



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante familiar de comida rápida en el sector Selva Alegre, Valle de los Chillos”

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

AUTOR:

Evelyn Carolina Quimuña Cumbal

TUTOR:

Lcdo. Alejandro Maldonado

D.M. Quito, marzo del 2021

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado con mucho amor y dedicación a mis padres Luis Quimuña y Rosa Cumbal, ya que sin el apoyo de ellos no estaría hoy en día cumpliendo el objetivo de graduarme y presentar no solo mi plan de negocio, sino mi sueño, mi futuro negocio propio.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios porque a pesar de esta dura situación por la que estamos atravesando, en mi hogar todos están bien y con salud, sobre todo agradecer por permitirme tener a mis padres en este momento tan importante y especial para mí que es la culminación de mis estudios.

Gracias a mi madre que ha estado incondicionalmente para mí apoyándome económicamente y moralmente, sin dejarme vencer a pesar de todos los obstáculos que se han presentado, es una persona fundamental por la cual hoy en día me encuentro aquí, mi madre es quien me ha enseñado a tener metas y sueños en la vida, la persona a la cual le quiero dedicar todo, darle todo, ya que gracias a ella que tiene su negocio propio me ha enseñado que todo se gana a través de esfuerzo y trabajo duro que nada en la vida es fácil, que no se necesita de otra persona para lograr lo que uno quiere, que a pesar de que soy madre soltera puedo salir adelante y darle lo mejor a mi hija. Que ese restaurante no es solo mi sueño es nuestro y escuchar con la emoción con la que mi madre habla con todas las personas acerca de mi futuro negocio es lo que más me ha impulsado a seguir adelante para no defraudarla y darle más de lo que se merece.

Gracias a mi padre, que, aunque no sea mucho de demostrar sus sentimientos, sé que me ama y le da orgullo, que su hija por fin está finalizando sus estudios, que a pesar de que lo defraude él fue quien cuidó de mi hija mientras yo estaba estudiando.

Agradezco a cada uno de los profesores que formaron parte de mi desarrollo académico desde el primer semestre hasta el último, que sus consejos y enseñanzas sirvieron de gran ayuda para el progreso de mi plan de negocio. Como olvidar los 3 años de risas, charlas e incluso diferencias en el ambiente estudiantil, pero agradezco a mis compañeros de aula que hicieron que 6 semestres hayan pasado tan rápido, lo mejor que uno se puede llevar del Instituto son las enseñanzas, recuerdos y amigos.

Cabe destacar que 3 personas fueron pilares importantes para el desarrollo del presente trabajo, el MSC. Christian Carvajal que con sus enseñanzas y ayuda en el transcurso de estos últimos meses ha sido de gran apoyo. Mi amigo que conocí en las aulas del Instituto, gracias a él que sin importar la hora o lo que estuviese haciendo, se tomó el tiempo de guiarme y explicar ciertos temas que no comprendía. Por último, como no agradecer a mi hija Emily Jarrín, quien estuvo en mi vientre desde primer semestre y nunca causó ningún

problema e impedimento durante el embarazo y por lo cual me permitió continuar debidamente con mis estudios, sin perder ningún semestre, ella fue una de las personas que siempre estuvo conmigo dejando de dormir, solo para estar a mi lado de compañía hasta terminar mis deberes y para quien ahora soy un ejemplo a seguir y en un futuro quiere ser una “Gran Cocinera Chef”. Así que esta graduación no es solo mía es de las 2 ella estuvo desde el primer día de clases en mi vientre y está hasta hoy en día a mi lado apoyándome a culminar mi trabajo.

AUTORÍA

Yo Evelyn Quimuña, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Evelyn Carolina Quimuña Cumbal

D.M. Quito, 06 de febrero del 2021

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 **Lcdo. Alejandro Maldonado** y por sus propios derechos en calidad de Director del trabajo fin de carrera; y la Srta. **Evelyn Quimuña** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. **Evelyn Quimuña** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante familiar de comida rápida en el sector Selva alegre, Valle de los Chillos”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del Lcdo. Alejandro Maldonado.

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

TERCERA: Los comparecientes, Lcdo. Alejandro Maldonado en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Srta. Evelyn Quimuña, 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 implementación de un restaurante familiar de comida rápida en el sector Selva alegre, Valle de los Chillos”**, 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.

D.M. Quito, febrero del 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO.....	II
AUTORÍA	IV
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDO	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XII
RESUMEN	- 14 -
INTRODUCCIÓN	- 15 -
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	- 16 -
2.1 Creación de la empresa.....	- 16 -
2.2 Descripción de la empresa	- 16 -
2.1.1 Importancia.....	- 16 -
2.1.2 Características	- 17 -
2.1.3 Actividad.	- 17 -
2.3 Tamaño de la empresa	- 17 -
2.4 Necesidades a satisfacer	- 18 -
a. Necesidad Fisiológica	- 18 -
b. Necesidad de Seguridad	- 19 -
c. Necesidad Social – Afiliación.....	- 19 -
d. Necesidad de Reconocimiento	- 19 -
e. Necesidad de Autorrealización.....	- 20 -
2.5 Localización de la empresa.....	- 20 -
2.6 Filosofía empresarial.....	- 21 -
2.6.1 Misión	- 21 -
2.6.2 Visión 2021.....	- 21 -
2.6.3 Objetivos	- 21 -
2.6.4 Meta	- 21 -
2.6.5 Estrategias.....	- 22 -
2.6.6 Políticas	- 22 -
Los trabajadores.....	- 22 -
La empresa.....	- 22 -
2.6.7 FODA	- 23 -

Fortalezas	- 23 -
Oportunidades	- 23 -
Debilidades	- 23 -
.....	- 23 -
Amenazas	- 23 -
2.7 Desarrollo organizacional.....	- 24 -
2.7.1 Tipo de estructura	- 24 -
Diferenciación.....	- 24 -
Nivel Gerencial	- 24 -
Nivel Operativo.....	- 24 -
2.7.2 Formalización	- 24 -
2.7.3 Centralización – Descentralización.....	- 25 -
2.7.4 Integración	- 25 -
2.8 Organigrama empresarial	- 25 -
2.9 Funciones del personal.....	- 26 -
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	- 29 -
3.1 Objetivo de la mercadotecnia.....	- 29 -
3.2 Investigación del mercado	- 29 -
3.2.1 Modalidad	- 29 -
3.3 Plan de Muestreo	- 29 -
3.4 Análisis de encuestas	- 30 -
Pregunta 1.....	- 30 -
Pregunta 2.....	- 31 -
Pregunta 3.....	- 32 -
Pregunta 4.....	- 33 -
Pregunta 5.....	- 34 -
Pregunta 6.....	- 35 -
Pregunta 7.....	- 36 -
Pregunta 8.....	- 37 -
Pregunta 9.....	- 38 -
Pregunta 10.....	- 39 -
Pregunta 11.....	- 40 -
Pregunta 12.....	- 42 -
3.4.1 Análisis General.....	- 43 -
3.5 Entorno Empresarial	- 43 -
3.5.1 Micro entorno.....	- 43 -

Competencia directa	- 44 -
Competencia indirecta	- 44 -
Sustitutos	- 46 -
Proveedores	- 46 -
• Intermediarios	- 48 -
• Clientes	- 48 -
3.5.2 Macro entorno	- 49 -
• Factor Político	- 50 -
• Factor Económico	- 50 -
• Factor Sociocultural	- 50 -
• Factor Tecnológico	- 51 -
3.6 Producto y Servicio	- 51 -
3.6.1 Producto esencial	- 51 -
3.6.2 Producto real	- 52 -
3.6.3 Características	- 52 -
3.6.4 Calidad	- 52 -
3.6.5 Estilo	- 53 -
3.7 Marca	- 53 -
3.7.1 Producto aumentado	- 53 -
3.8 Introducción al mercado	- 53 -
3.8.1 Distintivos y uniformes	- 53 -
Área de Cocina	- 54 -
Chef Administrador:	- 54 -
Personal de área de servicio.	- 54 -
Mesero y Recepcionista- cajera	- 54 -
3.8.2 Materiales de Identificación	- 55 -
Imagotipo.	- 55 -
Logotipo.	- 56 -
Isotipo	- 56 -
3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas	- 57 -
Promoción	- 57 -
Contacto	- 57 -
Negociación	- 57 -
Financiamiento	- 57 -
3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio	- 58 -
3.9 Fijación de Precios	- 58 -

3.9.1 Fijación de precios por receta estándar	58 -
• Pincho	61 -
• Tigrillo	62 -
Alitas BBQ	63 -
Pincho de pollo	64 -
Tigrillo	65 -
IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO	66 -
• Arriendo del local	66 -
.....	66 -
• Equipos industriales	66 -
• Equipos de computación	67 -
• Muebles y enseres	67 -
• Equipos industriales de seguridad	68 -
• Suministros de Oficina	68 -
• Servicios Básicos	68 -
• Materiales de limpieza	69 -
ESTUDIO ARQUITECTÓNICO	70 -
Estructura interna del establecimiento	70 -
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	71 -
Proceso de Impacto Ambiental y Social	76 -
5.1 Objetivo de área	76 -
5.2 Impacto ambiental	77 -
5.3 Impacto social	77 -
6. PROCESO FINANCIERO	79 -
6.1 Introducción	79 -
6.2 Inversiones	79 -
6.3 Activos diferidos	79 -
6.4 Capital de trabajo	80 -
6.5 Sueldos	81 -
6.5 Depreciación activos fijos	82 -
6.6 Amortizaciones	82 -
6.7 Estructura Capital	83 -
6.8 Tabla de amortización	83 -
6.9 Punto de equilibrio	84 -
6.10 Costo de ventas	85 -
6.11 Flujo de caja	86 -

6.12 Cálculo del TIR y VAN.....	- 87 -
6.12.1 VAN (Valor Actual Neto)	- 87 -
6.12.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	- 87 -
CONCLUSIONES	- 88 -
RECOMENDACIONES	- 89 -
ANEXOS	- 90 -
Anexo 1.....	- 90 -
Anexo 2.....	- 90 -
Anexo 3.....	- 90 -
Anexo 4.....	- 91 -
Anexo 5.....	- 91 -
Anexo 6.....	- 91 -
Anexo 7.....	- 92 -
Anexo 8.....	- 92 -
Anexo 9.....	- 92 -
Anexo 10.....	- 93 -
Anexo 11.....	- 93 -
Anexo 12.....	- 93 -
Anexo 13.....	- 94 -
Anexo 14.....	- 94 -
Anexo 15.....	- 94 -
BIBLIOGRAFÍA	- 95 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración N° 1. Pirámide de Maslow	16
Ilustración N° 2. Selva Alegre	18
Ilustración N° 3. Organigrama Empresarial Coffee Grill Verano	24
Ilustración N° 4. Méritos aspectos a considerar, gerente chef	25
Ilustración N° 5. Méritos a considerar, mesero.	26
Ilustración N° 6. Méritos a considerar, recepcionista.	27
Ilustración N° 7. Pregunta 1, gráfico circular.	30
Ilustración N°8. Pregunta 2, gráfico circular.	31
Ilustración N° 9. Pregunta 3, gráfico circular.	32
Ilustración N° 10. Pregunta 4, gráfico circular.	33
Ilustración N° 11. Pregunta 5, gráfico circular.	34
Ilustración N° 12. Pregunta 6, gráfico circular.	35
Ilustración N° 13. Pregunta 7, gráfico circular.	36
Ilustración N° 14. Pregunta 8, gráfico circular.	37
Ilustración N° 15. Pregunta 9, gráfico circular.	38
Ilustración N° 16. Pregunta 10, gráfico circular.	39
Ilustración N° 17. Pregunta 11, gráfico circular.	40
Ilustración N° 18. Pregunta 12, gráfico circular.	41
Ilustración N° 19. Esquema de microentorno Coffe Grill Verano	43
Ilustración N° 20. Mapa referencial.	44
Ilustración N° 21. Macroentorno Coffee Grill Verano	48
Ilustración N° 22. Diseño Uniforme Chef Administrador	53
Ilustración N° 23. Diseño uniforme personal del área de servicio	53
Ilustración N° 24. Imagotipo Coffee Grill Verano	54

Ilustración N° 25. Logotipo Coffee Grill Verano	55
Ilustración N° 26. Isotipo Coffee Grill Verano	55
Ilustración N° 27. Estructura interna del establecimiento	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. ¿Suele acudir a Restaurantes en familia?	31
Tabla N° 2. ¿Con qué frecuencia usted va a un restaurante de comida rápida?	32
Tabla N° 3. ¿Cuál de estos platillos le gusta consumir?	33
Tabla N° 4. ¿Cuál cárnico es de su preferencia?	34
Tabla N° 5. ¿Con qué tipo de papas le gustaría acompañar su comida?	35
Tabla N° 6. ¿Cuándo visita un restaurante regularmente con quién va?	36
Tabla N° 7. ¿Qué presupuesto normalmente gasta en un restaurante por persona?	37
Tabla N° 8. ¿Sería de su agrado que en un restaurante de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?	38
Tabla N° 9. ¿Con que medios de diversión le gustaría que cuente el restaurante?	39
Tabla N° 10. ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertara en el restaurante?	40
Tabla N° 11. ¿Qué valora usted en un restaurante?	41
Tabla N° 12. ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?43	
Tabla N° 13. Proveedores	47
Tabla N° 14. Financiamiento publicidad	58
Tabla N° 15. Alitas BBQ, receta estándar de costos	60
Tabla N° 16. Pincho, receta estándar de costos	61
Tabla N° 17. Tigrillo, receta estándar de costos	62
Tabla N° 18. Alitas BBQ, receta estándar de producción	63
Tabla N° 19. Pincho de pollo, receta estándar de producción	64
Tabla N° 20. Tigrillo, receta estándar de producción	65

Tabla N° 21. Arriendo del local	66
Tabla N° 22. Equipos industriales	67
Tabla N°23. Equipos de computación	67
Tabla N° 24. Muebles y enseres	68
Tabla N° 25. Equipos industriales de seguridad	68
Tabla N° 26. Suministros de oficina.	69
Tabla N° 27. Servicios básicos	69
Tabla N° 28. Materiales de limpieza	70
Tabla N° 29. Inversiones	80
Tabla N° 30. Activos diferidos	81
Tabla N° 31. Activos diferidos	81
Tabla N° 32. Sueldos	82
Tabla N° 33. Décimos	82
Tabla N° 34. Sueldos Totales	82
Tabla N° 35. Depreciación de activos fijos	83
Tabla N° 36. Amortizaciones	83
Tabla N° 37. Capital	84
Tabla N° 38. Amortización	84
Tabla N° 39. Datos punto de equilibrio	85
Tabla N° 40. Margen de contribución	86
Tabla N° 41. Punto de equilibrio	86
Tabla N° 42. Ventas/Costos Proyectadas	86
Tabla N° 43. Flujo de venta	87
Tabla N° 44. VAN/TIR	88

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se busca la viabilidad económico-financiera del “Plan de negocios para implementar un restaurante familiar de comida rápida en el sector Selva Alegre, Valle de los Chillos”, cuyos potenciales clientes son de todo tipo: hombres y mujeres de todas las edades, que busquen servicios gastronómicos de calidad, variedad de comida en un ambiente agradable y seguro.

El servicio de restauración rumiñahuense vive un cambio continuo, apegándose a los gustos de cada persona y con eso aporta al crecimiento económico del cantón, esto se traduce en generación de empleo e ingresos locales. Hoy en día la gastronomía está pasando por un duro momento como todos los negocios por causa del COVID19, sin embargo, un establecimiento de comida es un negocio atractivo y rentable para los pequeños emprendedores que apuestan por este rubro.

