



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar –  
Restaurante, ubicado en la parroquia Unión Milagreña, cantón La  
Joya de los Sachas”**

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

**AUTOR: Josselin Johana Acosta Requelme.**

**TUTOR: Econ. Byron Báez**

**D.M. Quito, 05 de marzo de 2022**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo quiero dedicarlo a mí misma, debido que ha sido el producto final de un esfuerzo personal constante, donde he tenido que pasar por diversas adversidades y con esfuerzo propio he logrado salir adelante, puesto que si no hubiera tenido esa fuerza de voluntad que me caracteriza habría desmayado en el camino, por tal razón dedico este trabajo a mi sacrificio, deseos de triunfar y continuar en el camino del desarrollo personal.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme salud y vida y haberme dado como padres a personas ejemplares quienes me enseñaron buenos valores y la importancia de trabajar para conseguir las metas propuestas, además quiero agradecer a los tutores que han contribuido con sus enseñanzas y conocimientos para fortalecer el aprendizaje que se requiere en el ámbito profesional.

## AUTORÍA

Yo, Josselin Acosta autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



**Josselin Acosta**

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

**Econ. Byron Báez.**

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

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

Econ. Byron Báez.

D.M. Quito, 05 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 Econ. Byron Báez** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sta. Josselin Acosta por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - la Sta. Josselin Acosta realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurante, ubicado en la parroquia Unión Milagreña, cantón La Joya de los Sachas.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Byron Báez**.

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

TERCERA: Los comparecientes, el **Econ. Byron Báez** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sta. Josselin Acosta, 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: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurante, ubicado en la parroquia Unión Milagreña, cantón La Joya de los Sachas”**, 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.

**Econ. Byron Báez**

  
**Sta. Josselin Acosta**

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
AUTORÍA.....	4
CERTIFICACIÓN .....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7
ÍNDICE DE TABLAS .....	12
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	14
1 RESUMEN.....	15
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	16
2.1 Creación de la empresa.....	16
2.2 Descripción de la empresa.....	16
2.2.1 Importancia.....	16
2.2.2 Características. ....	17
2.2.3 Actividad. ....	18
2.3 Tamaño de la empresa. ....	18
2.4 Necesidades que satisfacer .....	19
2.4.1 Necesidad Fisiológica.....	19
2.4.2 Necesidad de Seguridad. ....	19
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación. ....	20
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento. ....	20
2.4.5 Necesidad de Autorrealización.....	20
2.5 Localización de la empresa .....	21
2.6 Filosofía empresarial .....	21
2.6.1 Misión.....	22
2.6.2 Visión. ....	22
2.6.3 Objetivos. ....	22

2.6.4	Meta.....	23
2.6.5	Estrategias.....	23
2.6.6	Políticas.....	23
2.6.7	FODA.....	24
2.7	Desarrollo organizacional.....	26
2.7.1	Tipo de Estructura.....	26
2.7.2	Formalización.....	27
2.7.3	Centralización – Descentralización.....	27
2.7.4	Integración.....	27
2.8	Organigrama Empresarial.....	30
2.8.1	Funciones del Personal.....	31
3	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING....	39
3.1	Objetivo de mercadotecnia.....	39
3.2	Investigación de mercado.....	39
3.3	Modalidad.....	40
3.4	Plan de Muestreo.....	40
3.5	Análisis de las encuestas.....	41
3.6	Análisis General.....	52
3.7	Entorno empresarial.....	53
3.7.1	Microentorno.....	53
3.7.2	Competencia directa.....	54
3.7.3	Competencia indirecta.....	55
3.7.4	Sustitutos.....	55
3.7.5	Proveedores.....	55
3.7.6	Intermediarios.....	56
3.7.7	Clientes.....	57

3.7.8	Macroentorno .....	57
3.7.9	Factor Político .....	58
3.7.10	Factor Económico.....	59
3.7.11	Factor Sociocultural .....	60
3.7.12	Factor Tecnológico.....	61
3.8	Producto y servicio .....	62
3.8.1	Producto Esencial.....	62
3.8.2	Producto real.....	62
3.8.3	Características.....	64
3.8.4	Calidad.....	64
3.8.5	Estilo.....	65
3.8.6	Marca.....	65
3.8.7	Producto aumentado.....	65
3.9	Plan de introducción al mercado .....	66
3.9.1	Distintivos y Uniformes .....	66
3.9.2	Materiales de identificación.....	70
3.9.3	Financiamiento .....	74
3.9.4	Riesgo y oportunidades del negocio.....	74
3.10	Fijación de Precios.....	75
3.10.1	Fijación de precios por plato .....	75
3.11	Implementación del negocio.....	82
3.11.1	Arriendo del local.....	82
3.11.2	Equipos Industriales .....	82
3.11.3	Equipos de computación .....	82
3.11.4	Muebles y Enseres.....	83
3.11.5	Equipos Industriales de Seguridad .....	83

3.11.6	Suministros de oficina .....	84
3.11.7	Servicios básicos .....	84
3.11.8	Materiales de limpieza.....	85
3.12	Estudio arquitectónico .....	85
3.12.1	Estructura interna de Bambú. ....	86
4	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....	88
4.1	Servicio de Rentas Internas / SRI.....	88
4.1.1	Lugar de la inscripción .....	88
4.1.2	Requisitos de la inscripción.....	89
4.1.3	Responsabilidad del contribuyente.....	89
4.1.4	IVA (Impuesto al valor agregado).....	89
4.2	RIMPE.....	91
4.3	Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA	92
4.3.1	Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:	92
4.4	Patente Municipal.....	93
4.5	MINTUR (Ministerio de Turismo).....	93
4.5.1	Requisitos: Personas Naturales .....	94
4.6	IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social) .....	94
5	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....	96
5.1	Objetivo de área.....	96
5.2	Impacto ambiental .....	97
5.3	Impacto social.....	101
5.3.1	Igualdad de oportunidades.....	101
5.3.2	Cooperación.....	101
5.3.3	Seguridad alimentaria.....	102

5.3.4	Protocolo de bioseguridad .....	102
6	PROCESO FINANCIERO .....	103
6.1	Introducción.....	103
6.2	Activos Fijos.....	103
6.3	Activos diferidos .....	103
6.4	Capital de trabajo.....	104
6.5	Sueldos .....	105
6.6	Depreciación activos fijos. ....	106
6.7	Amortizaciones.....	107
6.8	Tabla de amortización .....	108
6.9	Estructura capital.....	108
6.10	Punto de equilibrio.....	109
6.11	Costo de ventas .....	112
6.12	Estado de Resultados .....	113
6.13	Cálculo del TIR y el VAN .....	114
6.13.1	VAN (Valor Actual Neto) .....	114
6.13.2	TIR (Tasa Interna de Retorno) .....	114
	CONCLUSIONES .....	116
	RECOMENDACIONES .....	117
	BIBLIOGRAFÍA .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Puesto de Administrador .....	31
Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, Administrador .....	32
Tabla 3 Puesto de Chef .....	33
Tabla 4 Méritos aspectos a considerar, Chef .....	34
Tabla 5 Puesto de Bartender .....	35
Tabla 6 Méritos aspectos a considerar, Bartender .....	36
Tabla 7 Puesto de Camarero .....	37
Tabla 8 Méritos aspectos a considerar, Camarero .....	38
Tabla 9 Pregunta N 1.....	42
Tabla 10 Pregunta N 2.....	43
Tabla 11 Pregunta N 3.....	44
Tabla 12 Pregunta N 4.....	45
Tabla 13 Pregunta N 5.....	46
Tabla 14 Pregunta N 6.....	47
Tabla 15 Pregunta N 7.....	48
Tabla 16 Pregunta N 8.....	49
Tabla 17 Pregunta N 9.....	50
Tabla 18 Pregunta N 10.....	51
Tabla 19 Competencia indirecta.....	54
Tabla 20 Tabla de Proveedores .....	56
Tabla 21 Financiamiento de publicidad .....	74
Tabla 22 Asado de Carne, costo estándar .....	77
Tabla 23 Seco de pollo, costo estándar .....	78
Tabla 24 Sopa de hueso, costo estándar .....	79
Tabla 25 Papas fritas, costo estándar .....	80
Tabla 26 Jugos, costos estándar .....	81
Tabla 27 Arriendo de Local .....	82
Tabla 28 Equipos industriales .....	82
Tabla 29 Equipos de computación .....	82
Tabla 30 Muebles y enseres .....	83
Tabla 31 Equipos industriales de seguridad.....	83

Tabla 32 Suministros de oficina.....	84
Tabla 33 Servicios básicos .....	84
Tabla 34 Materiales de limpieza .....	85
Tabla 35 Impuesto a la renta Personas naturales .....	90
Tabla 36 Prevención de impacto del suelo.....	98
Tabla 37 Prevención de impacto del aire .....	99
Tabla 38 Prevención de impacto del Agua .....	100
Tabla 39 Activos fijos .....	103
Tabla 40 Activos diferidos .....	104
Tabla 41 Capital de trabajo .....	105
Tabla 42 Detalles de inversión.....	105
Tabla 43 Sueldos .....	106
Tabla 44 Décimos .....	106
Tabla 45 Total sueldo anual .....	106
Tabla 46 Depreciación de activos fijos .....	107
Tabla 47 Porcentaje de Amortización .....	107
Tabla 48 Tabla de Amortización.....	108
Tabla 49 Estructura de capital.....	109
Tabla 50 Costos fijos.....	110
Tabla 51 Margen de contribución .....	110
Tabla 52 Punto de equilibrio .....	111
Tabla 53 Ventas /costos .....	111
Tabla 54 Estado de resultados.....	112
Tabla 55 Flujo de caja .....	113
Tabla 56 VAN/ TIR .....	115

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Pirámide de Maslow.....	19
Imagen 2 Ubicación Geográfica de Bar Restaurante Bambú.....	21
Imagen 3 Procesos de compra de productos .....	28
Imagen 4 Proceso de ventas .....	29
Imagen 5 Organigrama empresarial, Bar - Restaurante Bambú .....	30
Imagen 6 Fórmula para cálculo de la muestra .....	41
Imagen 7 Gráfico circular, pregunta 1 .....	42
Imagen 8 Gráfico horizontal, pregunta 2 .....	43
Imagen 9 Gráfico horizontal, pregunta 3 .....	44
Imagen 10 Barra horizontal, pregunta 4.....	45
Imagen 11 Pregunta N 5.....	46
Imagen 12 Gráfico circular, pregunta 6 .....	47
Imagen 13 Gráfico horizontal, pregunta 7 .....	48
Imagen 14 Gráfico circular, pregunta 8 .....	49
Imagen 15 Gráfico circular, pregunta 9 .....	50
Imagen 16 Gráfico circular, pregunta 10 .....	51
Imagen 17 Entorno Empresarial de Bambú .....	53
Imagen 18 Ubicación del Bar - Restaurante Bambú.....	54
Imagen 19 Macroentorno del Bar - Restaurante Bambú.....	58
Imagen 20 Uniforme para administrador/a .....	66
Imagen 21 Uniforme para Chef.....	67
Imagen 22 Uniforme para Bartender.....	68
Imagen 23 Uniforme para Bartender.....	69
Imagen 24 Imagotipo del Bar - Restaurante Bambú.....	70
Imagen 25 Hojas membretadas .....	71
Imagen 26 Lado anverso de la tarjeta .....	72
Imagen 27 Lado reverso de la tarjeta .....	72
Imagen 28 Estructura interna de Bambú.....	86
Imagen 29 Vista superior de Bambú.....	87
Imagen 30 Tachos de basura.....	96

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurante, ubicado en la parroquia Unión Milagreña, cantón La Joya de los Sachas.”**

**Sta. Josselin Acosta**

Econ. Byron Báez

D.M. Quito 05 de marzo de 2022

## **1 RESUMEN**

Bambú es un Bar Restaurante que ofertará platos de cocina criolla, comida rápida y una variedad de bebidas. La microempresa estará ubicada en la parroquia Unión Milagreña, provincia de Orellana - Ecuador, en la Av. Pompeya, frente la Unidad Educativa Río Chingual, lugar céntrico donde existe un movimiento comercial especialmente los fines de semana y no existen establecimientos de alimentos competidores. Bambú cumplirá las normativas impuestas por las entidades de control se mantendrá actualizado todos los permisos de funcionamiento,

Se realizarán estudios de demanda para determinar cuan viable y aceptable es el proyecto en la población local, además se contará con una lista de proveedores que ayudarán a ofertar un producto de calidad,

Para el establecimiento de los precios se ha realizado un análisis del costo individual de cada producto y las porciones utilizadas para la elaboración de cada plato. Para la administración Bambú se ha planteado distribuir adecuadamente las instalaciones las cuales permiten un correcto trabajo. En el análisis financiero se realizaron cálculos de inversión, el punto de equilibrio, proyección de ventas y la rentabilidad a obtener en el lapso de cinco años.

## **2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **2.1 Creación de la empresa**

El Bar – Restaurante Bambú surge con la necesidad de satisfacer la demanda local, puesto que en la parroquia Unión Milagreña no existen lugares donde las personas puedan servirse alimentos.

Muchas personas que laboran en el área céntrica de la parroquia suelen llevar sus alimentos en tarrinas como “fiambre o tonga<sup>1</sup>” con el fin de consumirlos en horas de almuerzo, si bien existen tiendas al contorno, éstas venden únicamente snacks o cualquier otro producto que sea para “picar” pero no reemplaza los alimentos nutritivos.

Dado que las personas que trabajan cuentan con poco tiempo para alimentarse se plantea la apertura del restaurante que venda comidas rápidas, además, la razón de incluir el bar dentro del restaurante es para ofrecer bebidas que acompañen los alimentos, estos podrían ser jugos, cervezas, colas y entre otras bebidas que pueden ser solicitadas por el cliente.

### **2.2 Descripción de la empresa**

#### **2.2.1 Importancia.**

Con el paso de los años diversos estudios llevados a cabo por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) y el Ministerio de Salud del Ecuador (MSP, 2020) han demostrado la importancia de alimentarse, especialmente consumir los alimentos tres veces al día, haciendo mayor énfasis en el desayuno y el almuerzo.

---

<sup>1</sup> Fiambre o Tonga. - son modismos utilizados en las áreas rurales para dar a conocer alimentos preparados que son llevados para consumirlos en el almuerzo

Las personas que no suelen tomar una de las dos comidas ya sea el desayuno o almuerzo con el paso de los años son propensos a desarrollar diferentes enfermedades, entre ellas la gastritis.

Bambú se presenta como una alternativa de alimentación donde las personas pueden acudir a servirse alimentos frescos, recién preparados, además el Bar Restaurante Bambú abre sus puertas como un sitio donde las familias pueden degustar platos con tranquilidad y confort, dado que los fines de semana las familias suelen salir a comercializar sus productos, hacer compras o visitar diferentes espacios podrán contar con un sitio donde alimentarse.

### **2.2.2 Características.**

**Responsabilidad social:** Bambú propone cumplir con las normativas de bioseguridad para evitar la propagación del COVID -19, además Bambú se compromete en cumplir con los estándares de calidad, manipulación de alimentos y demás requisitos que son necesarios para el funcionamiento del mismo.

Adicionalmente Bambú comprará productos locales que sean necesarios para la preparación de alimentos, siendo así una microempresa que apoya a los productores (agricultores y ganaderos) locales para que exista una simbiosis comercial en el sector donde se benefician y participan diferentes personas.

**Investigación e innovación:** Bambú será una microempresa que está constantemente investigando las nuevas tendencias del mercado nacional y local para satisfacer esas demandas y evitar caer en la rutina, además Bambú trabajará en el desarrollo de platos que sean propios de la zona y estos se consideren como insignia e ícono representativo del lugar.

**Responsabilidad ambiental:** Bambú trabajará bajo un plan de manejo ambiental donde se establezcan las actividades que se deben seguir para impactar en menor escala el medio ambiente.

- Para ello se establecerá un manual de tratamiento de residuos separando los orgánicos, inorgánicos. Dentro de los residuos inorgánicos es preciso mencionar que se establecerá la separación de artículos que se puedan reutilizar y artículos no lo sean debido a su alto grado de toxicidad.
- Se utilizarán productos de limpieza que sean biodegradables, es decir aquellos que sean amigables con el ambiente.
- En cuanto al aprovechamiento del agua se establecerá la normativa de consumir agua cuando lo sea necesario y evitar el desperdicio innecesario del recurso.
- Se realizará una inducción con los trabajadores para utilizar adecuadamente la energía eléctrica, mencionado que una vez finalizada la jornada laboral se deberá desconectar y apagar aquellos equipos y electrodomésticos que no son necesarios para el mantenimiento de los alimentos.

**Responsabilidad colaboradores:** Los trabajadores gozarán de todos los beneficios de ley, además tendrán la oportunidad de brindar sus puntos de vista y sugerencias con el fin de mejorar constantemente.

### **2.2.3 Actividad.**

El Bar - Restaurante Bambú es una microempresa de servicio que ofrece comidas rápidas y bebidas variadas tales como cervezas, jugos, cocteles, bebidas típicas y entre otras.

### **2.3 Tamaño de la empresa.**

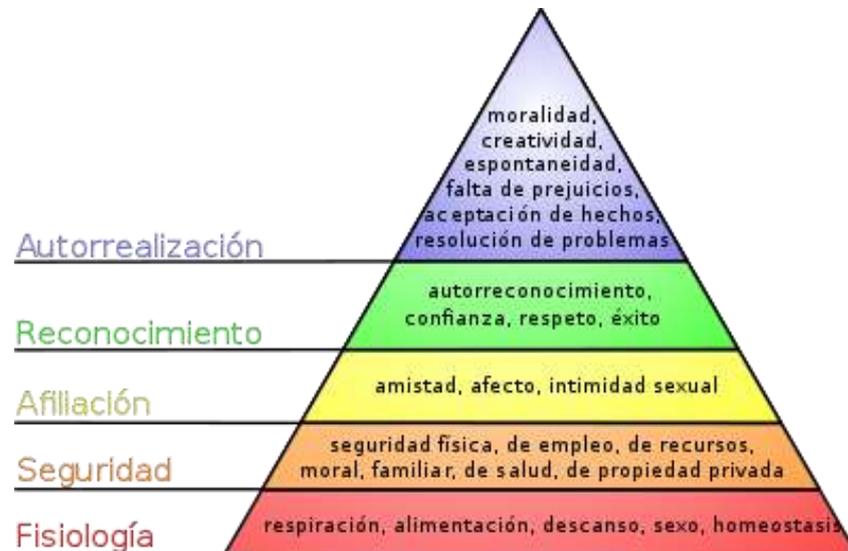
Bambú es una microempresa que contará con 2 áreas básicas: área de gerencia y área de producción.

La empresa contará con:

- Administrador
- Chef
- Mesero

## 2.4 Necesidades que satisfacer

Imagen 1 Pirámide de Maslow



Fuente: García J. (2021) *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

### 2.4.1 Necesidad Fisiológica.

Dentro de la Fisiología, la empresa satisface diferentes necesidades, la primera de ellas está directamente relacionada a satisfacer la necesidad de alimentación, y la otra que se presenta es la homeostasis porque mantiene el balance energético del organismo interno por el consumo de los alimentos.

### 2.4.2 Necesidad de Seguridad.

La necesidad de seguridad está determinada por el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad para con sus trabajadores y clientes, además de ello interviene la seguridad alimentaria donde se aplica las normas de manipulación de alimentos y se evita contaminación cruzada. En cuanto al trabajador que se lo considera como un cliente interno a él se le satisface la necesidad de empleo donde se cumple con las regulaciones y mandatos de derechos y obligaciones del trabajador.

