



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

**TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN DE PROYECTOS**

**Estudio de factibilidad para la implementación de un patio de comidas  
construido con contenedores en la ciudad de Azogues, año 2018.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**AUTOR:** Flores Flores, Pedro Andrés, Ing. Com.  
**DIRECTOR:** Hurtado Regalado, Beatriz Josefina, Mgtr.

**CENTRO UNIVERSITARIO CUENCA**

2018



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

*Septiembre, 2018*

## APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Beatriz Josefina Hurtado Regalado

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado: Estudio de factibilidad para la implementación de un patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues, año 2018, realizado por Pedro Andrés Flores Flores, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, marzo de 2018

f) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Pedro Andrés Flores Flores, declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para la implementación de un patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues, año 2018, de la Titulación Magister en Gestión de Proyectos, siendo la Mgtr. Beatriz Josefina Hurtado Reglado directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f. ....

Autor: Pedro Andrés Flores Flores

Cédula: 0302479951

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres y hermanos, por toda la confianza y apoyo que me han dado a lo largo de mis estudios.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis profesores a lo largo del desarrollo de la maestría, de manera especial a mi directora del trabajo de titulación Mgtr. Beatriz Hurtado por su asesoría, apoyo y valiosos aportes que permitieron desarrollar este trabajo de la mejor manera.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	I
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XI
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	XII
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO N° 1 ANTECEDENTES, CONTEXTO Y ALCANCE.....	5
1.1. ANTECEDENTES.....	6
1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	6
1.3. NOMBRE DEL PROYECTO.....	7
1.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	7
1.4.1. <i>Objetivo General</i> .....	7
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	7
1.5. MISIÓN.....	7
1.6. VISIÓN.....	7
1.7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PROYECTO.....	8
1.8. ANÁLISIS MACROECONÓMICO.....	8
1.8.1. <i>Análisis político</i> .....	8
1.8.2. <i>Análisis económico</i> .....	9
1.8.3. <i>Análisis social</i> .....	11
1.8.4. <i>Análisis tecnológico</i> .....	13
1.9. ANÁLISIS DE LA CIUDAD DE AZOGUES Y SUS PUNTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD.....	15
1.9.1. <i>Descripción de la ciudad</i> .....	15
1.9.2. <i>Movilidad</i> .....	16
1.9.3. <i>Población y crecimiento</i> .....	17
1.9.4. <i>Flujo de personas</i> .....	17
1.9.5. <i>Recursos Turísticos</i> .....	18
1.9.5.1. <i>Santuario Franciscano</i> .....	18
1.9.5.2. <i>Catedral</i> .....	19
1.9.5.3. <i>Complejo Arqueológico de Cojitambo</i> .....	20
1.9.5.4. <i>Cerro Abuga</i> .....	21
1.9.6. <i>Fuentes de ingreso de la ciudad</i> .....	22
CAPITULO N° 2 ESTUDIO DE MERCADO.....	23
2.1. METODOLOGÍA.....	24
2.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
2.2.1. <i>Resultados de la encuesta a propietarios de locales comerciales</i> .....	28
2.2.1.1. <i>Tipo de comida principal ofrecido por el local</i> .....	28
2.2.1.2. <i>Rango de precios de la comida ofrecida por el local</i> .....	28
2.2.1.3. <i>Disposición a tener una sucursal en un nuevo patio de comidas construido con contenedores</i> .....	28

2.2.1.4.	Ubicación predilecta para el patio de comidas .....	29
2.2.1.5.	Disposición a pagar el arriendo mensual por un local en el patio de comidas .....	30
2.2.1.6.	Importancia de servicios complementarios en un lugar de degustación de alimentos 30	
2.2.1.7.	Medios publicitarios predilectos de propietarios de locales de comida .....	31
2.2.2.	<i>Resultados de la encuesta a población urbana de la ciudad de Azogues</i> .....	32
2.2.2.1.	Tipo de comida favorita de la población urbana .....	32
2.2.2.2.	Lugar de comida habitual de la población urbana .....	32
2.2.2.3.	Veces por semana de comer fuera de su hogar .....	33
2.2.2.4.	Gasto promedio de una comida fuera del hogar .....	33
2.2.2.5.	Disposición a visitar un nuevo patio de comidas construido con contenedores .....	34
2.2.2.6.	Ubicación predilecta por la población urbana para establecer el patio de comidas ...	35
2.2.2.7.	Calificación de la importancia de servicios complementarios en un lugar de degustación de alimentos por la población urbana .....	35
2.2.2.8.	Medios publicitarios favoritos de la población urbana .....	36
2.3.	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	37
2.4.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	37
<b>CAPÍTULO N° 3 ESTUDIO TÉCNICO .....</b>		<b>39</b>
3.1.	LOCALIZACIÓN .....	40
3.1.1.	<i>Avenida 24 de mayo</i> .....	40
3.1.2.	<i>La Playa</i> .....	40
3.1.3.	<i>Parque del Migrante</i> .....	40
3.2.	MATRIZ DE PONDERACIÓN .....	41
3.3.	TAMAÑO .....	43
3.4.	INGENIERÍA.....	44
3.5.	POLÍTICAS GENERALES DE FUNCIONAMIENTO.....	47
3.6.	NORMAS A CUMPLIR POR LOS LOCALES.....	48
3.7.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	48
3.8.	POLÍTICAS DE CALIDAD .....	49
3.8.1.	<i>Normativa interna</i> .....	49
3.8.2.	<i>Higiene del personal</i> .....	50
3.8.3.	<i>Infraestructura</i> .....	50
3.8.4.	<i>Servicio al cliente</i> .....	50
3.9.	PLAN DE CAPACITACIÓN.....	50
3.10.	EVALUACIÓN AMBIENTAL .....	51
<b>CAPÍTULO N° 4 ESTUDIO LEGAL.....</b>		<b>52</b>
4.1.	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA .....	53
4.2.	PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO .....	54
4.2.1.	<i>Registro Único de Contribuyente</i> .....	54
4.2.2.	<i>Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos</i> .....	54
4.2.3.	<i>Permiso de uso de suelo</i> .....	55
4.2.4.	<i>Permiso anual de funcionamiento</i> .....	55
4.2.5.	<i>Categorización del Ministerio de Turismo</i> .....	56
4.2.6.	<i>Registro sanitario</i> .....	57
<b>CAPÍTULO N° 5 ESTUDIO FINANCIERO .....</b>		<b>58</b>
5.1.	ESTRUCTURA FINANCIERA .....	59
5.1.1.	<i>Activos</i> .....	59
5.1.1.1.	Depreciación y amortización .....	60
5.1.2.	<i>Financiamiento</i> .....	60
5.1.2.1.	Cálculo de la tasa de descuento .....	61
5.1.3.	<i>Ingresos</i> .....	62
5.1.4.	<i>Costos</i> .....	63
5.1.4.1.	Costos operativos.....	63
5.1.4.2.	Costos administrativos .....	64
5.2.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	65



5.2.1.	<i>Estados financieros proyectados</i> .....	65
5.2.2.	<i>Indicadores de evaluación</i> .....	68
5.2.3.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	68
5.2.4.	<i>Análisis de escenarios</i> .....	70
5.2.5.	<i>Análisis beneficio costo</i> .....	71
5.2.6.	<i>Sostenibilidad</i> .....	72
CONCLUSIONES .....		73
RECOMENDACIONES.....		75
BIBLIOGRAFÍA.....		76
ANEXOS .....		79
ANEXO N° 1 .....		80
ANEXO N° 2 .....		84
ANEXO N° 3 .....		90

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DEL CAÑAR.....	24
TABLA N° 2: POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE AZOGUES URBANA Y RURAL POR GRUPOS DE EDADES .....	26
TABLA N° 3: MUESTRA POR GRUPOS DE EDADES DE LA POBLACIÓN URBANA DE LA CIUDAD DE AZOGUES .....	27
TABLA N° 4: TIPO DE COMIDA PRINCIPAL OFRECIDO POR EL LOCAL .....	28
TABLA N° 5: RANGO DE PRECIOS DE LA COMIDA OFRECIDA POR EL LOCAL.....	28
TABLA N° 6: UBICACIÓN PREDILECTA PARA EL PATIO DE COMIDAS.....	29
TABLA N° 7: TIPO DE COMIDA FAVORITA DE LA POBLACIÓN URBANA.....	32
TABLA N° 8: VECES POR SEMANA DE COMER FUERA DE SU HOGAR.....	33
TABLA N° 9: GASTO PROMEDIO EN UNA COMIDA FUERA DEL HOGAR .....	34
TABLA N° 10: UBICACIÓN PREDILECTA POR LA POBLACIÓN URBANA PARA ESTABLECER EL PATIO DE COMIDAS.....	35
TABLA N° 11: PONDERACIÓN UBICACIÓN PREDILECTA PARA EL PATIO DE COMIDAS DE LOS PROPIETARIOS DE LOCALES COMERCIALES.....	41
TABLA N° 12: PONDERACIÓN UBICACIÓN PREDILECTA PARA EL PATIO DE COMIDAS DE LA POBLACIÓN URBANA .....	41
TABLA N° 13: MATRIZ DE PONDERACIÓN DE CRITERIOS PARA DETERMINAR LOCACIÓN IDEAL PARA EL PROYECTO.....	42
TABLA N° 14: PRESUPUESTO OBRAS TÉCNICAS DEL PATIO DE COMIDAS .....	45
TABLA N° 15: PLAN TENTATIVO DE CAPACITACIÓN PARA EL PRIMER AÑO .....	51
TABLA N° 16: INVERSIÓN EN ACTIVOS PATIO DE COMIDAS .....	59
TABLA N° 17: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS .....	60
TABLA N° 18: AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS .....	60
TABLA N° 19: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	61
TABLA N° 20: CÁLCULO PORCENTAJE DE AHORRO FISCAL.....	61
TABLA N° 21: COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.....	62
TABLA N° 22: INGRESOS CONSTANTES DEL PROYECTO .....	63
TABLA N° 23: COSTOS OPERATIVOS DEL PROYECTO.....	64
TABLA N° 24: COSTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO.....	65
TABLA N° 25: FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO .....	66
TABLA N° 26: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	67
TABLA N° 27: BALANCE GENERAL PROYECTADO .....	67
TABLA N° 28: FLUJOS DE EFECTIVO PARA EVALUACIÓN .....	68
TABLA N° 29: INDICADORES DE EVALUACIÓN .....	68
TABLA N° 30: INGRESOS MENSUALES DEL PROYECTO .....	69
TABLA N° 31: COSTOS VARIABLES DEL PROYECTO .....	69
TABLA N° 32: COSTOS FIJOS DEL PROYECTO .....	69

TABLA N° 33: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	70
TABLA N° 34: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	71

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: INVERSIÓN PÚBLICA 2000-2016 .....	9
GRÁFICO N° 2: PIB 2007-2016 .....	10
GRÁFICO N° 3: INFLACIÓN ANUAL ACUMULADA 2016 VS 2017 .....	10
GRÁFICO N° 4: PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO POBLACIONAL 2010-2020.....	11
GRÁFICO N° 5: DESOCUPACIÓN TOTAL 2007-2017 .....	12
GRÁFICO N° 6: INGRESOS NO PETROLEROS 2016-2017 .....	12
GRÁFICO N° 7: DISTRIBUCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS CON FINES TURÍSTICOS .....	13
GRÁFICO N° 8: ACCESO A INTERNET SEGÚN ÁREA .....	14
GRÁFICO N° 9: PORCENTAJE DE POBLACIÓN CON CELULAR Y REDES SOCIALES.....	14
GRÁFICO N° 10: POBLACIÓN OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDAD.....	17
GRÁFICO N° 11: INGRESOS ANUALES POR SECTOR ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE AZOGUES.....	22
GRÁFICO N° 12: DISPOSICIÓN A TENER UNA SUCURSAL EN UN NUEVO PATIO DE COMIDAS CONSTRUIDO CON CONTENEDORES .....	29
GRÁFICO N° 13: DISPOSICIÓN A PAGAR EL ARRIENDO MENSUAL POR UN LOCAL EN EL PATIO DE COMIDAS.....	30
GRÁFICO N° 14: IMPORTANCIA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS EN UN LUGAR DE DEGUSTACIÓN DE ALIMENTOS .....	31
GRÁFICO N° 15: MEDIOS PUBLICITARIOS PREDILECTOS DE PROPIETARIOS DE LOCALES DE COMIDA.....	31
GRÁFICO N° 16: LUGAR DE COMIDA HABITUAL DE LA POBLACIÓN URBANA.....	32
GRÁFICO N° 17: DISPOSICIÓN A VISITAR UN NUEVO PATIO DE COMIDAS CONSTRUIDO CON CONTENEDORES.....	35
GRÁFICO N° 18: CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA IMPORTANCIA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS EN UN LUGAR DE DEGUSTACIÓN DE ALIMENTOS POR LA POBLACIÓN URBANA.....	36
GRÁFICO N° 19: MEDIOS PUBLICITARIOS PREDILECTOS DE LA POBLACIÓN URBANA .....	36
GRÁFICO N° 20: LAYOUT .....	43
GRÁFICO N° 21: DISEÑO DE LOCAL DE COMIDAS .....	46
GRÁFICO N° 22: DISTRIBUCIÓN INTERNA DE ESPACIOS DE UN LOCAL.....	47
GRÁFICO N° 23: ORGANIGRAMA.....	49
GRÁFICO N° 24: PUNTO DE EQUILIBRIO GRÁFICO .....	70
GRÁFICO N° 25: RELACIÓN BENEFICIO COSTO .....	71

## ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1: CONTANIERS PARKS EN CUMBAYÁ Y CUENCA .....	6
IMAGEN N° 2: DIVISIÓN POLÍTICA DEL CANTÓN AZOGUES .....	16
IMAGEN N° 3: SANTUARIO FRANCISCANO.....	19
IMAGEN N° 4: LA CATEDRAL.....	20
IMAGEN N° 5: COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE COJITAMBO .....	21
IMAGEN N° 6: CERRO ABUGA.....	22

## RESUMEN

El presente trabajo desarrolla un estudio de factibilidad para implementar un patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues, siendo el mencionado tipo de infraestructura la característica distintiva del proyecto. El proyecto pretende aportar a la ciudad un lugar de servicios de comida que cuenta con parqueaderos y pantallas gigantes para la transmisión de partidos de futbol y eventos. Espacios como el planteado en la actualidad no existen en la ciudad de Azogues. En la investigación, se analiza el entorno en el cual se encuentra el proyecto considerando el mismo como favorable por el crecimiento y flujo de personas de la ciudad, se mide la aceptación por parte de locales de comida en formar parte del patio (23,80%), el interés de la población en la creación del proyecto (66,40%) siendo los resultados obtenidos avales para llevar a cabo el proyecto. La inversión requerida para montar el patio de comidas es de 77.200,00 dólares y la misma genera según las proyecciones realizadas una tasa interna de retorno de 29,33% y un valor actual neto de 24.598,40 dólares.

**Palabras claves:** patio de comidas, contenedores, Azogues, estudio de factibilidad

## **ABSTRACT**

The present work develops a feasibility study for implement a food court in the city of Azogues, the type of infrastructure implemented is the distinctive characteristic of the project. The project aims to give a service food place for the city with parking, giant televisions for the transmission of football games and events. Today not exists in the city places of this type. In this investigation, the environment of the project was analyzed and considered favorable for the growth and the flow of persons of the city, the acceptance by local food stores to conform the food court was measured (23.80%) and the interest of the population in the creation of the project (66.40%). The results obtained are guarantees to carry out the project. The capital investment of 77.200,00 dollars determined accord to the projections an internal rate of return of 29,33% and a net present value of 24.598,40 dollars.

**Key words:** food court, containers, Azogues, feasibility study

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo desarrolla un estudio de factibilidad para implementar un patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues en 2018. La característica distintiva del proyecto es la infraestructura con la cual el patio es construido: contenedores metálicos. Proyectos de este tipo actualmente se han implementado a nivel nacional únicamente en 2 puntos: Cumbayá y Cuenca. El patio de comidas dispone de parqueadero, mesas para degustar en un espacio techado con aberturas laterales, un escenario, pantallas gigantes para transmisión de partidos de futbol y eventos. El patio pretende ser un punto de encuentro informal y diferente.

En el desarrollo del presente trabajo, en el primer capítulo: antecedentes, contexto y alcance se describen los lineamientos del proyecto, así como también la realidad macroeconómica en la cual se encuentra. En el segundo capítulo: estudio de mercado se dimensiona la aceptación requerida por el proyecto tanto en establecimientos de comida que deseen ser parte del patio y en la población urbana de Azogues, identificada como población objetivo para el proyecto. Por su parte en el tercer capítulo: estudio técnico se detallan las inversiones necesarias a realizar para construir la infraestructura física, se describe las normas y políticas de funcionamiento que rigen para el modelo de negocios. En el cuarto capítulo: estudio legal se describen los permisos requeridos para el funcionamiento del proyecto. En el quinto capítulo: estudio financiero se realiza el análisis de inversiones, ingresos y costos que determinan la viabilidad de la propuesta en esta dimensión.

El estudio aporta una base sólida y las directrices necesarias para que inversionistas interesados en llevar a cabo el proyecto puedan ejecutarlo en la forma que está planteado. El desarrollo del proyecto representa a los inversionistas una rentabilidad atractiva y fomenta el desarrollo económico de la ciudad de Azogues. La factibilidad de la iniciativa ha sido comprobada en las dimensiones de mercado, técnica y financiera, la información recopilada en cada fase del estudio respalda la viabilidad de la propuesta.

Para el desarrollo del presente trabajo y el respectivo cumplimiento de los objetivos planteados se realiza una investigación primaria y secundaria. Las fuentes primarias se utilizaron para los elementos de mayor relevancia del estudio aceptación de los locales de comida en formar parte del patio, interés de la población objetivo e inversiones requeridas para desarrollar la infraestructura. Las fuentes secundarias fueron utilizadas como soporte para dimensionar el mercado, como referencia para determinar costos y para definir las políticas de funcionamiento que rigen para el patio de comidas. Se destaca en el desarrollo de los estudios la colaboración



de la población encuestada que facilita la investigación, la observación del flujo de personas diario de la ciudad respaldada por información secundaria lleva a creer en el potencial de la ciudad para el desarrollo de actividades comerciales como la planteada.

Como resultado del desarrollo de la investigación se obtiene que existe una aceptación lo suficientemente alta por parte del mercado para permitir la creación del proyecto, un 66,40% de la población urbana contesta que definitivamente visitaría el nuevo patio de comidas al ser consultada al respecto, un 10,85% señala que probablemente lo haría. Un 23,80 % de los propietarios de locales de comida de la ciudad de Azogues están dispuestos a ser parte del patio, lo cual representa 25,47 puestos, más del doble de espacios disponibles del modelo de negocios planteado. Para montar el proyecto es necesario una inversión de 77.200,00 dólares, de los cuales el 81% se destina a activos fijos: infraestructura, instalaciones, equipos y muebles, 3% en activos diferidos: gastos de constitución, capacitación, estudios y un 16% para capital de trabajo. Esta inversión proporciona a los inversionistas una tasa interna de retorno del 29,33% y un valor actual neto de 24.598,40 dólares, que convierten al proyecto planteado en una inversión atractiva.

**CAPÍTULO N° 1**  
**ANTECEDENTES, CONTEXTO Y ALCANCE**

### 1.1. Antecedentes

Un patio de comidas construido con contenedores: “Container Park” es un concepto innovador de infraestructura para este tipo de negocios. Los locales que conforman el patio ocupan contenedores metálicos adaptados, que cuentan con todos los servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de los restaurantes. Los contenedores bordean un espacio techado con aberturas laterales al aire libre en el que se encuentran ubicadas mesas para los consumidores. Este tipo de patio de comidas es un espacio en donde la población puede encontrar una oferta gastronómica variada en distintos locales concentrados en un mismo sitio.

Proyectos del mismo tipo han sido implementados en el país en julio de 2016 en Cumbayá y en abril de 2017 en Cuenca, brindando en estos lugares un punto de encuentro para grupos de amigos. Estos patios cuentan con pantallas para la transmisión de eventos, como partidos de fútbol y espacios para realizar presentaciones de artistas que acrecientan su atractivo, tienen potencial turístico debido a su llamativa y poco convencional infraestructura que los diferencia de los patios de comida tradicionales (Diario El Tiempo, 2017; Diario El Comercio, 2016).



Imagen N° 1: Containers Parks en Cumbayá y Cuenca

Fuente: (Diario El Tiempo, 2017; Diario El Comercio, 2016)

### 1.2. Descripción del proyecto

El proyecto plantea establecer un patio de comidas construido con contenedores adecuados para 12 locales de comida. Los contenedores se alquilan a establecimientos que oferten distintos tipos de comida de estilo urbano, cada local que desee ser parte del proyecto paga adicional al valor de arriendo mensual un valor inicial por concepto de adecuación de su espacio. El patio de comidas dispone espacios de parqueo, mesas para degustar en un espacio techado con aberturas laterales, un escenario, pantallas gigantes para transmisión de partidos de fútbol y eventos. El patio es un punto de encuentro informal y diferente que facilita a las personas compartir momentos juntos y degustar distintos tipos de alimentos.

En este estudio se determina el sistema de administración y operación que rige el patio de comidas. Se estudia la demanda de locales con interés de formar parte del proyecto, la respuesta de los consumidores potenciales y se establece los requisitos técnicos y legales para implementar el espacio en la ciudad. Además, se realiza un análisis de las inversiones, ingresos y gastos en términos de beneficio-costos para determinar la factibilidad de llevar a cabo la propuesta.

### **1.3. Nombre del proyecto**

El nombre escogido para la propuesta es “Kanara Food Park”, término que vincula al proyecto con los orígenes ancestrales de la provincia. En la ciudad de Azogues, al igual que en la provincia del Cañar habitó la cultura ancestral que da nombre a la misma, la cultura “Cañari”. La palabra cañari etimológicamente se deriva de dos palabras Kan= culebra y Ara = guacamayas, animales sagrados para esta cultura. Por esta razón y con el fin de dar al proyecto un vínculo con estas raíces ancestrales, se escoge este nombre cuyo significado equivale a Patio de comidas Cañari (Robles López, 1988).

### **1.4. Objetivos de la propuesta**

#### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar la factibilidad de implementar el patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos**

Determinar la aceptación comercial a través de un estudio de mercado.

Determinar la factibilidad técnica de construir el patio de comidas con contenedores.

Evaluar la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

### **1.5. Misión**

Brindar a la ciudad de Azogues un punto de encuentro social de gastronomía urbana variada, proporcionada por distintos locales agrupados y organizados en un mismo espacio.

### **1.6. Visión**

En 2020 ser considerado por variedad de oferta gastronómica y calidad en servicio el mejor sitio de comida urbana de la ciudad.

## **1.7. Objetivos estratégicos del proyecto**

- Posicionarse como el principal punto de encuentro de oferta gastronómica de la ciudad en tres años.
- Controlar permanentemente el cumplimiento de buenas prácticas de los locales que conforman el patio de comidas.
- Crear un modelo de gestión operativa acorde a las necesidades de los locales que conforman el patio y a las exigencias de los consumidores.

## **1.8. Análisis macroeconómico**

El análisis del entorno macroeconómico a nivel país fue realizado a través del modelo PEST, con la finalidad de describir las condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas generales a las que se enfrenta el proyecto en la actualidad.

### **1.8.1. Análisis político.**

El país se encuentra actualmente atravesando un periodo de transición política. El 24 de mayo del presente año se cambia de mando presidencial con 10 años de gobierno del Econ. Rafael Correa para dar paso a un nuevo ciclo de su copartidario el Lcdo. Lenin Moreno quien pertenece a la misma ideología de izquierda, pero ha demostrado una mayor apertura al diálogo con partidos opositores (Diario El Universo, 2017).

