



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con temática al carbón en el sector del Comité del Pueblo, ciudad de Quito.”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración**

**AUTOR:**

**ESTHEFANY KATHERINE LEMA TOBAR**

**TUTOR:**

**MSc. Christian Carvajal**

**D.M. Quito, 21 de agosto 2022**

## **DEDICATORIA**

Agradezco a Dios por darme una madre que ha estado conmigo desde el día uno, quién me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante y avanzar. Es por ello que mi plan de negocio también lo dedico con todo mi amor y cariño a mi madre Ivonne Tobar, muchos de mis logros se los debo a ella por su sacrificio, por creer en mí y en mi capacidad. Porque con sus palabras de aliento no me dejaba decaer para que siguiera adelante, por permitirme soñar con lo que más amo, por ayudarme a instruirme para el futuro.

Otogándome así un ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a valorar todo lo que tengo. A fomentar en mí el deseo de triunfo en la vida. Espero siempre contar con su valioso e incondicional apoyo. Sé que sin ella no lo hubiese logrado. Ya que ella siempre está en mis ideales y siempre será mi obligación se hacerla sentir orgullosa de mí.

Esthefany Katherine Lema Tobar.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco mucho a varios docentes que fueron parte de este proceso, a lo largo de este camino tuve la oportunidad de conocer grandes profesionales que impartieron sus conocimientos y los que han hecho cada vez amar esta hermosa carrera, por impulsarnos a soñar a creer que somos los mejores y más aún capaces de todo lo que nos propongamos a lo largo de nuestra vida profesional. Al Msc. Christian Carvajal por su labor hacia mi trabajo por motivarme a seguir avanzando en los momentos que de pronto fueron difíciles, cuando un limitante podía ser el tiempo.

A mis compañeros, quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante estos dos años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad. También, a la Msc. Noemy Sandoval que a lo largo de este tiempo ha demostrado ser una persona muy servicial que con mucha solidez atendía cada duda que tenía.

En fin, agradecer a esta institución que me acogió durante estos dos años que han pasado tan de prisa y que sin duda marcaran mi vida, por ser parte de mis sueños, por que entre a esta institución sabiendo que amo los negocios, mi entrega hacia el servicio al cliente, el atender, la calidez de las personas me llevó a estudiar esta carrera, hoy puedo decir que salí de esta institución con la misma idea y la misma pasión.

Esthefany Katherine Lema Tobar.

## **AUTORIA**

Yo, Esthefany Katherine Lema Tobar autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Esthefany Katherine Lema Tobar**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

**MS.c Christian Carvajal.**

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Christian Carvajal.

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. Esthefany Katherine Lema Tobar por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. – La Srta. Esthefany Katherine Lema Tobar realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con temática al carbón en el sector del Comité del Pueblo, ciudad de Quito.”**

”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MS.c Christian Carvajal**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. Esthefany Katherine Lema Tobar, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con temática al carbón en el sector del Comité del Pueblo, ciudad de Quito.”** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**MSc. Christian Carvajal**

**Esthefany Lema**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022.

Contenido	
<b>DEDICATORIA</b> .....	2
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	3
<b>AUTORIA</b> .....	4
<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	5
<b>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA</b> .....	6
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	10
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	12
<b>1. RESUMEN</b> .....	14
<b>2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL</b> .....	15
<b>Creación de la empresa</b> .....	15
<b>Descripción de la empresa</b> .....	15
<b>Importancia.</b> .....	15
<b>Características</b> .....	16
<b>Actividad</b> .....	17
<b>Tamaño y distribución de la empresa.</b> .....	17
<b>Estudio arquitectónico</b> .....	18
<b>Estructura interna del establecimiento</b> .....	18
<b>Necesidades que satisfacer</b> .....	18
<b>Necesidades fisiológicas y básicas</b> .....	19
<b>Necesidad de Seguridad.</b> .....	19
<b>Necesidad De Afiliación</b> .....	20
<b>Necesidad de Reconocimiento</b> .....	20
<b>Necesidad de Autorrealización.</b> .....	21
<b>Localización de la empresa</b> .....	21
<b>Filosofía empresarial</b> .....	22
<b>Misión.</b> 22	
<b>Visión.</b> 22	
<b>Meta</b> 23	
<b>Estrategias.</b> .....	23
<b>Políticas.</b> 23	
<b>FODA.</b> 24	
<b>Desarrollo organizacional</b> .....	26
<b>Tipo de Estructura.</b> .....	26
<b>Formalización.</b> .....	27

Centralización – Descentralización.....	28
Integración.....	28
Organigrama empresarial .....	29
Funciones del personal.....	30
<b>3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .....</b>	<b>34</b>
Objetivo de mercadotecnia .....	34
Investigación de mercado .....	34
Modalidad.....	35
Plan de Muestreo.....	35
Análisis de las encuestas.....	36
Pregunta 1.....	36
Pregunta 2.....	37
Pregunta 3.....	38
Pregunta 4.....	39
Pregunta 5.....	40
Pregunta 6.....	41
Pregunta 7.....	42
Pregunta 8.....	43
Pregunta 9.....	44
Análisis General.....	45
Entorno empresarial.....	46
Microentorno.....	46
3.1.1 Macroentorno .....	49
Producto y servicio.....	52
Producto Esencial.....	52
Producto real.....	53
Características.....	53
Calidad. 54	
Estilo. 54	
Marca. 54	
Producto aumentado.....	55
Plan de introducción al mercado.....	55
Distintivos y Uniformes.....	55
Materiales de identificación.....	56
Canal de distribución y puntos de ventas.....	59



Riesgo y oportunidades del negocio.....	60
Fijación de Precios .....	61
Fijación de precios por receta estándar. ....	61
Implementación del negocio .....	65
• Equipos industriales. ....	65
• Equipos de computación.....	65
• Muebles y enseres. ....	65
• Servicios básicos.....	67
• Materiales de limpieza.....	67
Estudio arquitectónico .....	69
Estructura interna del establecimiento. ....	69
2.2 Necesidades que satisfacer.....	69
<b>4. PROCESO DERECHO EMPRESARIA .....</b>	<b>70</b>
<b>5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....</b>	<b>72</b>
Objetivo de área .....	72
Introducción .....	76
Activos Fijos .....	76
Activos diferidos.....	76
Capital de trabajo .....	77
Sueldos .....	78
Depreciación activos fijos.....	79
Amortizaciones.....	80
Tabla de amortización .....	80
Estructura capital .....	81
Punto de equilibrio.....	82
Costo de ventas.....	84
Flujo de caja .....	85
Cálculo del TIR y el VAN .....	86
VAN (Valor Actual Neto).....	86
TIR (Tasa Interna de Retorno).....	86
<b>7. CONCLUSIONES .....</b>	<b>87</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>88</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1 Tabulación 1</b> .....	30
<b>Tabla N° 2 Tabulación 2</b> .....	31
<b>Tabla N° 3 Tabulación 3</b> .....	32
<b>Tabla N° 4 Tabulación 4</b> .....	33
<b>Tabla N° 5 Tabulación 5</b> .....	34
<b>Tabla N° 6 Tabulación 6</b> .....	35
<b>Tabla N° 7 Tabulación 7</b> .....	36
<b>Tabla N° 8 Tabulación 8</b> .....	37
<b>Tabla N° 9 Tabulación 9</b> .....	38
<b>Tabla N° 10 Tabulación 10</b> .....	39
<b>Tabla N° 11 Tabla de proveedores</b> .....	41
<b>Tabla N° 12 Tabla de plan de marketing</b> .....	53
<b>Tabla N° 13 Receta Estándar 1</b> .....	54
<b>Tabla N° 14 Receta Estándar 2</b> .....	55
<b>Tabla N° 15 Receta Estándar 3</b> .....	56
<b>Tabla N° 16 Receta Estándar de Producción 1</b> .....	57
<b>Tabla N° 17 Receta Estándar de Producción 2</b> .....	59
<b>Tabla N° 18 Receta Estándar de Producción 3</b> .....	60
<b>Tabla N° 19 Arriendo</b> .....	61
<b>Tabla N° 20 Equipos Industriales</b> .....	62
<b>Tabla N° 21 Vehículo</b> .....	62
<b>Tabla N° 22 Equipos de Computación</b> .....	62
<b>Tabla N° 23 Muebles y enseres</b> .....	63
<b>Tabla N° 24 Equipos Industriales de Seguridad</b> .....	64
<b>Tabla N° 25 Suministros de Oficina</b> .....	65
<b>Tabla N° 26 Servicios Básicos</b> .....	65
<b>Tabla N° 27 Materiales de Limpieza</b> .....	66
<b>Tabla N° 28 Inversiones</b> .....	76
<b>Tabla N° 29 Activos diferidos</b> .....	77
<b>Tabla N° 30 Capital de trabajo</b> .....	78
<b>Tabla N° 31 Detalles de inversión</b> .....	78

<b>Tabla N° 32 Sueldos.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla N° 33 Decimos.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla N° 34 Sueldos totales.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla N° 35 Depreciación activos fijos.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla N° 36 Amortizaciones.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla N° 37 Capital .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla N° 38 Amortización .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla N° 39 Datos punto de equilibrio.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla N° 40 Margen de contribución .....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla N° 41 Punto de equilibrio .....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla N° 42 Ventas / costos.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla N° 43 Costos de ventas.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla N° 44 Flujo de caja.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla N° 45 Cálculo del VAN/ TIR .....</b>	<b>85</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N°1 Pirámide de Maslow.....</b>	<b>16</b>
<b>Gráfico N°2 Ubicación de la empresa .....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico N°3 Organigrama de empresa .....</b>	<b>23</b>
<b>Gráfico N°4 Tabulación 1 .....</b>	<b>30</b>
<b>Gráfico N°5 Tabulación 2 .....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico N°6 Tabulación 3 .....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico N°7 Tabulación 4 .....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico N°8 Tabulación 5 .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico N°9 Tabulación 6 .....</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico N°10 Tabulación 7 .....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico N°11 Tabulación 8 .....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico N°12 Tabulación 9 .....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico N°13 Tabulación 10 .....</b>	<b>39</b>
<b>Gráfico N°14 Micro entorno de empresa .....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico N°15 Macro entorno de empresa .....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico N°16 Tarjeta de presentación .....</b>	<b>50</b>

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con temática al carbón en el sector del Comité del Pueblo, ciudad de Quito.”**

**Esthefany Katherine Lema Tobar**

Ing. Christian Carvajal

D.M. Quito 21 de agosto del 2022

## 1. RESUMEN

El presente trabajo se trató de la organización empresarial en donde se habló de temas como fue la creación de la empresa, la descripción de la empresa en donde se habló de la importancia, características, actividad, tamaño y distribución de la empresa, estudio arquitectónico y por siguiente se elaboró lo que es la estructura del establecimiento en donde se distribuyeron ciertas áreas del local.

Por consiguiente, se trató el tema de la Pirámide de Maslow en donde se mencionó lo que es las necesidades dentro de esto se pudo ir detallando todas las necesidades que tendría la empresa, luego se tuvo una imagen en donde se ve la ubicación del local, para luego pasar con lo que sería la filosofía empresarial en donde se puede encontrar lo que es la misión, visión, objetivos, metas, estrategias.

Consigo, se relató lo que son las políticas tanto de la empresa como de los trabajadores. Para luego analizar lo que vendría a ser el análisis FODA. También se puso lo que es el desarrollo organizacional. Diagrama de Bizagi, organigrama empresarial, detalles de todas las funciones de todo el personal.

En la investigación de mercado y marketing, en donde se abarco los temas como los objetivos de mercadotecnia, investigación de mercado, modalidad, plan de muestro. En donde se realizó la respectiva encuesta para luego realizar un entorno empresarial en donde se conoció el microentorno, la competencia tanto directa como indirecta, también temas importantes como son los proveedores, el macro entorno, para consigo analizar los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos.

Para esto se analizó los productos y servicios. Calidad, estilo, marca, luego se realizó lo que es los uniformes. Se procedió con el diseño de imago tipo, tarjetas de presentación, hojas membretadas, para esto se trató lo que es el marketing dentro de este tema se abordó, las promociones en donde se tomó también el tema financiero de las mismas. Los riesgos y oportunidades del negocio. Luego se fijó precios de un plato

estrellas, también se realizó los cálculos de la implementación del negocio y por último realizar la estructura del establecimiento.

