



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Implementación de un restaurante de cocina fusión ítalo-ecuatoriano en el sector de Llano Grande al norte de Quito en la Provincia de Pichincha”

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

AUTOR:

Simbaña Vinuesa María Del Carmen

TUTOR:

Chef Carlos Andrés Chávez Acosta

D.M. Quito, 18 de mayo de 2022

DEDICATORIA

Este proyecto de plan de negocios está dedicado, primero a mí abuelito Papito Carlitos, que ahora está en el cielo, cuidándome como siempre lo ha hecho, dándome ánimos que sea una profesional, espero que desde el cielo pueda ver mis logros y se sienta orgulloso de mi, quería que me vea graduada, sin embargo, sé que me ve y bailará conmigo desde el cielo en mi graduación.

A mis padres William Simbaña y Rocío Vinueza que fueron el apoyo y la guía durante estos años de carrera, los cuales nunca me dejaron sola en los momentos más difíciles, pero doy gracias primeramente a mi madre, la cual fue mi soporte diario, siempre me supo corregir en el momento indicado y gracias a ella soy una mujer de bien y fue ella quien me acompañó en las noches de desvelo con una taza de café noche tras noche sin descanso.

Mi hermano Jacob Simbaña, que con su alegría interminable y sus abrazos reconfortantes a pesar de su corta edad me daba ánimos para seguir adelante y no rendirme. A toda mi familia que gracias a sus consejos y enseñanzas han sido partícipes de esta travesía. (Mamita Carmelita, Tía Azu, Tía Pily, Tía Laury, Tío Rober, Tío Juan Francisco, Pablito y Fátima)

A mis amigos Karen Estévez y Marlon Pillajo, quienes fueron las primeras personas que conocí en el instituto y ahora son una parte muy importante en mi vida, siempre me brindaron su mano sin ninguna excusa.

A mi novio Rubén Díaz, que cada día me daba ánimos insuperables para que cumpla esta meta tan esperada, diciéndome que, si lo iba a lograr, le doy gracias especialmente por escucharme en las noches de dolor, no dejarme sola y demostrarme todo su amor no solo con palabras si no con acciones también.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento al Instituto Superior Ilades el cual fue mi iniciador en esta carrera, el cual me vio nacer y fortalecerme día con día, de igual manera agradezco al Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, por abrirme sus puertas y permitirme culminar la carrera y poder realizar este proyecto.

Agradezco a mi tutor, profesor y Chef el Lic. Carlos Chávez, quien fue mi guía durante todo mi trayecto, el cual me enseñó a ser primero persona, gracias por todas sus enseñanzas, tanto en la cocina como en la vida, su paciencia, apoyo incondicional y sobre todo su amistad.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi abuelita María Carmen Córdova, por brindarme todo su amor y sus consejos, también le agradezco por su económico que con todo el esfuerzo del mundo ha ayudado a mis padres y a mí a poder llegar hasta este punto de culminar la carrera.

Y por último quiero dar gracias a mi abuelita Mamá Lolita, a mi abuelito Andrés, a mi tía Geovanna, a mi tía Frida y a todos mis primos, que a pesar de que no somos familia de sangre me han tratado y han velado por mí como una más de la familia y eso me ha dado fuerzas para seguir adelante.

AUTORIA

Yo, María Del Carmen Simbaña Vinueza, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

María Del Carmen Simbaña Vinueza

D.M. Quito, 18 de marzo de 2022

Chef Carlos Chávez.

Director 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 Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Chef Carlos Chávez.

D.M. Quito, 18 de marzo de 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 Chef Carlos Chávez y por sus propios derechos en calidad de Director del trabajo fin de carrera; y la Srta. María Del Carmen Simbaña por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. María Del Carmen Simbaña realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Implementación de un restaurante de cocina fusión ítaloequatoriana en el sector de Llano Grande al norte de Quito en la Provincia de Pichincha”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del Chef Carlos Chávez.

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

TERCERA: Los comparecientes, Chef Carlos Chávez en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Srta. María Del Carmen Simbaña Vinuesa, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: “Implementación de un restaurante de cocina fusión ítaloequatoriana en el sector de Llano Grande al norte de Quito en la Provincia de Pichincha”, 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.

Chef Carlos Chávez

María Del Carmen Simbaña

D.M. Quito, 18 de marzo de 2022

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	4
AUTORIA	5
CERTIFICACIÓN	6
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	7
INTRODUCCIÓN	16
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	18
Creación de la empresa.....	18
Descripción de la empresa.....	18
<i>Importancia</i>	18
<i>Características</i>	18
Actividad	20
Tamaño de la empresa	20
Necesidades a satisfacer	21
<i>Necesidad fisiológica</i>	21
<i>Necesidad de seguridad</i>	21
<i>Necesidad social – afiliación</i>	22
<i>Necesidad de reconocimiento</i>	22
<i>Necesidad de autorrealización</i>	23
Localización de la empresa	23
Filosofía empresarial	24
<i>Misión</i>	24
<i>Visión</i>	24
<i>Objetivo general</i>	24
<i>Objetivos específicos</i>	24
<i>Meta</i>	25

	10
<i>Estrategias</i>	25
<i>Políticas</i>	25
<i>FODA</i>	27
Desarrollo organizacional.....	28
<i>Tipo de estructura</i>	28
<i>Formalización</i>	29
<i>Centralización – descentralización</i>	29
<i>Integración</i>	29
Organigrama empresarial	30
Funciones del personal	31
Objetivo de mercadotecnia	43
Investigación de mercado	43
<i>Modalidad</i>	43
Plan de muestreo	44
Análisis de las encuestas	45
<i>Análisis general</i>	55
Entorno empresarial	56
<i>Micro entorno</i>	56
<i>Macro entorno</i>	60
Producto y servicio	62
<i>Producto esencial</i>	63
<i>Producto real</i>	63
<i>Características</i>	64
<i>Calidad</i>	64
<i>Estilo</i>	65

<i>Marca</i>	66
<i>Producto aumentado</i>	66
Plan de introducción al mercado	66
<i>Distintivos y uniformes</i>	66
<i>Materiales de identificación</i>	72
Canal de distribución y puntos de ventas	75
Riesgo y oportunidades del negocio.....	76
Fijación de Precios	77
<i>Fijación de precios por receta estándar</i>	77
Capacidad instalada.....	88
<i>Implementación del negocio</i>	88
Estudio arquitectónico	93
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	94
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	100
Objetivo de impacto	100
Impacto ambiental	101
Impacto social.....	102
PROCESO FINANCIERO	103
Introducción.....	103
Inversiones.....	103
Activos Fijos.....	104
Activos Diferidos	104
Capital de trabajo.....	105

Sueldos	106
Depreciación de activos fijos.....	107
Amortizaciones.....	108
Estructura capital.....	108
Tabla de amortización	109
Punto de equilibrio	109
Costo de ventas.....	111
Flujo de caja	112
Cálculo del TIR y el VAN.....	112
<i>VAN (Valor Actual Neto)</i>	112
<i>TIR (Tasa Interna de Retorno)</i>	113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
Conclusiones	114
Recomendaciones	115
REFERENCIAS	116
ANEXOS	118

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Gerente Chef.....	32
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.....	34
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero/a.....	36
Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero/.....	38
Tabla 5. Méritos aspectos a considerar, guardia de seguridad.....	40
Tabla 6. Méritos aspectos a considerar, repartidor.....	42
Tabla 7. Pregunta 1.....	45
Tabla 8. Pregunta 2.....	46
Tabla 9. Pregunta 3.....	47
Tabla 10. Pregunta 4.....	48
Tabla 11. Pregunta 5.....	49
Tabla 12. Pregunta 6.....	50
Tabla 13. Pregunta 7.....	51
Tabla 14. Pregunta 8.....	52
Tabla 15. Pregunta 9.....	53
Tabla 16. Pregunta 10.....	54
Tabla 17. Proveedores.....	59
Tabla 18. Financiamiento.....	76
Tabla 19. Receta estándar de costos (raviolis de corvina).....	78
Tabla 20. Receta estándar de producción (raviolis de corvina).....	79
Tabla 21. Receta estándar de costos (lasagna de camarón).....	80
Tabla 22. Receta estándar de producción (lasagna de camarón).....	81
Tabla 23. Receta estándar de costos (dulce limolato).....	82
Tabla 24. Receta estándar de producción (dulce limolato).....	83
Tabla 25. Receta estándar de costos (delicia ácida).....	84
Tabla 26. Receta estándar de producción (delicia ácida).....	85
Tabla 27. Receta estándar de costos (limone rosa).....	86
Tabla 28. Receta estándar de producción (limone rosa).....	87
Tabla 29. Arriendo del local.....	88
Tabla 30. Equipos industriales.....	88
Tabla 31. Equipos de computación.....	89
Tabla 32. Muebles y enseres.....	89
Tabla 33. Equipos industriales de seguridad.....	90
Tabla 34. Suministros de oficina.....	91
Tabla 35. Servicios básicos.....	91
Tabla 36. Materiales de limpieza.....	92
Tabla 37. Activos fijos.....	104
Tabla 38. Activos diferidos.....	104
Tabla 39. Capital de trabajo.....	105
Tabla 40. Total de inversión.....	105
Tabla 41. Sueldos.....	106
Tabla 42. Tabla décimos.....	106
Tabla 43. Sueldos totales.....	106

Tabla 44. Depreciación de activos fijos	107
Tabla 45. Amortizaciones	108
Tabla 46. Estructura del capital.....	108
Tabla 47. Tabla de amortización.....	109
Tabla 48. Costos fijos (punto de equilibrio).....	109
Tabla 49. Margen de contribución	110
Tabla 50. Punto de equilibrio	110
Tabla 51. Ventas proyectadas	110
Tabla 52. Costo de ventas	111
Tabla 53. Flujo de caja.....	112
Tabla 54. Cálculo del TIR y el VAN	113

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.	Pirámide de Maslow	21
Ilustración 2.	Ubicación.....	23
Ilustración 3.	Organización empresarial ZIMBAVI.....	30
Ilustración 4.	Pregunta 1. Gráfico circular.	45
Ilustración 5.	Pregunta 2. Gráfico de barras.	46
Ilustración 6.	Pregunta 3. Gráfico circular.	47
Ilustración 7.	Pregunta 4. Gráfico de barras.	48
Ilustración 8.	Pregunta 5. Gráfico circular.	49
Ilustración 9.	Pregunta 6. Gráfico de barras.	50
Ilustración 10.	Pregunta 7. Gráfico de barras.	51
Ilustración 11.	Pregunta 8. Gráfico circular.	52
Ilustración 12.	Pregunta 9. Gráfico de barras.	53
Ilustración 13.	Pregunta 10. Gráfico circular.	54
Ilustración 14.	Esquema microentorno ZIMBAVI.....	56
Ilustración 15.	Ubicación.....	57
Ilustración 16.	Esquema macroentorno ZIMBAVI	60
Ilustración 17.	Diseño uniforme Chef administrador	67
Ilustración 18.	Diseño uniforme ayudante de cocina	68
Ilustración 19.	Diseño uniforme mesero/a.....	69
Ilustración 20.	Diseño uniforme cajero/a.	70
Ilustración 21.	Diseño uniforme repartidor.	71
Ilustración 22.	Imago tipo de la empresa.....	72
Ilustración 23.	Tarjeta de presentación anverso	73
Ilustración 24.	Tarjeta de presentación reverso	73
Ilustración 25.	Hoja membretada.....	74
Ilustración 26.	Estructura del establecimiento.....	93

“Implementación de un restaurante de cocina fusión ítalo-ecuatoriano en el sector de Llano Grande al norte de Quito en la Provincia de Pichincha”

María Del Carmen Simbaña Vinueza

Chef Carlos Chávez

D.M. Quito 18 de marzo de 2022

INTRODUCCIÓN

En el trabajo vigente se realizó una investigación, recopilando información acerca del plan de negocios, en el cual se desea ejecutar un análisis a la implementación y creación de un restaurante de cocina fusión ítalo-ecuatoriano, tomando en cuenta el estereotipo de la alimentación establecida en el sector y sus alrededores, teniendo como objetivo el cambio de mentalidad hacia una comida más sana, satisfactoria y de muy buena calidad, debido a su elaboración e implantación de nutrientes a base de masas fortificadas y rellenos variados.

Para tener un estudio más preciso de la aceptación del restaurante en el sector de Llano Grande se realizó un análisis FODA en el cual se vio reflejado una buena oportunidad de instalación debido a que Llano Grande después de la pandemia del Covid-19 muchos negocios han empezado a incrementarse y por ende el sector se está volviendo comercial, dado la oportunidad que ZIMBAVI necesita y así posicionarse

como restaurante, dejando de lado a los demás establecimientos gastronómico, por su menú innovador y diferenciado de los demás.

Para ayudar a la economía de Llano grande y sus alrededores, SIMBAVI pretende utilizar en sus preparaciones la mayor parte de los productos comercializados en el sector mismo, así teniendo un contacto directo con los proveedores y poder mantener una comunicación directa cliente-proveedor.

Después del análisis FODA y reconocer los potenciales proveedores, se han elaborado las recetas estándar estratégicamente, las cuales reflejan el precio de venta al público (PVP), teniendo en cuenta las competencias analizadas con anterioridad y siendo estas analizadas en las encuestas, las cuales demuestran que el producto es aceptado por el público.

En la parte final del proyecto de investigación se determina la viabilidad y efectividad de la creación de un restaurante fusión desde el punto financiero. Se determinó los costos de los implementos que abarca la creación de una empresa de alimentos y bebidas, las inversiones, ingresos, egresos flujo de caja etc.; también se estableció en base a las recetas las ventas, el costo y el gasto para mantener un punto de equilibrio.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

ZIMBAVI es una empresa dedicada a la elaboración de cocina fusión ítalo-ecuatoriano, con el propósito de desarrollar platillos como es la lasaña, raviolis, fettuccini entre otros mediante la utilización de pastas fortificadas por medio de la unión de la harina de trigo, con otro tipo de harinas por ejemplo la harina de plátano o habas, estas tendrán rellenos de productos consumidos por los ecuatorianos, como es el camarón, cerdo (hornado), cuy entre otras elaboraciones.

La empresa tiene el fin de unir dos culturas gastronómicas y dar a conocer a los comensales mediante otra forma de presentación el sabor de nuestro Ecuador.

Descripción de la empresa

Importancia

La empresa tiene la finalidad de dar un cambio al pensamiento del cliente sobre el consumo de productos italianos habituales tal como es la pizza, la cual está arraigada a nosotros y darles un nuevo enfoque a estos productos los cuales son muy poco consumidos por falta de interés, llamando su atención mediante la implementación de nuestros productos ecuatorianos.

Características

Responsabilidad social: ZIMBAVI restaurante entiende la gravedad del asunto de esta pandemia y pretende evitar la propagación de este virus, por ende, esta consiente del uso de las medidas de bioseguridad para así salvaguardar la integridad y vida de

sus clientes, por eso ofrece un establecimiento totalmente desinfectado y sanitizado con productos de calidad de la misma manera para así brindar una experiencia tranquila al comensal.

Investigación e innovación: ZIMBAVI investiga como unir las dos culturas (italiana y ecuatoriana) en la realización de diferentes pastas fortificadas a base de la unión de harina de trigo y harina de plátano u otras harinas elaboradas en Ecuador, también como punto de innovación es la implementación de rellenos con productos ecuatorianos como son los mariscos, el hornado o cuy, dando un nuevo sabor a estos platillos poco convencionales.