El sector de Selva Alegre se ha convertido en un destino culinario por la gran variedad de restaurantes de comida tradicional y criolla, para lo cual se ha optado por implementar un negocio diferente a los demás en el cual se ofrecerá variedad de platillos de comida rápida en un ambiente familiar.

En este estudio se analiza en primer lugar el entorno empresarial, para determinar la situación del sector y la demanda potencial, se presenta el plan de operaciones con la finalidad de determinar la producción y los procesos de servicio, para lo cual le sigue un plan de marketing para definir las estrategias del negocio y posicionar el producto en el mercado. De igual forma se realiza el diseño y la estructura del mismo y por último se elabora el plan financiero, con el cual se determinó que el proyecto es viable y rentable económicamente.

INTRODUCCIÓN

La gran industria de la gastronomía se encuentra en un auge temporal, por razón de la emergencia sanitaria COVID19, sin embargo, la industria de la comida a sobrellevado esta situación con las debidas normas de bioseguridad, lo cual influye de manera positiva al sector gastronómico.

En los últimos años, el sector gastronómico en el cantón Rumiñahui ha presentado un fuerte crecimiento, por lo tanto, otorga un mayor dinamismo a la economía, este incremento se evidencia con la expansión de restaurantes en las diferentes zonas de nuestra localidad.

Hoy en día visitar restaurantes ha dejado de ser algo eventual y se ha convertido en algo cotidiano; ya que en los diferentes establecimientos de comida encuentran un espacio para socializar y concretar negocios.

Ante esta oportunidad, surge la iniciativa de elaborar un plan de negocios para la implementación de un restaurante familiar de comida rápida en el sector de Selva Alegre, Valle de los Chillos. Los restaurantes existentes en la localidad no logran satisfacer la demanda del servicio, ya que la mayoría de estos solo ofertan comida tradicional y criolla, por lo cual hay un gran margen de clientes insatisfechos, a los que apuntaríamos como potenciales consumidores.

Nuestro estudio se ha dividido en siete capítulos, en donde se expone la información general del proyecto, se analiza el entorno empresarial, para definir la situación del sector y la demanda potencial. También, se presenta el plan estratégico de la empresa, la visión, misión y objetivos del mismo.

Seguidamente, se establece el plan de marketing, objetivos y estrategias de precio, servicio y posicionamiento. Se toma en cuenta también los papeles que se requieren para la apertura del negocio.

En el penúltimo capítulo, se muestra el plan financiero, en el cual se determinó que el proyecto es viable y rentable económicamente, ya que obtiene un VAN \$5.307,47 y la TIR es de 18,50%, se considera que el proyecto es viable y rentable desde el punto de vista financiero. Por último, se culmina con las conclusiones y recomendaciones.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Coffee Grill Verano surge de la necesidad de implementar un restaurante de ambiente tipo familiar, pues por el territorio y su gente requiere un establecimiento donde se pueda degustar platillos y poder tener una charla amena y tranquila en un lugar diferente. Por otro lado, Selva Alegre se encuentra en una zona comercial, tradicional, turística y gastronómica por lo que se considera un lugar de interés para implementar un restaurante.

Los ejes fundamentales en los que se va a trabajar son: la correcta aplicación de técnicas y métodos de cocina en el proceso de producción, a través de precios accesibles.

2.2 Descripción de la empresa

El restaurante “Coffee Grill Verano “es una microempresa ubicada en la Av. Juan de Salinas en el barrio Selva Alegre del Cantón Rumiñahui debido a la gran afluencia de gente en el sector, siendo reconocido por ser una zona comercial, tradicional, turística y gastronómica.

Coffee Grill Verano es un restaurante de tipo familiar, destinado a personas de toda edad en el cual se ofrecerá comida rápida en un ambiente de paz y tranquilidad en uno de los sectores más céntricos de valle de los chillos.

2.1.1 Importancia

La cocina es una forma no solo de cubrir una necesidad, sino de ofertar productos de calidad para cada uno de los comensales que visiten el establecimiento.

Además de ello, es importante que los negocios de cocina vuelvan su mirada a la producción de los lugares en donde desarrollan sus actividades, ayudando de esta forma con la economía de sus localidades.

2.1.2 Características

Responsabilidad Social: Coffee Grill Verano es un restaurante que está a disposición de sus comensales para ofrecer un espacio tranquilo en el que puedan realizar reuniones o sentarse a charlar. Tiene como compromiso social apoyar a quien más lo necesite y adquirir productos en los mercadillos aledaños y no recurrir tanto a empresas grandes, por lo tanto, tiene una responsabilidad con sus colaboradores y clientes, así como con el pueblo rumiñahuense.

Investigación e innovación: Coffee Grill Verano es un restaurante que pretende llegar a sus comensales con variedad e innovación de platillos, por medio de una investigación exhaustiva que revele las preferencias de las personas que visitan regularmente el establecimiento.

Profesionales apasionados y con amor por el servicio: Considerando que la cocina es una profesión de amor y pasión, en Coffee Grill Verano se trata de ofrecer estos dos componentes ya que un cliente no solamente busca comer, sino que desea disfrutar de un espacio diferente y vivir una experiencia nueva de sabores.

2.1.3 Actividad.

Coffee Grill Verano es un establecimiento de servicio, específicamente un restaurante de tipo familiar en donde se servirán alimentos y bebidas de comida rápida con un toque de innovación y modernidad, es de tercera categoría y está enfocado en un target medio.

2.3 Tamaño de la empresa

Coffee Grill Verano es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva (encargada de compras, administración general y cooperación estratégica), área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente chef.
- Mesero Multiservicios
- Recepcionista/cajero (Multiservicios)

2.4 Necesidades a satisfacer

Ilustración N°1. Pirámide de Maslow

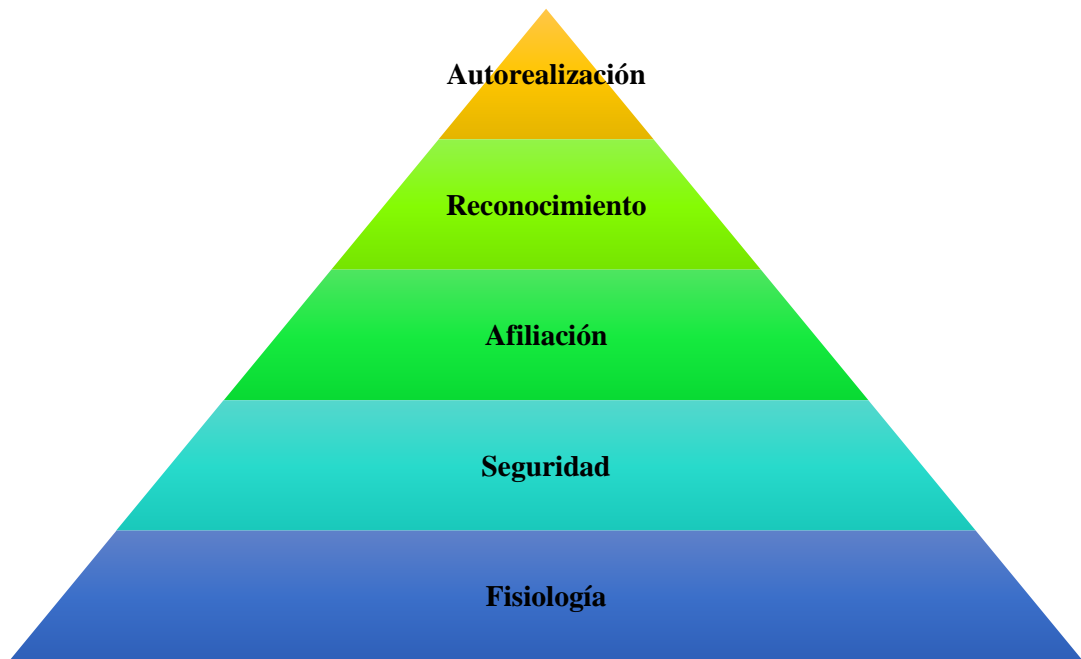


Gráfico N°1. Quimuña, E. (2021). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>

a. Necesidad Fisiológica

Al ser una empresa de alimentos y bebidas, la necesidad fisiológica de alimentación está directamente satisfecha por la empresa.

b. Necesidad de Seguridad

Es necesario especificar varios niveles de seguridad que satisfacer. Primero está la seguridad alimentaria, que consiste en brindar buenas prácticas de manufactura. Contar con un estricto control en la cadena de producción de alimentos y bebidas que se ofertan en el restaurante haciendo énfasis en la bioseguridad, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del platillo al cliente.

Luego está la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro, además de contar con un espacio seguro destinado para el estacionamiento de sus vehículos.

Finalmente está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental.

c. Necesidad Social – Afiliación.

De igual manera en esta necesidad, se deben analizar dos partes. La primera es interna y trata sobre estimular un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades de cada trabajador sean consideradas y valoradas, sintiéndose así parte de la empresa y no solo una pieza más en el restaurante, aparte de esto, es necesario incentivar las habilidades individuales de cada uno.

La siguiente es externa y se trata de la relación entre empresa y clientes. Coffee Grill Verano buscará siempre entrelazar relaciones de confianza hacia sus clientes y con otros colaboradores como proveedores a través de: comunicación efectiva, un proceso controlado y supervisado de producción para garantizar calidad constante y una continua capacitación al personal buscando entregar un servicio de primera.

d. Necesidad de Reconocimiento

Mediante una investigación del lugar y sus alrededores, se concluyó que las personas buscan un lugar donde sentarse a comer y poder charlar un momento en un espacio tranquilo, el cual entregue productos finales de primera calidad a precios accesibles de esta forma se pretende cubrir esta necesidad.

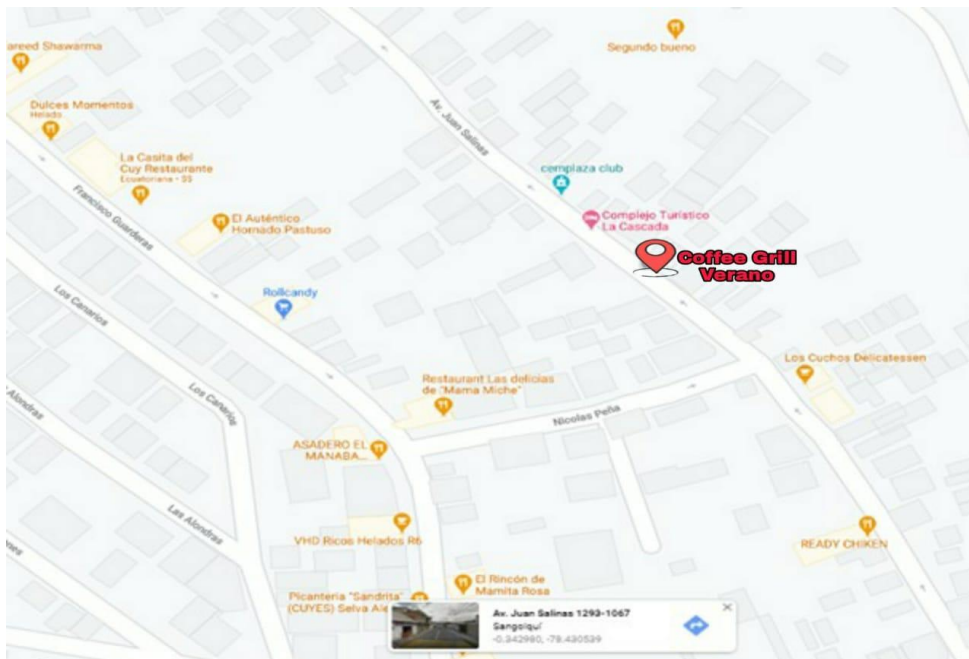
e. Necesidad de Autorrealización

Coffee Grill Verano pretende ser una empresa reconocida no solo por su comida, sino por el buen ambiente del lugar y el servicio de primera de sus trabajadores hacia los comensales.

2.5 Localización de la empresa

Coffee Grill Verano estará ubicado en el Barrio Selva Alegre, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, Ecuador, en la calle principal, Av. Juan de Salinas, barrio central.

Ilustración N° 2. Selva Alegre



Google Maps. (2021). *Barrio Selva Alegre*. [Mapa satelital]. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Barrio+Selva+Alegre,+Sangolqu%C3%AD/@-0.3457239,-78.4325819,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5bcf58e2e303d:0xab2968c4198c439!8m2!3d-0.3476228!4d-78.4311401?hl=es&authuser=0>

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

Coffee Grill Verano es un restaurante que mediante investigación pretende posicionarse en uno de los mejores lugares de comida rápida del barrio, haciendo uso de los productos locales de primera calidad y un equipo de trabajo capacitado tanto técnica como humanamente y ser así una de las primeras opciones de los comensales.

2.6.2 Visión 2021.

Establecerse como un referente de restaurante de tipo familiar en donde encontrarán un espacio para compartir un momento ameno y tranquilo fuera de lo cotidiano.

2.6.3 Objetivos

- * Ofrecer al cliente la experiencia de degustar su comida en un lugar tranquilo y cómodo en el que se puede quedar a charlar con su pareja, amigos o familia.
- * Brindar un servicio de buena calidad y precios razonables.
- * Contar con un equipo de trabajo altamente profesional, capaz y apasionado por la cocina.

2.6.4 Meta

Tener un restaurante multifuncional y con liquidez en el plazo de un año a partir de su apertura, que pueda generar ingresos suficientes para cubrir las necesidades mismas de la empresa y lograr una constante rentabilidad.

2.6.5 Estrategias

- Analizar las preferencias y necesidades de los potenciales consumidores del sector mediante un estudio de mercado.
- Diseñar un menú amplio y atractivo en base a las preferencias estudiadas que conste tanto de alimentos como de bebidas.
- Proporcionar servicios varios que fueren requeridos por los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades.

2.6.6 Políticas

Los trabajadores.

- * Ser puntuales y responsables, cumplir con los horarios y tareas establecidos por áreas.
- * Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- * Cuidar de su aseo y presentación personal.
- * Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas.
- * Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa.
- * Respetar y considerar a sus compañeros de trabajo.
- * No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.

La empresa

- * Es responsable del bienestar físico y emocional de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- * Cumplirá con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas.
- * Mantendrá siempre una calidad constante en sus productos a través de la implementación de procesos y sistemas de producción, y control de calidad en todas las áreas.

- * Capacitará a su personal para que pueda brindar a los clientes un servicio de primera, dichas capacitaciones se realizarán de forma anual con todo el personal del restaurante.

2.6.7 FODA

Fortalezas

- * Productos frescos y de calidad.
- * Estudios de tercer nivel en la rama de cocina.
- * Un equipo de trabajo profesional, comprometido y apasionado.
- * Contar con un ambiente diferente a lo cotidiano.

Oportunidades.

- * Mejorar las instalaciones conforme vaya pasando el tiempo.
- * Aportar a la economía de la localidad.
- * El lugar es considerado una de las zonas de turismo gastronómico del Cantón Rumiñahui.
- * Sin tanta competencia en cuanto a negocios de este tipo con un enfoque innovador en el sector.

Debilidades

- * Capital limitada al iniciar el negocio.
- * La poca visibilidad del restaurante por la razón que está en una calle principal.
- * El concepto podría no ser captado bien al principio para el target deseado.
- * Poca afluencia de gente hasta darse a conocer.

Amenazas.

- * Inestabilidad política, social y económica del país.
- * La pandemia a nivel nacional y mundial.

- * Sobrepuestos en maquinaria que se requiere para el establecimiento
- * Escaso control por parte del estado en los precios de la materia prima.

