidades a Producir</b>			
Diario	50	6	días
Semanal	300	4	semanas
Mensual	1200	12	meses
Anual	14400		

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PRODUCTOS</b>	<b>P.V.P.</b>	<b>INGRESOS TOTALES</b>
1	14400	\$ 5,03	\$ 72.479,20
2	14400	\$ 5,03	\$ 72.479,20
3	14400	\$ 5,03	\$ 72.479,20
4	14400	\$ 5,03	\$ 72.479,20
5	14400	\$ 5,03	\$ 72.479,20

4.12.3. Gastos

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DETALLE	VALOR
Sueldos	\$ 7.056,62
Servicios Básicos	\$ 660,00
Arriendos	\$ 1.440,00
Depreciaciones	\$ 158,50
Útiles de Oficina	\$ 40,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.355,12</b>

**GASTOS SUELDOS**

N°	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			TOTAL, A RECIBIR
		SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL DESC.	
1	Gerente	\$ 450,00	\$ 0,00	\$ 450,00	\$ 0,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 407,48</b>

N°	APORT. PATRO 12,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL, PROVISIONES	COSTO M.O.
1	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 32,17	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 180,58	\$ 588,05
<b>TOTAL</b>							<b>\$ 588,05</b>

#### 4.12.4. Costos

Costo del Plato

<b>Materia Prima</b>	<b>Precio</b>	<b>Porciones</b>
1 Cuy	\$ 5,00	4
1Kg de Papas	\$ 0,50	2
1 Lechuga	\$ 1,00	10
1Kg Tomates	\$ 1,00	10
1 Kg Cebollas	\$ 1,00	10
Gaseosa	\$ 0,20	1

#### MATERIA PRIMA

	<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>REQUERIMIENTO UNITARIO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>UNIDADES A PRODUCIR</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papas con Cuy	Papas	1 Porción	\$ 0,25	14400	\$ 3.600,00
	Cuy	1 Porción	\$ 1,25	14400	\$ 18.000,00
	Ensalada	1 Porción	\$ 0,30	14400	\$ 4.320,00
	Bebida	1 Bebida	\$ 0,20	14400	\$ 2.880,00
	<b>Total</b>			<b>\$ 2,00</b>	

<b>SERVICIOS BÁSICOS (Mensual)</b>	
Mantenimiento	\$ 25,00
Arriendo	\$ 120,00
Luz	\$ 25,00
Teléfono	\$ 10,00
Agua	\$ 5,00
Gas	\$ 15,00
<b>Total</b>	<b>\$ 200,00</b>

**Mano de Obra**

	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			TOTAL A RECIBIR
		SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL DESC.	
1	Chef	\$ 400,00	\$ 0,00	\$ 400,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 364,56
2	Ayudante	\$ 386,00	\$ 0,00	\$ 386,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
3	Stewart	\$ 386,00	\$ 0,00	\$ 386,00	\$ 0,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 350,56

N°	APORT. PATRO 12,15%	Décimo tercer sueldo	XIV SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES	COSTO M.O
1	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 163,17	\$ 527,73
2	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 31,25	\$ 32,15	\$ 16,08	\$ 158,55	\$ 498,11
3	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 31,25	\$ 32,15	\$ 16,08	\$ 158,55	\$ 509,11
	<b>TOTAL</b>						<b>\$ 1.534,96</b>



**DEPRECIACIONES**

<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>	<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
Sillas	\$ 1.000,00	10	10%	\$ (100,00)
Mesas	\$ 900,00	10	10%	\$ (90,00)
Mantelería	\$ 400,00	10	10%	\$ (40,00)
Freidora	\$ 1.200,00	10	10%	\$ (120,00)
Plancha	\$ 1.200,00	10	10%	\$ (120,00)
Congelador	\$ 1.800,00	10	10%	\$ (180,00)
Ollas	\$ 1.000,00	10	10%	\$ (100,00)
Utensilios de Cocina	\$ 500,00	10	10%	\$ (50,00)
Escritorio	\$ 100,00	10	10%	\$ (10,00)
Computador	\$ 450,00	3	33%	\$ (148,50)
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 958,50</b>