### **2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.**

Bambú satisface las necesidades de amistad y afecto; la necesidad de amistad se produce mediante la interacción que los colaboradores de la microempresa mantienen con los clientes, mientras que con el paso del tiempo entre compañeros de trabajo se genera un afecto familiar interno donde existe empatía.

### **2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.**

Las necesidades satisfechas están relacionadas con la confianza, respeto y el éxito. La confianza de la población local se logra obtener a través de la oferta de platos correctamente preparados mediante la selección de productos de buena calidad, cuando se ha ofertado productos buenos y sanos se obtiene la confianza y respeto de la población local, esto con el tiempo genera que las personas soliciten los alimentos que oferta Bambú de manera continua.

Además, hay que considerar la investigación de la preparación de diferentes platos y el uso de tecnologías para la producción más tecnificada aporta un plus para que el cliente escoja y prefiera Bambú.

Bambú llegará a ser un Bar Restaurante reconocido por la preparación e innovación de platos, por colaborar sector productivo (agrícola y ganadero) de la zona y el compromiso con sus trabajadores.

### **2.4.5 Necesidad de Autorrealización.**

Bambú llegará a ser un Bar Restaurante reconocido por la preparación e innovación de platos, por colaborar sector productivo (agrícola y ganadero) de la zona y el compromiso con sus trabajadores.

## 2.5 Localización de la empresa

El Bar - Restaurante Bambú estará ubicado en la parroquia Unión Milagreña, provincia de Orellana - Ecuador, en la Av. Pompeya, frente la unidad educativa río Chingual.

Imagen 2 Ubicación Geográfica de Bar Restaurante Bambú



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Parroquia+Uni%C3%B3n+Milagre>

## 2.6 Filosofía empresarial

“Es el conjunto de elementos que definen las prácticas empresariales que utiliza un negocio para alcanzar sus objetivos comerciales. Permite fortalecer las relaciones con sus clientes y resume el ambiente, la cultura y los valores de la compañía.” (Master, 2020)

### **2.6.1 Misión.**

Bambú es un emprendimiento amazónico que brinda servicio de alimentos y bebidas con recursos locales y externos, mismos que son sanos y cumplen con altos estándares de calidad.

### **2.6.2 Visión.**

Bambú pretende ser el Bar - Restaurante pionero en la parroquia Unión Milagreña que oferte servicios de alimentos y bebidas con productos locales adquiridos de fincas y emprendimientos agrícolas y ganaderos, Bambú busca extender sus servicios en las áreas rurales de la provincia de Orellana.

### **2.6.3 Objetivos.**

- **General**
  - Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurante, ubicado en la parroquia Unión Milagreña, cantón La Joya de los Sachas
  
- **Específicos**
  - Fundamentar teóricamente las bases del plan de negocios mediante la recopilación de información en base a fuentes documentales.
  - Diagnosticar la situación actual de la parroquia Unión Milagreña, en base a las los platos más apetecidos y consumidos.
  - Proponer un menú de platos en base a la preferencia de consumo de los clientes

#### **2.6.4 Meta.**

El Bar – Restaurante Bambú ser un emprendimiento sustentable presta servicios de alimentos y bebidas y que beneficia a distintos actores sociales de la parroquia Unión Milagreña, mediante el trabajo coordinado donde se compra sus productos de agricultores y ganaderos de la zona.

#### **2.6.5 Estrategias.**

- Estudiar las preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales en base a los productos y platos más solicitados en el sector
- Desarrollar un ambiente amigable y familiar en el entorno
- Realizar campañas de fidelización del cliente.

#### **2.6.6 Políticas.**

##### **Los trabajadores.**

- Cumplir con el protocolo de bioseguridad.
- Ser puntuales, responsables y respetuosos con la empresa y los clientes.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir con las tareas asignadas.
- Colaborar con los compañeros de trabajo cuando sea necesario.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa.
- Está prohibido fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- Está prohibido que los trabajadores porten armas de cualquier tipo.
- No podrán laborar en estado etílico o la acción de estupefacientes que alteren la conducta y rendimiento normal del trabajador que ponga en riesgo su propia integridad física y de los clientes.

**La empresa.**

- Respetar las libertades individuales de los trabajadores siempre y cuando estas no violenten contra las libertades o derechos de terceros y la misma empresa.
- Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- Es responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación constante.
- Cumple con las normativas de bioseguridad sugeridas por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y el Ministerio de Salud Pública (MSP).

**El cliente**

- Mantendrá el respeto con trabajadores y la empresa.
- Podrá ejercer su libre ejercicio de presentar una queja ante un mal servicio o un producto adquirido de mala calidad, pero bajo ninguna circunstancia podrá menospreciar ni denigrar a algún trabajador de la empresa.
- Puede interactuar y sugerir a trabajadores o la empresa ideas de colaboración mutua, mejoramiento de procesos y detalles de los alimentos.

**2.6.7 FODA.**

El análisis FODA, también llamado análisis DAFO o DOFA, consiste en un proceso donde se estudian debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa. De ahí, el nombre que adquiere. Se trata de una herramienta muy importante antes de realizar cualquiera estrategia comercial. En este sentido, para que una empresa lleve a cabo con éxito dicha estrategia, primeramente, deberá conocer la situación presente de su empresa.

El objetivo de este análisis, es que la empresa, a partir de la información que obtenga sobre su situación pueda tomar las decisiones o cambios organizativos que mejor se adapten a las exigencias del mercado y del entorno económico. (Kiziryán, 2015)

**Fortalezas.**

- Personal tiene el conocimiento técnico y experiencia para la apertura del negocio.
- No requiere mayor inversión en para la apertura del negocio
- Oferta de alimentos sanos

**Oportunidades.**

- No hay establecimientos de alimentos en la parroquia (No hay competencia)
- Apoyo de asociaciones agrícolas.
- Se ubica en una zona comercial.
- Cantidad de familias que salen a zona céntrica a comercializar los productos.
- Se ubica en una zona de paso para la visita a los atractivos Yasuní y Limoncocha

**Debilidades.**

- Baja capacidad de inversión.
- Bajo acceso a crédito financiero.
- Marca desconocida en el mercado local y nacional.

**Amenazas.**

- Nueva posible cuarentena obligatoria a causa del COVID 19
- Crisis económica.
- Alza de precios en maquinarias, mobiliario y materia prima.
- La creciente delincuencia nacional a raíz de la emergencia sanitaria.
- Sistema burocratizado para la apertura del establecimiento.

## 2.7 Desarrollo organizacional

Es el conjunto de técnicas, herramientas y prácticas destinadas a mantener un correcto funcionamiento de una empresa, grupo u organización, dinamizando los procesos y generando un favorable ámbito de trabajo. Suele estar a cargo de personal especializado en relaciones humanas, psicología organizacional u empresarial y profesiones afines.

El desarrollo organizacional es una práctica que presta vital importancia a las relaciones entre personas, cómo se desarrollan, en qué contextos y cuáles son los factores que intervienen. (Concepto, 2021)

### 2.7.1 Tipo de Estructura.

#### **Diferenciación.**

En Bambú la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos de calidad con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

#### **Nivel Gerencial.**

- Administrador (propietario)

#### **Nivel Operativo.**

- Chef
- Mesero
- Bartender

### **2.7.2 Formalización.**

La empresa se registrará a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

### **2.7.3 Centralización – Descentralización.**

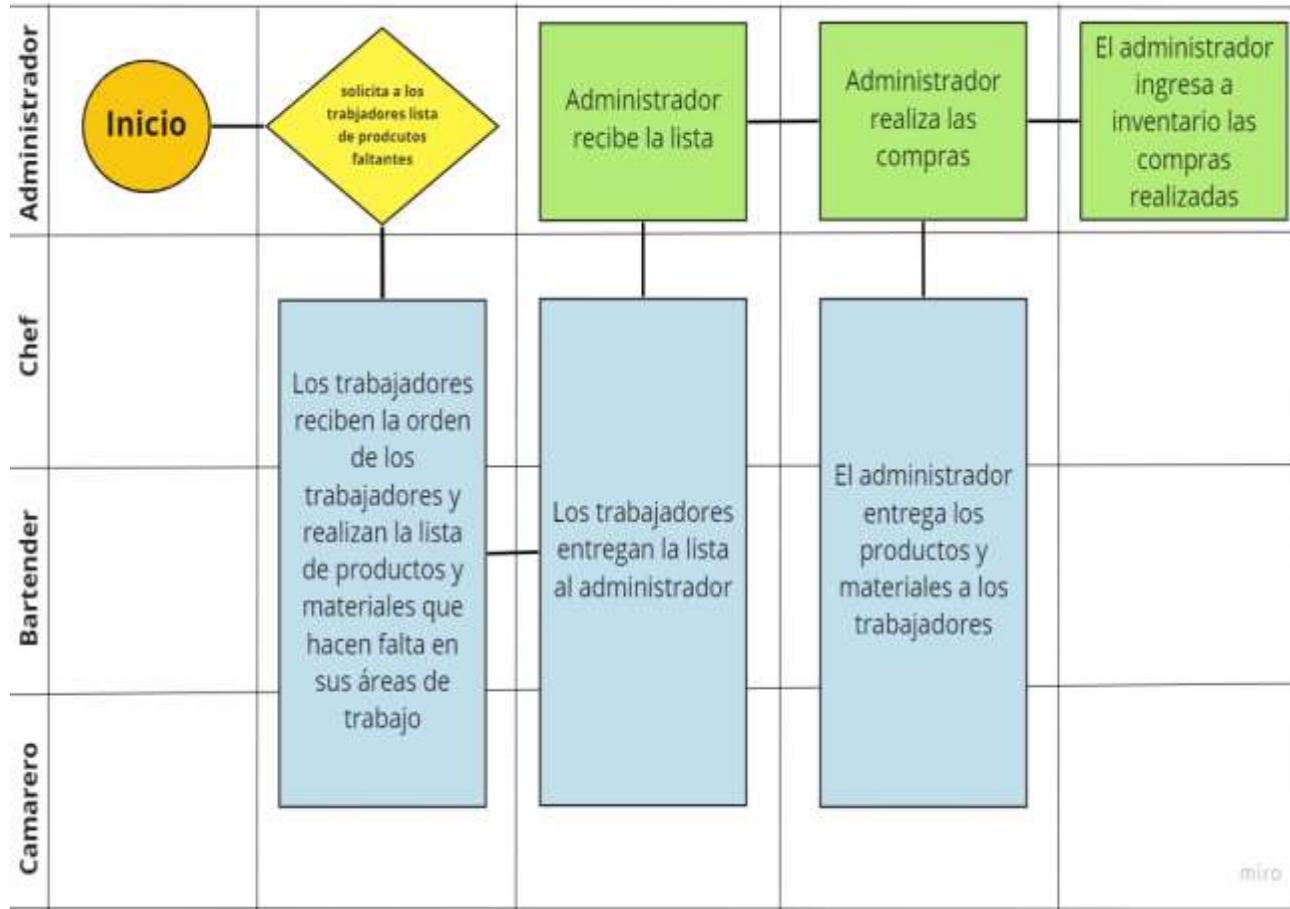
Bambú centrará sus actividades en el área de producción; de esta depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento del Bar Restaurante a nivel local.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de los clientes y en el reconocimiento del establecimiento.

### **2.7.4 Integración.**

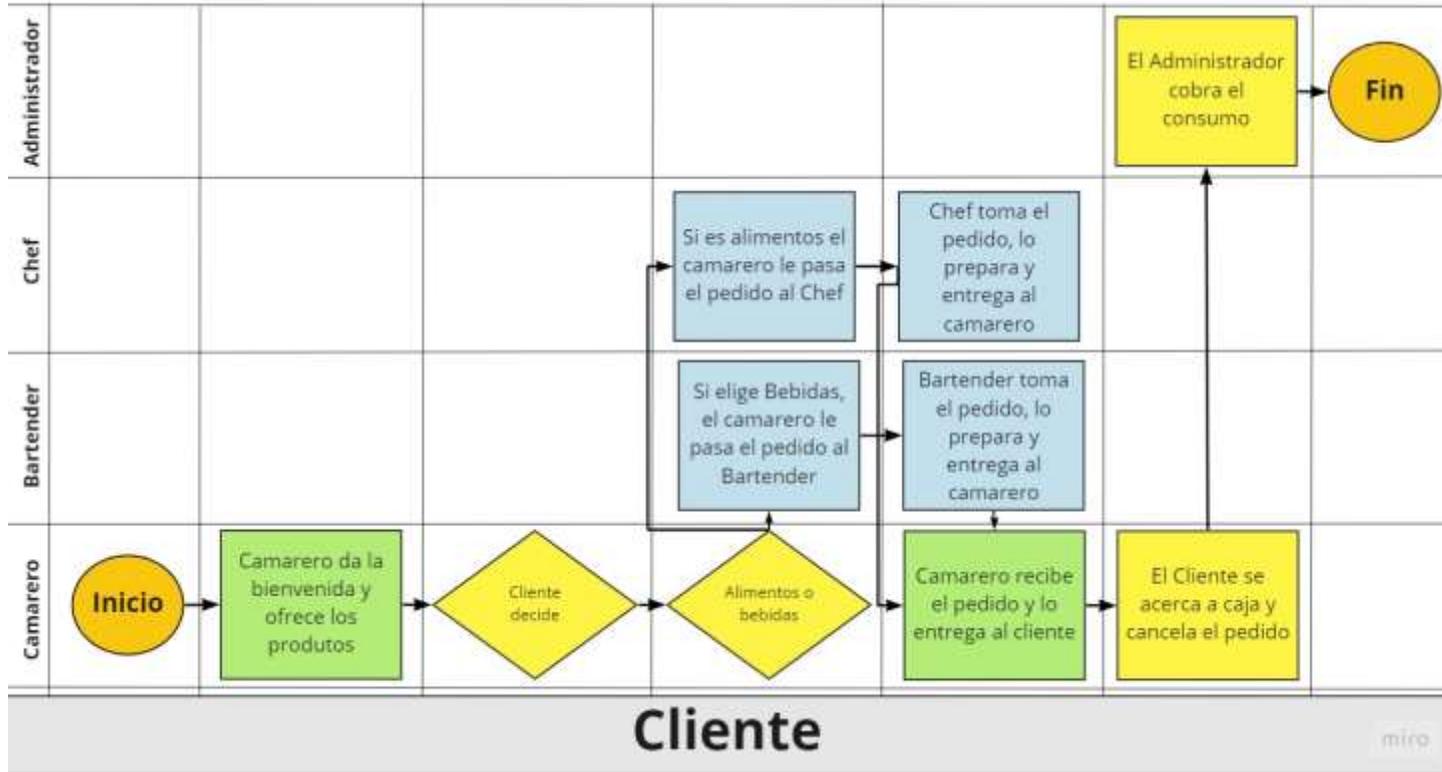
La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras y ventas; este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas de los productos correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

Imagen 3 Procesos de compra de productos



Acosta, J. (2022). *Procesos de compra, Bambú*. El Sacha.

Imagen 4 Proceso de ventas

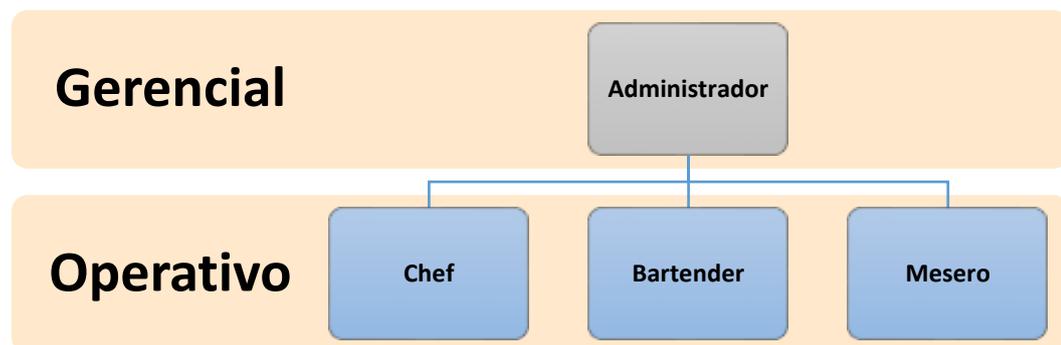


Acosta, J. (2022). *Procesos de Venta, Bambú*. El Sacha.

## 2.8 Organigrama Empresarial

El organigrama es una representación gráfica de la estructura jerárquica y funcional de una organización, permitiendo entenderla rápidamente de manera visual. El organigrama es una herramienta que permite a las empresas entender mejor su estructura y cómo se distribuyen las funciones y responsabilidades en la cadena de mando. Esta herramienta es útil para las personas que se incorporan a la empresa. Sirviendo como base en cualquier inducción de un departamento de recursos humanos. (Orellana, 2020)

*Imagen 5 Organigrama empresarial, Bar - Restaurante Bambú*



Acosta, J. (2022). *Organirama empresarial, Bambú*. El Sacha.

### 2.8.1 Funciones del Personal

Tabla 1 Puesto de Administrador

<b>Detalles generales del puesto Administrador.</b>	
<b>Empresa</b>	➤ Bar – Restaurante Bambú
<b>Unidad Administrativa</b>	➤ Área Gerencial
<b>Misión del puesto</b>	➤ Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, responsabilizarse de la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia, planificación de actividades estratégicas de la empresa
<b>Denominación del puesto</b>	➤ Administrador
<b>Rol del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Administración y supervisión de procesos de producción</li> <li>➤ Desarrollo de plan estratégico empresarial</li> <li>➤ Desarrollo de plan de marketing de la empresa</li> <li>➤ Llevar el sistema contable de la empresa</li> <li>➤ Compra de artículos de aseo y alimentos para el establecimiento</li> <li>➤ Declaración de impuestos</li> <li>➤ Actualización de datos ante los organismos estatales</li> </ul>
<b>Remuneración</b>	600,00 \$

Acosta, J.. (2022). *Puesto de Administrador, Bambú*. El Sacha.

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, Administrador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración de Empresas.	Mínimo 2 años en el cargo de Administrador en empresas de alimentos.  2 años como Administrador en establecimientos de bares y restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing Digital</li> <li>• Procesos de calidad</li> <li>• Gestión de Talento Humano</li> <li>• Sistema contable</li> <li>• Sistema office avanzado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Respeto</li> <li>➤ Adaptabilidad.</li> <li>➤ Trabajo bajo presión</li> <li>➤ Creatividad.</li> <li>➤ Comunicación</li> <li>➤ Liderazgo.</li> <li>➤ Iniciativa.</li> <li>➤ Integridad.</li> </ul>

Acosta, J. (2021). *Méritos aspectos a considerar, Administrador*. El Sacha.