2.7 Desarrollo organizacional.

2.7.1 Tipo de estructura

Diferenciación.

En Coffee Grill Verano la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos de la cadena de mando, esto se hará para facilitar la ejecución y supervisión de procesos.

La organización será en orden jerárquico y estará estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial

Chef y propietario

Nivel Operativo

Meseros

Recepcionista- Cajero

2.7.2 Formalización

La empresa se registrará a manuales de procedimientos, políticas y estrategias basadas en la misión creada para su identificación y en la búsqueda del cumplimiento del

ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia 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.

2.7.3 Centralización – Descentralización

2.7.4 Integración

La empresa se regirá a manuales de procedimientos, políticas y estrategias basadas en la misión creada para su identificación y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia 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.

2.8 Organigrama empresarial

Ilustración N° 3. Organigrama Empresarial Coffee Grill Verano

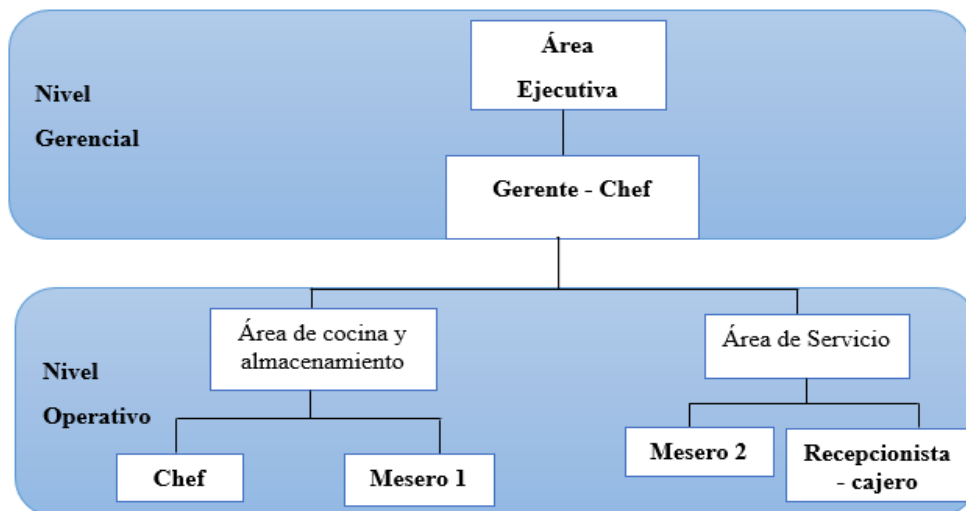


Gráfico N° 2. Quimuña, E. (2021). *Organigrama empresarial Coffee Grill Verano*. Quito

2.9 Funciones del personal

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

Empresa	Coffee Grill Verano
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Supervisar y dirigir la cocina en cuanto a preparación y cocinado de la comida, mantener al día el inventario de cocina y cumplir con los estándares de seguridad y limpieza. Gestionar y atender las quejas de empleados y clientes.
Denominación del puesto	Gerente Chef.
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución.
Remuneración	\$ 500
Méritos a considerar	

Ilustración N° 4. Méritos aspectos a considerar, gerente chef

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente-Chef.	-Procesamiento de alimentos. -Protocolo de servicio. -Administración de empresas; alimentos y bebidas. -Conocimiento y dominio sobre alimentos y bebidas	-Adaptabilidad. -Análisis de problemas. -Automotivación. -Atención al cliente. -Creatividad. -Desarrollo de subordinados. -Tolerancia al estrés. -Liderazgo. -Integridad. -Planificación y organización. -Trabajo en equipo. -Responsabilidad

PUESTO DE MESERO

Detalles generales del puesto de mesero.

Empresa	Coffee Grill Verano
Unidad administrativa	Área de producción y servicio
Misión del puesto	Servir y guiar al cliente durante su experiencia en el establecimiento, no solo tomando órdenes o sirviendo platos sino explicándoles, si fuese necesario. Apoyar en el área de producción de ser necesario.
Denominación del puesto	Mesero Multiservicios
Rol del puesto	Atención al cliente, servicio a la mesa, toma de pedidos y guía del cliente durante su experiencia en el restaurante. De ser necesario ayudar en cocina al Gerente Chef.
Remuneración	\$ 400

Méritos a considerar

Ilustración N° 5. Méritos a considerar, mesero.

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Educación mínima de tecnólogo en gastronomía o bachiller.	Al menos 6 meses comprobables de experiencia.	-Protocolo de servicio. -Atención al cliente. -Toma de comandas. -Conocimiento sobre producción y manipulación alimentos y bebidas	-Adaptabilidad. -Automotivación. -Comunicación persuasiva. -Compromiso. -Decisión. -Tolerancia al estrés. -Capacidad de escucha. -Integridad. -Sociabilidad. -Responsabilidad.

Ilustración N°2. Quimuña, E. (2021). Méritos a considerar gerente, mesero. Quito

PUESTO DE CAJERO - RECEPCIONISTA

Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.

Empresa	Coffee Grill Verano.
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Estará encargado de la cobranza en la caja y de ser necesario servir de apoyo a los meseros, responsable de reservas y asignación de mesas.
Denominación del puesto	Recepcionista Multiservicios
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, apoyo, toma de comandas, realización de reservas, asignación de mesas.
Remuneración	\$ 400
Méritos a considerar	

Ilustración N° 6. Méritos a considerar, recepcionista.

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo superior en administración o contabilidad.	Al menos 6 meses comprobables de experiencia.	<ul style="list-style-type: none"> -Protocolo de servicio. -Atención al cliente. -Manejo de sistemas informáticos. -Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. -Cobranza y manejo de dinero. 	<ul style="list-style-type: none"> -Multiservicios -Adaptabilidad. -Análisis de problemas. -Atención al cliente. -Comunicación verbal y no verbal persuasiva. -Comunicación escrita. -Compromiso. -Tolerancia al estrés. -Responsabilidad. -Sociabilidad. -Trabajo en equipo.

Ilustración N° 3. Quimuña, E. (2021). *Méritos a considerar, recepcionista*. Quito.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de la mercadotecnia

Coffee Grill Verano pretende adentrarse en la mente de los posibles consumidores por medio de la difusión de la imagen, productos y servicios del restaurante a través de diversos medios digitales, especialmente redes sociales: Facebook, Instagram, Whatsapp Bussines, atrayendo así potenciales clientes.

3.2 Investigación del mercado

Para la recaudación de datos se consideró la investigación aplicada, documental y de campo en la elaboración de la investigación de mercado. Para la primera se realizó un estudio sobre el lugar, las personas que habitan y sus gustos con el objetivo de presentar un restaurante el cual este acorde a sus expectativas. Para lo cual se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias que se reflejarán información sobre qué tipos de restaurantes han pasado por el lugar.

Por último, se recurrió a la investigación de campo para recaudar información sobre el lugar en el que se desenvolverá el restaurante, aplicando dos técnicas de recaudación de información que son una encuesta

3.2.1 Modalidad

La recolección de datos se realizó por medio de encuestas procesadas de forma virtual mediante la aplicación Google Forms, consta de un número de 12 preguntas cerradas con la finalidad de obtener datos reales fáciles de representar.

3.3 Plan de Muestreo

En este documento no existe un universo definido puesto que realizar un estudio de mercado en esta situación implica un riesgo de salud (COVID 19), por lo cual, se han tomado como elementos claves de estudio a personas económicamente activas tanto de Sangolquí por su cercanía con el barrio Selva Alegre y a las mismas personas que residen en el lugar, puesto que el establecimiento está dirigido a un público local. Para reflejar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{140 * [1.96]^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * [140 - 1] + [1.96]^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{134.456}{1.3079}$$

$$n = 100$$

3.4 Análisis de encuestas

Pregunta 1.

Tabla N° 1. ¿Suele acudir a Restaurantes en familia?

¿Suele acudir a Restaurantes en familia ?		
Respuesta	Cantidad	%
Si	90	90%
No	10	10%
Total	100	100%

Tabla N° 1. Quimuña, E. (2021). *¿Suele acudir a Restaurantes en familia?* Quito.

Ilustración N° 7. Pregunta 1, gráfico circular.

1. ¿Suele acudir a Restaurantes en familia ?

100 respuestas

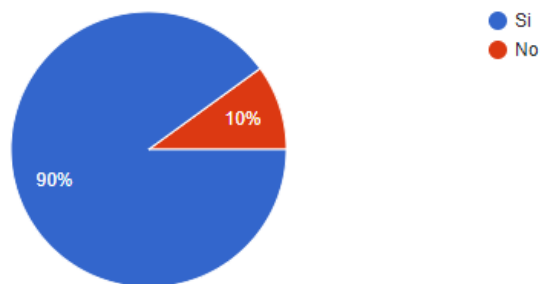


Gráfico N° 3. Quimuña, E. (2021). Pregunta 1, gráfico circular.

Análisis: Los encuestados manifestaron en su mayoría que, si visitan Restaurantes acompañados de su familia, apenas el 10% de ellos dicen no visitar restaurantes acompañados de sus familiares, esto representa una clara ventaja para dicho emprendimiento ya que ese es el objetivo principal brindar un espacio familiar para los comensales.

Pregunta 2.

Tabla N° 2. ¿Con qué frecuencia usted va a un restaurante de comida rápida?

¿Con qué frecuencia usted va a un restaurante de comida rápida?		
Respuesta	Cantidad	%
1 vez a la semana	45	45%
1 vez al mes	38	38%
Cada 15 días	15	15%
No consume comida rápida	2	2%
Total	100	100%

Tabla N° 2. Quimuña, E. (2021). ¿Con que frecuencia usted va a un restaurante de comida rápida? Quito.

Ilustración N° 8. Pregunta 2, gráfico circular.

2. ¿Con que frecuencia usted va a un restaurante de comida rápida?

100 respuestas

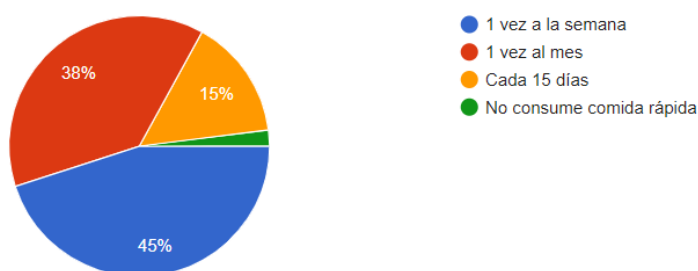


Gráfico N° 4. Quimuña, E. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. Quito.

Análisis: En base a las respuestas se deduce que los consumidores regularmente visitan restaurantes de comida rápida. La mayor parte de los encuestados afirma que va 1 vez a la semana o 1 vez al mes y eso es un punto a favor ya que podrían ser posibles consumidores.

Pregunta 3.

Tabla N° 3. ¿Cuál de estos platillos le gusta consumir?

¿Cuál de estos platillos le gusta consumir?		
Respuesta	Cantidad	%
Alitas BBQ	55	55%
Pinchos	38	38%
Hamburguesa	17	17%
Total	100	100%

Tabla N° 3. Quimuña, E. (2021). *¿Cuál de estos platillos le gusta consumir?* Quito.

Ilustración N° 9. Pregunta 3, gráfico circular.

3. ¿Cuál de estos platillos le gusta consumir?

100 respuestas

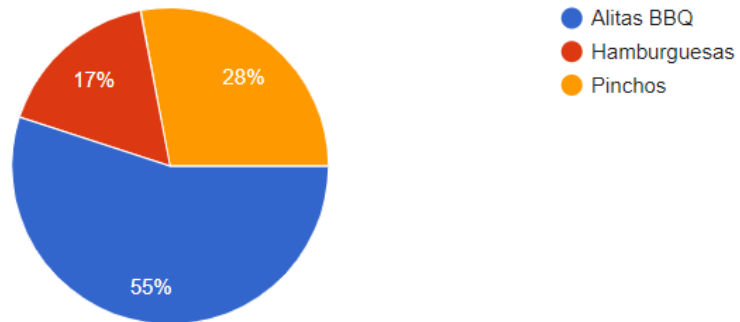


Gráfico N° 5. Quimuña, E. (2021). *Pregunta 3, gráfico circular.* Quito.

Análisis: De acuerdo a las respuestas de los encuestados se podría considerar a las alitas BBQ como el platillo estrella ya que un poco más de la mitad ha optado por esta respuesta. Es decir que el restaurante en base a este medio tomará las decisiones para dar el mejor servicio a sus posibles consumidores.

Pregunta 4.

Tabla N° 4. *¿Cuál cárnico es de su preferencia?*

¿Cuál cárnico es de su preferencia?		
Respuesta	Cantidad	%
Pollo	53	53%
Chuleta	33	33%
Carne	14	14%
Total	100	100%

Tabla N° 4. Quimuña, E. (2021). *¿Cuál cárnico es de su preferencia?* Quito.

Ilustración 10. Pregunta 4, gráfico circular.

4. ¿Cuál cárnico es de su preferencia?

100 respuestas

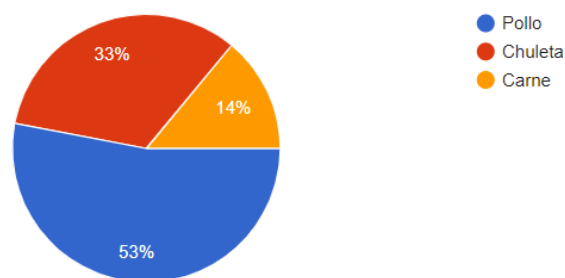


Gráfico N° 6. Quimuña, E. (2021). *Pregunta 4, gráfico circular.* Quito.

Análisis: La mayor parte de encuestados optó por el pollo como el cárnico de su preferencia, eso quiere decir que se debería ofertar más platillos en base a esa proteína. Teniendo en cuenta que la mayor parte no quiere decir que sean todos así que en general se agregarán los 3 tipos de cárnicos para los gustos de todos.

Pregunta 5.

Tabla N° 5. *¿Con qué tipo de papas le gustaría acompañar su comida?*

¿Con qué tipo de papas le gustaría acompañar su comida?		
Respuesta	Cantidad	%
Fritas	28	28%
Rústicas	21	21%
Cocinadas	30	30%
Fritas picantes	21	21%
Total	100	100%

Tabla N° 5. Quimuña, E. (2021). ¿Con que tipo de papas le gustaría acompañar su comida? Quito.

Ilustración N° 11. Pregunta 5, gráfico circular.

5. ¿Con que tipo de papas le gustaría acompañar su comida?

100 respuestas

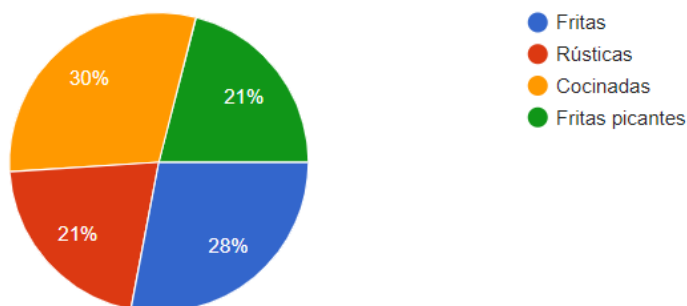


Gráfico N° 7. Quimuña, E. (2021). Pregunta 5, gráfico circular. Quito.

Análisis: En base a esta pregunta se obtuvo diferentes respuestas y casi parejas, en cuanto se puede deducir que se podría analizar la opción de ofertar en el restaurante esta variedad de papas en los platillos.

Pregunta 6.

Tabla N° 6. ¿Cuándo visita un restaurante regularmente con quién va?