**RESUMEN DE COSTOS**

<b>Materia Prima</b>		\$ 28.800,00
<b>Mano de Obra</b>		\$ 18.419,47
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		\$ 1.100,00
Depreciaciones	\$ 800,00	
Mantenimiento	\$ 300,00	
<b>TOTAL</b>		\$ 48.319,47
<b>UNIDADES A PRODUCIR</b>		14400
<b>COSTO UNITARIO</b>		\$ 3,36
	<b>Costo</b>	<b>Margen de Utilidad</b>
<b>PVP</b>	\$ 3,36	50%
<b>PVP</b>	\$ 5,03	

#### 4.12.5. Flujo de Efectivo



### FLUJO DE EFECTIVO

Grill & Bar D`CHINOS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SALDO INICIAL</b>		\$ (8.550,00)	\$ 14.804,61	\$ 14.603,99	\$ 14.362,36	\$ 14.119,72
VENTAS	\$ -	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 48.319,47	\$ 48.521,20	\$ 48.723,78	\$ 48.927,20	\$ 49.131,47
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 9.355,12	\$ 9.354,01	\$ 9.393,06	\$ 9.432,28	\$ 9.471,66
Sueldos		\$ 7.056,62	\$ 7.086,08	\$ 7.115,67	\$ 7.145,37	\$ 7.175,21
Servicios Básicos		\$ 660,00	\$ 662,76	\$ 665,52	\$ 668,30	\$ 671,09
Arriendos		\$ 1.440,00	\$ 1.446,01	\$ 1.452,05	\$ 1.458,11	\$ 1.464,20
Depreciaciones		\$ 158,50	\$ 159,16	\$ 159,83	\$ 160,49	\$ 161,16
<b>INVERSIONES</b>	\$ 8.550,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Inicial	\$ 8.550,00					
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	\$ (8.550,00)	\$ 14.804,61	\$ 14.603,99	\$ 14.362,36	\$ 14.119,72	\$ 13.876,07

4.12.6. Estados Financieros Proyectados



**ESTADO DE RESULTADOS**

Grill & Bar D`CHINOS

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20	\$ 72.479,20
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 48.319,47	\$ 48.521,20	\$ 48.723,78	\$ 48.927,20	\$ 49.131,47
Materia Prima	\$ 28.800,00	\$ 28.920,24	\$ 29.040,98	\$ 29.162,23	\$ 29.283,98
Mano de Obra	\$ 18.419,47	\$ 18.496,37	\$ 18.573,59	\$ 18.651,14	\$ 18.729,00
Costos Indirectos de producción	\$ 1.100,00	\$ 1.104,59	\$ 1.109,20	\$ 1.113,84	\$ 1.118,49
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 24.159,73</b>	<b>\$ 23.958,00</b>	<b>\$ 23.755,42</b>	<b>\$ 23.552,00</b>	<b>\$ 23.347,73</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 9.355,12</b>	<b>\$ 9.354,01</b>	<b>\$ 9.393,06</b>	<b>\$ 9.432,28</b>	<b>\$ 9.471,66</b>
Sueldos	\$ 7.056,62	\$ 7.086,08	\$ 7.115,67	\$ 7.145,37	\$ 7.175,21
Servicios Básicos	\$ 660,00	\$ 662,76	\$ 665,52	\$ 668,30	\$ 671,09
Arriendos	\$ 1.440,00	\$ 1.446,01	\$ 1.452,05	\$ 1.458,11	\$ 1.464,20
Depreciaciones	\$ 158,50	\$ 159,16	\$ 159,83	\$ 160,49	\$ 161,16
Útiles de Oficina	\$ 40,00	\$ 40,17	\$ 40,33	\$ 40,50	\$ 40,67
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 14.804,61</b>	<b>\$ 14.603,99</b>	<b>\$ 14.362,36</b>	<b>\$ 14.119,72</b>	<b>\$ 13.876,07</b>
15% TRABAJADORES	\$ 2.220,69	\$ 2.190,60	\$ 2.154,35	\$ 2.117,96	\$ 2.081,41

**UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS**

22% IMPUESTO A LA RENTA

**UTILIDAD DEL EJERCICIO**

\$ 12.583,92	\$ 12.413,39	\$ 12.208,01	\$ 12.001,76	\$ 11.794,66
\$ 2.768,46	\$ 2.730,95	\$ 2.685,76	\$ 2.640,39	\$ 2.594,83
\$ 9.815,46	\$ 9.682,44	\$ 9.522,24	\$ 9.361,38	\$ 9.199,84



### ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Grill & Bar D`CHINOS

#### ACTIVO

##### ACTIVO CORRIENTE

Efectivo y Equivalentes

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 14.804,61	\$ 14.603,99	\$ 14.362,36	\$ 14.119,72	\$ 13.876,07
\$ 14.804,61	\$ 14.603,99	\$ 14.362,36	\$ 14.119,72	\$ 13.876,07

##### ACTIVOS FIJOS

##### Muebles y Utensilios de Cocina

Sillas

(-) Depreciación Acumulada

Mesas

(-) Depreciación Acumulada

Mantelería

(-) Depreciación Acumulada

Freidora

\$ 7.591,50	\$ 7.623,19	\$ 7.655,02	\$ 7.686,98	\$ 7.719,07
\$ 7.290,00	\$ 7.320,44	\$ 7.351,00	\$ 7.381,69	\$ 7.412,51
\$ 1.000,00	\$ 1.004,18	\$ 1.008,37	\$ 1.012,58	\$ 1.016,80
\$ (100,00)	\$ (100,42)	\$ (100,84)	\$ (101,26)	\$ (101,68)
\$ 900,00	\$ 903,76	\$ 907,53	\$ 911,32	\$ 915,12
\$ (90,00)	\$ (90,38)	\$ (90,75)	\$ (91,13)	\$ (91,51)
\$ 400,00	\$ 401,67	\$ 403,35	\$ 405,03	\$ 406,72
\$ (40,00)	\$ (40,17)	\$ (40,33)	\$ (40,50)	\$ (40,67)
\$ 1.200,00	\$ 1.205,01	\$ 1.210,04	\$ 1.215,09	\$ 1.220,17

(-) Depreciación Acumulada	\$ (120,00)	\$ (120,50)	\$ (121,00)	\$ (121,51)	\$ (122,02)
Plancha	\$ 1.200,00	\$ 1.205,01	\$ 1.210,04	\$ 1.215,09	\$ 1.220,17
(-) Depreciación Acumulada	\$ (120,00)	\$ (120,50)	\$ (121,00)	\$ (121,51)	\$ (122,02)
Congelador	\$ 1.800,00	\$ 1.807,52	\$ 1.815,06	\$ 1.822,64	\$ 1.830,25
(-) Depreciación Acumulada	\$ (180,00)	\$ (180,75)	\$ (181,51)	\$ (182,26)	\$ (183,02)
Ollas	\$ 1.000,00	\$ 1.004,18	\$ 1.008,37	\$ 1.012,58	\$ 1.016,80
(-) Depreciación Acumulada	\$ (100,00)	\$ (100,42)	\$ (100,84)	\$ (101,26)	\$ (101,68)
Utensilios de Cocina	\$ 500,00	\$ 502,09	\$ 504,18	\$ 506,29	\$ 508,40
(-) Depreciación Acumulada	\$ (50,00)	\$ (50,21)	\$ (50,42)	\$ (50,63)	\$ (50,84)
Escritorio	\$ 100,00	\$ 100,42	\$ 100,84	\$ 101,26	\$ 101,68
(-) Depreciación Acumulada	\$ (10,00)	\$ (10,04)	\$ (10,08)	\$ (10,13)	\$ (10,17)
<b>Equipo de Computo</b>	<b>\$ 301,50</b>	<b>\$ 302,76</b>	<b>\$ 304,02</b>	<b>\$ 305,29</b>	<b>\$ 306,57</b>
Computador	\$ 450,00	\$ 451,88	\$ 453,77	\$ 455,66	\$ 457,56
(-) Depreciación Acumulada	\$ (148,50)	\$ (149,12)	\$ (149,74)	\$ (150,37)	\$ (151,00)
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 22.396,11</b>	<b>\$ 22.227,18</b>	<b>\$ 22.017,38</b>	<b>\$ 21.806,70</b>	<b>\$ 21.595,15</b>
<hr/>					
<b>PASIVO</b>					
15% TRABAJADORES	\$ 2.220,69	\$ 2.190,60	\$ 2.154,35	\$ 2.117,96	\$ 2.081,41
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 2.768,46	\$ 2.730,95	\$ 2.685,76	\$ 2.640,39	\$ 2.594,83
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 4.989,15</b>	<b>\$ 4.921,54</b>	<b>\$ 4.840,12</b>	<b>\$ 4.758,35</b>	<b>\$ 4.676,24</b>