Tabla 3 Puesto de Chef

<b>Detalles generales del puesto Chef</b>	
<b>Empresa</b>	➤ Bar – Restaurante Bambú
<b>Unidad administrativa</b>	➤ Operativo
<b>Misión del puesto</b>	➤ Preparar los alimentos. Aplicando las normas de Bromatología (manipulación de alimentos)
<b>Denominación del puesto</b>	➤ Chef
<b>Rol del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tomar los pedidos realizados por el mesero.</li> <li>➤ Preparar los platos solicitados y entregárselos al mesero.</li> <li>➤ Informar al administrador con anticipación sobre los alimentos y productos que empiecen a escasear</li> <li>➤ Mantener la limpieza del área de cocina.</li> <li>➤ Mantener constante comunicación con el camarero.</li> <li>➤ Informar al administrador sobre posibles cambios de menú</li> </ul>
<b>Remuneración</b>	➤ 500,00\$

Acosta, J. (2022). *Puesto de Chef, Bambú. El Sacha.*

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 4 Méritos aspectos a considerar, Chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía superior.	2 años como chef principal  1 año como ayudante de cocina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bromatología</li> <li>• Bartender</li> <li>• Coctelería.</li> <li>• Curso de seguridad alimentaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adaptabilidad.</li> <li>➤ Creatividad.</li> <li>➤ Respeto</li> <li>➤ Comunicación.</li> <li>➤ Compromiso.</li> <li>➤ Decisión.</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Solidaridad.</li> <li>➤ Iniciativa.</li> <li>➤ Integridad.</li> <li>➤ Sociabilidad.</li> <li>➤ Trabajo en equipo.</li> <li>➤ Responsabilidad.</li> <li>➤ Innovador</li> </ul>

Acosta, J. (2022). *Méritos a considerar, Chef, Bambú. El Sacha*

Tabla 5 Puesto de Bartender

<b>Detalles generales del puesto Bartender</b>	
<b>Empresa</b>	➤ Bar – Restaurante Bambú
<b>Unidad administrativa</b>	➤ Operativo
<b>Misión del puesto</b>	➤ Preparar las bebidas, Aplicando las normas de Bromatología (manipulación de alimentos)
<b>Denominación del puesto</b>	➤ Chef
<b>Rol del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tomar los pedidos realizados por el mesero.</li> <li>➤ Preparar las bebidas solicitadas por el cliente.</li> <li>➤ Informar al administrador con anticipación sobre los productos que empiecen a escasear</li> <li>➤ Mantener la limpieza del bar.</li> <li>➤ Mantener constante comunicación con el camarero.</li> </ul>
<b>Remuneración</b>	➤ 450,00\$

Acosta, J. (2022). *Puesto de Bartender, Bambú. El Sacha.*

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 6 Méritos aspectos a considerar, Bartender

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía superior.	2 años como chef principal  1 año como ayudante de cocina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bromatología</li> <li>• Bartender</li> <li>• Coctelería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adaptabilidad.</li> <li>➤ Creatividad.</li> <li>➤ Respeto</li> <li>➤ Comunicación.</li> <li>➤ Compromiso.</li> <li>➤ Decisión.</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Solidaridad.</li> <li>➤ Iniciativa.</li> <li>➤ Integridad.</li> <li>➤ Sociabilidad.</li> <li>➤ Trabajo en equipo.</li> <li>➤ Responsabilidad.</li> <li>➤ Innovador</li> </ul>

Acosta, J. (2022). *Méritos a considerar, Bartender, Bambú. El Sacha*

Tabla 7 Puesto de Camarero

<b>Detalles generales del puesto Camarero</b>	
<b>Empresa</b>	➤ Bar – Restaurante Bambú
<b>Unidad administrativa</b>	➤ Operativo
<b>Misión del puesto</b>	➤ Tomar los pedidos de los clientes y entregarlos al Chef
<b>Denominación del puesto</b>	➤ Camarero
<b>Rol del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dar la bienvenida a los clientes</li> <li>➤ Entregar el menú a los clientes</li> <li>➤ Tomar los pedidos del cliente.</li> <li>➤ Facilitar los pedidos del cliente al chef</li> <li>➤ Sugerir alimentos que pueda consumir el cliente en caso que lo soliciten.</li> <li>➤ Limpiar las mesas y sillas con alcohol luego de haber sido utilizadas por los clientes</li> <li>➤ Colaborar con la limpieza del establecimiento</li> <li>➤ Informar al administrador la existencia de alguna avería o daño de las instalaciones</li> </ul>
<b>Remuneración</b>	➤ 425,00\$

Acosta, J. (2022). *Puesto de Camarero, Bambú. El Sacha.*

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 8 Méritos aspectos a considerar, Camarero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller en áreas de comercio y administración.	1 año de experiencia en restaurante	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Relaciones humanas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adaptabilidad.</li> <li>➤ Creatividad.</li> <li>➤ Respeto</li> <li>➤ Comunicación.</li> <li>➤ Compromiso.</li> <li>➤ Decisión.</li> <li>➤ Puntualidad</li> <li>➤ Solidaridad.</li> <li>➤ Iniciativa.</li> <li>➤ Integridad.</li> <li>➤ Sociabilidad.</li> <li>➤ Trabajo en equipo.</li> <li>➤ Responsabilidad.</li> <li>➤ Innovador</li> </ul>
Cursando especialidad de administración, marketing o gastronomía.	1 año de experiencia en atención al cliente		

Acosta, J. (2022). *Méritos a considerar, Chef, Bambú. El Sacha*

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

#### **3.1 Objetivo de mercadotecnia**

“Mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual, grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, mediante la generación, oferta e intercambio de productos de valor con sus semejantes. Se trata de entender todo lo que hay detrás de una venta, para motivarla e incentivarla.” (Jaimes, 2018)

En el caso del restaurante se buscará conocer las tendencias de consumo de los clientes relacionado con el consumo de alimentos, a través de una encuesta de demanda aplicando preguntas cerradas en las cuales recopilaremos información de primera mano.

#### **3.2 Investigación de mercado**

“Es el proceso que comprende las acciones de identificación, recopilación, análisis y difusión de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones de marketing.

Su implementación se produce, básicamente, por dos razones: (1) Para resolver problemas; (2) para identificar problemas. En esencia, se busca conocer al cliente cumpliendo así con la primera premisa del marketing.” (Gestiopolis, 2021)

El Bar – Restaurante “Bambú” consideró la investigación aplicada, en línea y de campo para recopilar la información.

En la primera se realizó el estudio del consumo de alimentos y bebidas que son más solicitados por la población local en la parroquia Unión Milagreña, para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre manipulación de alimentos, cocina criolla, comidas rápidas, coctelería, servicio de Bartender, bases teóricas y legales para la apertura y funcionamiento de un Bar - Restaurante.

**Modalidad.**

“Se refiere al tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger los fundamentos necesarios de la investigación.” (Tesis de Investigadores, 2018)

La recolección de datos se realizó a través de encuestas en la plataforma Google Forms de manera virtual durante una semana, la encuesta se aplicó a las habitantes del centro de la parroquia Unión Milagreña, esta encuesta consta de 10 preguntas; que son de opción múltiple cerradas.

**3.3 Plan de Muestreo**

“Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.” (Melissa J, 2010)

En este trabajo existe un universo definido, se tomó como sujetos de estudio a personas de mayores de edad tanto hombres como mujeres, se considera solamente mayores de edad porque es la edad legal en la que las personas gozan de mayor autonomía financiera, algunos de ellos ya tienen responsabilidades familiares y cuentan con trabajo.

Se toma en consideración para esta encuesta a personas en edad comprendida entre 18 y 65 años, bajo la premisa de aceptación voluntaria.

Para la selección de la población universo, se tomó en cuenta las personas mayores de edad y que laboran o residen en el centro de la parroquia Unión Milagreña, dando como resultado 109 personas.

Imagen 6 Fórmula para cálculo de la muestra

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

Torres et al. (s.f).

[http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL\\_02\\_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf](http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf)

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

Una vez conocido el universo de la población se aplicó la fórmula probabilística para obtener la muestra que será encuestada.

$$n = \frac{152 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (152 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{146}{1,3379}$$

$$n = 109$$

El cálculo realizado determina que se debe encuestar 109 personas.

### 3.4 Análisis de las encuestas

El análisis de las 10 preguntas de las encuestas es:

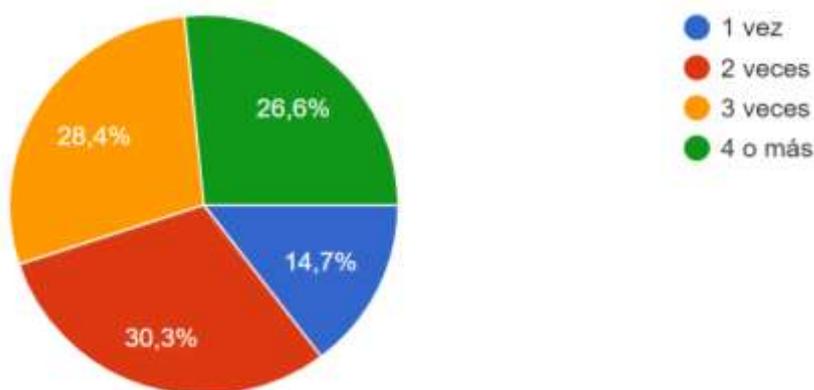
### 3.4.1 Pregunta 1

Tabla 9 Pregunta N 1

1. Seleccione, ¿Cuántas veces al mes usted acude a un restaurante con su familia?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 vez	16	14,7%
2 veces	33	30,3%
3 veces	31	28,4%
4 o más	29	26,6%
<b>TOTAL</b>	109	100,0%

Acosta, J. (2022). *Pregunta 1, Bambú. El Sacha*

Imagen 7 Gráfico circular, pregunta 1



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 1, Bambú. El Sacha*

**Análisis Cualitativo:** De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta la mayoría acude de tres a cuatro veces al mes a un restaurante.

**Análisis Cuantitativo:** siendo que el promedio de asistencia de es dos veces al mes representando el 30,3%; seguido de personas que concurren por 3 ocasiones representando el 28,4%; un grupo de personas que asiste más de 4 veces al mes representando el 26,6% y un grupo minoritario de personas que representa 14,7% que concurre solo una vez al mes al restaurante, lo cual indica que existe un mercado al que se puede atender, ofertar y proveer los servicios.

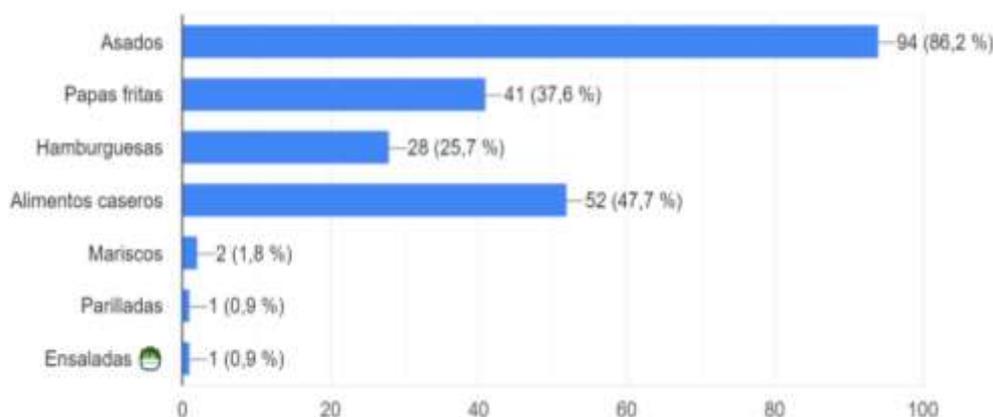
### 3.4.2 Pregunta 2

Tabla 10 Pregunta N 2

2. Seleccione tres tipos de platos que usted prefiere degustar en familia				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Asados	86,2	94	0,43	42,92
Papas fritas	37,6	41	0,19	18,72
Hamburguesas	25,7	28	0,13	12,79
Alimentos caseros	47,7	52	0,24	23,74
Mariscos	1,8	2	0,01	0,91
Parrilladas	0,9	1	0,00	0,46
Ensaladas	0,9	1	0,00	0,46
<b>TOTAL</b>	200,8	219	1,00	100,00

Acosta, J. (2022). *Pregunta 2, Bambú. El Sacha*

Imagen 8 Gráfico horizontal, pregunta 2



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 1, Bambú. El Sacha*

**Análisis cualitativo:** De acuerdo a los datos obtenidos se identifica que la mayoría de los encuestados prefieren el asado como plato más apetecido.

**Análisis Cuantitativo:** Analizando los platos en forma descendente de acuerdo a las preferencias de consumo se tiene: Asados representando un 42,92%; seguido de alimentos caseros que representa el 23,74%; las papas fritas que representa el 18,72% y las Hamburguesas que representa el 12,79%. Considerando estos datos obtenidos se plantea ofertar los 4 platos más solicitados por la población local.

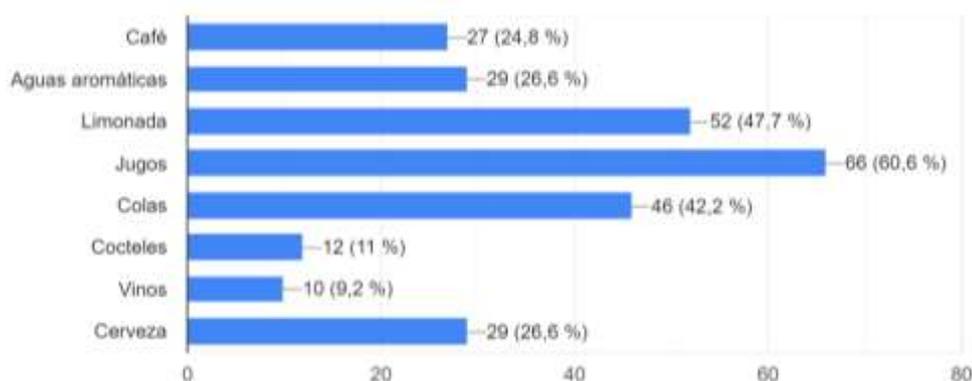
### 3.4.3 Pregunta 3

Tabla 11 Pregunta N 3

3. Seleccione tres bebidas que usted prefiere consumir conjuntamente con los alimentos				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Café	24,8	27	0,10	9,96
Aguas aromáticas	26,6	29	0,11	10,70
Limonada	47,7	52	0,19	19,19
Jugos	60,6	66	0,24	24,35
Colas	42,2	46	0,17	16,97
Cocteles	11	12	0,04	4,43
Vinos	9,2	10	0,04	3,69
Cerveza	26,6	29	0,11	10,70
<b>TOTAL</b>	<b>9,2</b>	<b>109</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>

Acosta, J. (2022). *Pregunta 3, Bambú. El Sacha*

Imagen 9 Gráfico horizontal, pregunta 3



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 1, Bambú. El Sacha*

**Análisis cualitativo:** Mediante la encuesta realizada se identifica que la bebida más consumida y aceptada en la parroquia Unión Milagreña son los jugos.

**Análisis Cuantitativo:** En orden de preferencias, los jugos representan el 24,35%; la limonada con un 19,19%; las colas con un 16,97%; las aguas aromáticas y cervezas en igual cantidad representando el 10,70% y el café con un 9,96%; las bebidas menos consumidas son los cocteles que representan un 4,43% y los vinos que representan el 3,69%.

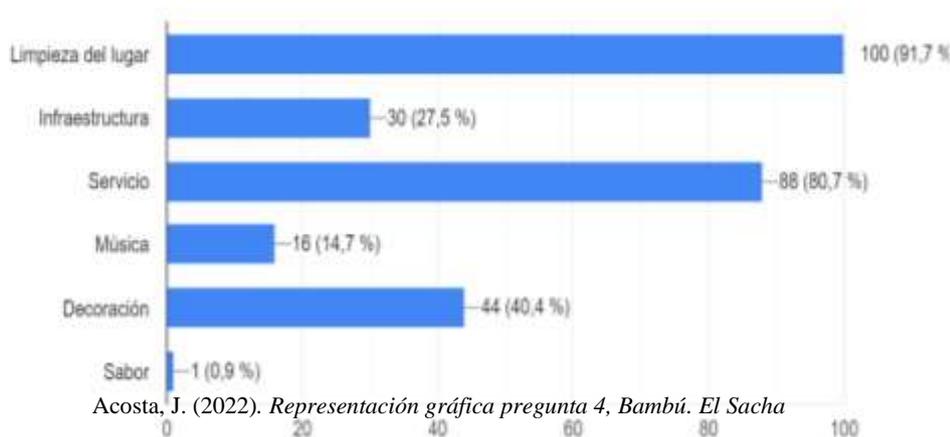
### 3.4.4 Pregunta 4

Tabla 12 Pregunta N 4

4. Seleccione tres detalles que usted considera más importantes al momento de seleccionar un restaurante?				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Limpieza del lugar	91,7	100	0,36	35,84
Infraestructura	27,5	30	0,11	10,75
Servicio	80,7	88	0,32	31,54
Música	14,7	16	0,06	5,73
Decoración	40,4	44	0,16	15,77
Sabor	0,9	1	0,00	0,36
<b>TOTAL</b>	<b>255,9</b>	<b>109</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>

Acosta, J. (2022). *Pregunta 4, Bambú. El Sacha*

Imagen 10 Barra horizontal, pregunta 4



**Análisis cualitativo:** A través de la encuesta se identificó los criterios de valoración de los habitantes de la parroquia Unión Milagreña al momento de elegir un restaurante donde alimentarse

**Análisis Cuantitativo:** De los datos obtenidos se identifica que la mayor cantidad de personas consideran más importante la limpieza del restaurante representando el 35,84%; el servicio representa el 31,54%; la decoración con un 15,47%; la infraestructura con el 10,75%, la música con el 5,73% y un grupo minoritario que prefiere el sabor de los alimentos con un 0,36%.

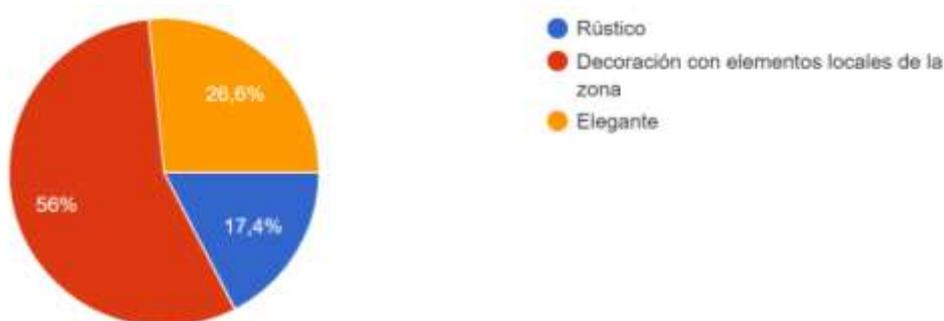
### 3.4.5 Pregunta 5

Tabla 13 Pregunta N 5

5. ¿Cómo prefiere usted que esté decorado un restaurante de comida rápida?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Rústico	19	17,4%
Decoración con elementos de la zona	61	56,0%
Elegante	29	26,6%
<b>TOTAL</b>	109	100,0%

Acosta, J. (2022). *Pregunta 5, Bambú. El Sacha*

Imagen 11 Pregunta N 5



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 5, Bambú. El Sacha*

**Análisis cualitativo:** La población local considera que el restaurante se ve mejor presentado con elementos decorativos de la zona.

**Análisis Cuantitativo:** De acuerdo a los datos obtenidos se nota que la mayor cantidad de personas prefiere que el restaurante esté decorado con elementos locales de la zona (Recursos de la Amazonía), este grupo de personas representa el 56%, mientras que un grupo mediano de personas que representa el 26,6% prefieren que el restaurante esté decorado elegantemente, y un el 17,4 prefiere que el restaurante sea decorado de manera rústica.