¿Cuándo visita un restaurante regularmente con quién va?		
Respuesta	Cantidad	%
Familia	65	65%
Amigos	23	23%
Pareja	11	11%
Solo	1	1%
Total	100	100%

Tabla N° 6. Quimuña, E. (2021). *¿Cuándo visita un restaurante regularmente con quién va?* Quito.

Ilustración N° 12. Pregunta 6, gráfico circular.

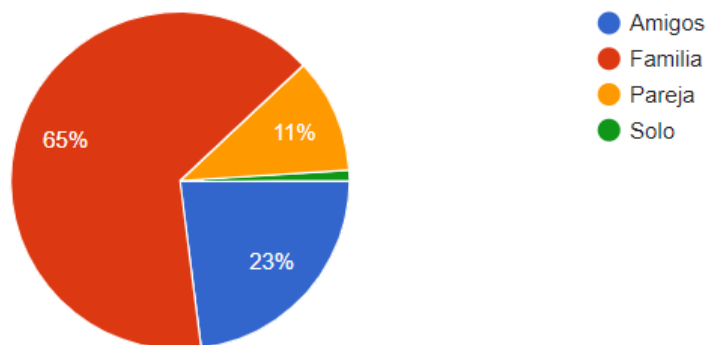


Gráfico N° 8. Quimuña, E. (2021). *Pregunta 6, gráfico circular.* Quito.

Análisis: La mayor parte de los encuestados respondió que van regularmente a restaurantes con familia y es un punto muy importante, ya que eso quiere decir que van entre 3 o más personas a un establecimiento de comida.

Pregunta 7.

Tabla N° 7. ¿Qué presupuesto normalmente gasta en un restaurante por persona?

¿Qué presupuesto normalmente gasta en un restaurante por persona?		
Respuesta	Cantidad	%
\$1 a \$5	15	15%
\$5 a \$10	52	52%
\$10 a \$20	33	33%
Total	100	100%

Tabla N° 7. Quimuña, E. (2021). *¿Qué presupuesto normalmente gasta en un restaurante por persona?* Quito.

Ilustración N° 13. Pregunta 7, gráfico circular.

7. ¿Qué presupuesto normalmente gasta en un restaurante por persona?

100 respuestas

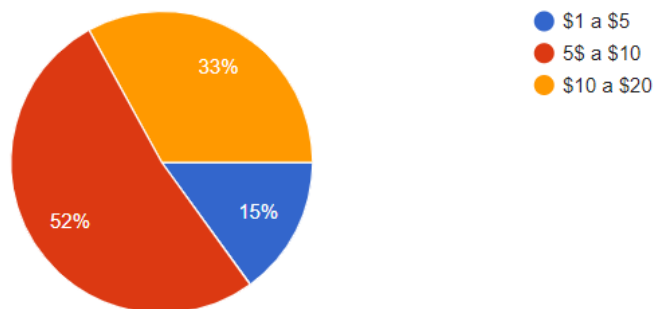


Gráfico N° 9. Quimuña, E. (2021). *Pregunta 7, gráfico circular.* Quito.

Análisis: En base a las encuestas, se deduce que la mayor parte de comensales gasta un presupuesto de \$5 a \$10 por persona, esa respuesta ayuda a valorar el precio aproximado de venta al público para cada platillo a ofertar.

Pregunta 8.

Tabla N° 8. ¿Sería de su agrado que en un restaurante de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?

¿Sería de su agrado que en un restaurante de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?		
Respuesta	Cantidad	%
Si	71	71%
No	29	29%
Total	100	100%

Tabla N° 8. Quimuña, E. (2021). *¿Sería de su agrado que en un restaurante de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?* Quito.

Ilustración N° 14. Pregunta 8, gráfico circular.

8. ¿Sería de su agrado que en un restaurante de tipo familiar oferten bebidas alcohólicas?
100 respuestas

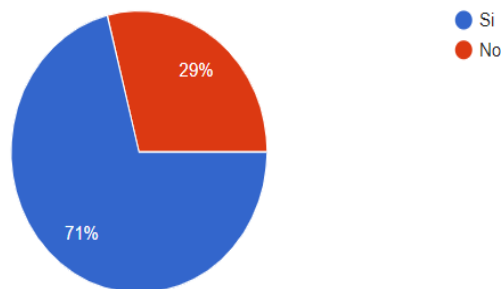


Gráfico N° 10. Quimuña, E. (2021). *Pregunta 8, gráfico circular.* Quito.

Análisis: Tomando en cuenta que es un restaurante de tipo familiar, se ha optado por tomar mucho en cuenta el criterio de las personas, ya que un entorno familiar no implica solo niños también hay personas adultas las cuales quieren tomar un cóctel o una cerveza mientras platican y la respuesta que ha arrojado las encuestas es muy positiva para la implementación de bebidas alcohólicas en el restaurante ya que más de la mitad está de acuerdo en lo propuesto.

Pregunta 9.

Tabla N° 9. ¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente el restaurante?

¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente el restaurante?		
Respuesta	Cantidad	%
Zona infantil	21	21%
Juegos para adultos	12	12%
Ambos	67	67%
Total	100	100%

Tabla N° 9. Quimuña, E. (2021). ¿Con que medios de diversión le gustaría que cuente el restaurante? Quito.

Ilustración N° 15. Pregunta 9, gráfico circular.

9. ¿Con que medios de diversión le gustaría que cuente el restaurante?

100 respuestas

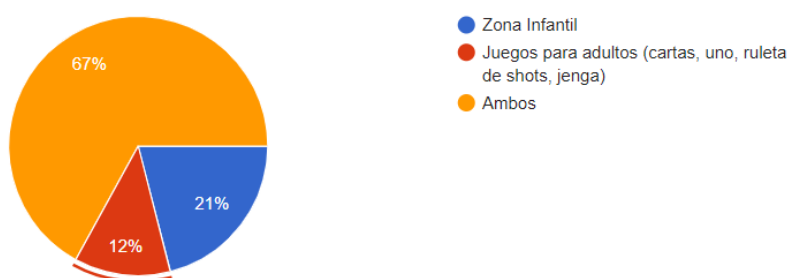


Gráfico N° 11. Quimuña, E. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Quito.

Análisis: Tomando en cuenta que no solo los niños buscan un medio de distracción o diversión se ha pensado la opción de incrementar juegos disponibles para los jóvenes y adultos que opten por los servicios del restaurante. Por medio de esta encuesta se ha recibido un apoyo positivo a la idea mencionada, logrando el apoyo de más de la mitad de encuestados.

Pregunta 10.

Tabla N° 10. ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertará en el restaurante?

¿Con qué medios de diversión le gustaría que cuente el restaurante?		
Respuesta	Cantidad	%
Cerveza	36	36%
Cócteles	57	57%
Chupitos	7	7%
Total	100	100%

Tabla N° 10. Quimuña, E. (2021). ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertara en el restaurante? Quito.

Ilustración N° 16. Pregunta 10, gráfico circular.

10. ¿Cuál bebida alcohólica le gustaría que se ofertara en el restaurante?

100 respuestas

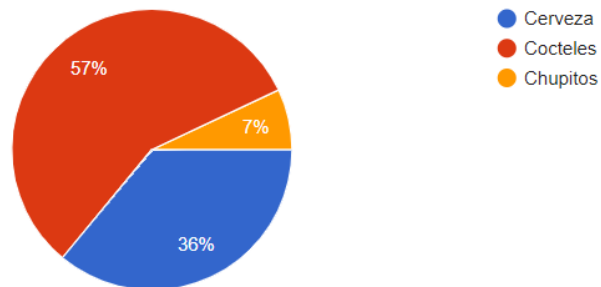


Gráfico N° 12. Quimuña, E. (2021). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

Análisis: Por medio de esta encuesta se ha tomado en cuenta el apoyo de los futuros comensales hacia las bebidas alcohólicas reflejando un 57% como producto principal; los cócteles. Mediante este medio se analiza el posible incremento de bebidas alcohólicas en el establecimiento.

Pregunta 11.

Tabla N° 11. ¿Qué valora usted en un restaurante?

¿Qué valora usted en un restaurante?		
Respuesta	Cantidad	%
Precio	3	3%
Calidad de servicio	34	34%
Comodidad del lugar	17	17%
Calidad del producto	45	45%
Delivery	1	1%
Total	100	100%

Tabla N° 11. Quimuña, E. (2021). *¿Qué valora usted en un restaurante?* Quito.

Ilustración N° 17. Pregunta 11, gráfico circular.

11. ¿Qué valora usted en un restaurante?

100 respuestas

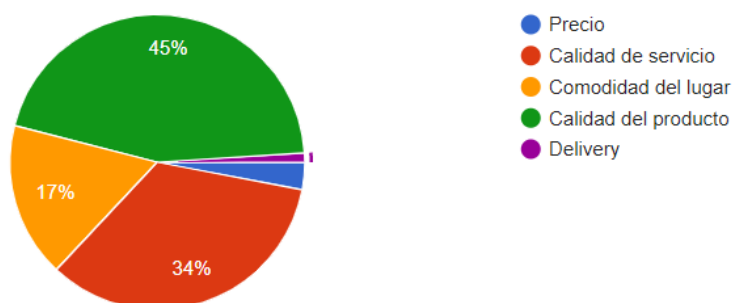


Gráfico N° 13. Quimuña, E. (2021). *Pregunta 11, gráfico circular.* Quito.

Análisis: Observando el resultado que arroja esta pregunta queda claro que lo principal que busca o le impresiona a un comensal en un establecimiento es la calidad de servicio y la calidad del producto. De acuerdo a esto Coffee Grill Verano es un establecimiento que está dispuesto a ofertar los mejores productos de calidad y un buen servicio a sus clientes.

Pregunta 12.

Tabla N° 12. ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?

¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?		
Respuesta	Cantidad	%
\$1,50	30	30%
\$2,50	62	62%
\$3,50	8	8%
Total	100	100%

Tabla N° 12. Quimuña, E. (2021). ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?

Ilustración N° 18. Pregunta 12, gráfico circular.

12. ¿Qué costo adicional estaría dispuesto a pagar por un delivery a su hogar?

100 respuestas

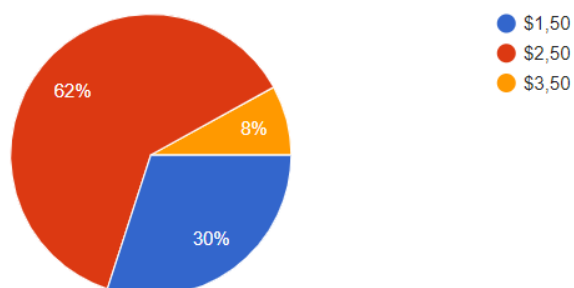


Gráfico N° 14. Quimuña, E. (2021). Pregunta 12, gráfico circular. Quito.

Análisis: De acuerdo a la encuesta se puede observar que \$2,50 es el rango económico del que están dispuestos a pagar los consumidores para el servicio de delivery, por lo cual se debe tener en cuenta para un futuro.

3.4.1 Análisis General.

Como primer punto, de acuerdo a las encuestas la gran mayoría de personas ha mencionado que asisten a restaurantes en familia, el cual es un gran punto a favor, ya que Coffee Grill Verano es un Restaurante de tipo Familiar que pretende introducirse en el mercado para ofrecer un buen ambiente y ofertar productos de calidad.

Así mismo de las 100 personas encuestadas, gran parte acostumbra ir regularmente a establecimientos de comida rápida, es otro punto a considerar ya que los productos que se ofrecen en el restaurante son de ese tipo, es decir que es necesario trabajar en una campaña de fidelización con ellos para lograr que se conviertan en clientes regulares.

Sobre el punto de las bebidas alcohólicas, se toma en cuenta de que no se puede mezclar a personas tomando alrededor de menores de edad, por esta razón Coffee Grill Verano ha optado por posicionar la zona infantil en un lado diferente a la zona de adultos, teniendo en cuenta que no todos tienen niños pequeños y de acuerdo a las encuestas, los consumidores también visitan los establecimientos con amigos o pareja. También se pondrá un horario específico en el cual se puede vender y consumir dichas bebidas.

En cuanto al restaurante manejara un lineamiento óptimo de ofertar productos de calidad y un buen servicio apto para los consumidores. En cuanto al servicio a domicilio será adecuado y apegado al rango económico de acuerdo a las encuestas.

Los encuestados manifestaron en gran parte su preferencia por el platillo estrella del restaurante que son las alitas BBQ, en lo cual también se analizó qué variedad de papas les gustaría que se ofreciera, para lo cual se obtuvo diferentes respuestas dando como resultado el posible incremento de estas variedades en la carta.

En conclusión, tras analizar los datos se determina que Coffee Grill Verano es un negocio viable puesto que tiene buena acogida en el mercado estudiado.

3.5 Entorno Empresarial

3.5.1 Micro entorno.

Coffee Grill Verano considera su micro entorno a todo aquello que lo rodea sobre lo cual tenga un impacto directo en la capacidad de ofrecer un producto o servicio.

Ilustración N° 19. Esquema de microentorno Coffee Grill Verano

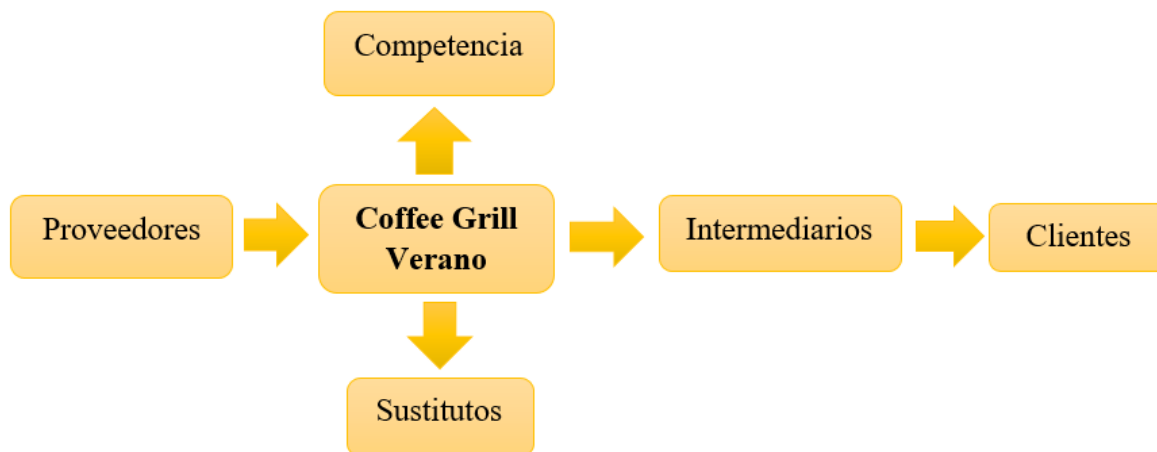


Gráfico N° 15. Quimuña, E. (2020). *Esquema microentorno Coffee Grill Verano*. Quito.

Competencia directa

Después de haber realizado un recorrido en el sector donde se va a situar el restaurante, no se encontró competencia directa alguna. Los parámetros que se tomaron en cuenta para evaluar a la competencia directa fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos a ofertar.

Competencia indirecta

En el sector de Selva Alegre, a su alrededor, existen varios establecimientos que se podrían considerar como competencia indirecta. En la Av. Francisco Guarderas se puede encontrar 5 restaurantes en los cuales están 2 de comida tradicional y 2 de comida rápida.

*"La hueca del cuy": un establecimiento de comida tradicional.

* "Bapu Shawarma y Fareed Shawarma" son establecimientos de comida rápida en los que específicamente se dedican a la venta de shawarma y papas fritas.