**PATRIMONIO**

Capital	\$ 7.591,50	\$ 7.623,19	\$ 7.655,02	\$ 7.686,98	\$ 7.719,07
Resultados del Ejercicio	\$ 9.815,46	\$ 9.682,44	\$ 9.522,24	\$ 9.361,38	\$ 9.199,84

**TOTAL PATRIMONIO**

---

<b>\$ 17.406,96</b>	<b>\$ 17.305,64</b>	<b>\$ 17.177,27</b>	<b>\$ 17.048,36</b>	<b>\$ 16.918,91</b>
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO**

---

<b>\$ 22.396,11</b>	<b>\$ 22.227,18</b>	<b>\$ 22.017,38</b>	<b>\$ 21.806,70</b>	<b>\$ 21.595,15</b>
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

**4.12.7. Punto de Equilibrio**

<b>CONCEPTO</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES UNITARIOS</b>
Materia Prima		\$ 2,00
Mano de Obra		\$ 0,11
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1.100,00	
Sueldos	\$ 7.056,62	
Servicios Básicos	\$ 660,00	
Arriendos	\$ 1.440,00	
Depreciaciones	\$ 158,50	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.415,12</b>	<b>\$ 2,11</b>

<b>P.V.P.</b>	<b>\$ 5,03</b>
---------------	----------------

**C. FIJOS**

**P.V.P - C. VARIABLE UNITARIO**

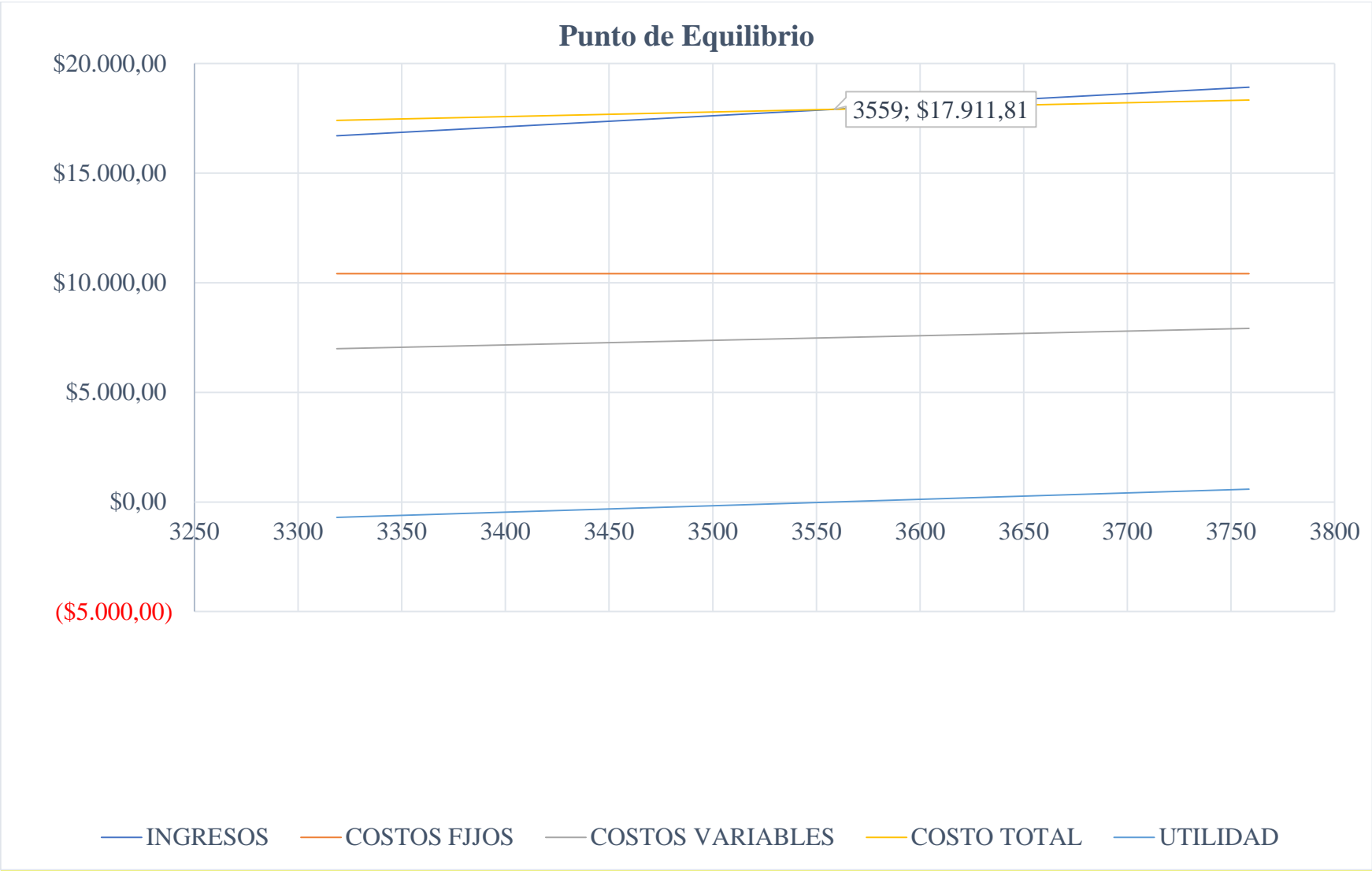
\$ 10.415,12

\$ 2,93

**3559**



<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>UTILIDAD</b>
<b>3319</b>	\$ 16.703,82	\$ 10.415,12	\$ 6.991,10	\$ 17.406,22	(\$ 702,40)
<b>3339</b>	\$ 16.804,49	\$ 10.415,12	\$ 7.033,24	\$ 17.448,36	(\$ 643,87)
<b>3359</b>	\$ 16.905,15	\$ 10.415,12	\$ 7.075,37	\$ 17.490,49	(\$ 585,34)
<b>3379</b>	\$ 17.005,82	\$ 10.415,12	\$ 7.117,50	\$ 17.532,62	(\$ 526,80)
<b>3399</b>	\$ 17.106,48	\$ 10.415,12	\$ 7.159,63	\$ 17.574,75	(\$ 468,27)