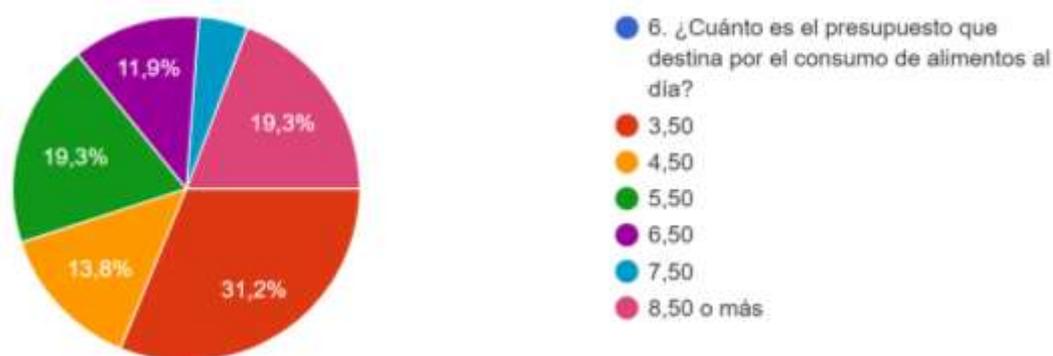
### 3.4.6 Pregunta 6

Tabla 14 Pregunta N 6

6. ¿Cuánto es el presupuesto que destina por el consumo de alimentos al día?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
3,50	34	31,2%
4,50	15	13,8%
5,50	21	19,3%
6,50	13	11,9%
7,50	5	4,5%
8 o más	21	19,3%
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100,0%</b>

Acosta, J. (2022). *Pregunta 6, Bambú. El Sacha*

Imagen 12 Gráfico circular, pregunta 6



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 6, Bambú. El Sacha*

**Análisis cualitativo:** La mayor cantidad de la población local destina un gasto promedio de \$3,50 dólares americanos por día.

**Análisis Cuantitativo:** Mediante la encuesta se pudo detectar la capacidad de gasto de los habitantes de la parroquia Unión Milagreña, analizando de mayor a menor porcentaje se evidencia que el 31,2% gasta de 3,00 dólares diarios para alimentarse; el 19,3% en igualdad de porcentaje que gasta 5,50 y 8,00 dólares o más; el 13,8% gasta 4,50; el 11,9% gasta 6,50 y el 4,5% gasta un promedio de 7,50 dólares diarios.

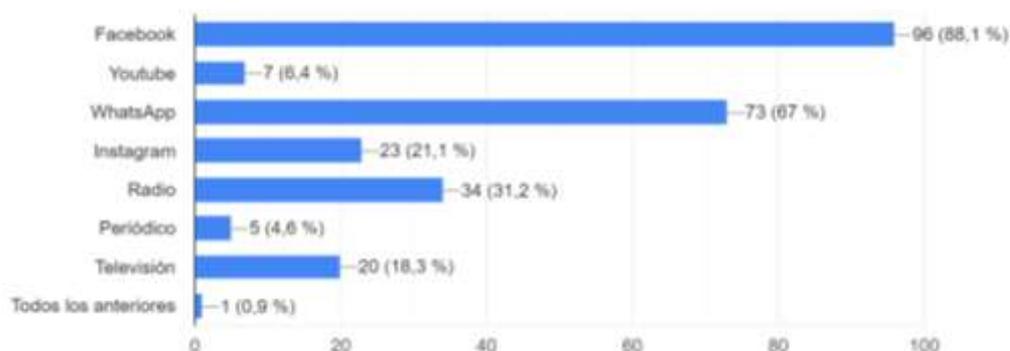
### 3.4.7 Pregunta 7

Tabla 15 Pregunta N 7

7. Seleccione los medios que usted suele utilizar para informarse respecto a las novedades de la parroquia				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Facebook	88,1	97	0,37	37,31
YouTube	6,4	7	0,03	2,69
WhatsApp	67	73	0,28	28,08
Instagram	21,1	23	0,09	8,85
Radio	31,2	34	0,13	13,08
Periódico	4,6	5	0,02	1,92
Televisión	18,3	20	0,08	7,69
Todos los anteriores	0,9	1	0,00	0,38
<b>TOTAL</b>	<b>237,6</b>	<b>260</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>

Acosta, J. (2022). *Pregunta 7, Bambú. El Sacha*

Imagen 13 Gráfico horizontal, pregunta 7



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 7, Bambú. El Sacha*

**Análisis cualitativo:** Mediante la encuesta realizada se detectó que los medios más utilizados son los digitales que los tradicionales.

**Análisis Cuantitativo:** Mediante el desarrollo de la encuesta se identificó los medios más utilizados por la población local para informarse, siendo así que los medios más utilizados de manera descendente son: Facebook representado un 37,31%; WhatsApp el 28,08%; Radio el 13,08%; Instagram el 8,84; Periódico 1,92 y un 0,38% se informa con todas las redes sociales antes descritas.

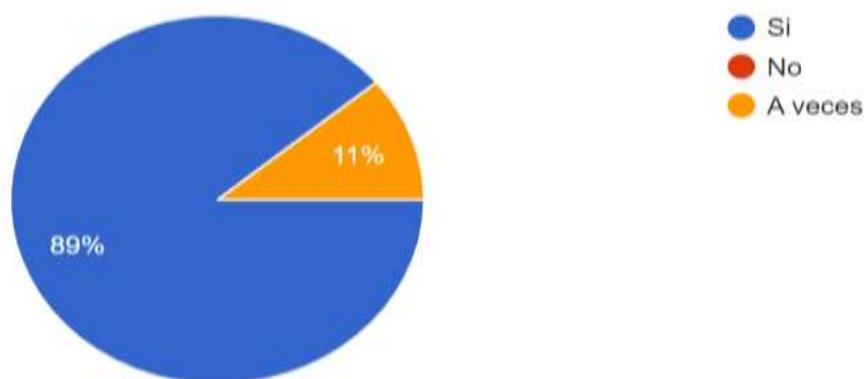
### 3.4.8 Pregunta 8

Tabla 16 Pregunta N 8

8. ¿Suele referir a amigos o familiares visitar restaurantes donde la sazón es buena?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	97	89,0%
No	0	0,0%
A veces	12	11,0%
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100,0%</b>

Acosta, J. (2022). *Pregunta 8, Bambú. El Sacha*

Imagen 14 Gráfico circular, pregunta 8



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 1, Bambú. El Sacha*

**Análisis cualitativo:** Según el estudio realizado se determina que la mayor cantidad de personas que han degustado platos con buen sabor o sazón en algún restaurante lo refieren a familiares y amigos.

**Análisis Cuantitativo:** La cantidad de personas que suele referir los restaurantes representa el 89%, mientras que un grupo que representa el 11% lo suele realizar a veces, por ello es necesario que los alimentos preparados tengan una buena sazón, los mismos clientes luego se encargan de difundir o promocionar el establecimiento.

### 3.4.9 Pregunta 9

Tabla 17 Pregunta N 9

9. ¿Qué promoción usted prefiere recibir por el consumo de alimentos en un restaurante?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Bebida gratis	15	13,8%
Cliente frecuente	5	4,6%
Descuento por consumo	24	22,0%
2 x 1 consumo	19	17,4%
Fechas especiales	46	42,2%
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100,0%</b>

Acosta, J. (2022). *Pregunta 9, Bambú. El Sacha*

Imagen 15 Gráfico circular, pregunta 9



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 9, Bambú. El Sacha*

**Análisis Cuantitativo:** La mayor cantidad de personas prefiere recibir descuentos en fechas especiales.

**Análisis Cualitativo:** Los datos obtenidos de esta pregunta ayudan a generar programas de promoción de acuerdo a la preferencia del cliente, a través de la misma se descubre que la mayor cantidad de personas prefiere que se le realice descuentos por fechas especiales, representando el 42%, por descuento de consumo se refleja un 22%, descuento 2 X 1 con el 17,4%; bebidas gratis en el consumo 13,8% y por ser cliente frecuente el 4,6%.

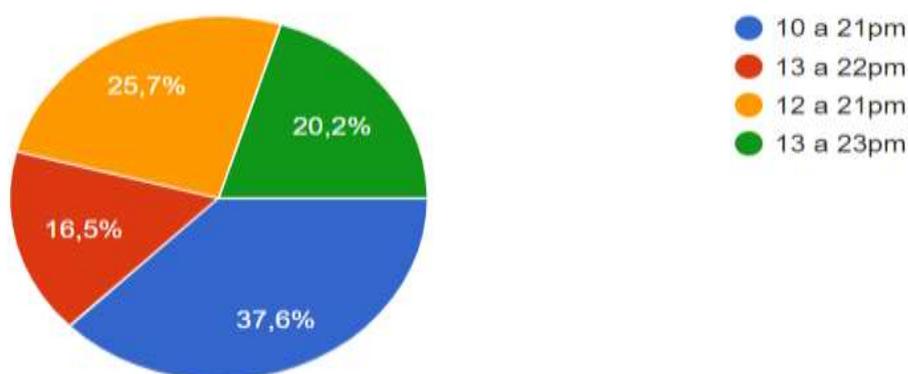
### 3.4.10 Pregunta 10

Tabla 18 Pregunta N 10

10. ¿Qué horario para usted es el más idóneo para el consumo de alimentos en un restaurante?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
10 a 21 pm	41	37,6%
13 a 23 pm	18	16,5%
12 a 21pm	28	25,7%
13 a 23 pm	22	20,2%
<b>TOTAL</b>	109	100,0%

Acosta, J. (2022). *Pregunta 10, Bambú. El Sacha*

Imagen 16 Gráfico circular, pregunta 10



Acosta, J. (2022). *Representación gráfica pregunta 10, Bambú. El Sacha*

**Análisis cualitativo:** Mediante esta pregunta se conoce las preferencias en las que los clientes suelen alimentarse durante el día, por tanto, los datos obtenidos son de vital importancia para establecer las jornadas de trabajo o atención al cliente.

**Análisis Cuantitativo:** Según los datos obtenidos de forma descendente se identifica que el 37,6% de los clientes prefiere alimentarse en horarios de 10 a 21 pm; el 25,7% prefiere hacerlo en horario de 12 a 21 pm; el 20,2% prefiere hacerlo de 13 a 23 pm y el 16,5% prefiere hacerlo en horario de 13 a 23 pm.

### 3.5 Análisis General.

Mediante la encuesta realizada a los habitantes de la zona céntrica de la parroquia Unión Milagreña se ha logrado obtener información valiosa, misma que es de utilidad para tomar decisiones en cuantos a: los productos que se van a ofertar al cliente; canales de promoción; preferencia de descuento por consumo y características del establecimiento de alimentos y bebidas

A través de los datos obtenidos se constató que, los habitantes de la parroquia Unión Milagreña prefieren degustar alimentos y bebidas entre 2 a 3 veces por mes con la familia, además los platos más solicitados en la parroquia Unión Milagreña son: asados, alimentos caseros (cocina criolla), papas fritas y hamburguesas.

Las bebidas más apetecidas son: jugos, limonadas, colas, aguas aromáticas y cerveza, las personas valoran más la limpieza del restaurante, la calidad de servicio y decoración de establecimiento.

En cuanto a elementos decorativos las personas prefieren que el restaurante tenga recursos locales de la Amazonía, con respecto a los medios más utilizados por los habitantes de la parroquia Unión Milagreña se manejan con las redes sociales y especialmente con Facebook, WhatsApp e Instagram, pero también sintonizan radio y televisión de la localidad.

Las personas si suelen referir los restaurantes a sus amigos o familiares cuando el sabor de los alimentos es bueno.

En la parroquia Unión Milagreña las personas mayoritariamente prefieren que se les realice descuentos en fechas especiales.

### 3.6 Entorno empresarial

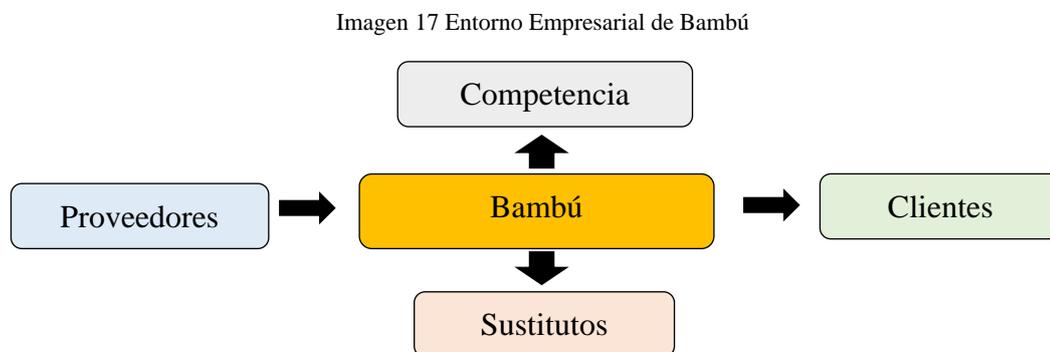
“El entorno empresarial es el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza.

Este entorno además se caracteriza por ser cambiante en el tiempo y muchas veces difícil de predecir.” (Westreicher, 2020)

#### 3.6.1 Microentorno.

“El microentorno se utiliza para definir a aquellas fuerzas externas y cercanas a la empresa, que tienen un impacto directo en su capacidad de servir su producto o servicio al cliente final.” (Ranís, Microentorno, 2016)

El Bar – Restaurante Bambú considera su microentorno a todo aquello que le rodea, es decir aquello sobre lo cual la microempresa puede controlar y depende de sí misma:



Acosta, J. (2022). *Entorno Empresarial, Bambú. El Sacha*

Imagen 18 Ubicación del Bar - Restaurante Bambú

Google eart. (2022). *Adaptación, ubicación geográfica. El Sacha*

### 3.6.2 Competencia directa.

“Es aquella que se produce entre empresas que compiten en un mismo mercado, con productos iguales o similares y que se dirigen a un mismo público objetivo” (Asesorías, 2020)

En la parroquia no existen restaurantes, es decir hay competencia directa por parte de la prestación de servicio de alimentación, en cambio por parte del bar existen 5 bares donde se expende únicamente bebidas alcohólicas. En el caso de nuestra investigación determinamos la siguiente competencia directa:

Tabla 19 Competencia indirecta

Nombre del Negocio	Dirección	Productos a ofrecer
El Buen Sabor	Av. Principal, diagonal al UPC	Almuerzos
Carmita	Av. Principal, diagonal al Coliseo Central	Desayunos y almuerzos

Acosta, J. (2022). *Competencia directa, Bambú. El Sacha*

### **3.6.3 Competencia indirecta.**

“Es aquella que se da entre empresas que buscan satisfacer las mismas necesidades de los clientes con productos diferentes o sustitutivos” (Asesorías, 2020)

Los únicos negocios que existen y satisfacen la misma necesidad son las panaderías, si bien no elaboran platos ni alimentos si se presenta como un producto para satisfacer el hambre.

### **3.6.4 Sustitutos.**

“Son aquellos bienes que pueden ser consumidos en el lugar de otros. Su característica principal es que tienen demandas relacionadas entre sí, es decir, que el consumidor sabe que puede sustituir uno por otro cuando lo crea oportuno.” (FMK, 2021)

Los negocios sustitutivos serían las tiendas donde se puede comprar productos elaborados como snacks, bebidas y entre otros.

### **3.6.5 Proveedores**

“Puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias y bienes, artículos principalmente, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o que directamente se compran para su venta. Un proveedor también ofrece servicios profesionales intangibles como horas de consultoría, formación, etc.” (Circulante, 2021)

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja el Bar – Restaurante Bambú, se considera que la materia prima utilizada sea orgánica y los recursos utilizados para la preparación de alimentos sean óptimos.

Tabla 20 Tabla de Proveedores

<b>Tabla de proveedores</b>		
<b>Materia prima</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y beneficios</b>	<b>Producto</b>
Comisariato San Rafael	Es el comisariato más grande del cantón La Joya de los Sachas, cuenta con productos garantizados y de calidad	Alimentos Embutidos y enlatados Vinos Té/Aguas aromáticas Electrodomésticos Papelería
Comercial Tía	Es una cadena de tiendas que ofrece productos de consumo hogareño y personal, especializada en ofertas innovadoras, temporadas o eventos, a través de una amplia cobertura nacional.	Electrodomésticos Productos de alimentación Bebidas Artículos de limpieza
TVentas	Tiene años de experiencia en el mercado y provee productos de buena calidad con garantía	Cocinas industriales Congelador Plancha de acero inoxidable
Coca Cola	Empresa estadounidense que vende productos en todos los países del mundo	Agua Bebidas hidratantes Bebidas energizantes Bebidas gaseosas
Asociación Selva Viva	Es una asociación creada con el fin de ayudar a comercializar los productos de los agricultores y ganaderos de la parroquia Unión Milagreña	Comercializa productos agrícolas y ganaderos de la zona
Ferretería Balcázar	Ferretería más grande del cantón la Joya de los sachas cuenta con equipos e implementos industriales	Materiales de mantenimiento Herramientas de mantenimiento
Aroma Cacao	Granja turística reconocida de la provincia de Orellana	Oferta chocolate en diferentes presentaciones para bebida y consumo.
Feria campesina de Unión Milagreña	Creada por el GAD parroquial con el fin de facilitar el comercio de los productores locales	Frutas, verduras, legumbres, carne

Acosta, J. (2022). *Tabla de proveedores, Bambú. El Sacha*

### 3.6.6 Intermediarios.

“Un intermediario es un agente que vincula o comunica a dos o más partes interesadas en hacer una transacción o negociación.” (Roldán, Intermediario, 2018)

El Bar – Restaurante Bambú, no considera necesario empresas o entidades externas que actúen como intermediario, debido que el servicio de alimentación y bebidas únicamente es necesario cuando el cliente solicita determinado plato o bebida de su gusto.

### **3.6.7 Clientes.**

“Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.” (Thompson, 2021)

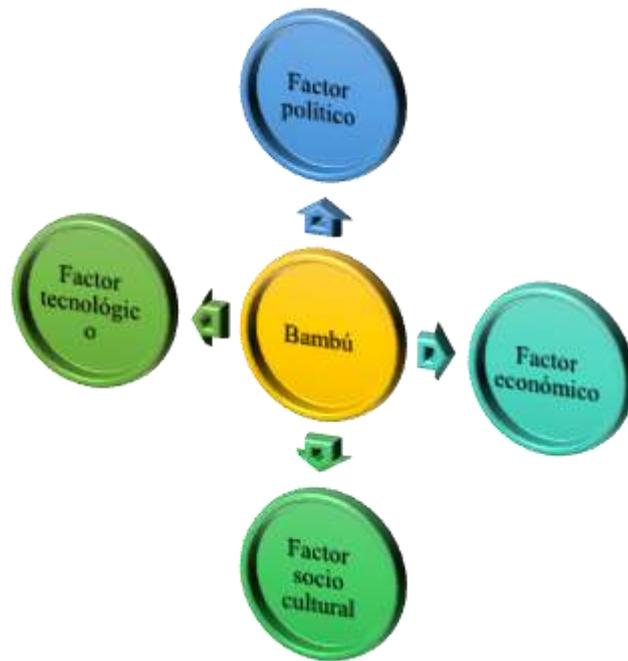
El Bar – Restaurante Bambú, es una microempresa que dirige presta su servicio de alimentación a todos los moradores residentes o visitantes de la parroquia la Unión Milagreña de Cantón Joya de los Sachas.

### **3.6.8 Macroentorno**

“Define aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no. Debemos tener en cuenta también, que la empresa no podrá ejercer ninguna influencia sobre el macroentorno.” (Ranís, Macroentorno, 2016)

Son aquellos factores sobre los cuales El Bar – Restaurante Bambú no tiene control directo y que van a influir o afectar el funcionamiento normal del establecimiento.

Imagen 19 Macroentorno del Bar - Restaurante Bambú



Acosta, J. (2022). *Macroentorno, Bambú. El Sacha*

### 3.6.9 Factor Político

El año que termina fue tumultuoso para el Gobierno de Guillermo Lasso en Ecuador, que contra las cuerdas recibió golpes políticos de diversos frentes, pero logró mantenerse de pie.

Una fuerte oposición a su ley para incrementar impuestos y reformar el marco laboral, su involucramiento en los denominados ‘Pandora Papers’ (documentos de Pandora) sobre empresas offshore –que pudo costarle un juicio político– y protestas encabezadas por la Confederación de Nacionalidades Indígenas (Conaie) y otros grupos sociales fueron algunos de los asuntos que lo pusieron en jaque.