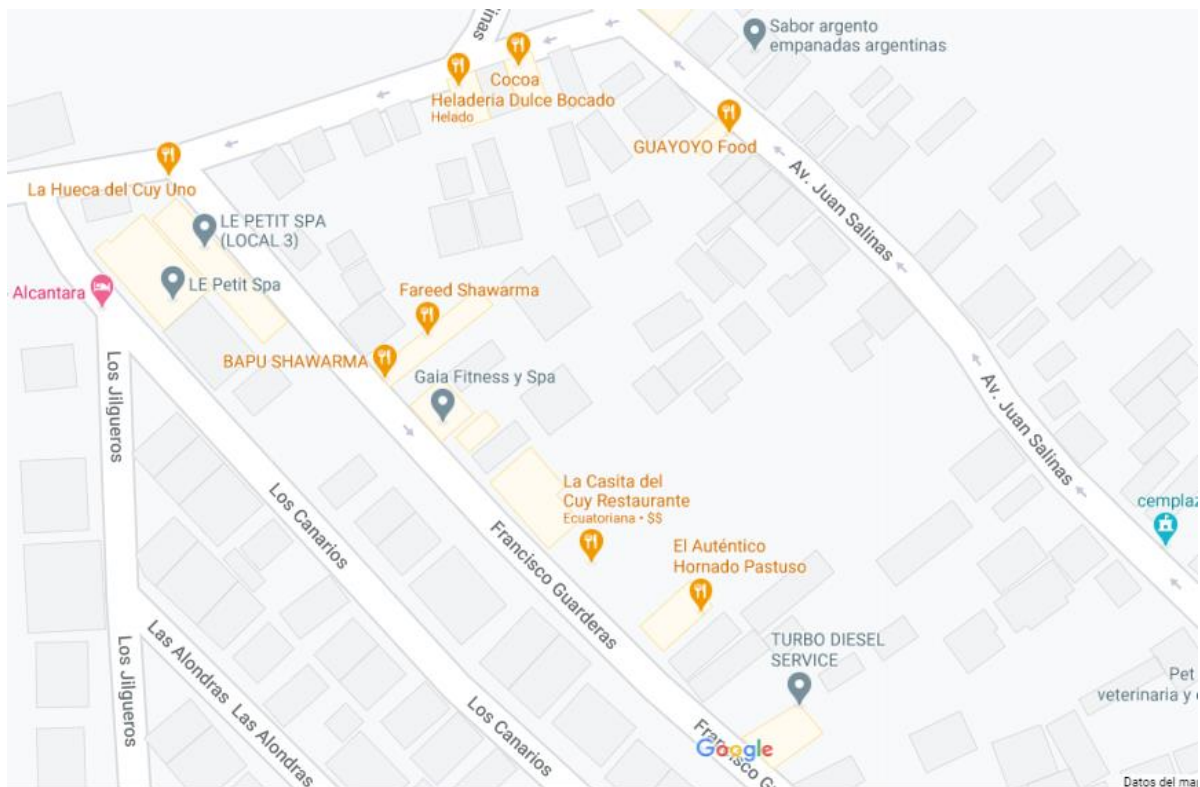
* "La casita del cuy" es un restaurante el cual su platillo principal es el cuy, pero también tienen otras comidas entre esas: secos de gallina, caldos de gallina, locros y fritadas.

* "El auténtico hornado pastuso" es un lugar de comida en el cual solo ofrecen hornado y fritada.

En la Av. Juan de Salinas se encuentra 1 establecimiento de comida.

* "Guayoyo Food" es un restaurante específicamente de almuerzos y desayunos.

Ilustración N° 20. Mapa referencial.



Google Maps. (2021). *Selva Alegre [Mapa Satelital]*. Recuperado de:
<https://www.google.com.ec/maps/place/Barrio+Selva+Alegre,+Sangolqui%C3%AD/@-0.3457132,-78.4347653,16z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5bcf58e2e303d:0xab2968c4198c439!8m2!3d-0.3476228!4d-78.4311401?hl=es&authuser=0>

Sustitutos.

Al haber recorrido el lugar, se puede considerar como sustituto a las heladerías aledañas ubicadas en la Av. Juan de Salinas. Estos establecimientos hacen las veces de sustituto al vender helados y postres, sin embargo, no se considera competencia al no ser establecimientos de alimentos y bebidas.

- “Heladería dulce bocado y Cocos” son establecimientos dedicados solo a la venta de helados y ciertos postres.

Proveedores

Tomando en cuenta que tenemos como responsabilidad social apoyar al crecimiento económico del barrio Coffee Grill Verano, pondrá en primer lugar a proveedores locales para trabajar con el restaurante. Cabe mencionar que no serán los únicos proveedores con los que se trabajara ya que por ser un restaurante de calidad pretendemos trabajar con otro tipo de marcas ya conocidas.

Tabla N° 13. Proveedores

Tabla de Proveedores		
Materia Prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Pronaca	<ul style="list-style-type: none">● Productos de calidad● Varios años de experiencia en el mercado● Facilidades de pago (crédito)● Entrega al establecimiento	Pollo, Chuleta, embutidos.
FEDAC	<ul style="list-style-type: none">● Productos de calidad● 40 años de experiencia en el mercado	Lácteos

	<ul style="list-style-type: none"> ● Facilidades de pago (crédito) ● Entrega al establecimiento ● Empresa local 	
Innovapapa	<ul style="list-style-type: none"> ● Producto local ● Libres de químicos y pesticidas ● Entrega al establecimiento 	Variedad de papas
Mercado de Sangolquí	<ul style="list-style-type: none"> ● Productos locales ● Precios bajos ● Variedad de productos y frescos 	Vegetales, granos, leguminosas, harinas
Linea Maestro	<ul style="list-style-type: none"> ● Facilidades de pago ● Entrega al establecimiento ● Productos de calidad ● Varios años de experiencia en el mercado. 	Productos para postres: cobertura, rellenos, pre
Procar	<ul style="list-style-type: none"> ● Productos de calidad ● Varios años en el mercado ● Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria ● Productos seleccionados ● Facilidades de pago (crédito) ● Entrega al establecimiento ● Empresa local 	Los mejores cortes de carne
Piedra Negra	<ul style="list-style-type: none"> ● Producto de calidad 	Café Lojano

	<ul style="list-style-type: none"> Entrega al establecimiento 	
Eco 5	<ul style="list-style-type: none"> Variedad de productos Entrega al establecimiento Productos nacionales e importados Empresa local 	Licores
Insumos de Limpieza		
Aseo S. A	<ul style="list-style-type: none"> Facilidades de pago Negocio local Entrega al establecimiento 	
Combustible		
Agipgas	<ul style="list-style-type: none"> Facilidades de pago Entrega al establecimiento Negocio local 	GLP industrial de uso comercial

Tabla N° 13. Quimuña, E. (2021). *Proveedores*. Quito.

- Intermediarios*

Coffee Grill Verano se encargará de la comercialización de sus productos de forma directa, por lo tanto, no requiere de intermediarios para realizar esta actividad.

- Clientes.*

Coffee Grill Verano es una empresa dirigida a un target de personas de toda edad tanto locales como visitantes de distintos lugares que deseen optar por el servicio de alimentación en el establecimiento.

3.5.2 Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que Coffee Grill Verano no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración N°21. Macroentorno Coffee Grill Verano

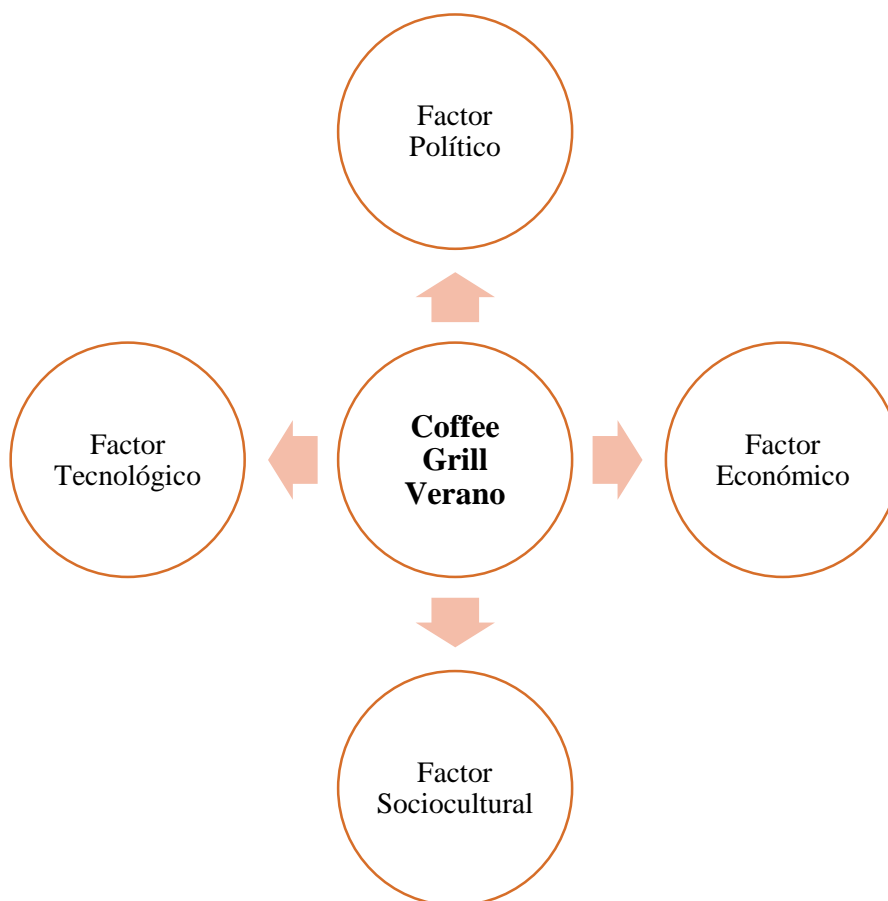


Gráfico N° 15. Quimuña, E. (2021). *Esquema macroentorno Coffee Grill Verano*. Quito.

- *Factor Político*

En Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están normalmente regulados por el Ministerio de Turismo y apegados al Reglamento Turístico de Alimentos y bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. También están sujetos al control de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCS) y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a buenas prácticas de manufactura. En la actualidad los establecimientos de A&B están bajo un estricto control sanitario debido a la pandemia de COVID19 que ha afectado al sector restauranero del país, el MINTUR, ARCSA y el MPS han emitido un manual de contingencia sanitaria cuyas directrices deben ser acaparadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso.

Coffee Grill Verano realizará sus actividades siguiendo los límites legales dispuestos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando normas y disposiciones determinadas para el negocio de restauración, además de cumplir con normas y reglamentos que ha establecido el gobierno local de Rumiñahui para la constitución y funcionamiento de restaurantes.

- *Factor Económico*

En la actualidad el país está atravesando una recesión económica producto de la pandemia de COVID 19 y su consecuente cuarentena, lo cual paralizó por completo todas las actividades económicas del país (y el mundo) aproximadamente 3 meses.

Una vez aclarada esta situación, Coffee Grill Verano está limitado al desarrollo económico del país por lo que la fijación de precios en los productos y servicios dependerá en gran parte de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador.

- *Factor Sociocultural*

Rumiñahui es un cantón pequeño y lleno de tradiciones, una de ellas es su gastronomía. Otro punto muy importante es su gente, que en gran parte les gusta ir a

establecimientos de comida en los que puedan ir más que solo a comer. Las personas que habitan en este cantón dicen buscar restaurantes en los que se puedan quedar a charlar mientras disfrutan de algún alimento o bebida. Es ahí donde nace la creación de Coffee Grill Verano, el cual busca ser un establecimiento de comida que les brinde calidad, comodidad y buen servicio para todos sus consumidores.

- *Factor Tecnológico*

En el Ecuador la tecnología enfocada al área de restaurantes es amplia y va desde maquinaria, hasta nuevas aplicaciones móviles para organización y administración de restaurantes que permiten realizar desde reservas hasta toma de pedidos. Cabe mencionar que también existen empresas nacionales dedicadas al diseño de aplicaciones personalizadas de acuerdo al tipo de negocio.

3.6 Producto y Servicio

Coffee Grill Verano es un establecimiento de comida, enfocado en el entorno familiar, aparte de ofrecer comida se pretende poner a disposición de los comensales un lugar ameno y tranquilo para pasar un rato de ocio. El restaurante está enfocado en la producción de alimentos y bebidas con estrictos procesos de producción que hacen parte del uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad. Respecto a los servicios a ofertar, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen servicio a la mesa, servicio para llevar y entregas a domicilio.

3.6.1 Producto esencial

En la actualidad las personas que frecuentan restaurantes no buscan sólo satisfacer la necesidad fisiológica de comer, sino que requieren de un lugar que les brinde una experiencia diferente. En Coffee Grill Verano, el producto esencial que se vende es la experiencia de disfrutar de un ambiente familiar y amigable en el que no solo se va a comer sino a pasar un

rato más charlando y disfrutando del lugar. En el restaurante se ofrecerá comida de calidad con ingredientes selectos y gran parte locales en un ambiente seguro, acogedor y agradable.

3.6.2 Producto real

Coffee Grill Verano ofrecerá una gran variedad de platillos de comida rápida entre los siguientes:

- Alitas BBQ
- Pinchos a la Parrilla
- Capuchinos
- Club sandwich
- Crepes y Waffles, etc.

3.6.3 Características

En Coffee Grill Verano todos los alimentos son preparados bajo procesos rigurosos de calidad, bioseguridad e inocuidad con el objetivo de brindar a nuestros comensales un producto de primera, mientras que en el área de servicio los trabajadores están previamente capacitados para brindar su ayuda al cliente durante su estancia en el establecimiento.

3.6.4 Calidad

Se tiene en cuenta y se verifica durante todas las etapas de producción de los productos, con este fin se han adoptado y diseñado Manuales de BPMS (Buenas Prácticas de Manufactura) en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de valor de la materia prima
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos
- Sistema de almacenamiento (FIFO)

- Tiempos de cocción por producto
- Limpieza y desinfección de áreas, superficies, batería de cocina y maquinaria
- Análisis de puntos críticos de control
- ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos)
- Alimentos potencialmente peligrosos

3.6.5 Estilo

Coffee Grill maneja un estilo moderno y elegante, que se caracteriza por el uso de mobiliario en madera y colores cálidos y suaves, con el fin de transmitir un ambiente tranquilo y familiar. El tipo de comida a ofertar es platillos a la carta y de comida rápida. El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

3.7 Marca

Coffee Grill Verano nace del lindo concepto y definición que transmite la palabra verano ya que esta estación está asociada con las vacaciones, el ocio, diversión y amor ya que pretendemos que las personas que visiten el establecimiento sientan un ambiente de verano un ambiente en el que puedan descansar y relajarse un momento.

3.7.1 Producto aumentado

La diferencia entre Coffee Grill Verano y su competencia es su concepto y estilo, ya que busca ofrecer un momento de ocio acompañado de una comida buena y de calidad. Ofreciendo un ambiente ameno y accesible al bolsillo promedio.

3.8 Introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y uniformes

Área de Cocina

El chef administrador usará un uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos y colores relacionados al mismo, dicho uniforme constará de:

Ilustración N° 22. Diseño Uniforme Chef Administrador

Chef Administrador:

- * Chaqueta beige oscuro de mangas largas con detalles en café y los sellos distintivos.
- * Faldón café con bolsillo en medio.
- * Pantalón a cuadros de cocina.
- * Zapatos negros de cocina.
- * Toca de chef



Ilustración N° 4. Quimuña, E. (2021).
Diseño uniforme chef administrador.

Personal de área de servicio.

Mesero y Recepcionista- cajera

- * Chaqueta en color beige con detalles en café y sello distintivo.
- * Faldón café con bolsillos laterales.
- * Jean negro
- * Zapatos negros.