Responsabilidad ambiental: ZIMBAVI restaurante es responsable con el medio ambiente y consciente de su alta contaminación, por lo que ha implementado basureros diferenciados (plástico, orgánico e inorgánico) tanto en el área de cocina y el salón, así también se ha contratado una empresa que se llevará los desechos orgánicos y serán utilizados como abono en sembradíos y otra de reciclado de aceite y plásticos.

La alta contaminación por envases plásticos a la hora de envíos a domicilio es un problema, por eso para el servicio a domicilio se ha implementado envases biodegradables y la eliminación casi total de fundas plásticas.

Profesionales apasionados con su trabajo: ZIMBAVI cree y sabe que la comida es un placer para el paladar, por eso lo realizan personas que aman lo que hacen y saben transmitirlo mediante un platillo, la experiencia de un nuevo sabor se disfruta por la calidad y calidez con la que se elabora cada uno de nuestros platillos.

Actividad

ZIMBAVI es un restaurante fusión ítaloecuadoriano que elabora nuevas formas de comer lo nuestro con la unión de platillos extranjeros como la utilización de la pasta en sus diferentes presentaciones y el uso de productos ecuatorianos tales como el camarón y el plátano verde utilizados principalmente en la cocina costeña, por lo que nuestros productos podrán ser consumidos en el local y pedidos a domicilio.

Tamaño de la empresa

ZIMBAVI es una microempresa que contará con 4 áreas básicas: área ejecutiva, dos áreas de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente chef.
- Ayudante de cocina.
- Mesero.
- Cajero.
- Guardia de seguridad.
- Repartidor.

Necesidades a satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow



(StuDocu, 2019) *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://www.studocu.com/>

Necesidad fisiológica

Es una empresa de A&B que cubre la necesidad fisiológica de la alimentación hacia los clientes.

Necesidad de seguridad

Las buenas prácticas de manufactura a la hora del almacenamiento y elaboración de los productos son indispensables para evitar inconvenientes con la manipulación y así poder evitar su contaminación o intoxicación, éstas son la base de toda la producción y culminación de un buen producto.

El restaurante brinda parqueadero privado para asegurar la integridad de nuestros clientes, también se contratará una empresa de guardianía, los cuales se

ubicarán a la entrada del local y en el área del parqueadero para tener un mayor control de la seguridad en el establecimiento.

La seguridad hacia los trabajadores, la empresa brinda transporte u otro beneficio para facilitar su movilización en horarios especializados.

Necesidad social – afiliación

La necesidad social es donde se mantiene un ambiente de trabajo decente e íntegro, donde se incluye el pago de salario a tiempo y todos los beneficios de ley, de igual manera se da una motivación por el buen desempeño, otorgando una bonificación y de contraparte los empleados respetan las leyes impuestas en el establecimiento.

Mantener una buena comunicación con mi personal, para así poder evitar errores o complicaciones en el establecimiento y de esta manera ofrecer el mejor trato a mis clientes y que obtengan una excelente experiencia.

Necesidad de reconocimiento

La creación de una cocina fusión es llamar la atención con un producto nuevo, uno de ellos es la lasaña de mariscos la cual está elaborada a base de una pasta fortificada con harina de trigo y harina de plátano, rellena de una salsa de mariscos por lo que brindará una nueva experiencia gastronómica al cliente sin dejar de lado sus raíces.

Filosofía empresarial

Misión

ZIMBAVI brinda una experiencia gastronómica diferente, combinando productos y técnicas ecuatorianas e italianas, sin dejar el sabor de nuestro país, fortificando las preparaciones con nuestros productos y así otorgar beneficios a la salud.

Visión

Ser un restaurante fusión reconocido en Ecuador por ser diferente, innovador, por saber brindar calidad y satisfacción al cliente, teniendo la aceptación de los clientes a un nuevo producto que está fuera de lo habitual.

Objetivo general

- Implementar un proyecto de negocio de un restaurante fusión italo-ecuatoriano enfocado en la unión de dos culturas mediante la elaboración de pastas fortificadas y rellenos con productos consumidos en Ecuador.

Objetivos específicos

- Satisfacer a los comensales.
- Brindar un servicio de calidad.
- Implementar productos frescos y de calidad.
- Generar fuente de empleo.
- Colaborar con pequeñas empresas ecuatorianas.
- Comprender las necesidades de mis clientes.

Meta

Ser reconocido como un restaurante innovador por la utilización de productos ecuatorianos unidos a platillos italianos, llegando a las necesidades alimenticias de los clientes.

Estrategias

- Utilizar medios digitales para difundir el producto mediante fotos y publicaciones donde se muestre una presentación atractiva a la vista.
- Crear un sitio web donde puedan visualizar los diferentes platillos a servirse.
- Implementar descuentos y combos por consumo.
- Realizar degustaciones del producto alrededor del restaurante.
- Realizar un descuento del 50% el día de la apertura y fechas especiales.

Políticas

Los trabajadores

- Llegar con puntualidad al trabajo.
- Siempre tener respeto a sus compañeros y comensales.
- Tener el uniforme limpio y con buena presentación.
- Mantener buen aseo personal.
- Los hombres deben llevar el cabello corto y sin barba.
- Las mujeres deben llevar el cabello hecho moño.
- Utilizar mallas, cubre bocas y guantes en todo momento.

- No sacar o llevarse los implementos de cocina y/o salón.
- Prohibido el consumo de alcohol, tabaco o sustancias psicotrópicas dentro del establecimiento.
- Prohibido llegar al trabajo en estado efílico o con olor a alcohol.
- Tener compromiso con las actividades encomendadas.
- No utilizar maquillaje ni joyas dentro del área de producción
- Mantener las uñas cortas
- No utilizar perfumes fuertes

Excepciones:

- En el área ejecutiva se puede utilizar maquillaje discreto con tonos nude y cabello recogido, no tiene que ser explícitamente moño.
- En el área de servicio se puede utilizar maquillaje discreto con tonos nude, sin exageraciones.

La empresa.

- Realizar capacitaciones constantes a los empleados, para mantener un buen servicio.
- Brindar los beneficios de ley, decimos y bonos a tiempo.
- Pagos justos por horas extras.
- Controlar la correcta utilización de los implementos de bioseguridad entregados.
- Controlar y supervisar la entrada de mercadería y su correcto almacenamiento.

- Brindar los implementos y maquinaria para la correcta elaboración de los platillos.
- La empresa debe dar el mismo trato a los empleados en la equidad de género.

FODA

Fortalezas

- Servicio de parqueadero privado.
- Implementación de guardianía.
- Servicio a Domicilio.
- Capacitación constante de los empleados.
- Plan de marketing especializado.

Oportunidades

- Ubicado en un sector que se está comercializando.
- Ubicado en la Av. Carapungo, vía transitada.
- Existe muy poca competencia directa.
- Zona segura a toda hora.

Debilidades

- Falta de capital para emprender el establecimiento.
- Producto muy poco consumido.
- Falta de capacitación para dirigir el establecimiento.

Amenazas

- Restaurante de pollos a lado del local.
- Competencia directa de cocina italiana (pizzas) alrededor.
- Riesgo de que se cierre la quebrada por derrumbes, por ende, no hay mucho tránsito.
- Precios altos en la compra de los implementos debido a la pandemia.

Desarrollo organizacional*Tipo de estructura***Diferenciación**

ZIMBAVI es una empresa piramidal donde la comunicación es primordial, para el buen desarrollo del personal tanto ejecutivo como gerencial, con el objetivo que todos tengan el conocimiento necesario de cada área de trabajo y así facilitar sus actividades de forma efectiva. Todo este proceso ayudará a satisfacer a nuestros clientes y brindar un servicio de calidad.

Nivel Gerencial

- Gerente Chef.

Nivel Operativo

- Ayudante de Cocina.
- Mesero/a.
- Cajero/a.

- Guardia de seguridad.
- Repartidor.

Formalización

El establecimiento se acogerá a todas las leyes y reglamentos establecidos en la ley que están en vigencia, las cuales serán acatadas por todos los empleados del restaurante.

El uso de estas políticas, generará la aprobación del permiso funcionamiento y su respectivo control y seguimiento.

Centralización – descentralización

ZIMBAVI centrará sus actividades en la dirección, producción y supervisión del correcto manejo de las actividades realizadas dentro del establecimiento, para así mantener su correcto funcionamiento y por ende llevar la satisfacción al cliente.

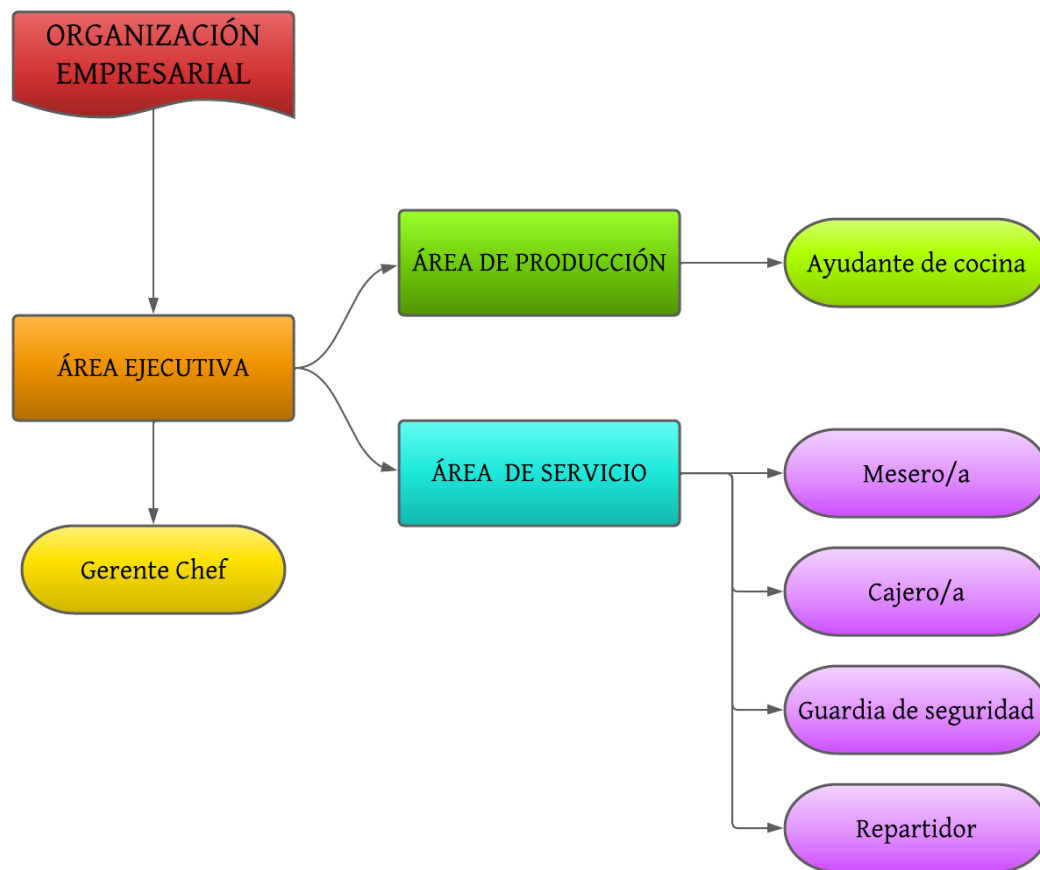
La descentralización se establecerá por la parte operativa (Gerente Chef), denominando al personal las diferentes funciones en el área de servicio y producción, también generando la participación en toma de decisiones de los mismo para el beneficio en general del cliente interno y externo.

Integración

La integración está basada en la organización y compromiso de todos y cada una de las personas que laboran en la empresa de forma equitativa e igualitaria, mediante el proceso de compras, ventas, almacenamiento, producción y distribución manteniendo un control de Kardex, por parte de todo el equipo.

Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organización empresarial ZIMBAVI



Simbaña, M. (2022). *Organización empresarial ZIMBAVI*. Quito.

Funciones del personal

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

Empresa	ZIMBAVI
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Asumir las funciones de planificar, organizar y dirigir el establecimiento de igual manera será responsable de asignar las tareas a los empleados y supervisará el manejo correcto de las actividades y uso de implementos, para evitar errores y/o accidentes. Se encargará de resolver los inconvenientes y/o quejas que se puedan dar en el establecimiento de parte de empleados y comensales.
Denominación del puesto	Gerente Chef.
Rol del puesto	Manejo, planificación, organización y dirección del establecimiento, empleados y clientes.
Remuneración	\$500

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Meritos aspectos a considerar, Gerente Chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnología superior en gastronomía. Un idioma adicional, principalmente inglés.	Mínimo un año a cargo de Gerente Chef y mínimo un año de experiencia en establecimientos gastronómicos u hoteles.	Técnicas culinarias de cocina ecuatoriana he italiana. Conocimiento del procesamiento de alimentos. Conocimiento de procesos de almacenamiento y técnicas de conservación. Manejo del Kardex (sistema de inventarios). Sistema de HACCP. Manejo de las BPM. Administración de empresas.	Liderazgo. Puntualidad. Responsabilidad. Honestidad. Respeto. Compromiso. Organización. Tolerante. Integridad. Entusiasmo. Trabajo en equipo. Trabajo bajo presión Cordialidad. Comunicación Capacidad de escucha. Iniciativa. Buena presentación. Análisis de problemas. Limpieza.

Simbaña, M. (2022). *Méritos aspectos a considerar, Gerente Chef*. Quito.

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA**Detalles generales del puesto de ayudante de cocina.**

Empresa	ZIMBAVI
Unidad administrativa	Área de producción.
Misión del puesto	Ayudar al chef en todo lo que solicita, verificar la calidad de los productos utilizados en la elaboración de los alimentos, mantener el área de trabajo en óptimas condiciones, realización del mise en place (cortar, picar, pelar, procesar).
Denominación del puesto	Ayudante de cocina
Rol del puesto	Ayudar a la producción de los alimentos, control de materia prima y limpieza del área de trabajo.
Remuneración	\$450

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnología superior en gastronomía. Un idioma adicional, principalmente inglés.	Mínimo seis meses de experiencia en establecimientos gastronómicos u hoteles.	Técnicas culinarias de cocina ecuatoriana. Administración de A & B. Conocimiento de procesos de almacenamiento. Conocimiento del Kardex. Conocimiento de las BPM.	Puntualidad. Responsabilidad. Honestidad. Respeto. Compromiso. Organización. Tolerante. Integridad. Entusiasmo. Trabajo en equipo. Trabajo bajo presión Cordialidad. Comunicación Capacidad de escucha. Iniciativa. Buena presentación. Análisis de problemas. Limpieza.

Simbaña, M. (2022). *Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina*. Quito.

PUESTO DE MESERO/A**Detalles generales del puesto de mesero/a.**

Empresa	ZIMBAVI
Unidad administrativa	Área de servicio.
Misión del puesto	Ofrecer al cliente un servicio de excelencia donde se genere una experiencia de calidad de una forma cordial y siendo atento a las necesidades de cada uno de ellos.
Denominación del puesto	Mesero/a.
Rol del puesto	Buena comunicación con los clientes, atención y toma de pedidos de forma eficaz y rápida, conocimiento del menú para dar una breve explicación al cliente si es de ser necesario.
Remuneración	\$425

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero/a

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Estudiante de gastronomía, carreas a fin o capacitado en el área de servicio. Un idioma adicional, principalmente inglés.	Experiencia en atención al cliente. Mínimo dos meses de experiencia en establecimientos gastronómicos u hoteles en el área de recepción o atención al cliente.	Protocolo de servicio y etiqueta. Atención al cliente. Toma de comandas. Conocimiento de las BPM.	Puntualidad. Responsabilidad. Honestidad. Respeto. Compromiso. Organización. Tolerante. Integridad. Entusiasmo. Trabajo en equipo. Trabajo bajo presión Cordialidad. Comunicación Capacidad de escucha. Iniciativa. Buena presentación. Análisis de problemas. Limpieza.