Sus enfrentamientos con la Asamblea Legislativa (Parlamento unicameral) llegaron a un punto en el que estuvo al borde de aplicar la denominada ‘muerte cruzada’, figura constitucional que le permite disolverla y a convocar a nuevas elecciones presidenciales y legislativas.

Pese a todo, el Gobierno de Lasso pudo poner en vigencia las reformas tributarias que le supondrán ingresos al fisco por 1.900 millones de dólares en los dos primeros años, ya que los legisladores contrarios no lograron reunir los 70 votos necesarios para bloquearlas.

Las elecciones seccionales de 2023, en las que se elegirán autoridades municipales y locales, serán uno de los temas centrales ya el año próximo, pues las distintas fuerzas políticas comenzarán a armar sus estrategias con miras a captar al electorado.

“Mucho de lo que pase en esta pugna con el Gobierno, a favor o en contra, terminará jugando para las seccionales. Quienes estén más hacia la derecha tratarán de configurar un acuerdo más profundo y quienes estén más hacia la izquierda tendrán que radicalizar sus posiciones si quieren captar la atención de los electores en el año preelectoral”. (CONFIRMADO, 2021)

### ***3.6.10 Factor Económico***

Según estimaciones del Banco Central del Ecuador (BCE 2021), la economía ecuatoriana crecería al cierre de 2021 en 3,55% y, en el año 2022 en 2,54%. Es así que, el año 2021 ha sido un año de recuperación de la economía ecuatoriana tras un 2020 con enormes pérdidas a causa de la pandemia.

El sector industrial manufacturero cuenta con sectores que han crecido, mantenido y decrecido su nivel de valor agregado bruto (VAB), en comparación de 2019 y 2020.

Entre el primer semestre de 2021 y el mismo periodo de 2020, los sectores más afectados por la pandemia fueron los ligados a la fabricación de equipos de transporte con un decrecimiento del 19,3%; la producción de madera cayó un 12,5%; y la elaboración de cacao y confites registra una caída del 6,2%. (Ibidem, 2021)

En comparación con el mismo periodo de 2019, los sectores más afectados resultaron ser los ligados a la fabricación de equipos de transporte con una caída del 44,4%; la producción de madera decreció en 24,8%: y la fabricación de minerales no metálicos presentó un decrecimiento del 17,7%. (Ibidem, 2021)

Por su parte, las industrias que han mantenido estable su nivel de actividad, en referencia a 2020, fueron: fabricación de muebles (0,2%), fabricación de sustancias químicas (-0,2%) y la elaboración de aceites vegetales y animales (-0,4%). Respecto al primer semestre de 2019, los sectores que permanecieron sin mayores variaciones son los ligados con la elaboración de molinería, panadería y fideos (0,7%) y la fabricación de papel (0,1%). (Ibidem, 2021)

Entre los sectores que lograron crecer respecto al mismo periodo de los años pasados (2019 y 2020) fueron: procesamiento de pescado con crecimientos de 18,2% y 16,2% respectivamente; fabricación de productos de caucho y plástico (10,7% y 14,6%); fabricación de camarón (15,1% y 3,3%); y de forma general, la fabricación de productos alimenticios (15,7% y 5,7%). (CIP, 2021)

### ***3.6.11 Factor Sociocultural***

La crisis del COVID-19 está teniendo un fuerte impacto sobre las condiciones de vida de los ciudadanos de Ecuador. De manera muy directa, la pérdida de vidas humanas golpea al país en todo su territorio, con una incidencia muy especial en provincias como Guayas, Pichincha, Manabí y Los Ríos.

Las debilidades estructurales del sistema sanitario pueden llevar a que el impacto sea mayor, y están dificultando la respuesta a la crisis. En tal sentido, cabe destacar que el promedio de camas hospitalarias por cada 1 000 habitantes es de 1.5 en Ecuador, frente a 4.7 en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE. El número de doctores es de 2 por cada 1 000 habitantes en Ecuador, frente a un 3.5 en la OCDE. (OCDE, 2020)

### ***3.6.12 Factor Tecnológico***

“Es la primera vez en la historia que una innovación avanza tan rápidamente como lo han hecho las tecnologías digitales: en apenas veinte años han llegado a cerca del 50 % de la población del mundo en desarrollo, y han transformado las sociedades. Al mejorar la conectividad, la inclusión financiera, el acceso al comercio y a los servicios públicos, la tecnología puede ser un gran elemento igualador.” (ONU, 2020)

En el último año América Latina ha tenido un avance significativo en materia de adopción tecnológica, más de lo que se hizo en una década. La pandemia dio un fuerte impulso en materia tecnológica y de adaptación de procesos. Las empresas e instituciones modificaron la forma en que operaban tradicionalmente, apoyándose más en la tecnología.

Es importante que las empresas aprovechen la actual situación para implementar soluciones que les permitan afrontar los desafíos que se puedan presentar, buscando también eficiencia. Como lo indica el estudio Tendencias tecnológicas de mayor impacto en el Ecuador para el año 2020, realizado por EY e IT Ahora, que identifica cinco principales retos que las empresas consideran como prioridad para abordar: Innovación en productos o servicios (71%), reducción de costos (59%), mejorar la experiencia del cliente (59%), automatización de procesos (56%) y generación de nuevos ingresos (52%).

Las organizaciones tendrán que estar preparadas para ser extremadamente eficientes con sus públicos y clientes cualquiera sea el panorama que enfrenten. Las que sepan aprovechar esta oportunidad tendrán un gran futuro. (Doctor Tecno, 2021)

### **3.7 Producto y servicio**

“La principal diferencia entre producto y servicio es la intangibilidad, mientras los productos son producidos, entregados y consumidos en diferentes etapas, el servicio sucede con la presencia del cliente en el acto de atenderlo.” (Movistar, 2022)

Bambú es una microempresa que oferta servicios de alimentos y bebidas, la materia prima como frutas, carnes, yuca, plátano y entre otros productos que se utilizará para la preparación de los alimentos se comprará a los agricultores y asociaciones locales con el fin de contribuir al desarrollo económico, el servicio está dirigido a un mercado trabajador y familiar, los platos que se ofertará son asados, alimentos caseros y papas fritas.

#### **3.7.1 *Producto Esencial.***

“Hace referencia a qué es lo que realmente compra el cliente, es decir el beneficio o servicio básico del producto” (Hidalgo, 2014)

El producto esencial que oferta Bambú son los nutrientes que se adquiere de los alimentos tales como: proteínas, hidratos de carbono, grasas, vitaminas, minerales, fibra, agua y otros.

#### **3.7.2 *Producto real.***

“Se refiere a la forma como el producto se presenta al mercado.” (Quiroa, 2019)  
Bambú ofertará 3 tipos de platos y cinco tipos de bebidas siendo estos los siguientes:

## ➤ Platos

- Asados: es un tipo de preparación de alimentos, considerado como uno de los más antiguos dado que los productos se exponen al calor de manera horizontal, los asados que propone Bambú estarán basados en carnes acompañados de materia prima local como plátano, yuca, palmito, etc.



- Alimentos caseros: se considera aquellos que son conocidos a nivel nacional, sin embargo, su sabor y productos que acompañan el plato difiere de la región, siendo así que los platos considerados como caseros son: seco de pollo, seco de carne, guatita y pescado frito.



- Papas fritas: Es considerado como un “comida rápida” debido a su rápida preparación y consumo por parte del cliente, es uno de los platos que ha tenido un incremento de consumo acelerado en el país, suelen ser acompañadas con carne, chorizo y pollo frito.



## Bebidas

- Jugos: estos serán realizados en base a frutas de naranja, guanábana, banano y mora
- Limonada: para esta bebida se utilizará el limón sutil y limón mandarina, mismos que son producidos por agricultores locales
- Aguas Aromáticas
- Colas
- Cervezas



### **3.7.3 Características.**

Para la selección de los platos a ofertar se realizó un estudio en la parroquia Unión Milagreña, una vez seleccionados los platos y bebidas es preciso determinar los elementos característicos de los dos productos ofertados.

Bambú preparará alimentos a base de materia prima local y productos externos, mismos que sean orgánicos, la materia prima será adquirida en asociaciones productoras de materia prima, como también se comprará a los agricultores directamente; mientras que los productos externos como aceites, sal, azúcar serán adquiridos en comerciales o comisariatos, los productos seleccionados serán de tipo orgánico. En el caso de las bebidas se utilizará material prima local, materia prima externa, y bebidas preparadas como el caso de cervezas y colas (bebidas gaseosas)

### **3.7.4 Calidad.**

Para la preparación de los alimentos se tiene en cuenta los Manuales de BPA (Buenas Prácticas Ambientales), Bromatología, Manual de Manipulación e Higiene de Alimentos y Protocolo de Bioseguridad en Restaurantes, estos manuales serán adaptados y acoplados en la microempresa con el fin de garantizar y proveer alimentos en buen estado preparados con cautela, para ello se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de las carnes.
- Manipulación de higiene de alimentos
- Temperaturas de almacenamiento de legumbres, verduras y frutas.
- Tiempo de cocción de alimentos.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección de cada área de trabajo.

### **3.7.5 *Estilo.***

“Bambú” tiene un ambiente semiformal, debido que la idea es que el servicio provea de alimentos a las personas que trabajan en la zona centro de la parroquia y no tienen donde consumir sus alimentos, además de atender al grupo de trabajadores la idea es atender a las familias que suelen salir al centro con fines recreativos y no encuentran sitios donde alimentarse.

### **3.7.6 *Marca.***

“Es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa y los diferencia de los de la competencia.” (Roldán, Marca, 2016)

“Bambú” es una planta tropical muy utilizada para la construcción de cabañas, artesanías y artículos del hogar como muebles, camas, hamacas, etc. Se decidió tomar el nombre “Bambú” porque hace referencia a un recurso local que genera un sentimiento identitario en la localidad, además es un recurso que se encuentra fácilmente en la región Amazónica.

### **3.7.7 *Producto aumentado.***

“Es aquel que supera las expectativas que los consumidores habían depositado en él. El producto va adquiriendo valor para convertirse en el objeto favorito de los consumidores.” (Diccionario de Marketing, 2021)

Lo que diferencia hace único a “Bambú” es la mezcla de estilos en su infraestructura donde se conjuga los elementos propios de la región amazónica con la modernidad, además los platos y bebidas que se ofertan son de calidad, realizados con materia prima y productos cuidadosamente seleccionados, además se trabaja con agricultores de la zona. “Bambú” en líneas generales además de brindar un servicio de alimentos y bebidas genera un sentimiento identitario a través de los recursos que se emplea en la ornamentación del establecimiento.

### 3.8 Plan de introducción al mercado

#### 3.8.1 *Distintivos y Uniformes*

- **Área Gerencial.**

El administrador usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, el uniforme tendrá los distintivos del establecimiento, el uniforme constará de:

**Administrador.**

- Para hombre: Camisa negra manga larga con el logotipo del establecimiento al costado izquierdo.
- Para mujer: Blusa negra manga larga con el logotipo del establecimiento al costado izquierdo de la camisa
- Para hombre y mujer: Pantalón negro
- Para hombre y mujer: Zapatos negros.

Imagen 20 Uniforme para administrador/a



Acosta, J. (2022). *Uniforme para Administrador/a, Bambú. El Sacha*

- **Área Operativa.**

**Uniforme de Chef**

El Chef usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, el uniforme tendrá los distintivos del establecimiento, el uniforme constará de:

- Delantal Negro
- Pantalón negro de cocina.
- Camisa blanca.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Gorro para chef.

Imagen 21 Uniforme para Chef



Acosta, J. (2022). *Uniforme para Chef, Bambú. El Sacha*

### Uniforme de Bartender

El Bartender usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, el uniforme tendrá los distintivos del establecimiento, el uniforme constará de:

- Camisa negra
- Pantalón negro.
- Camisa blanca.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Delantal negro

Imagen 22 Uniforme para Bartender



Acosta, J. (2022). *Uniforme para Bartender, Bambú. El Sacha*

### Uniforme de Mesero

El Mesero usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, el uniforme tendrá los distintivos del establecimiento, el uniforme constará de:

- Camisa blanca
- Pantalón negro.
- Zapatos negros.

Imagen 23 Uniforme para Bartender



Acosta, J. (2022). *Uniforme para Mesero. El Sacha*

### 3.8.2 *Materiales de identificación.*

- **Imagotipo.**

Imagen 24 Imagotipo del Bar - Restaurante Bambú



Acosta, J. (2022). *Imagotipo, Bambú. El Sacha*

- **Hojas membretadas**

Imagen 25 Hojas membretadas



Acosta, J. (2022). *Hojas membretadas, Bambú. El Sacha*

- **Tarjeta de presentación**

Imagen 26 Lado anverso de la tarjeta



Acosta, J. (2022). *Anverso de la tarjeta, Bambú. El Sacha*

Imagen 27 Lado reverso de la tarjeta



Acosta, J. (2022). *Reverso de la tarjeta, Bambú. El Sacha*

### **Elementos a destacar:**

Al costado izquierdo se visualiza el “Bambú” planta de la que se obtiene el nombre del establecimiento de alimentos y bebidas, en el centro del semicírculo se lee la categoría a la que pertenece el establecimiento y su nombre, fuera del semicírculo se ubica el slogan de la microempresa.

- Categoría del establecimiento: Bar – Restaurante.
- El logotipo del establecimiento “Bambú.
- El eslogan de la microempresa es “Pide un plato ecuatoriano”
- Los colores usados:
 

Color verde representa la relajación, el equilibrio, la armonía, la naturaleza, el medio ambiente y la creatividad. En relación a la alimentación: en la comida el verde se relaciona con lo sano, vegetariano, fresco y, en términos generales, el buen gusto.

Negro: se relaciona con lo clásico, lo sofisticado y la fortaleza.

El fondo blanco representa el equilibrio, armonía y lo sano.
- El Isotipo resalta la planta de bambú ubicándola al costado izquierdo y de ella se desprende un semicírculo.

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

El canal de distribución y punto de venta físico de Bambú es su establecimiento ubicado en la parroquia Unión Milagreña, cantón La Joya de los Sachas, provincia de Orellana en la Av. Pompeya, frente la Unidad Educativa Río Chingual.

### **Promoción.**

Se ofrecerá combos promocionales por épocas y fechas especiales como día de la madre, día del padre, día del niño y entre otras, además se realizarán descuentos especiales a clientes fijos.

### Contacto y publicidad.

- Medios tradicionales: Radio.
- Medios digitales: Facebook, WhatsApp e Instagram.
- Publicidad horizontal: Vallas publicitarias y señalética horizontal

### Correspondencia.

- A través de mail de la microempresa “Bambú”

### Negociación.

- Directa en el establecimiento.

### 3.8.3 *Financiamiento*

Tabla 21 Financiamiento de publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	10,00
Publicidad en Facebook (bussines)	12 veces por mes	20,00
Publicidad en WhatsApp	12 veces por mes	15,00
Publicidad en Instagram	4 veces por mes	8,00
Publicidad en Radio	1 vez por mes	50,00
<b>TOTAL</b>		80,00
<b>TOTAL ANUAL</b>		960,00

Acosta, J. (2022). *Publicidad, Bambú. El Sacha*

### 3.8.4 *Riesgo y oportunidades del negocio*

Bambú afronta como riesgo el posible estancamiento y retroceso de la economía nacional, debido al incremento de los costos de los productos y el aumento de impuestos.

Si bien el actual gobierno se está abriendo al mercado internacional los movimientos sociales y políticos opositores al gobierno muestran rechazo por las medidas tomadas, en caso que estos grupos logren liderar marchas o movimientos en contra de las medidas se puede generar una paralización económica.

Otro inconveniente que se presenta es la aparición de nuevas sepas del COVID – 19, como consecuencia se podría volver a una cuarentena donde no se pueda laborar, los costos por alquiler y pago de salarios no se puedan sustentar, dando como resultado el cierre del establecimiento.

### **3.9 Fijación de Precios**

#### ***3.9.1 Fijación de precios por plato***

Para determinar los precios de los platos y bebidas se toma en cuenta el costo de la materia prima y los productos usados para la preparación del mismo, la referencia es el costo por libras, litros, o costo unitario de los productos. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

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

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

A continuación, se presentan los platos y bebidas que se va a ofertar

- Asados
- Alimentos caseros
- Papas fritas
- Jugos
- Aguas aromáticas

## Asado de carne

Tabla 22 Asado de Carne, costo estándar

 <b>Tecnológico Internacional</b>			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
			RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL PLATO:	Asado de carne		Código: AC	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	28/1/2022		Chef: Charlye Rodríguez	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
lb Carne de res	g	2,50	85	0,47
Racimo de Plátano	Racimo	3,00	1	0,08
Unidad Lechuga	Porción	0,50	1	0,03
lb Arroz	g	0,45	90	0,09
lb Fréjol	g	0,65	80	0,11
lb Tomate	g	0,50	20	0,02
Pimiento	Porción	0,10	2	0,01
Pepino	Porción	0,15	1	0,01
Hierbita	Porción	0,25	1	0,01
lb Cebolla	g	0,50	30	0,03
Galón de Aceite	ml	33,00	14	0,10
Aceite de achiote 500 ml	ml	2,50	10	0,05
300 g Aliño	ml	1,75	20	0,12
2 kg Sal	g	0,85	10	0,01
200 g Mostaza	g	0,90	10	0,05
FOTOGRAFÍA			<b>Total bruto</b>	<b>1,18</b>
			<b>5% imprevistos</b>	<b>0,06</b>
			<b>Total neto</b>	<b>1,24</b>
			<b>Gasto de fab. 10%</b>	<b>0,12</b>
			<b>Factor costo 20%</b>	<b>0,25</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>0,56</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>0,15</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>0,56</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2,87</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0,34</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0,29</b>
	<b>Total</b>	<b>\$3,50</b>		

Acosta, J. (2022). *Asado de carne, Bambú. El Sacha*

## Alimentos caseros

Tabla 23 Seco de pollo, costo estándar

 <b>Tecnológico Internacional</b>			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Seco de pollo		<b>Código:</b> SP	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	28/1/2022		<b>Chef:</b> Charlye Rodríguez	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
lb Pollo	g	1,30	80	0,23
Racimo de Plátano	Racimo	3,00	1	0,08
Unidad Lechuga	Porción	0,50	1	0,03
lb Arroz	g	0,45	90	0,09
lb Fréjol	g	0,65	80	0,11
lb Tomate	g	0,50	20	0,02
Pimiento	Porción	0,10	2	0,01
Pepino	Porción	0,15	1	0,01
Hierbita	Porción	0,25	1	0,01
lb Cebolla	g	0,50	30	0,03
Galón de Aceite	ml	33,00	14	0,10
Aceite de achiote 500 ml	ml	2,50	10	0,05
300 g Aliño	ml	1,75	20	0,12
2 kg Sal	g	0,85	10	0,01
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>0,89</b>
			<b>5% imprevistos</b>	<b>0,04</b>
			<b>Total neto</b>	<b>0,94</b>
			<b>Gasto de fab. 10%</b>	<b>0,09</b>
			<b>Factor costo 20%</b>	<b>0,19</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>0,42</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>0,11</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>0,42</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2,18</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0,26</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0,22</b>
<b>Total</b>	<b>\$2,65</b>			