El primer mandatario ha reconocido que, debido a la reducción del precio del petróleo, los bajos precios de las materias primas, la apreciación del dólar, además de los efectos del terremoto de abril del 2016, la economía pasa por un momento grave. Sin desconocer que la inversión de los últimos años ha permitido que el país cuente con mejor infraestructura, servicios y un creciente talento humano. El déficit fiscal del presupuesto general del Estado se proyecta en \$ 4.700 millones, \$ 1.000 millones menos en relación al año anterior a través de la optimización de la inversión pública y un conjunto de medidas de austeridad fiscal (Diario El Universo, 2017).

Entre las medidas económicas que se tiene: dinamizar el sector de la construcción con la eliminación de la ley de plusvalía previa consulta popular, incremento del impuesto a la renta en 3 puntos sin afectar con la medida a las micro y pequeñas empresas, eliminación del anticipo de impuesto a la renta para empresas cuyas ventas no superen los 300 mil dólares al año, incentivar la inversión y el ingreso de divisas, impulsar el uso de medios de pago digitales, reducción del gasto público al recortar salarios a funcionarios de alto rango y limitar las consultorías (Diario El Universo, 2017).

En la última década la inversión en el país tanto pública privada se ha incrementado notablemente pasando de 10.594 millones en 2007 a 25.119 millones en 2016 representando porcentualmente una subida del 137%. La inversión privada paso de 7.257 millones en 2007 a 13.711 millones en 2016 creciendo en un 89%, la pública por su parte paso de 3.337 millones en 2007 a 11.408 en 2016 registrando un crecimiento del 241%. Existe una clara tendencia al alza año a año con excepciones en 2009 que se registra una pequeña baja, al igual que en 2015 y 2016 años de contracción económica. El incremento en la inversión es la causa principal del desarrollo del país, debido a ello se espera que con las medidas económicas mencionadas anteriormente la misma no se vea mayormente reducida (Banco Central del Ecuador, 2016).

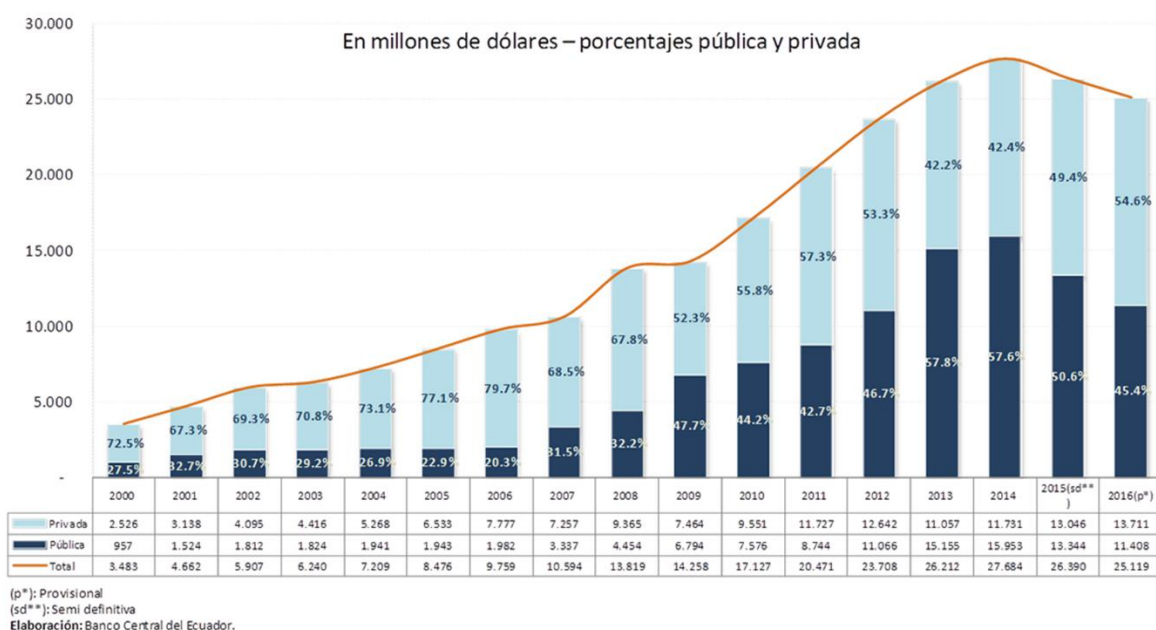


Gráfico N° 1: Inversión pública 2000-2016

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

### 1.8.2. Análisis económico.

La economía ecuatoriana durante la última década ha vivido un periodo de crecimiento sustancial, muestra de ello el Producto Interno Bruto (PIB) pasó de 51.008 millones de dólares en el 2007 a 98.613 millones de dólares en el 2016, esta subida representa un 93,33%, como se observa en el gráfico N° 2. Durante el periodo en análisis el PIB ha crecido anualmente un promedio de 7,83%, el 2008 fue el año de mayor crecimiento con el 21,08% y en contraste en 2016, año marcado por los bajos precios del barril de petróleo, se presenta una contracción del 0,68% (Banco Central del Ecuador, 2017).

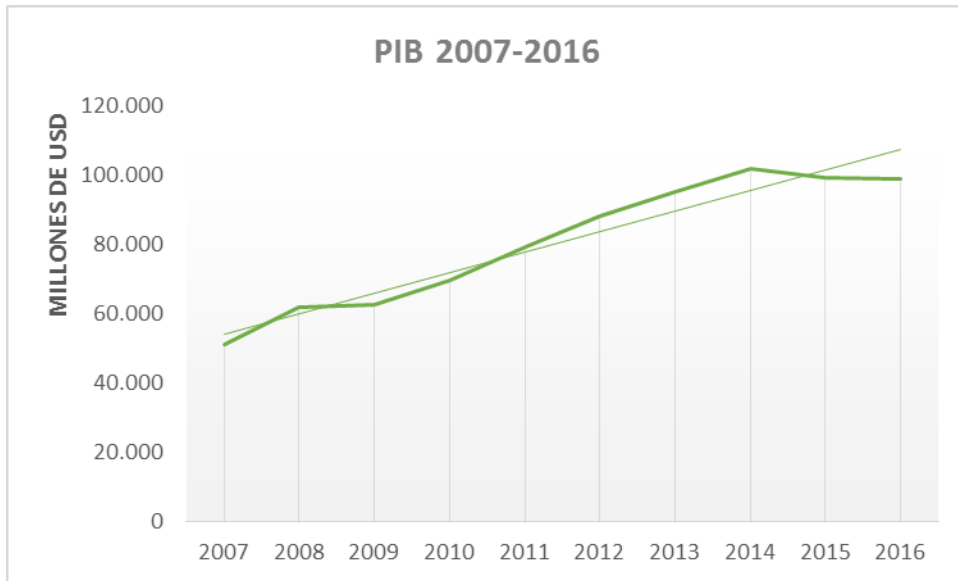


Gráfico N° 2: PIB 2007-2016

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

La inflación anual acumulada, por su parte, registra niveles por debajo del 1,5% significativamente inferiores a los niveles registrados en los mismos meses del año anterior como se puede apreciar en el gráfico N° 3. Esta información dice mucho acerca de la estabilidad de precios en país gracias a la dolarización y a la política económica manejada. A nivel regional el país registró en agosto el nivel más bajo (0,28%), muy por debajo del promedio (3,10%) y de sus vecinos más cercanos Perú (3,17%) y Colombia (3,87%) (Banco Central del Ecuador, 2017).

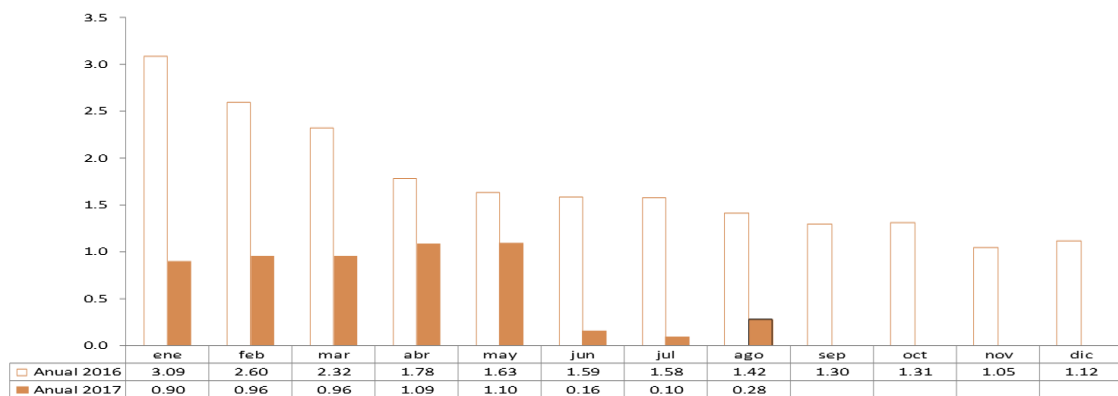


Gráfico N° 3: Inflación anual acumulada 2016 vs 2017

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

### 1.8.3. Análisis social.

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) el país tiene una población de 16.776.977 de habitantes de los cuales el 63,67% están concentrados en el área urbana y el 36,33% en el área rural, como se observa en el gráfico N° 4. La tasa de crecimiento de la población a nivel general es de 1,55%, para la población urbana es de 1,75% y para la población rural es de 1,20% (INEC, 2017).

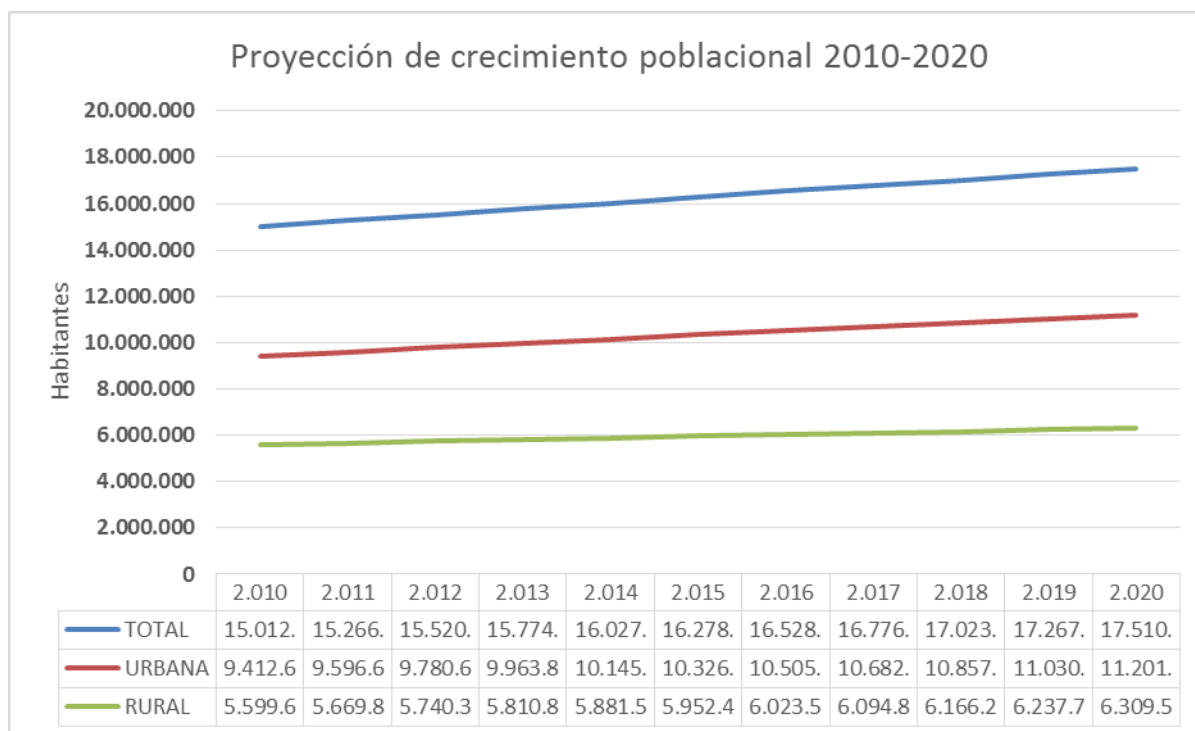


Gráfico N° 4: Proyección de crecimiento poblacional 2010-2020

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2017)

Como se aprecia en el gráfico N° 5, la tasa de desempleo de la Población Económicamente Activa durante el periodo comprendido entre los años 2007 y 2017 registra una clara tendencia a la baja, alcanzó su nivel más alto en marzo de 2010 con el 9,10%, su nivel más bajo en diciembre de 2014 con 4,54%, mantiene un nivel promedio de 6,21% y actualmente se encuentra en 5,78% (Banco Central del Ecuador, 2017).



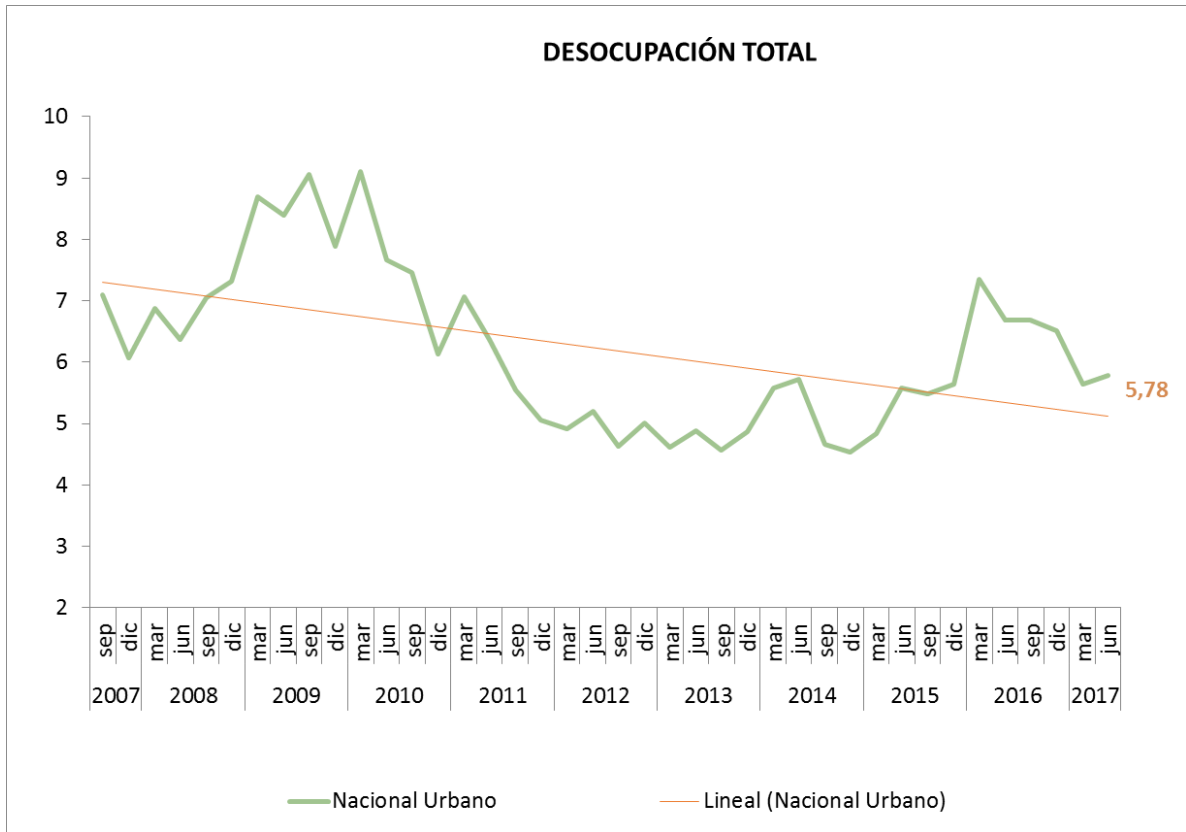


Gráfico N° 5: Desocupación Total 2007-2017

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Asimismo, en el gráfico N° 6; el turismo en el país constituye la tercera fuente de ingresos no petroleros, solo después del banano y camarón. Por este rubro en 2016 ingresaron 709,9 millones de dólares y en 2017 773,2 millones de dólares, registrando un crecimiento del 8,92% en el sector. Como se observa en el gráfico N° 7, en el país existen 25.931 establecimientos turísticos distribuidos de la siguiente manera: 17.695 de comidas y bebidas, 5.177 de alojamiento, 2.246 de intermediación, 510 de transporte turístico y 303 de recreación (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017).

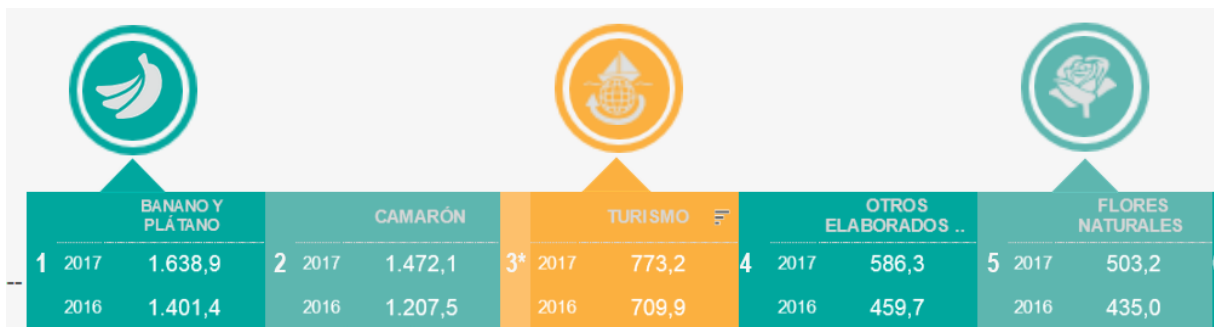


Gráfico N° 6: Ingresos no petroleros 2016-2017

Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017)

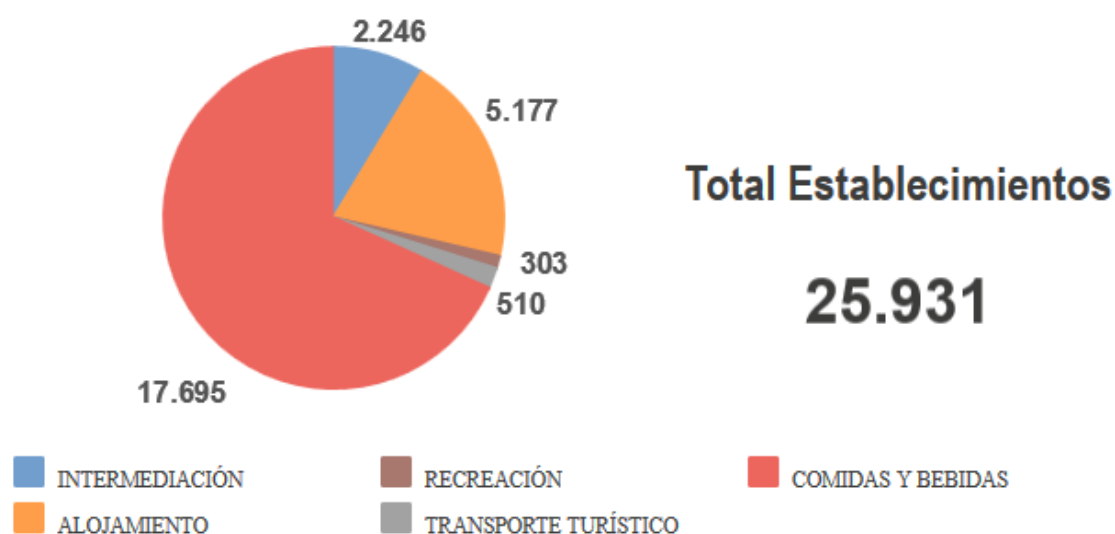


Gráfico N° 7: Distribución de establecimientos con fines turísticos

Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017)

#### 1.8.4. Análisis tecnológico.

El acceso a internet ha mejorado notablemente en los últimos 5 años tanto en el área urbana como en la rural, pasando del 31,4% con acceso al servicio en 2012 al 44,6% en 2016 en el área urbana y del 4,8% en 2012 al 16,4% en 2016 en el área rural. A nivel general se pasó del 22,5% en 2012 con acceso a internet al 36,0% representado un crecimiento porcentual del 60% en este periodo, como se observa en el gráfico N° 8. Es sumamente importante que se haya mejorado el acceso a uno de los medios de comunicación más globales y utilizados como lo es el internet, sin desconocer que es necesario continuar progresando e ir reduciendo diferencias con el promedio de América Latina y el Caribe registrado por la CEPAL en 43,4% (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2016; Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016).

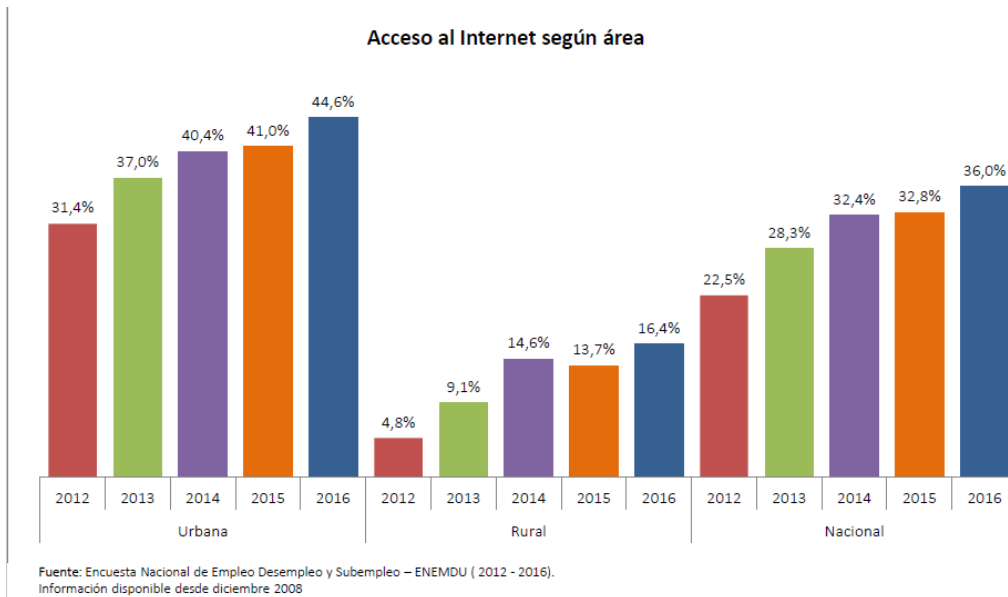


Gráfico N° 8: Acceso a internet según área  
Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

Según la Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 – 2016) realizada por el INEC, el 50,75% de la población tiene teléfono celular activado (8.482.236 personas), el 26,83% de la población tiene un celular inteligente (Smartphone) (8.484.087 personas) y el 25,28% utiliza redes sociales (4.224.984 personas). Como se puede apreciar en el gráfico N° 9, el porcentaje de población que está vinculado a las redes sociales es significativo, las mismas se han consolidado como un medio comunicación y difusión, con seguridad su porcentaje de uso aumentará de forma progresiva en los años siguientes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016).

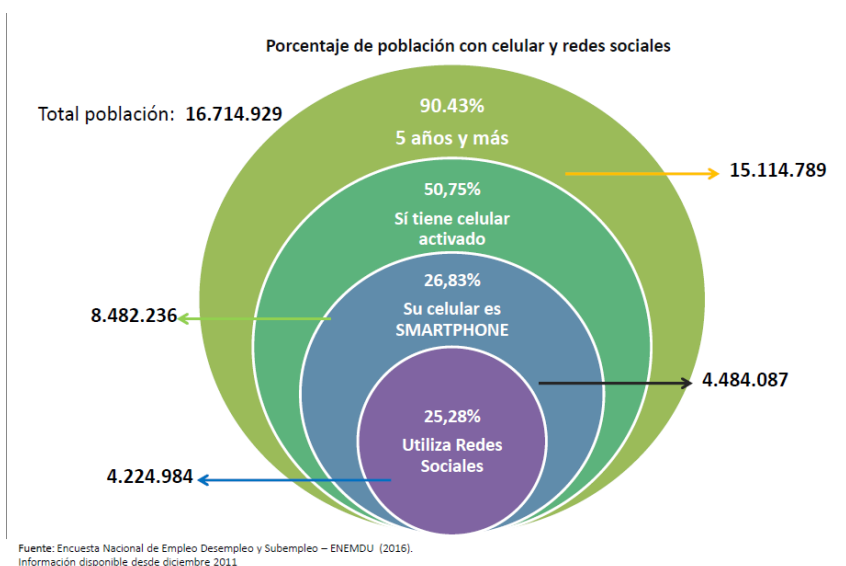


Gráfico N° 9: Porcentaje de población con celular y redes sociales  
Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

De lo expuesto en el análisis puedo destacar como aspectos de relevancia para el proyecto: la tendencia general de crecimiento económico, cada vez ingresan mayores recursos financieros públicos y privados que dinamizan la economía, la baja inflación que da seguridad para el desarrollo de inversiones, el desarrollo de la industria del turismo que representa para el país la tercera fuente de ingresos no petroleros y el incremento en el acceso y uso de tecnologías de comunicación que facilitan la realización de campañas de difusión publicitaria masiva por estos medios.