Simbaña, M. (2022). *Méritos aspectos a considerar, mesero/a*. Quito.

PUESTO DE CAJERO/A**Detalles generales del puesto de cajero/a**

Empresa	ZIMBAVI
Unidad administrativa	Área servicio.
Misión del puesto	Dar una cordial bienvenida a los clientes y designar una mesa disponible, llevar el manejo de caja y actividades relacionadas a pedidos a domicilio.
Denominación del puesto	Cajero/a.
Rol del puesto	Llevar el registro económico del establecimiento, atención al cliente, recepción de pedidos a domicilio, designación de mesas.
Remuneración	\$430

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero/

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnología superior en contabilidad, o capacitado y certificado como cajero.</p> <p>Un idioma adicional, principalmente inglés.</p>	<p>Mínimo seis meses de experiencia en atención al cliente.</p> <p>Mínimo seis meses de experiencia en establecimientos gastronómicos u hoteles en el área de recepción o atención al cliente.</p>	<p>Protocolo de servicio y etiqueta.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Cobranza, manejo de efectivo, tarjetas de crédito, débito y transferencias bancarias.</p> <p>Conocimiento de las BPM.</p> <p>Manejo de Excel básico.</p> <p>Manejo de redes sociales.</p>	<p>Puntualidad.</p> <p>Responsabilidad.</p> <p>Honestidad.</p> <p>Respeto.</p> <p>Compromiso.</p> <p>Organización.</p> <p>Tolerante.</p> <p>Integridad.</p> <p>Entusiasmo.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Trabajo bajo presión</p> <p>Cordialidad.</p> <p>Comunicación</p> <p>Capacidad de escucha.</p> <p>Iniciativa.</p> <p>Buena presentación.</p> <p>Análisis de problemas.</p> <p>Limpieza.</p>

Simbaña, M. (2022). *Méritos aspectos a considerar, cajero/a*. Quito.

PUESTO DE GUARDIA DE SEGURIDAD

Detalles generales del puesto de guardia de seguridad.

Empresa	ZIMBAVI
Unidad administrativa	Área de servicio.
Misión del puesto	Vigilar y cuidar el establecimiento para prevenir cualquier tipo de agresión, vandalismo o robo, de esa mantener y preservar la integridad de los clientes y trabajadores.
Denominación del puesto	Guardia de seguridad.
Rol del puesto	Patrullar el establecimiento, parqueadero y alrededores, para prevenir algún tipo de violación a la integridad física de los clientes y trabajadores, también monitorear las cámaras de seguridad, para evitar ultrajes, vandalismo, etc.
Remuneración	\$435

Méritos aspectos a considerar

Tabla 5. Méritos aspectos a considerar, guardia de seguridad

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Instrucción de defensa personal y utilización de armas. Curso certificado de atención al cliente. Un idioma adicional, principalmente inglés.	Mínimo un año de experiencia en una institución de seguridad privada.	Defensa personal. Manejo de armas. Manejo de cámaras de seguridad. Atención al cliente. Manejo de Excel básico.	Puntualidad. Responsabilidad. Honestidad. Respeto. Compromiso. Organización. Tolerante. Integridad. Entusiasmo. Trabajo en equipo. Trabajo bajo presión Cordialidad. Comunicación Capacidad de escucha. Iniciativa. Buena presentación. Análisis de problemas.

Simbaña, M. (2022). *Méritos aspectos a considerar, guardia de seguridad*. Quito.

PUESTO DE REPARTIDOR**Detalles generales del puesto de repartidor.**

Empresa	ZIMBAVI
Unidad administrativa	Área de servicio.
Misión del puesto	Encargado de que los envíos del establecimiento lleguen en buen estado y de forma puntual, sin dejar de lado las normas y leyes de tránsito a la hora de manejar, por ende, debe saber manejar herramientas tecnológicas (celular) donde se visualice las rutas y tomar la mejor decisión.
Denominación del puesto	Repartidor.
Rol del puesto	Entrega de productos a domicilio de manera efectiva y puntual.
Remuneración	\$425

Méritos aspectos a considerar

Tabla 6. Méritos aspectos a considerar, repartidor

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Licencia de conducir tipo A o B. Un idioma adicional, principalmente inglés.	Experiencia en atención al cliente.	Protocolo de servicio y etiqueta. Atención al cliente. Cobranza, manejo de efectivo, tarjetas de crédito, débito y transferencias bancarias. Conocimiento de las BPM. Manejo de redes sociales.	Puntualidad. Responsabilidad. Honestidad. Respeto. Compromiso. Organización. Tolerante. Integridad. Entusiasmo. Trabajo en equipo. Trabajo bajo presión Cordialidad. Comunicación Capacidad de escucha. Iniciativa. Buena presentación. Análisis de problemas.

Simbaña, M. (2022). *Méritos aspectos a considerar, repartidor*. Quito.

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Dar a conocer la marca ZIMBAVI, con degustaciones alrededor del barrio principalmente, dando énfasis en que es un producto innovador, dado a que es la fusión de dos culturas y así generando una nueva experiencia culinaria; se difundirá promociones por apertura en las principales redes sociales, sin embargo, también se realizará un plan de marketing especializado para promocionar de forma efectiva el producto y así atraer más clientes potenciales.

Investigación de mercado

ZIMBAVI optó por la investigación descriptiva y de campo, la primera se realizó mediante la elaboración de encuestas hechas a personas dentro y fuera de la zona, para tener una clara reacción a este nuevo producto, mientras que la investigación de campo dio a conocer lo adverso y lo favorable del entorno en el que se desarrollará la empresa.

Modalidad

Los datos fueron recopilados por medio de encuestas virtuales, donde en un día se encuestó a 116 personas de forma aleatoria, alrededor de todo Quito, esta encuesta constó de 5 preguntas cerradas y 5 preguntas de opción múltiple.

Plan de muestreo

Este trabajo investigativo posee un universo definido, se lo realizó con el aforo al 100%, tomando en cuenta las medidas tomadas últimamente en el país, se distribuyó las encuestas a personas de diferentes edades que salen a establecimientos gastronómicos entre familias y amigos, por lo menos una vez al mes o piden a domicilio, para obtener un número exacto de encuestas se aplicara 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

$$n = \frac{168 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (168 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{160,38}{1,3779}$$

$$n = 116$$

Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

¿Con qué frecuencia sale usted a comer en restaurantes?

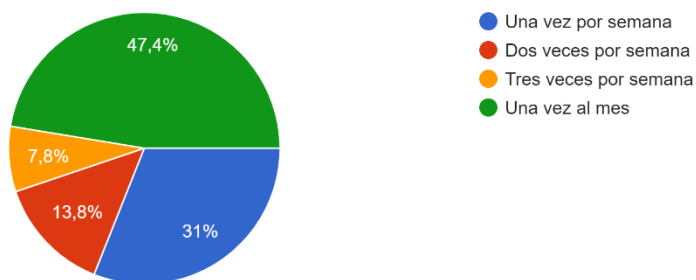
Tabla 7. Pregunta 1

¿Con qué frecuencia sale usted a comer en restaurantes?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Una vez por semana	55	47
Dos veces por semana	36	31
Tres veces por semana	16	14
Una vez al mes	9	8
TOTAL	116	100%

Simbaña, M. (2022). *¿Con qué frecuencia sale usted a comer en restaurantes?* Quito.

Ilustración 4. Pregunta 1. Gráfico circular.

1.- ¿Con qué frecuencia sale usted a comer en restaurantes?
116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 1. Gráfico circular.* Quito.

Análisis: De los 116 encuestados el 47% declararon que por lo menos una vez al mes salen a comer en un establecimiento gastronómico, esto contribuye de buena manera a la empresa, ya que da a conocer que las personas salen de su casa y podrían consumir nuestros productos una vez el mes.

Pregunta 2.

¿Con quienes prefiere ir a un restaurante?

Tabla 8. Pregunta 2

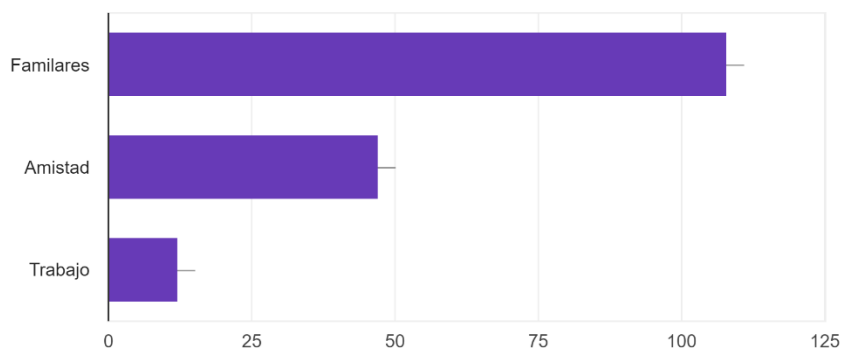
¿Con quienes prefiere ir a un restaurante?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Familiares	108	65
Amistad	47	28
trabajo	12	7
TOTAL	167	100%

Simbaña, M. (2022). *¿Con quienes prefiere ir a un restaurante?* Quito.

Ilustración 5. Pregunta 2. Gráfico de barras.

2.- ¿Con quienes prefiere ir a un restaurante?

116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 2. Gráfico de barras.* Quito.

Análisis: De los 116 encuestados la mayoría salen a comer con sus familiares, esto influye en nuestras ventas, ya que en general siempre van más de dos personas al establecimiento, por ende, consumirían más y tener más ventas.

Pregunta 3.

¿Le gustaría la creación de un restaurante de cocina fusión Ítalo-ecuatoriana?

Tabla 9. Pregunta 3

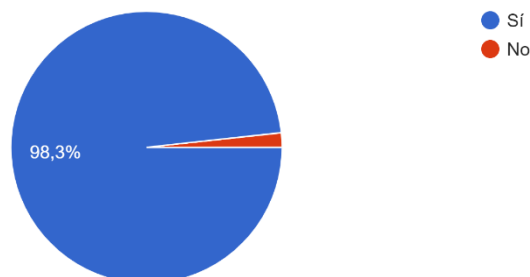
¿Le gustaría la creación de un restaurante de cocina fusión Ítalo-ecuatoriana?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sí	114	98
No	2	2
TOTAL	116	100

Simbaña, M. (2022). *¿Le gustaría la creación de un restaurante de cocina fusión Ítalo-ecuatoriana?*

Quito.

Ilustración 6. Pregunta 3. Gráfico circular.

3.- ¿Le gustaría la creación de un restaurante de cocina fusión Italo-Ecuatoriana?
116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 3. Gráfico circular.* Quito.

Análisis: El 98% de los encuestados confirmaron que les gustaría un restaurante fusión ítalo-ecuatoriano, esto indica una gran aceptación y acogida a este proyecto innovador.

Pregunta 4.

¿Le gustaría probar pastas con diferentes tipos de harinas?

Tabla 10. Pregunta 4

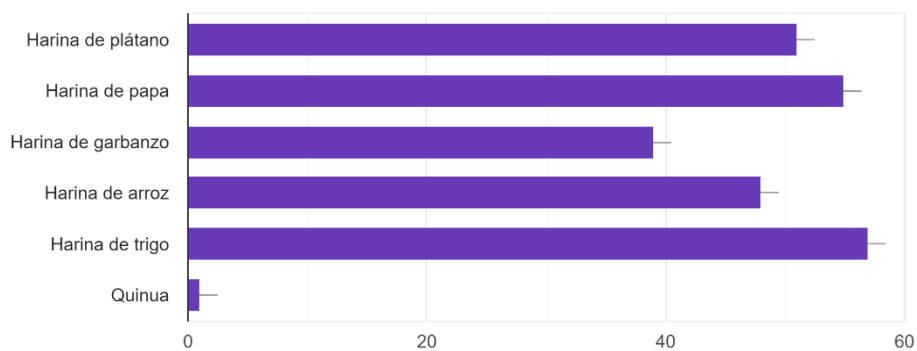
¿Le gustaría probar pastas con diferentes tipos de harinas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Harina de plátano	51	20
Harina de papa	55	22
Harina de garbanzo	39	16
Harina de arroz	48	19
Harina de trigo	57	23
Quinua	1	0
TOTAL	251	100

Simbaña, M. (2022). *¿Le gustaría probar pastas con diferentes tipos de harinas?* Quito.

Ilustración 7. Pregunta 4. Gráfico de barras.

4.- ¿Le gustaría probar pastas elaboradas con diferentes tipos de harinas?

116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 4. Gráfico de barras.* Quito.

Análisis: De los 116 encuestado se visualiza que no tiene mucha afinidad a probar otro tipo de harinas ya que la mayoría está conforme con la harina de trigo, sin

embargo, a pesar de la variación la harina de papa es la segunda con mayor aceptación y en la misma se da una sugerencia de que se use harina de quinua.

Pregunta 5.

¿Qué producto de mi establecimiento sería de su preferencia?

Tabla 11. Pregunta 5

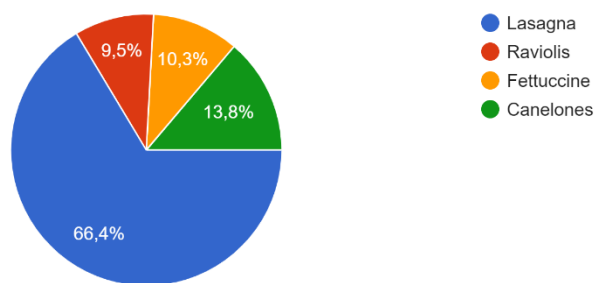
¿Qué producto de mi establecimiento sería de su preferencia?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Lasagna	77	66
Raviolis	16	14
Fettuccine	12	10
Canelones	11	9
TOTAL	116	100

Simbaña, M. (2022). *¿Qué producto de mi establecimiento sería de su preferencia?* Quito.

Ilustración 8. Pregunta 5. Gráfico circular.

5.- ¿Qué producto de mi establecimiento serían de su preferencia?

116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 5. Gráfico circular.* Quito.

Análisis: Según la encuesta el 66% de los encuestados prefirieron la lasaña, a diferencia de los demás platillos mencionados, esto ayudará al establecimiento a instaurar su platillo estrella.

Pregunta 6.

¿Le gustaría una lasagna con relleno de mariscos?

Tabla 12. Pregunta 6

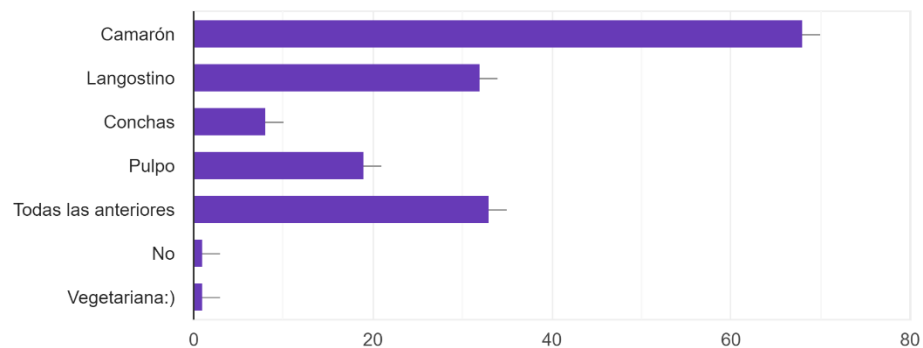
¿Le gustaría una lasagna con relleno de mariscos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Camarón	68	42
Langostino	32	20
Conchas	8	5
Pulpo	19	12
Todas las anteriores	33	20
No	1	1
Vegetariana	1	1
TOTAL	162	100

Simbaña, M. (2022). *¿Le gustaría una lasagna con relleno de mariscos?* Quito.