Acosta, J. (2022). *Seco de pollo, Bambú. El Sacha*

## Sopa de hueso

Tabla 24 Sopa de hueso, costo estándar

 <b>Tecnológico Internacional</b>			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
NOMBRE DEL PLATO:	Sopa de hueso		Código: AC	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	28/1/2022		Chef: Charlye Rodríguez	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
lb Hueso carmudo	g	2,00	80	0,35
Plátano verde	Racimo	3,00	1	0,08
Choclo	Porción	1,00	2	0,33
Aguacate	Porción	1,00	1	0,08
Cebolla blanca	Porción	0,25	1	0,01
Hierbita	Porción	0,25	1	0,01
Aceite de achiote 500 ml	ml	2,50	10	0,05
300 g Aliño	ml	1,75	20	0,12
2 kg Sal	g	0,85	10	0,01
FOTOGRAFÍA			<b>Total bruto</b>	<b>1,04</b>
			<b>5% imprevistos</b>	<b>0,05</b>
			<b>Total neto</b>	<b>1,09</b>
			<b>Gasto de fab. 10%</b>	<b>0,11</b>
			<b>Factor costo 20%</b>	<b>0,22</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>0,49</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>0,13</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>0,49</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2,53</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0,30</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0,25</b>
<b>Total</b>	<b>\$3,08</b>			

Acosta, J. (2022). *Sopa de hueso, Bambú. El Sacha*

## Salchipapas

Tabla 25 Papas fritas, costo estándar

 <b>Tecnológico Internacional</b>			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
NOMBRE DEL PLATO:	Papas Fritas		Código: AC	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	28/1/2022		Chef: Charlye Rodríguez	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Papas	g	0,80	80	0,14
Chorizo	Racimo	1,00	1	0,25
Limón	Porción	0,50	1	0,03
Cebolla paiteña	Porción	0,50	20	0,02
Tomate	g	0,50	20	0,02
Lechuga	g	0,50	20	0,02
Mayonesa	Porción	1,20	2	0,12
Salsa de Tomate	Porción	1,20	1	0,06
Galón de Aceite	ml	33,00	20	0,15
2 kg Sal	g	0,85	15	0,01
FOTOGRAFÍA			Total bruto	<b>0,83</b>
			5% imprevistos	<b>0,04</b>
			Total neto	<b>0,87</b>
			Gasto de fab. 10%	<b>0,09</b>
			Factor costo 20%	<b>0,17</b>
			M.O. 45%	<b>0,39</b>
			G. Admin 12%	<b>0,10</b>
			45% utilidad	<b>0,39</b>
			Subtotal	<b>\$2,02</b>
			12% IVA	<b>\$0,24</b>
			10% servicio	<b>\$0,20</b>
Total	<b>\$2,46</b>			

Acosta, J. (2022). *Salchipapas, Bambú. El Sacha*

## Jugos

Tabla 26 Jugos, costos estándar

 <b>Tecnológico Internacional</b>			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Jugos de Mora		Código: AC	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	28/1/2022		Chef: Charlye Rodríguez	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Mora	g	1,50	8	0,20
1L de leche	ml	1,20	250	0,30
1 Kg Azúcar	g	0,85	15	0,03
FOTOGRAFÍA			<b>Total bruto</b>	<b>0,53</b>
			<b>5% imprevistos</b>	<b>0,03</b>
			<b>Total neto</b>	<b>0,55</b>
			<b>Gasto de fab. 10%</b>	<b>0,06</b>
			<b>Factor costo 20%</b>	<b>0,11</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>0,25</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>0,07</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>0,25</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$1,29</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0,15</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0,13</b>
<b>Total</b>	<b>\$1,57</b>			

Acosta, J. (2022). *Jugo de mora, Bambú. El Sacha*

### 3.10 Implementación del negocio

#### 3.10.1 Arriendo del local.

Tabla 27 Arriendo de Local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$125,00	\$750,00	\$1.500,00

Acosta, J. (2022). *Arriendo de Local, Bambú. El Sacha*

#### 3.10.2 Equipos Industriales

Tabla 28 Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Congelador	1	\$509,00	\$509,00
Enfriador	10	\$75,00	\$750,00
Mesa de acero	1	\$180,00	\$180,00
Cocina industrial	1	\$325,00	\$325,00
Gas	3	\$50,00	\$150,00
Tostadora 4 panes	1	\$69,00	\$69,00
Ollas industriales	8	\$56,00	\$448,00
Contenedores biodegradables	4	\$50,00	\$200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2.631,00</b>

Acosta, J. (2022). *Equipos industriales, Bambú. El Sacha*

#### 3.10.3 Equipos de computación

Tabla 29 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop Touch 11,6"	1	449,00	\$ 449,00
Impresora EPSON 3210	1	235,00	\$ 235,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 684,00</b>

Acosta, J. (2022). *Equipos de computación, Bambú. El Sacha*

### 3.10.4 Muebles y Enseres

Tabla 30 Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Silla	20	7,00	\$140,00
Escritorio	2	150,00	\$300,00
Archivador	2	45,00	\$90,00
Cuchillo	4	4,00	\$16,00
Tabla	3	2,00	\$6,00
Embudo	4	1,50	\$6,00
Mesas	6	25,00	\$150,00
Manteles	5	5,00	\$25,00
Artesanías decorativas	5	8,00	\$40,00
Licuada	2	\$58,00	\$116,00
Extractor de jugos	1	\$150,00	\$150,00
Cafetera	1	48,9	\$48,90
Rayador de verduras	2	\$9,49	\$18,98
Balanza gramera digital	1	\$5,48	\$5,48
Picadora de papas	1	\$9,75	\$9,75
Tostadora 4 panes	1	\$69,00	\$69,00
Juego de Vajilla 16 piezas	3	\$40,00	\$120,00
Juegos de cubiertos completos	2	\$22,00	\$44,00
Caja vasos 12 unidades	2	\$12,00	\$24,00
Set de copas Tulipe	2	\$15,00	\$30,00
Kit Bartender	1	\$49,00	\$49,00
Cucharones	2	\$20,00	\$40,00
Juego de cuchillos	2	\$29,00	\$58,00
Jarras	10	\$5,00	\$50,00
Talas de picar	3	1,00	\$3,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.609,11</b>

Acosta, J. (2022). *Muebles y enseres, Bambú. El Sacha*

### 3.10.5 Equipos Industriales de Seguridad

Tabla 31 Equipos industriales de seguridad

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor 10 Lb	2	45,00	\$90,00
Señalética externa	2	30,00	\$60,00
Rótulos de señalética	5	2,50	\$12,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$162,50</b>

Acosta, J. (2022). *Equipos industriales de seguridad, Bambú. El Sacha*

### 3.10.6 Suministros de oficina

Tabla 32 Suministros de oficina

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Paquete de hojas A4 Xerox	1	\$4,00	\$4,00
Carpetas	1	\$1,50	\$1,50
Esferos	2	0,35	\$0,70
Libreta	1	\$0,75	\$0,75
<b>TOTAL</b>			\$6,95
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$83,40</b>

Acosta, J. (2022). *Suministros de oficina, Bambú. El Sacha*

### 3.10.7 Servicios básicos

Tabla 33 Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$15,00
Luz	\$30,00
Teléfono	\$0,00
Internet	\$23,00
<b>TOTAL</b>	\$68,00
<b>TOTAL, ANUAL</b>	<b>\$816,00</b>

Acosta, J. (2022). *Servicios básicos, Bambú. El Sacha*

### 3.10.8 Materiales de limpieza

Tabla 34 Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba de cerda pequeña	1	3,50	3,50
Trapeador giratorio	1	16,00	16,00
Cloro 1 Gal	1	4,00	4,00
Antisarro	1	4,15	4,15
Detergentes	1	3,59	3,59
Cloro	1	4,43	4,43
Esponja lavaplatos	2	1,40	2,80
Estropajo	1	1,00	1,00
Fundas basura industriales (10unidades)	1	1,50	1,50
Lavavajillas líquido 500ml	2	1,40	2,80
Pala recogedora	1	2,50	2,50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	5,99	5,99
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	9,50	9,50
<b>TOTAL</b>			\$61,76
<b>TOTAL, ANUAL</b>			\$741,12

Acosta, J. (2022). *Materiales de limpieza, Bambú. El Sacha*

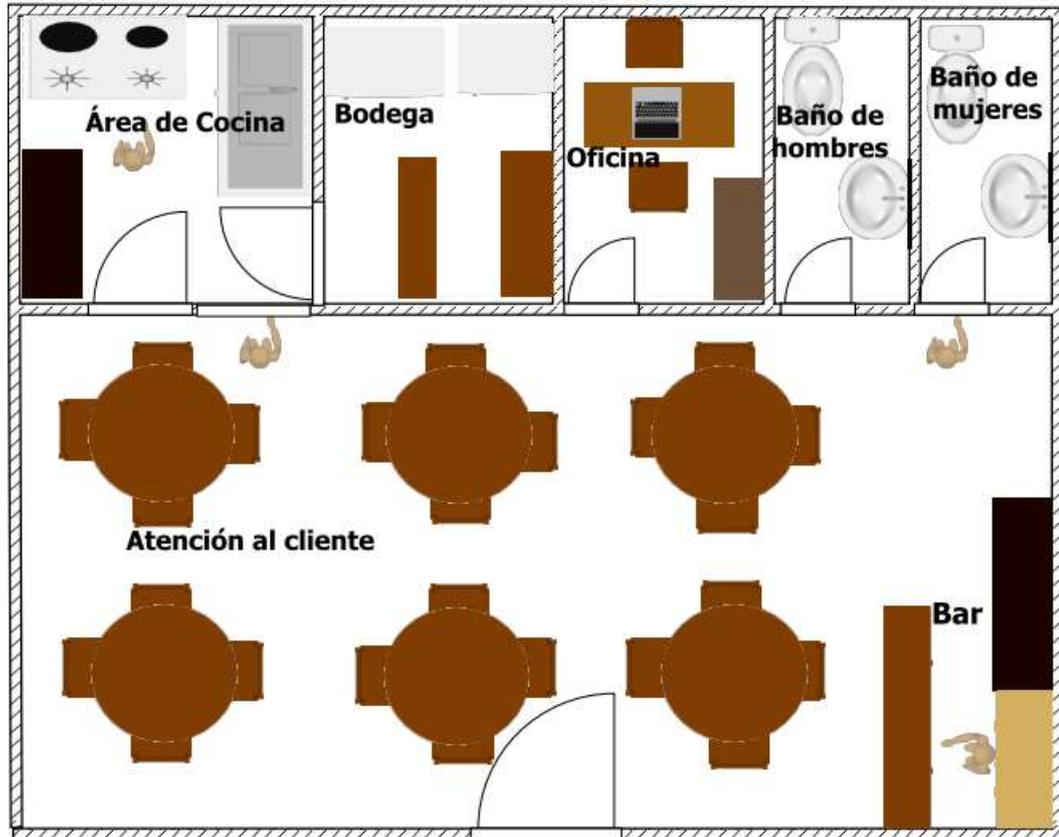
### 3.11 Estudio arquitectónico

“El estudio de arquitectura es el espacio de trabajo destinado para que los arquitectos y diseñadores elaboren proyectos y reuniones para construir todo tipo de estructuras edilicias y paisajes exteriores.” (BRV Arquitectura, 2019)

Se toma en cuenta para el diseño del Bar Restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y la capacidad de carga.

### 3.11.1 Estructura interna de Bambú.

Imagen 28 Estructura interna de Bambú



Acosta, J. (2022). *Estructura interna, Bambú. El Sacha*

Imagen 29 Vista superior de Bambú



Acosta, J. (2022). *Estructura interna, Bambú. El Sacha*

## **4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL**

El “Derecho Empresarial”, es una rama del Derecho que se encarga de guiar las actividades dentro y fuera de las organizaciones. Su función principal es regular a las pequeñas, medianas y grandes empresas. (Peralta, 2020)

Para la apertura y funcionamiento del establecimiento de alimentos y bebidas “Bambú” es necesario cumplir a cabalidad con requisitos que se debe obtener en las distintas entidades estatales.

### **4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI**

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2020).

El Régimen Impositivo Simplificado (RISE), es un régimen de inscripción voluntaria, que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Pueden inscribirse pequeños negocios con ventas anuales inferiores a \$60.000 y con menos de 10 empleados. Pequeños negocios cuyos propietarios, además, perciban ingresos anuales en relación de dependencia, menores a la fracción básica del Impuesto a la Renta y, que, en conjunto con las ventas del negocio, no superen los \$60.000 anuales.

#### ***4.1.1 Lugar de la inscripción***

Las inscripciones se recibirán en las ventanillas de las agencias del SRI en todo el país.

#### **4.1.2 *Requisitos de la inscripción***

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado
- Documentos para justificar el domicilio y sucursal tales como: planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono); factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada; predio urbano o rural; estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito; notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos; contrato o factura de arrendamiento; contrato de comodato; certificado del registro de la propiedad; escritura de compra-venta del inmueble; documento emitido por la entidad pública en el que conste la dirección; patente municipal; permiso de bomberos; certificaciones de uso de locales u oficinas; certificado de domicilio otorgado por la Junta Parroquial más cercana;

#### **4.1.3 *Responsabilidad del contribuyente***

- Actualizar la información cuando supere o reduzca sus ingresos registrados al momento de inscribirse en el RISE.
- Pagar su cuota mensual puntualmente o prepagar el año.
- Emitir comprobantes de venta autorizados, exclusivamente, por las transacciones propias del contribuyente. (SRI, 2022)

#### **4.1.4 *IVA (Impuesto al valor agregado)***

Las personas naturales, sociedades y emprendedores que cumplan con las condiciones de microempresas conforme lo previsto en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y el Reglamento correspondiente, siempre que no se encuentren dentro de las limitaciones al régimen. Para la categorización de microempresas se considerará a aquellos contribuyentes con ingresos brutos de hasta trescientos mil dólares de los Estados Unidos de América (USD. 300.000) y que a la fecha de generación del catastro cuenten con hasta nueve (9) trabajadores.

Para dicha categorización, prevalecerá el monto de ingresos sobre la condición de número de trabajadores.

Los contribuyentes sujetos al Régimen Impositivo para Microempresas permanecerán en este mientras perdure su condición de microempresas, sin que en ningún caso su permanencia sea mayor a cinco (5) ejercicios fiscales consecutivos. Terminada la sujeción a este régimen, el contribuyente podrá incorporarse al régimen impositivo general, RISE o a los demás regímenes a los que puedan acogerse conforme los requisitos y condiciones previstas en la normativa tributaria vigente.

De conformidad con el artículo 11 del Código Tributario, a partir de septiembre de 2020 es aplicable el porcentaje del 1.75% de retención en la fuente del Impuesto a la Renta para los contribuyentes sujetos al régimen impositivo para microempresas. 45. No existe un porcentaje de retención de IVA específico para los contribuyentes sujetos al Régimen Impositivo para Microempresas, por lo tanto, la retención del IVA se efectuará de acuerdo con los porcentajes establecidos en la normativa tributaria vigente. (SRI, 2020)

Tabla 35 Impuesto a la renta Personas naturales

Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto sobre fracción básica	% de impuesto sobre la fracción excedente
0	11.310	0,00	0%
11.310	14.410	0,00	5%
14.410	18.010	155,00	10%
18.010	21.630	515,00	12%
21.630	31.630	949,40	15%
31.630	41.630	2.449,40	20%
41.630	51.630	4.449,39	25%
51.630	61.630	6.949,39	30%
61.630	100.000	9.949,39	35%
100.000		23.378,88	37%

El comercio. (2022). <https://www.jezl-audidores.com/index.php/tributario/101-tabla-de-impuesto-a-la-renta-ir-2021-2020-y-2019-personas-naturales-ecuador>

## 4.2 RIMPE

Los contribuyentes que se inscriban en el RUC a partir de enero de 2022 y que cumplan las condiciones para sujetarse al RIMPE iniciarán sus actividades bajo este último régimen. El listado que para fines referenciales publica el SRI en su página web será actualizado de forma semanal con la información de los nuevos inscritos.

Los contribuyentes que pertenecen al Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) pueden emitir comprobantes electrónicos de acuerdo a las nuevas regulaciones tributarias establecidas en el Reglamento para la aplicación de la Ley para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19; para ello, el Servicio de Rentas Internas (SRI) realizó los cambios tecnológicos necesarios en su sistema de comprobantes electrónicos.

El SRI publicó la Ficha Técnica de Comprobantes Electrónicos Esquema Off-line, en la que se explican los cambios que se deben considerar para la inclusión de la leyenda de los contribuyentes que pertenecen al RIMPE.

En el mismo documento constan otros aspectos de la Ley para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19 como: la reducción progresiva de la tarifa de retención del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) y la reducción de la tarifa del Impuesto al Valor Agregado (IVA), en cuanto se disponga dicho beneficio mediante Decreto Ejecutivo. Se puede acceder al mencionado documento aquí.

Los contribuyentes que requieren incorporar la leyenda de Contribuyente Régimen RIMPE deben realizar los ajustes correspondientes en sus sistemas de emisión de comprobantes electrónicos antes de los 90 días señalados en la Resolución No. NAC-DGERCGC21-00000060, publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 608 de 30 de diciembre de 2021. (SRI, 2022)

### **4.3 Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA**

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

#### ***4.3.1 Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:***

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA [www.permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec](http://www.permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec) con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí.
- Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: Obtención Permiso de funcionamiento (descarga PDF).
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.

La cuenta habiente para el pago de permisos de funcionamiento es:

- ✓ Cuenta del ARCSA – Banco del Pacífico N° 07465068.
- ✓ RUC del ARCSA: 1768169530001.

El banco del Pacifico remitirá la información de pago a la agencia, por lo que la orden de pago Generada y pagada, NO tendrá que ser escaneada ni cargada en la página de permisos.

Si su pago fue realizado en BANECUADOR B.P. donde no exista una agencia del Banco Pacifico, usted deberá escanear la papeleta del depósito y subir la información de su pago al Sistema Automatizado de Permisos de Funcionamiento.

Validado el pago, usted podrá imprimir su permiso de funcionamiento y factura.

Recuerde que los siguientes requisitos serán verificados en línea con las instituciones pertinentes, por lo que no requiere adjuntar la siguiente documentación:

- ✓ Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- ✓ Registro Único de Contribuyentes.
- ✓ Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso. (ARCSA, 2022)

#### **4.4 Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Joya de los Sachas.

Los requisitos que se debe cumplir para la apertura de un negocio son facilitados en la ventanilla de información del municipio, siendo estos los siguientes.

- Pago del impuesto predial
- Documentos
- Instalaciones eléctricas
- Extintor 10 libras
- Lámparas de emergencia (GAD La Joya de los Sachas, 2022)

#### **4.5 MINTUR (Ministerio de Turismo)**

Recepción de requisitos y formalidades para el registro: El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de TODOS los requisitos y

formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro.

La inspección consiste en verificar la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- ✓ Información General
- ✓ Requisitos de Calidad
- ✓ Requisitos de Infraestructura
- ✓ Requisitos de Servicio

#### **4.5.1 *Requisitos: Personas Naturales***

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural. (obtenido por el técnico del Ministerio de Turismo en las plataformas gubernamentales o en INFODIGITAL)
- Obtener el certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y,
- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio. (MINTUR, 2021)

#### **4.6 IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

La institución tiene como misión proteger a la población urbana y rural que se encuentre afiliada al IESS, ya sea con relación de dependencia laboral o sin ella, contra las contingencias de enfermedad, maternidad, riesgos de trabajo, discapacidad, desempleo, invalidez, vejez y muerte, de acuerdo al plan contratado. (IESS, 2022)

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

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

## 5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### 5.1 Objetivo de área

La industria de alimentos y bebidas es un sector económico que genera un impacto ambiental directo sobre el agua, suelo y aire debido a la utilización de detergentes para la limpieza de las áreas de trabajo y la basura que es generada por los productos adquiridos para la preparación de los alimentos y bebidas que oferta la microempresa; además de ello los residuos o sobras que suelen dejar los clientes en los platos.