## **1.9. Análisis de la ciudad de Azogues y sus puntos turísticos de la ciudad**

### **1.9.1. Descripción de la ciudad.**

Azogues es la capital de la provincia del Cañar, está ubicada al este de la jurisdicción provincial, constituye Patrimonio Arquitectónico, Urbano y Cultural del Ecuador, con una población de 70.064 hab. según censo 2010. Fue declarada como Centro de Valor Patrimonial y Urbano del Ecuador, el 31 de octubre de 2000 por el Ministerio de Educación y Cultura. El cantón Azogues es uno de los territorios más desarrollados de la provincia del Cañar, esto se debe a que cuenta con una infraestructura vial apropiada que permite tener acceso a la mayoría de las parroquias y comunidades, facilitando la movilidad y conectividad para el intercambio de productos entre las diferentes zonas del cantón, convirtiéndose en el nodo comercial más importante de la provincia (GAD Provincia del Cañar, 2015; GAD Municipal de Azogues, 2015; GAD Municipal Azogues, 2016).

La capital del Cañar posee una extensión territorial de 1216,98 Km<sup>2</sup>, ubicada geográficamente hacia el Norte de la cuenca del río Paute y limitando políticamente al Norte con la provincia de Chimborazo y Morona Santiago, al Sur con la provincia del Azuay, al Este con la provincia de Morona Santiago y al Oeste con los cantones Déleg, Biblián y Cañar. Consta de una parroquia urbana: Azogues y 8 parroquias rurales: Cojitambo, Guapán, Javier Loyola, Luis Cordero, Pindilig, Rivera, San Miguel y Taday (GAD Provincia del Cañar, 2015; GAD Municipal de Azogues, 2015).

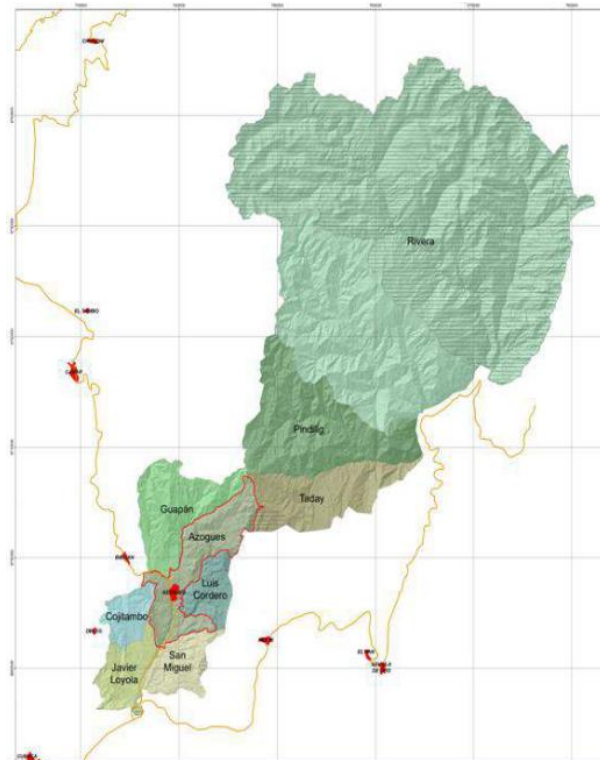


Imagen N° 2: División política del cantón Azogues

Fuente: (GAD Municipal de Azogues, 2015)

### 1.9.2. Movilidad.

La red vial cantonal según la información levantada en el Plan del Buen Vivir y Ordenamiento Territorial del cantón Azogues 2015 tiene un equilibrio entre la oferta y la demanda, ya que las vías existentes están en capacidad de soportar los volúmenes de tráfico que tiene la ciudad y el cantón, sin desconocer que es necesario fortalecer los programas de mejoramiento de la infraestructura vial, y acortar la diferencia que existe entre las vías que disponen de una capa de rodadura de pavimento rígido, flexible, adoquín o adocreto con relación a las vías cuya capa de rodadura es de lastre o tierra, que ocasionan problemas de contaminación ambiental (GAD Municipal de Azogues, 2015; GAD Municipal Azogues, 2016).

Desde cada uno de los diferentes cantones de la provincia del Cañar existe servicio de buses de forma fluida a la ciudad de Azogues, capital provincial. El servicio de la transportación urbana está a cargo de la compañía TRURAZ S.A cuya flota vehicular está conformada por cuarenta y dos unidades. El servicio de transportación Itracantonal (Interparroquial), a las diferentes comunidades está a cargo de las cinco empresas que disponen en su totalidad una flota vehicular de 63 unidades (GAD Municipal de Azogues, 2015).

### 1.9.3. Población y crecimiento.

La ciudad de Azogues, según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de las proyecciones poblacionales basadas en el censo realizado en 2010, cuenta en 2017 con una población urbana de 39.854 habitantes (48,3%), una población rural de 42.643 (51,7%) y tiene una tasa de crecimiento del 1,52%. Los hombres representan un 45,8% y las mujeres un 54,2%. Según el gráfico N° 10, la actividad económica principal del cantón es la agricultura y ganadería en la cual se ocupa el 24,5% de la Población Económicamente Activa, seguida por el comercio al por mayor y menor (14,8% de la PEA). Azogues representa el 19,5% del territorio de la provincia de CAÑAR (aproximadamente 0.6 mil km<sup>2</sup>), el 31,1% de la población, y el 32,6% de la PEA. (INEC, 2017; Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

Gráfico N° 10: Población ocupada por rama de actividad

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014)

### 1.9.4. Flujo de personas.

Azogues es un área de conectividad y constituye un punto de paso obligatorio para los habitantes de los cantones de la provincia del Cañar que se dirigen al sur del país. Los cantones de la provincia del Cañar: La Troncal, Cañar, Biblián, El Tambo, Suscal y Déleg poseen en conjunto una población proyectada para 2017 por el INEC de 173.473 habitantes. La ciudad de Azogues está identificada en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial como un espacio de integración de carácter comercial y flujo de bienes y servicios, lo cual implica que cuenta con un flujo de personas significativo (GAD Provincia del Cañar, 2015; INEC, 2017). La ciudad cuenta con más de 3.100 establecimientos económicos (36,2% de la provincia), los ingresos por ventas de estos establecimientos alcanzan alrededor de 326 millones (51,3% de la provincia) (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

El flujo de personas que visita la ciudad se ve incrementado por la presencia del Centro de Atención Ciudadana conformado por más de 15 instituciones, entre ellas: el Viceministerio de Movilidad Humana, las direcciones provinciales de los ministerios y de las otras dependencias estatales que se encuentran ubicados en este espacio (Diario El Mercurio, 2015). Es importante mencionar además que en Azogues funciona la Universidad Nacional de Educación (UNAE), institución de educación superior orientada a la formación de docentes, investigadores y profesionales en el sector de la educación. La entidad actualmente cuenta con 862 estudiantes, y cinco carreras de pregrado, tiene una proyección de crecimiento que le permitirá al año 2021 contar con alrededor de 18.000 estudiantes, entre pregrado, maestrantes y profesionalización (Diario El Telégrafo, 2017).

#### **1.9.5. Recursos Turísticos.**

El recurso turístico en la ciudad de Azogues y a nivel general en la provincia del Cañar no ha sido explotado, no cuentan con un número considerable de sitios de diversión y esparcimiento. En Azogues están inventariadas por el Ministerio de Turismo 16 puntos de atracción culturales y naturales, y existen 16 más identificados por el GAD Provincia. Entre las atracciones principales y de mayor concurrencia están el Santuario Franciscano, la Catedral, Complejo Arqueológico de Cojitambo, el Cerro Abuga, adicionalmente se reconoce como atractivo a la gastronomía de la ciudad. En 2010, en la ciudad se hospedaron 13.189 personas, no existe un registro de los visitantes de cada uno de los puntos de interés, pero se estima que los mismos ascienden a 20.000 personas (GAD Provincia del Cañar, 2015).

##### **1.9.5.1. Santuario Franciscano.**

El Santuario está situado en la parte oriental de la ciudad de Azogues. La construcción de esta gran obra empezó el 10 de julio de 1912, siendo esta edificación construida a base de piedra labrada traída del cerro Abuga, destacándose el simétrico juego de escalinatas, que de izquierda a derecha suman un total de 407 peldaños o escalones para llegar al templo. El Altar Mayor del Santuario Franciscano, está totalmente tallado en madera fina cubierto con pan de oro. En la parte céntrica de dicho altar, se encuentra la imagen de la Santísima Virgen de la Nube, tallada en madera (GAD Municipal Azogues, 2017; GAD Municipal Azogues, 2016).

La Fiesta de la Virgen de la Nube se celebra en este Santuario levantado en su honor, sobre la pequeña colina del calvario, el 1 de Enero y el 31 de Mayo de cada año, la festividad congrega a millares de romeriantes, no solamente nacionales sino también extranjeros. El lugar es propicio para las siguientes actividades turísticas: conocimiento de arte religioso, conocimiento de la historia e importancia del templo, adquisición de artículos religiosos, asistencia a las

eucaristías en sus respectivos horarios, toma de fotografías (GAD Municipal Azogues, 2017; GAD Municipal Azogues, 2016).



Imagen N° 3: Santuario Franciscano  
Fuente: (GAD Provincia del Cañar, 2015)

#### **1.9.5.2. Catedral.**

La iglesia Catedral está ubicada en la parte central de la ciudad, entre las calles: Bolívar, Matovelle, Serrano y Solano, su construcción inició a finales de siglo XIX, es lugar de veneración a la imagen del Señor de Burgos, que fue traída desde España, cuenta con un cementerio en la parte izquierda de la iglesia. Tiene un estilo romano clásico y en su parte posterior tiene un estilo moderno, que conserva la línea de construcción. Su fachada principal, está construida en piedra amarilla extraída de la antigua cantera, situada en el cerro Abuga (GAD Municipal Azogues, 2017; GAD Municipal Azogues, 2016).

Al interior de la iglesia se puede admirar el altar mayor tallado en madera fina por obreros de San Antonio de Ibarra, además encuentra imágenes, con diferentes tipos de materiales como lienzo, madera, mármol, y plata. El lugar es propicio al igual que el Santuario de San Francisco para las siguientes actividades turísticas: conocimiento de arte religioso, conocimiento de la historia e importancia del templo, adquisición de artículos religiosos, asistencia a las eucaristías en sus respectivos horarios, toma de fotografías (GAD Municipal Azogues, 2017; GAD Municipal Azogues, 2016).





Imagen N° 4: La Catedral

Fuente: (GAD Provincia del Cañar, 2015)

### **1.9.5.3. Complejo Arqueológico de Cojitambo.**

El sitio arqueológico de Cojitambo, ubicado en el cerro del mismo nombre, a 11 Km de Azogues. Tiene una altura de 3076 msnm., su clima es semihúmedo con una temperatura de 12 a 22 grados centígrados. Está conformado por un extenso complejo de ruinas, que se levantan sobre la cumbre amesetada y los flancos norte y oeste del cerro, adaptándose a las características morfológicas del terreno. El cerro ofrece una visión panorámica de 360 grados. Es un terreno muy accidentado, con pendientes cortadas a 180° en los lados sur y este, los suelos son de color negro, ricos en materia orgánica y elementos nutrientes, aptos para el cultivo (GAD Municipal Azogues, 2016; Visita Ecuador, 2017).

Por las características arquitectónicas y la existencia de materiales culturales que denuncian una ocupación muy antigua del sitio, se puede decir que Cojitambo fue habitado durante el Período de los Desarrollos Regionales (500 A.C.-500 D.C.), el Período de Integración (500-1460 D.C.) y en el Período Inca (1460-1532 D.C.). El nombre de Cojitambo, según su etimología de Curi-tambo, significa descanso de oro. Se dice que los chasquis descansaban en sus faldas, de camino al Cuzco (Visita Ecuador, 2017; GAD Municipal Azogues, 2017).

Las estructuras de Cojitambo son de construcción sólida a base de bloques canteados de roca andesita, colocados unos sobre otros formando hileras naturales, unidas con argamasa de tierra negra y relleno de mampostería. Todos estos conjuntos, que se complementan con otras evidencias de carácter militar y religioso, se articulan con el camino del Inca que pasa por la base del cerro, y que en la época aborígen comunicaban a la antigua Tomebamba con el señorío Cañari de Peleusí. Las actividades turísticas que se pueden realizar en este lugar son: conocimiento de la historia Cañari e Inca, conocimiento del proceso de restauración,

observación de flora, senderismo, acampada, práctica de deportes extremos: rapel y escalada, y toma de fotografías (GAD Municipal Azogues, 2017; GAD Municipal Azogues, 2016).



Imagen N° 5: Complejo Arqueológico de Cojitambo

Fuente: (GAD Municipal Azogues, 2016)

#### **1.9.5.4. Cerro Abuga.**

Localizado en la parroquia Bayas del cantón Azogues, tiene una altura de 3.090 m.s.n.m aproximadamente, la temperatura en el lugar oscila entre 19°C. Este lugar según la mitología es conocido como el Huacayñan o Camino del Llanto, lugar sagrado de adoración a la luna para la cultura Cañari ya que según la historia este fue el sitio en el que se refugiaron los dos hermanos Cañaris que se salvaron del diluvio universal, gracias a la intervención de las guacamayas, aves totémicas de la cultura Cañari (GAD Municipal Azogues, 2017; GAD Municipal Azogues, 2016).

El 18 de octubre de 2009, se tuvo la gran Inauguración del Monumento a la Virgen de la Nube en la cima del cerro a 3.100 metros de altura, sobre un pedestal de hormigón de 5 metros de alto, la estructura de hierro y aluminio con 25 metros hacia arriba, lo que lleva a totalizar el monumento en los 30 metros. La vegetación del Cerro Abuga es muy variada como: la joyapa, mortiño, moradilla, la oreja de burro y la cola de caballo. En este lugar se pueden desarrollar las siguientes actividades turísticas: conocimiento de la historia y mitología Cañari, conocimiento e historia del Monumento a la Virgen de la Nube, toma de fotografías, contacto con la naturaleza, mirador de la ciudad (GAD Municipal Azogues, 2017; GAD Municipal Azogues, 2016).

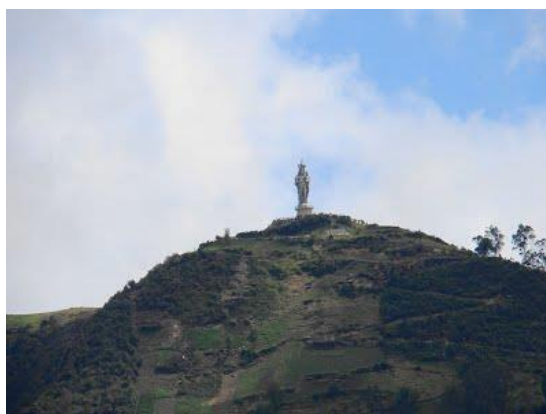


Imagen N° 6: Cerro Abuga

Fuente: (GAD Municipal Azogues, 2016)

### 1.9.6. Fuentes de ingreso de la ciudad

En la ciudad de Azogues según información levantada por el INEC en el censo económico existen 3 actividades económicas principales generadoras de ingresos: manufactura, comercio y servicios. Los espacios de comida como el planteado en este proyecto se encuentran dentro del rubro de servicios, el mismo concentra el 43,5% de los ingresos, el comercio con 39,3% y la manufactura con el 17,1%. Según el gráfico N° 11, en cuanto a número de establecimientos, la actividad que concentra la mayor cantidad de puestos es el comercio con el 52,1%, seguido del sector servicios con el 36,6% y la manufactura con el 11,1%. Por su parte, en personal ocupado el sector servicios concentra al 64,4%, el comercio con el 25,4% y la manufactura con el 9,9%. Por lo expuesto, el sector servicios es el de mayor impacto para la economía de la ciudad (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011).

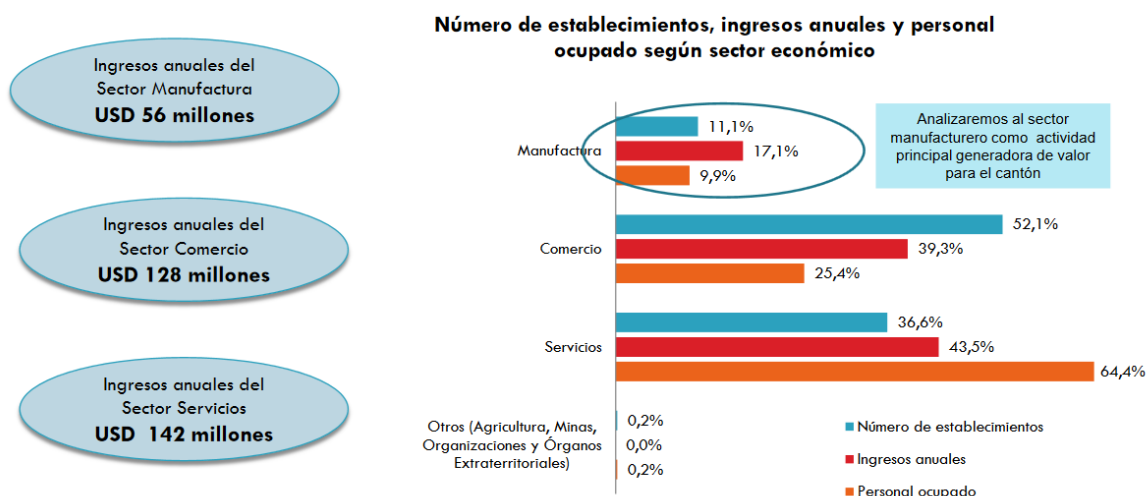


Gráfico N° 11: Ingresos anuales por sector económico de la ciudad de Azogues

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014)

**CAPITULO N° 2**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

## 2.1. Metodología

El estudio de mercado de este proyecto se realiza en varios componentes: investigación directa a través de encuestas con el fin de determinar la disposición de los propietarios de locales de comida para formar parte del patio de comidas, investigación directa a través de encuestas acerca de la aceptación de la población local e investigación secundaria de la oferta.

Para el primer componente se elabora un test para obtener información acerca del interés en formar parte del patio de comidas, tipo de comida ofertada, rango de precios manejado, adaptación de espacio, disposición a pagar acerca del arriendo y elementos que les gustaría que tenga el patio. El valor del local y el propuesto por concepto de arriendo fueron determinados en base a información secundaria recopilada que se detalla en el estudio técnico. Para determinar el tamaño de la muestra se toma como población el número de restaurantes (107) establecidos en catastro de servicios turísticos de la provincia del Cañar, Coordinación Provincial de turismo del Cañar (GAD Provincia del Cañar, 2015).

Tabla N° 1: Servicios Turísticos de la provincia del Cañar

CANTON	COMIDAS Y BEBIDAS			HOSPEDAJE				DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO								
	Restaurantes	Fuentes de soda	Cafeterías	Hoteles	Hostales	Hostales Residencia	Hosterías	Pensiones	Moteles	Discotecas	Bares	Salas de Recepción	Salas de Baile	Balnearios	Centros de recreación	Casinos
Azogues	107	35	11	3	2	3	1	1	3	3	4	1	12	0	2	1
Cañar	39	7	0	1	2	3	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0
La Troncal	30	3	0	4	8	0	5	1	5	0	7	0	3	1	0	0
El Tambo	8	3	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Biblián	23	6	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Suscal	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Déleg	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>211</b>	<b>54</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Fuente: (GAD Provincia del Cañar, 2015)

Se utiliza la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra para población finita:

$$n = \frac{Z^2 NP(1 - P)}{E^2(N - 1) + Z^2 P(1 - P)}$$

Donde:

$n$  = Tamaño de la muestra

$N$  = Tamaño de la población

$Z$  = Nivel de confianza, refleja el margen de confianza que se tendrá al momento de generalizar los resultados obtenidos. Se utiliza el 95% que es aceptablemente confiable. El valor que corresponde al 95% de confianza es 1.96 por cuanto este porcentaje se representa como el número de unidades de desviación estándar respecto a la media.

$P$  = Probabilidad de que ocurra el suceso. Se fija en 50% por ser el valor con el cual se representa la máxima variabilidad, es el recomendado cuando se desconoce su valor exacto (Malhotra, 2008).

$E$  = Error muestral. Se fija en 5%.

Cálculos muestra locales comerciales:

$$n = \frac{Z^2 NP(1 - P)}{E^2(N - 1) + Z^2 P(1 - P)}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 107 * 0,5 * (1 - 0,5)}{0,05^2 * (107 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5)} = 84$$

Se aplica la encuesta a los propietarios de 84 restaurantes en la ciudad de Azogues escogiendo los mismos de forma aleatoria.

Para el desarrollo del segundo componente se realiza un test para medir la aceptación del proyecto en la población del lugar donde se establecerá el proyecto, se consulta además acerca de medios de publicidad predilectos, lugar de almuerzo más frecuente, frecuencia de visita a la semana, cantidad gastada aproximada por comida, ubicación preferida para el proyecto, valoración de características/ facilidades buscadas en un local de comida.

El proyecto busca dar soporte y ser una alternativa gastronómica atractiva en la ciudad, la aceptación central de la propuesta y se considera la población urbana de Azogues. El perfil consumidor ecuatoriano de los servicios de comida son hombres y mujeres con edades entre

16 y 50 años, este dato se ha considerado como referencia para delimitar la población objetivo en el presente estudio (Revista Líderes, 2011). Según el INEC (2017), la ciudad tiene una población urbana total de 39.854 habitantes, de esta se retiraron aquellos rangos de edad que no poseen o poseen muy poco poder de compra 0-14 años y aquellos sobre los 54 años que se encuentran fuera del perfil general de consumidor ecuatoriano de este tipo de servicios. De esta manera, se trabajó para el cálculo de la muestra con población comprendida de 15- 54 años, la misma comprende 21.711 personas.

Tabla N° 2: Población de la ciudad de Azogues urbana y rural por grupos de edades

GRUPOS DE EDADES	2017	Urbana	Rural
< 1 año	1.514	732	783
1 - 4	6.653	3.214	3.439
5 - 9	8.369	4.043	4.326
10 - 14	7.832	3.784	4.048
15 - 19	8.026	3.877	4.149
20 - 24	8.150	3.937	4.213
25 - 29	7.175	3.466	3.709
30 - 34	5.743	2.774	2.969
35 - 39	4.794	2.316	2.478
40 - 44	4.074	1.968	2.106
45 - 49	3.636	1.756	1.879
50 - 54	3.343	1.615	1.728
55 - 59	2.792	1.349	1.443
60 - 64	2.472	1.194	1.278
65 - 69	2.198	1.062	1.136
70 - 74	1.975	954	1.021
75 - 79	1.668	806	862
80 y Más	2.083	1.006	1.077
<b>TOTAL</b>	<b>82.497</b>	<b>39.854</b>	<b>42.643</b>

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2017; Sistema Nacional de Información, 2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

Para el cálculo de la muestra se trabaja con un nivel de confianza del 95%, un error del 5%, y dado que no existe información disponible sobre la probabilidad de que ocurra el suceso (P) se considera 0,5, valor que representa condiciones de máxima variabilidad.

$$n = \frac{1,96^2 * 21.711 * 0,5 * (1 - 0,5)}{0,05^2 * (25.326 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5)} = 378$$

La tabla a continuación indica el tamaño de la muestra para cada rango de edad considerado, esta división tiene la finalidad de que todos los segmentos se encuentren representados en los resultados. Los rangos han sido agrupados a partir de la tabla del INEC, según su representatividad medida por el número de personas que corresponde a cada uno de ellos.