Ilustración 9. Pregunta 6. Gráfico de barras.

6.- ¿Le gustaría una lasagna con relleno de mariscos?

116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 6. Gráfico de barras.* Quito.

Análisis: De los 116 encuestados más de la mitad les gustaría una lasaña rellena de camarón, sin embargo, muy pocas personas les gustó la idea de las conchas en una lasaña, debido a que es un sabor poco común o muy poco agradable para algunos.

Pregunta 7.

¿Le gustaría un postre tipo lasagna? Elaborado con:

Tabla 13. Pregunta 7

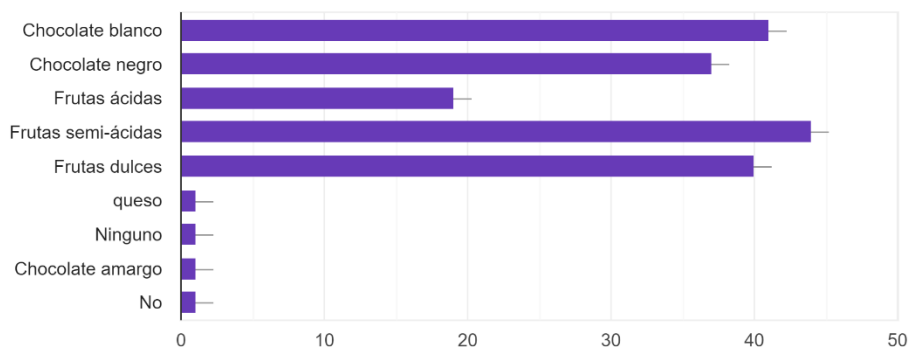
¿Le gustaría un postre tipo lasagna? Elaborado con:		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Chocolate blanco	41	22
Chocolate negro	37	20
Frutas ácidas	19	10
Frutas semi-ácidas	44	24
Frutas dulces	40	22
Queso	1	1
Ninguno	1	1
Chocolate amargo	1	1
No	1	1
TOTAL	185	100

Simbaña, M. (2022). *¿Le gustaría un postre tipo lasagna? Elaborado con:* Quito.

Ilustración 10. Pregunta 7. Gráfico de barras.

7.- ¿Le gustaría un postre tipo lasagna? Elaborado con:

116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 7. Gráfico de barras.* Quito.

Análisis: De los 116 encuestados más del 95% les ha gustado un postre tipo lasaña elaborado con chocolate y frutas, por lo que da a conocer un postre aceptable y rentable, para el negocio.

Pregunta 8.

¿Con qué frecuencia adquiriría nuestros productos?

Tabla 14. Pregunta 8

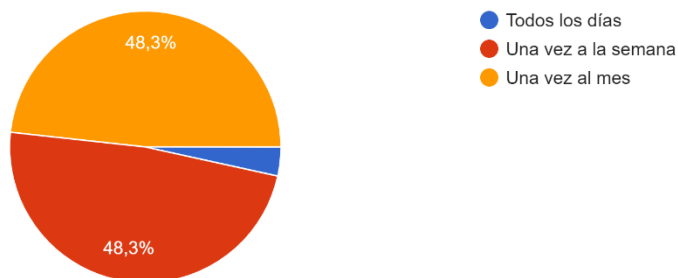
¿Con qué frecuencia adquiriría nuestros productos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Todos los días	56	48
Una vez a la semana	56	48
Una vez al mes	4	3
TOTAL	116	100

Simbaña, M. (2022). *¿Con qué frecuencia adquiriría nuestros productos?* Quito.

Ilustración 11. Pregunta 8. Gráfico circular.

8.- ¿Con qué frecuencia adquiriría nuestros productos?

116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 8. Gráfico circular.* Quito.

Análisis: Según la encuesta nuestros productos son muy bien aceptados ya que lo consumirían por lo menos una vez al mes en un 56% y una vez a la semana en el mismo porcentaje, da por hecho que nuestros productos llaman la atención y son bien aceptados por los clientes, por ende, se podrían conseguir clientes frecuentes y fieles al restaurante.

Pregunta 9.

¿Por qué medio le gustaría a usted recibir la información de nuestro restaurante?

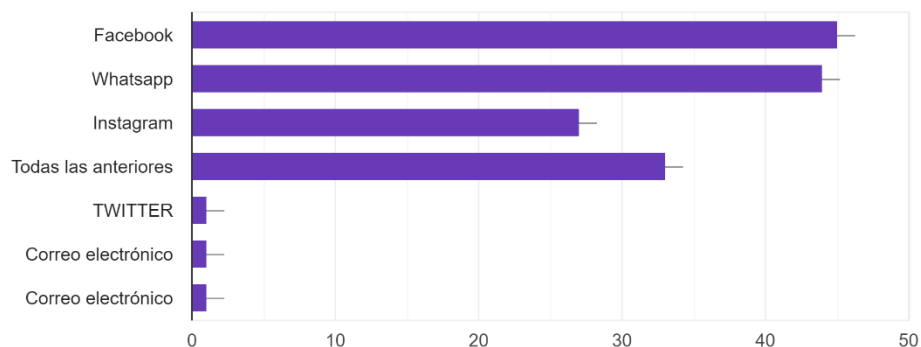
Tabla 15. Pregunta 9

¿Por qué medio le gustaría a usted recibir la información de nuestro restaurante?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Facebook	45	30
Whatsapp	44	29
Instagram	27	18
Todas las anteriores	33	22
Twitter	1	1
Correo electrónico	2	2
TOTAL	152	100

Simbaña, M. (2022). *¿Por qué medio le gustaría a usted recibir la información de nuestro restaurante? Quito.*

Ilustración 12. Pregunta 9. Gráfico de barras.

9.- ¿Por qué medio le gustaría a usted recibir la información de nuestro restaurante?
116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 10. Gráfico de barras. Quito.*

Análisis: De los 116 encuestados la mayoría usa las tres redes sociales más comunes, esto facilitará difundir el producto con mayor facilidad y eficacia.

Pregunta 10.

¿Le gustaría que existiera música en vivo en el restaurante?

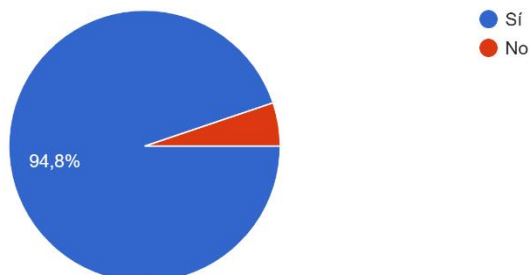
Tabla 16. Pregunta 10

¿Le gustaría que existiera música en vivo en el restaurante?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sí	110	95
No	6	5
TOTAL	116	100

Simbaña, M. (2022). *¿Le gustaría que existiera música en vivo en el restaurante?* Quito.

Ilustración 13. Pregunta 10. Gráfico circular.

10.- ¿Le gustaría que exista música en vivo en el restaurante?
116 respuestas



Simbaña, M. (2022). *Pregunta 10. Gráfico circular.* Quito.

Análisis: De los 116 encuestados el 95% le gustaría que en el restaurante se tuviese música en vivo, la música en vivo es una forma eficaz de llamar la atención de los clientes y que se acerquen a nuestro local.

Análisis general

Después de un arduo trabajo de investigación las encuestas dieron como resultado que hay una gran acogida a esta nueva idea de crear un nuevo restaurante de comida donde se evidencie la unión de dos culturas (ecuatoriana he italiana), ya que presenta productos innovadores y de consumo vario, mostrando nuevos sabores y texturas, esto ha llevado a dar sugerencias de productos adicionales a usarse en la empresa.

Hay que destacar que, a pesar de la pandemia, muchas de las personas prefieren salir de casa y disfrutar de una buena comida, que quedarse en el hogar; por ende, se da una gran aceptación de que se cree un nuevo establecimiento y tener otro lugar donde ir y esta razón sea el comienzo de la expansión de la empresa ZIMBAVI.

Según las encuestas también se demostró que la mayor fuerza de publicidad está en las redes sociales y es ahí donde se debe enfatizar un plan de marketing eficiente, para que se dé a conocer cada vez más ZIMBAVI.

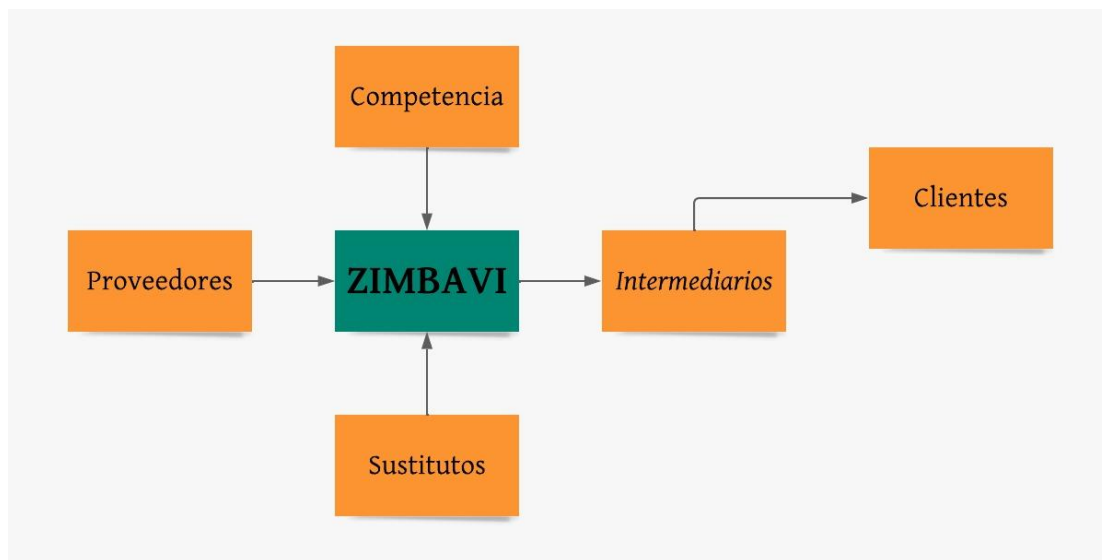
En conclusión y basada en las encuestas se demuestra que ZIMBAVI es un negocio viable y rentable, debido a la buena aceptación del mercado estudiado.

Entorno empresarial

Micro entorno

ZIMBAVI tiene presente a su micro entorno, tiene presente todo lo que le rodea y como usarlo a su favor.

Ilustración 14. Esquema microentorno ZIMBAVI



Simbaña, M. (2022). *Esquema microentorno ZIMBAVI*. Quito.

Estos restaurantes se encuentran en la Av. Carapungo, el primero se ubica más al norte justo en la parada de buses pasando la calle García Moreno y el segundo una cuadra en dirección contraria.

Competencia indirecta

Al recorrer todo el sector de llano grande y sus alrededores se ha encontrado una gran cantidad y variedad de establecimientos gastronómicos aproximadamente 20, los cuales son establecidos como competencia indirecta, estos varían entre marisquerías, parrillas, comida rápida, comida tradicional y cocina china (Chifas), pero los más cercanos al establecimiento son tres de comida tradicional y dos de comida rápida, los cuales están ubicados en la Av. Carapungo teniendo una afectación directa al restaurante.

Sustitutos

Dada la investigación anterior también se encontraron 10 sustitutos, entre esas son pastelerías, panaderías, heladerías y bares que no son una competencia directa al local, sin embargo, podrían ser una alternativa al producto.

Proveedores

Se trabajará principalmente con proveedores de la zona y alrededores, para fomentar el comercio local sin embargo también se traerá de diferentes zonas, los productos que se ofrecen en el restaurante son minuciosamente seleccionados para que sean de calidad y así brindar un buen servicio a nuestros comensales.

Tabla 17. Proveedores

TABLA DE PROVEEDORES		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Productos
Mercado Llano Grande	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. 	Verduras, legumbres, hortalizas y frutas.
Pescadería San Roque	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. 	Mariscos y Pescados
Mercado Ñaquito	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos • Precios económicos • Productos de calidad 	Aliños y condimentos
Distribuidora Mr. Pollo	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Entrega al establecimiento. • Puntualidad. • Facilidad de pago. 	Carnes rojas y blancas
Cosecha y Granel / La Pastora	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Entrega al establecimiento. • Puntualidad. • Facilidad de pago. 	Harinas sin gluten
Supermercado Santa María / Moderna alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. 	Harinas con gluten
Aroma Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Facilidad de pago. • Promociones. • Entrega al establecimiento. 	Chocolates
Megamaxi Portal	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. 	Licores

Simbaña, M. (2022). *Proveedores*. Quito.

Intermediarios

ZIMBAVI poseerá dos tipos de canales tanto directo como indirecto, en el cual el directo será el establecimiento en sí, mientras que el canal indirecto se llevará a cabo a través de páginas web y aplicaciones como Globo y Uber Eats.

Clientes

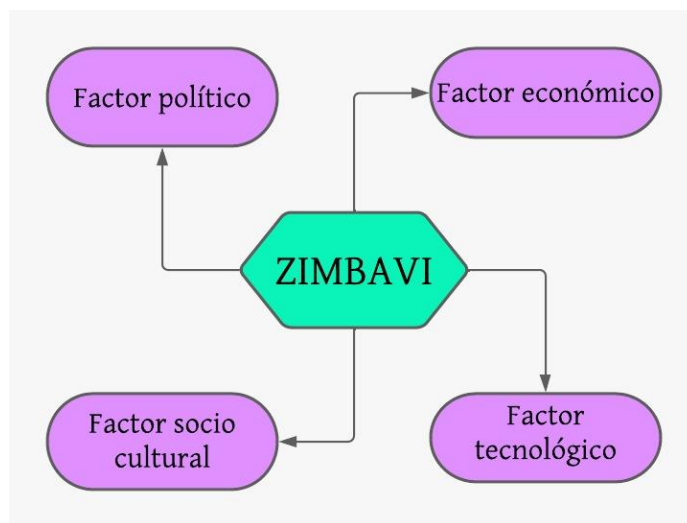
ZIMBAVI es un establecimiento gastronómico el cual está dirigido a familias, amigos y personas en general ya que no solo se abarca a la población del sector de

Llano Grande, sino a Quito en su mayor parte generando un canal de distribución más grande.

Macro entorno

Son factores los cuales ZIMBAVI no posee control sobre ellos, el cual interviene en el establecimiento gastronómico.

Ilustración 16. Esquema macroentorno ZIMBAVI



Simbaña, M. (2022). *Esquema microentorno ZIMBAVI*. Quito.

Factor político

Para los establecimientos gastronómicos en el Ecuador, Ministerio de Turismo (MINTUR) es el encargado de regular el tipo de actividad y categorizar a dicho restaurante, por ende, es el que otorga el permiso de funcionamiento, sin embargo, también debe regirse a las regulaciones como la vigilancia sanitaria y el control de

inocuidad emitidos por el Ministerio de Salud Pública y del ARCSA, todas estas licencias de funcionamiento y control se debe renovar cada año respectivamente.