<b>3419</b>	\$ 17.207,15	\$ 10.415,12	\$ 7.201,76	\$ 17.616,88	(\$ 409,74)
<b>3439</b>	\$ 17.307,81	\$ 10.415,12	\$ 7.243,90	\$ 17.659,02	(\$ 351,20)
<b>3459</b>	\$ 17.408,48	\$ 10.415,12	\$ 7.286,03	\$ 17.701,15	(\$ 292,67)
<b>3479</b>	\$ 17.509,14	\$ 10.415,12	\$ 7.328,16	\$ 17.743,28	(\$ 234,13)
<b>3499</b>	\$ 17.609,81	\$ 10.415,12	\$ 7.370,29	\$ 17.785,41	(\$ 175,60)
<b>3519</b>	\$ 17.710,48	\$ 10.415,12	\$ 7.412,42	\$ 17.827,54	(\$ 117,07)
<b>3539</b>	\$ 17.811,14	\$ 10.415,12	\$ 7.454,55	\$ 17.869,67	(\$ 58,53)
<b>3559</b>	<b>\$ 17.911,81</b>	<b>\$ 10.415,12</b>	<b>\$ 7.496,69</b>	<b>\$ 17.911,81</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>3579</b>	\$ 18.012,47	\$ 10.415,12	\$ 7.538,82	\$ 17.953,94	\$ 58,53
<b>3599</b>	\$ 18.113,14	\$ 10.415,12	\$ 7.580,95	\$ 17.996,07	\$ 117,07
<b>3619</b>	\$ 18.213,80	\$ 10.415,12	\$ 7.623,08	\$ 18.038,20	\$ 175,60
<b>3639</b>	\$ 18.314,47	\$ 10.415,12	\$ 7.665,21	\$ 18.080,33	\$ 234,13
<b>3659</b>	\$ 18.415,13	\$ 10.415,12	\$ 7.707,35	\$ 18.122,47	\$ 292,67
<b>3679</b>	\$ 18.515,80	\$ 10.415,12	\$ 7.749,48	\$ 18.164,60	\$ 351,20
<b>3699</b>	\$ 18.616,47	\$ 10.415,12	\$ 7.791,61	\$ 18.206,73	\$ 409,74
<b>3719</b>	\$ 18.717,13	\$ 10.415,12	\$ 7.833,74	\$ 18.248,86	\$ 468,27
<b>3739</b>	\$ 18.817,80	\$ 10.415,12	\$ 7.875,87	\$ 18.290,99	\$ 526,80



El punto de equilibrio en la presente investigación nos muestra que se deben producir 3559 platillos para no tener ningún tipo de pérdida con un precio de venta al público de \$5,03