En el proceso de derecho empresaria en donde trata de los tramites y permisos pertinentes. En el impacto ambiental y social en donde se trató de las ODS que estarían relacionadas a la empresa. En el proceso financiero en donde se vieron varios cálculos como es los activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, sueldos, punto de equilibrio, VAN, TIR, todos estos son temas que hemos visto a lo largo de la carrera.

## **2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **Creación de la empresa**

“Al Carbón” surge de la necesidad de brindar atención al público en general, dando énfasis siendo parte de momentos. En los últimos años, el rumbo de restaurantes es altamente competitiva, por tal motivo mucho de los negocios optan por la constante innovación y búsqueda de nuevas tendencias, generando altas expectativas en los clientes. Es así como naca esta propuesta de un restaurante, con la finalidad de crear un lugar diferente a los demás, que sea novedoso y completamente atractivo para el cliente.

### **Descripción de la empresa**

#### **Importancia.**

Las personas buscan un lugar en donde puedan relajarse y ser tratado de una buena manera, buscan entretenerse y sobre todo escapar de la rutina. Entre los lugares más frecuentados por este público son los restaurantes. Las personas buscan satisfacer su necesidad de alimentación, a un buen precio, buena calidad y la comodidad necesaria para poder disfrutar la comida. Es importante recalcar, que la primera impresión es la que cuenta, la no verbal, saber escuchar cuando el cliente necesita algo, o se está

quejando de algo, ya que si no escuchamos con atención no vamos a saber con exactitud el requerimiento o la queja que está diciendo,

### **Características.**

El restaurante “Al Carbón” tiene un compromiso tanto con las personas y sociedad en general para lograr un lugar adecuado. Utilizando conocimiento en la atención al público y una plena experiencia en el campo de la elaboración de alimentos. Con la comunidad, la responsabilidad social se extiende a explicar a las personas mediante la publicidad de nuestra elaboración de alimentos, inculcando lo que es la salud con productos como inclusión de los vegetales.

En la empresa, los empleados están bajo contrato individual de trabajo, con afiliación al seguro social y contarán con todos los derechos estipulados en el código de trabajo de Ecuador, así también se brindará incentivos con capacitaciones frecuentes y cursos de actualización. Dentro de los derechos se mencionan: afiliación desde el primer día, trabajar 40 horas semanales y a percibir horas extras o suplementarias, décimo tercero y décimo cuarto sueldo, vacaciones remuneradas, licencia de maternidad y paternidad, licencia por enfermedad, pago de utilidades (Congreso Nacional, 2020)

En cuanto al medio ambiente, la empresa se compromete a realizar un buen y adecuado manejo de residuos clasificándolos de acuerdo a las normas sanitarias, de los cuales se separará en:

- Residuos no peligrosos: son aquellos que no presentan ningún riesgo para la salud humana y el medio ambiente y son biodegradables (restos de vegetales, residuos alimenticios, papeles no aptos para reciclaje y otros que puedan ser transformados en materia orgánica), reciclables y ordinarios o comunes (Giraldo & Robledo, 2014)



- Residuos peligrosos: elementos infecciosos (materia orgánica, sangre o fluidos corporales del paciente, elementos con microorganismos tales como bacterias, parásitos, virus, hongos, virus), inflamables, corrosivos o tóxicas (Giraldo & Robledo, 2014)

El personal del restaurante se compromete a establecer una relación cordial con el consumidor, siempre con amabilidad y profesionalismo. Además de brindar un excelente servicio con personas que conocen muy bien del negocio, que estén dispuestas a impartir de la mejor manera sus conocimientos al cliente, haciendo así que el cliente se sienta con un gran confort en nuestro restaurante y así sepamos cumplir sus expectativas, tomando en cuenta que, lo más importante de los consumidores y brindar un excelente servicio de calidad, y más aún en lo que es la higiene.

### **Actividad.**

“El carbón” es un establecimiento con actividad de un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece, con el fin que el cliente tenga un producto den el momento oportuno y en un lugar adecuado, tener en cuenta que el momento oportuno y en un lugar adecuado, tener en cuenta que el momento que vamos a servir a nuestro cliente, debe haber un contacto cara a cara, hacer sentir al cliente cómodo, si existe algún tipo de reclamo revisarlo sin ninguna contradicción, “el cliente siempre tiene la razón”, darle a entender que nuestra marca es la diferencia y la mejor opción que escogió, un empleado insatisfecho es un cliente insatisfecho.

### **Tamaño y distribución de la empresa.**

“El Carbón” Es una microempresa que contará que contará con el área de: caja, cocina, comedor, baño. (*Ver Ilustración 1*). Todo el restaurante tendrá piso impermeable de porcelanato. El baño y el comedor debe estar habilitada para la

comodidad de los usuarios con una capacidad suficiente para dar cabida de los usuarios y tendrá una altura considerable. La cocina y los baños, con un lavamanos cerca y con paredes, techos y pisos impermeables con material de fácil limpieza y desinfección (Ibañez, 2000)

### Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del Restaurante “Al carbón” la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (30 personas). Se ha considerado el espacio que necesitara cada área y se ha agregado espacios específicos en donde se elaborara los alimentos.

### Estructura interna del establecimiento

**Ilustración 1.** Esquema y distribución del restaurant “Al Carbón”



**Elaborado por:** Esthefany Lema



Fuente: (Tejo, 2016).

La pirámide de Maslow es una teoría sobre las necesidades humanas creada en 1943 por Abraham Maslow, un psicólogo estadounidense pionero en las ideas humanistas de la psicología. Maslow fue de los primeros en plantear que los seres humanos tenemos una tendencia natural a buscar la salud mental. La pirámide de Maslow también es conocida como Jerarquía de necesidades de Maslow, considerando, siempre, que para poder sentir esa inquietud de autorrealizarse debe tener las necesidades básicas resueltas (Pastor, 2020)

### **Necesidades fisiológicas y básicas**

La microempresa por el hecho de ser un restaurante tiene la necesidad de lo que es la alimentación ya que estamos enfocados en la elaboración de comida al carbón.

### **Necesidad de Seguridad.**

La empresa brindara la seguridad hacia los trabajadores y consumidores, está garantizada por el seguimiento de todas las leyes y reglamentos de trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente (Congreso Nacional, 2020)

Además, se garantiza la seguridad a la integridad física tanto del cliente, brindándole un ambiente tranquilo y calmado, atendiendo cada requerimiento con eficacia, logrando un lugar donde puedan sentirse seguros, donde puedan compartir en familia, un lugar para adquirir nuevas experiencias. Dentro del restaurante, así como en el parqueadero, cuenta con cámaras de seguridad, que monitorean y graban las 24 horas del día.

### **Necesidad De Afiliación**

La empresa va enfocada a satisfacer la necesidad humana e innata de relacionarnos, crear experiencias y reunir personas alrededor de la mesa, existe esa necesidad de compartir con otras personas, compartir momentos de calidad con sus seres más cercanos. Cuando nacemos esta necesidad está cubierta por el núcleo familiar, pero a medida que crecemos la ampliamos ya sea con nuestra familia, pareja, amigos, con las cuales desarrollan lazos afectivos muy fuertes, los restaurantes en su mayoría son partícipes de grandes momentos.

Las personas son aquellas que nos elegirán a nosotros para ser parte de aquello, ya estaría en nosotros en cumplir sus expectativas. Sin duda existe un vínculo especial que se establece entre el cliente y el negocio que resulta beneficioso para ambas partes.

El restaurante "Al Carbón" busca establecer una relación cordial entre el establecimiento y el cliente, así como con los proveedores siempre manteniendo un trato con amabilidad y profesionalismo para poder ofrecer un servicio de calidad. Con nuestros trabajadores, se mantiene un buen ambiente de trabajo, respetando y valorando cada una de las habilidades y cualidades, incentivando a la creatividad e innovación, escuchando ideas y sugerencias que ayuden a la empresa a crecer y a su vez fortalecer el trabajo en equipo.

### **Necesidad de Reconocimiento.**

A través del aprendizaje, capacitaciones y actualización continua, cada uno de los trabajadores sentirán su crecimiento y podrán ofrecer atención calificada para obtener éxito tanto personal como empresarial, a su vez con un servicio de calidad se consigue ganar la confianza de los clientes, confianza, respeto, todo esto tiene que ver con el éxito ya que todos estos aspectos si se ven reflejados en nuestro negocio se alcanzará un notable crecimiento empresarial, hasta ser un restaurante reconocido y recomendado en toda la ciudad. No solo impartiremos nuestro sabor, nuestra limpieza, sino más bien valores que harán de dicho lugar sea un lugar adecuado para recibir y acoger clientes.

### **Necesidad de Autorrealización.**

“Al Carbón” se encargará de que su personal siga preparándose, estudiando y aprendiendo por medio de capacitaciones, talleres y cursos constantes para mejorar tanto a nivel profesional como personal para poder desarrollar todo el potencial y alcanzar juntos el éxito. Nuestro establecimiento ofrecerá la búsqueda del crecimiento personal y el deseo de desarrollarse como ser humano.

Una persona autorrealizada puede ser considerada como un individuo que se conoce así mismo, preocupándose así por los demás, ya sea en sus opiniones o que se sienta libre, que sepa solucionar problemas. Inculcando a la creatividad, espontaneidad y la resolución de problemas en este caso en el ámbito laboral de nuestros empleados.

### **Localización de la empresa**

“Al Carbón” estará ubicada al norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, calles Av. Eloy Alfaro y Avenida Juan Molineros, barrio Comité del Pueblo.

**Ilustración 3.** Ubicación



**Fuente:** (Google maps, 2022).

## Filosofía empresarial

### Misión.

Satisfacer el gusto y preferencia de nuestros clientes, ofreciendo alimentos de calidad con una variedad, con cómodos precios, a través de un excelente y ágil servicio. En un ambiente acogedor y armonioso.

### Visión.

Llevar un excelente sabor y un gran servicio por toda la zona, en un ambiente amigable, satisfacer al cliente es nuestra prioridad y convertirnos en la primera opción de comidas de la zona, logrando así un posicionamiento de mercado alcanzando una ventaja competitiva. Ser reconocidos en las redes sociales, tener un alto índice de publicidad, impartiendo publicidades de nuestros productos, en las redes más frecuentes. Expandir el negocio con más sucursales, al alcance de toda la clientela.

### Objetivos.

- Ofrecer un excelente servicio de restaurante, con un variado menú, un lugar cómodo y buen ambiente, etc.

- Tener un buen marketing, vender nuestros platos en las redes sociales, para potenciar así nuestra marca, y a su vez estar innovando.
- Capacitar y actualizar constantemente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.

### **Meta**

Implementar un restaurante ofreciendo una atención excelente a los clientes, brindar un lugar amigable, con una atención excelente, cumplir con lo que ofrecer para satisfacer al cliente, tener unos precios justos del mercado, lograr supervivencia, crecimiento y rentabilidad del negocio en un plazo de 6 meses.

### **Estrategias.**

- Crear publicidad en TIK TOK una red que es de fácil visualización para todos, para así atraer clientes, y llegar a muchos sectores de la ciudad, ya que tendríamos como objetivo expandirnos con más sucursales que estén a la cercanía de todos.
- Crecimiento de la marca: utilizando una imagen y diseño dentro y fuera del restaurante, colorido con decoración simple, cómoda y elegante. Que atraiga al cliente.
- Estrategia de diferenciación del servicio: ofreciendo promociones ya sea en días festivos, cumpleaños, hacer sorteos para así interactuar más con las personas.

### **Políticas.**

#### **La empresa.**

- Ofrecer una carta variada en opciones, proporcionando al cliente un producto sano de excelencia sabor y calidad.

- Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene de manera eficaz y segura.
- Brindar cursos de capacitaciones constantes a los trabajadores de la empresa para ofrecer servicio de calidad con tratamientos actualizados y eficaces.
- Velar por el bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones del restaurante y contribuir a crear un entorno amigable, divertido y reconfortante para sus labores cotidianas.
- Cumplir con todas las obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- Mantener un servicio de calidad a través de la innovación y la implementación de procesos y controles en todas las áreas de la empresa.
- Ofrecer precios accesibles que causen atracción al consumidor contando con todos los productos o servicios que requieran.