Tabla N° 3: Muestra por grupos de edades de la población urbana de la ciudad de Azogues

<b>GRUPOS DE EDADES</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Muestra</b>
15 - 24	7.815	36%	136
25 - 39	8.557	39%	149
40 - 54	5.340	25%	93
<b>TOTAL</b>	<b>21.711</b>	<b>100%</b>	<b>378</b>

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2017; Sistema Nacional de Información, 2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

Las encuestas se aplican en puntos de alto movimiento de la ciudad y en diferentes horarios. Para cumplir las características de segmentación de edad se realizan más encuestas de las requeridas según la tabla N°3, las sobrantes fueron eliminadas de forma aleatoria. La información se tabula en microsoft excel y se usa el programa estadístico SPSS versión 21 para su procesamiento.

En el anexo N° 1, se detallan los cuestionarios utilizados para el levantamiento de información los mismos fueron codificados para agilizar su procesamiento y fueron probados a través de pruebas piloto para determinar y afinar su comprensión en la población objetivo del estudio para los dos sujetos de la investigación: propietarios de locales de comida y público consumidor.

## **2.2. Resultados de la investigación**

Seguidamente se exponen los resultados del levantamiento de información realizado para las dos poblaciones en estudio: propietarios de locales de comida y población urbana de la ciudad de Azogues. Los resultados en mención son considerados para establecer la factibilidad comercial de la propuesta.



## 2.2.1. Resultados de la encuesta a propietarios de locales comerciales

### 2.2.1.1. Tipo de comida principal ofrecido por el local

Según la información levantada, el 51,19% de locales de comida corresponden a lugares que ofertan comida rápida. El 36,90% de los encuestados seleccionaron la opción otros y de estos un 90% a pollerías. Parrilladas y mariscos ocupan simultáneamente el tercer lugar con un 4,76% marcadamente distante a las 2 primeras opciones en representatividad, como se indica en la tabla N° 4.

Tabla N° 4: Tipo de comida principal ofrecido por el local

Código	Variables	Frecuencia	%
1	Rápida	43	51,19%
2	Mariscos	4	4,76%
3	Mexicana	1	1,19%
4	Parrilladas	4	4,76%
5	Típica	1	1,19%
6	Otra	31	36,90%
<b>TOTAL</b>		<b>84</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 2.2.1.2. Rango de precios de la comida ofrecida por el local

De los locales encuestados el 86,90%, identifica el rango de precios manejado como medio, el 7,14% considera altos a sus niveles de precios y un 5,95% los considera bajos, como se muestra en la tabla N° 5.

Tabla N° 5: Rango de precios de la comida ofrecida por el local

Código	Variables	Frecuencia	%
1	Bajo	5	5,95%
2	Medio	73	86,90%
3	Alto	6	7,14%
<b>TOTAL</b>		<b>84</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 2.2.1.3. Disposición a tener una sucursal en un nuevo patio de comidas construido con contenedores

Según la información recopilada a través de las encuestas a propietarios de locales un 26,19% estaría dispuesto a formar parte del nuevo patio de comidas construido con contenedores, un 39,29% probablemente lo haría, y un 34,52% definitivamente no lo haría, este último grupo no contesta las preguntas restantes de la encuesta. La información obtenida en esta pregunta es

clave para determinar la factibilidad de mercado del proyecto y es mencionada en el punto de análisis de la demanda desarrollado más adelante. Los propietarios de locales que contestaron definitivamente no en esta pregunta, no continúan el desarrollo de la encuesta. La información en mención se detalla en el gráfico N° 12.

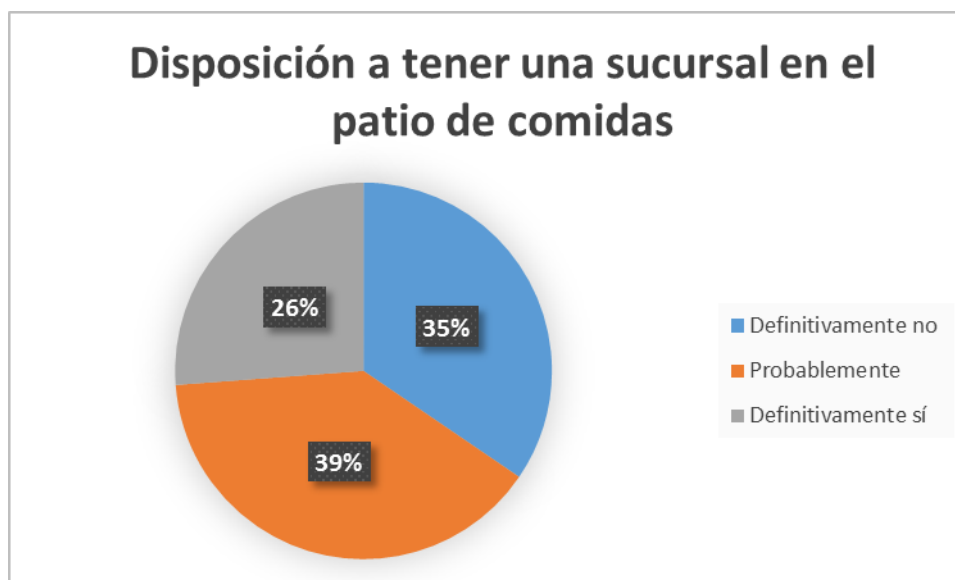


Gráfico N° 12: Disposición a tener una sucursal en un nuevo patio de comidas construido con contenedores

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

#### 2.2.1.4. *Ubicación predilecta para el patio de comidas*

De acuerdo a los resultados representados en la tabla N° 6, los propietarios de locales de comida encuestados han seleccionado como ubicación predilecta para establecimiento del patio de comidas la Av. 24 de mayo con un 65,45%. El segundo lugar corresponde al parque del migrante con el 18,18% y el tercer lugar el sector de La Playa con un 16,36%. Esta información es considerada en el desarrollo del estudio técnico.

Tabla N° 6: Ubicación predilecta para el patio de comidas

Código	Variables	Frecuencia	%
1	Av. 24 de Mayo	36	65,45%
2	La Playa	9	16,36%
3	Parque del Migrante	10	18,18%
<b>TOTAL</b>		<b>55</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

### **2.2.1.5. Disposición a pagar el arriendo mensual por un local en el patio de comidas**

Según la información levantada un 36,36% de los locales estarían dispuestos a ser parte del patio y con el valor de arriendo establecido de 600,00 dólares que incluye la alícuota de mantenimiento, agua, luz, internet y guardianía. Un 63,64% no está dispuesto a pagar este valor de arriendo. Para realizar el análisis de la demanda se considera esta información como factor determinante de la factibilidad del proyecto, como se muestra en el gráfico N° 13.



Gráfico N° 13: Disposición a pagar el arriendo mensual por un local en el patio de comidas

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

### **2.2.1.6. Importancia de servicios complementarios en un lugar de degustación de alimentos**

Según el promedio de las calificaciones a los servicios complementarios, realizadas a los propietarios de locales de comidas que contestaron que definitivamente si y probablemente si estarían dispuestos a tener una sucursal en el patio de comidas, el parqueo es la característica mayormente valorada con una puntuación de 4,02 sobre 5, la televisión con un puntaje se 3,75, la música en vivo con un puntaje 3,71 y el Wifi con un puntaje de 3,65, de acuerdo al gráfico N° 14.

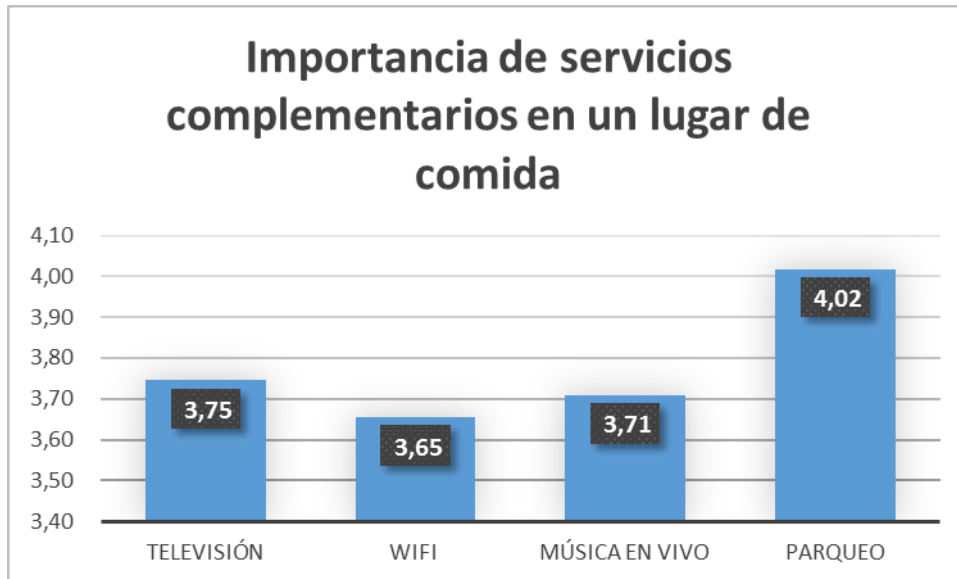


Gráfico N° 14: Importancia de servicios complementarios en un lugar de degustación de alimentos

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

#### 2.2.1.7. Medios publicitarios predilectos de propietarios de locales de comida

El medio publicitario favorito de los propietarios de locales de comida encuestados según la información obtenida son las redes sociales con un 29,09% de preferencia, el internet con 23,64%, la televisión con 21,82% y la radio con un 18,18% y como se detalla en el gráfico N° 15.

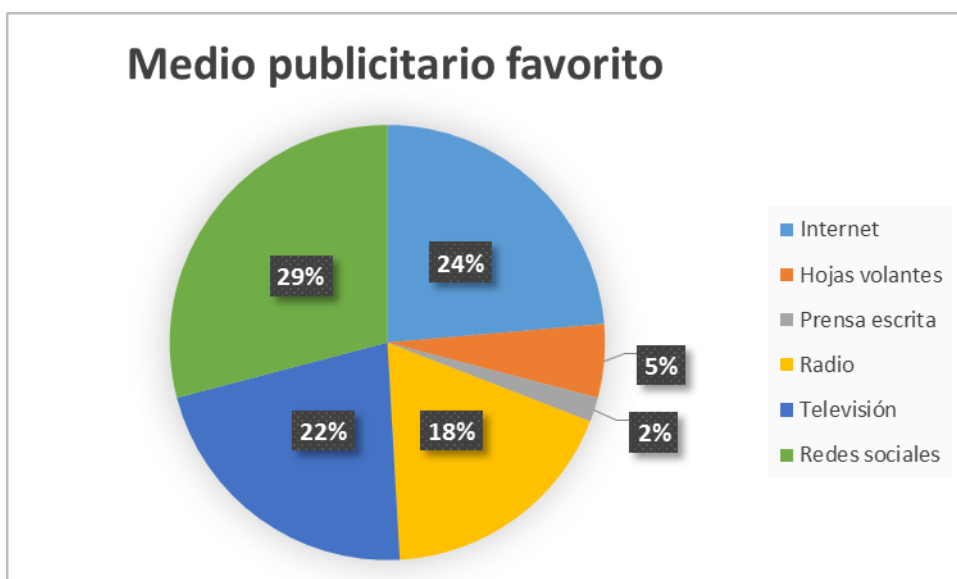


Gráfico N° 15: Medios publicitarios predilectos de propietarios de locales de comida

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

## 2.2.2. Resultados de la encuesta a población urbana de la ciudad de Azogues

### 2.2.2.1. Tipo de comida favorita de la población urbana

Según la información levantada, a través de encuestas a población urbana de la ciudad de Azogues, el tipo de comida favorita de la población son los mariscos un 29,37% de preferencia, la comida típica con un 27,78%, las parrilladas con 23,81% y la comida rápida con 18,25%, como se indica en la tabla N° 7.

Tabla N° 7: Tipo de comida favorita de la población urbana

Código	Variables	Frecuencia	%
1	Rápida	69	18,25%
2	Mariscos	111	29,37%
3	Mexicana	3	0,79%
4	Parrilladas	90	23,81%
5	Típica	105	27,78%
<b>TOTAL</b>		<b>378</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 2.2.2.2. Lugar de comida habitual de la población urbana

Según la información recopilada el lugar más habitual de comida de la población encuestada es un restaurante con un 43,65%, el hogar con un 39,42%, las demás opciones concentran porcentajes bajos, como se indica en el gráfico N° 16.

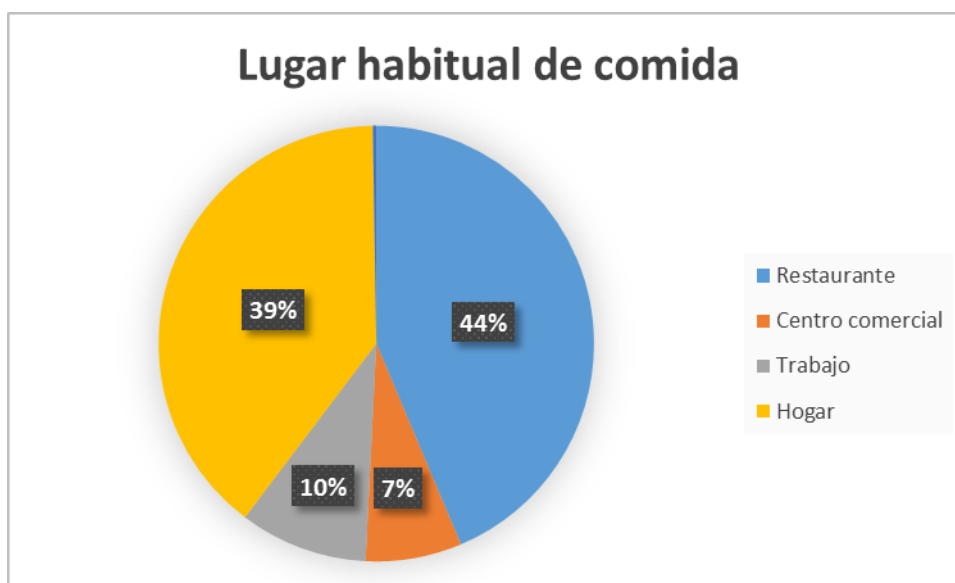


Gráfico N° 16: Lugar de comida habitual de la población urbana

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 2.2.2.3. Veces por semana de comer fuera de su hogar

Según la información recopilada un 41,27% de las personas comen 1 vez por semana fuera de su hogar, un 29,37% comen 2 veces por semana fuera de su hogar y un 14,02% de personas comen 5 veces por semana fuera de su hogar, entre las respuestas más representativas. El promedio de comidas por semana fuera de su hogar de la población urbana es de 2,38 veces, obtenido a través de la multiplicar cada uno de los valores de la variable por cada peso porcentual y sumar los mismos, como se detalla en la tabla N° 8.

Tabla N° 8: Veces por semana de comer fuera de su hogar

Variables	Frecuencia	%	Cálculo Promedio Ponderado (Variable x %)
1	156	41,27%	0,41
2	111	29,37%	0,59
3	23	6,08%	0,18
4	24	6,35%	0,25
5	53	14,02%	0,70
6	5	1,32%	0,08
10	6	1,59%	0,16
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,38</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 2.2.2.4. Gasto promedio de una comida fuera del hogar

Según las encuestas realizadas semanalmente, el 27,78% de las personas gasta en promedio 5 dólares cuando come fuera de su hogar, un 19,31% gasta 10 dólares, un 18,78% gasta 15 dólares y un 13,23% gasta 20 dólares, siendo estas las respuestas más representativas en este punto. El promedio de gasto en una comida fuera de su hogar es de 13,46 dólares, calculado al multiplicar el gasto en dólares por el porcentaje de representatividad de la respuesta, y realizando posteriormente una suma de este cálculo, como se presenta en la tabla N° 9.

Tabla N° 9: Gasto promedio en una comida fuera del hogar

N°	Gasto promedio en dólares	Frecuencia	%	Cálculo Promedio Ponderado (Variable x %)
1	1	1	0,26%	0,00
2	3	1	0,26%	0,01
3	4	2	0,53%	0,02
4	5	105	27,78%	1,39
5	6	4	1,06%	0,06
6	8	1	0,26%	0,02
7	9	1	0,26%	0,02
8	10	73	19,31%	1,93
9	13	32	8,47%	1,10
10	15	71	18,78%	2,82
11	16	1	0,26%	0,04
12	17	1	0,26%	0,04
13	18	6	1,59%	0,29
14	20	50	13,23%	2,65
15	25	3	0,79%	0,20
16	30	7	1,85%	0,56
17	35	2	0,53%	0,19
18	36	1	0,26%	0,10
19	40	8	2,12%	0,85
20	45	1	0,26%	0,12
21	50	4	1,06%	0,53
22	60	2	0,53%	0,32
23	80	1	0,26%	0,21
<b>TOTAL</b>		<b>378</b>	<b>100,00%</b>	<b>13,46</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

#### **2.2.2.5. Disposición a visitar un nuevo patio de comidas construido con contenedores**

Según la información obtenida un 66,40% definitivamente visitaría un patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues, un 11% probablemente lo haría y un 22,75% definitivamente no visitaría. Se puede apreciar una gran disposición por parte de la población a conocer esta nueva alternativa de patio de comidas, como se muestra en el gráfico N° 17. Este punto se considera en el análisis de la demanda desarrollado más adelante. Las personas que contestaron definitivamente no visitaría en esta pregunta, no continúan el desarrollo de la encuesta.



Gráfico N° 17: Disposición a visitar un nuevo patio de comidas construido con contenedores.

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

#### 2.2.2.6. **Ubicación predilecta por la población urbana para establecer el patio de comidas**

Según la información obtenida un 68,84% de la población urbana considera a la Av. 24 de mayo como el mejor punto para establecer el patio de comidas, un 26,37% considera al sector del Parque del Migrante como la mejor alternativa y un 4,79% prefiere que sea establecido en el sector la Playa, como lo muestra la tabla N° 10. Las respuestas de este punto serán consideradas en el estudio técnico para la selección de la mejor ubicación.

Tabla N° 10: Ubicación predilecta por la población urbana para establecer el patio de comidas

Código	Variables	Frecuencia	%
1	Av. 24 de Mayo	201	68,84%
2	La Playa	14	4,79%
3	Parque del Migrante	77	26,37%
<b>TOTAL</b>		<b>292</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Flores, Pedro

#### 2.2.2.7. **Calificación de la importancia de servicios complementarios en un lugar de degustación de alimentos por la población urbana**

El servicio complementario de mayor puntuación promedio según las encuestas realizadas es: Wifi con una puntuación de 4,59 / 5, la televisión con 4,58 / 5, el parqueo con 4,56 / 5 y finalmente la música en vivo con un puntaje promedio de 4,20 / 5. Como se puede apreciar en el gráfico N° 18, no existen diferencias significativas en la valoración por parte de la población



urbana de los servicios complementarios en un lugar de comidas, todas las alternativas planteadas han sido consideradas importantes.

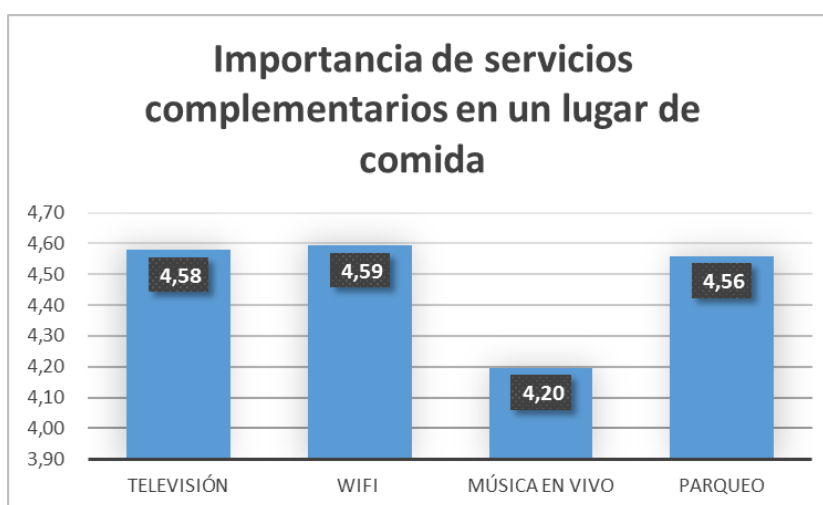


Gráfico N° 18: Calificación promedio de la importancia de servicios complementarios en un lugar de degustación de alimentos por la población urbana  
Fuente: Investigación de campo (2017)  
Elaborado por: Flores, Pedro

#### 2.2.2.8. Medios publicitarios favoritos de la población urbana

Según la información obtenida, de las redes sociales son marcadamente el medio publicitario predilecto de la población urbana con una preferencia del 40,07%, la televisión con una preferencia del 27,05% y la radio con un 13,36%, como lo detalla el gráfico N° 19.

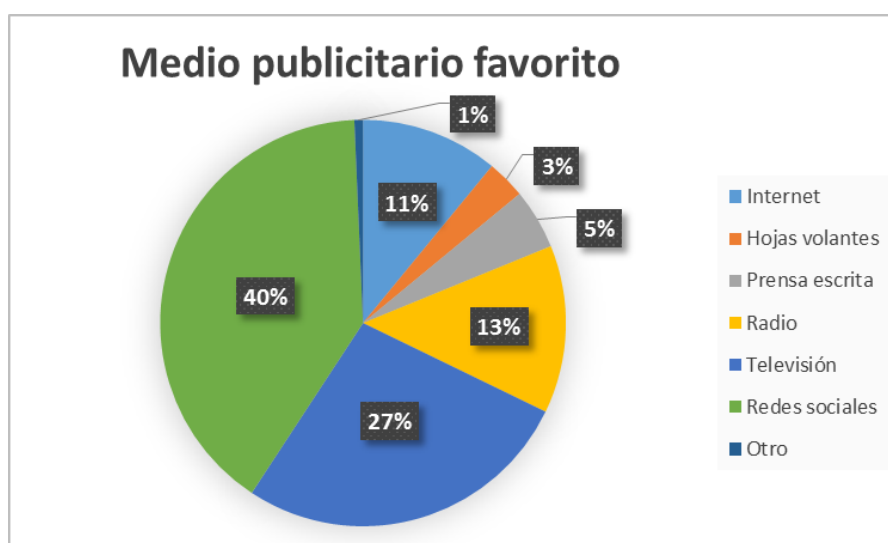


Gráfico N° 19: Medios publicitarios predilectos de la población urbana  
Fuente: Investigación de campo (2017)  
Elaborado por: Flores, Pedro

### **2.3. Análisis de la oferta**

En la ciudad de Azogues existen según el catastro de servicios turísticos de la provincia del Cañar 107 restaurantes (GAD Provincia del Cañar, 2015); sin embargo, actualmente no existe un espacio como el planteado en este proyecto. Un patio de comidas construido con contenedores es un nuevo concepto de negocio que puede considerarse como un “océano azul<sup>1</sup>” en el sector de restaurantes para la ciudad (Chan Kim & Mauborgne, 2015). La idea del proyecto es ser una alternativa diferente, innovadora, ser algo más que un punto para degustar alimentos, ser un nuevo tipo de espacio recreativo para la población.

En la ciudad existe un pequeño patio de comidas al interior del Centro Comercial Bartolomé Serrano que agrupa 3 locales de comida enfocados en dar la atención de los visitantes del centro comercial (Centro Comercial Bartolomé Serrano, 2018). La propuesta planteada se diferencia por su tamaño englobando 12 locales de comida y en buscar ser un punto de encuentro para compartir entre grupos de amigos.

### **2.4. Análisis de la demanda**

La factibilidad comercial del proyecto se analiza en 2 dimensiones: interés de los locales de comida en formar parte del patio de comidas e interés de parte de la población urbana en la existencia del proyecto. Estas dos dimensiones se complementan la primera respalda los ingresos del proyecto que son obtenidos de los locales que forman parte del patio; y la segunda dimensión da sentido el proyecto ya que sin el interés de la población la iniciativa no sería atractiva para los locales ni sostenible en el tiempo.