**4.12.8. Van – Tir – Costo Beneficio**

<b>PERÍODO</b>	<b>VALOR</b>
Año 0	\$ (8.550,00)
Año 1	\$ 14.804,61
Año 2	\$ 14.603,99
Año 3	\$ 14.362,36
Año 4	\$ 14.119,72
Año 5	\$ 13.876,07

**VAN:** \$ 50.197,58

**TIR:** 171%

**RELACION COSTO**

**BENEFICIO**

**4,05**

\$ 17.905,12

Por medio del análisis realizado por medio del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno TIR se considera que el presente proyecto si es rentable ya que sus valores son mayores que cero.

## CONCLUSIONES

- Una vez finalizado el estudio y después de realizar los análisis correspondientes se evidencia la factibilidad del proyecto, razón por lo cual es apto para realizar la inversión y proceder con su ejecución.
- El estudio de mercado demuestra que la probabilidad de agradar clientes tiene un alto nivel por ofertar alimentos típicos y atractivos. Además de contar con un lugar estratégico que permite atraer a todo tipo de personas ya sean pobladores, aledaños o turistas.
- El estudio financiero determino que es factible la implementación de un establecimiento de Grill & Bar en el cantón Pelileo ya podemos encontrar que este negocio si permite obtener rendimiento financiero disminuyendo de esta manera la probabilidad de riesgo.
- Se concluye que el proyecto genera un impacto positivo, principalmente en los aspectos sociales y económicos, mientras que en el aspecto ambiental se cumplirán con todas las normas de cuidado ambiental y manejo de desechos para disminuir los impactos generados

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el Bar & Grill las estrategias propuestas en el Estudio de Mercado sean aplicadas, así como también se recomienda realizar una actualización de la encuesta en un período de 12 meses, con la finalidad de generar nuevas estrategias que permitan el correcto desenvolvimiento de la organización.
- Efectuar las técnicas publicitarias que permitirían atraer personas de todo tipo sin importar edad, género.
- El Estudio Técnico recomienda construir las instalaciones en el sector señalado, cumplir con los procesos definidos y realizar las inversiones especificadas con la finalidad de ejecutar de manera adecuada el proyecto, y toda la normativa legal vigente.
- Aplicar medidas de control en el manejo de recursos financieros disminuyendo o eliminando la probabilidad riesgo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, C.** (2017). *Montar un bar. Tipos de bares, equipamiento y bebidas.* Obtenido de <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/7/montar-bar-tipos-bares-equipamiento-bebidas-27937-completo.pdf>
- Amling.** (2010). *Generalidades de la Inversión.* Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lcp/chavez\\_1\\_dd/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/chavez_1_dd/capitulo1.pdf)
- Aranceta, C.** (2001). *Alimentación.* Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/gonzalez\\_r\\_m/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/gonzalez_r_m/capitulo2.pdf)
- Arevalillo, J.** (2000). *LA LOCALIZACIÓN: CONCEPTO, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y REQUISITOS DEL NUEVO TRADUCTOR DE INFORMÁTICA.* Obtenido de [http://bscw.rediris.es/pub/nj\\_bscw.cgi/d120230/Conferencia%20localizaci%C3%B3n%20\(Juanjo,%20Hermes\).pdf](http://bscw.rediris.es/pub/nj_bscw.cgi/d120230/Conferencia%20localizaci%C3%B3n%20(Juanjo,%20Hermes).pdf)
- Arias.** (2006). *Marco Metodológico.*
- Arias, F.** (2012). *Investigación de campo o diseños de campo.*
- Balanzino, M.** (2016). *LISTA DE LOS 50 MEJORES BARES DEL MUNDO 2016 .* <https://thegourmetjournal.com/noticias/50-mejores-bares-del-mundo-2016/>.
- Barows.** (2010). *Restaurantes.* Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/dominguez\\_b\\_a/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/dominguez_b_a/capitulo2.pdf)
- Basurto, B. I., & Buste, M. D.** (2015). *Estudio De Factibilidad Para Un Parque Acuático En. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí.*
- Binass.** (2011). *El Presupuesto.* Obtenido de <http://www.binass.sa.cr/revistas/hcr/n161978/art11.pdf>
- Canaan, R.** (s.f.). *lifeder.* Obtenido de <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Castillo Nechar, M., & Panosso Netto, A.** (2010). *Epistemología del Turismo* (Primera ed.). Mexico: Trillas.