### **Los trabajadores.**

- Tratar a los clientes con amabilidad y respeto, siendo claros y precisos, atender a cualquier inquietud que se solicite y reportar cualquier novedad al administrador.
- Ser puntuales y responsables, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidos, cuidar su presentación personal.
- Asistir a las capacitaciones y cursos que se brinden en la empresa.
- Cumplir adecuadamente con las tareas que les sean asignadas a cada trabajador.
- Mantener una buena higiene en el área de trabajo, tener los uniformes limpios que hablen muy bien del establecimiento.

### **FODA.**



El análisis F.O.D.A es un instrumento estratégico a través del cual se analizan los factores positivos y negativos dentro de cualquier empresa y sirve como apoyo para el planteamiento de estrategias y acciones para poder tomar decisiones correctas (Maldonado, 2009)

### **Fortalezas.**

- Ubicado en un lugar céntrico.
- Ofrecer una variedad de platos.
- Fidelidad de clientes
- Local amplio y acogedor
- Conocimiento amplio en productos a la parrilla.
- Diferenciación de la competencia a través de la implementación promociones y sorteos, que atraerán a los clientes.
- El restaurante contara con servicio de delivery y podrán pedir para llevar.
- Un equipo de trabajo capacitado y comprometido que está en constante actualización.
- Instrumentos de cocina en excelentes condiciones que facilitaran cada preparación.
- Comunicación con los clientes a través de redes sociales, teléfono, aplicación, página web y se medirá la satisfacción del servicio brindado mediante buzón de sugerencias.

### **Oportunidades.**

- En los días festivos la demanda aumentara.
- Calidad del menú.
- Nuevos mercados.
- Existe en la ciudad una gran cantidad de proveedores de insumos.
- Existen cursos ya sean de atención a los clientes, prevención de riesgos, etc. Que servirán de gran ayuda para el restaurante, el instruirnos y estar

capacitados para tener una buena atención y prevenir cualquier riesgo hablará muy bien del negocio.

- Amplio mercado para ofrecer el servicio ya sea en familia, parejas, amigos, etc.
- La tecnología, el uso constante del internet y redes sociales, nos facilitan la difusión de información y promociones, así como la comunicación sobre los servicios que se van a brindar.

### **Debilidades.**

- El alza de precios de los proveedores dificultaría en el menú.
- Altos costos de arriendo.
- La difusión de las promociones y publicidad implica una inversión económica constante.
- Desventaja en el mercado por ser un negocio nuevo ya que hay más negocios con años de experiencia.

### **Amenazas.**

- El clima podría ser una amenaza.
- Las manifestaciones sociales podrían hacer que nuestro establecimiento tenga que cerrar.
- Cada vez existen más y nuevos negocios.
- Alza de precios en la materia prima.

## **Desarrollo organizacional**

### **Tipo de Estructura.**

En “Al Carbón” la organización de la empresa será de tipo plana u horizontal o bajo procesos, dentro del restaurante los trabajadores serán productivos porque estarán

más involucrados con la toma de decisiones y cada uno será responsable del área que manejan. Estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos:

- Estratégicos.
- Operacionales.
- Apoyo.

### ***Procesos Estratégicos***

El propietario será el encargado de la planificación estratégica, gestión administrativa y controles internos. También estará en el lugar de la caja en donde se procederá a cobrar.

### ***Procesos Operacionales***

El cocinero será el encargado de elaborar cada plato, de cocinar y encargarse de que porción ira en cada uno de ellos, y poder dirección y ejecución en la cocina

El ayudante de cocina es el que ayudará en la preparación de estos estará ubicada en la parrilla ya que él es el encargado de asar. Cada producto que el cliente haya pedido.

El mesero ese el que ayudara a que la comida llegue a cada mesa del cliente, también ayudara en la limpieza, hacer la orden del cliente, a estar pendiente a cualquier requerimiento.

### ***Procesos de apoyo***

El delivery será realizado por una persona externa que trabaje en más establecimientos y cada que se lo requiera se acercará a nuestro local o ya se mediante UberEats, o atrás aplicaciones.

La gestión de mantenimiento de equipos, la realizará personal externo, al igual que la gestión financiera será realizada por un contador que se contratará.

### **Formalización.**

El restaurante "Al Carbón" estará orientada a procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, cumpliendo las leyes, ordenanzas y legislación laboral. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, contando con todos los documentos necesarios y actualizados para el correcto funcionamiento de la empresa. Con lo que son los permisos, e incluso cursos y capacitaciones a los empleados.

### **Centralización – Descentralización.**

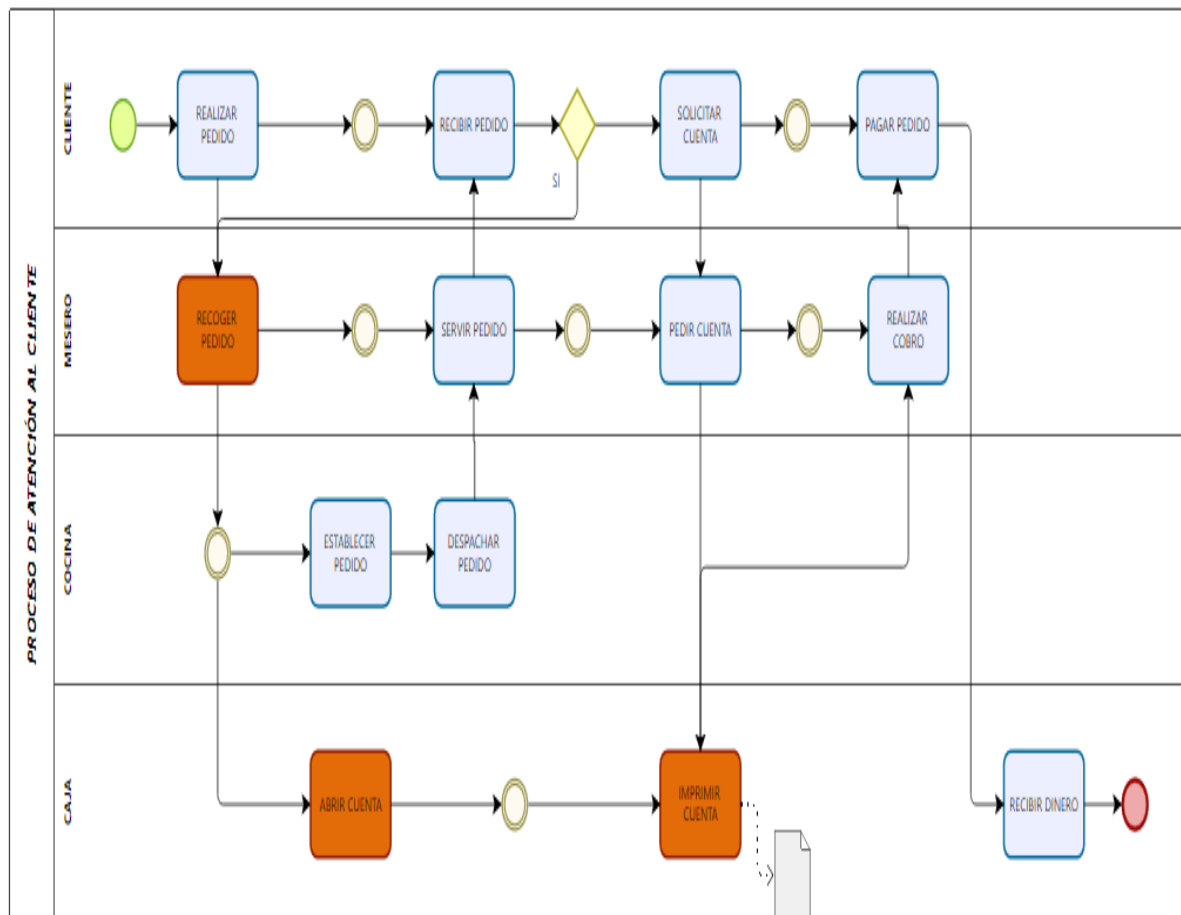
"Al Carbón" centrará sus actividades en la atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad, personalizado y brindando un servicio de calidad y una amabilidad con el cliente. Orientada al servicio, excelencia en los alimentos, una buena higiene, una excelente publicidad ya que de eso dependerá la satisfacción de los clientes y que ellos nos prefieran por nuestra calidad y servicio, tener una excelente coordinación y ejecución, todo esto contribuirá a la obtención de valor para el posicionamiento de la empresa.

La descentralización se dará en la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, como la organización de la empresa es plana, cada trabajador será responsable de su zona de trabajo, de cuidar su integridad y que se vea de una forma adecuado ya que para esto estarán los uniformes, también podrán cada miembro de la empresa aportar con decisiones e ideas que ayuden a la empresa a crecer. Mediante la participación de todos y cada uno de los miembros que conforman la empresa, los trabajadores se sentirán valorados y apreciados. También motivarlos y capacitarlos será de gran importancia para la empresa ya que de eso dependerá nuestro crecimiento, el permitir que los empleados crezcan tanto en el ambiente laboral y por qué no profesional.

### **Integración.**

La integración organizacional se basará en procesos que cada persona debe desempeñar, este sistema permitirá llevar un control de cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria (Ver ilustración 5).

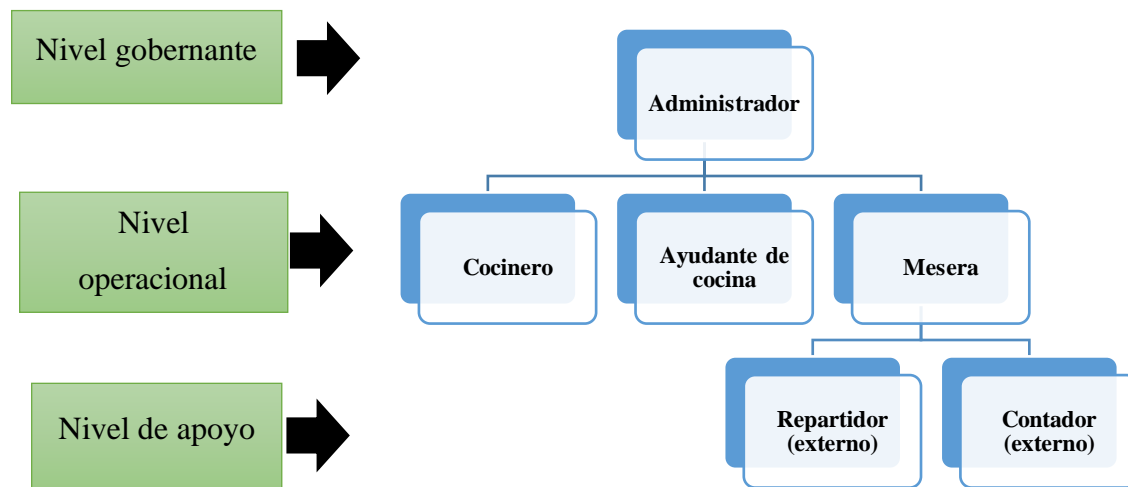
**Ilustración 4.** Flujo de procesos del restaurante “Al Carbón”



**Elaborado por:** Esthefany Lema

## Organigrama empresarial

**Ilustración 5.** Organigrama del restaurante "Al Carbón"



Elaborado por: Esthefany Lema

## Funciones del personal

### Detalles generales del puesto de Administrador

**Empresa**

Al Carbón

**Unidad administrativa**

Área administrativa.

**Misión del puesto**

Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, responsabilizarse ante la dirección de la empresa, responsable de comprar los materiales, insumos, trato con proveedores, manejo de redes sociales. Atención al cliente. Estar en la caja (cobrar)

**Denominación del puesto**

Administrador de empresas

**Rol del puesto**

Administración y supervisión de

procesos

**Remuneración**

\$ 600

**Méritos aspectos a considerar****Tabla 1.** Méritos aspectos a considerar, Administrador

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Tecnólogo en Administración.	1 año de experiencia en algún lugar administrativo	Dominio de cajero, que sepa de administración, procesos contables, manejo de inventario.	Puntualidad Respeto Adaptabilidad, Atención al cliente. Creatividad, Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo, Planificación y organización. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

**Elaborado por:** Esthefany Lema**Detalles generales del puesto cocinero.****Empresa**

Al Carbón

**Unidad administrativa**

Área operacional

**Misión del puesto**

Cocinar todos los platos del menú, estar encargada de todo lo relacionado a la cocina, de su organización.