Además de los permisos establecidos con anterioridad, en el Distrito Metropolitano de Quito se debe obtener el permiso de funcionamiento para establecimientos exentos de Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).

El MSP, MINTUR y ARCSA, emitieron un manual de contingencia sanitaria debido a la pandemia que se está viviendo actualmente, ZIMBAVI se acogerá a todas las normativas establecidas y próximas dispuestas por la Constitución de la República del Ecuador.

Factor económico

Actualmente Ecuador se está recuperando un decaimiento económico provocado por la pandemia, cerrando en el año 2021 con una tasa de inflación anual de 1,94% y mensual de 0,07%, en Quito se registró un incremento del IPC en un 2,13%.

El costo de la canasta básica está valorado en 719,65% la cual está compuesta por 75 productos imprescindibles, siendo que el salario básico de una persona es apenas \$425.

Debido estos parámetros ZIMBAVI estará sujeto al desarrollo económico del país en la actualidad, por ende, los precios serán establecidos acorde a los precios de los productos, variación de impuestos y sobre todo a la tasa anual de inflación establecida en el país.

Factor sociocultural

En cuanto al factor Sociocultural ZIMBAVI ofrece una mezcla, una fusión de dos culturas las cuales son la gastronomía ecuatoriana y la italiana, generando platos italianos elaborados con pasta (lasagna, raviolis, etc.) y la utilización de productos que consumen los ecuatorianos como son los mariscos, carnes, frutas y chocolates, estos se generarán con productos netamente ecuatorianos.

Factor tecnológico

Con el pasar de los años los seres humanos han ido evolucionando la tecnología para hacer la vida más fácil y ese es el caso de los implementos de cocina, como son los hornos, batidoras, refrigeradoras, etc. Ayudando así a la agilizando y acortando ciertos procesos, sin embargo, no solo en la cocina ha habido cambios tecnológicos sino también en todas las áreas como en tecnología móvil celular, aplicaciones, marketing y más.

Estos avances tecnológicos serán indispensables en ZIMBAVI, ya que ayudará entregar productos puntualmente y sobre todo de calidad a los comensales.

Producto y servicio

ZIMBAVI es un restaurante enfocado en la elaboración de platos italianos fusionados con productos ecuatorianos como son el verde, mariscos, chocolate, etc.

Estos productos (pastas) serán fortificados mediante la unión de dos tipos de harinas, por ejemplo: harina de trigo con harina de garbanzo en un 50% cada uno, esto

dará un beneficio al cliente gracias que a la unión de las harinas se dará un aporte extra de vitaminas y minerales.

ZIMBAVI servirá diferentes platillos teniendo en cuenta las técnicas de preparación de todos y cada uno de los alimentos bajo las normativas de seguridad alimentaria, con ello ofrecer al cliente un servicio de calidad. Para dar mayor satisfacción y comodidad al cliente ZIMBAVI ofrecerá tanto el servicio en el local como lo que es el servicio a domicilio.

Producto esencial

La comida italiana no es muy común a la hora de comer en las mesas ecuatorianas, a pesar de que la pizza es el producto con mayor consumo en todo el país, sin embargo, han dejado de lado otros platillos como es la lasagna, un producto además de sano ya que posee una buena cantidad de alimentos, es contundente a la hora de comer. ZIMBAVI restaurante ofrece productos italianos como son: lasagnas, raviolis, pastas, con rellenos poco usuales como son camarones, hornado, verduras, básicamente productos consumidos por los ecuatorianos y dando un extra fortificando a las pastas mediante la unión de dos tipos de harinas.

Producto real

ZIMBAVI ofrecerá variedad de platos fuertes, postres y bebidas, todos estos productos fusión, platos italianos con una variación de rellenos y salsas consumidas normalmente en el Ecuador.

- Entrada: Raviolis de garbanzo rellenos de corvina con guacamole.
- Plato Fuerte: Lasagna de verde rellena de camarón con salsa de bechamel.
- Postre: Fettuccini de chocolate negro con curd de limón, crema chantilly y salsa de frutilla con menta
- Bebida 1: Limoncello de casa (con alcohol)
- Bebida2: Refresco de fresa y limón (sin alcohol)

Características

ZIMBAVI posee platos innovadores los cuales son elaborados con productos de buena calidad en el área de bodega y almacenamiento son escogidos e inspeccionados cuidadosamente antes de su utilización, en el área de cocina los empleados son altamente capacitados con manuales de BPM, bioseguridad, HACCP entre otros para la manipulación y elaboración de dichos alimentos, de esa manera sacar a nuestros comensales platillos de excelente calidad; en el área de servicio los empleados están a disponibilidad del cliente y atender todas las necesidades que se presenten, generando un ambiente confortable.

Calidad

Para la empresa los clientes son los más importantes, por eso se debe garantizar un servicio de calidad mediante su seguridad al consumir nuestros alimentos.

Las normas de bioseguridad son uno de los puntos a tomar en cuenta, especialmente por el tema de pandemia que se vive a nivel mundial.

- Uso de mascarillas en todo momento (clientes y trabajadores).
- Toma de temperatura al ingreso del establecimiento (clientes y trabajadores).
- Presentar la identificación de vacunas (clientes y trabajadores).
- Uso de gel o alcohol al ingreso del establecimiento (clientes y trabajadores).

Manual de BPM (buenas prácticas de manufactura) se establecerá en el restaurante asegurando la calidad del producto.

- Control de cadena de frío.
- Control de temperaturas de cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento FIFO (primero en entrar, primero en salir).
- Control de ETAS (enfermedades transmitidas por alimentos).
- Limpieza y desinfección del área de trabajo, alrededores, maquinaria y utensilios de trabajo.
- Limpieza y desinfección de
- Aseo y cuidado personal de los empleados.

Estilo

ZIMBAVI posee un estilo clásico con decoraciones en colores verdes, cafés y beige, para destacar y no sobre cargar los colores del logo los cuales son bastante llamativos, se dará como servicio el tipo americano, ya que nuestros productos deben salir listos y emplatados desde la cocina.

Marca

ZIMBAVI es la unión de dos apellidos que marcan un antes y un después en una vida de progreso gracias al apoyo, decisión, esmero y perseverancia, de la misma manera en que se representa el restaurante un antes al momento de iniciar y como llegará a ser con el pasar del tiempo.

Producto aumentado

El producto aumentado o diferenciador que posee ZIMBAVI es la utilización de masas fortificadas y una combinación de dos culturas diferentes creando así nuevos sabores. Estos productos además ser servidos en el establecimiento contarán con el servicio a domicilio, siendo una ventaja para las personas que no puedan asistir al restaurante.

Plan de introducción al mercado***Distintivos y uniformes*****Área de Cocina**

Todos los empleados usarán el uniforme establecido del restaurante, el cual poseerá los distintivos del mismo, está conformado por:

Chef administrador

- Chaqueta blanca de manga larga, filos negros con el sello y nombre de la empresa.
- Pantalón negro de cocina.
- Faldón blanco con una línea negra en la cintura.
- Toca de chef.
- Mallas de cabello
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Medias negras largas.

Ilustración 17. Diseño uniforme Chef administrador



Simbaña, M. (2022). *Uniforme Chef administrador ZIMBAVI*. Quito.

Ayudante de cocina

- Chaqueta blanca de manga corta, filos negros con el sello y nombre de la empresa.
- Pantalón negro de cocina.
- Faldón blanco con una línea negra en la cintura.
- Champiñón.
- Mallas de cabello.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Medias negras largas.

Ilustración 18. Diseño uniforme ayudante de cocina



Simbaña, M. (2022). *Uniforme ayudante de cocina ZIMBAVI*. Quito.

Mesero/a

- Camiseta polo, color turquesa con filos negros con el sello y nombre de la empresa.
- Pantalón jean de preferencia negro
- Faldón negro, bolsillo con nombre de la empresa
- Zapatos o zapatillas negros.
- Medias negras.

Ilustración 19. Diseño uniforme mesero/a.

Simbaña, M. (2022). *Uniforme mesero/a ZIMBAVI*. Quito.

Cajero/a

- Blusa o camisa blanca con el sello y nombre de la empresa.
- Pantalón jean de preferencia negro
- Chaleco negro con el nombre de la empresa
- Faldón negro.
- Zapatos negros.
- Medias negras.

Ilustración 20. Diseño uniforme cajero/a.



Simbaña, M. (2022). *Uniforme cajero/a ZIMBAVI*. Quito.

Repartidor

- Camiseta polo, color turquesa con filos negros con el sello y nombre de la empresa.
- Pantalón jean de preferencia negro.
- Zapatos o zapatillas negros.
- Medias negras.

Ilustración 21. Diseño uniforme repartidor.



Simbaña, M. (2022). *Uniforme repartidor ZIMBAVI*. Quito.

Materiales de identificación

Imago tipo

Ilustración 22. Imago tipo de la empresa



Simbaña, M. (2022). *Imago tipo de la empresa ZIMBAVI*. Quito.

Elementos a destacar:

- Logotipo del restaurante “ZIMBAVI”.
- Eslogan del restaurante “Un placer para el paladar”.
- Colores usados: negro, turquesa, morado y blanco.

Tarjetas de presentación

Se aprecia en imago tipo de la empresa en el anverso.

Ilustración 23. Tarjeta de presentación anverso



Simbaña, M. (2022). *Tarjeta anverso ZIMBAVI*. Quito.

Se puede apreciar en el reverso de la tarjeta, el nombre del chef propietario, una breve descripción de lo que se ofrece, los datos de contacto, páginas web, dirección del establecimiento y nuevamente el imago tipo de la empresa.

Ilustración 24. Tarjeta de presentación reverso



Simbaña, M. (2022). *Tarjeta reverso ZIMBAVI*. Quito.

Hoja membretada

Tiene la funcionalidad de registrar diferentes documentos como cartas, oficios o declaraciones de la empresa, especialmente formales.

Ilustración 25. Hoja membretada



Simbaña, M. (2022). *Hoja membretada ZIMBAVI*. Quito.

Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de ZIMBAVI está ubicado al norte de Quito en la Av. Carapungo y diagonal a la calle Mírame Linda.

Promoción

- El principal canal de promoción serán las redes sociales como Facebook, Instagram, Whatsapp y Tiktok.
- Otro canal de promoción será la publicidad en sitios de delibery.
- Se entregará volantes a las personas que van pasando, en tiendas y lugares a los alrededores donde se pueda poner la publicidad.

Contacto

- Tarjetas de presentación.
- Facebook.
- Instagram.
- Whatsapp.
- Twitter.
- E-mail corporativo.
- Tiktok.
- Página web.

Negociación

- Directa en el restaurante (cita previa)
- Vía telefónica establecido en los diferentes medios de contacto.
- Vía mensaje de Whatsapp Instagram o Facebook establecido en los diferentes medios de contacto.

Financiamiento

Tabla 18. Financiamiento

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$15
Publicidad en Facebook	3 veces por mes	\$5
Publicidad en Instagram	3 veces por mes	\$5
Publicidad en Twitter	3 veces por mes	\$5
TOTAL		\$30
TOTAL ANUAL		\$360

Simbaña, M. (2022). *Financiamiento ZIMBAVI*. Quito.

Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo que se presenta en todos los establecimientos no solo gastronómicos si no a nivel en general, es debido a la emergencia sanitaria por COVID 19 y sus variantes, debido a esto se ha implementado diferentes medidas de bioseguridad, los cuales deben ser aplicados prioritariamente en el área de producción ya que aquí es donde existe mayor manipulación de los productos, los cuales serán llevados a los comensales como producto final, sin embargo, no se debe dejar de lado la otra área que es el servicio, este implica la comunicación entre el empleado y el comensal.

La oportunidad que tiene ZIMBAVI es el que al posicionarse en un sector donde se está empezando la comercializar tiene una gran oportunidad de acogida y a pesar de que al inicio de la pandemia el aforo era apenas del 30% ahora en la actualidad, se ha podido llegar en un 70% en interior y un 80% en exterior, siendo esto un punto favorable para el restaurante.

Fijación de Precios

Fijación de precios por receta estándar


Los precios de las recetas están establecidos para un solo PAX (comensal). Se toma en consideración el precio de los productos utilizados para la elaboración de los diferentes platillos y la alusión es el costo por kilogramo de producto, el cual se le sumará diversos elementos que interceden en el lapso de la elaboración del producto final, por ejemplo:

- Imprevistos.
- Mano de obra.
- Gastos de fabricación.
- Gastos administrativos.
- Utilidad.
- IVA.
- Costos de servicio.

Receta estándar de costos

En las recetas se presentan los valores y después del sumatorio total se establece el precio final del producto.

Tabla 19. Receta estándar de costos (raviolis de corvina)

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
				
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
NOMBRE DEL PLATO:	Raviolis de corvina		Código: 001	Pax 1
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	25/2/2022		Chef: María Del Carmen Simbaña Vinueza	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Harina de castilla	g	1,2	20	0,02
Harina de garbanzo	g	6,5	20	0,13
Huevos	ml	2	10	0,02
Aceite de oliva	ml	11,2	5	0,06
Mantequilla	ml	14,6	10	0,15
Corvina	g	7,36	50	0,37
Ajo	g	3,5	15	0,05
Cebolla perla	g	1	25	0,03
Limón	g	1	5	0,01
Perejil	g	1	3	0,00
Aguacate	g	1	30	0,03
Ají	g	1	10	0,01
Sal	g	0,6	10	0,01
Pimienta	g	4	5	0,02
Total bruto				0,90
10%			imprevistos	0,09
Total neto				0,99
5%			Gasto de fab.	0,05
10%			Factor costo	0,10
30%			M.O.	0,30
10%			G. Admin	0,10
50%			Utilidad	0,49
Subtotal				2,02
12%			IVA	0,24
10%			Servicio	0,20
PVP				2,46





Simbaña, M. (2022). *Raviolis de corvina ZIMBAVI*. Quito.

Receta estándar de producción


En las recetas se presentan las cantidades y el procedimiento de cada platillo.