Ilustración N° 5. Quimuña, E. (2021).
Diseño uniforme de personal.

3.8.2 Materiales de Identificación

Imagotipo.

Ilustración N° 24. Imagotipo Coffee Grill Verano



Ilustración N° 6. Quimuña, E. (2021). *Imagotipo Coffee Grill Verano*. Quito.

Elementos a destacar:

- * Color amarillo de las letras y del círculo que encierra el logo, hace referencia al verano ya que se lo asocia con los días calurosos y el sol es amarillo.
- * La taza de café que es una de las bebidas a ofertar en el restaurante.
- * El corazón, por medio de este símbolo se pretende transmitir amor hacia nuestros comensales, hacia la comida y recalcar el pequeño significado de verano que es enamorarse sin temor.
- * La parrilla, uno de los instrumentos principales para la producción de los platillos.
- * Los cubiertos, que dan relación a que es un establecimiento de comida.
- * La toca de chef, significa que tienen a cargo una persona estudiada y previamente preparada, para servir alimentos de la manera más adecuada y correcta con todas las medidas de manipulación de alimentos.

Logotipo.

Ilustración N° 25. Logotipo Coffee Grill Verano



Coffee Grill Verano

Ilustración N° 7. Quimuña, E. (2021). *Logotipo Coffee Grill Verano*. Quito.

Elementos a destacar:

- Tipo de letra: Milasian Circa, es un tipo de fuente que se puede regular según el uso. Se utilizó esta fuente por el diseño curvilíneo y el tipo de letra que ante la vista se ve delicada y elegante.
- Colores usados: El relleno del logotipo tiene un color amarillo, que hace referencia al sol que es parte esencial del verano. El borde es negro y sirve simplemente para marcar la forma de la letra.

Isotipo.

Este isotipo es una parte del imagotipo de la empresa y servirá como una representación gráfica que ayude a la identificación de la marca.

Ilustración N° 26. Isotipo Coffee Grill Verano



Ilustración N° 8. Quimuña, E. (2021). *Isotipo Coffee Grill Verano*. Quito.

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Coffee Grill Verano es su establecimiento ubicado en el Barrio Selva Alegre, en la Av. Juan de Salinas.

Promoción

- El principal y más útil canal de promoción serán las redes sociales Facebook e Instagram.
- Otro método de promoción que se utilizará será las hojas volantes con publicidad y promociones, al momento de presentar el volante recibirán un porcentaje de descuento en el total de su compra y así se seguirá reutilizando los mismos volantes sin necesidad de imprimir demasiados.

Contacto

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp Business
- E-mail

Negociación

- Directamente en el establecimiento
- Vía telefónica

Financiamiento

Tabla N° 14. Financiamiento publicidad

Hojas volantes	500 unidades	\$20
Publicidad por Facebook	2 veces por semana	\$10

Publicidad por Instagram	2 veces por semana	\$10
	Total	\$40
	Total Anual	\$480

Tabla N° 14. Quimuña, E. (2021). *Financiamiento publicidad*. Quito.

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante por el cual se enfrenta, no sólo Coffee Grill Verano sino el sector turístico y de restauración en general es la emergencia nacional por COVID 19. Los restaurantes deben tener estricto cuidado tanto en el proceso de producción, desde la compra de materia prima, hasta el manejo de recursos humanos ya que se debe contar con personal en buen estado de salud y contar con todas las medidas de bioseguridad para evitar algún contagio.

Frente a esto se tiene la oportunidad de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente, además como resultado de la emergencia sanitaria por COVID 19, muchos negocios se han quedado rezagados del mundo digital, por lo cual han perdido sus ingresos y han dejado espacio libre para que nuevas empresas puedan sustituir sus lugares. Tener control sobre medios digitales permite al negocio ser encontrado con más facilidad, además de tener un alcance publicitario más amplio.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por receta estándar

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

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)

- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

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

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:

- **Alitas BBQ**

Tabla N° 15. Alitas BBQ, receta estándar de costo

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Alitas BBQ			Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	22/1/2021			Chef: Evelyn Quimuña	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
Alitas	g	\$ 4,00	50	\$ 0,20	
sal	g	\$ 0,60	10	\$ 0,01	
Ajo	g	\$ 2,00	10	\$ 0,02	
Papas	ml	\$ 3,14	30	\$ 0,09	
lechuga	g	\$ 2,00	10	\$ 0,02	
tomate	ml	\$ 2,20	10	\$ 0,02	
zanahoria	g	\$ 2,20	50	\$ 0,11	
aceite	ml	\$ 6,00	50	\$ 0,30	
pimienta	g	\$ 2,00	5	\$ 0,01	
mantequilla	g	\$ 3,00	10	\$ 0,03	
azúcar morena	g	\$ 0,95	10	\$ 0,01	
miel	g	\$ 2,00	5	\$ 0,01	
mostaza	g	\$ 3,00	5	\$ 0,02	
salsa inglesa	g	\$ 2,80	5	\$ 0,01	
vinagre	ml	\$ 3,00	6	\$ 0,02	
salsa de tomate	g	\$ 4,00	8	\$ 0,03	
mayonesa	g	\$ 4,00	8	\$ 0,03	
Harina	g	\$ 1,80	10	\$ 0,02	
fécula de maíz	g	\$ 1,50	5	\$ 0,01	
				Total Bruto	\$ 0,97
				10 % Imprevisto	\$ 0,10
				Costo Neto	\$ 1,07
				Gasto de fabr. 15%	\$ 0,16
				Factor Costo 33,33%	\$ 0,35
				M.O. 45%	\$ 0,48
				G. Adm. 12%	\$ 0,13
				45 % Utilidad	\$ 0,48
				Sub total	\$ 2,67
				12 % I.V.A.	\$ 0,32
				10 % Servicio	\$ 0,27
				Total	\$ 3,25



Tabla N° 15. Quimuña, E. (2021). *Alitas BBQ, receta estándar de costos*. Quito

- *Pincho*

Tabla N° 16. Pincho, receta estándar de costos


		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Pincho de pollo			Código: 002
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	22/1/2021			Chef: Evelyn Quimuña
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
filete de pollo	g	\$ 4,00	50	\$ 0,20
chorizo	g	\$ 3,80	20	\$ 0,08
papa blanca	g	\$ 2,00	50	\$ 0,10
sal	g	\$ 0,60	40	\$ 0,02
agua	ml	-	40	\$ -
pimienta	g	\$ 2,00	30	\$ 0,06
ajo	g	\$ 2,00	30	\$ 0,06
aceite	ml	\$ 6,00	20	\$ 0,12
huevo	u	\$ 3,40	1	\$ 0,11
vinagre	ml	\$ 3,00	10	\$ 0,03
zanahoria	g	\$ 2,20	20	\$ 0,04
mostaza	g	\$ 4,00	5	\$ 0,02
lechuga	g	\$ 2,20	10	\$ 0,02
tomate	g	\$ 2,20	10	\$ 0,02
Total Bruto				\$ 0,89
10 % Imprevisto				\$ 0,09
Costo Neto				\$ 0,98
Gasto de fabr. 15%				\$ 0,15
Factor Costo 33,33%				\$ 0,33
M.O. 45%				\$ 0,44
G. Adm. 12%				\$ 0,12
45 % Utilidad				\$ 0,44
Sub total				\$ 2,45
12 % I.V.A.				\$ 0,29
10 % Servicio				\$ 0,25
Total				\$ 2,99



Tabla N° 16. Quimuña, E. (2021). *Pincho, receta estándar de costos*. Quito.

- *Tigrillo*

Tabla N° 17. Tigrillo, receta estándar de costos


		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Tigrillo			Código: 003
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	22/1/2021			Chef: Evelyn Quimuña
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Verde	g	2,00	40	0,08
queso manaba	g	8,00	10	0,08
cebolla blanca	g	1,43	15	0,02
achiote	ml	7,00	10	0,07
pasta de mani	g	6,00	10	0,06
Leche	ml	1,00	10	0,01
aceite	ml	6,00	10	0,06
carne	g	4,00	40	0,16
tomate	g	2,20	10	0,02
sal	g	0,60	30	0,02
cebolla perla	g	2,20	10	0,02
pimienta	g	5,00	5	0,03
agua	ml	-	50	0,00
comino	g	5,00	5	0,03
huevo	u	3,40	2	0,23
Total Bruto				0,88
10 % Imprevisto				0,09
Costo Neto				0,97
Gasto de fabr. 15%				0,15
Factor Costo 33,33%				0,32
M.O. 45%				0,44
G. Adm. 12%				0,12
45 % Utilidad				0,44
Sub total				2,42
12 % I.V.A.				0,29
10 % Servicio				0,24
Total				2,96



Tabla N°17. Quimuña, E. (2021). *Tigrillo, receta estándar de costos*. Quito.

Tabla N° 18. Alitas BBQ, receta estándar de producción



 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		ALITAS BBQ						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
50	g	Alitas	fresco/refrigerado					
10	g	sal	temperatura ambiente					
10	g	ajo	temperatura ambiente					
30	g	papas	Lavadas					
10	g	lechuga	Lavado		deshojada			
10	g	tomate	lavado		cortado en gajos			
50	g	zanahoria	lavado		pelada			
50	ml	aceite	temperatura ambiente					
5	g	mostaza	temperatura ambiente					
5	g	salsa inglesa	temperatura ambiente					
6	ml	vinagre	temperatura ambiente					
8	g	salsa de tomate	temperatura ambiente					
8	g	mayonesa	temperatura ambiente					
5	g	pimienta negra	temperatura ambiente					
10	g	mantequilla	temperatura ambiente					
10	g	azúcar morena	temperatura ambiente					
5	g	miel	temperatura ambiente					
5	g	fécula de maíz	temperatura ambiente					
10	g	harina	temperatura ambiente		tamizada			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. En un bowl sazonar las alitas de pollo con sal, pimienta y ajo, cubrir con harina y fécula de maíz. Retirar el exceso y reservar.						
		2. Para la salsa BBQ, calentar una olla a fuego medio con la mantequilla, ajo y salsa de tomate, después agregar: azúcar, miel, mostaza, la salsa inglesa, vinagre y pimienta. Cocinar hasta espesar y agregar sal y pimienta al gusto.						
		3. En otra olla poner a calentar el aceite y freír las alitas hasta que estén bien cocinadas, retirar de la olla y poner en un bowl con papel absorbente para retirar el exceso de grasa						
		4. Calentar la freidora de papas, ponerlas cortadas y con cascara. Dejar hasta que se cocinen, sacar y dejar que salga el exceso de grasa.						
		5. Para la ensalada cortar la lechuga, tomate y rallar la zanahoria. Juntar todo agregar sal y limón						
		6. Servir en el plato la porción de papas, alitas y la ensalada.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
150	475,29	2,57	49,29	9,05	64,18	27,25	92,11	4,16

Tabla N° 18. Quimuña, E. (2021). *Alitas BBQ, receta estándar de producción*. Quito. (Dietas.Net, 2015)

Pincho de pollo

Tabla N° 19. Pincho de pollo, receta estándar de producción





 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		PINCHO DE POLLO						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
50	g	filete de pollo	fresco/refrigerado		fileteado			
20	g	chorizo	fresco/refrigerado					
50	g	papa blanca	lavado					
40	g	sal	temperatura ambiente					
40	ml	agua	mineral					
30	g	pimienta	lavado					
30	g	ajo	lavado					
20	ml	aceite	temperatura ambiente					
1	g	huevo	pasteurizado					
10	ml	vinagre	temperatura ambiente					
20	g	zanahoria	lavado		pelada			
5	g	mostaza	temperatura ambiente					
10	g	lechuga	lavado		deshojada			
10	g	tomate	lavado		cortado en gajos			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. En un palo de pincho poner el filete de pollo, cebolla, pimienta.						
		2. En una olla con agua poner a cocinar las papas						
		3. En una licuadora poner los siguientes ingrediente para el aliño del pincho: aceite, ajo, sal, pimienta, mostaza. Licuar y reservar						
		4. Calentar la parrilla y poner el pincho, mientras se cocina sazonar con al aliño previamente realizado.						
		5. Para la ensalada: deshojar la lechuga, cortar el tomate en gajos y rallar la zanahoria						
		6. Realizar una mayonesa que acompañe el pincho, poner en la licuadora: 1 huevo, aceite, zanahoria mostaza, vinagre, sal y licuar.						
		7. Para servir poner en un plato el pincho, la porcion de papas previamente cocinada, la ensalada y la mayonesa.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
170	338,14	3,4	14,97	24,79	18,63	68,02	88,98	2,88

Tabla N° 19. Quimuña, E. (2021). *Pincho, receta estándar de producción*. Quito. (Dieta.Net, 2015)

Tigrillo

Tabla N° 20. Tigrillo, receta estándar de producción

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		TIGRILLO						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
40	g	verde	Lavado		pelado			
10	g	queso manaba	Fresco/refrigerado		rallado			
15	g	cebolla blanca	Lavado		brunoise			
10	g	achiote	Temperatura ambiente					
10	g	pasta de maní	Temperatura ambiente					
10	ml	leche	Pasteurizada					
10	ml	aceite	Temperatura ambiente					
40	g	carne	Fresco/refrigerado					
10	g	tomate	Lavado		brunoise			
30	g	sal	Temperatura ambiente					
10	g	cebolla perla	Lavado		brunoise			
5	g	pimiento	Lavado		brunoise			
50	ml	agua	mineral					
5	g	comino	Temperatura ambiente					
2	u	huevo	Pasteurizada					
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. En una olla calentar agua y dejar el verde que se cocine.						
		2. Cortar la cebolla, tomate, pimiento y hacer paste de ajo.						
		3. Sofreír la carne, después resetirar y reservar.						
		4. En el mismo sartén de la carne hacer el refrito con los ingredientes previamente cortados en brunoise. Sacar y licuar, adjuntar la carne, poner sal al gusto y dejar cocinar aprox. por 30 minutos						
		5. Cuando ya este cocinado el verde, retirar y aplastar. Cuando ya este majado mezclar con la leche y la pasta de maní						
		6. En una olla hacer un refrito con la cebolla blanca, sal y el achiote, después agregar el verde majado y revolver.						
		7. Cuando ya este mezclado el verde con la cebolla agregar un huevo y el queso rallado y mezclar todo.						
		5. Para servir, freír un huevo . Poner el verde ya preparado el jugo de carne y un huevo frito.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
175	421,64	5,06	22,32	25,14	25,94	77,9	132,12	2,2

. Tabla N° 20. Quimuña, E. (2021). *Tigrillo, receta estándar de producción*. Quito. (Dieta.Net, 2015)

IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

- **Arriendo del local**

Tabla N° 21. Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$300	\$1800	\$3600

Tabla N°21. Quimuña, E. (2021). *Arriendo del local*. Quito.

- **Equipos industriales**

Tabla N° 22. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial 4 hornillas y plancha	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Parrilla grill con freidora	1	\$ 319,00	\$ 319,00
Refrigerador Ri-780	1	\$ 789,00	\$ 789,00
Congelador continental 210L	1	\$ 245,00	\$ 245,00
Batidora Hamilton Beach	1	\$ 58,00	\$ 58,00
Licuada Oster 600w	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Horno industrial de acero inoxidable	1	\$ 590,00	\$ 590,00
Campana extractora 90cm	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Trampa de grasa de acero inoxidable	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Centralina de gas 4 puntos	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Máquina de café expresso	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Molino para café	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Waflera	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Máquina para hacer crepes	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Tanques industriales de gas	3	\$ 12,00	\$ 36,00
TOTAL			\$ 3.202,00

Tabla N°22. Quimuña E. (2021). *Equipos industriales*. Quito.