**Denominación del puesto**

Cocinero o cocinera

**Rol del puesto**

Cocinar, encargarse en todo lo relacionado a la cocina y con la preparación de cada plato.

**Remuneración**

\$ 575

## Méritos aspectos a considerar

**Tabla 2.** Méritos aspectos a considerar, Cocinero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	3 años de experiencia en restaurantes	Conocimiento en cocina, en comida de la costa y asados.	Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo. Planificación y organización. Trabajo en equipo, tenacidad. Responsabilidad.

**Elaborado por:** Esthefany Lema

### Detalles generales del puesto ayudante de cocina

<b>Empresa</b>	Al Carbón
<b>Unidad administrativa</b>	Área operacional
<b>Misión del puesto</b>	Ayudar y ser un apoyo para el cocinero ayudar en la repartición de la porción de cada plato y el aseo de la cocina
<b>Denominación del puesto</b>	Ayudante de cocina
<b>Rol del puesto</b>	Ayudar en la elaboración de cada plato, ser la ayudante en el área de la cocina, cumplir todos los roles asignador que haya por hacer.
<b>Remuneración</b>	\$ 500



### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 3.** Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Bachiller	Al menos 6 meses de experiencia.	Atención al cliente. Saber de cocina	Adaptabilidad. Comunicación. Compromiso. Respeto. Puntualidad. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

**Elaborado por:** Esthefany Lema

### Detalles generales del puesto de Mesera

<b>Empresa</b>	Al Carbón
<b>Unidad administrativa</b>	Área operacional
<b>Misión del puesto</b>	Estará encargada de repartir la comida a las mesas, de hacer el aseo a cada mesa, atender los requerimientos de los clientes.
<b>Denominación del puesto</b>	Mesera
<b>Rol del puesto</b>	Atención al cliente, repartir comida, encargada del aseo del lugar en donde más estarán los clientes, estar pendiente de los clientes.
<b>Remuneración</b>	\$ 425

### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 4.** Méritos aspectos a mesera

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Bachiller	Al menos 6 meses.	Atención al cliente.	Adaptabilidad. Atención al cliente. Respeto Comunicación. Puntualidad Compromiso. Decisión. Tolerancia al estrés. Honestidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

**Elaborado por:** Esthefany Lema

### **3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **Objetivo de mercadotecnia**

Posicionar la marca “Al Carbón” en la mente del consumidor poniendo énfasis que hay personas que les gusta mucho los asados y es lo más común en una reunión familiar, a través de productos, variedad. Un ambiente pleno, divertido, acogedor que le atraigan al cliente, productos y servicios del restaurante mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales.

#### **Investigación de mercado**

“Al Carbón” consideró la investigación aplicada, documental, de campo y de laboratorio en la elaboración de la investigación de mercado. Para ello se llevó a cabo

una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre lo que les atrae más a las personas a la hora de compartir en familia, amigos, pareja. También gracias a esto se puede tener en claro a que publico estamos enfocados y cual sería nuestro potencial cliente.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta. Para así tener en claro ciertos puntos para implementar.

### **Modalidad.**

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma virtual, en donde durante una semana se encuestó a 123 personas aledañas al barrio Comité del Pueblo, esta encuesta constó de 9 preguntas cerradas.

### **Plan de Muestreo**

En este trabajo existe un universo definido, por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales asisten recurrentemente a un restaurante. Se toma en cuenta solo a este target puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas que comparten entre amigos y familia cada fin de semana y más aún son aledañas al lugar en donde se implementara el restaurante. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{180 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (180 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{173}{1,4079}$$

$$n = 123$$

### Análisis de las encuestas

#### Pregunta 1.

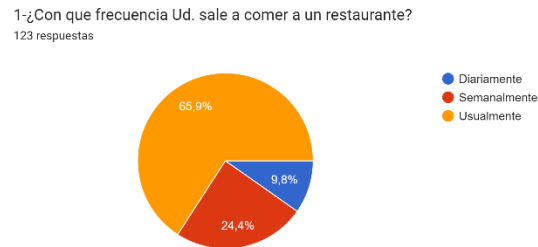
(Ver anexos 1 – 5)

Tabla 5. Pregunta 1

<b>¿Con que frecuencia Ud. sale a comer a un restaurante?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Diariamente	12	9.8
Semanalmente	30	24.4
Usualmente	81	65.9
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Lema, E. (2022). ¿Con que frecuencia Ud. Sale a comer a un

Ilustración 6. *Pregunta 1, gráfico circular.*



*Lema, E. (2022). Pregunta 1, gráfico circular. Quito.*

**Análisis:** Los encuestados manifestaron que salean a comer a un restaurante usualmente en cual tuvo un 65.9%, seguido de semanalmente 24.4% lo cual podemos dar como concluido que hay un índice alto que sale usualmente seguido de semanalmente, y este resultado ayuda y favorece a “Al Carbón”.

**Pregunta 2.**

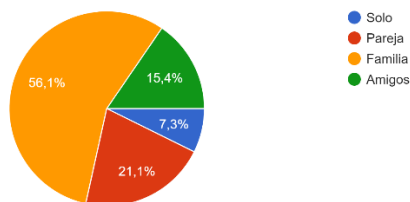
Tabla 6. Pregunta 2.

¿Con quién habitualmente Ud. visita un restaurante?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Solo	9	7.3
Pareja	26	21.1
Familia	69	56.1
Amigos	19	15.4
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

*Lema, E. (2022). ¿Con quién habitualmente Ud. Visita un restaurante?*

Ilustración 7. Pregunta 2, gráfico circular.

2-¿Con quien habitualmente Ud. visita un restaurante?  
123 respuestas



Lema, E. (2022). Pregunta 2, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** De los 123 encuestados el 56.1% manifestaron que, habitualmente visitan un restaurante en familia, esto es de gran aporte para la empresa, ya que siendo un restaurante de comidas al carbón quiere decir que habrá un mayor acogimiento en familia.

### Pregunta 3.

Tabla 7. Pregunta 3

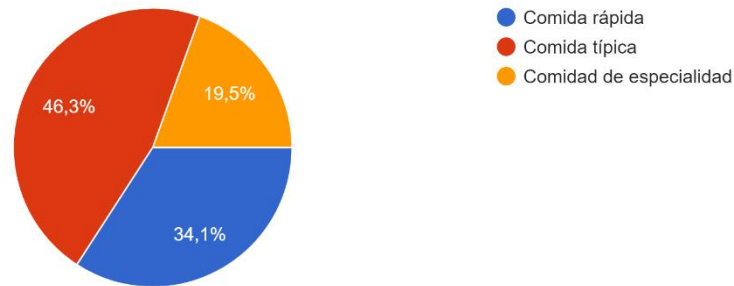
¿Qué tipo de restaurante es el que Ud. frecuenta?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Comida rápida	42	34.1
Comida típica	57	46.3
Comida de especialidad	24	19.5
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Lema, E. (2022). ¿Qué tipo de restaurante es el que Ud. frecuenta? Quito.

Ilustración 8. *Pregunta 3, gráfico circular.*

3-¿Que tipo de restaurante es el que Ud. frecuenta?

123 respuestas



Lema, E. (2022). *Pregunta 3, gráfico circular.* Quito.

**Análisis:** De los 123 encuestados en su gran mayoría respondió que frecuentan a restaurantes de comida típica en un 46.3%, esto ayuda a “Al Carbón” a implementar productos típicos.

#### Pregunta 4.

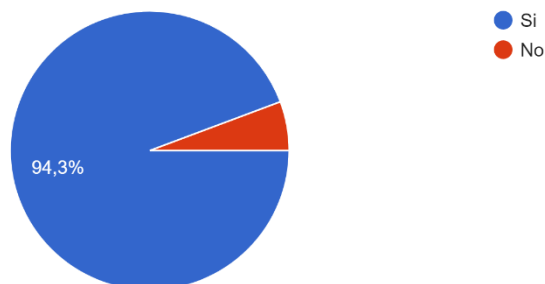
Tabla 8. *Pregunta 4*

<i>¿Ud. frecuenta establecimientos en dónde se ofrezca asados?</i>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	116	94.3
No	7	5.7
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Lema, E. (2022). *¿Ud. Frecuenta establecimientos en dónde se ofrezca*

Ilustración 9. Pregunta 4, gráfico circular.

4-¿Ud. frecuenta establecimientos en dónde se ofrezca asados?  
123 respuestas



Lema, E. (2022). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** De los 123 encuestados el 94.3% respondió que frecuentan a establecimientos en donde se ofrezca asados. Esto será de gran ayuda para "Al Carbón" ya que su especialidad serán los asados y en un bajo índice otros tipos de platos.

### Pregunta 5.

Tabla 9. Pregunta 5

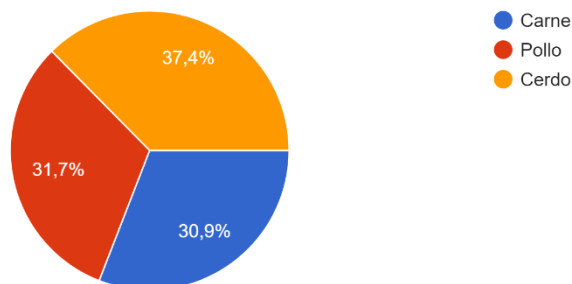
<i>Quando Ud. visita un establecimiento de asados Ud. prefiere:</i>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Carne	38	30.9
Pollo	39	31.7
Cerdo	46	37.4
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Lema, E. (2022). ¿Cuándo Ud. visita un establecimiento de asados Ud. prefiere? Quito.



Ilustración 10. *Pregunta 5, gráfico circular.*

5-Cuando Ud. visita un establecimiento de asados Ud. prefiere:  
123 respuestas



*Lema, E. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. Quito.*

**Análisis:** De los 123 encuestados el 37.4% respondió que prefiere más el cerdo seguido de un 30.9% que prefiere carne esto es de gran importancia a la hora de la preparación es probable que haya más consumo de la carne de cerdo.

### **Pregunta 6.**

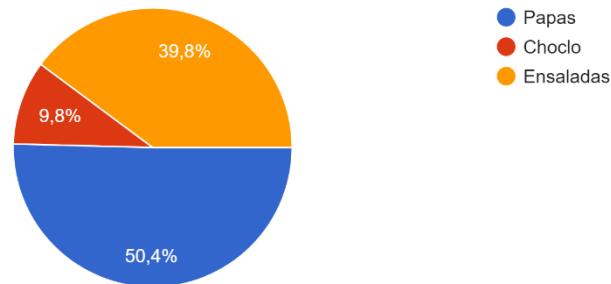
Tabla 10. *Pregunta 6*

<b>Cuando Ud. visita este establecimiento de asados Ud. lo acompaña con:</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Papas	62	50.4
Choclo	12	9.8
Ensalada	49	39.8
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

*Lema, E. (2022). ¿Cuándo Ud. Visita este establecimiento de asados Ud. Lo acompaña con: Quito.*

Ilustración 11. *Pregunta 6, gráfico circular.*

6-Cuando Ud. visita este establecimiento de asados Ud. lo acompaña con:  
123 respuestas



*Lema, E. (2022). Pregunta 6, gráfico circular. Quito.*

**Análisis:** De los 123 encuestados en su gran mayoría un 50.4% lo acompaña con papas, seguido de un gran índice 39.8% ensaladas, esto ayuda a "Al Carbón" tener como principal acompañamiento en el plato estos dos productos.

### Pregunta 7.

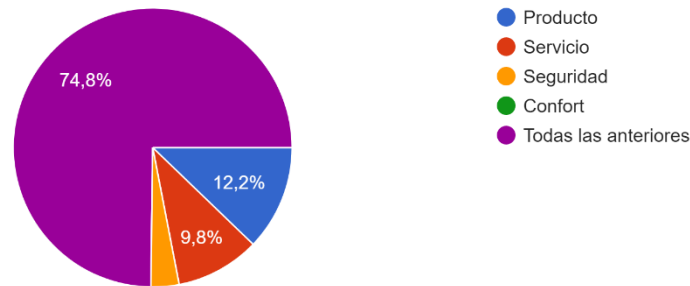
Tabla 11. *Pregunta 7*

<b>¿Qué es lo que Ud. le gusta de un establecimiento gastronómico?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Producto	15	12.2
Servicio	12	9.8
Seguridad	4	3.1
Confort	0	0
Todas las anteriores	92	74.8
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

*Lema, E. (2022). ¿Qué es lo que Ud. ¿Le gusta de un establecimiento gastronómico? Quito.*

Ilustración 12. *Pregunta 7, gráfico circular.*

7-¿Qué es lo que Ud. le gusta de un establecimiento gastronómico?  
123 respuestas



*Lema, E. (2022). Pregunta 7, gráfico circular. Quito.*

**Análisis:** De los 123 encuestados un 74.8% lo que más le gusta de un establecimiento gastronómico es el producto, servicio, seguridad. Esto será de gran ayuda a "Al Carbón" para poner más énfasis en estos 3 aspectos que son los principales que un cliente puede llegar a ver.