Tabla 20. Receta estándar de producción (raviolis de corvina)

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Raviolis de corvina						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
20	g	Harina de castilla	-			tamizada		
20	g	Harina de garbanzo	-			tamizada		
10	ml	Huevos	Refrigerado			-		
5	ml	Aceite de oliva	-			-		
10	g	Mantequilla	Refrigerado			-		
50	g	Corvina	Refrigerado			Hervido y desmenuzado		
15	g	Ajo	-			Pasta		
25	g	Cebolla perla	-			Brunoise		
5	g	Limón	-			Zumos		
3	g	Perejil	-			Batalla		
30	g	Aguacate	-			Puré		
10	g	Ají	-			Blanqueado		
10	g	Sal	-			Juliana		
5	g	Pimienta	-			-		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Tamizar las harinas con la sal.						
		2. Hacer un volcán, verter el huevo y el aceite de oliva.						
		3. Amasar por 5 min y dejar reposar tapado con film de 20 a 25 min.						
		4. Cocinar el pescado durante 5 min, desmenuzar y reservar.						
		5. Realizar el sofrito con el ajo y la cebolla hasta que caramelize.						
		6. Cuando esté dorado, verter un poco de la cocción de la corvina, agregar sal y pimienta.						
		7. Sacar del fuego, añadir el pescado desmenuzado y unas gotas de limón. Reservar.						
		8. Aplanar la masa y pasarlo por la laminadora hasta el número más pequeño.						
		9. Doblar la masa de forma horizontal, para realizar una división sin cortar.						
		10. Colocar el relleno de corvina dejando un dedo de separación.						
		11. Sellar agregando unas gotas de agua en los bordes, uniones y aplanar con fuerza.						
		12. Cortar con un cortador de masas o un cuchillo						
		13. Hervir una olla con agua y dejarlos cocinar de 20 a 30 min.						
		14. Cortar un aguacate, pasarlo por el tamizador y agregar sal, limón y pimienta al gusto.						
		15. Hervir en otra olla unas juliana de ají con poco de sal y limón, para bajarle el picor						
		16. Dejar hervir 1 min y sacar. Pasar por agua fría para cortar la cocción.						
		17. Sacar los raviolis del agua y dorarlos con un poco de mantequilla.						
		18. Emplatar y poner un poco de perejil picado encima						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	200	-	15	19	17	-	-	-

Simbaña, M. (2022). *Raviolis de corvina ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 21. Receta estándar de costos (lasagna de camarón)

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
				
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
NOMBRE DEL PLATO:	Lasagna de camarón		Código: 002	Pax 1
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	25/2/2022		Chef: María Del Carmen Simbaña Vinuesa	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Harina de castilla	g	1,2	40	0,05
Harina de plátano	g	1,2	30	0,04
Huevos	ml	2	15	0,03
Aceite de oliva	g	11,2	10	0,11
Sal	g	0,6	10	0,01
Camarón	g	7,28	200	1,46
Champiñones	g	9,9	50	0,50
Leche	ml	0,85	30	0,03
Mantequilla	g	14,6	10	0,15
Cebolla perla	g	1	15	0,02
Pimienta	g	4	20	0,08
Nuez moscada	g	10	1	0,01
Pimiento	g	1	20	0,02
Tomate	g	2	10	0,02
Aceite achiote	ml	4,9	5	0,02
Orégano	g	1,58	3	0,00
Comino	g	13,8	5	0,07
Mozzarella	g	4,5	30	0,14
Pasta de tomate	g	5,8	5	0,03
Total bruto				2,76
10%	imprevistos			0,28
Total neto				3,04
5%	Gasto de fab.			0,15
10%	Factor costo			0,30
30%	M.O.			0,91
10%	G. Admin			0,30
50%	Utilidad			1,52
Subtotal				6,23
12%	IVA			0,75
10%	Servicio			0,62
PVP				7,60



Simbaña, M. (2022). *Lasaña de camarón ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 22. Receta estándar de producción (lasagna de camarón)

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Lasagna de camarón						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
40	g	Harina de castilla	-			tamizada		
30	g	Harina de plátano	-			tamizada		
15	ml	Huevos	Refrigerado			-		
10	g	Aceite de oliva	-			-		
10	g	Sal	-			-		
200	g	Camarón	Refrigerado			Limpiar		
50	g	Champiñones	fresco			laminados		
30	ml	Leche	Refrigerado			-		
10	g	Mantequilla	Refrigerado			-		
15	g	Cebolla perla	-			Brunoise		
20	g	Pimienta	-			-		
1	g	Nuez moscada	-			-		
20	g	Pimiento	-			Brunoise		
10	g	Tomate	-			Concasse		
5	ml	Aceite de achiote	-			-		
3	g	Orégano	-			seco		
5	g	Comino	-			-		
30	g	Mozzarella	Refrigerado			Rallado		
5	g	Pasta de tomate	-			-		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Tamizar las harinas con la sal.						
		2. Hacer un volcán, verter el huevo y el aceite de oliva.						
		3. Amasar por 5 min y dejar reposar tapado con film de 20 a 25 min.						
		5. Realizar un fondo con el caparazón del camarón y reservar.						
		5. Realizar el sofrito el pimiento y la cebolla hasta que tome color.						
		6. Cuando esté dorado, verter un poco del fondo, agregar sal y pimienta.						
		7. Añadir tomate picado sin semillas y el camarón. Reservar.						
		8. Aplanar la masa y pasarlo por la laminadora hasta el número más pequeño.						
		9. Cocinar los fideos hasta que esté al dente de 15 a 20 min						
		10. Colocar en un sartén mantequilla y harina para formar un roux						
		11. Cuando se tenga el roux agregar leche y nuez moscada y los champiñones..						
		12. Rallar el queso y reservar.						
		13. colocar en un pírex o molde para meter al horno.						
		14. Poner una capa de bechamel en la base, poner los fideos, luego una capa de salsa de camarón he ir intercalando hasta completar 3 capas de fideos						
		15. Poner entre cada capa un manojo de queso rallado.						
		16. Terminar con una capa de fideo, bechamel, queso y orégano.						
		17. Hornear a 180 C° por 30 min y 5 min con el grill para que se gratinar el queso.						
		18. Sacar del pírex y emplatar o entregar en el molde que se realizó.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	200	-	15	19	17	-	-	-

Tabla 23. Receta estándar de costos (dulce limolato)


FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
NOMBRE DEL PLATO:	Dulce Limolato		Código: 003	Pax 1
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	25/2/2022		Chef: María Del Carmen Simbaña Vinuesa	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Harina de castilla	g	1,2	100	0,1
Cocoa en polvo	g	5	25	0,1
Sal	g	0,6	5	0,0
Huevos	ml	2	120	0,2
Limón	ml	1	30	0,0
Azúcar	g	0,85	58	0,0
Mantequilla	g	14,6	14	0,2
Crema de leche	ml	7,75	10	0,1
Frutillas	g	4	20	0,1
Menta	g	0,85	30	0,0
	Total bruto			1,0
	10%	imprevistos		0,1
	Total neto			1,1
	5%	Gasto de fab.		0,1
	10%	Factor costo		0,1
	30%	M.O.		0,3
	10%	G. Admin		0,1
	50%	Utilidad		0,5
	Subtotal			2,2
	12%	IVA		0,3
10%	Servicio		0,2	
PVP			2,6	

Simbaña, M. (2022). *Dulce limolato ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 24. Receta estándar de producción (dulce limolato)

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
Dulce Limolato								
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
100	g	Harina de castilla	-			tamizada		
25	g	Cocoa en polvo	-			tamizada		
5	g	Sal	-			tamizada		
120	ml	Huevos	Refrigerado			-		
30	ml	Limón	-			Zumo		
58	g	Azúcar	-			-		
14	g	Mantequilla	Refrigerado			Small dice		
20	g	Frutillas	Refrigerado			Small dice		
10	ml	Crema de leche	Refrigerado					
30	g	Menta	-			Limpio		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Tamizar la harina con el cacao y la sal.						
		2. Hacer un volcán y verter el huevo.						
		3. Amasar por 5 min y dejar reposar tapado con film de 20 a 25 min.						
		4. Poner en un bowl los huevos, zumo de limón, azúcar y batir hasta que se unifique.						
		5. Poner a hervir agua para realizar baño maría						
		6. Cuando esté unificado poner a baño maría y seguir batiendo para que no se cocine el huevo						
		7. Batir hasta conseguir el punto de letra y agregar la mantequilla sin dejar de batir.						
		8. Tapar con papel mil tapando la superficie para que no genere costra y dejar enfriar durante 20 min.						
		9. Aplanar la masa y pasarlo por la laminadora hasta el número más pequeño.						
		10. Espolvorear harina y pasarlo por el cortador de pastas de fettuccini						
		11. Hervir una olla con agua, cocoa, azúcar y dejarlos cocinar de 20 a 30 min.						
		12. Colocar en un sartén frutillas, azúcar y agua en proporciones iguales para formar una salsa.						
		13. Remover de vez en cuando para que no se quemé						
		14. Licuar ligeramente la salsa y reservar						
		15. Batir crema de leche con un poco de azúcar hasta punto de nieve. Reservar						
		16. Sacar el fettuccini y dejar escurrir						
		17. Emplatar con unas hojas de menta encima para dar frescura						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	200	-	15	19	17	-	-	-

Tabla 25. Receta estándar de costos (delicia ácida)

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN					
					
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS					
NOMBRE DEL PLATO:	Delicia ácida		Código: 004	Pax 1	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	25/2/2022		Chef: María Del Carmen Simbaña Vinueza		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
Limoncello	ml	44	30	1,32	
Vodka	ml	12,55	15	0,19	
Azúcar	g	0,85	10	0,01	
Hierba buena	g	9,6	5	0,05	
Menta	g	9,6	5	0,05	
Total bruto				1,61	
			10%	imprevistos	0,16
Total neto				1,77	
			5%	Gasto de fab.	0,09
			10%	Factor costo	0,18
			30%	M.O.	0,53
			10%	G. Admin	0,18
			50%	Utilidad	0,89
Subtotal				3,64	
			12%	IVA	0,44
			10%	Servicio	0,36
PVP				4,44	



Simbaña, M. (2022). *Delicia ácida ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 26. Receta estándar de producción (delicia ácida)

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Delicia ácida						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
30	ml	Limoncello	Refrigerado		-			
15	ml	Vodka	-		-			
10	g	Azúcar	-		-			
5	g	Hierba buena	-		Limpio			
5	g	Menta	-		Limpio			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Escarchar la copa con hierba buena y azúcar de color						
		2. Verter en la coctelera hielo, limoncello, vodka y menta						
		3. Agitar con vigor						
		4. Colocar en la copa unos cubos de hielo						
		5. Verter la preparación en la copa						
		6. Decorar con hierba buena, menta y limón						
		7. Servir						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	200	-	15	19	17	-	-	-

Simbaña, M. (2022). *Delicia ácida ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 27. Receta estándar de costos (limone rosa)

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN					
					
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS					
NOMBRE DEL PLATO:	Limone Rosa		Código: 004	Pax 1	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	25/2/2022		Chef: María Del Carmen Simbaña Vinuesa		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
Frutillas	g	2	100	0,20	
Limón	g	1	20	0,02	
Azúcar	g	0,85	30	0,03	
Agua gasificada	ml	0,6	300	0,18	
Menta	g	9,6	10	0,10	
			Total bruto		0,52
			10%	imprevistos	0,05
			Total neto		0,57
			5%	Gasto de fab.	0,03
			10%	Factor costo	0,06
			30%	M.O.	0,17
			10%	G. Admin	0,06
			50%	Utilidad	0,29
			Subtotal		1,18
			12%	IVA	0,14
10%	Servicio	0,12			
PVP			1,43		

Simbaña, M. (2022). *Limonada Rosa ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 28. Receta estándar de producción (limone rosa)

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Limone Rosa						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
100	g	Frutillas	Refrigerado			Trozos		
20	g	Limón	-			Trozos		
30	g	Azúcar	-			-		
300	ml	Agua gasificada	Refrigerado			-		
10	g	Menta	-			Limpio		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Cortar las frutillas y los limones						
		2. Escarchar el vaso con azúcar.						
		3. Agregar las frutillas, azúcar, menta y macerar.						
		4. Agregar los trozos de limón y seguir macerando.						
		5. Agregar hielo						
		6. Completar con agua gasificada.						
		7. Decorar con el garnish adecuado						
		8. Servir						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
100	200	-	15	19	17	-	-	-

Simbaña, M. (2022). *Limone Rosa ZIMBAVI*. Quito.

Capacidad instalada

Implementación del negocio

Arriendo del local

Tabla 29. Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$150	\$900	\$1.800

Simbaña, M. (2022). *Arriendo del local ZIMBAVI*. Quito.

Equipos industriales

Tabla 30. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Horno de convección	2	974,28	\$ 1.948,56
Laminadora de masa	1	1250	\$ 1.250,00
Amasadora	1	890	\$ 890,00
Cocina industrial	1	750	\$ 750,00
Refrigerador	1	2.990	\$ 2.990,00
Congelador	1	1.450	\$ 1.450,00
Cámara de leudo	1	290	\$ 290,00
Licuadaora	1	72,50	\$72,50
KitchenAid	1	250	\$ 250,00
Balanza digital	1	24,48	\$ 24,48
Termómetro digital	1	2,90	\$ 2,90
Tanque de gas	2	120,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 10.158,44

Simbaña, M. (2022). *Equipos industriales ZIMBAVI*. Quito.

Equipos de computación

Tabla 31. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Laptop Lenovo IdeaPad	1	489,41	489,41
Impresora EPSON	1	399,99	399,99
TOTAL			889,4

Simbaña, M. (2022). *Equipos de computación ZIMBAVI*. Quito.

Muebles y enseres

Tabla 32. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Mesa de acero inoxidable	3	119	357
Mesas	4	10,00	40,00
Sillas	16	5,00	80,00
Estanterías	2	45	90
Tabla de picar	2	18	36
Set de 5 cuchillos	1	9,48	9,48
Set de 3 bowls	2	29,99	59,98
Tamiz	2	3,5	7
Bandejas de aluminio	2	12	24
bandejas de plástico	2	2,9	5,8
Espátula de goma	1	1,2	1,2
Manga pastelera con boquillas	1	2,15	2,15
Set de 5 ollas	1	190	190
Plato asimétrico P (pequeño)	16	2,86	45,76
Pato asimétrico B (grande)	16	3,3	52,8
Plato asimétrico P (mediano)	16	2,86	45,76
Tenedor	3	6,5	19,5
Cuchillo	2	13,99	27,98
Tenedor postre	2	7,99	15,98

Vaso Collins	3	6	18
Coctelera	2	11,99	23,98
Macerador	1	7,4	7,4
Rallador	1	3,89	3,89
Cucharón	2	1,57	3,14
Cuchara sopera	2	3,04	6,08
Espumadera	2	2,81	5,62
Salseros	2	0,67	1,34
Batidor de mano	1	1,5	1,5
TOTAL			1181,34

Simbaña, M. (2022). *Muebles y enseres ZIMBAVI*. Quito.

Equipos industriales de seguridad

Tabla 33. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Extintor	1	50	50
Detector de gas	1	14,00	14,00
Rotulación (salida)	1	2,10	2,10
Rotulación (salida de emergencia)	2	2,1	4,2
Rotulación (baño)	2	2,5	5
Rotulación (gel)	1	1,68	1,68
Rotulación (distanciamiento)	1	2,15	2,15
Rotulación (no fumar)	1	2,49	2,49
Rotulación (números de emergencia)	1	3	3
Rotulación (aforo)	1	2,75	2,75
Rotulación (solo personal autorizado)	1	2,66	2,66
Rotulación (parqueadero)	1	2,15	2,15
Luces de emergencia	2	15	30
TOTAL			122,18

Simbaña, M. (2022). *Equipos industriales de seguridad ZIMBAVI*. Quito.

Suministros de oficina

Tabla 34. Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Papel bond	1	2,5	2,5
Grapadora	1	9,99	9,99
Perforadora	1	5,03	5,03
Grapas	1	1,5	1,5
Juego de resaltadores	1	3,8	3,8
Juego de esferos	1	8	8
Agenda	1	2,99	2,99
Folder	2	0,18	0,36
Tijeras	1	1,3	1,3
Goma	1	1,13	1,13
Paquete lápiz	1	2,22	2,22
Borrador	1	3,2	3,2
Clips	1	2	2
Calculadora	1	6	6
TOTAL			50,02

Simbaña, M. (2022). *Suministros de oficina ZIMBAVI*. Quito.

Servicios básicos

Tabla 35. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
AGUA	15
LUZ	25
INTERNET	10
TOTAL	50
TOTAL ANUAL	600

Simbaña, M. (2022). *Servicios básicos ZIMBAVI*. Quito.