Bambú plantea utilizar detergentes e implementos de limpieza biodegradables con el fin de evitar que el agua sea contaminada; además se propone establecer un sistema de reciclaje y separación de residuos orgánicos e inorgánicos mediante la utilización de tachos de basura con distinto color, mismos que identificarán el tipo de basura que se debe depositar en él.

*Imagen 30 Tachos de basura*



Boris, T. (2021). <https://ingenieriaambiental.net/clasificacion-de-la-basura-por-colores/>

Los productos utilizados para la preparación de los alimentos serán orgánicos, muchos de ellos como la yuca o e verde de la misma zona, además se establecerá un manual de manipulación e higiene de alimentos para evitar contaminación cruzada y esto conlleve a una intoxicación por parte de los clientes.

El impacto social se puede visualizar en la comunidad o sector donde está ubicado Bambú, por lo cual se identificarán cosas positivas y negativas cuando el Bar – Restaurante brinde sus servicios.

## 5.2 Impacto ambiental

### **Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar el Bar - Restaurante.**

- **Contaminación que ocasiona la basura:** los residuos generados por la compra de los productos para la preparación de alimentos, residuos o sobras de los clientes de los alimentos o bebidas consumidos por el cliente, residuos que puedan traer desde otros sitios.
- **Contaminación al momento de limpiar el Bar - Restaurante:** cuando se realiza la limpieza de las áreas de trabajo y utensilios de alimentación, el agua suele tornarse grasosa y altamente contaminante si esta no cuenta con un tratamiento especial.
- **Consumo de electricidad:** Aumenta el dióxido de carbono en la atmósfera, con el uso de los congeladores y neveras donde se guardan los alimentos, al igual que electrodomésticos utilizados para la preparación de alimentos y jugos
- **Consumo de agua:** la cantidad utilizada para el aseo del establecimiento, limpieza de utensilios y limpieza, desinfección y preparación de los alimentos, esta agua suele depositarse en afluentes que contaminan los ríos.
- **Manipulación e higiene de alimentos:** el desaseo produce malos olores en el medio, contaminando el aire y los alimentos, por tanto, es necesario tomar medidas de higiene tomadas tales como: lavado de manos, lavado de alimentos, separación adecuada de alimentos entre carnes rojas, blancas, queso, frutas verduras, etc. para evitar contaminación cruzada de alimentos.

### Medidas para contrarrestar los impactos generados por el restaurante.

Tabla 36 Prevención de impacto del suelo

Plan de prevención y mitigación de impactos suelo							
Objetivo: Minimizar los impactos negativos al suelo					PMI-S1		
Aspecto ambiental	Impacto identificado	Medidas propuestas	Indicadores	Medios de verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Generación de residuos orgánicos e inorgánicos	Contaminación del suelo	Tratamiento de residuos. Uso de lombrices para descomponer la materia Uso de contenedores para separar los desechos	Calidad del suelo	Registro de cambios producidos en el suelo	A partir del funcionamiento del Bar - Restaurante	Permanente	Finalización de proyecto

Acosta, J. (2022). Prevención de impacto del suelo, *Bambú. El Sacha*

Tabla 37 Prevención de impacto del aire

Plan de prevención y mitigación de impactos aire							
Objetivo: Minimizar los impactos negativos del aire					PMI-A1		
Aspecto ambiental	Impacto identificado	Medidas propuestas	Indicadores	Medios de verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Generación de olores a causa de la basura	Contaminación del aire	Tratamiento de residuos. Uso de contenedores cubiertos y materiales biodegradables.	Calidad del aire	Olores percibidos en el establecimiento	A partir del funcionamiento del Bar - Restaurante	Permanente	Finalización de proyecto

Acosta, J. (2022). Prevención de impacto del aire, *Bambú. El Sacha*

Tabla 38 Prevención de impacto del Agua

<b>Plan de prevención y mitigación de impactos Agua</b>							
<b>Objetivo:</b> Minimizar los impactos negativos del Agua					<b>PMI-A2</b>		
<b>Aspecto ambiental</b>	<b>Impacto identificado</b>	<b>Medidas propuestas</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Plazos</b>		
					<b>Inicio</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Finalización</b>
Generación de olores a causa de la basura	Contaminación del aire	Optimizar agua para limpiar, y preparar	Consumo de agua	Planilla a pagar de agua potable	A partir del funcionamiento del Bar - Restaurante	Permanente	Finalización de proyecto

Acosta, J. (2022). Prevención de impacto del Agua, *Bambú. El Sacha*

- Para la basura generada en el local se colocarán contenedores de basura con colores distintivos para identificar el tipo de basura que se debe depositar en cada uno de ellos.
- Mantener los contenedores de basura siempre tapados.
- Verificar constantemente el estado de la tubería que desemboca en el alcantarillado.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Mantener las refrigeradoras y congeladoras conectadas a un adaptador de consumo de energía.
- Desconectar los electrodomésticos a excepción de los congeladores y neveras antes de cerrar el restaurante.
- Usar adecuadamente el agua (no desperdiciar)

### **5.3 Impacto social**

#### ***5.3.1 Igualdad de oportunidades***

Bambú desarrollará políticas empresariales con el fin de brindar la oportunidad a todas las personas indistintamente su procedencia, creencia o sexo, es decir las personas que laboren en Bambú serán consideradas por sus habilidades, aptitudes y compromiso para con la microempresa.

#### ***5.3.2 Cooperación***

Se entiende claramente que Bambú al ser una microempresa donde laboran solamente 4 personas no tiene la capacidad para contratar un alto número de personas, por ello considera trabar coordinadamente con agricultores, ganaderos y asociaciones productoras de materia prima local con el fin que se genere un dinamismo económico cíclico donde existe una ayuda mutua y hay un ganar – ganar.

### ***5.3.3 Seguridad alimentaria***

Mediante la selección de productos frescos y sanos; al igual que el correcto proceso de manipulación y cocción de los alimentos se garantizará a los clientes que los alimentos preparados que están degustando son confiables y saludables.

### ***5.3.4 Protocolo de bioseguridad***

Mediante la adopción de las sugerencias dadas por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP) y Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR); “Bambú” contará con normativas que permitan disfrutar al cliente de alimentos sanos en un espacio que se toma las debidas precauciones donde se cuida al cliente y trabajador.

## 6 PROCESO FINANCIERO

### 6.1 Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera del Bar – Restaurante “Bambú”

### 6.2 Activos Fijos

El activo no corriente o activo fijo de una empresa está formado por todos los activos de la sociedad que no se hacen efectivos en un periodo superior a un año. Es una parte del activo, dentro del balance de situación de una empresa.

Los activos fijos son poco líquidos ya que se necesita tiempo para convertirlos en efectivo. Son un elemento importante en la estructura financiera de la empresa. (Sevilla, 2016), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: **\$5.086,61**. (Ver cotización anexo 15 -19).

Tabla 39 Activos fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	0,00
Vehículo	0,00
Equipos Industriales / seguridad	2793,50
Equipos de Computación	684,00
Muebles - enseres	1609,11
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>5086,61</b>

*Acosta, J. (2022). Activos fijos, Bambú. El Sacha*

### 6.3 Activos diferidos

Un activo diferido es como se conoce a aquel bien o servicio por el que ya se ha realizado un pago, pero del que no se ha disfrutado su uso. Se trata de una importante manera de no alterar la realidad contable de una empresa en cada periodo. (Sánchez, 2019), los gastos legales serán de \$50,00 el permiso de

funcionamiento de \$100,00 y las patentes municipales de \$100,00 lo que nos da un total de activos diferidos de \$200,00. (Ver tabla 40.).

Tabla 40 Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos legales	\$50
Permisos funcionamiento	\$100
Patentes municipales	\$50
<b>Total</b>	<b>\$200</b>

*Acosta, J. (2022). Servicios básicos, Bambú. El Sacha*

#### **6.4 Capital de trabajo**

Es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica. En un esquema contable simple, el concepto de capital de trabajo se centra en los recursos de capital con los que una empresa determinada puede contar en el corto plazo para operar. Es decir, aquellos capitales comúnmente utilizados en la actividad económica diaria que la firma realiza. (Westreicher, 2020).

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos de veintiocho mil catorce dólares con noventa centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de ochocientos dieciséis dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc.) ochenta y tres dólares, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) ciento cincuenta dólares.

También el alquiler de local mil quinientos dólares, publicidad con novecientos sesenta dólares, sistemas con mil seiscientos ochenta y cuatro dólares, costo de materia prima de seis mil dólares, gastos financieros dos mil ochocientos dólares, dándonos un total de cuarenta y un mil ocho dólares con treinta centavos. (Ver tabla 41).

Tabla 41 Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Sueldos	28014,90
Servicios Básicos	816,00
Material oficina	83,40
Material limpieza	150,00
Servicio auto	0,00
Alquiler local	1500,00
Publicidad	960,00
Sistemas	684,00
Adquisición productos	6000,00
Gastos financieros	2800,00
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>41008,30</b>

*Acosta, J. (2022). Servicios básicos, Bambú. El Sacha*

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$46.294,91. (Ver tabla 42).

Tabla 42 Detalles de inversión

<b>CAPITAL DE INVERSION</b>	
Capital trabajo	\$ 41.008,30
Activos fijos	\$ 5.086,61
Activos diferidos	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 46.294,91</b>

*Acosta, J. (2022). Detalles de inversión, Bambú. El Sacha*

## 6.5 Sueldos

El sueldo base es la cantidad de dinero fijada por convenio entre partes que gana una persona como resultado de su labor realizada durante un periodo de tiempo determinado. (Fortún, 2020)

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (Ver tabla 43).

Tabla 43 Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	600	7200	680,4	874,8	7394,40
Chef	500	6000	567	729	6162,00
Bartender	450	5400	510,3	656,1	5545,80
Camarero	425	5100	481,95	619,65	5237,70
<b>TOTAL</b>	<b>1975</b>	<b>23700</b>	<b>2239,65</b>	<b>2879,55</b>	<b>24339,90</b>

*Acosta, J. (2022). Sueldos, Bambú. El Sacha*

Tabla 44 Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL DECIMOS
Administrador	\$600	\$425	\$600	\$1025
Chef	\$500	\$425	\$500	\$925
Bartender	\$450	\$425	\$450	\$875
Camarero	\$425	\$425	\$425	\$850
<b>TOTAL</b>	<b>\$1975</b>	<b>\$1700</b>	<b>\$1975</b>	<b>\$3675</b>

*Acosta, J. (2022). Décimos, Bambú. El Sacha*

Tabla 45 Total sueldo anual

TOTAL SUELDOS	TOTAL DECIMOS	TOTAL ANUAL
<b>\$24339,90</b>	<b>\$3675</b>	<b>\$28014,90</b>

*Acosta, J. (2022). Sueldo anual, Bambú. El Sacha*

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$28014,90anual.

## 6.6 Depreciación activos fijos.

La depreciación es una transacción periódica que reduce normalmente el valor del activo fijo en el balance de situación y que se carga como un gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias. Por lo tanto, se usa normalmente una cuenta principal para abonar la depreciación periódica en el balance de situación. Una cuenta de contrapartida es una cuenta en la parte de pérdidas y ganancias del plan contable. (Microsoft, 2021)

En esta tabla 46, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales y seguridad 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$668,24.

Tabla 46 Depreciación de activos fijos

<b>DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS</b>			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Edificio	0,00	10%	0,00
Vehículo	0	20%	0,00
Equipos Industriales / seguridad	2793,50	10%	279,35
Equipos de Computación	684,00	33,33%	227,98
Muebles y Enseres	1609,11	10%	160,91
<b>TOTAL</b>			<b>668,24</b>

*Acosta, J. (2022). Servicios básicos, Bambú. El Sacha*

## 6.7 Amortizaciones

En el ámbito económico, es la depreciación o reducción del valor de un activo o un pasivo, y en términos empresariales, su definición también va enlazada con el valor inicial de un bien y la vida útil del mismo. Es un término que hace referencia a la pérdida de valor que registra cualquier elemento a lo largo del tiempo, es una forma de cuantificar la pérdida.

Se conoce como la forma de dividir el coste de la inversión como gasto durante los periodos en los que esa inversión va a generar ingresos. (González, 2022)

La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$40,00 ya que el monto por constitución equivale a \$200,00 (Ver tabla 47)

Tabla 47 Porcentaje de Amortización

<b>AMORTIZACIONES</b>			
<b>PORCENTAJE AMORTIZACIÓN</b>			
Gastos de Constitución	200	20%	40

*Acosta, J. (2022). Porcentaje de Amortización, Bambú. El Sacha*

## 6.8 Tabla de amortización

Es la parte primordial del proceso para conocer cómo se dividirán los pagos de tu préstamo o crédito. Básicamente, como su nombre lo dice, es el contrato o el recurso que muestra periodo por periodo, cómo se llevará a cabo el pago de tu préstamo. Siendo así el diseño del plan de pago de deuda al obtener un crédito. (Konfío, 2021)

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$20.000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%.

Tabla 48 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	\$20.000,00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	20000
1	5825,67	2.800,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90
4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00

*Acosta, J. (2022). Tabla de Amortización, Bambú. El Sacha*

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 20.000,00 llegando al año 5, el pago de interés de \$715,43 y a su vez el pago capital de \$5.110,24, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

## 6.9 Estructura capital

La estructura de capital óptimo es aquella que maximiza la utilidad en la empresa, o aquella que también, minimiza el costo de los recursos financieros que utiliza. Por otro lado, la estructura de capital es la combinación de un apalancamiento a largo

plazo y el capital propio de la empresa esto para financiar las actividades u operaciones de la misma. (Benavides, Gómez, & Vicuña, 2017)

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$26294,91 que equivale a una estructura del 57%; costo 12% con una tasa de descuento de 6,8%; por consiguiente el Capital Financiero es de \$20.000,00 con una estructura del 43% , el costo es del 14% que otorga el 6% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$46294,91 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 12,9% valor indicador de la factibilidad de la empresa (Ver tabla 49.)

Tabla 49 Estructura de capital

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	26294,91	57%	12%	6,8%	
Capital Financiero	20000,00	43%	14%	6,0%	
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>46294,91</b>	<b>100%</b>		<b>12,9%</b>	<b>TMAR</b>

*Acosta, J. (2022). Estructura de capital, Bambú. El Sacha*

## 6.10 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales, Por tanto, el punto muerto no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. (Rus, 2020)

El valor se calculó con los valores de materia prima, arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$3027,58 (Ver tabla 50)

Tabla 50 Costos fijos

<b>Costos fijos</b>	
Materia prima	\$500,00
Arriendo	\$125,00
Sueldos	\$2334,58
Servicios básicos	\$68,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3027,58</b>

*Acosta, J. (2022). Costos fijos, Bambú. El Sacha*

Margen de contribución: es diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia. La fórmula es muy sencilla, puesto que todo lo que se hace es restar al precio de venta unitario el costo variable unitario, por lo que queda: “ $MC = PVU - CVU$ .”

El margen de contribución permite determinar cuánto está contribuyendo un determinado producto a la empresa. Permite identificar en qué medida es rentable seguir con la producción de ese artículo. (GERENCIE, 2020)

El Bar restaurante tomó en cuenta los valores costos de producción de los platos principales a ofertar, para luego obtener un valor promedio entre todos ellos, por tanto, el costo promedio de todos ellos es de \$10,88, el costo bruto sería \$4,47 por lo que el margen de contribución será de \$6,41 (Ver tabla 51).

Tabla 51 Margen de contribución

<b>Producto</b>	<b>Asado de carne</b>	<b>Seco de pollo</b>	<b>Sopa de hueso</b>	<b>Papas Fritas</b>	<b>Jugos de Mora</b>	<b>Total, Producto</b>	
Precio venta	2,87	2,18	2,53	2,02	1,29	<b>10,88</b>	Margen de contribución
Costo venta	1,18	0,89	1,04	0,83	0,53	<b>4,47</b>	
Ganancia	1,69	1,28	1,49	1,19	0,76	<b>6,41</b>	

*Acosta, J. (2022). Margen de contribución, Bambú. El Sacha*

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

En la tabla 52, se puede observar que se deberá realizar 472 ventas mensuales, es decir vender 17 platos diarios para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda.

Tabla 52 Punto de equilibrio

VENTA	472	10,88	5135,9
COSTO	472	4,47	2108,3
GASTO			3027,6
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

*Acosta, J. (2022). Punto de equilibrio, Bambú. El Sacha*

Para proyectar las ventas se considera la pregunta 8 de la encuesta realizada, misma que indica que los consumidores suelen referir a amigos o familiares visitar restaurantes donde la sazón es buena con un 89% aproximadamente y ese será nuestro porcentaje de proyección de ventas de los platos ofertados.

472 Punto de equilibrio x 89% proyección de ventas

$$472 * 0,89 = 420$$

$$472 + 420 = 892,12 = 892 \text{ en valores absolutos}$$

Tabla 53 Ventas /costos

<b>Ventas proyectadas</b>			
Venta mensual	Valor mensual	Valor anual	
892	9703,17	116438,00	ventas
892	3983,24	47798,85	costo

*Acosta, J. (2022). Ventas /costos, Bambú. El Sacha*

## 6.11 Costo de ventas

El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende. Este costo se calcula por períodos. Los gastos que se incluyen en el costo de ventas son: la compra de materia prima y tecnología, el pago de salarios, los fletes, el suministro de servicios, etc. (Pipedrive, 2022)

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N 54 es contemplada a cinco años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$33606,61 mientras que para el año quinto se espera una utilidad neta de \$40365,64.

Tabla 54 Estado de resultados

<b>FLUJODE VENTAS</b>						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		116438,00	119942,78	123553,06	127272,00	131102,89
COSTO DE VENTAS		47798,85	49237,59	50719,65	52246,31	53818,92
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		68639,15	70705,19	72833,41	75025,70	77283,97
GASTOS ADMINISTRATIVOS		28014,90	28858,15	29726,78	30621,55	31543,26
SERVICIOS BASICOS		816,00	840,56	865,86	891,92	918,77
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		233,40	240,43	247,66	255,12	262,80
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		1500,00	1545,15	1591,66	1639,57	1688,92
PUBLICIDAD		960,00	988,90	1018,66	1049,32	1080,91
DEPRECIACIONES		668,24	668,24	668,24	668,24	668,24
AMORTIZACIONES		40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
UTILIDAD OPERATIVA		36406,61	37523,77	38674,55	39859,97	41081,07
GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		33606,61	35147,36	36781,04	38516,96	40365,64
BASE IMPOSITIVA		12182,40	12740,92	13333,13	13962,40	14632,54
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>21424,21</b>	<b>22406,44</b>	<b>23447,91</b>	<b>24554,57</b>	<b>25733,10</b>

## 6.12 Estado de Resultados

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. (Kiziryan, Flujo de caja, 2015)

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$19.106,78, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$21.331,10 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (Ver tabla 55).

Tabla 55 Flujo de caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		36406,61	37523,77	38674,55	39859,97	41081,07
DEPRECIACION		668,24	668,24	668,24	668,24	668,24
AMORTIZACION		40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
- BASE IMPOSITIVA		12182,40	12740,92	13333,13	13962,40	14632,54
- GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
- PAGO CAPITAL		3.025,67	3.449,26	3.932,16	4.482,66	5.110,24
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	<b>-46294,91</b>	<b>19.106,78</b>	<b>19.665,42</b>	<b>20.223,99</b>	<b>20.780,14</b>	<b>21.331,10</b>

Acosta, J. (2022). *Flujo de caja, Bambú. El Sacha*

### **6.13 Cálculo del TIR y el VAN**

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

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

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en número de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc.) (Velayos, 2014)

El VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 24.529,53; por lo tanto, el negocio es factible.

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

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 32,48% que en resumen brinda gran

utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 12,86% con el TMAR<sup>2</sup> (Ver tabla 56).