- **Equipos de computación**

Tabla N°23. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
PC all in one EVOO	1	\$240	\$240
Impresora multifunción E471	1	\$140	\$140
Datafast inalámbrico	1	\$120	\$120
TOTAL			\$500

Tabla N° 23. Quimuña, E. (2021). *Equipos de computación*. Quito.

- **Muebles y enseres**

Tabla N°24. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Counter para recepción con vitrina	1	\$ 395,00	\$ 395,00
Taburete cocina Stand	1	\$ 41,00	\$ 41,00
Vitrina para helados	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Booths, juego de sillones y mesa (4 PAX)	10	\$ 200,00	\$2.000,00
Juegos para zona infantil	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Lavadero industrial de 2 pozos	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Estantería metálica	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Mesa de acero inoxidable	1	\$ 99,00	\$ 99,00
Plato tendido cuadrado	40	\$ 1,00	\$ 40,00
Plato para postre	40	\$ 1,50	\$ 60,00
Taza para café	40	\$ 1,00	\$ 40,00
vaso de 7 oz	30	\$ 0,80	\$ 24,00
vaso de 11 oz	40	\$ 1,00	\$ 40,00
Copa de helado	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Copa margarita	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Copa para frutas	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Copa Martinera	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Jarra de vidrio 1L	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Juego de cubiertos tramontina 24 piezas	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Tabla de picar grande	3	\$ 10,00	\$ 30,00
set de cuchillos 5 piezas	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Juego cuchareta, espumadera, cucharón, espátula	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Gaveta industrial	10	\$ 9,50	\$ 95,00
Set de 3 ollas (grande, mediana, pequeña)	3	\$ 12,00	\$ 36,00
tamiz de acero inoxidable	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Individuales de vinil (4 unidades)	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Bowls de acero inoxidable (5 piezas)	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Juego de sartenes (3 piezas)	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Reciente grande con tapa	8	\$ 1,50	\$ 12,00
Recipiente pequeño con tapa	8	\$ 0,80	\$ 6,40
TOTAL			\$4.419

Tabla N° 24. Quimuña, E. (2021). *Muebles y enseres*. Quito.

- **Equipos industriales de seguridad**

Tabla N° 25. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (tipo K) 2.5 Gal	1	\$160	\$160
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$19	\$19
Dispensador de alcohol y jabón líquido	4	\$10	\$40,00
Detector de humo	2	\$11	\$22
Detector de gas GLP	2	\$13	\$26
Rótulos de señalética (baños, salida, precaución, extintor, aforo)	6	\$3	\$18
TOTAL			\$285

Tabla N° 25. Quimuña, E. (2021). *Equipos industriales de seguridad*. Quito.

- **Suministros de Oficina**

Tabla N° 26. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, caja 10 resmas	1	\$25	\$25
Grapadora	1	\$4	\$4
Grapas (caja)	2	\$1,50	\$3
Esferos BIC caja 24 unidades (rojo, azul, negro)	1	\$5	\$5
Perforadora	1	\$3	\$3
Libreta	2	\$2.50	\$5
Carpeta de cartón 100 unidades	1	\$15	\$15
Tinta para impresora litro (negro, cyan, magenta, amarillo)	3	\$12	\$36
TOTAL			\$96
TOTAL ANUAL			\$ 1.152,00

Tabla N° 26. Quimuña, E. (2021). *Suministros de oficina*. Quito.

- **Servicios Básicos**

Tabla N° 27. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$30
Luz	\$40
Teléfono	\$20
Internet	\$25
TOTAL	\$115
TOTAL ANUAL	\$1.380

Tabla N° 27. Quimuña, E. (2021). *Servicios básicos*. Quito.

- **Materiales de limpieza**

Tabla N° 28. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Trapeador	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Cloro 1 Gal	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Fibra/lustre	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Esjonja lavaplatos	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Fundas basura industriales (10 unidades)	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$ 1,25	\$ 2,50
Pala	2	\$ 1,25	\$ 2,50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Papel higiénico jumbo 200 metros	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Toalla de papel	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL			\$76
TOTAL ANUAL			\$906

Tabla N° 28. Quimuña, E. (2021). *Materiales de limpieza*. Quito

ESTUDIO ARQUITECTÓNICO

Para el diseño del restaurante se toma en cuenta la capacidad instalada, el número de clientes que se manejara (50 personas) y de trabajadores (3 personas). Se ha considerado el espacio necesario que los cocineros requieren para moverse con facilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se ha agregado espacio específico para bodegas, ya que el almacenamiento se realizará en el área de cocina, tampoco se ha considerado espacios administrativos, ya que de preferencia se pretende tener un lugar más amplio para los comensales, pero, si se ha considerado un espacio para que los trabajadores puedan guardar sus pertenencias.

Estructura interna del establecimiento

Ilustración 27. Estructura interna del establecimiento

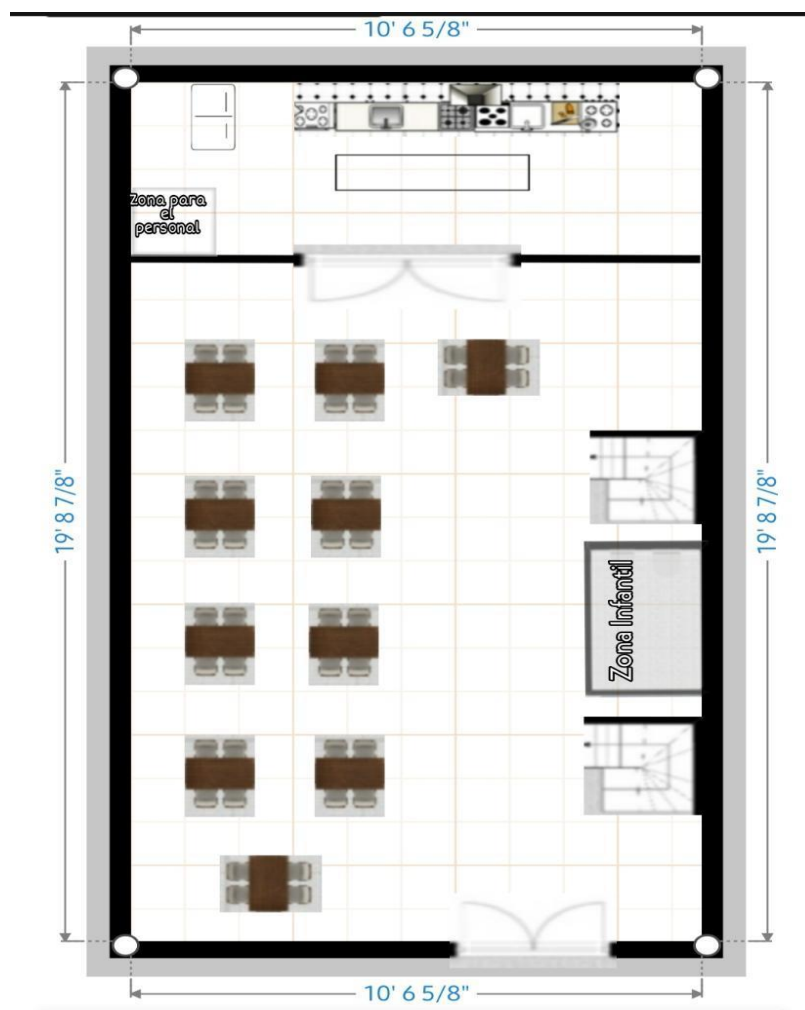


Gráfico N° 16. Quimuña, E. (2021). *Ilustración estructura interna del establecimiento*. Quito.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para mantener la formalidad del negocio, este debe ajustarse a su lugar de implantación por lo que se necesita tener los siguientes documentos:

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS/ SRI

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

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas. Se necesita:

- * Copia de cédula.
- * Papeleta de votación.
- * Formulario de la actividad a la que va a pertenecer.
- * Se estipula si es persona natural o jurídica.
- * Natural: una sola persona.
- * Jurídica: sociedades. (SRI, 2017)

- **Patente Municipal**

Tributo municipal que deben pagar todas las personas naturales o jurídicas que ejercen actividad económica dentro del territorio del cantón de Rumiñahui. (Rumiñahui, 2014)

Para persona naturales no obligadas a llevar contabilidad

- * Copia de la cédula de ciudadanía.
- * Copia del RUC.
- * Informe de uso de suelo (en caso de que aplique).
- * Formulario de patente.

- **Licencia única anual de Funcionamiento**

Autorización para el funcionamiento de los establecimientos categorizados por el Ministerio de Turismo. En las siguientes categorías: primera, segunda, tercera y cuarta.

Para la obtención de la licencia única anual de funcionamiento de establecimientos nuevos.

- * Oficio dirigido al Alcalde solicitando la concesión de la licencia de funcionamiento.
- * Copia del certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- * Lista actualizada de precios del establecimiento.
- * Patente municipal actualizada.
- * Copia del Registro Único de Contribuyente. (Rumiñahi, 2020)

● **Permiso de Funcionamiento**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Municipio de Rumiñahui emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad. (Rumiñahui, 2014)

Requisitos y/o Formularios:

- * Copia de la cédula de ciudadanía.
- * Copia del RUC.
- * Copia del informe de uso de suelo.
- * Copia del pago de patente año en curso.
- * Copia de permiso de funcionamiento. del cuerpo de bomberos.
- * Formulario de permiso de funcionamiento.

● **Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA**

- * RUC.
- * Carnets ocupacionales.
- * Plano arquitectónico (escala de 1 a 30 de la infraestructura).
- * Foto de la fachada.
- * Cédula y papeleta de votación vigentes.
- * Curso de manipulación de alimentos.
- * Llenar formulario en página del ARCSA. (ARCSA, 2019)

Carnet ocupacional

- * Examen de sangre, heces y orina.
- * Control médico.
- * Foto tamaño carnet.
- * (\$0.50 ctvs.)

● **Municipio de Rumiñahui**

El Municipio se encarga de entregar los siguientes documentos:

- * **Línea de fábrica:** documento que informa mediciones exactas del plano arquitectónico y del terreno.
- * **Permiso de suelo:** permiso que avala que la infraestructura este apta para el negocio que se requiere.
- * **Patente:** codificación y nombre de la actividad económica social.

Dentro de esto está:

- * El permiso de bomberos realiza la inspección de la infraestructura.
- * RUC.
- * Copia de cédula y papeleta de votación.
- * Permiso de rotulación.
- * Foto de la fachada y rótulo (si es de madera, metal, colores, etc.). (Rumiñahui, 2014)

Inspección del Cuerpo de Bomberos:

- * Infraestructura interna y externa que sea segura.
- * Terreno (firme).

Inspección de equipamiento

- * Cocina, ductos, cañerías, etc.

- * Tuberías de agua potable de color verde, de color rojo para hidrantes y cisternas. De color amarilla tuberías de gas.
- * Luz eléctrica.
- * Recomendaciones de señalética.
- * Plan de contingencia. Es un documento de planificación a futuro para la prevención de riesgos naturales, como antrópicos (daño ocasionado por el ser humano).
- * Con todos los documentos obtenidos en el Municipio se tiene la Licencia Única de Actividades Económicas / LUAE. (Rumiñahui, 2014)

- **Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS**

Se saca el número patronal, esto sirve para afiliar a los trabajadores y se necesita:

- * Papeleta de votación.
- * RUC (copia).
- * Cédula de identidad.

El tener número patronal obliga a pagos puntuales con sus respectivos aportes a los trabajadores. (IESS, 2021)

- **Ministerio de Relaciones Laborales**

Se encarga de legalizar las contrataciones de los trabajadores como también la salida de los mismos.

- **Ministerio de Hidrocarburos**

Ministerio que se encarga del control y regulación de:

- * Cañerías.
- * Ductos.
- * Mangueras.

- * Tanques de gas.
- * Centralinas de gas.

- **Registro de alimentos y bebidas en el MINTUR**

Requisitos:

- * Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
- * Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- * Copia de la cédula de identidad, a color
- * Copia de la última papeleta de votación, a color
- * Copia del Contrato de arriendo del establecimiento.
- * Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
- * Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- * Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- * Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
- * Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Rumiñahui, 2014)

Permiso de Comunicación Pública – SAYCE

Si se consigue un local con mesas y se desea colocar música para generar un buen ambiente, es necesario obtener un permiso para “Comunicación Pública” de la Sociedad de Autores del Ecuador (Sayce). Se entiende por comunicación pública todo acto en el que un grupo de personas, reunidas o no en un mismo lugar, puedan tener acceso a la obra (musical) sin previa distribución de ejemplares o cada una de ellas.

Para los restaurantes, picanterías, grilles y similares, por difusión pública de obras administradas por SAYCE, abonarán anualmente, de acuerdo a la categoría:

- * De lujo, el equivalente al 45% de un SBU.

- * De segunda, el equivalente al 27% de un SBU.
- * De tercera y cuarta categoría, al 18% de un SBU.
- * Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39.

Proceso de Impacto Ambiental y Social

5.1 Objetivo de área

El objetivo principal de los impactos ambientales es prevenir, mitigar y restaurar los daños que se puedan ocasionar al medio ambiente, intentando reducir al mínimo los efectos negativos que puede llegar a producir el establecimiento.

Coffee Grill Verano tiene como responsabilidad social apoyar al desarrollo de la economía del barrio en donde se encuentra situado, apoyando a los pequeños productores, cocinando con alimentos más orgánicos y frescos. Es una acción con doble propósito, pues favorece esta forma de consumo y también satisface a los consumidores que les gusta cuidarse. El establecimiento tiene como propósito social fomentar el apoyo humanitario entre nuestros comensales hacia las personas de bajos recursos económicos y adultos mayores, por medio de la recaudación de fondos mediante una alcancía que permanezca permanentemente en el establecimiento cerca de la caja, en la cual las personas que deseen puedan colaborar, de esta manera se pretende recaudar ingresos para repartir alimentos a las personas mencionadas en ocasiones especiales como: día de la madre, día del padre, día del niño, navidad. Logrando así regalar sonrisas y pequeños momentos que plasmen en el corazón de ellos.

Uno de sus objetivos es reducir en lo más posible la contaminación del medio ambiente con la opción de que los comensales puedan traer sus tappers de casa y así evitar el uso de platos desechables en el servicio de comida para llevar. Otra de las opciones que se pretende implementar es el cambio de sorbetes plásticos por sorbetes de bagazo de caña, ya que son eco amigables y su característica es que al degradarse se convierte en humus. Además, Coffee Grill Verano empleará tachos de basura categorizados en vidrio, papel, reciclables y residuos, estarán colocados tanto en la cocina como en la entrada del

establecimiento, para que esté a la vista de los consumidores y así reducir la contaminación del lugar.

5.2 Impacto ambiental

Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación por desechos producidos en cocina:** si no se tiene un correcto manejo de los residuos generados en la cocina, pueden causar contaminación, permitiendo la generación de bacterias y plagas.
- **Consumo de electricidad:** el establecimiento permanecerá activo 14 horas, por lo cual, la generación de consumo eléctrico será mayor.
- **Contaminación auditiva:** la aglomeración de personas dentro del establecimiento puede causar ruido constante logrando alterar la estancia de los consumidores.
- **Contaminación por basura:** desechos generados por clientes al entrar o salir del establecimiento como puede ser, fundas, papeles, botellas, etc.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados.

- Para la cocina y área de clientes se contará con diferentes tachos de basura para facilitar la clasificación de basura y desechos producidos.
- Utilización de productos reciclables y biodegradables.
- Uso de focos ahorradores de energía en todo el establecimiento.

5.3 Impacto social

Generar fuentes de trabajo.