El proyecto plantea la creación de un patio de comidas construido con contenedores y conformado por 12 locales de comida, para ser parte del proyecto cada local tiene que pagar un valor inicial de 1.500 dólares, valor que le proporciona un local adecuado en infraestructura de 4 m<sup>2</sup> y adicionalmente paga un arriendo mensual de 600 dólares que incluye la alícuota de mantenimiento, agua, luz, internet y guardianía. El interés en formar parte del proyecto de parte de los locales de comida se mide por la aceptación de estas 2 condiciones.

Existen 107 restaurantes según el catastro de servicios turísticos de la provincia del Cañar (GAD Provincia del Cañar, 2015), se toma la muestra de 84 de ellos, número representativo. De éstos 84 propietarios de locales, 22 contestaron que definitivamente si formarían parte del patio (26,19%). De estos 22 locales que formarían parte del patio y que están dispuestos a pagar el valor del arriendo mensual son 20, dividiendo los 20 locales que aceptan las 2

---

<sup>1</sup> Espacio nuevo de mercado, basado en ideas nuevas y libre de competencia

condiciones requeridas para los 84 locales encuestados, se tiene que un 23,80% de los propietarios de locales desea ser parte del nuevo patio de comidas. Proyectando este porcentaje al número total de locales existente se obtiene 25,47 locales ( $23,80\% \cdot 107$  locales), que representa el doble de espacios disponibles, por lo cual en esta dimensión el proyecto es factible.

El interés de la existencia del proyecto por parte de la población urbana se mide en la disposición a visitar el nuevo patio de comidas y se considera la frecuencia de comidas fuera del hogar y gasto promedio de la población como factores que permiten dimensionar el tamaño total del mercado de comida en la ciudad. Un 66,40% de la población urbana contesta que definitivamente visitaría el nuevo patio de comidas al ser consultada al respecto, un 10,85% señala que probablemente lo haría.

La población gasta en promedio 13,46 dólares cuando come fuera de su hogar y la frecuencia promedio es de 2,38 veces por semana. Existen 21.711 personas dentro del grupo de población urbana por 2,38 comidas fuera del hogar por semana y por 13,46 de gasto promedio por salida, el tamaño del mercado para locales de comida es 695.507,54 dólares, lo suficientemente amplio para contar con la presencia de una nueva alternativa. Por las razones expuestas en la dimensión de aceptación de mercado el proyecto es también factible.

**CAPÍTULO N° 3**  
**ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1. Localización**

La estructura del patio de comidas requiere para su construcción un espacio aproximado de 570 m<sup>2</sup> que permite acoplar 6 contenedores metálicos, mesas para degustar y un área de parqueo para comodidad de los visitantes, un escenario, pantallas gigantes para transmisión de partidos de fútbol y eventos, un área de bodega para los locales y un espacio para establecer una oficina administrativa. Para el desarrollo del proyecto se ha considerado 3 sectores de la ciudad, por estar ubicados en las vías que conectan con la ciudad de Cuenca, capital del Azuay y tercera ciudad más grande del país, tienen un flujo de tráfico y personas significativo. Las ubicaciones a analizar son: la avenida 24 de mayo, el sector La Playa y el sector del Parque del Migrante.

#### **3.1.1. Avenida 24 de mayo**

La avenida 24 de mayo es una de las vías principales de la ciudad y un punto de alto movimiento vehicular, conecta a la ciudad con Cuenca, tercera ciudad más grande del país, al ser continua a la vía Charasol- Chuquipata- Cuenca. En esta avenida se encuentran ubicados locales comerciales e instituciones importantes como: AKI superdespensa, Kerámicos, concesionario de vehículos Mirasol S.A., restaurante los Picantes de Azogues, restaurante Cuchiilandia, Cruz Roja, Contraloría General del Estado, Secretaria de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT), entre otros. Los terrenos disponibles tienen un área aproximada de 600 m<sup>2</sup>.

#### **3.1.2. La Playa**

El sector La Playa está ubicado en la parte norte de la avenida 16 de abril y la calle Luis González, sector paralelo a la autopista Cuenca –Azogues. En esta zona se encuentra el Centro de Atención Ciudadana, en el que funcionan más de 15 instituciones estatales, el Hospital Homero Castanier Crespo, el Hotel el Paraíso, el parque infantil de la ciudad entre otras instituciones, establecimientos y puntos de relevancia (Diario El Mercurio, 2015). Los terrenos disponibles tienen un área aproximada de 800 m<sup>2</sup>.

#### **3.1.3. Parque del Migrante**

Comprende el sector sur de la avenida 16 de abril y la avenida Andrés F. Córdoba. En esta zona además del parque que posee amplias áreas verdes y juegos recreativos, está ubicado el Terminal Terrestre de la ciudad, punto de alta concurrencia por el cual transitan viajeros provenientes de los demás cantones de la provincia. De igual forma en este sector se encuentra la Universidad Católica de Azogues y el Hospital universitario. Los terrenos disponibles tienen un área aproximada de 800 m<sup>2</sup>.

### 3.2. Matriz de ponderación

Para determinar la localización ideal del proyecto se utiliza una matriz de ponderación de criterios, calificando cada alternativa con una puntuación del 1 al 10, siendo 1 lo menos favorable y 10 lo más favorable, ponderando esta calificación por el porcentaje de representatividad de cada factor, asignado por el autor en base a su relevancia para el proyecto. Se ha considerado factores geográficos, institucionales, comerciales, técnicos y económicos para realizar el análisis, así como las preferencias de los propietarios de locales comerciales y de la población urbana, con la respectiva ponderación. A la opción de mayor representatividad se consideró una puntuación de 10 y a las demás se aplica una regla de tres para calcular su puntuación proporcional conforme se describe en las tablas a continuación:

Tabla N° 11: Ponderación ubicación predilecta para el patio de comidas de los propietarios de locales comerciales

Código	Variables	Frecuencia	%	Ponderación puntos
1	Av. 24 de Mayo	36	65,45%	10
2	La Playa	9	16,36%	3
3	Parque del Migrante	10	18,18%	3
<b>TOTAL</b>		<b>55</b>	<b>100,00%</b>	

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Pedro Flores

Tabla N° 12: Ponderación ubicación predilecta para el patio de comidas de la población urbana

Código	Variables	Frecuencia	%	Ponderación puntos
1	Av. 24 de Mayo	201	68,84%	10
2	La Playa	14	4,79%	1
3	Parque del Migrante	77	26,37%	4
<b>TOTAL</b>		<b>292</b>	<b>100,00%</b>	

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Pedro Flores

Según el análisis realizado se establece que la mejor alternativa para implementar el patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues es la Av. 24 de mayo, que tiene un puntaje de 8,65/10, superior a los 7,60/10 del sector del Parque del Migrante y 7,20/10 del sector La Playa, que son consideradas como segunda y tercera opciones respectivamente. Los factores determinantes para la decisión han sido la preferencia tanto de propietarios de locales de comida como de la población urbana en donde la Av. 24 de mayo es marcadamente la predilecta con mucha diferencia con respecto a las demás opciones.

Tabla N° 13: Matriz de ponderación de criterios para determinar locación ideal para el proyecto

<b>Cuadro de Selección de Locaciones</b>							
<b>Puntaje Máximo 10</b>		<b>Locaciones</b>					
<b>Factores</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Av. 24 de Mayo</b>		<b>La Playa</b>		<b>Parque del Migrante</b>	
		<b>Calif.</b>	<b>Calif. Pond.</b>	<b>Calif.</b>	<b>Calif. Pond.</b>	<b>Calif.</b>	<b>Calif. Pond.</b>
<b><u>Factores Geográficos</u></b>	<b>0,15</b>						
o Acceso a locación	0,05	9	0,45	8	0,40	9	0,45
o Cercanía a vías principales	0,10	10	1,00	9	0,90	9	0,90
<b><u>Factores Institucionales</u></b>	<b>0,10</b>						
o Facilidad de acceso a servicios básicos e internet	0,05	9	0,45	9	0,45	9	0,45
o Cercanía a instituciones de control	0,05	10	0,50	9	0,45	9	0,45
<b><u>Factores Comerciales</u></b>	<b>0,35</b>						
o Cercanía con el mercado objetivo	0,05	9	0,45	8	0,40	9	0,45
o Preferencia de los propietarios de locales de comida	0,10	10	1,00	3	0,30	3	0,30
o Preferencia de consumidores potenciales	0,10	10	1,00	1	0,10	4	0,40
o Flujo de personas	0,10	9	0,90	8	0,80	10	1,00
<b><u>Factores Técnicos</u></b>	<b>0,20</b>						
o Forma del terreno	0,10	8	0,80	10	1,00	8	0,80
o Extensión del terreno	0,10	8	0,80	8	0,80	8	0,80
<b><u>Factores Económicos</u></b>	<b>0,20</b>						
o Costo de arriendo	0,10	6	0,60	8	0,80	8	0,80
o Costo de adecuación	0,10	7	0,70	8	0,80	8	0,80
<b>Total Puntajes</b>	<b>1,00</b>		<b>8,65</b>		<b>7,20</b>		<b>7,60</b>

Fuente: Investigación de campo (2017)

Elaborado por: Pedro Flores

### 3.3. Tamaño

El proyecto de patio de comidas con contenedores Kanara Food Park está planteado para 12 locales, número de espacios respaldado por los resultados obtenidos en el estudio de mercado que avalan el interés de los locales de comida de la ciudad en formar parte de la iniciativa. El proyecto requiere un espacio total de 570 m<sup>2</sup>, 19m de frente por 30m de fondo, siendo una construcción de tipo rectangular. El espacio está distribuido de la siguiente manera: espacio de locales 48 m<sup>2</sup>, cada local tiene un espacio de 4 m<sup>2</sup>; área común de degustación donde se encuentran las mesas y sillas 108 m<sup>2</sup>; área de ingreso y parqueo 190 m<sup>2</sup> (17 espacios de parqueo), área de administración 15 m<sup>2</sup>; área de bodega 24 m<sup>2</sup> y baterías sanitarias 8 m<sup>2</sup>.

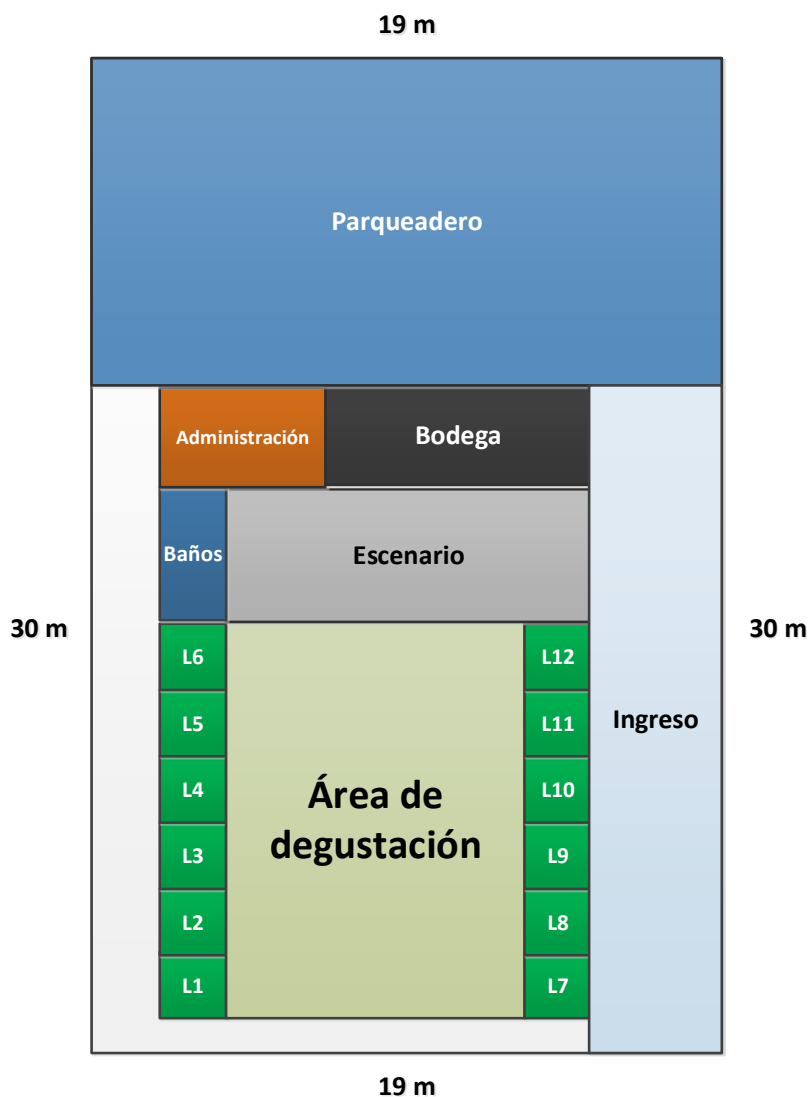


Gráfico N° 20: Layout

Fuente: (Arboleda, 2013)

Elaborado por: Flores, Pedro



### **3.4. Ingeniería**

El montaje del patio de comidas requiere de 3 etapas de construcción definidas: acondicionamiento del terreno, construcción de la estructura y acoplamiento de los contenedores, obra fina y acondicionamiento de los contenedores. Las etapas son de carácter secuencial y la duración aproximada de la construcción total es 3 meses.

La primera etapa: el acondicionamiento del terreno incluye obras de aplanamiento y encementado de la parte del terreno sobre la cual se levanta la infraestructura. Cabe destacar que las alternativas de terreno que fueron consideradas como aptas son de tipo plano por lo cual el aplanamiento no requiere de mayor esfuerzo ni inversión. Se planifica que esta etapa dure 15 días.

La segunda etapa: la construcción de la estructura y acoplamiento de contenedores involucra el levantamiento de la estructura metálica de soporte que da forma al patio de comidas, el acoplamiento de los contenedores metálicos en la estructura, la colocación de la cubierta metálica que cubre el área de degustación y el escenario para eventos y la construcción con bloques de la sección de administración, baños y bodega. La duración estimada de esta etapa es de 1 mes 15 días.

La tercera etapa: obra fina y acondicionamiento de contenedores involucra el pintado y decoración de oficinas administrativas, colocación de letrero principal, adecuación de espacios para cada local, sección administración y sección mantenimiento en bodega, acondicionamiento e instalación de baños, el pintado de los containers según la preferencia de cada arrendatario, espacio para campana extractor, espacio para cocina y repisas en cada local, instalaciones eléctricas, de gas y de agua, colocación de mesas, sillas, televisores, equipos de sonido y cámaras de seguridad. Esta etapa tiene una duración aproximada de 1 mes. La distribución de espacios puede variar de un local a otro en función de las necesidades particulares del establecimiento siguiendo el esquema general que se presenta en los gráficos N° 21 y 22 respectivamente. En la tabla N° 14 se detalla el presupuesto de inversiones en instalaciones y equipos, cabe mencionar que la compra de los contenedores y la construcción de las instalaciones se realiza a través de la empresa cuencana Constructora Grate & Hijos Cia. Ltda.

Tabla N° 14: Presupuesto obras técnicas del patio de comidas

Descripción	Valor	Observación	Proveedor	Portal Web
Contenedores (Incluye transporte y grúa)	6.000,00	6 contenedores de 4m de largo x 2m de alto y 2m de ancho	GARATE & HIJOS CIA. LTDA.	<a href="https://ecuadatos.com/garate-hijos-cia-ltda/">https://ecuadatos.com/garate-hijos-cia-ltda/</a>
Aplanamiento del terreno	1.500,00	15 m de frente x 30 m de fondo no incluye el área de ingreso y parqueo. Valor 5 dólares por m2		
Encementado del terreno	12.000,00	15 m de frente x 30 m de fondo no incluye el área de ingreso y parqueo. Valor 40 dólares por m2		
Estructura metálica patio de comidas	3.000,00	Soportes para cubierta		
Acoplamiento de contenedores a la estructura	1.000,00	División de contenedores, unión con la estructura		
Adecuaciones internas contenedores	3.600,00	Repisas, espacios para cocina, extractor de olores		
Construcción de área administrativa, bodega y baños	14.100,00	47 m2 a un valor de 300 dólares el m2		
Cubierta	3.000,00	Cubierta metálica que cubre el espacio desde los locales de la parte izquierda hasta los locales de la parte derecha y de fondo hasta el escenario, 13 m de frente por 19 m de fondo, 247 m2		
Escenario	500,00	Tarima		
Instalaciones eléctricas	4.000,00	Energía eléctrica e iluminación de los 12 locales, iluminación en el área de gustación, iluminación en administración, bodega, baños, parqueadero y entrada		
Instalaciones de agua y gas	3.000,00	Puntos de agua y gas para los 12 locales, puntos de agua en baños y bodega, calentadores de agua		
Letrero	1.000,00	Letrero con relieve con el nombre del patio		

Descripción	Valor	Observación	Proveedor	Portal Web
Plantas, señalética y basureros	1.000,00	Plantas decorativas, señales de seguridad, basureros	KYWI Supercentro Ferretero	<a href="http://www.kywi.com.ec/">http://www.kywi.com.ec/</a>
Mesas	2.100,00	35 mesas		
Sillas	1.400,00	140 sillas		
Muebles oficina	1.500,00	Estantes, modular, silla giratoria		
Equipo de cómputo administración	800,00	1 computadora portátil y una impresora	La Victoria	<a href="https://lavictoria.ec/">https://lavictoria.ec/</a>
Televisores	2.000,00	4 televisores TCL de 50" con soportes		
Equipos de sonido	1.100,00	Equipo de sonido, amplificación y parlantes		
<b>TOTAL</b>	<b>62.600,00</b>			

Fuente: (GARATE & HIJOS CIA. LTDA., 2018; KYWI Supercentro Ferretero, 2018; La Victoria, 2018; Larotprint Cia. Ltda., 2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

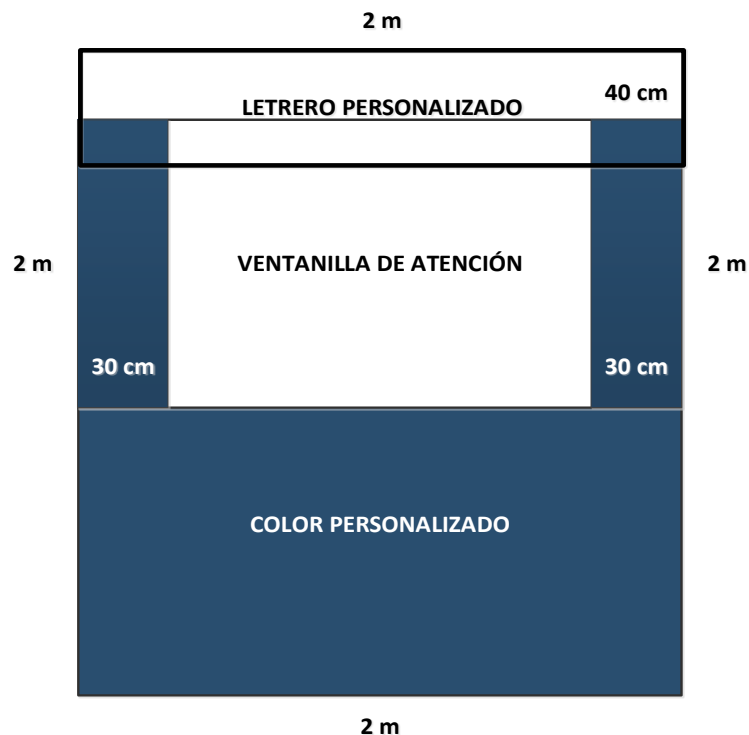


Gráfico N° 21: Diseño de local de comidas

Fuente: (Arboleda, 2013)

Elaborado por: Flores, Pedro

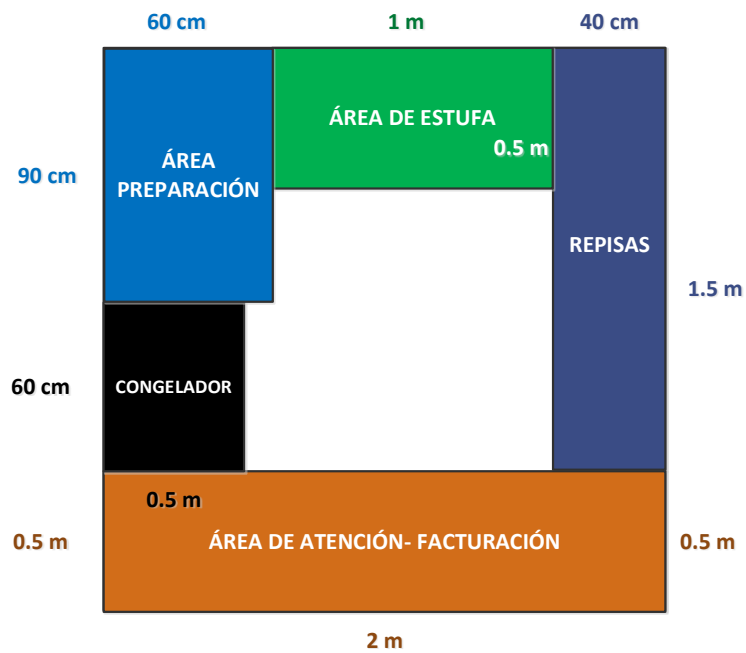


Gráfico N° 22: Distribución interna de espacios de un local

Fuente: (Arboleda, 2013)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 3.5. Políticas generales de funcionamiento

El patio de comidas brinda servicios a los locales miembros, con el pago inicial de 1.500 dólares y el valor del arriendo mensual de 600 dólares: un local adecuado para su funcionamiento, área común de degustación que cuenta con 35 mesas y 140 sillas, un área de parqueadero comunitaria para clientes con 17 espacios, servicios de agua, luz, gas, internet inalámbrico, seguridad privada, pantalla gigante para el área de degustación, ambientación musical durante el horario de funcionamiento, servicio de mantenimiento, limpieza y control del orden de las áreas comunitarias.

El pago inicial que debe realizar un local de comidas para ser parte del patio de comidas de 1.500 dólares ha sido determinado para cubrir las obras básicas del proyecto: encementado del terreno y compra de contenedores cuyo valor sumado es de 18.000 dólares, de esta forma a través de esta política se financia cerca del 30% de las obras totales a realizar para poner en marcha el proyecto.

Con el fin de atraer clientes para los locales miembros se realizan presentaciones mensuales de artistas, además de proyecciones en las pantallas gigantes de partidos de fútbol y eventos de interés público. En cuanto a las presentaciones de artistas es asumido en un 50% por el

patio de comidas y la parte restante se financia a través del cobro de entradas de valor mínimo únicamente para cubrir los costos de realización y gestión del evento.

### **3.6. Normas a cumplir por los locales**

Con el fin de mantener un orden y armonía en el funcionamiento del patio de comidas se han establecido ciertas normas que debe ser practicadas por los establecimientos que decidan ser parte del proyecto:

1. Horario de atención: el patio de comidas funciona el domingo, martes, miércoles de 12h30 a 21h00 y jueves, viernes y sábado de 12h30 a 00h00, los lunes no se atiende al público para la realización de mantenimiento. El horario se extiende solo con la aprobación por unanimidad de todos los locales.
2. Los locales están en la obligación de abrir todos los días en el horario establecido, salvo casos de fuerza mayor debidamente comunicados a la administración.
3. El horario para ingreso de proveedores es de lunes a domingo de 7h00 a 12h00.
4. Los locales deben mantener limpios sus espacios propios, presentar una buena imagen externa, realizar limpiezas de sus trampas de grasa mínimo una vez por semana, separar los residuos de aceite en recipientes apropiados.
5. El personal de cada local debe contar con un uniforme con el logo de su establecimiento.
6. Los locales debe contar con todos los permisos de funcionamiento al día.

### **3.7. Organización administrativa**

El proyecto de patio de comidas de contenedores tiene como clientes a los 12 arrendatarios de los locales y por esta razón no es necesario contar con excesivo personal en el área administrativa. El proyecto requiere únicamente de una persona como administrador de los locales y operaciones, los servicios contables y de marketing son externos. Los servicios contables contratados llevan los registros de la empresa y gestionan el cumplimiento de obligaciones tributarias, por su parte la agencia de marketing externa maneja las campañas a realizar en el patio de comidas.