### Pregunta 8.

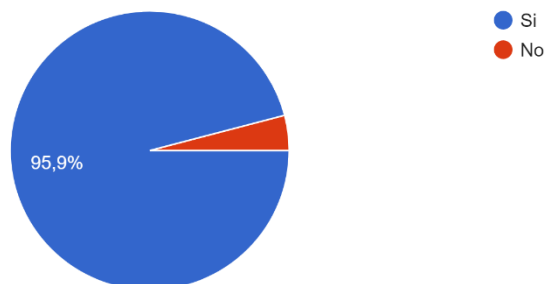
Tabla 12. *Pregunta 8*

¿Le gustaría que este establecimiento ofrezca productos para llevar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	118	95.9
No	5	4.10
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

*Lema, E. (2022). ¿Le gustaría que este establecimiento ofrezca productos para llevar? Quito.*

Ilustración 13. *Pregunta 8, gráfico circular.*

8-¿Le gustaría que este establecimiento ofrezca productos para llevar?  
123 respuestas



*Lema, E. (2022). Pregunta 8, gráfico circular. Quito.*

**Análisis:** De todos los encuestados en su gran mayoría prefieren que ofrezca productos para llevar, esto indica que “Al Carbón” debe tener envases para que los clientes puedan pedir su comida para llevar.

### Pregunta 9.

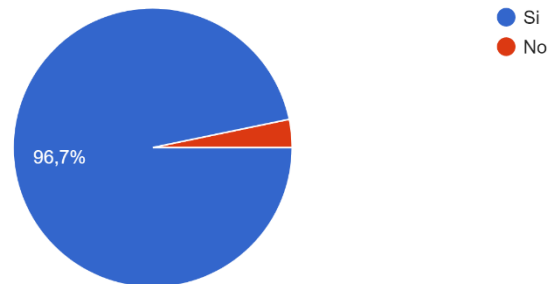
Tabla 13. *Pregunta 9*

¿Le gustaría que este establecimiento entregue productos a domicilio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	119	96.7
No	4	3.3
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

*Lema, E. (2022). ¿Le gustaría que este establecimiento entregue productos a domicilio? Quito.*

Ilustración 14. *Pregunta 9, gráfico circular.*

9-¿Le gustaría que este establecimiento entregue productos a domicilio?  
123 respuestas



*Lema, E. (2022). Pregunta 9, gráfico circular. Quito.*

**Análisis:** Casi el 96.7% de los encuestados mencionan que si les gustaría que “Al Carbón” entregue productos a domicilio. Esto hace poner en énfasis para que el restaurante implementar motorizado para así poder brindar un servicio a domicilio.

### **Análisis General.**

Como primer punto se puede concluir que el target al que va dirigido la empresa es el público en general del sector y también de sectores aledaños, este target en su gran mayoría son personas que consumen asados y les gusta mucho salir a restaurantes, para ser exactos la mayoría de los encuestados van a restaurantes usualmente y semanalmente, también la mayor parte nos mencionó que recurren a esos lugares en familia y también en pareja los que no hace notar que “Al Carbón” puede ser un lugar familiar, para salir de la rutina y compartir en familia..

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que asisten a lugares de comida típica y eso hace ver que debemos implementar productos del típicos del Ecuador como son las menestras, el choclo, la papa principales productos de nuestra nación.

Se puede observar que las personas encuestadas prefieren más lo que es la carne de cerdo, aunque las tres opciones que estarán en nuestra carta como lo es la carne, el

pollo, el cerdo tuvo una aceptación por igual, con una mínima ventaja el cerdo. Será de gran ayuda porque quiere decir que debemos tener más carne de cerdo. Y como se mencionó acompañarlo con papas, ensaladas, choclo que también fue una pregunta de la encuesta en donde la papa resalta como la mejor opción de los consumidores.

Lo más importante que se pudo analizar es que el cliente ve varios aspectos de un local como es el servicio, el producto, seguridad que como empresa debemos brindar al cliente estos aspectos que hará que él se sienta más seguro a la hora de elegir nuestro establecimiento.

También se pudo observar que el cliente si desharía llevar su comida y también que se le entregue a domicilio lo que hace notar que hay que tener motorizados para poder satisfacer esta necesidad del consumidor, ya que así también podemos llegar a muchos más lugares no solo en el Comité del Pueblo sino a barrios aledaños.

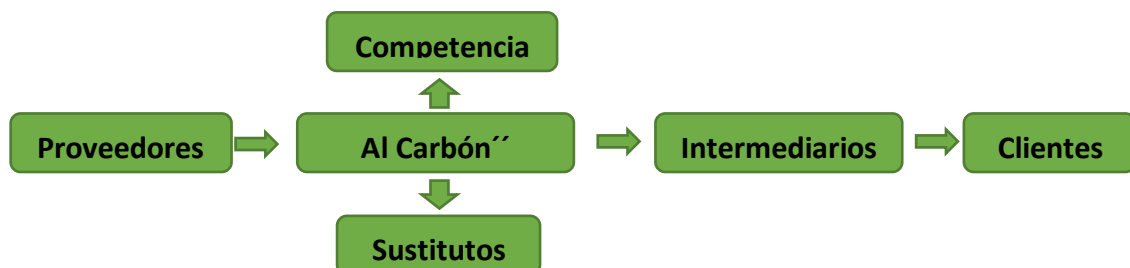
En conclusión, tras analizar los datos se determina que "Al Carbón" es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado y a la mayoría le encantan los asados y más aún si es en familia-

## Entorno empresarial

### Microentorno.

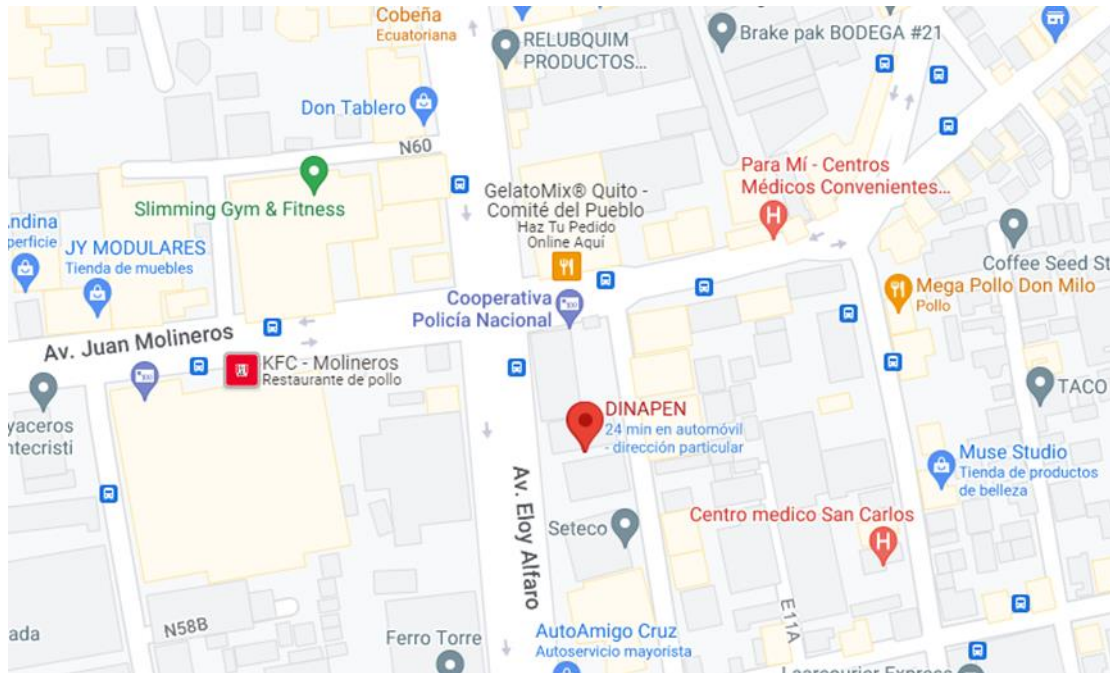
"Al Carbón" considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 15. Esquema microentorno Al Carbón.



Lema, E. (2022). *Esquema microentorno Al Carbón*. Quito.

Ilustración 16. Ubicación.



**Fuente:** (Google más, 2022).

- **Competencia directa.**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse Al Carbón, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

En la Avenida Eloy Alfaro y Avenida Juan Molineros no existe una competencia indirecta ya que no tienen los mismos productos que deseamos elaborar.

**Competencia indirecta.**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar Al Carbón.

En la calle Juan Molineros y calle de los Floripondios se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Mega Pollo Don Milo en donde venden pollos asados.

En la Avenida Jorge Garcés y Luis Tipan se encuentran dos establecimientos que son considerados como competencia indirecta.

- KFC , local de pollos broster.
- La Esquina de Ales, local donde se venden pollos asados.
- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es el supermercado Santa María, ubicado en la Avenida Juan Molineros y Eloy Alfaro. Este supermercado hace las veces de sustituto al vender alimentos y bebidas preparados, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de alimentos y bebidas.

- **Proveedores.**

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Al Carbón, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 14. *Proveedores.*

<b>Tabla de proveedores</b>		
<b>Materia prima</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y beneficios</b>	<b>Producto</b>
Pronaca	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Varios años de experiencia en el mercado</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> </ul>	Pollos, Alitas de pollo.
Supermercado Santa María	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Productos de calidad.</li> </ul>	Embutidos, bebidas, aliños, salsas.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimientos extensos.</li> </ul>	
Mercado Santa Clara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnes locales</li> <li>• Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria</li> <li>• Entrega rápida.</li> </ul>	Chuletas, carnes, filetes de pescado.
Distribuidora "Estrella"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de productos.</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> <li>• Facilidad de pago.</li> <li>• Responsables.</li> </ul>	Arroz, granos.
Mercado de la Ofelia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos locales</li> <li>• Precios bajos</li> </ul>	Vegetales, frutas.

Lema, E. (2022). *Proveedores*. Quito.

- **Intermediarios.**

"Al Carbón" comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

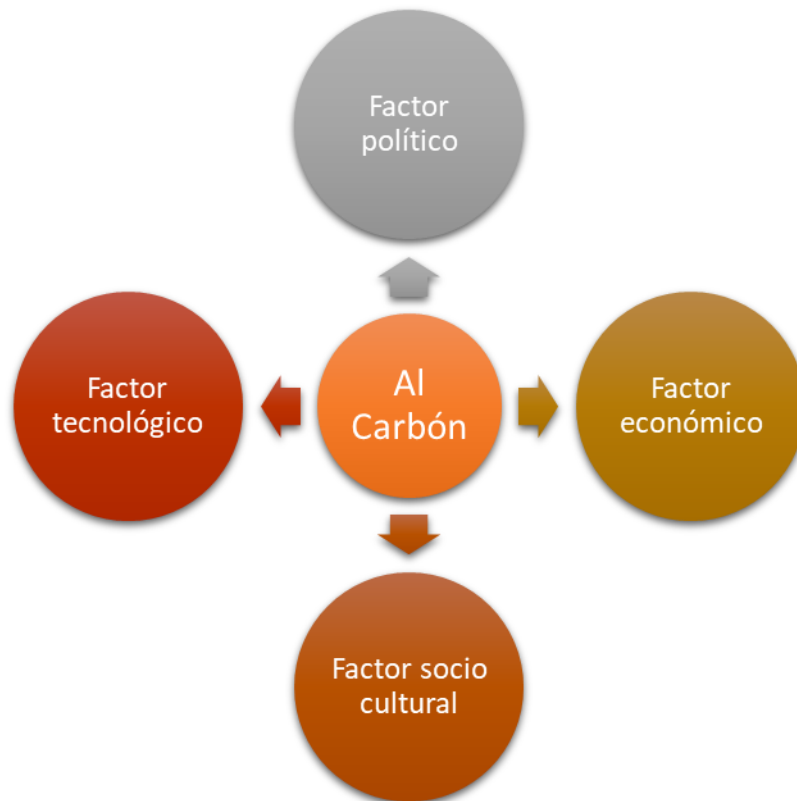
- **Clientes.**

"Al Carbón" es una empresa dirigida a hombres y mujeres que les gusta los asados y que pasan por el sector Comité Del Pueblo y de sectores aledaños, con el fin de deleitarse con una variedad de platos, mientras comparten momentos en pareja, en familia, con amigos.