- Croce, E.** (1986). *Materia Prima*. Obtenido de [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.1311/pr.1311.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.1311/pr.1311.pdf)
- Debitoor.** (s.f). *Glosario de Contabilidad*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>
- DeChile.net. (2010). Etimología de Grill.
- Duque, E.** (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición\**. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
- Econopilar.** (2013). *Clases de Empresas*. Obtenido de <http://econopilar.com/wp-content/uploads/2013/03/Tema-02-Clases-de-empresas.pdf>
- EcuRed.** (2018). Bar. *Libro Dependiente Gastronómico*.
- Encuesta Anual de Servicios: Hoteles, Restaurantes, Agencia de viajes . (2005). Dane.
- Faedis.** (2017). *Costos Indirectos de Fabricación*. Obtenido de [http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion\\_empresas/contabilidad\\_de\\_costos/unidad\\_4/DM.pdf](http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/contabilidad_de_costos/unidad_4/DM.pdf)
- Fernández, & Díaz.** (2002). *Investigación cuantitativa*.
- Guato, J.** (2014). “*RUTAS TURÍSTICAS DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA*”.
- Guzmán, I.** (2011). *Conceptos de Administración*. Obtenido de [https://www.academia.edu/22719494/Conceptos\\_de\\_Administraci%C3%B3n\\_varios\\_autores](https://www.academia.edu/22719494/Conceptos_de_Administraci%C3%B3n_varios_autores)
- Guzmán, L.** (2014). *Mano de Obra*. Obtenido de <file:///C:/Users/BEBELIZ/Downloads/MANO%20DE%20OBRA%202014.pdf>
- Hernández, Fernández, & Baptista.** (2010). *Enfoque cualitativo*.
- Herrera, V., & Lazo, J.** (2014). *Estudio de Factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de Jeans "Fashion Jeans", en la ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca.
- INEC. (2010).

- INEC. (2010). *Ficha de Cifras Generales*. Obtenido de [http://pelileo.gob.ec/html/images/indicadores\\_censo2010.pdf](http://pelileo.gob.ec/html/images/indicadores_censo2010.pdf)
- Jerome, C.** (2012). *La Comercialización*. Obtenido de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7402/4/368.3-O77d-CAPITULO%20II.pdf>
- Jurado, G.** (2014). *CALIDAD DE LA GESTIÓN EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS OPERACIONES INTERNAS EN RESTAURANTES DE LUJO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE QUITO*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8010/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20JURADO.pdf?sequence=1>
- Kloter.** (2010). *El Producto*. Obtenido de [http://santamaria.webs.uvigo.es/DPSC\\_Producto](http://santamaria.webs.uvigo.es/DPSC_Producto)
- López, F.** (2014). *IDENTIDAD CULTURAL GASTRONÓMICA PATRIMONIAL CHILENA ¿ES VIABLE GENERAR UN MODELO DE NEGOCIO DE RESTAURANT EN BASE A ÉSTA?*. Chile .
- López, P.** (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(8), 69-74. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Martínez, E.** (2008). *Distribución Plaza*. Obtenido de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/educo/28/DistribucionPlaza.pdf>
- Meigs.** (2000). *Activos Fijos*. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/12789/capitulo3.pdf>
- Mejia, C.** (07 de 2013). *Concepto de la capacidad instalada*. Obtenido de [http://www.planning.com.co/bd/valor\\_agregado/Julio2013.pdf](http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf)
- Microeconomía. (2012). *Mercado, demanda y oferta*. Obtenido de <https://principioseinstrumentos.wordpress.com/2012/09/16/mercado-demanda-y-oferta/>
- Mintur.** (2016). *Ministerio de Turismo* .
- Miranda Miranda, J. J.** (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MMEditores. Obtenido de *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*.