Gráfico N° 23: Organigrama

Elaborado por: Flores, Pedro

### 3.8. Políticas de calidad

Este proyecto busca la creación de un espacio de recreación donde grupos de amigos se reúnan para degustar alimentos y compartir momentos agradables, para ello resulta de suma importancia mantener estándares de calidad que regulen y garanticen la satisfacción del cliente, esto permite el crecimiento de los consumidores a través de recomendaciones y da prestigio al patio de comidas. El Instituto Ecuatoriano de Normalización cuenta con normativa piloto sobre el sistema de gestión integral de la calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo alimentos y bebidas, la misma ha sido tomada como referencia para establecer las políticas de calidad de “Kanara Food Park”.

#### 3.8.1. Normativa interna

Se crea un manual detallando todas las normas y procedimientos que los locales que conforman el patio son obligados a cumplir. El manual es socializado y revisado con los propietarios de los establecimientos, debe ser aceptado y firmado por los mismos. Debido a los cambios en el entorno que pueden llegar a surgir el manual se revisa cada año, para establecer a través de consenso mejoras y cambios en los procesos establecidos. Adicionalmente se crea un buzón de sugerencias digital para que los consumidores, trabajadores y propietarios de locales realicen observaciones acerca de aspectos por corregir o mejorar.

### **3.8.2. Higiene del personal**

Para evitar la contaminación de los alimentos y cumplir la legislación aplicable en este aspecto, la empresa brinda al personal que prepara y sirve alimentos, la capacitación y adiestramiento permanentes sobre: prácticas de higiene personal, manipulación higiénica de los alimentos, higiene de la planta física, equipos, utensilios y normas de vestimenta. De estas capacitaciones como constancia se lleva un registro escrito (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2015).

### **3.8.3. Infraestructura**

Para la infraestructura, se preserva en perfecto estado la infraestructura física, se asegura el cumplimiento de la reglamentación correspondiente a su clase, se garantiza las condiciones adecuadas para la seguridad, acceso, iluminación y señalética. Se exhibe información visible sobre los servicios ofertados, aforo y horarios de atención. El acceso a proveedores cuando estos interrumpen la normal prestación de servicios se realiza en horario diferenciado. Los servicios sanitarios serán independientes e identificados por género, cuentan con la debida ventilación, dispensadores de papel, toallas y jabón líquido. La limpieza y desinfección de las instalaciones y equipos del establecimiento es diaria y según la periodicidad que estos requieran. Existe un área exclusiva de bodega para los locales y el patio cuenta con 17 espacios de parqueo para los consumidores (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2015; Dolly, 2007).

### **3.8.4. Servicio al cliente**

El personal de todos los establecimientos que conforman practica reglas de cortesía y de trato con el cliente, proporcionan el fácil acceso a la información y los documentos relacionados con las condiciones del servicio ofertado en cuanto al precio y su desglose, acerca de los horarios y formas de pago. El material promocional impreso o digital que se exhiba brinda información verídica y no ambigua de los servicios del establecimiento. Se busca dentro de lo posible atender las exigencias de los consumidores acerca de pequeñas variaciones en los pedidos, se considera las sugerencias (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2015; Dolly, 2007).

## **3.9. Plan de capacitación**

La capacitación de los trabajadores de cada uno de los locales y sus propietarios es un eje del proyecto para lograr su perdurabilidad en el tiempo. Las mismas se realizan de forma mensual para los trabajadores de los locales y de forma trimestral para los propietarios de éstos. Los temas de las capacitaciones son variados y se centran en fomentar una atención diferenciada al cliente. Se busca mantener al personal actualizado acerca de las mejores prácticas con el fin de lograr crecimiento en cada local que conformará Kanara Food Park. Además, se presenta un esquema tentativo de los temas de capacitación para el primer año, para los periodos siguientes los temas se irán seleccionando en función de las necesidades del negocio.

Tabla N° 15: Plan tentativo de capacitación para el primer año

<b>Trabajadores</b>		<b>Propietarios</b>	
	<b>Tema</b>		<b>Tema</b>
Mes 1	Políticas generales	Trimestre 1	Políticas generales del patio
Mes 2	Normas de higiene	Trimestre 2	Marketing
Mes 3	Normas de vestimenta	Trimestre 3	Estrategia de negocio
Mes 4	Reglas de cortesía	Trimestre 4	Plan de crecimiento
Mes 5	Como adaptarse a las exigencias del cliente		
Mes 6	Manipulación de implementos		
Mes 7	Concepto de negocio		
Mes 8	Herramientas de marketing		
Mes 9	Mejora continua		
Mes 10	Atención diferenciada		
Mes 11	Explotar mi producto		
Mes 12	Motivación		

Fuente y elaboración: Flores, Pedro (2018)

### 3.10. Evaluación ambiental

Para el funcionamiento de los locales de comida se emplea energía eléctrica y gas, adicionalmente se utiliza desinfectantes y suministros de limpieza para el mantenimiento del mismo. Durante el funcionamiento se generan desperdicios orgánicos en la preparación y consumo de los alimentos, residuos de plástico y cartón por los recipientes y envases utilizados. En el proyecto no se utiliza elementos químicos nocivos, ni genera un volumen alto de desperdicios orgánicos ni químicos.

Los desperdicios como se menciona en los puntos anteriores son debidamente manejados para mantener la buena imagen del patio de comidas y dar un tratamiento ambientalmente responsable de los mismos, separando de forma especial los aceites utilizados en contenedores propios para ello. Según la ficha de evaluación ambiental empleada detallada en el anexo N° 2, el proyecto pertenece a la categoría dos: "neutral al ambiente" y en base a ello, el proyecto es ambientalmente factible.



**CAPÍTULO N° 4**  
**ESTUDIO LEGAL**

#### **4.1. Constitución de la empresa**

El proyecto planteado se constituye como una sociedad anónima. En la actualidad el trámite de constitución se lo puede realizar por internet a través del portal de Superintendencia de Compañías <http://www.supercias.gob.ec/>. El costo aproximado del proceso de constitución es de 270,20 dólares que corresponde al 70% del sueldo básico unificado como lo establece la tabla de la Superintendencia de compañías, adicional a esto se debe sumar 23,26 de costos notariales por reconocimiento de firmas, dando un total de 293,46 dólares, la duración aproximada es de una semana y no requiere de la contratación de un abogado (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018). Los pasos a seguir según el portal de la superintendencia de compañías son los siguientes:

1. Para iniciar el proceso es necesario registrarse en el portal web de la Superintendencia de Compañías y Valores.
2. Ingresar al sistema Portal de constitución Electrónica de Compañías, seleccionar la opción Constituir una compañía.
3. Ingresar el usuario y contraseña registrado.
4. Seleccione el nombre de la compañía a constituir y presione el botón continuar. El sistema mostrará sus reservas de denominación vigentes, clic en continuar.
5. Se accede al formulario "Solicitud de Constitución de Compañías" que está compuesto por cinco secciones que permiten ingresar información de socios o accionistas, datos de la compañía, cuadro de suscripciones y pago de capital, información de representantes legales y documentos adjuntos.
6. Posterior a ello se pasa a una segunda sección de datos de la compañía donde se registra el nombre comercial, el domicilio legal, la dirección, el plazo, las actividades vinculatorias, los contactos y los establecimientos de la compañía a constituir.
7. En la tercera sección de cuadro de suscripciones y pago de capital, se debe registrar el capital suscrito de la compañía y el valor de las acciones o participaciones.
8. En la cuarta sección de representantes legales se debe registrar, uno por uno, a los representantes legales de la compañía, su información general, domicilio, contactos y representante o apoderado.
9. En la quinta sección de documentos adjuntos se anexa todos los documentos requeridos para la constitución de la compañía solicitados en el proceso.
10. Al finalizar el ingreso de la información en las cinco secciones, el sistema muestra la pantalla con los costos por servicios notariales y registrales correspondientes. Se puede seleccionar la notaría de preferencia, de acuerdo a la provincia y el cantón.

11. En la siguiente pantalla, aparecen las condiciones del proceso de constitución electrónica, es necesario seleccionar el casillero acepto y presionar el botón iniciar trámite.
12. El sistema muestra un mensaje confirmando el inicio exitoso del trámite con el número de trámite correspondiente. El sistema envía un correo electrónico con la información del trámite y los valores que se debe cancelar en el Banco del Pacífico en un plazo de 30 días (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018).

## **4.2. Permisos de funcionamiento**

En esta sección se detallan los principales permisos que debe obtener el patio de comidas para poder operar en la ciudad de Azogues, entre los más relevantes se tiene: obtener el registro único de contribuyente, permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos, permiso anual de funcionamiento, permiso de uso de suelo, categorización del Ministerio de Turismo y registro sanitario.

### **4.2.1. Registro Único de Contribuyente**

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deben obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades. El RUC corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos. El trámite se realiza en el Servicio de Rentas Internas, siendo necesario presentar en el caso de sociedades:

- Escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal (Congreso Nacional del Ecuador, 2016).

### **4.2.2. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos**

Para obtener el permiso por primera vez se debe llenar los dos formularios que se encuentran en la página web de la institución, [www.bomberos.gob.ec](http://www.bomberos.gob.ec), en el enlace Servicios a la Comunidad, e ingresar a la pestaña Aprobación Estudios Contra Incendios y descargar el formulario (Cuerpo de Bomberos, 2018). Adicional a este se debe adjuntar:

- Copia del RUC O RISE.
- Copia del Registro Municipal Obligatorio actualizado
- Factura de la compra de un extintor de 10lb o el extintor físico.
- Copia del predio urbano o rural 2016 o 2017 donde se encuentra el local.

- Visto bueno de la inspección (realizada por el inspector asignado) (Cuerpo de Bomberos, 2018).

#### **4.2.3. Permiso de uso de suelo**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Azogues, a través del Departamento de Control Urbano, otorga los permisos de calificación de uso de suelo. La emisión del permiso de calificación de uso de suelo, se fundamenta en las disposiciones de la ordenanza en vigencia, el documento sirve para la obtención de los permisos de funcionamiento que se lo efectúa por parte del Cuerpo de Bomberos y de la Intendencia General de Policía. Los documentos que se deben presentar son:

- Escrituras o contratos de arriendos, en caso de no ser propio el local
- Cartas de pago, certificados de no adeudar al Municipio
- Original y copia de la patente municipal del año en curso o RUC.
- Original y copia de la cédula de identidad del propietario o representante legal.

En base a esta documentación se realiza la inspección al sitio, y si se cumple las condiciones que establece la ordenanza, se emitirá el permiso. (GAD Municipal de Azogues, 2017).

#### **4.2.4. Permiso anual de funcionamiento**

Los locales comerciales donde presten servicios de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes, o en general, lugares donde se consuman alimentos y bebidas alcohólicas, comercio en general que no estén dentro de la jurisdicción del Ministerio de Turismo, obtienen su Permiso Anual de Funcionamiento (PAF) otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia. (Gobernación del Cañar, 2017).

Los requisitos son los siguientes:

- Fotocopia legible de la cédula de ciudadanía
- Fotocopia legible del RUC
- Fotocopia legible de la Patente (en caso de tenerla)
- Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Funcionamiento de la Comisaría de Ornato del Cantón
- Permiso de Uso de suelo (Licoreras, Bar, Discotecas, Nigth club, Karaokes, Restaurantes.

El costo del trámite es de 15 dólares y se puede realizar desde internet en la dirección <http://www.mdi.gob.ec/app.sitmint4/index/index.php?tp=ms-pf> (Ministerio del Interior, 2016).

#### **4.2.5. Categorización del Ministerio de Turismo**

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: Servicio de alimentos y bebidas.

Los requisitos para personas jurídicas son:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Cédula de identidad
- Papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
- Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

**Procedimiento:** El procedimiento es el siguiente:

El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevista con el funcionario encargado de este proceso, con quién verifica uno a uno el cumplimiento de todos los requisitos y formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro. La inspección consiste en verificar la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en

el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- Actividad Turística
- Tipo Capacidad
- Categoría
- Dirección
- Nombre del propietario

Luego de la inspección, se otorga la clasificación y categoría y se informa al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento, este trámite dura 15 días. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

#### **4.2.6. Registro sanitario**

Para la operación del patio de comidas se debe obtener el permiso sanitario en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Esta entidad realiza una revisión en línea de la categorización otorgada por el Ministerio de Turismo, el número de cédula del representante legal y el RUC. Adicionalmente a esta verificación en línea se debe presentar el formulario de solicitud llenado y el comprobante de pago de la tasa que en el caso de proyecto es de 81,60 dólares, valor que corresponde a los servicios de alimentación colectiva. De igual manera es necesario que cada local de comida que formara parte del patio obtenga de manera individual su permiso sanitario (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria , 2015; Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014).

**CAPITULO N° 5**  
**ESTUDIO FINANCIERO**

## 5.1. Estructura financiera

### 5.1.1. Activos

La inversión requerida para implementar el patio de comidas construido con contenedores es de 77.200 dólares distribuidos en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones fijas de acuerdo al estudio técnico requieren una inversión de 62.600 dólares y a su vez se distribuyen en infraestructura, instalaciones, muebles y enseres, equipos de cómputo y equipos de oficina necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Por su parte los activos diferidos (2.600 dólares) están formados por los estudios de factibilidad, gastos de constitución y gastos de capacitación, de igual forma necesarios para el inicio de operaciones. El capital de trabajo requerido es de 12.000 dólares, este valor incluye el pago de la garantía del arriendo del terreno, el arriendo para los 3 meses de periodo pre-operativo con un valor de 600 dólares adicionales destinado para gastos varios en este periodo, viáticos para promocionar el proyecto y conseguir cubrir los 12 locales, así como un valor destinado para la realización de la inauguración y un rubro para imprevistos, como se detalla en la tabla N° 16.

Tabla N° 16: Inversión en activos patio de comidas

<b>Activos Fijos</b>	
Muebles y enseres	\$ 6.000,00
Equipo de oficina	\$ 3.100,00
Equipo de computo	\$ 800,00
Instalaciones	\$ 7.000,00
Infraestructura	\$ 45.700,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 62.600,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>	
Estudios de factibilidad	\$ 1.000,00
Gastos de constitución	\$ 600,00
Gastos de capacitación	\$ 1.000,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 2.600,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>	
Garantía local arrendado	\$ 1.500,00
Gastos pre operativos	\$ 4.500,00
Viáticos promoción proyecto	\$ 2.000,00
Inauguración	\$ 3.000,00
Imprevistos	\$ 1.000,00
<b>Total Capital de trabajo</b>	<b>\$ 12.000,00</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>\$ 77.200,00</b>

Fuente: Investigación de campo (2018)

Elaborado por: Flores, Pedro



### 5.1.1.1. Depreciación y amortización

Los muebles y enseres se depreciarán a 10 años, los equipos de oficina a 5 años, los equipos de cómputo a 3, las instalaciones a 10 años y la infraestructura a 20 años de acuerdo a lo establecido por el Servicio de Rentas Internas aplicando el método de línea recta, tal como se puede apreciar en la tabla N° 17. Asimismo, se muestra en la tabla N° 18, los activos fijos diferidos que se amortizarán a 5 años (Servicio de Rentas Internas, 2010).

Tabla N° 17: Depreciación de activos fijos

Activos Fijos	Valor activo	Vida útil en años	Valor depreciación anual	Valor al finalizar el proyecto
Muebles y enseres	\$ 6.000,00	10	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Equipo de oficina	\$ 3.100,00	5	\$ 620,00	\$ -
Equipo de computo	\$ 800,00	3	\$ 266,67	\$ (533,33)
Instalaciones	\$ 7.000,00	10	\$ 700,00	\$ 3.500,00
Infraestructura	\$ 45.700,00	20	\$ 2.285,00	\$ 34.275,00
<b>Total</b>	<b>\$ 62.600,00</b>		<b>\$ 4.471,67</b>	<b>\$ 40.241,67</b>

Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: Flores, Pedro

Tabla N° 18: Amortización de activos diferidos

Activos Diferidos	Valor activo	Años de amortización	Valor amortización anual
Estudios de factibilidad	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00
Gastos de constitución	\$ 600,00	5	\$ 120,00
Gastos de capacitación	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00
<b>Total</b>	<b>\$ 2.600,00</b>		<b>\$ 520,00</b>

Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: Flores, Pedro

### 5.1.2. Financiamiento

La inversión requerida para llevar a cabo el proyecto se financia con capital propio y capital ajeno. Se plantea realizar un préstamo con la Corporación Financiera Nacional (CFN) por un valor de 30.000 dólares, valor que cumple la regla exigida por esta entidad financiera de ser menos del 70% de la inversión en activos fijos, la propia construcción constituye la garantía de este préstamo (Corporación Financiera Nacional, 2017). Los restantes 47.200 dólares de inversión son financiados con aportes de socios, de esta manera la estructura financiera del proyecto quedaría 38,86% capital ajeno y 61,14% capital propio, como se indica en la tabla N° 19 y en el anexo N° 3 de la amortización de la deuda.

Tabla N° 19: Estructura de financiamiento

Financiamiento	Inversión	Participación
Crédito	\$ 30.000,00	38,86%
Aporte de socios	\$ 47.200,00	61,14%
<b>Total</b>	<b>\$ 77.200,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: CFN (2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 5.1.2.1. Cálculo de la tasa de descuento

La tasa efectiva anual del crédito a través de la CFN es de 10,35% y para el cálculo de la tasa de descuento a este costo se le aplica un factor de ajuste debido al ahorro fiscal que genera el poder descontar los gastos de intereses de la base imponible del impuesto a la renta. La tasa del 10,35% se reduce en un 36,25%, porcentaje que representa el ahorro fiscal del pago de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta, cálculo que se detalla en la tabla N° 20, aplicando lo indicado, se obtiene como resultado un costo real de la deuda de 6,60% (multiplicando 10,35% por la diferencia entre 100% y la reducción por ahorro fiscal del 36,25%) (Cooperación Financiera Nacional, 2017; Gitman & Zutter, 2012).

Tabla N° 20: Cálculo porcentaje de ahorro fiscal

% que representan de la utilidad operacional	Rubro
100,00	Utilidad Operacional
(15,00)	15% Participación Trabajadores
85,00	Utilidad antes de impuestos
(21,25)	25% Impuesto a la Renta
63,75	Utilidad neta
36,25	Diferencia porcentual entre utilidad neta y utilidad operacional

Fuente: SRI (2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

El costo de capital propio ha sido calculado a través del modelo de fijación de precios de activos de capital (Gitman & Zutter, 2012). Como tasa libre de riesgo (RF) se considera los intereses ofrecidos por el Estado ecuatoriano en la última emisión de bonos del 8,88% anual realizada el 18 de octubre de 2017 (Ministerio de Economía y Finanzas, 2017). Como tasa de rendimiento promedio del mercado (KM) se aplica el 12% debido a que es la tasa utilizada por la CFN para evaluar proyectos (Cooperación Financiera Nacional, 2017). El coeficiente beta de riesgos (B) se establece en 3, el mismo que representa un nivel de riesgo más elevado al de una empresa del mismo sector, por ser un proyecto y un concepto de negocio nuevo en la ciudad. La tasa resultante de la valoración de estos criterios es 18,24%, obtenida como resultado de la

aplicación de la fórmula que se detallada a continuación del modelo de fijación de precios de activos de capital (Gitman & Zutter, 2012).

$$k = k_{RF} + (k_M - k_{RF})\beta$$

Donde:

k = Rendimiento requerido del activo.

k<sub>RF</sub> = Tasa de rendimiento libre de riesgo.

k<sub>M</sub> = Tasa de rendimiento del mercado.

β = Coeficiente de riesgo Beta

$$k = 8,88\% + (12\% - 8,88\%) 3 = 18,24\%$$

Para obtener la tasa de descuento se calcula el costo promedio ponderado de estas fuentes. La deuda tiene un costo real, aplicando el factor de ajuste fiscal, de 6,60% y un peso de 38,86%; el capital propio tiene un costo de 18,24% y un peso de 61,14%; la combinación ponderada de estos valores da como resultado un costo promedio ponderado de 13,72%, que es utilizado como tasa de descuento para la evaluación de factibilidad financiera del proyecto.

Tabla N° 21: Costo promedio ponderado de capital

Financiamiento	Inversión	Participación	Costo	Costo Ponderado
Crédito	\$ 30.000,00	38,86%	6,60%	2,56%
Aporte de socios	\$ 47.200,00	61,14%	18,24%	11,16%
<b>Total</b>	<b>\$ 77.200,00</b>	<b>100%</b>		<b>13,72%</b>

Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: Flores, Pedro

### 5.1.3. Ingresos

El proyecto tiene 2 entradas de ingresos: el pago inicial de cada local para formar parte del patio de comidas de 1.500 dólares y el valor del arriendo mensual de 600 dólares de cada uno de ellos. Por lo expuesto los ingresos son constantes durante todo el año y para las proyecciones financieras se considera de igual manera fijas durante el periodo de evaluación del proyecto, como se detalla en la tabla N°22.

Tabla N° 22: Ingresos constantes del proyecto

Mes	Locales miembros	Valor arriendo	Ingresos
Enero	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Febrero	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Marzo	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Abril	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Mayo	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Junio	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Julio	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Agosto	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Septiembre	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Octubre	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Noviembre	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Diciembre	12	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Total Anual</b>			<b>\$ 86.400,00</b>

Fuente: Investigación de campo (2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

#### 5.1.4. Costos

Los gastos necesarios para el normal funcionamiento del patio de comidas se clasifican en 2 grupos: operativos y administrativos.

##### 5.1.4.1. Costos operativos

El patio tiene la obligación con sus arrendatarios de suministrar agua, luz, internet, brindarles seguridad y mantener limpias las áreas comunes. Los servicios de agua son proporcionados por la Empresa Pública Municipal de Agua Potable, Alcantarillado Y Saneamiento Ambiental del Cantón Azogues (EMAPAL), la energía eléctrica por la Empresa Eléctrica Azogues C.A , el Internet por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), el servicio de televisión pagada es provisto por Direct TV para la transmisión de eventos deportivos y de interés (Empresa Electrica Azogues, 2018; Empresa Municipal de Agua Potable de Azogues, 2018; CNT, 2018; DIRECTV, 2018).

Los servicios de seguridad son proporcionados por la compañía G4S quienes suministrarán 1 guardia de seguridad durante el horario de atención del patio de comidas y cuentan con respuesta inmediata ante imprevistos para lo cual colocan sensores y alertas de pánico (G4S, 2018). Por su parte para ejecutar la limpieza de las áreas comunes se contratará a 2 personas de medio tiempo por el salario básico proporcional actualmente de 389 dólares (Ministerio del Trabajo, 2017), una de miércoles a domingo y otra de viernes a martes para que coincidan juntas el fin de semana donde se espera un mayor movimiento comercial. En el rubro de limpieza se ha considerado el costo real para la empresa de estos salarios (549,46 dólares)

incluyendo los beneficios de ley: aporte patronal, fondos de reserva, décimo cuarto, décimo tercero y vacaciones y un valor de 200 dólares para la compra de suministros para el aseo. Se considera como costo operativo el pago del arriendo del terreno destinado para el proyecto. Revisar el detalle de la tabla N° 23.