### 3.1.1 Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que "Al Carbón" no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 17. Esquema macroentorno “Al Carbón”.



Lema, E. (2022). *Esquema macroentorno Al Carbón*. Quito.

- **Factor Político.**

Sabemos que en el Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. Por otro lado, también están sujetos al control del ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a las BPM. Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas están bajo una estricta vigilancia sanitaria, el MINTUR, ARCSA y el MSP han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser adoptadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. “Al Carbón”

realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de restauración, estando también a la expectativa de lo que pueda pasar y cambiar en los próximos meses, ya que el Ecuador está cerca de las elecciones para su nuevo gobierno.

- **Factor Económico.**

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la resiente pandemia que azotó el mundo, pandemia que tuvo al país en cuarentena por aproximadamente 3 meses, en los cuales el sector turístico fue el más afectado, ya que debido a la emergencia sanitaria varias empresas de A&B tuvieron que cerrar definitivamente, esto causo el despido masivo de un centenar de personas, por otro lado, existen empresas que ahora funcionan al mínimo de su capacidad con una baja considerable de ingresos.

Es por eso que “Al Carbón” está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

- **Factor Sociocultural.**

En cuanto a este factor “ Al Carbón” ofrece platos de comida rápida con materia prima propia del Ecuador e ingredientes autóctonos, también da un toque tradicional en la presentación de los productos de A&B servidos en el restaurante, para con esto resaltar la cultura ecuatoriana.

Los momentos en familia son los que harán de este lugar un escenario para compartir, reír, disfrutar de un momento mágico con productos de muy buena calidad y una atención que hará que el cliente regrese es lo que diferenciara al restaurante “Al Carbón”

- **Factor Tecnológico.**

Si bien es cierto, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente, no solo en los países primermundistas, sino que en todos los países del mundo, muchos de estos han sabido utilizar de una manera positiva a estos avances, y este es el caso de Ecuador, ya que este aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, hablando del área de restaurantes, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de cierto restaurante.

La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el menú de un establecimiento y hasta para la toma de pedidos. “Al Carbón” trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes, cabe mencionar que también trabajará con maquinaria tecnológica avanzada para agilizar la producción de los productos de A&B. También vamos a incluir lo que es el servicio a domicilio que igual esta aliada con lo que es la tecnología.

### **Producto y servicio**

“Al Carbón” es un restaurante dedicado a la elaboración de productos asados acompañados con granos como lo son las menestras, se enfoca básicamente en la producción de alimentos agradables al gusto del consumidor y también bebidas como jugos, entre otros, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad.

Con respecto a sus servicios, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen: servicio a la mesa y reservas, “Al Carbón” también ofrece servicio de delivery (entrega a domicilio) y takeaway (servicio para llevar).

### **Producto Esencial.**

Hoy en día los clientes de restaurantes no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse relajados y disfrutando de algo gustoso, buscan un ambiente divertido con una temática llamativa. En “Al Carbón” el producto esencial que se vende es la experiencia de poder degustar productos asados preparada con profesionalismo y un buen manejo de (BPM) en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo en donde pueden no solo degustar un plato de comida, sino también disfrutar de un momento de recreación entre familia y amigos.

### **Producto real.**

“Al Carbón” maneja una gran variedad de productos de bebidas y comida rápida tradicional e innovadora entre los que se pueden encontrar:

- Chuleta con menestra (lenteja, frejol), un plato iconico a la hora de los asados, acompañado de arroz, ensalda no hay nada que se le iguale.
- Pinchos, otro de los platos típicos en las calles del Ecuador, existen varios tipos: pinchos de pollo, carne, solo salchicha. Pero lo que le hara mas innovador es que igual ira acompañado de lo que nos caracteriza el arroz y la menestra (lenteja, frejol).
- Quaker, cuando se habla de bebidas tradicionales, como no recordar al quaker que es el que a muchos nos acompaña nuestra niñez y mas aun a la hora de una comida como no acompañarla con estas ricas especialidades que son los asados junto con la menestra y el arroz.

### **Características.**

Para la elaboración de cada uno de los platos de “Al Carbón” hay una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados del restaurante. En la cocina, los alimentos son preparados bajo específicos manuales de BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera, mientras que en el área de servicio los empleados están siempre a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento.

### **Calidad.**

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de cocción por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

### **Estilo.**

“Al Carbón” maneja un familiar, tratando de fusionar a los asados con los momentos en familia, así como los nombres de los platos, en cuanto al producto en sí, la presentación será llamativa, mostrando con esto una manera diferente de ver y disfrutar la comida. El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano” o “empatado”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

### **Marca.**

“Al Carbón” es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso Al viene a hacer referencia de cómo será elaborado, Carbón nos hará una referencia de cómo será elaborada la proteína de cada plato, como se había mencionado anteriormente, “Al Carbón” es una empresa que busca dar un ambiente diferente, un ambiente familias, con pareja, con amigos. “Al Carbón” hace énfasis en la relación de los asados y la buena atención y servicio que se pueden llevar nuestros clientes.

Con este nombre “Al Carbón” da la bienvenida a todas esas personas amantes de los asados que estén dispuestos a experimentar un nuevo sabor, ideas innovadoras y porque no un lugar con una excelente atención enfocados con los valores de la amabilidad y honestidad.

### **Producto aumentado.**

Lo que diferencia a “Al Carbón” de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan deleitarse de un plato de comida y a la vez combinarlos al gusto de cada persona, además porque no implementar lo que es la música para así crear un ambiente alegre, bebidas para todas las edades que sean optimas a la hora de deleitar de un asado, “Al Carbón” también brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este lugar.

### **Plan de introducción al mercado**

#### **Distintivos y Uniformes**

##### **Área de Cocina.**

El chef administrador y el ayudante de cocina usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Chef administrador y Ayudante de Cocina.**

- \* Chaqueta negra de mangas largas con detalles en blanco.
- \* Faldón negro con líneas blancas verticales.
- \* Pantalón negro de cocina.
- \* Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- \* Toca de chef.

**Ilustración 18. Diseño uniforme chef administrador**



Lema, E. (2022). Diseño uniforme chef administrador y ayudante de cocina. Quito.

\* Pico de loro (opcional)

\* Medias negras largas

- **Meseros, Cajera, Personal de cocina.**

\* Buzo polo color negro de mangas cortas con detalles y los sellos distintivos de la empresa bordados junto al nombre de cada empleado.

\* Malla de cocina.

\* Pantalón jean de cualquier color dependiendo el día se pondrá de acuerdo el color.

\* Zapatos negros de preferencia o cualquier color depende la coordinación de todos.

\* Medias negras.

**Ilustración 19. Diseño uniforme mesera, cajera, personal de**



Lema, E. (2022). Diseño uniforme mesera, cajera, personal de cocina. Quito.

## **Materiales de identificación.**

### **Imagotipo.**

**Ilustración 20. Imagotipo Al Carbón.**



Lema, E. (2022). Imagotipo Al Carbón.



Elementos a destacar:

- La espátula hace referencia que estamos tratando con comida.
- El chef comprende que son alimentos preparados por expertos.
- El logotipo del establecimiento “Al Carbón” que da a entender que son productos elaborados tal como lo dice el nombre.
- El eslogan del restaurante “Las papitas de la cancha”
- Los colores usados:
  - \* Color gris de fondo.
  - \* Color negro, hace referencia al carbón y con un toque de formalidad.
  - \* Blanco para resaltar ciertos instrumentos del uniforme.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre la comida al carbón y de quien elaboraría estos alimentos, donde destacan el chef con su espátula.

#### **Tarjetas de presentación.**

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 21. Anverso tarjeta de presentación



Lema, E. (2022). Anverso tarjeta de presentación. Quito.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, de la empresa el cual será administrado por el dueño del establecimiento, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa. Correo, Ciudad.

**Ilustración 22. Reverso tarjeta de**



Lema, E. (2022). Reverso tarjeta de presentación. Quito.

### **Hoja membretada.**

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

**Ilustración 23. Hoja membretada**



Lema, E. (2022). Hoja membretada. Quito.

### **Canal de distribución y puntos de ventas**

El canal de distribución y punto de venta físico de “Al Carbón” es su establecimiento ubicado en la ciudad de Quito, en la Av. Eloy Alfaro y Av. Juan Molineros.

- **Promoción.**
  - \* El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok.
  - \* Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
  - \* Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.
  
- **Contacto.**
  - \* Tarjetas de presentación.
  - \* E-mail.
  - \* WhatsApp.
  - \* Facebook.
  - \* Instagram
  - \* Telefonía convencional
  
- **Correspondencia.**
  - \* A través de mail corporativo.
  
- **Negociación.**
  - \* Directa en el establecimiento con cita previa.
  - \* A través de videoconferencia. (Zoom).
  - \* Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 15. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación y flyers	1000 unidades	\$15.00
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$30.00
TOTAL		\$47.00
TOTAL ANUAL		\$375.00

Lema, E. (2022). Financiamiento publicidad. Quito.

### **Riesgo y oportunidades del negocio**

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo “Al Carbón”, sino también todo establecimiento turístico y de restauración, fue la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobre todo en el proceso de producción, en donde se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

La oportunidad más grande que tiene “Al Carbón” es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID 19 ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de restauración se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de comida están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: tomar ordenes, realizar reservaciones, elegir platos en menús digitales, así como también para el pago realizados mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene "Al Carbón" es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

## **Fijación de Precios**

### **Fijación de precios por receta estándar.**

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados para un solo PAX (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el plato, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio



En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:

- Chuleta con menestra y arroz..
- Pinchos con arroz y menestra.
- Quaker.

- **Chuleta con menestra y arroz**

Tabla 16. Chuleta con menestra y arroz, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Chuleta con menestra y arroz		Código: 001	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	21/08/2022		Chef: Esthefany Lema	
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Chuleta	g	\$4.40	150	\$0.95
Cebolla Colorada	g	\$1.00	25	\$0.025
Sal	g	\$1.20	3	\$0.0036
Comino	g	\$1.50	30	\$0.045
Pimiento Verde	g	\$1.00	30	\$0.03
Verde	g	\$1.25	40	\$0.05
Tomates	g	\$1.00	40	\$0.04
Aceite	g	\$2.90	15	\$0.039
Ajo	g	2.00	10	0.02
Achiote	g	3.20	20	0.064
Arroz	g	1.00	50	0.05
Cilantro	g	1.00	50	0.05
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$1.367</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.137</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$1.504</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$0.226</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0.501</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$0.678</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$0.180</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$0.678</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$3.767</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0.452</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0.358</b>
<b>Total</b>	<b>\$4.578</b>			

Lema, E. (2022). Chuleta con menestra y arroz, receta estándar de costos, Quito.

- **Pincho con menestra y arroz.**

Tabla 17. Pincho con menestra y arroz, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Pincho con menestra y arroz		<b>Código:</b> 002	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	21/08/2022		<b>Chef:</b> Esthefany Lema	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Arroz	G	\$1.00	50	\$0.05
Maduro	G	\$1.25	40	\$0.05
Lentejas	G	\$1.60	60	\$0.096
Cilantro	G	\$1.00	100	\$0.10
Achiote	G	\$3.20	20	\$0.064
Comino	G	\$1.50	30	\$0.045
Ajo	G	\$2.00	10	\$0.02
Tomate	G	\$1.00	40	\$0.04
Pimiento verde	G	\$1.00	30	\$0.03
Papas	G	\$0.80	80	\$0.064
Chorizo	G	\$3.00	40	\$0.12
Carne	G	\$4.35	150	\$0.6525
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$1.332</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.133</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$1.465</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$0.220</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0.489</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$0.660</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$0.176</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$0.660</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$4.67</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0.56</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0.465</b>
<b>Total</b>	<b>\$5.695</b>			

Lema, E. (2022). Pincho con menestra y arroz, receta estándar de costos. Quito.