Tabla 56 VAN/ TIR

<b>CALCULO DEL TIR Y EL VAN</b>	
VAN	24.529,53
TIR	32,48%
TMAR	12,86%

*Acosta, J. (2022). Servicios básicos, Bambú. El Sacha*

---

<sup>2</sup> TMAR: La TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento) es la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutarla en lugar de otras inversiones. (Helmut Sy Corvo, 2021)

## CONCLUSIONES

Mediante la recopilación de material bibliográfico se ha sustentado las bases que sustentan la fiabilidad técnica de la propuesta planteada.

Mediante la aplicación de métodos, técnicas e instrumentos de investigación se ha constatado la realidad del sector para determinar el grado aceptación del establecimiento de alimentos y bebidas; los platos más consumidos por la población local, la capacidad de gasto de los habitantes; además se ha considerado los factores que alteran el dinamismo económico social y ambiental de la parroquia Unión Milagreña para considerar las acciones que se deben tomar en cuenta para contribuir con el desarrollo colectivo de la parroquia.

Mediante el análisis financiero se determina que la implementación del Bar Restaurante Bambú, en la parroquia Unión Milagreña es factible, debido que tiene aceptación en el mercado local, no existe competencia, se oferta platos con precios accesibles a la población local y además se presenta como un establecimiento que contribuye a generar mejores condiciones sociales para la parroquia tales como la generación de empleo y dinamismo económico.

## **RECOMENDACIONES**

El establecimiento de alimentos y bebidas Bambú, debe actualizar constantemente las bases teóricas y legales que son el soporte del proyecto, se considera ambos casos porque con el tiempo suele haber ligeros cambios o añadiduras en algunos aspectos técnicos especialmente en los tiempos actuales donde el auge de la tecnología acompaña a todas las actividades económicas, mientras que las bases legales se las considera necesarias porque con la llegada de nuevas autoridades sean centrales o seccionales suelen cambiar la ley u ordenanzas de los territorios.

El Bar Restaurante “Bambú” debe estar atento a los cambios que vive la sociedad con el fin de anticiparse y tomar las medidas respectivas antes que se produzca una situación no deseada, esta puede ser provocada por los cambios de tendencia de consumo de la población local como también el uso de medios que la población utiliza para informarse, la automatización de servicios y entre otros factores que se pueden producir. Todo esto se debe considerar para acoplarse a los cambios que se producen progresivamente.

Es necesario que el administrador o propietario realice evaluaciones y controles progresivos de cómo se va desarrollando la situación financiera donde además de considerar los ingresos y egresos se debe tomar en cuenta inversiones como capacitación, alianza y pagos de servicios extras que pueden contribuir a la microempresa siempre considerando que en caso que se llegue a adquirir una deuda no sea demasiado alta y esta se pueda pagar al deudor en el tiempo estipulado.

## REFERENCIAS

- ARCSA. (2022). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Benavides, J., Gómez, A., & Vicuña, M. (Febrero de 2017). *Publisher*. Obtenido de CEIT: <https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/52/15052/16814454d53f283fdabfbaa2c229e127.pdf>
- CIP. (27 de Diciembre de 2021). *Balance del sector industrial en 2021 y proyecciones de la CIP para 2022*. Obtenido de Cámara de industrial y producción: <https://www.cip.org.ec/2021/12/27/balance-del-sector-industrial-en-2021-y-proyecciones-de-la-cip-para-2022/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20estimaciones%20del%20Banco%20Central,a%20causa%20de%20la%20pandemia.>
- Concepto. (2021). *Desarrollo Organizacional*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/desarrollo-organizacional/>
- CONFIRMADO. (31 de Diciembre de 2021). *Ecuador se prepara para un segundo round político en 2022*. Obtenido de confirmado.net: <https://confirmado.net/2021/12/30/ecuador-se-prepara-para-un-segundo-round-politico-en-2022/#:~:text=El%20a%C3%B1o%20que%20termina%20fue,pero%20logr%C3%B3%20mantenerse%20de%20pie.&text=La%20Asamblea%20Nacional%20tampoco%20accept%C3%B3%20iniciar%20un%20juic>
- Doctor Tecno. (09 de Marzo de 2021). *Tendencias de las empresas y los cambios tecnológicos en la nueva realidad*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/larevista/tecnologia/tendencias-de-las-empresas-y-los-cambios-tecnologicos-en-la-nueva-realidad-nota/>
- Fortún, M. (06 de Marzo de 2020). *Sueldo base*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/sueldo-base.html>
- GAD La Joya de los Sachas. (2022). *Requisitos para abrir un negocio*. El Sacha, Orellana, Ecuador.

- GERENCIE. (24 de Octubre de 2020). *Margen de contribución*. Obtenido de [/www.gerencie.com: https://www.gerencie.com/margen-de-contribucion.html](https://www.gerencie.com/margen-de-contribucion.html)
- Gestiopolis. (2021). *Investigación de mercados. Qué es, importancia, tipos, beneficios*. Obtenido de [Página web gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/](https://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/)
- González, P. (2022). *¿Qué es Amortización?* Obtenido de [Billin: https://www.billin.net/glosario/definicion-amortizacion/](https://www.billin.net/glosario/definicion-amortizacion/)
- IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- IESS. (2022). *Trámites y Servicios Institucionales*. Obtenido de [Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social: https://www.gob.ec/iess#:~:text=La%20instituci%C3%B3n%20tiene%20como%20misi%C3%B3n,de%20acuerdo%20al%20plan%20contratado.](https://www.gob.ec/iess#:~:text=La%20instituci%C3%B3n%20tiene%20como%20misi%C3%B3n,de%20acuerdo%20al%20plan%20contratado.)
- Jaimes, J. (23 de Abril de 2018). *¿Qué es Mercadotecnia? Ejemplos prácticos, reales y geniales con los que puedes responder a esta pregunta*. Obtenido de [Página web rdstation: https://www.rdstation.com/es/blog/mercadotecnia/](https://www.rdstation.com/es/blog/mercadotecnia/)
- Kiziryan, M. (27 de Mayo de 2015). *Análisis FODA*. Obtenido de [Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html](https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html)  
Se trata de una herramienta muy importante antes de realizar cualquiera estrategia comercial. En este sentido, para que una empresa lleve a cabo con éxito dicha estrategia, primeramente deberá conocer la situación presente de su empresa.
- Kiziryan, M. (28 de Abril de 2015). *Flujo de caja*. Obtenido de [Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html](https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html)
- Konfío. (08 de Junio de 2021). *Tabla de amortización*. Obtenido de [Konfío: https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-es-una-tabla-de-amortizacion/](https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-es-una-tabla-de-amortizacion/)
- Master. (08 de Septiembre de 2020). *La filosofía empresarial*. Obtenido de [Activo, servicios de Marketing: https://activosm.com/la-filosofia-empresarial/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20de%20una%20empresa,los%20valores%20de%20la%20compa%C3%B1%C3%ADa.](https://activosm.com/la-filosofia-empresarial/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20de%20una%20empresa,los%20valores%20de%20la%20compa%C3%B1%C3%ADa.)

- Melissa J. (04 de Septiembre de 2010). *Principios de muestreo*. Obtenido de Blog: <http://principiosdemuestreo.blogspot.com/2010/09/plan-de-muestreo.html>
- Microsoft. (23 de Diciembre de 2021). *Depreciación de activo fijo*. Obtenido de Microsoft: <https://docs.microsoft.com/es-es/dynamics365/finance/fixed-assets/fixed-asset-depreciation>
- MINTUR. (2021). *PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS*. Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>
- Moreno, M. (2021). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Movistar. (2022). *Conoce la diferencia entre producto y servicio*. Obtenido de Negocios digitales Movistar: <https://negociosdigitalesmovistar.com/es-ec/negocio-por-internet/conoce-la-diferencia-entre-producto-y-servicio/#:~:text=Mientras%20los%20productos%20son%20producidos,e n%20el%20acto%20de%20atenderlo.>
- MSP. (16 de Octubre de 2020). *MSP fomenta acciones de salud en el Día Mundial de la Alimentación*. Obtenido de Ministerio de Salud Pública del Ecuador: <https://www.salud.gob.ec/msp-fomenta-acciones-de-salud-en-el-dia-mundial-de-la-alimentacion/>
- OCDE. (2020). *Impacto social del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas*. Obtenido de Centro de Desarrollo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos: <https://www.oecd.org/dev/Impacto-social-COVID-19-Ecuador.pdf>
- OMS. (2022). *Alimentación sana*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet#:~:text=Una%20dieta%20saludable%20ayuda%20a,accidentes%20cerebrovasculares%20y%20el%20c%C3%A1ncer.>
- Orellana, P. (14 de Abril de 2020). *Organigrama Empresarial*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/organigrama.html#:~:text=El%20organigrama%20es%20una%20herramienta,se%20incorporan%20a%20la%20empresa.>

- Peralta, T. (2020). *Derecho empresarial*. Obtenido de UTEL Editorial: <https://utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/derecho-empresarial-que-es/>
- Pipedrive. (2022). *Qué es el costo de ventas*. Obtenido de Blog Pipedrive: <https://www.pipedrive.com/es/blog/costo-de-ventas>
- Rus, E. (06 de Mayo de 2020). *Punto de equilibrio*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Sánchez, J. (02 de Agosto de 2019). *Activo diferido*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>
- Sevilla, A. (11 de Mayo de 2016). *Activo fijo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/activo-fijo.html>
- SRI. (16 de 12 de 2020). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>
- SRI. (2022). *RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO (RISE)*. Obtenido de RISE: <https://www.sri.gob.ec/regimen-impositivo-simplificado-rise#%C2%BFqu%C3%A9-es>
- SRI. (2022). *RÉGIMEN SIMPLIFICADO PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES (RIMPE)*. Obtenido de Seguro de Rentas Internas: <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Tesis de Investigadores. (13 de Junio de 2018). *Tipo y Modalidad de la Investigación. Ejemplo*. Obtenido de Blog Tesis de investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2013/06/tipo-y-modalidad-de-la-investigacion.html>
- Velayos, V. (15 de Junio de 2014). *Valor actual neto (VAN)*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Westreicher, G. (17 de Agosto de 2020). *Capital de trabajo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>

## ANEXOS

Imagen 31 Logotipo Parroquia Unión Milagreña



Imagen 32 Cultivos de arroz en la parroquia



Imagen 33 Producción de cacao



Imagen 34 Transporte de ingreso a la parroquia



Imagen 35 Zona céntrica de la parroquia Unión Milagreira



Imagen 36 Zona céntrica de la parroquia Unión Milagreira



Imagen 37 Envío de link para encuestas

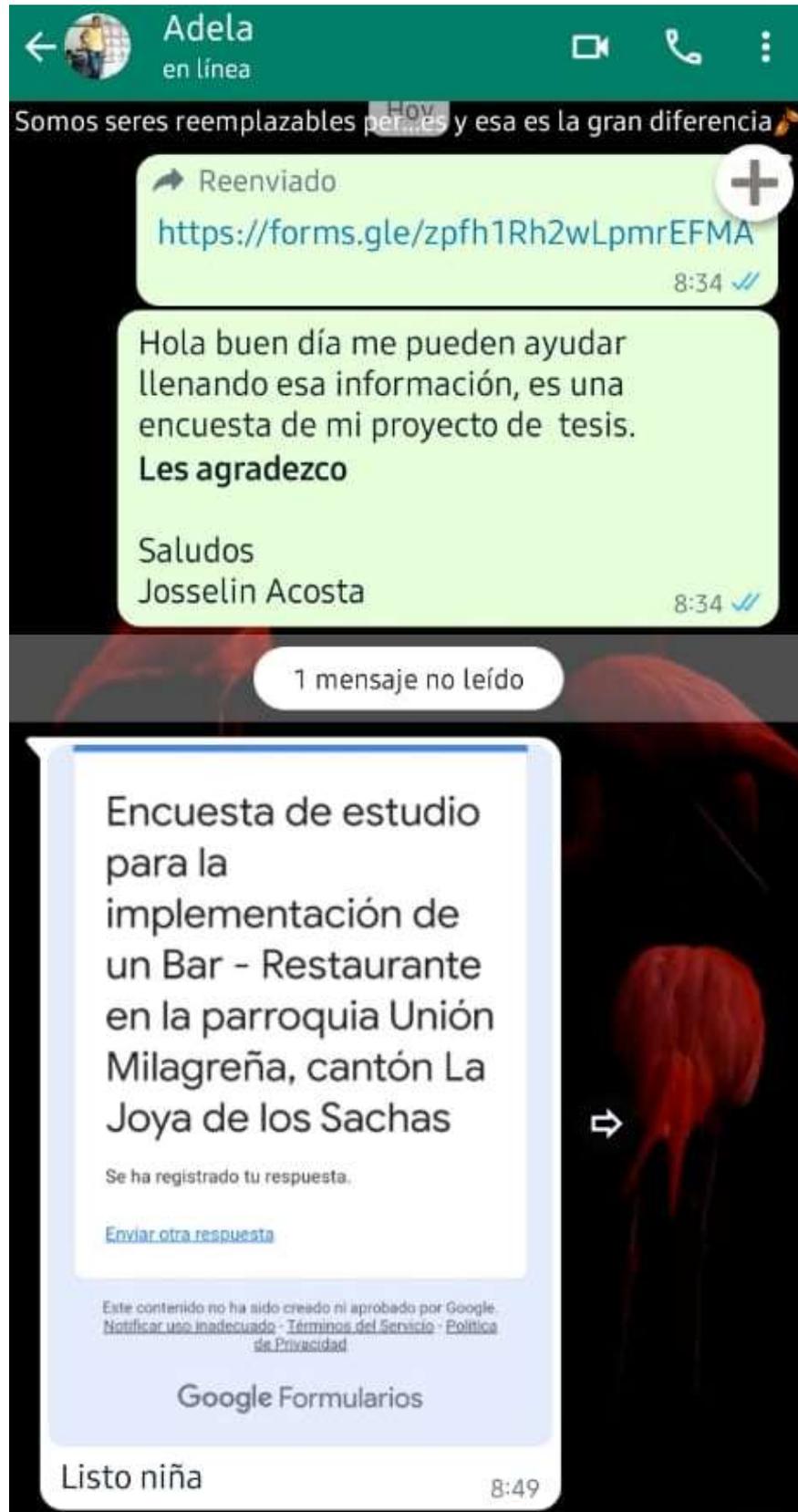


Imagen 38 Extintor de 10 libras



Título: **Extintor Co2 Recargable 10libras**

**U\$S 45<sup>26</sup>**

Ver los métodos de pago

Entrega a acordar con el vendedor  
Cumbaya, Guayaquil

Cantidad: 1 unidad

[Comprar ahora](#)

Imagen 39 Señalética



Título: **Fabrica De Señaléticas Norma Inen 20x30 Personalizada Pvc**

**U\$S 2<sup>50</sup>**

Ver los métodos de pago

Entrega a acordar con el vendedor  
Belloso, Guayaquil

Cantidad: 1 unidad

[Comprar ahora](#)

Imagen 40 Costo de tarjetas de presentación



Título: **Tarjetas De Presentacion Full Color Dos Lados Con Uv Brillan**

**U\$S 10**

Ver los métodos de pago

Entrega a acordar con el vendedor  
Guayaquil

Cantidad: 1 unidad

[Comprar ahora](#)

Imagen 41 Cocina industrial



Nuevo / 110 vendidos

**Cocina Industrial 5 Quemadores Con Horno**

**U\$S 325**

Ver los medios de pago

**Envío gratis a todo el país**  
 Cuenta Agujá  
 Ver costos de envío

Color: Plateado

Cantidad: 1 unidad (100 disponibles)

**Comprar ahora**

12 meses de garantía de fábrica

Imagen 42 Mesa de acero inoxidable



Nuevo

**Mesa De Acero Inoxidable**

**U\$S 180**

Ver los medios de pago

**Entrega a acordar con el vendedor**  
 Convector, Ocho  
 Ver costos de envío

¡Última disponible!

**Comprar ahora**

Información sobre el vendedor

Libarandín

Imagen 43 Cilindro de gas



Nuevo / 14 vendidos

**Tanque Cilindro De Gas Azul Nuevo Gip 15kg**

**U\$S 49<sup>99</sup>**

Ver los medios de pago

**Entrega a acordar con el vendedor**  
 La Maná, Güiró  
 Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (200 disponibles)

**Comprar ahora**

3 meses de garantía de fábrica

Información sobre el vendedor

Imagen 44 Ollas industriales



Nuevo

**Olla Industrial Warehaus 20l/ Aluminio Virgen.**

**U\$S 53<sup>90</sup>**

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Auténtico, Quito  
[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

Imagen 45 Tachos de basura



Nuevo | 20 vendidos

**Tacho Contenedor Basurero Para Basura Reciclaje 53 Litros**

**U\$S 25<sup>99</sup>**

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Guayaquil, Guayaquil  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad \* 20 disponibles

[Comprar ahora](#)

[Tachos de basura de fábrica](#)

Imagen 46 Impresora EPSON



Nuevo | 203 vendidos

**Impresora Epson WF2830 Mejor Q La L3110 - L3150 - L4160**

★★★★☆ 5 opiniones

**U\$S 230**

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Peñíscolo, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color Negro

Cantidad: 1 unidad \* 1022 disponibles

[Comprar ahora](#)

Imagen 47 Escritorio de oficina



Imagen 48 Sillas de plástico

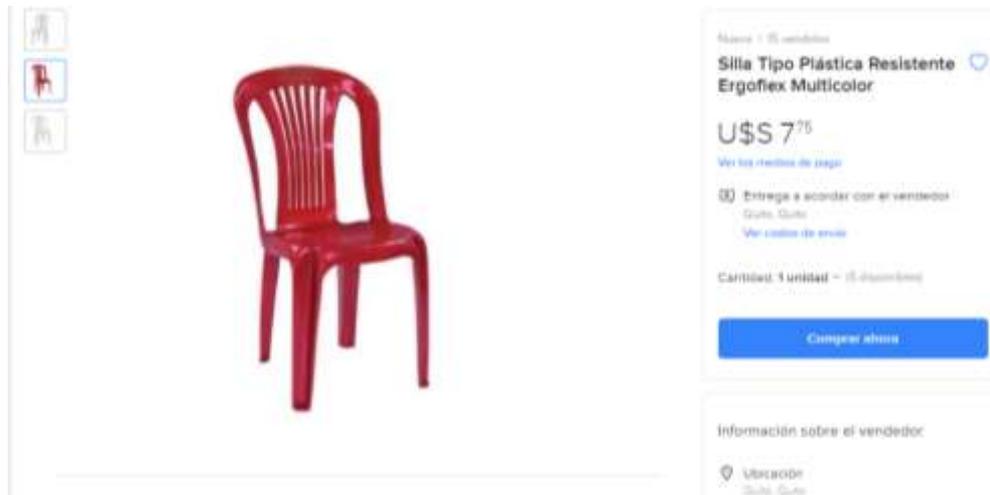


Imagen 49 Balanza digital



Imagen 50 Extractor de frutas



Hamilton Beach Extractor De Jugos Fruta Verduras 800 W 1.1hp

U\$S 84<sup>99</sup>

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor

Comisión: 0%

Ver costos de envío

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad \* 102 disponibles

Comprar ahora

Imagen 51 Rayador de verduras



Rayador De Verduras Tipo Espiral Multifuncional

U\$S 9<sup>75</sup>

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor

Comisión: 0%

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad \* 200 disponibles

Comprar ahora

Información sobre el vendedor

Imagen 52 Juego de vajilla 16 piezas



Vajilla Perrillera Bella

U\$S 40

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor

Comisión: 0%

Ver costos de envío

Color: Blanco

Cantidad: 1 unidad \* 15 disponibles

Comprar ahora