Tabla N° 23: Costos operativos del proyecto

Descripción	Valor mensual	Valor anual	Proveedor	Portal Web
Luz	\$ 300,00	\$ 3.600,00	Empresa Eléctrica Azogues	<a href="http://www.eea.gob.ec/">http://www.eea.gob.ec/</a>
Agua	\$ 300,00	\$ 3.600,00	Empresa Municipal de Agua Potable de Azogues	<a href="http://www.emapal.gob.ec/">http://www.emapal.gob.ec/</a>
Internet	\$ 120,00	\$ 1.440,00	CNT	<a href="https://www.cnt.gob.ec/internet/plan/fibra-optica-para-hogares/">https://www.cnt.gob.ec/internet/plan/fibra-optica-para-hogares/</a>
Arriendo terreno	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00		
DIRECTV	\$ 35,00	\$ 420,00	DIRECTV	<a href="http://www.directv.com.ec/paquetes/previo-pago/">http://www.directv.com.ec/paquetes/previo-pago/</a>
Seguridad	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	GAS	<a href="http://www.g4s.com/es-ec">http://www.g4s.com/es-ec</a>
Limpieza	\$ 749,46	\$ 8.993,52	Personal propio	
<b>Total</b>	<b>\$ 3.804,46</b>	<b>\$ 45.653,52</b>		

Fuente: (Empresa Electrica Azogues, 2018; Empresa Municipal de Agua Potable de Azogues, 2018; CNT, 2018; DIRECTV, 2018; G4S, 2018).

Elaborado por: Flores, Pedro

#### 5.1.4.2. Costos administrativos

Se ha presupuestado para esta partida el salario de una persona encargada de organizar el día a día del patio y controlar las operaciones del mismo con el cargo de administrador por 500 dólares, en la tabla N° 24 se muestra el costo real considerando el pago de los beneficios de ley. De igual forma se ha considerado el pago a una agencia de marketing para coordinar la realización de eventos y manejar las redes sociales del patio de comidas, el pago a un contador para llevar las cuentas de la empresa y el gasto de suministros de oficina.

Tabla N° 24: Costos administrativos del proyecto

Descripción	Valor mensual	Valor anual	Proveedor
Administrador	\$ 697,07	\$ 8.364,84	Personal contratado
Servicios contables externos	\$ 300,00	\$ 3.600,00	Ing. Priscila Quintuña Aviles
Servicios de marketing externo	\$ 300,00	\$ 4.800,00	Shock BTL
Suministros de oficina	\$ 30,00	\$ 360,00	Varios
<b>Total</b>	<b>\$ 1.327,07</b>	<b>\$ 15.924,84</b>	

Fuente: (SHOCK BTL, 2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

## 5.2. Evaluación del proyecto

El proyecto planteado puede catalogarse como mediano por la inversión que requiere para su puesta en marcha, en virtud de ello y siguiendo el criterio de expertos en el tema como los autores Germán Arboleda y Gabriel Baca Urbina (Arboleda, 2013; Baca, 2010) se plantea un periodo de 5 años para su evaluación. Considero además a este tiempo lo suficientemente amplio para medir la rentabilidad del proyecto teniendo en cuenta un potencial crecimiento de la competencia en el mercado y la presencia del efecto imitación. La proyección de la propuesta es permanecer por mucho tiempo más en el mercado que 5 años, pero el proyecto debe ser rentable en este lapso de tiempo para constituir una inversión atractiva y factible.

### 5.2.1. Estados financieros proyectados

Para la evaluación del proyecto se ha considerado analizar los 3 estados financieros de mayor relevancia: flujo de efectivo, estado de resultados y balance general. Para la elaboración de los mismos se ha considerado valores corrientes al momento de la realización de este estudio. En el flujo de efectivo se puede apreciar que existe un ingreso importante el primer año por concepto de venta de derechos de participación a los locales, así como también se considera en este periodo dentro de costos administrativos el valor de la inauguración por 3.000 dólares, todos los demás rubros siguen la secuencia de valores presentados anteriormente en este capítulo. El flujo de efectivo se indica en la tabla N° 25.

Tabla N° 25: Flujo de Efectivo proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversiones fijas	\$ (62.600,00)					
Inversiones Diferidas	\$ (2.600,00)					
Capital de trabajo	\$ (12.000,00)					
Crédito	\$ 30.000,00					
Ingresos por venta de espacios		\$ 18.000,00				
Ingresos por arriendo		\$ 86.400,00	\$ 86.400,00	\$ 86.400,00	\$ 86.400,00	\$ 86.400,00
Costos de Operación		\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)
Costos de Administración		\$ (18.924,84)	\$ (15.924,84)	\$ (15.924,84)	\$ (15.924,84)	\$ (15.924,84)
Costos Financieros		\$ (3.105,00)	\$ (2.484,00)	\$ (1.863,00)	\$ (1.242,00)	\$ (621,00)
Depreciaciones		\$ (4.471,67)	\$ (4.471,67)	\$ (4.471,67)	\$ (4.205,00)	\$ (4.205,00)
Amortizaciones		\$ (520,00)	\$ (520,00)	\$ (520,00)	\$ (520,00)	\$ (520,00)
Utilidad antes de impuestos		\$ 31.724,97	\$ 17.345,97	\$ 17.966,97	\$ 18.854,64	\$ 19.475,64
15% Trabajadores		\$ (4.758,75)	\$ (2.601,90)	\$ (2.695,05)	\$ (2.828,20)	\$ (2.921,35)
25% Impuesto a la Renta		\$ (6.741,56)	\$ (3.686,02)	\$ (3.817,98)	\$ (4.006,61)	\$ (4.138,57)
Utilidad después de impuestos		\$ 20.224,67	\$ 11.058,06	\$ 11.453,95	\$ 12.019,83	\$ 12.415,72
Depreciaciones		\$ 4.471,67	\$ 4.471,67	\$ 4.471,67	\$ 4.205,00	\$ 4.205,00
Amortizaciones		\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00
Pago del crédito		\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)
Recuperación Capital de trabajo						\$ 12.000,00
Valor de Salvamento						\$ 40.775,00
<b>Flujo de Efectivo Neto</b>	<b>\$ (47.200,00)</b>	<b>\$ 19.216,34</b>	<b>\$ 10.049,72</b>	<b>\$ 10.445,61</b>	<b>\$ 10.744,83</b>	<b>\$ 63.915,72</b>
<b>Flujo de Efectivo Neto acumulado</b>		<b>\$ 19.216,34</b>	<b>\$ 29.266,06</b>	<b>\$ 39.711,67</b>	<b>\$ 50.456,51</b>	<b>\$ 114.372,23</b>

Fuente: Investigación de campo (2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

En el estado de resultados presentado a continuación en la tabla N° 26 se puede apreciar que los ingresos por ventas son constantes durante el periodo de análisis del proyecto, de igual manera permanecen invariables los gastos administrativos exceptuando el primer año que incluye un gasto por inauguración. Los gastos financieros se reducen progresivamente conforme se va cancelando el crédito y las depreciaciones son constantes durante los primeros 3 años, y tienen una reducción en el cuarto año debido a que se terminan de depreciar los equipos informáticos.

Tabla N° 26: Estado de Resultados proyectado

Descripción	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 86.400,00	\$ 86.400,00	\$ 86.400,00	\$ 86.400,00	\$ 86.400,00
Otros ingresos	\$ 18.000,00				
Costos Operativos	\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)	\$ (45.653,52)
<b>Utilidad Operativa</b>	\$ 58.746,48	\$ 40.746,48	\$ 40.746,48	\$ 40.746,48	\$ 40.746,48
Costos de Administración	\$ (18.924,84)	\$ (15.924,84)	\$ (15.924,84)	\$ (15.924,84)	\$ (15.924,84)
Gastos Financieros	\$ (3.105,00)	\$ (2.484,00)	\$ (1.863,00)	\$ (1.242,00)	\$ (621,00)
Depreciaciones y amortizaciones	\$ (4.991,67)	\$ (4.991,67)	\$ (4.991,67)	\$ (4.725,00)	\$ (4.725,00)
<b>Utilidad antes de beneficios</b>	\$ 31.724,97	\$ 17.345,97	\$ 17.966,97	\$ 18.854,64	\$ 19.475,64
15% Utilidades trabajadores	\$ (4.758,75)	\$ (2.601,90)	\$ (2.695,05)	\$ (2.828,20)	\$ (2.921,35)
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 26.966,23	\$ 14.744,08	\$ 15.271,93	\$ 16.026,44	\$ 16.554,29
25 % impuesto a la renta	\$ (6.741,56)	\$ (3.686,02)	\$ (3.817,98)	\$ (4.006,61)	\$ (4.138,57)
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 20.224,67	\$ 11.058,06	\$ 11.453,95	\$ 12.019,83	\$ 12.415,72

Fuente: Investigación de campo (2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

El balance general del proyecto permite apreciar el progresivo incremento de activos corrientes, la pérdida de valor de los activos fijos a causa de la depreciación, la amortización anual de los activos diferidos, la reducción de la deuda y la acumulación de las utilidades generadas por el proyecto, como se puede apreciar en la tabla N° 27.

Tabla N° 27: Balance General proyectado

Descripción	1	2	3	4	5
<b>Activos Corrientes</b>					
Capital de trabajo	\$ 31.216,34	\$ 41.266,06	\$ 51.711,67	\$ 62.456,51	\$ 73.597,23
<b>Total Activos Corrientes</b>	\$ 31.216,34	\$ 41.266,06	\$ 51.711,67	\$ 62.456,51	\$ 73.597,23
<b>Activos Fijos</b>					
Muebles y enseres	\$ 5.400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.200,00	\$ 3.600,00	\$ 3.000,00
Equipo de oficina	\$ 2.480,00	\$ 1.860,00	\$ 1.240,00	\$ 620,00	\$ -
Equipo de computo	\$ 533,33	\$ 266,67	\$ -	\$ -	\$ -
Instalaciones	\$ 6.300,00	\$ 5.600,00	\$ 4.900,00	\$ 4.200,00	\$ 3.500,00
Infraestructura	\$ 43.415,00	\$ 41.130,00	\$ 38.845,00	\$ 36.560,00	\$ 34.275,00
<b>Total Activos Fijos</b>	\$ 58.128,33	\$ 53.656,67	\$ 49.185,00	\$ 44.980,00	\$ 40.775,00
<b>Activos Diferidos</b>					
Estudios de factibilidad	\$ 800,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ -
Gastos de constitución	\$ 480,00	\$ 360,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ -
Gastos de capacitación	\$ 800,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ -
<b>Total Activos Diferidos</b>	\$ 2.080,00	\$ 1.560,00	\$ 1.040,00	\$ 520,00	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 91.424,67	\$ 96.482,73	\$ 101.936,67	\$ 107.956,51	\$ 114.372,23
<b>Pasivos</b>					
Préstamo Bancario	\$ 24.000,00	\$ 18.000,00	\$ 12.000,00	\$ 6.000,00	\$ -



<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 24.000,00</b>	<b>\$ 18.000,00</b>	<b>\$ 12.000,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>Patrimonio</b>					
Capital social	\$ 47.200,00	\$ 47.200,00	\$ 47.200,00	\$ 47.200,00	\$ 47.200,00
Utilidades/ Pérdidas acumuladas	\$ 20.224,67	\$ 31.282,73	\$ 42.736,67	\$ 54.756,51	\$ 67.172,23
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 67.424,67</b>	<b>\$ 78.482,73</b>	<b>\$ 89.936,67</b>	<b>\$ 101.956,51</b>	<b>\$ 114.372,23</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 91.424,67</b>	<b>\$ 96.482,73</b>	<b>\$ 101.936,67</b>	<b>\$ 107.956,51</b>	<b>\$ 114.372,23</b>

Fuente: Investigación de campo (2018)

Elaborado por: Flores, Pedro

### 5.2.2. Indicadores de evaluación

Los indicadores utilizados para evaluar la factibilidad financiera de la propuesta son calculados en base a la información presentada en los estados financieros proyectados, en especial de los flujos de efectivo y a la tasa de descuento calculada anteriormente de 13,72%, se indica en la tabla N° 28.

Tabla N° 28: Flujos de efectivo para evaluación

<b>Año</b>	<b>Inversión Inicial</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Flujos de Efectivo	\$ (47.200,00)	\$ 19.216,34	\$ 10.049,72	\$ 10.445,61	\$ 10.744,83	\$ 63.915,72
Flujo de Efectivo Neto acumulado		\$ 19.216,34	\$ 29.266,06	\$ 39.711,67	\$ 50.456,51	\$ 114.372,23

Fuente: Tabla N° 25.

Elaborado por: Flores, Pedro

El tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años 8 meses, el tiempo es aceptable considerando que el periodo de evaluación del proyecto de 5 años. El valor actual neto que representa el valor económico que agrega el proyecto es de 24.598,40 dólares, cifra que al ser mayor a 0 es aceptable. La tasa interna de retorno es de 29,33%, muy superior a la tasa de descuento de 13,72% considerada como la rentabilidad mínima exigida para el proyecto, el proyecto bajo este indicador es factible. Por lo expuesto el proyecto es financieramente factible, el análisis de los 3 indicadores principales de evaluación se muestra en la tabla N° 29.

Tabla N° 29: Indicadores de evaluación

<b>Payback</b>	<b>3 años 8 meses</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 24.598,40</b>
<b>TIR</b>	<b>29,33%</b>

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: Flores, Pedro

### 5.2.3. Punto de equilibrio

Kanara Food Park para alcanzar su punto de equilibrio requiere contar con 8,24 locales, este valor representa el 69% de su capacidad operativa y se calcula dividiendo los costos fijos entre

las ventas menos los costos variables. A continuación, se detalla la información utilizada para el cálculo de este indicador, en la cual destacan la gran cantidad de valores fijos con respecto a las ventas ya que la estructura del patio está planteada con un espacio para 12 locales. El modelo de negocio busca la firma de acuerdos a largo plazo de arriendo con lo cual se asegura la presencia de los locales comerciales en el proyecto y se garantiza los ingresos del mismo. El valor obtenido como punto de equilibrio es un referente importante para iniciar operaciones de forma emergente en el caso de no haber logrado cerrar acuerdos con 12 locales antes de la inauguración. Revisar tablas N° 30, 31 y 32.

Tabla N° 30: Ingresos mensuales del proyecto

Componentes	Valor x local	Valor Total
Arriendo local	\$ 600,00	\$ 7.200,00

Fuente: Tabla N° 22

Elaborado por: Flores, Pedro

Tabla N° 31: Costos variables del proyecto

Componentes	Valor x local	Valor Total
Luz	\$ 25,00	\$ 300,00
Agua	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>Total</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 600,00</b>

Fuente: Tabla N°23

Elaborado por: Flores, Pedro

Tabla N° 32: Costos fijos del proyecto

Componentes	Valor
Internet	\$ 120,00
Arriendo terreno	\$ 1.300,00
DIRECTV	\$ 35,00
Seguridad	\$ 1.000,00
Limpieza	\$ 749,46
Administrador	\$ 697,07
Servicios contables externos	\$ 300,00
Servicios de marketing externo	\$ 300,00
Suministros de oficina	\$ 30,00
<b>Total</b>	<b>\$ 4.531,53</b>

Fuente: Tabla N° 23

Elaborado por: Flores, Pedro

Como se puede apreciar los ingresos y gastos del proyecto tienen características distintivas particulares, las ventas tienen un límite dado por la capacidad operativa de 12 puestos y dado que el proyecto está pensado con esa estructura específica por temas de logística los costos fijos son más del 85% de los costos totales. Esta situación ocasiona que el proyecto sea inviable

con un número bajo de participantes y que requiera una ocupación mínima de 9 locales (redondeando el valor de 8,24 ya que las unidades son indivisibles en términos parciales y funcionar cubriendo los costos fijos y variables.

Tabla N° 33: Punto de equilibrio

% Capacidad instalada	Ventas en unidades	Ventas en dólares	Costos Variables	Costos Fijos	Costo Total
100%	12,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 4.531,53	\$ 5.131,53
75%	9,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 4.531,53	\$ 4.981,53
<b>69%</b>	<b>8,24</b>	<b>\$ 4.944,00</b>	<b>\$ 412,00</b>	<b>\$ 4.531,53</b>	<b>\$ 4.943,53</b>
42%	5,00	\$ 3.000,00	\$ 250,00	\$ 4.531,53	\$ 4.781,53
0%	0,00	\$ -	\$ -	\$ 4.531,53	\$ 4.531,53

PE

Fuente: Tablas N° 30, 31 y 32

Elaborado por: Flores, Pedro

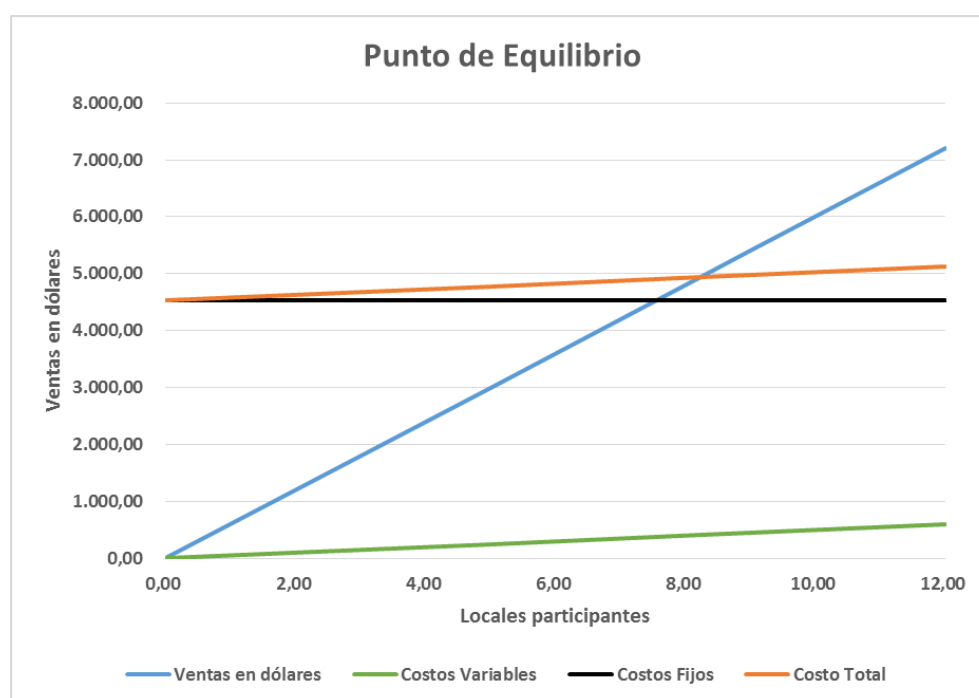


Gráfico N° 24: Punto de equilibrio gráfico

Fuente: Tabla N° 33

Elaborado por: Flores, Pedro

#### 5.2.4. Análisis de escenarios

Con el fin de medir la fortaleza de los resultados obtenidos por el proyecto en los principales indicadores financieros se han planteado 2 escenarios negativos para el análisis: un incremento en costos del 10% (operativos y administrativos) y una reducción de 10% en los ingresos. Como se puede apreciar en la tabla N° 34 el proyecto sigue siendo factible en los 2 escenarios

planteados, el tiempo de recuperación de la inversión sigue estando dentro del periodo de análisis establecido de 5 años, el VAN bajo las propuestas se mantiene en números positivos y la tasa interna de retorno es superior a la tasa de descuento. Si bien existe una reducción en el VAN y en el margen de diferencia entre la TIR y la tasa de descuento y una prórroga en el tiempo de recuperación es muy positivo que el proyecto sea factible ante estos escenarios adversos.

Tabla N° 34: Análisis de sensibilidad

Indicador	Escenario normal	Con incremento de 10% en costos	Con reducción de 10% en ingresos
Payback	3 años 8 meses	4 años 3 meses	4 años 4 meses
VAN	\$ 24.598,40	\$ 10.417,33	\$ 4.552,95
TIR	29,33%	20,30%	16,57%
<b>Decisión</b>	<b>Aceptable</b>	<b>Aceptable</b>	<b>Aceptable</b>

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: Flores, Pedro

### 5.2.5. Análisis beneficio costo

Los beneficios económicos que genera el proyecto traídos a valor presente, representan 71.798,40 dólares, el costo de llevar a cabo el proyecto es de 47.200,00 dólares, el indicador beneficio costo da como resultado una relación de 1,52, los beneficios del proyecto superan en un 56% a su costo, por lo cual la propuesta es viable y atractiva.

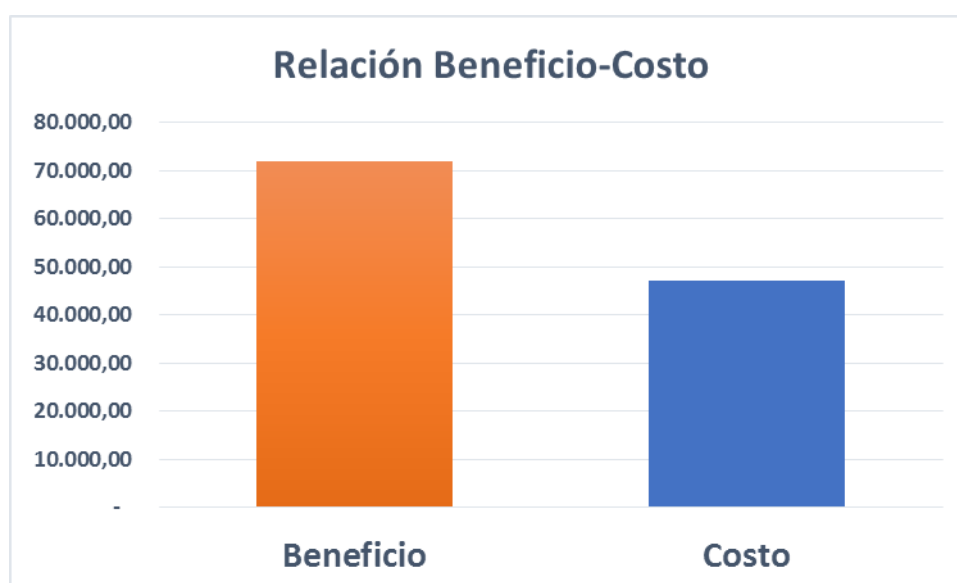


Gráfico N° 25: Relación Beneficio Costo

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: Flores, Pedro

### **5.2.6. Sostenibilidad**

La sostenibilidad en el tiempo del proyecto está ligada al crecimiento de la ciudad su flujo diario de personas y sobre todo de la creatividad de los administradores del patio de comidas para generar elementos nuevos en el proyecto y mantener el interés de la población. De acuerdo al INEN la población de la ciudad crece en un 1,5% anual, la población provincial se incrementa en un promedio en 1,7% anual, el desarrollo de la Universidad Nacional de la Educación de Azogues son factores importantes en el flujo de personas, la entidad proyecta contar con 18.000 estudiantes para 2021, 20 veces más que en la actualidad (INEC, 2017; Diario El Telégrafo, 2017).

En cuanto a captar el interés de la población en el proyecto de forma sostenida y su éxito radica en dos elementos: mantener la calidad del servicio y generar elementos nuevos. Para contar con el primer elemento es necesario estandarizar y mantener la calidad del servicio brindado con el fin de consolidar al patio de comidas como un lugar atractivo de visitar, un lugar donde siempre se puede obtener una experiencia agradable, para ello es necesario realizar controles y capacitaciones periódicas a los locales. Por otro lado, para contar con el segundo elemento se debe trabajar de forma planificada con una agencia de marketing como se ha planteado en el desarrollo del proyecto. Se programa en conjunto con la administración el desarrollo de eventos de interés tales como: presentación de artistas, transmisión de eventos deportivos, eventos de interés general, realización de concursos y de esta manera se crea para la población nuevas razones para seguir acudiendo a degustar alimentos en el patio de comidas y compartir momentos agradables con grupos de amigos.

## CONCLUSIONES

El cantón Azogues brinda condiciones de entorno necesarias para el desarrollo del proyecto, es uno de los territorios más desarrollados de la provincia del Cañar, cuenta con una población de 82.497 habitantes (INEC, 2017). Es un área de conectividad y constituye un punto de paso obligatorio para los habitantes de los cantones de la provincia del Cañar que se dirigen al sur del país que cuenta con una población proyectada para 2017 de 173.473 habitantes. Azogues cuenta con una infraestructura vial apropiada que permite tener acceso a la mayoría de sus parroquias y a los demás cantones, esto lo convierte en el nodo comercial más importante de la zona.

De acuerdo al levantamiento de información primaria realizado un 23,80% de propietarios de locales de comida de la ciudad están dispuestos a formar parte del patio de comidas pagando el valor inicial de 1.500 dólares y el arriendo mensual de 600 dólares. Proyectando este porcentaje al número total de locales existente tendríamos 25,47 locales ( $23,80\% \times 107$  locales) lo cual es algo más que el doble de espacios disponibles por lo cual en esta dimensión se tiene la aceptación requerida para llevar a cabo el proyecto.