- Quaker.

Tabla 18. Quaker, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Quaker	<b>Código:</b> 003		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	21/08/2022	<b>Chef:</b> Esthefany Lema		
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Avena	G	1.20	150	0.18
Canela	G	10.00	32	0.32
Naranjillas	G	1.00	210	0.21
Azúcar	G	1.00	150	0.15
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total, bruto</b>	<b>\$0.86</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.086</b>
			<b>Total, neto</b>	<b>\$0.946</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$0.142</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0.315</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$0.426</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$0.114</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$0.426</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2.369</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0.284</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0.237</b>
<b>Total</b>	<b>\$2.89</b>			

Lema, E. (2022). Quaker . Quito.



## Implementación del negocio

- **Equipos industriales.**

Tabla 19. Equipos industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Cocina industrial 4 quemadores	1	\$420	\$420
Refrigerador Indurama Ri-395	1	\$498	\$498
Congeladora Electrolux	1	389.99	389.99
Licuada Oster 450W	1	\$39.99	\$39.99
Tanque de gas 30kg	1	\$52.50	\$52.50
Parrillero Asador Acero Inoxidable	1	\$630	\$630
Self Service	1	\$980	\$980
<b>TOTAL</b>			<b>3.010.48</b>

(ver anexos 6 - 10)

Lema, E. (2022). Equipos

- **Equipos de computación.**

Tabla 20. Equipos de computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop HP Core I5	1	\$778.00	\$778.00
Impresora de facturas	1	\$89.00	\$89.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$867.00</b>

(ver anexo 11 –

Lema, E. (2022). Equipos de

- **Muebles y enseres.**

Tabla 21. Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Estantería metálica	1	\$85.00	\$85.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$125.00	\$125.00
Juego de cuchillos + tabla de picar	1	\$34.00	\$34.00
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	3	\$25.99	\$77.97
Muestras y sillas	5	\$100.00	\$500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$821.97</b>

(ver anexo 13 – Lema, E. (2022). Muebles y

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 22. Equipos industriales de seguridad

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$21.80	\$21.80
Detector de gas GLP	1	\$18.50	\$18.50
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	4	\$3.10	\$12.40
<b>TOTAL</b>			<b>\$119.34</b>

(ver anexo 22 – Lema, E. (2022). Equipos industriales de

- **Suministros de oficina.**

Tabla 23. Suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta grande	2	\$3.00	\$6.00
Rollo papel bond químico con copia amarilla	3	\$1.80	\$5.40
Sello	1	\$5.00	\$5.00
Facturero	1	\$7.00	\$7.00
<b>TOTAL</b>			\$29.89
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$358.65

(ver anexo 24)

Lema, E. (2022). Suministros de oficina.

- **Servicios básicos.**

Tabla 24. Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$30.00
Luz	\$35.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$10.00
<b>TOTAL</b>	\$85.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	\$1.020

Lema, E. (2022). Servicios básicos. Quito.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 25. Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba de cerda pequeña	1	\$2.00	\$2.00
Trapeador	1	\$3.00	\$3.00
Cloro 1 Gal	1	\$5.00	\$5.00
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fibra/lustre	2	\$1.00	\$1.00
España lavaplatos	2	\$1.00	\$2.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.05	\$1.00
Lavavajillas	1	\$2.80	\$2.80
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$2.60	\$5.20
Papel higiénico	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$4.50	\$9.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$7.00	\$7.00
<b>TOTAL</b>			\$56.50
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$678.00

Lema, E. (2022). Materiales de limpieza.

(ver anexo

- Arriendo

Tabla 26. Arriendo

<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PAGO MENSUAL</b>
Arriendo	\$300
<b>TOTAL</b>	<b>\$300</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$3.600</b>

LEMA, E (2022). Arriendo

### Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (25 personas). En la cocina, se ha considerado el espacio que necesitarán los cocineros para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se han agregado espacios específicos para bodegas ya que el almacenamiento se hará en el área de cocina. Como se puede observar, se agregaron espacios físicos para los diferentes juegos en donde los clientes se pueden divertir.

### Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 24. Estructura del establecimiento.



Lema, E. (2022). Estructura del establecimiento. Quito.

#### **4. PROCESO DERECHO EMPRESARIA**

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los tramites y permisos pertinentes.

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Para legalizar la empresa Global limpieza y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

- **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad de Azogues. Los requisitos que se solicitan son

- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
- En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad

- Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente)
- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

- **Permiso de ARCSA**

Requisitos Obligatorios:

1. Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento seleccionando la actividad de Restaurantes/Cafeterías, en el sistema de permiso de funcionamiento (<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>).

Requisitos Especiales:

Para permiso de funcionamiento para Restaurantes/Cafeterías:

1. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Contar con la categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (Mintur).

1. Ingresar al sistema de permiso de funcionamiento (<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>)
2. Crear usuario y contraseña.
3. Clic en mis Trámites.
4. Llenar formulario de solicitud (seleccione las actividades que se encuentran registradas en el mismo establecimiento, es decir en la misma dirección. En caso de tener otra actividad en diferente dirección, por favor solicitar un nuevo permiso de funcionamiento), dar clic en guardar y continuar.
5. Adjuntar requisitos, cuando aplique; dar clic en guardar y continuar.
6. Leer y aceptar los términos y condiciones de uso.
7. Dar clic en solicitar permisos de funcionamiento.
8. Imprimir la orden de pago. \* El Pago deberá realizarse al siguiente día hábil de la creación de la misma.
9. Efectuar el pago y adjuntar el comprobante (cuando el pago se efectúa en el Banco del Pacífico no necesita adjuntar el comprobante).
10. Descargar e imprimir el Permiso de Funcionamiento.

- Cuerpo de bomberos

Para obtener el permiso de funcionamiento, debe presentar al cuerpo de bomberos la siguiente documentación:

1. Solicitud de inspección de local (descargar);
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC; y,
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (Si la actividad aplica).
5. Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo para los siguientes establecimientos: Centros de tolerancia, cantinas, bares, karaokes, discotecas, licorerías, distribuidoras de gas, bodegas de combustible, estaciones de servicios – gasolineras, asaderos, carpinterías, granjas agrícolas, fábricas en general, y otros establecimientos que se encuentren regulados en el PD y OT.

## **5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL**

### **Objetivo de área**

El sector de la limpieza la empresa global limpieza puede aportar numerosas soluciones al objeto de mitigar el impacto perjudicial. En los ambientes interiores a través de la Limpieza origina un efecto mínimo sobre la salud de las personas y el



medio ambiente. Este incluye la combinación de programas de limpieza eficientes, prácticas y soluciones innovadoras, equipos y productos sostenibles.

Valorar la protección del Medio Ambiente como principal responsabilidad de la empresa global limpieza y velar por que ésta se lleve a cabo en todas las funciones y áreas de la actividad que realiza la empresa. Se remarca que la protección del Medio Ambiente es cosa de todos los que forman la empresa global limpieza por lo que se debe proceder en cada situación con un comportamiento responsable tanto dentro como fuera de la empresa.

Es por eso que el compromiso de cumplir de forma exigente aquellas disposiciones legales ambientales vigentes aplicables a esta actividad, así como de los requisitos que la organización suscriba. La reducción de los impactos ambientales derivados del uso y la manipulación de sustancias químicas y peligrosas, el consumo de agua y de energía y a gestión inadecuada de los residuos, es la tarea central de la política de protección ambiental.

Se controlará en la empresa Global limpieza el cumplimiento de la protección ambiental con el fin de verificar el buen funcionamiento de dicha protección y adecuar los objetivos y metas a la naturaleza y magnitud de los impactos ambientales provocados por las actividades, productos y servicios.

- **IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES**

La empresa posiblemente ocasionaría problemas en el medio ambiente específicamente en dos campos:

- ✓ Agua
- ✓ Residuos

### **Residuos sólidos**

- ✓ Envases de comida

### **El Agua**

- ✓ Contaminación del agua por preparación de alimentos y por productos de limpieza.
- ✓ Desperdicios innecesarios
- ✓ Uso indebido de líquido vital

- **Plan de prevención y mitigación de impactos**

Para nuestro plan de prevención en cuanto al agua se tendrá un mayor control y solo se usará el agua necesaria tanto en la limpieza como a la hora de preparar los alimentos. En cuanto a los residuos sólidos se reciclará lo que se puede reciclar, poniendo envases en donde se subdividirá la basura, haciendo campañas de reciclaje, para que las personas tengan más conciencia a la hora de botar la basura.

ODS

## 8-TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

“Al Carbón” promoverá el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Hará que los trabajadores tengan un empleo pleno, productivo y decente tanto para hombres y para mujeres en donde la edad o el nivel de estudio no sea una barrera para avanzar día tras días, cumpliendo con todo lo necesario para que los trabajadores se sientan motivados y seguros en el trabajo, en conclusión, conformes con lo que se brinda y realiza.



## 10-REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES

“Al carbón” promoverá la inclusión social, económica y política de todas las personas, especialmente de los grupos vulnerables, proporcionando condiciones laborales dignas, especialmente para grupos desfavorables, redistribuyendo de forma más igualitaria los salarios a los empleados, implantando mecanismos. En esta empresa se fomentará la igualdad en todo sentido. La igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres” que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa. “Al Carbón” priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres.



## 6. PROCESO FINANCIERO

### Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera del restaurante “Al Carbón”.

### Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, vehículos, quipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles (Kueski, 2020), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$4.818.79. (Ver tabla 27).

**Tabla 27.** Activos Fijos.

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Muebles y enseres	\$821.97
Equipos de Computación	\$867
Equipos Ind./ seguridad	\$3.129.82
<b>Total</b>	<b>\$4.818.79</b>

Elaborado por: Esthefany Lema

### Activos diferidos

Concierno a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que en este caso, lo que representa que la inscripción es gratuita, los gastos legales, el permiso de funcionamiento, las

patentes municipales lo que nos da un total de activos diferidos de \$400.00 (*Ver tabla 28*).

**Tabla 28.** Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	\$400
<b>Total</b>	<b>\$400.00</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

### **Capital de trabajo**

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad. El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, etc. (Peñaloza, 2008).

En lo que concierne al establecimiento, mensualmente tenemos un costo de materia prima \$500.00; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$255.00; de sueldos y salarios de \$7,420.10, material de oficina el valor de \$ 89.66, material de limpieza el valor de \$169.50, alquiler de local el valor de \$900.00, gastos financieros el valor de \$875.00 y los gastos de publicidad de \$93.75. Este valor es para 3 meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$15,521.80 (*Ver tabla 29*).

**Tabla 29.** Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>Trimestral</b>	<b>Anual</b>
Costo de materia prima	\$500	\$2000
Servicios básicos	\$255	\$1.020
Sueldos y salarios	\$7.420.10	\$29.680.40
Gastos publicidad mensual	\$93.75	\$375
Material oficina	\$89.66	\$ 358,64
Material limpieza	\$169.50	\$678
Alquiler local	\$900	\$3.600
Gastos financieros	\$875	\$3.500
<b>Total</b>	<b>\$10.303,10</b>	<b>\$41.212,40</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 3 meses de la empresa es de \$15,521.80 (*Ver tabla 30*).

**Tabla 30.** Detalles de inversión

<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	
Total Activos Fijos	\$4,818.79
Total Activos Diferidos	\$ 400.00
Total Capital de Trabajo	\$41.212,40
<b>Total</b>	<b>\$46.431,19</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

## **Sueldos**

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (*Ver tabla 31*).

**Tabla 31.** Sueldos.

CARGOS	Nro.	Sueldo Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS Patronal (11,15%)	Aporte IESS Personal (9,45%)	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Administrador	1	\$600,00	\$50,00	\$35,42	\$72.90	\$56.70	\$701.61	\$8.419,40
Cocinero	1	\$575,00	\$47.92	\$35,42	\$69.86	\$54.34	\$673.85	\$8.086,30
Ayudante de cocina	1	\$500,00	\$41.67	\$35,42	\$60.75	\$47.25	\$590.58	\$7.087
Mesera	1	\$425,00	\$35.42	\$35,42	\$51.64	\$40.16	\$507.31	\$6.087.70
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>\$2.100,00</b>	<b>\$174.99</b>	<b>\$141.68</b>	<b>\$255.15</b>	<b>\$198.45</b>	<b>\$2.473.35</b>	<b>\$29.680,40</b>

Elaborado por: Esthefany Lema

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$29.680,40 anual.