Materiales de limpieza

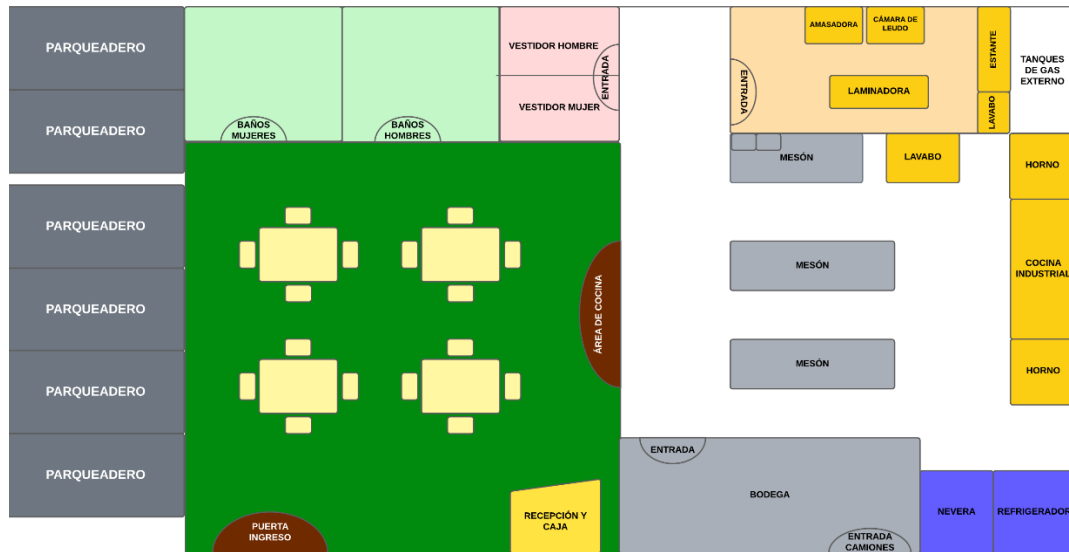
Tabla 36. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Escoba	1	2	2
Pala	1	1,58	1,58
Trapeador	1	3,62	3,62
Lustre	1	0,4	0,4
Lava vajillas	1	2,92	2,92
Fundas industriales	1	1,56	1,56
Jabón líquido de manos	1	5	5
Papel de baño	2	1,5	3
Toallas de papel	1	1,15	1,15
Alcohol	1	3,4	3,4
Gel	1	3,5	3,5
Cloro	1	5	5
Desinfectante	1	3,4	3,4
Basureros	3	10	30
Guantes	1	1,84	1,84
TOTAL			68,37
TOTAL ANUAL			820,44

Simbaña, M. (2022). *Materiales de limpieza ZIMBAVI*. Quito.

Estudio arquitectónico

Ilustración 26. Estructura del establecimiento



Simbaña, M. (2022). *Estructura del establecimiento ZIMBAVI*. Quito.

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Se deben seguir normas y reglamentos para obtener la licencia de funcionamiento y mantener en regla el negocio, para así evitar perjuicios (cierre o clausura) en el establecimiento, por falta de documentación necesaria.

SRI (Servicio de Rentas Internas)

- **RUC (Registro Único de Contribuyentes)**

Empresa encargada de gestionar las actividades económicas de un establecimiento, mediante el RUC Y EL RISE, evitando la evasión tributaria.

Documento necesario para el funcionamiento del establecimiento ZIMBAVI como persona natural en el país, para ejecutar actividades económicas.

Para obtener el permiso se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Cédula de identidad (original y copia).
- Certificado de votación (original y copia).
- Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional).
- Factura o platilla de pago de agua potable o telefonía (original).
- Factura o estados de cuenta (copia).
- Comprobante de pago de impuesto predial (copia).
- Cualquier documento emitido por una entidad pública (original o copia).
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato (copia).
- Contrato de Concesión Comercial (copia).

- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito (copia).
- Patente Municipal, Permiso de Bomberos (copia).
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio (original).
- Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad (copia).

(Servicio de Rentas Internas, s.f, <https://www.sri.gob.ec/>).

Municipio de Quito

- **Patente municipal**

Requisito necesario para las empresas que realizan actividades comerciales como un tributo que se paga anualmente en el DM. Quito.

Requisitos para obtener la patente:

- Cédula original o pasaporte.
- Formulario de inscripción, firmado por el propietario legal.
- Acuerdo firmado de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Planilla de servicios básicos (original o copia).
- RUC del contribuyente.

(Quito informa, 16 de julio de 2020, <http://www.quitoinforma.gob.ec/>).

- **LUAE (Licencia única de actividades económicas)**

Licencia emitida por el Municipio y el cuerpo de bomberos que permite la libre actividad económica ligada a los diferentes establecimientos.

Requisitos para obtener la licencia:

- Formulario de solicitud lleno.
- Formulario de reglas técnicas de arquitectura y urbanismo lleno.
- Pago de patente.
- Cédula de identidad (original y copia).
- Certificado de votación (original y copia).
- Planilla de servicios básicos (original o copia).

(Por un Quito Digno, s.f. <https://pam.quito.gob.ec/>).

- **ARCSA (Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria)**

Empresa encargada del control y vigilancia sanitaria, la cual está dedicada al cumplimiento de los requisitos para el funcionamiento de una empresa.

Requisitos:

- RUC (registro único de contribuyentes).
- Llenar el formulario de solicitud para obtener el permiso de funcionamiento del restaurante.
- Contar con la categorización otorgada por el Mintur.
- Pago del trámite según la categoría asignada.

(Portal único de trámites ciudadanos, s.f, <https://www.gob.ec/>).

- **MINTUR (Ministerio de turismo)**

Institución que otorga la categorización a un establecimiento de alimentos y bebidas, para promocionar como destino turístico a Ecuador.

Requisitos para obtener la categorización:

- RUC (registro único de contribuyentes).
- Obtener el certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado.
- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

(Ecuador, s.f, <https://servicios.turismo.gob.ec/>).

Requisitos para el permiso de rotulación

La LUAE es quien otorga el permiso de colocación de rótulos, el cual debe ocupar el 30% de la fachada, sin embargo, si se desea agregar más publicidad se debe solicitar la licencia LMU41 (Licencia Metropolitana Urbanística 41 que regula la publicidad exterior fija).

Requisitos para la licencia LMU41:

- Formulario normalizado (incluye declaración juramentada).
- Copia de Cédula de Ciudadanía propietario del predio solicitante.
- Croquis de ubicación del elemento publicitario (poner las coordenadas si son vallas, letreros electrónicos, murales, tótems pantallas y LEDS).
- 2 fotografías del elemento publicitario en el que se aprecie su ubicación con respecto a la edificación.
- Plano de la estructura de la sustentación y detalles (para el caso de vallas, murales, letreros, tótems, letreros electrónicos, pantallas y LEDS) en formato A4.

(Quito informa, 12 de julio de 2018, <http://www.quitoinforma.gob.ec/>).

Inspección del Cuerpo de Bomberos:

- Solicitud de Inspección para obtener el Permiso de Ocupación en el link.
- Cédula del Propietario del Proyecto escaneada en PDF.
- Cédula del Profesional Responsable del Sistema de Incendios. escaneada en PDF.

- Copia del Certificado de Visto Bueno de Planos. (PDF)
- Luego de la inspección el profesional responsable debe entregar al analista técnico lo siguiente.
- Certificado de instalación y pruebas del sistema de detección y alarma.
- Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.
- Certificado de la Resistencia al fuego de la estructura metálica y/o madera vista.
- Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín.
- Certificado Instalación, Pruebas de Presión y hermeticidad del sistema de supresión con agua.
- Certificado de Instalación y pruebas de Presurización de Escaleras.
- Certificado de Instalación de Pararrayos.
- Registro fotográfico específico de cada Sistema contra Incendios.

(Por un Quito Digno, s.f, <https://pam.quito.gob.ec/>).

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)

Institución que protege la integridad física (enfermedad, maternidad, riesgos de trabajo, discapacidad, desempleo, invalidez, vejez y muerte) del empleado mediante la afiliación durante las horas de trabajo.

(Portal único de tramites ciudadanos, s.f, <https://www.gob.ec/>)

Ministerio de Trabajo

Institución encargada de las políticas de trabajo, regula y controla el cumplimiento de las obligaciones laborales para generar empleo justo, de calidad y sobre todo digno para todos.

(Ministerio de trabajo, s.f, <https://www.gob.ec/>).

SAYCE

Documento otorgado donde se autoriza usar o interpretar obras musicales sin previa autorización en espacios abiertos o cerrados independientemente.

(SAYCE, s.f, <https://sayce.com.ec/>).

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de impacto

El impacto ambiental generado por la industria alimenticia es considerablemente alto, debido a todos los desechos que se generan a diario.

Se tiene como objetivo reducir la contaminación principalmente utilizando solo los productos necesarios para la elaboración de los platillos, aprovechando lo máximo posible los productos y tratando de no generar desperdicios, sin mencionar que aquellos que se generen serán separados en diferentes tachos de basura y enviados a reciclaje según su función.

También se implementará la misma clasificación de basureros fuera del solón para así concientizar a los clientes de manera efectiva.

Impacto ambiental**Identificación de posibles impactos ambientales.****Contaminación por basura:**

Desechos o residuos generados tanto por el personal como comensales a la hora de la producción o consumo de los alimentos (empaques, servilletas, desperdicios).

El desperdicio del agua:

Uso excesivo a la hora de preparar los alimentos, limpieza del establecimiento o simplemente a la hora de ir al baño y lavado de manos.

Contaminación de agua residuales:

Verter alimentos dañados líquidos o semilíquidos por las tuberías tales como aceites, leches, salsas, etc.

Contaminación de agua por equipos de limpieza:

Al momento de lavar limpiones y trapeadores debido al uso excesivo de químicos, para mantener la limpieza en el establecimiento.

Cilindros de gas:

Uso de tanques de gas de casa en vez de tanques de gas industriales y mala instalación o ubicación de los tanques de gas.

Gasto de energía:

Las maquinarias mayormente son eléctricas y se mantienen conectadas durante todo el día hasta el cierre del local a excepción de los congeladores y refrigeradores, los cuales no se deben apagar en ningún momento.

Contaminación de desechos en cocina:

Irrespetar los diferentes contenedores basura, poner todo en un solo basurero.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados

- Control y revisión periódica de las instalaciones (tanques de gas).
- Ubicación de basureros de manera visible para el personal y clientes.
- Reducir la cantidad de residuos para evitar el desperdicio.
- Usar la energía estrictamente necesaria.
- Realizar revisión y mantenimiento de tuberías.

Impacto social**Generar fuentes de trabajo**

ZIMBAVI otorgará oportunidades de trabajo a personas capacitadas en las diferentes áreas, sin embargo, también se ofrecerá trabajos como meseros a personas sin formación profesional, generando empleo a con o sin experiencia, pero con ganas de trabajar.

Mejoramiento de nivel de ingresos

Debido a la contratación de marketing especializado se obtendrá grandes beneficios y ventajas para atraer clientes potenciales al restaurante.

Igualdad y equidad

En la empresa ZIMBAVI no existe la discriminación, todos tienen los mismos derechos, todos son aceptados y respetados de la misma manera sin diferencia alguna, ya sea etnia, religión, inclinación sexual o capacidad especial.

Satisfacción de una necesidad social prioritaria

La empresa ZIMBAVI es cociente de las necesidades de sus empleados, por ende, se mantendrá un ambiente laboral adecuado, también se cumplirá con parámetros establecidos como el respeto de horarios de trabajo, comidas, pago puntual de salarios.

PROCESO FINANCIERO

Introducción

En el capítulo financiero se habla sobre el análisis financiero de ZIMBAVI, donde se evidencia el punto de vista económico de la empresa, aquí se analiza cada punto financiero, para llegar al resultado final que es la inversión total para el restaurante se coloque en el mercado gastronómico del sector de Llano Grande.

Inversiones

Se tiene como objetivo realizar inversiones para generar beneficios a futuro del restaurante mediante la compra de activos.

Activos Fijos

Los activos fijos comprenden todo aquello que tiene que ver con equipos industriales, de seguridad, computación, muebles y enseres con una totalidad de: \$54288,68.

Tabla 37. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Ind.	10280,6
Equipos de Computación	889,41
Muebles / Enseres	1181,34
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12351,4

Simbaña, M. (2022). *Activos fijos ZIMBAVI*. Quito.

Activos Diferidos

Los activos diferidos comprenden todo aquello que tiene que ver con gastos de constitución (pagos permisos de funcionamiento) con una totalidad de: \$1500.

Tabla 38. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	525
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	525

Simbaña, M. (2022). *Activos ZIMBAVI*. Quito.

Capital de trabajo

El capital de trabajo son los recursos los cuales se usarán aproximadamente en un año. Durante este periodo se llegará a pagar \$31970,8, lo que son sueldos básicos, en servicios básicos \$600, en materiales de oficina \$50,02; en materiales de limpieza se pagará \$820,44, el alquiler del local se dará 1800, en publicidad 360, en adquisición de materia prima se paga \$1500 y finalmente los gastos financieros con 2100,00 con una totalidad de \$39201,2.

Tabla 39. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	31970,8
Servicios Básicos	600
Material oficina	50,02
Material limpieza	820,44
Servicio auto	0
Alquiler local	1800
Publicidad	360
Adquisición de materia prima	1500
Gastos financieros	2.100,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	39201,2

Simbaña, M. (2022). *Capital de trabajo ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 40. Total de inversión

TOTAL DE INVERSION	
Total Activos Fijos	12351,4
Total Activos Diferidos	525
Total Capital de Trabajo	39201,2
TOTAL INVERSION	52077,6

Simbaña, M. (2022). *Total de inversión ZIMBAVI*. Quito.

Se ve que la inversión total de activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo sumado todo da una cifra de \$52077,6.

Sueldos

A continuación, se visualiza los sueldos con todos los beneficios de ley.

Tabla 41. Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente Chef	500	6000	567	729	6162
Ayudante de cocina	450	5400	510,3	656,1	5545,8
Mesero	425	5100	481,95	619,65	5237,7
Cajero	430	5160	487,62	626,94	5299,32
Repartidor	435	5220	493,29	634,23	5360,94
TOTAL	425	26880	2540,16	3265,92	27605,76

Simbaña, M. (2022). *Sueldos ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 42. Tabla décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL DECIMOS
Gerente Chef	500	425	500	925
Ayudante de cocina	450	425	450	875
Mesero	425	425	425	850
Cajero	430	425	430	855
Repartidor	435	425	435	860
TOTAL	1375	2125	1375	4365

Simbaña, M. (2022). *Décimos ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 43. Sueldos totales

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
27605,76	4365	31970,76

Simbaña, M. (2022). *Sueldos totales ZIMBAVI*. Quito.

El total de sueldos a pagar sumado con todos los beneficios de ley da como resultado \$31970,76 al año.

Depreciación de activos fijos

En la tabla se observa la depreciación de los objetos después de haber sido comprados para el restaurante, estos son: equipos industriales y maquinaria el 10%, equipos de computación el 20%, equipos de computación el 33.33%, muebles y enseres el 10% dando una sumatoria de \$1442,64.

Tabla 44. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos Ind. + Maquinaria Ind.	10280,6	10%	1028,062
Edificio	0	5%	0
Vehículos	0	20%	0
Equipos de Computación	889,41	33,33%	296,440353
Muebles y Enseres	1181,34	10%	118,134
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			1442,64

Simbaña, M. (2022). *Depreciación de activos fijos ZIMBAVI*. Quito.