- Mugliza, C.** (2009). *ESTUDIO DE MERCADO*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1163/1/T-ESPE-026684.pdf>
- Palella, S., & Martins, F.** (2010). *Investigación documental*.
- Pérez Porto, J., & Merino, M.** (2008). *Método Inductivo*.
- Ramirez, C.** (2009). *Economía, Etimológico Conceptual y Procedimental*.
- Ramírez, D., Susel, A., & Domínguez, Y.** (2009). Etapas de análisis de Factibilidad. *Contribuciones a la economía*.
- Ramos, E.** (01 de 07 de 2008). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Ramos, T.** (2014). *"Administración Moderna"*. México: Ediciones Limusa.
- Rizzo, M.** (2007). Capital de Trabajo Neto. *EAN*, 103- 122.
- Rojas.** (1996). *Técnicas e instrumentos de investigación*.
- Rojas, J.** (2004). *Estudio de factibilidad para la creación de establecimientos prestadores de servicios de telefonía e Internet en Bogotá, en los barrios Centenario, Santa Isabel y Álamos Norte*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Ruiz, L.** (2013). *El negocio de la gastronomía viene aumentando su buen sabor*. <https://www.larepublica.co/ocio/el-negocio-de-la-gastronomia-viene-aumentando-su-buen-sabor-2030051>.
- Ruíz, R.** (s.f.). *Historia y evolución del pensamiento científico*.
- Salamanca.** (2013). *Bares, Cafeterías y Restaurantes*. Obtenido de [http://empresasyemprendedores.aytosalamanca.es/es/downloads/Baresx\\_cafeterxas\\_para\\_subir\\_a\\_la\\_red.pdf](http://empresasyemprendedores.aytosalamanca.es/es/downloads/Baresx_cafeterxas_para_subir_a_la_red.pdf)
- Santos, T.** (2008). *Estudio de Factibilidad de un proyecto de inversión*. Cuba: Eumed.
- Smith Douglas, A.** (2005). *La Riqueza de las Naciones*. New York: Palgrave Macmillan.
- Taipe, V.** (2011). *Fundamentos Teóricos del Talento Humano*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1264/1/T-UTC-1307.pdf>
- Taylor, & Bogdan.** (1987). *Investigación de campo*.

- Tenorio, S.** (2013). *Estudio de Factibilidad para la creación del Bar-Restaurant Deportivo "Peloteros", ubicado en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.* Ambato: Universidad Regional Autónoma de los Andes.
- Thompson, J.** (2009). *Estudio de prefactibilidad.*
- Tirado, D.** (2013). *CONCEPTOS ECONÓMICOS BÁSICOS.* Obtenido de <http://www.uib.cat/depart/deaweb/webpersonal/dolorestirado/archivos/concp-3.pdf>
- Tomatore, A.** (2012). *DECISIONES SOBRE EL PRECIO.* Obtenido de <http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Gestion%20de%20mercadeo%20agropecuario/Precio.pdf>
- Torres, L.** (2012). *Estudio de Factibilidad para la creacion de una cooperativa de Ahorro y Crédito Ltda. provincia de Sucumbios cantón Lago Agrio Nueva Loja.* Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Uria , R.** (2009). *La empresa y su Organización.* Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>
- Vaca.** (2010). *Estudio Técnico.* Obtenido de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)
- Valencia, W.** (2011). *La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública.* Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- Vasquez, A.** (15 de 04 de 2008). Obtenido de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>
- Vega, J.** (2006). *Los Cafés cantantes de Madrid.* Madrid .
- Vega, J.** (2006). *Los Estudios De Viabilidad Para Negocios.*
- www.20minutos.es.** (2017). *Los 50 mejores restaurantes de Latinoamérica en 2017 .* [https://www.20minutos.es/noticia/3169384/0/mejores-restaurantes-latinoamerica-2017/.](https://www.20minutos.es/noticia/3169384/0/mejores-restaurantes-latinoamerica-2017/)
- www.definicionabc.com.** (2007). *Definicion de Turismo.* Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/turismo.php>
- www.ecured.com.** (2018). *Canton Pelileo.* Obtenido de [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n\\_Pelileo\\_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Pelileo_(Ecuador))

www.eltelegrafo.com. (<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/no-solo-el-azul-del-jean-define-a-pelileo> de Enero de 2018). *No solo el azul del 'jean' define a Pelileo.*

www.trabajo.com. (2018). *Factibilidad técnica económica y financiera.* Obtenido de [http://www.trabajo.com.mx/factibilidad\\_tecnica\\_economica\\_y\\_financiera.htm](http://www.trabajo.com.mx/factibilidad_tecnica_economica_y_financiera.htm)

www.turismopelileo.com. (2018). *Pelileo Azul.* Obtenido de <http://www.turismopelileo.com/que-hacer/aventura-y-naturaleza/>

**Zaragoza.** (2010). *Restaurantes.* Obtenido de <https://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Restaurante.pdf>