La población urbana gasta en promedio 13,46 dólares cuando come fuera de su hogar y la frecuencia promedio es de 2,38 veces por semana. Existen 21.711 personas dentro de esta categoría multiplicado por 2,38 comidas fuera del hogar por semana y por 13,46 de gasto promedio por salida, el tamaño del mercado para locales de comida es 695.507,54 dólares semanales, lo suficientemente amplio para contar con la presencia de una nueva alternativa.

Existe un alto nivel de interés de parte de la población urbana hacia la existencia del proyecto. Un 66,40% de la población urbana contesta en la encuesta realizada que definitivamente visitaría el nuevo patio de comidas, un 10,85% señala que probablemente lo haría y únicamente un 22,75% señaló que definitivamente no visitaría el local.

Según el análisis realizado la mejor alternativa para implementar el patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues es en la Av. 24 de Mayo, siendo factores determinantes para la decisión la preferencia tanto de propietarios de locales de comida como de la población urbana. El proyecto requiere un espacio total de 570 m<sup>2</sup> y una inversión en infraestructura de 62.600 dólares. Ambientalmente está catalogado como “neutral al ambiente” y no requiere ningún permiso especial para su funcionamiento adicional a los exigidos a establecimientos de comida.

El proyecto genera una tasa interna de retorno de 29,33%, un valor actual neto de \$ 24.598,40 dólares y tiene un periodo de recuperación de la inversión de 3 años 8 meses. El punto de equilibrio del proyecto se alcanza con una participación de 9 locales (8,24). La tasa interna de retorno supera a la tasa de descuento de 13,72% por 15 puntos, el Van es positivo y el tiempo de recuperación está dentro del rango de evaluación establecido de 5 años. Por lo expuesto el proyecto es financieramente factible y representa una inversión atractiva.

## RECOMENDACIONES

Realizar el proyecto en un lapso no mayor a 2 años. Se considera que en este tiempo las condiciones de mercado pueden ser distintas a las actuales a tal grado que tal vez no sean el mejor momento para empezar un proyecto de este tipo. Parte del éxito de la propuesta radica en ser los primeros en la ciudad en implementar un establecimiento de este tipo.

En caso de no poder implementar el patio de comidas en la Av. 24 de mayo, considerar que el sector del Parque del Migrante y el sector La Playa como buenas opciones para instalarlo, puesto que el perímetro urbano de la ciudad no es considerablemente extenso y no existen diferencias marcadas en distancia ni tiempo entre los puntos analizados.

Considerar ampliar el estudio e introducir como parte del patio locales que expendan bebidas alcohólicas, esta inclusión potencialmente acrecenta el número de visitantes nocturnos al patio de comidas, pero también requiere de un mayor control, gestión de permisos y gastos en seguridad.

A largo plazo, cuando los rendimientos financieros generados por el proyecto lo avalen, considerar la adquisición del terreno en donde se levanta el patio de comidas para contar con estabilidad permanente y ser los dueños del espacio.



## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria . (2015). *Arcsa entregará permisos de funcionamiento en Azogues y Cañar*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-entregara-permisos-de-funcionamiento-en-azogues-y-canar/>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2014). *Guía de Requisitos que se requieren para la Obtención del Permiso de Funcionamiento de los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Arboleda, G. (2013). *Proyectos: identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Colombia: Alfaomega.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Formación Bruta De Capital Fijo 2007-2015*. Recuperado el 23 de Octubre de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Anuales/Dolares/FBKfvd.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Cuentas Nacionales Anuales*. Recuperado el 24 de Octubre de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/763>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Ecuador: Reporte Mensual de Inflación Agosto 2017*. Recuperado el 24 de Octubre de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201708.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Índice de precios al consumidor, productor y mercado laboral*. Recuperado el 25 de Octubre de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/315-indice-de-precios-al-consumidor-y-productor-salarios-empleo-y-mercado-laboral>
- Centro Comercial Bartolomé Serrano. (2018). *Centro Comercial Bartolomé Serrano*. Recuperado el 1 de Enero de 2018, de <http://www.ccbartolomeserrano.com/>
- Chan Kim, W., & Mauborgne, R. (2015). *La estrategia del océano azul*. Boston: Profit.
- CNT. (2018). *Corporación Nacional de Telecomunicaciones*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de <https://www.cnt.gob.ec/internet/plan/fibra-optica-para-hogares/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2016). *CEPAL: Aumenta fuertemente el uso y el acceso a Internet en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 13 de Octubre de 2017, de <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-aumenta-fuertemente-uso-acceso-internet-america-latina-caribe>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2016). *Ley del registro único de contribuyentes*. Quito: Registro Oficial.
- Cooperación Financiera Nacional. (2017). *Matriz de tasas de interés*. Recuperado el 17 de Febrero de 2017, de [http://www.cfn.fin.ec/images/stories/Sin\\_t%C3%ADtulo-2.pdf](http://www.cfn.fin.ec/images/stories/Sin_t%C3%ADtulo-2.pdf)
- Cooperación Financiera Nacional. (2017). *Matriz de tasas de interés*. Recuperado el 17 de Febrero de 2017, de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/06/tasas-de-Inter%C3%A9s-junio-2017.pdf>
- Cuerpo de Bomberos. (2018). *Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento*. Recuperado el 14 de Enero de 2018, de <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/Permisos-para-Locales-Comerciales/30>
- Diario El Comercio. (2014). *Ecuador paga más para volver al mercado*. Recuperado el 17 de Febrero de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-bonos-presupuesto.html>
- Diario El Comercio. (2016). *Un Container Park comestible abre en Cumbayá*. Recuperado el 26 de Octubre de 2017, de <http://www.elcomercio.com/sabores/container-park-comestible-abre-cumbaya.html>
- Diario El Mercurio. (25 de Agosto de 2015). *Azogues: centro de atención ciudadana funciona con 15 instituciones*.
- Diario El Telégrafo. (2017). *Presidente Moreno visita la Universidad de Educación*. Recuperado el 22 de Octubre de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/2/presidente-moreno-visita-la-universidad-de-educacion>
- Diario El Tiempo. (11 de Abril de 2017). *Containers Park, un patio de comidas diferente*. *Diario El Tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/empresarial/11/410939/containers-park-un-patio-de-comidas-diferente>
- Diario El Universo. (2017). *'La situación es crítica', asegura Lenín Moreno al presentar el diagnóstico de la economía de Ecuador*. Recuperado el 18 de Octubre de 2017, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/28/nota/6302644/situacion-es-critica-asegura-lenin-moreno-presentar-diagnostico>
- Diario El Universo. (2017). *Ecuador coloca \$ 2.500 millones y se endeuda con bonos y reserva de oro*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/10/18/nota/6437035/ecuador-emitira-deuda-dolares-10-anos-segun-ifr>
- Diario El Universo. (2017). *Lenín Moreno asume Presidencia de Ecuador*. Recuperado el 19 de Octubre de 2017, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/05/24/nota/6198136/lenin-moreno-asume-presidencia-ecuador>

- Diario El Universo. (2017). *Plan económico de Lenín Moreno para Ecuador se sustenta en impuesto a la renta*. Recuperado el 22 de Octubre de 2017, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/10/11/nota/6426475/cinco-temas-tiene-programa-economico-lenin-moreno-ecuador>
- DIRECTV. (2018). *Paquetes de programación*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de <http://www.directv.com.ec/paquetes/previo-pago/>
- Dolly, B. (2007). *Administración de servicios de alimentación y nutrición*. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Empresa Electrica Azogues. (2018). *Empresa Electrica Azogues*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2017, de <http://www.eea.gob.ec/>
- Empresa Municipal de Agua Potable de Azogues. (2018). *Empresa Municipal de Agua Potable de Azogues*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de <http://www.emapal.gob.ec/>
- G4S. (2018). *Empresa de seguridad integrada mundial*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de <http://www.g4s.ec/>
- GAD Municipal Azogues. (2016). *Turismo*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de <http://www.turismo.azogues.gob.ec/index.php/turismo/religioso>
- GAD Municipal Azogues. (2017). *Atractivos Turísticos*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de <http://www.azogues.gob.ec/portal25/index.php/attractivos-turisticos/turismo-religioso>
- GAD Municipal de Azogues. (2015). *Plan del Buen Vivir y Ordenamiento Territorial*. Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de <http://www.azogues.gob.ec/portal25/index.php/pac-2016/finish/71-s-resoluciones-actas-plan-de-desarrollo/243-resumen-plan-desarrollo>
- GAD Municipal de Azogues. (2017). *Se emite calificación de suelo para entrega de permisos de funcionamiento de centros de diversión*. Recuperado el 14 de Enero de 2018, de <http://www.azogues.gob.ec/portal25/index.php/noticias/proyectos/2463-se-emite-calificacion-de-suelo-para-entrega-de-permisos-de-funcionamiento-de-centros-de-diversion>
- GAD Provincia del Cañar. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Cañar 2015 - 2019*. Azogues: Senplades.
- GARATE & HIJOS CIA. LTDA. (2018). *GARATE & HIJOS CIA. LTDA*. Recuperado el 22 de Enero de 2018, de <https://ecuadatos.com/garate-hijos-cia-ltda/>
- Gido, J., & Clements, J. (2012). *Administración exitosa de proyectos*. México: Cengage Learning.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera* (Desimosegunda ed.). México: Pearson.
- Gobernación del Cañar. (2017). *Permisos de funcionamientos*. Recuperado el 14 de Enero de 2018, de <http://gobnacioncanar.gob.ec/permisos-de-funcionamientos/>
- INEC. (2017). *Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones*. Quito: Ecuador en cifras.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2017). *Proyección De La Población Ecuatoriana, Por Años Calendario, Según Cantones 2010-2020*. Recuperado el 12 de Octubre de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2015). *Sistema de gestión integral de la calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo: alimentos y bebidas*. Recuperado el 9 de Diciembre de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/NORMA-PILOTO-ALIMENTOS-Y-BEBIDAS-MARCA-Q.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Censo económico por ciudades*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2017, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/cenec/presentaciones\\_por\\_ciudades/presentacion\\_azogues.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/cenec/presentaciones_por_ciudades/presentacion_azogues.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICS) 2016*. Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- KYWI Supercentro Ferretero. (2018). *KYWI Supercentro Ferretero*. Recuperado el 21 de Enero de 2018, de <http://www.kywi.com.ec/>
- La Victoria. (2018). *La Victoria*. Recuperado el 21 de Enero de 2018, de <https://lavictoria.ec/>
- Larotprint Cia. Ltda. (2018). *Larotprint Cia. Ltda*. Recuperado el 21 de Enero de 2018, de <http://www.larotprint.com/>
- Malhondra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). México: Editorial Pearson.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). México: Editorial Pearson.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2017). *Boletín Deuda Interna Nro. 154*. Recuperado el 25 de Febrero de 2018, de [http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/DI\\_OCTUBRE-2017.pdf](http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/DI_OCTUBRE-2017.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Turismo en cifras: Boletín Mensual 2016-2017*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Categorización de actividades turísticas*. Recuperado el 14 de Enero de 2018, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-actividades-turisticas/110-registro-de-alimentos-y-bebidas>

- Ministerio del Interior. (2016). *Manual De Usuario Sistema De Emisión De Permiso De Funcionamiento*. Quito: Policía Nacional del Ecuador.
- Ministerio del Trabajo. (2017). *Ministerio del Trabajo establece Salario Básico Unificado 2018*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de <http://www.trabajo.gob.ec/ministerio-del-trabajo-establece-salario-basico-unificado-2018/>
- Revista Líderes. (2011). *Gastronomía y consumidor*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2017, de [http://especiales.elcomercio.com/2011/11/especial\\_gastronomia\\_consumidor/01\\_preferencias\\_gastronomicas.html](http://especiales.elcomercio.com/2011/11/especial_gastronomia_consumidor/01_preferencias_gastronomicas.html)
- Robles López, M. (1988). *Teogonia y demiurgos en la cultura Canari*. California: Universidad de California.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). *Ficha de cifras generales Cantón Azogues*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0301\\_AZOGUES\\_CA%C3%91AR.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0301_AZOGUES_CA%C3%91AR.pdf)
- Servicio de Rentas Internas. (2010). *Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*. Quito: Registro Oficial.
- SHOCK BTL. (2018). *Agencia de Marketing Shock BTL*. Recuperado el 28 de Enero de 2018, de [https://www.facebook.com/pg/shockbtl/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/shockbtl/posts/?ref=page_internal)
- Sistema Nacional de Información. (2017). *Proyecciones y Estudios Demográficos*. Recuperado el 12 de Octubre de 2017, de <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2018). *Constitución Electrónica de Compañías*. Recuperado el 17 de Enero de 2018, de [http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons\\_elec.zul#PhotoSwipe1516166630103](http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons_elec.zul#PhotoSwipe1516166630103)
- Visita Ecuador. (2017). *Cerro cojitambo en Azogues*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de <https://www.visitaecuador.com/>

## **ANEXOS**

Anexo N° 1

FORMATO DE ENCUESTA A  
PROPIETARIOS DE LOCALES DE COMIDA



N°.....

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS  
ENCUESTA

Fecha:.....

Soy estudiante de la Universidad Técnica Particular de Loja y realizando una investigación de mercados para determinar la factibilidad de implementar un patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues: "Kanara Food Park". Esta encuesta está dirigida a propietarios de locales de comida de la ciudad.

Por favor marque con una X la respuesta de cada una de sus preguntas.

1. ¿Cuál es su tipo de comida principal que ofrece su local? (Marcar solamente uno)

1	Rápida	
2	Oriental	
3	Mariscos	
4	Mexicana	
5	Parrilladas	
6	Típica	
7	Otra	

Especificar

2. Considera que el rango de precios de la comida que oferta su local es:

1	Bajo	
2	Medio	
3	Alto	

3. ¿Le gustaría tener una sucursal en un nuevo patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues por un valor de 1.500 dólares? (el valor le proporciona un local adecuado para su funcionamiento de 4 m2).

Definitivamente no	Probablemente	Definitivamente sí
1	2	3

En caso de que su respuesta sea definitivamente no el cuestionario ha terminado.  
**Gracias**

4. ¿En cuál de los siguientes sectores preferiría que este ubicado el nuevo patio de comidas?.

1	Av. 24 de Mayo	
2	La playa	
3	Parque del migrante	
4	Otro	

**Especificar**

5. ¿Estaría dispuesto a pagar un arriendo mensual de 600 dólares (incluido alícuota de mantenimiento, agua, luz, internet y guardianía)?.

Sí  1 No  2

6. Califique en una escala del 1 al 5 la importancia que le da a los siguientes servicios complementarios en un lugar de comidas

Factores		Poco importante	Algo importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante
1	Televisión	1	2	3	4	5
2	Wifi	1	2	3	4	5
3	Música en vivo	1	2	3	4	5
4	Parqueo	1	2	3	4	5

7. De los siguientes medios publicitarios escoja su favorito. (Marque solamente uno).

1	Internet	
2	Hojas volantes	
3	Prensa escrita	
4	Radio	
5	Televisión	
6	Redes sociales	
7	Otro	

**Especificar**

**Gracias por su colaboración!**

**FORMATO DE ENCUESTA A  
POBLACIÓN URBANA DE LA CIUDAD**



N°.....

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS  
ENCUESTA**

**Fecha:**.....

Soy estudiante de la Universidad Técnica Particular de Loja y realizando una investigación de mercados para determinar la factibilidad de implementar un patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues: "Kanara Food Park". Esta encuesta está dirigida a la población urbana de la ciudad.

Por favor marque con una X la respuesta de cada una de sus preguntas.

**1. Elija su rango de edad**

15 – 24	<input type="checkbox"/>
25 – 39	<input type="checkbox"/>
40 – 54	<input type="checkbox"/>

**2. ¿Cuál es su tipo de comida favorita?**

1	Rápida	<input type="checkbox"/>
2	Oriental	<input type="checkbox"/>
3	Mariscos	<input type="checkbox"/>
4	Mexicana	<input type="checkbox"/>
5	Parrilladas	<input type="checkbox"/>
6	Típica	<input type="checkbox"/>
7	Otra	<input type="checkbox"/>

**Especificar**

**3. ¿En qué lugar come de forma habitual?**

1	Restaurante	<input type="checkbox"/>
2	Centro comercial	<input type="checkbox"/>
3	Trabajo	<input type="checkbox"/>
4	Hogar	<input type="checkbox"/>
5	Otro	<input type="checkbox"/>

**Especificar**

4. ¿Cuántas veces por semana come fuera de su hogar?

5. ¿De forma aproximada cuánto gasta cuando come fuera de su hogar? (Por favor dimensionar el gasto de forma individual)

 dólares

6. ¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo patio de comidas construido con contenedores en la ciudad de Azogues?.

Definitivamente no visitaría	Probablemente visitaría	Definitivamente visitaría
1	2	3

En caso de que su respuesta sea definitivamente no el cuestionario ha terminado. Gracias

7. ¿En cuál de los siguientes sectores preferiría que este ubicado el nuevo patio de comidas?.

1	Av. 24 de Mayo	
2	La playa	
3	Parque del migrante	
4	Otro	

Especificar

8. Califique en una escala del 1 al 5 la importancia que le da a los siguientes servicios complementarios en un lugar de comidas

Factores	Poco importante	Algo importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante
1 Televisión	1	2	3	4	5
2 Wifi	1	2	3	4	5
3 Música en vivo	1	2	3	4	5
4 Parqueo	1	2	3	4	5

9. De los siguientes medios publicitarios escoja su favorito. (Marque solamente uno).

1	Internet	
2	Hojas volantes	
3	Prensa escrita	
4	Radio	
5	Televisión	
6	Redes sociales	
7	Otro	Especificar

Gracias por su colaboración!



## Anexo N° 2

### FICHA DE EVALUACIÓN AMBIENTAL (UCA - CFN)

PUNTAJE:	46	CATEGORÍA AMBIENTAL:	CRITERIO:
PORCENTAJE:	46%	CLASE 2	Neutral al ambiente

#### VALORACIÓN PRELIMINAR

1. De acuerdo a la Tabla N° 1 (Valoración ambiental por actividades productivas) adjudique el respectivo puntaje al proyecto:

VALORACIÓN : 2

#### CONTAMINACIÓN AL AIRE

2. Señale la fuente principal de energía del proyecto:

			Calificación
a	Electricidad	4	4
b	Gas	8	8
c	Búnker	5	5
d	Gasolina	5	5
e	Diesel	5	5
f	Maera	5	5
g	Ninguna	4	4
Puntaje		4	

3. Ruido en el área comprendida del proyecto es:

			Calificación
a	Muy alto	8	8
b	Alto	6	6
c	Medio	4	4
d	Bajo	2	2
e	Ninguno	2	2
Puntaje		2	

## CONTAMINACIÓN AL AGUA

4. Especifique el tipo de sustancias que contienen las aguas de desecho (provenientes del proceso de limpieza, baños, etc.)

			Calificación
a	Detergentes	5	5
b	Colorantes		8
c	Ácidos		7
d	Lejías		6
e	Preservantes		4
f	Saborizantes	3	3
g	Materia orgánica	4	4
h	Plaguicidas		8
i	Otros compuestos: lubricantes, etc.)		10
j	No hay aguas de desecho		
Puntaje		12	

5. Describa el camino de las aguas de desecho

			Calificación
a	Alcantarillado	4	4
b	Calle		8
c	Río		8
d	Quebrada		8
e	Tanque séptico		4
f	Recicladas		2
g	No hay aguas de desecho		
Puntaje		4	

## DESECHOS SÓLIDOS

6. Especifique el tipo de desechos sólidos generados

			Calificación
a	Papel	5	5
b	Plástico	8	8
c	Téxtiles (retazos)		7
d	Metales		8
e	Desechos orgánicos (carne, cáscara, aceites, otras)	5	5
f	No hay desechos sólidos		0
Puntaje		18	

7. Especifique el destino de los desechos sólidos

			Calificación
a	Recolector de basura	2	2
b	Alcantarillado		6
c	Calle		8
d	Río		8
e	Quebrada		8
f	Quemados		4
g	Enterrados		3
h	Reusados o reciclados		1
i	No hay desechos sólidos		
Puntaje		2	

## SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

8. En el caso de **proyectos agrícolas**, especifique el **color de etiqueta** del producto más tóxico utilizado:

			Calificación
a	Roja: altamente tóxico		10
b	Amarillo: moderadamente tóxico		8
c	Azul: ligeramente tóxico		6
d	Verde: sin peligro		4
Puntaje			

9. Especifique las medidas de protección laboral aplicadas (PROYECTOS AGROPECUARIOS)

			Ponga x <b>si</b> utilizan la medida de protección :
1	a	Ropa - mandil	
2	b	Guantes	
3	c	Mascarillas	
4	d	Gafas	
5	e	Orejas	
6	f	Casco	
7	g	Botas	
8	h	Extintor de incendio	
9	i	Exámenes médicos	
10	j	Otra protección usada	
			SUMA :

10. A su criterio y considerando el tipo de actividad por usted analizada califique las medidas de protección presente en este proyecto:

	Puntaje	2	puntos
Muy bueno	2	2	puntos
Bueno	5		puntos
Regular	7		puntos
Malo	10		puntos

Para aquellos proyectos en los que **NO** se hace uso de agroquímicos, la ficha será calificada sobre 80 puntos (8 preguntas contestadas). Al valor obtenido se dividirá para 80 y se multiplicará por 100, obteniéndose el porcentaje respectivo.

CATEGORÍAS AMBIENTALES Y PORCENTAJES DE LOS PROYECTOS		
CATEGORÍA	IMPACTO	PORCENTAJE
I	Beneficioso al ambiente	0% - 25 %
II	Neutral al ambiente	25% - 50 %
III	Impactos ambientales potenciales negativos moderados	50% - 75%
IV	Impactos ambientales potenciales negativos significativos	75% - 100%

**Tabla 1**

VALORACIÓN AMBIENTAL POR ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

2 Puntos	4 Puntos	8 Puntos	12 Puntos	20 Puntos
Comercio en general excepto plaguicidas y sustancias tóxicas e inflamables	Cría de animales, tabaco, textiles, excepto acabados textiles, fabricación de calzado. Imprentas Elaboración de productos plásticos y cauchos	Pesca	Agricultura	Curtiembres
		Minas y canteras	Caza	Extracción y explotación de minerales auríferos y otros
Turismo en general, hoteles y restaurantes, excepto a aquellos a instalarse en áreas de importancia ecológica	Elaboración de productos minerales no metálicos (yeso, cal, arcilla, etc.)	. Alimentos	Extracción de maderas	Recubrimiento de piezas metálicas (galvanizado cromado, adonizado)
Importancias (hardware y software)	Fabricación de maquinaria y equipos	Aserraderos y elaboración de productos de madera	Acabados textiles (uso de todo tipo de colorantes)	Fabricación y reciclado de baterías.
	Fabricación de aparatos eléctricos	Papel y cartón	Teñido de pieles	Reciclado de sustancias peligrosas

	Accesorio para vehículos	Fundiciones de metales (hierro, acero, cobre, aluminio, etc.)	Elaboración de productos químicos	Cría de animales introducidos o exóticos.
	Reciclaje en general. Distribución y transporte de gas Depuración y distribución de agua	Fabricación de muebles, herramientas y productos metálicos	Comercio y envasado de sustancias tóxicas e inflamables	
	Construcción, Transporte, Salud y Educación		Turismo, hoteles y restaurantes a ser instalados en áreas de importancia ecológica	

### Anexo N° 3

#### AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Crédito de 30.000 dólares a 5 años plazo al 10,35% anual con pago fijo de capital.

N° de Pago	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor cuota	Saldo de Capital
0				30.000,00
1	3.105,00	6.000,00	9.105,00	24.000,00
2	2.484,00	6.000,00	8.484,00	18.000,00
3	1.863,00	6.000,00	7.863,00	12.000,00
4	1.242,00	6.000,00	7.242,00	6.000,00
5	621,00	6.000,00	6.621,00	-