Amortizaciones

Se recupera el valor invertido en los gastos de constitución, con un porcentaje de amortización de un 20%, esto equivale a 300 dólares que se debe amortizar.

Tabla 45. Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACION			
Gastos de Constitución	525	20%	105

Simbaña, M. (2022). *Amortizaciones ZIMBAVI*. Quito.

Estructura capital

Este proyecto tiene una estructura capital de esta manera, el capital propio es de \$37077,6 eso equivale a una estructura del 71% costo 13% con una TD del 9.3%; por ende, el capital financiero es de \$15000 con una estructura del 29% costo del 14% con una tasa de descuento del 4%; con un total de inversión de \$52077,6 dando como suma total el 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,3% valor indicado del restaurante.

Tabla 46. Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	37077,6	71%	13%	9,3%	
Capital Financiero	15000	29%	14%	4,0%	
TOTAL INVERSION	52077,6	100%		13,3%	TMAR

Simbaña, M. (2022). *Estructura del capital ZIMBAVI*. Quito.

Tabla de amortización

Tabla 47. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	15000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	15000
1	4369,25	2.100,00	2.269,25	12.730,75
2	4369,25	1.782,30	2.586,95	10.143,80
3	4369,25	1.420,13	2.949,12	7.194,68
4	3130,18	1.007,25	3.362,00	3.832,68
5	4369,25	536,57	3.832,68	0,00

Simbaña, M. (2022). *Tabla de amortización ZIMBAVI*. Quito.

Se indica en la tabla un pago de 15000 con tasa de porcentaje del 14% con plazo a 5 años con un interes de 2100 y pago de capital de 2269.25 que finalizando el periodo da cero.

Punto de equilibrio

Los gastos presentados a continuación son mensuales.

Tabla 48. Costos fijos (punto de equilibrio)

COSTOS FIJOS	
Arriendo	150
Sueldos	2664,23
Ser. Básicos	50
T. COSTOS FIJOS	2864,23

Simbaña, M. (2022). *Costos fijos (punto de equilibrio) ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 49. Margen de contribución

Precio menú	15,27	
Costo menú	6,79	
Ganancia	8,48	MARGEN DE CONTRIBUCION

Simbaña, M. (2022). *Margen de contribución ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 50. Punto de equilibrio

VENTA	338	15,27	5157,6
COSTO	338	6,79	2293,4
GASTO			2864,23
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Simbaña, M. (2022). *Punto de equilibrio ZIMBAVI*. Quito.

Tabla 51. Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
650	9925,5	119106	ventas
650	4413,5	52962	costo

Simbaña, M. (2022). *Ventas proyectadas ZIMBAVI*. Quito.

En el punto de equilibrio para poner obtener rentabilidad se debe establecer una cantidad fija a venderse de menús.

Costo de ventas

La tabla está basada en un periodo de 5 años, para conocer los montos de los diferentes años desde el primero.

Tabla 52. Costo de ventas

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		119106,00	122691,09	126384,09	130188,25	134106,92
COSTO DE VENTAS		52962,00	54556,16	56198,30	57889,87	59632,35
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		66144,00	68134,93	70185,80	72298,39	74474,57
GASTOS ADMINISTRATIVOS		31970,76	32933,08	33924,37	34945,49	35997,35
SERVICIOS BASICOS		600,00	618,06	636,66	655,83	675,57
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		870,46	896,66	923,65	951,45	980,09
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		1800,00	1854,18	1909,99	1967,48	2026,70
PUBLICIDAD		360,00	370,84	382,00	393,50	405,34
DEPRECIACIONES		1442,64	1442,64	1442,64	1442,64	1442,64
AMORTIZACIONES		105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
UTILIDAD OPERATIVA		28995,14	29914,48	30861,49	31837,01	32841,88
GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		26895,14	28132,18	29441,36	30829,75	32305,31
BASE IMPOSITIVA		9749,49	10197,91	10672,49	11175,78	11710,67
UTILIDAD NETA		17145,65	17934,26	18768,87	19653,97	20594,63

Simbaña, M. (2022). *Costo de ventas ZIMBAVI*. Quito.

En la tabla está basada para un periodo de 5 años en ventas con el crecimiento país del 1%, en el primero año se podrá disponer de una utilidad aproximada de \$17145,65, mientras que en cinco años se podrá tener una utilidad neta de \$20594,63.

Flujo de caja

Aquí se reflejan las entradas y salidas de los ingresos y egresos de restaurante de una manera fluida.

Tabla 53. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		28995,14	29914,48	30861,49	31837,01	32841,88
DEPRECIACION		1442,64	1442,64	1442,64	1442,64	1442,64
AMORTIZACION		105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
- BASE IMPOSITIVA		9749,49	10197,91	10672,49	11175,78	11710,67
- GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
- PAGO CAPITAL		2.269,25	2.586,95	2.949,12	3.362,00	3.832,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	52077,6	16.424,04	16.894,95	17.367,38	17.839,60	18.309,59

Simbaña, M. (2022). *Flujo de caja ZIMBAVI*. Quito.

En el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$16.424,04 mientras que para el quinto año esta aumentará a \$18.309,59.

Cálculo del TIR y el VAN

El último cálculo financiero es el TIR y el VAN

VAN (Valor Actual Neto)

El VAN (valor actual neto) se calcula a partir del flujo anual, se trasladan todas las cantidades proyectadas a futuro al presente, las cuales han sido obtenidas del flujo de caja sin contar con la inversión. Se asume que el VAN es bueno cuando es mayor a cero. El VAN del establecimiento es de 8.004,76.

TIR (Tasa Interna de Retorno)

El TIR (tasa interna de retorno) es el rechazo o aceptación a un proyecto investigativo, por eso cuando el VAN es igual a cero la tasa interna de rentabilidad es considerada una tasa de interés.

TIR debe ser mayor al TMAR en este lado el TIR del restaurante posee el 19.45% que en resumen brinda una gran utilidad y rentabilidad del restaurante teniendo una diferencia de un 13.29% con el TMAR.

Tabla 54. Cálculo del TIR y el VAN

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	8.004,76
TIR	19,45%
TMAR	13,29%

Simbaña, M. (2022). *Cáculos TIR y VAN ZIMBAVI*. Quito.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Al haber concluido la investigación y después de haber realizado un estudio de mercado ZIMBAVI ha concluido que una buena parte de la población de la acogida a esta idea innovadora de negocio, la cual está registrado en las encuestas realizadas anteriormente.

Lo que se buscó con esta investigación es el cambio de mentalidad de los comensales, de que la pizza a pesar de ser italiana no es la única opción, se intenta convencer a las personas de probar alimentos nuevos, nutritivos y sobretodo deliciosos sin perder el toque ecuatoriano que nos identifica.

Gracias a la investigación de mercadeo se descubrió que a pesar de que existe una gran cantidad de establecimientos de comida no existe, un restaurante de cocina fusión o comida italiana como tal, sin embargo, existen varias pizzerías en las cuales apenas dos sirve lasagna.

Debido a que el sector de Llano Grande se está volviendo un sector comercial, se ha determinado que el establecimiento sería una atracción para turistas por su diferenciación de los demás establecimientos.

En el estudio financiero se descubrieron varios puntos a favor los cuales demuestran que el negocio es viable y genera rentabilidad.

Como punto final, se concluye que el establecimiento ZIMBAVI, se mantendrá atento a los cambios de perspectiva de las personas, realizando constantemente análisis

de las experiencias de quienes son sus comensales y dando siempre un incentivo al consumo de algo diferente e innovador, para que así la empresa empiece a dar frutos de la investigación realizada.

Recomendaciones

Antes de realizar una propuesta de negocio se debe tomar en cuenta el sector y al tipo de personas a las cuales se les va a ofrecer el producto, debido a que muchos al ver algo diferente no les podría agradar y eso sería una desventaja para el negocio.

Observar con detenimiento el plan de negocio que se va a ejecutar, debido que se pueden pasar punto por alto al pensar que no son importantes, pero si no se les toma el debido tiempo podrían afectar al desarrollo de todo el trabajo realizado.

Generar conciencia de que las comidas de otros países a pesar de que son muy diferentes, por sus técnicas, sabores y más, también podrían ser una experiencia única y que se la puede disfrutar sin salir del país.

REFERENCIAS

Ecuador. (s.f). *Personas naturales y jurídicas*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>

Gobierno del Encuentro. (s.f). *Requisitos personas naturales*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <https://www.sri.gob.ec/requisitos-personas-naturales>

Portal único de trámites ciudadanos. (s.f). *Emisión de Permiso de funcionamiento para establecimientos de servicios de alimentación colectiva (Restaurantes/cafeterías y bares escolares)*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/emision-permiso-funcionamiento-establecimientos-servicios-alimentacion-colectiva-restaurantescafeterias-bares-escolares>

Portal único de trámites ciudadanos. (s.f). *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <https://www.gob.ec/iess>

Portal único de trámites ciudadanos. (s.f). *Ministerio de Trabajo*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <https://www.gob.ec/mt>

Por un Quito Digno. (s.f). *Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_Tramites/Operativas/FrmFichaTramite?codtt=363

Por un Quito Digno. (s.f). *Permiso de ocupación para edificaciones emitido por el Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_Tramites/Operativas/FrmFichaTramite?codtt=245

Quito informa. (2018). *Control de vallas publicitarias en el Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2018/07/12/control-de-vallas-publicitarias-en-quito/#:~:text=Para%20la%20colocaci%C3%B3n%20de%20publicidad,el%2030%25%20de%20la%20fachada.>

Quito informa. (2020). *Proceso para tramitar o suspender su Patente Municipal*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2020/07/16/proceso-para-tramitar-o-suspender-su-patente-municipal/#:~:text=La%20patente%20municipal%20es%20un%20requisito%20indispensable%20a%20cumplir%20para,sociedades%20nacionales%20o%20extranjeras%20que>

SAYCE. (s.f). *Requisitos afiliación online*. Recuperado el 17 de marzo de 2022. Disponible en: <https://sayce.com.ec/requisitos-afiliacion-online/>

ANEXOS

Anexo N° 1. Encuesta

Encuesta Restaurante Fusión Italo-Ecuatoriana

María Del Carmen Simbaña - Estudiante de gastronomía

***Obligatorio**

1. Correo *

2. 1.- ¿Con qué frecuencia sale usted a comer en restaurantes? *

Una sola respuesta

Marca solo un óvalo.

- Una vez por semana
 Dos veces por semana
 Tres veces por semana
 Una vez al mes

3. 2.- ¿Con quienes prefiere ir a un restaurante? *

Se puede escoger más de una opción

Selecciona todos los que correspondan.

- Familiares
 Amistad
 Trabajo

Otro: _____

4. 3.- ¿Le gustaría la creación de un restaurante de cocina fusión Italo-Ecuatoriana?

*

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

5. 4.- ¿Le gustaría probar pastas elaboradas con diferentes tipos de harinas? *

Se puede escoger más de una opción

Selecciona todos los que correspondan.

- Harina de plátano
 Harina de papa
 Harina de garbanzo
 Harina de arroz
 Harina de trigo

Otro: _____

6. 5.- ¿Qué producto de mi establecimiento serían de su preferencia? *

Una sola respuesta

Marca solo un óvalo.

- Lasagna
 Raviolis
 Fettuccine
 Canelones

7. 6.- ¿Le gustaría una lasagna con relleno de mariscos? *

Se puede escoger más de una opción

Selecciona todos los que correspondan.

- Camarón
 Langostino
 Conchas
 Pulpo
 Todas las anteriores

Otro: _____

8. 7.- ¿Le gustaría un postre tipo lasagna? Elaborado con: *

Se puede escoger más de una opción

Selecciona todos los que correspondan.

- Chocolate blanco
 Chocolate negro
 Frutas ácidas
 Frutas semi-ácidas
 Frutas dulces

Otro: _____

9. 8.- ¿Con qué frecuencia adquiriría nuestros productos?

Una sola respuesta

Marca solo un óvalo.

- Todos los días
 Una vez a la semana
 Una vez al mes

10. 9.- ¿Por qué medio le gustaría a usted recibir la información de nuestro restaurante? *

Se puede escoger más de una opción

Selecciona todos los que correspondan.

- Facebook
 Whatsapp
 Instagram
 Todas las anteriores

Otro: _____

11. 10.- ¿Le gustaría que exista música en vivo en el restaurante? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

Anexo N° 2. Proforma equipos industriales



Cocina Industrial De 3
Quemadores Y Plancha

U\$S 750



Amasadora Rapida, 30
Libras Envio Gratis

U\$S 890

Envío gratis



Laminadora Masa

U\$S 1.250



Balanza Electrónica Digital
De 5g A 40kg Potente

U\$S 24⁴⁸



HORNO
CONVECCIÓN 4
NIVELES (FC60)
\$975,28 Incluye IVA



808 Lts
Capacidad

U\$S 1.450

Congelador Walker / 808 Lts
Doble Puerta-4 Canastas



U\$S 2.990

Refrigeradora Samsung French
Family Hub 751l Rf27t5501b1...



U\$S 250

Batidora Kitchenaid

Anexo N° 3. Proforma muebles y enseres



Bandeja Reforzada
Plastica Rectangular...

U\$S 2⁹⁰



Aebeky - Juego
de cuchillos de
mesa de acero
inoxidable (8
piezas)

Marca: Aebeky

★★★★★ 44
calificaciones

Amazon's Choice en Cuchil...

Precio: U\$S 13.99

US\$ 95.11 de envío y depósito
de derechos de importación a
Ecuador [Detalles](#)

Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom



Espatula Miserable Silicón
20cm

U\$S 1²⁰



Kit Boquillas Con Manga
Pastelera 12pcs

U\$S 2¹⁵



Estanterías O Perchas
Metálicas Regulables

U\$S 45



Tazones Bowl Recipiente
Para Mezclar De Acero...

U\$S 29⁹⁹



Ollas Acero Quirúrgico
100% Garantizadas Envío...

U\$S 190



Mortero Macerador
Plástico, Bar Coctelería...

U\$S 7⁴⁰



U\$S 12

Bandejas De Aluminio
Rectangular

#7



Docena de tenedores para comedor - Juego de 12 utensilios - acero inoxidable 10/18 con calidad para restaurantes y hoteles - Sienta e...

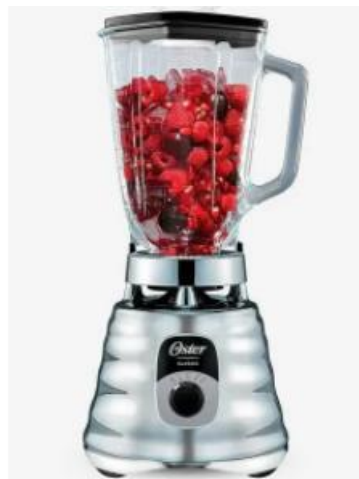
★★★★★ 1,310

US\$7.99 - US\$11.99



U\$S 9⁴⁸

Set De Cuchillos Para Cocina



U\$S 72⁵⁰

Envío gratis

Licadora Oster Original Nuevo Modelo Motor Especial De...



Rallador Picador De
Verduras Y Alimentos **

U\$S 3⁸⁹



Sillas Y Mesas Para
Restaurante, Muebles De...

U\$S 120



Tabla Para Picar
Profesional

U\$S 18



Tenedores X12 Tramontina

U\$S 6⁵⁰



Termómetro Digital Para
Cocina Comida Al Horno...

U\$S 2⁹⁰