### Depreciación activos fijos.

La depreciación es la disminución del valor del activo fijo que se produce por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (Castro, 2011)

- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33,33% anual

En esta tabla 33, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$684.15.

**Tabla 32.** Depreciación de activos fijos

Elaborado por: Esthefany Lema

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
		<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos industriales	\$3.129,82	10%	312.982
Muebles y enseres	\$821.97	10%	\$82.197
Equipos de computación	\$867	33.33%	\$288.9711
<b>TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$684,15</b>

**Amortizaciones**

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$400.00, ya que el monto por constitución equivale a \$80 (*Ver tabla 33.*)

**Tabla 33.** Porcentaje Amortización

<b>AMORTIZACIONES</b>			
<b>PORCENTAJE AMORTIZACIÓN</b>			
Gastos de Constitución de la empresa	\$400.00	20%	\$80

Elaborado por: Esthefany Lema

**Tabla de amortización**

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$25000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (*Ver tabla 34.*)



Tabla 34. Amortización

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>MONTO</b>	\$25000			
<b>TASA</b>	14%			
<b>PLAZO</b>	5			
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
0	-	-	-	25000
1	7282,09	3.500,00	3.782,09	21.217,91
2	7282,09	2.970,51	4.311,58	16.906,33
3	7282,09	2,366.89	4.915,20	11.991,13
4	7282.09	1.678,76	5.600,33	6.387,80
5	7282,09	894,29	6.387,80	0,00

**Elaborado por:** Esthefany Lema

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 25000, llegando al año 5, el pago de interés de \$894,29 y a su vez el pago capital de \$6.387,80, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

### **Estructura capital**

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f.).

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$21.430,80 que equivale a una estructura del 46%; costo 13% con una tasa de descuento de 6,0%; por consiguiente el Capital Financiero es de \$25000 con una estructura del 54% , el costo es del 14 % que otorga el 7,5% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$46.430,80 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que

es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,50% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 35.*)

**Tabla 35.** Estructura de capital.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>					
		<b>Estructura</b>	<b>Costo</b>	<b>TD</b>	
Capital Propio	\$21.431,19	46%	13%	6,0%	
Capital Financiero	\$25000	54%	14%	7,5%	
<b>Total</b>	\$46.431,19	100%		<b>13,50%</b>	<b>TMAR</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

### **Punto de equilibrio**

En la siguiente tabla N37, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Peñaloza, 2008). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$3.025,02 (*Ver tabla 36*)

**Tabla 36.** Costos fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Arriendo	\$300
Sueldos	\$2.473,36
Servicios Básicos	\$85
Materia prima	\$166.66
<b>Total</b>	<b>\$3.025,02</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para el restaurante "Al Carbón" se tomó en cuenta el arroz con menestra y chuleta, que el plato principal del restaurante. Entonces el valor del plato es \$3.80, el valor del costo sería \$1.40 por lo que el margen de contribución será de \$2.40 (Ver tabla 37).

**Tabla 37.** Margen de contribución

<b>Precio consulta</b>	\$3.80	
<b>Costo consulta</b>	\$1.40	
<b>Ganancia</b>	\$2.40	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias (Moreno, 2021).

En la tabla 39, se puede observar que se debería realizar la venta de 1260 platos mensuales, es decir 42 platos diarios para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 40 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 2350 platos.

**Tabla 38.** Punto de equilibrio

	<b>NÚMERO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
<b>VENTA</b>	1260	\$3.80	\$4789.6
<b>COSTO</b>	1260	\$1.40	\$1764.60
<b>GASTO</b>			\$3025.02
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

**Tabla 39.** Ventas /costos

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>			
<b>NÚMERO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>	
2350	\$8930	\$107.160	<b>VENTAS</b>
2350	\$3290	\$39.480	<b>COSTO</b>

**Elaborado por:** Esthefany Lema

### Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N41 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$19911,41 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$23829,90.

**Tabla 40.** Costo de ventas.

<b>COSTO DE VENTAS</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
VENTAS		\$107160.00	\$110385.52	\$113708.12	\$117130.73	\$120656.37
COSTO DE VENTAS		\$39480.00	\$40668.35	\$41892.47	\$43153.43	\$44452.35
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		\$67680.00	\$69717.17	\$71815.65	\$73977.31	\$76204.02
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$29680.40	\$30573.78	\$31494.05	\$32442.02	\$33418.53
SERVICIOS BASICOS		\$1020.00	\$1050.70	\$1082.33	\$1114.91	\$1148.46
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEZA		\$358.65	\$369.45	\$380.57	\$392.02	\$403.82
ALQUILER LIMPIEZA		\$678.00	\$698.41	\$719.43	\$741.08	\$763.39
SERVICIO AUTO		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
ALQUILER		\$3600.00	\$3708.36	\$3819.98	\$3934.96	\$4053.41
DEPRECIACIONES		\$684.15	\$684.15	\$684.15	\$684.15	\$684.15
AMORTIZACIONES		\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		\$31578.80	\$32552.32	\$33555.15	\$34588.16	\$35652.26
GASTOS FINANCIEROS		\$3500.00	\$2970.51	\$2366.89	\$1678.76	\$894.29

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$28078.80	\$29581.82	\$31188.26	\$32909.40	\$34757.97
BASE IMPOSITIVA		\$7019.70	\$10723.41	\$11305.75	\$11929.66	\$12599.76
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$21059.10	\$18858.41	\$19882.52	\$20979.74	\$22158.21

Elaborado por: Esthefany Lema

### Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa (Esparza, s.f.) Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$18.041,16, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$16.534,56 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (*Ver tabla 41*).

**Tabla 41.** Flujo de caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
UTILIDAD OPERATIVA		\$31578,80	\$32552,32	\$33555,15	\$34588,16	\$35652,26
DEPRECIACION		\$684,15	\$684,15	\$684,15	\$684,15	\$684,15
AMORTIZACION		\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
- BASE IMPOSITIVA		\$7019,70	\$10723,41	\$11305,75	\$11929,66	\$12599,76
- GASTOS FINANCIEROS		\$3500,00	\$2970,51	\$2366,89	\$1678,76	\$894,29
- PAGO CAPITAL		\$3782,09	\$4311,58	\$4915,20	\$5603,33	\$6387,80
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
<b>= FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$-46.430,84</b>	\$18.041,16	\$15.310,98	\$15.731,46	\$16.140,56	\$16.534,56

Elaborado por: Esthefany Lema

### **Cálculo del TIR y el VAN**

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

#### **VAN (Valor Actual Neto)**

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$11.441,15; por lo tanto, el negocio es factible.

#### **TIR (Tasa Interna de Retorno)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. (Software DELSOL, s.f.)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 22,73 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 9,19% con el TMAR (Ver tabla 42).

**Tabla 42.** VAN/ TIR

<b>CALCULO DEL TIR Y EL VAN</b>	
VAN	11.441,15
TIR	22,73%
TMAR	13.54%

**Elaborado por:** Esthefany Lema

## 7. CONCLUSIONES

Podemos concluir cuan importante es conocer la organización empresarial, por que iniciamos conociendo como es la creación de una empresa, describiendo a la misma en todo sentido se pudo conocer datos como el tamaño de la empresa, necesidades que esta empresa tiene que satisfacer, y lo más importante se estableció una ubicación.

Es este capítulo se concluyo sabiendo varios temas relacionados al marketing en donde se realizo una encuesta en el cual se conoció el plan de muestreo y nos permitió luego tener un análisis de estas encuestas, se conoció el microentorno y macroentorno. Y también como esta compuesta la empresa arquitectónicamente.

En este capitulo se concluyo tratando del proceso de derecho empresarial en donde se trato varios temas en donde se vio los documentos para crear esta empresa como es el SRI, RUC, Municipio de Quito, Cuerpo de bomberos, ministerio de trabajo, IEISS, todo esto muy importante a la hora de tratar con seres humanos.

En este capítulo se obtuvo datos del proceso de impacto ambiental y social en donde se trabajo con las ODS más relacionadas a este negocio en el cual se eligieron dos que son las más cercanas a este modelo de negocio.

En este capítulo se analizo lo que es el proceso financiero en donde se abarco varios temas como son las inversiones, activos, capital de trabajo, procesos financieros, sueldos de los trabajadores, punto de equilibrio, VAN, TIR, todo esto muy importante a la hora de calcular desde el cuanto debemos vender nuestro plato estrella, hasta en cuanto tiempo recuperaremos nuestra inversión.

## RECOMENDACIONES

1-Vemos que es importante realizar un trabajo investigativo a la hora de implementar un negocio ya que este nos permitirá saber si el negocio ira de la mejora manera y conocer varios datos que pueden ser muy importante para no fracasar.

2-Es muy esencial tomar en cuenta una muestra del sector en el cual implementaremos el negocio para así proceder con lo que son las encuestas y poder acercarnos mas a nuestros futuros clientes y conocer datos que pueden ser de gran importancia a la hora de crear un modelo de negocio.

3-En la parte financiera es de gran importancia tener un calculo eficiente ya que todo va a la par y si en algo fracasamos no nos permitirá tener datos claros y precisos. Ayudarnos de tablas a sido de gran ayuda a la hora de trabajar en todo lo que tiene que ver financiero porque así nos permitirá conocer datos muy importantes como el precio al cual debemos vender nuestro producto estrella.

## ANEXOS

← ROLLO DE PAPEL BOND QUÍMICO CON COPIA AMARILLA \$ 1.80 C/U MEDIDA: 75mm x 75mm APTO PARA:

Carpeta Portacatalogo Blanca Encapsulada Lomo 3 2 Anillos 1/2 SOL PRINT CARPETA PORTACATALOGO BLANCA U\$S 3

Nuevo Rotulo Señalética 20x30cm A4 Salida Flecha Derecha 1/1 SALIDA U\$S 3.10



Nuevo | 1 vendido

Venta Y Recarga De Extintores Pqs 10 Libras Nuevo Polvo

1/4



U\$S 21<sup>80</sup>

Nuevo

Detector De Gas Glp 110v Con Enchufe. Precio Incluye Iva.

1/3



U\$S 18<sup>50</sup>

Estanterias Metalicas -perchas

1/3



U\$S 85

Nuevo

Juego De Cuchillos Tramontina X6 Incluida Tabla De Picar

1/1



Color: Blanco



U\$S 17

Nuevo | 8 vendidos

Mesa De Trabajo Acero Inoxidable 430 Y Mesa Fregadero Lavabo

1/5



U\$S 125

Impresora Térmica De Facturas De 80mm, Para Todo Negocio

1/3



Color: Negro



U\$S 89

Nuevo  
Mesas De Comedor, Sillas Para Restaurante



Color:  
Negro

Diseño De La Tela De Las Sillas:  
Liso

U\$S 125

Nuevo | 17 vendidos

Laptop Hp Ryzen 5= Core I5 256gb Ssd Fhd T. Numerico

1/8



Color:  
Gris

U\$S 778

Nuevo

Self Service / Zamobar

1/5



U\$S 980

Nuevo | 66 vendidos

Licudadora Clasica 3 Velocidades Mr Chef Oster 1,25lit

1/1



Color:  
Plata

U\$S 39<sup>99</sup>

Nuevo | 1 vendido

Tanque De Gas

1/2



U\$S 52<sup>50</sup>

Nuevo

Parrillero Asador Sobre Medida Acero Inoxi (fabric)

4/4



U\$S 630

Nuevo

Refrigeradora Indurama Ri-395 Croma Con Dispensador De Agua

1/3



U\$S 498

Nuevo | 27 vendidos

Cocina Industrial Grande De 4 Quemadores Con Horno Acero

1/3



Color:  
Gris

U\$S 420



NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
<b>ESTHEFANY LEMA- TERMINADO.docx</b>	<b>ESTHEFANY LEMA</b>
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
<b>14126 Words</b>	<b>74912 Characters</b>
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
<b>94 Pages</b>	<b>3.2MB</b>
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
<b>Sep 26, 2022 8:23 PM GMT-5</b>	<b>Sep 26, 2022 8:28 PM GMT-5</b>

- **15% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

- **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

Acti  
Ve a C  
Wind