Coffee Grill Verano generará fuentes de empleo fijo sin importar género, cultura, etnia o nacionalidad, adicionalmente optará por proveedores propios del lugar en donde se encuentra, de esta manera beneficiará a los agricultores del sector, utilizando sus productos para la elaboración de los alimentos.

Igualdad de género.

El establecimiento contará con trabajadores de diferente género, jóvenes y personas mayores, siempre y cuando cumplan con los requerimientos, normas y políticas del lugar.

Todos los colaboradores tendrán los mismos derechos y beneficios para lo cual se contará con charlas y capacitaciones para fomentar un buen ambiente laboral y lograr un buen trabajo en equipo.

Satisfacción de una necesidad social prioritaria.

Coffee Grill Verano responderá a las necesidades fisiológicas de alimentación hacia las personas, otorgándoles un lugar que genere seguridad y confort, a través de alimentos de calidad e instalaciones adecuadas con señaléticas y equipos de seguridad para cualquier tipo de emergencia.

Por medio de capacitaciones e incentivos se pretende que todos los colaboradores se comprometan en desarrollar un buen trabajo y lograr un ambiente adecuado, fomentando así la realización de un correcto trabajo y a su vez reflejar en la aceptación de los clientes.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el presente capítulo se especifica a detalle el análisis financiero del proyecto, donde se permitirá definir la viabilidad del mismo desde el punto de vista financiero, dando a su vez la pauta de apertura.

6.2 Inversiones

La inversión es el capital empleado en cualquier tipo de actividad o negocio legal con el objetivo de mantenerlo y poco a poco incrementarlo.

Se considera una Inversión al conjunto de **Activos Fijos**: que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$8,121.

Tabla N° 29. Inversiones

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
vehículo	0
Equipos Ind./ seguridad	3202
Equipos de Computación	500
Muebles - enseres	4419
TOTAL	8121

Tabla N°29. Quimuña, E. (2021). *Inversiones*. Quito.

6.3 Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se encuentran dentro de los Gastos de Constitución y cuenta con la suma de \$400 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla N° 30. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$400

Tabla N° 30. Quimuña, E. (2021). *Activos diferidos*. Quito.

6.4 Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc. En lo que corresponde al establecimiento, en el periodo de un año cuenta con: sueldos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet), material de oficina (papelería, lápiz, etc.), material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.), publicidad, costo de materia prima, total de Inversión.

Tabla 31. Activos diferidos

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	15600
Servicios Básicos	1380
Material oficina	1152
Material limpieza	906
Servicio auto	0
Alquiler local	3600
Publicidad	480
Adquisición de materia pri	3000
Gastos financieros	2.464,00
TOTAL INVERSION	37103

Tabla N° 31. Quimuña, E. (2021). *Activos diferidos*. Quito.

Tabla N°32. Detalles de Inversión

Activos Fijos.	8121
Activo Diferido.	400
Capital de Trabajo.	37103
Total Inversión	45624

Tabla N° 32. Quimuña, E. (2021). *Detalles de Inversión*. Quito.

Inversión total teniendo en cuenta: activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$45,624.

6.5 Sueldos.

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales de los trabajadores del establecimiento.

Tabla 33. Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente chef	500	6000	567	729	6162
Mesero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Cajera	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1300	15600	1474,2	1895,4	16021,2

Tabla N° 33. Quimuña, E. (2021). *Sueldos*. Quito.

Tabla N° 34. Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Gerente chef	500	500	500	1000
Mesero	400	400	400	800
Cajera	400	400	400	800
TOTAL	1300	1300	1300	2600

Tabla N° 34. Quimuña, E. (2021). *Decimos*. Quito.

Tabla N° 35. Sueldos Totales

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
16021,2	2600	18621,2

Tabla N° 35. Quimuña, E. (2021). *Sueldos Totales*. Quito.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$18621,2 anual, mientras que mensual será de \$16021,2.

6.5 Depreciación activos fijos

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$928,75.

Tabla N° 36. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos Ind.	3202	10%	320,2
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	500	33,33%	166,65
Muebles y Enseres	4419	10%	441,9
TOTAL			928,75

Tabla N° 36. Quimuña, E. (2021). *Depreciación de activos fijos*. Quito.

6.6 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$80, ya que el monto por constitución equivale a \$400.

Tabla N° 37. Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	400	20%	80

Tabla N° 37. Quimuña, E. (2021). *Amortizaciones*. Quito.

6.7 Estructura Capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$19,500 que equivale a una estructura del 53%; costo 15% con una tasa de descuento de 7,9 %; por otra parte el **Capital Financiero** 17,600 que con una estructura del 47% %, el costo 14% que otorga el 6,6 % de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de \$37,103 que en la suma absoluta 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 14,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 38. Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	19500	53%	15%	7,9%	
Capital Financiero	17600	47%	14%	6,6%	
TOTAL INVERSION	37103	100%		14,5%	TMAR

Tabla N° 38. Quimuña, E. (2021). *Capital*. Quito.

6.8 Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla N° 39. Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	\$ 17.600,00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	17600
1	5126,59	2.464,00	2.662,59	14.937,41
2	5126,59	2.091,24	3.035,35	11.902,06
3	5126,59	1.666,29	3.460,30	8.441,75
4	5126,59	1.181,85	3.944,74	4.497,01
5	5126,59	629,58	4.497,01	0,00
		8.032,95		
2912,84		INTERES ANUAL		2.464,00
		INTERES SEMESTRAL		1232,00

Tabla N° 39. Quimuña, E. (2021). *Tabla de Amortización*. Quito.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$17,600 con una tasa del 14 % en un plazo de 5 años; lo que conlleva al pago de \$8.032,95 que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de \$17,600 que al final del período establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.9 Punto de equilibrio

Tabla N°40. Datos punto de equilibrio

Materia prima	250
Arriendo	300
Sueldos	1300
Serv. Básicos	115
TOTAL	1965

Tabla N° 40. Quimuña, E. (2021). *Datos punto de equilibrio*. Quito.

Tabla N°41. Margen de contribución

Precio	3,25	
Costo	0,97	
Ganancia	2,28	MARGEN DE CONTRIBUCION

Tabla N° 41. Quimuña, E. (2021). *Margen de contribución*. Quito.

Tabla N° 42. Punto de equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=	862		
Menús de venta	862		
Venta diaria	28,7		
VENTA	862	3,25	2801
COSTO	862	3,69	836
GASTO			1965
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla N° 42. Quimuña, E. (2021). *Punto de equilibrio*. Quito.

Tabla N°43. Ventas/Costos Proyectadas

1724	5603	67236	ventas
1724	1672,28	20067,36	costo

Tabla N° 43. Quimuña, E. (2021). *Ventas/Costos*. Quito.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta $28,7 = 29$ menús para no llegar a la quiebra, mientras que, si se vende más cantidad de menús, es decir \$1724 al mes se lograra tener buena rentabilidad.

6.10 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto del primer año.

Tabla N° 44. Flujo de venta

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		67236,00	69259,80	71344,52	73491,99	75704,10
COSTO DE VENTAS		20067,36	20671,39	21293,60	21934,53	22594,76
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		47168,64	48588,42	50050,93	51557,46	53109,34
GASTOS ADMINISTRATIVOS		15600,00	16069,56	16553,25	17051,51	17564,76
SERVICIOS BA SICOS		1380,00	1421,54	1464,33	1508,40	1553,81
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		2058,00	2119,95	2183,76	2249,49	2317,20
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		3600,00	3708,36	3819,98	3934,96	4053,41
PUBLICIDAD		480,00	494,45	509,33	524,66	540,45
DEPRECIACIONES		928,75	928,75	928,75	928,75	928,75
AMORTIZACIONES		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
UTILIDAD OPERATIVA		23041,89	23765,81	24511,53	25279,69	26070,97
GASTOS FINANCIEROS		2464,00	2091,24	1666,29	1181,85	629,58
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		20577,89	21674,58	22845,24	24097,84	25441,39
BASE IMPOSITIVA		7459,49	7857,03	8281,40	8735,47	9222,50
UTILIDAD NETA		13118,40	13817,54	14563,84	15362,38	16218,89

Tabla N° 44. Quimuña, E. (2021). *Flujo de ventas*. Quito.

6.11 Flujo de caja

El flujo de caja se comprende en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado o preestablecido, permitiendo así llevar un control en ingresos como egresos para de esta manera determinar el nivel de liquidez que posee la empresa.

Tabla N°45. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		23041,89	23765,81	24511,53	25279,69	26070,97
DEPRECIACION		928,75	928,75	928,75	928,75	928,75
AMORTIZACION		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
- BASE IMPOSITIVA		7459,49	7857,03	8281,40	8735,47	9222,50
- GASTOS FINACIEROS		2464,00	2091,24	1666,29	1181,85	629,58
- PAGO CAPITAL		2.662,59	3.035,35	3.460,30	3.944,74	4.497,01
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-37103,00	11.464,56	11.790,94	12.112,29	12.426,38	12.730,63

Tabla N° 45. Quimuña, E. (2021). *Flujo de caja*. Quito.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$11464,56, mientras que para el quinto año esta aumentará a \$12730,63.

6.12 Cálculo del TIR y VAN

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

6.12.1 VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión (-); el VAN es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$5307,47.

6.12.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 18,50 % que en resumen brinda utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia de 5,03% con el TMAR.

Tabla N° 46. VAN/TIR

VAN	5.307,47
TIR	18,50%
TMAR	13,47%

CONCLUSIONES

- La elaboración del presente plan de negocio permitió dar a conocer la viabilidad y rentabilidad económico - financiera para la implementación del restaurante de comida rápida en el Barrio Selva Alegre.
- Se determinó que en el lugar donde se pretende implementar el restaurante no cuenta con competencia directa, ya que la mayoría son establecimientos de comida tradicional y criolla, y mediante las encuestas realizadas se refleja un 45% que las personas si frecuentan 1 vez a la semana establecimientos donde oferten comida rápida.
- Por medio de las respuestas de los encuestados se pudo determinar que la mayor parte de personas en un 90% visitan establecimientos de comida acompañados de sus familiares, eso quiere decir que hay un pequeño porcentaje de personas que asistirán con menores de edad, para lo cual se ha tomado muy en cuenta la opinión de los posibles consumidores, en que si estarían de acuerdo que en un restaurante familiar se ofertará bebidas alcohólicas y la respuesta de los encuestados fue muy positiva ya que en un 71% si están de acuerdo. Dando así la opción de poder incrementar ese servicio en el restaurante.
- El local estará situado en el barrio Selva Alegre, Av. Juan de Salinas, siendo una buena ubicación, por ser una zona de gran afluencia, la cual es reconocida por su gastronomía. El restaurante con ayuda de marketing y la aceptación de las personas lograría posicionarse en uno de los más frecuentados.
- Desde el punto de vista financiero el proyecto es viable y rentable económicamente, ya que se obtiene un VAN de \$5.307,47 y una TIR de 18,50%, siendo superior al TMAR de 13,47%. Sin embargo, estos valores podrían cambiar de acuerdo al incremento en costos de producción o por disminución de clientes. Es para lo cual se trabajará muy duro en la fidelidad de los comensales con productos de calidad y un buen servicio.

RECOMENDACIONES

- Es importante hacer seguimiento y una revisión continua y periódica de todos los puntos que forman parte del plan de negocios, esto servirá de guía y curso a seguir para llevar a cabo todos los procesos. Si los resultados llegarán a ser negativos, es necesario tomar medidas y realizar nuevas investigaciones y estudios para resolver los problemas que se presenten.
- Llevar a cabo las metas propuestas en ventas y cumplir con lo propuesto en la publicidad y promoción del establecimiento, para así captar la atención de nuevos clientes y lograr las ventas necesarias.
- El establecimiento debe conservarse en perfecto estado, el mantenimiento del mismo modo tiene que ser periódico; ya que el factor hígienes es de suma importancia en este tipo de negocios. El local es la primera impresión directa con el cliente y por lo tanto debe estar en óptimas condiciones para que influya positivamente en la fidelidad de los comensales.
- El restaurante debe mantener buena relación con sus proveedores ya que de ellos depende principalmente la calidad de los productos.

ANEXOS

Anexo 1

Parrilla Al Grill Con Pozo Para Frituras Industrial A Gas

1 / 4



U\$S 319

Anexo 2

Cocina Industrial 4 Ornillas , Una Plancha

3 / 4



U\$S 300

Anexo 3

Licudora Oster Clasica 600w Precio De Costo!!

2 / 6



Color: surtido



U\$S 59⁹⁹

Anexo 4

Indurama Refrigerador RI-780 · 566lts · Side By Side

3 / 5



U\$S 789

Anexo 5

Horno Industrial A Gas En Acero Inoxidable.

1 / 5



U\$S 590

Anexo 6

Hamilton Beach Batidora De Pedestal 290w 6 Velocidades Acero

1 / 8



U\$S 58

Anexo 7

Booths, Sillones Para Bar Restaurante Cafeterías



Anexo 8

Juegos Infantiles Para Restaurantes Y Locales Comerciales



Anexo 9

Counter Coffee, Cafeteria Restaurante Caja
Recepcion Vitrina

1/1



U\$S 395

Anexo 10

Silla Taburete Desayunador Stand Cocina Bar Hc
104

1/1



U\$S 40⁹⁹

Anexo 11



Lavadero industrial

\$199

Anexo 12

Cafetera Maquina Para Café Espresso Capuccino
Hamilton Beach

1/2



Color: Negro



U\$S 119⁹⁹

Anexo 13

Maquina Para Hacer Crepes Electrica Electric Life Crepera

1/3



U\$S 45

Anexo 14

Molino Maquina Para Molor Cafe Hamilton Beach 80350

1/5



U\$S 25

Anexo 15



Liquidación
Mesas de acero inoxidable
\$99

BIBLIOGRAFÍA

- ARCSA. (2019). *Consultas en línea*. Obtenido de <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Dietas.Net. (2015). *Tabla de Composición Nutricional*. Obtenido de <http://www.dietas.net/tablas-y-calculadoras/tabla-de-composicion-nutricional-de-los-alimentos.html>
- Google. (2021). *Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Barrío+Selva+Alegre,+Sangolqu%C3%AD/@-0.3457239,-78.4325819,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5bcf58e2e303d:0xab2968c4198c439!8m2!3d-0.3476228!4d-78.4311401?hl=es&authuser=0>
- IESS. (2021). *IESS Consultas*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/afiliado>
- Maps, G. (2021). Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com.ec/maps/place/Barrío+Selva+Alegre,+Sangolqu%C3%AD/@-0.3457239,-78.4325819,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5bcf58e2e303d:0xab2968c4198c439!8m2!3d-0.3476228!4d-78.4311401?hl=es&authuser=0>
- Maps, G. (2021). *Google maps*. Obtenido de Mapa satelital: <https://www.google.com.ec/maps/place/Barrío+Selva+Alegre,+Sangolqu%C3%AD/@-0.3457132,-78.4347653,16z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5bcf58e2e303d:0xab2968c4198c439!8m2!3d-0.3476228!4d-78.4311401?hl=es&authuser=0>
- Rumiñahi, M. d. (2020). *Requisitos Luf*. Obtenido de <http://181.112.151.212/Documentacion/Cant%C3%B3n%20Rumi%C3%B1ahui/REQUISITOS%20PARA%20LUF.pdf>
- Rumiñahui, M. d. (2014). *Guia de Trámites*. Obtenido de Guia de Trámites Rumiñahui: <http://181.112.151.212/Documentacion/LOTAIP/2015/pdf/f1/Guia%20tramites%20Municipio%20x%20Direcciones.pdf>
- SRI. (2017). *SRI en línea*. Obtenido de <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>

