



Tecnológico
Internacional
Universitario

CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un bar- restaurante
dedicado a la elaboración de cócteles y comida tipo americana en el
cantón Quinsaloma”**

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

AUTOR:

Baño Mazón Edinson Geovanny

TUTOR:

Lcdo. Maldonado Alejandro

D.M. Quito, 25 de marzo 2021

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy. A mis padres Fernando y Mercy por su amor, paciencia y apoyo, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. A mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas. A mis compañeros de trabajo y compañeros de clase por gran apoyo, y finalmente a mi novia Flor por estar a mi lado en todo el proceso de estudios y tesis, por extenderme su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por bendecirnos con la vida, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia y mi novia por estar siempre presentes. Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen al Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso educativo en el establecimiento. A mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional.

AUTORIA

Yo, Baño Mazón Edinson Geovanny, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Baño Mazón Edinson Geovanny

D.M. Quito, 25 de marzo del 2021

Lcdo. Maldonado Alejandro.
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Lcdo. Maldonado Alejandro

D.M. Quito, 25 de marzo 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. Maldonado Alejandro y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Baño Mazón Edinson Geovanny por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. Baño Mazón Edinson Geovanny realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una bar- restaurante dedicado a la elaboración de cócteles y comida tipo americana en el cantón Quinsaloma.”**, para optar por el título de, Tecnólogo en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del Lcdo. Maldonado Alejandro.

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. Maldonado Alejandro en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. Baño Mazón Edinson Geovanny, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una bar- restaurante dedicado a la elaboración de cócteles y comida tipo americana en el cantón Quinsaloma.”**, 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.

Lcdo. Maldonado Alejandro

Sr. Baño Mazón Edinson Geovanny

D.M. Quito, 25 de marzo del 2021

Índice de contenido

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de Ilustraciones.....	ix
Índice de Tablas.....	x
RESUMEN.....	xii
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	13
2.1 Creación de la empresa.....	13
2.2 Descripción de la empresa.....	13
2.3 Tamaño de la empresa.....	14
2.4 Necesidades para satisfacer.....	15
2.5 Localización de la empresa.....	16
2.6 Filosofía empresarial.....	17
2.7 Desarrollo organizacional.....	20
2.8 Organigrama empresarial.....	22
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	26
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	26
3.2 Investigación de mercado.....	26
3.3 Plan de Muestreo.....	27
3.4 Análisis de las Encuestas.....	29
3.5 Entorno empresarial.....	43
3.6 Producto y servicio.....	47

3.7	Plan de introducción al mercado	51
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	67
4.1	Servicio de Rentas Internas / SRI	67
4.1.1	RUC (Registro Único de Contribuyente)	67
4.2	Municipio del cantón Quinsaloma	67
4.3	Cuerpo de Bomberos de Quinsaloma	67
4.4	Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria /ARCSA	68
4.5	Ministerio del Trabajo	68
4.6	Ministerio de Turismo	68
4.7	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS	69
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	70
5.1	Objetivo de área.....	70
5.2	Impacto ambiental.....	70
5.3	Impacto social.....	71
6.	PROCESO FINANCIERO	73
6.1	Introducción.....	73
6.2	Inversiones.....	73
6.3	Activos diferidos.....	73
6.4	Capital de trabajo.....	74
6.5	Sueldos.....	75
6.6	Depreciación activos fijos.....	76
6.7	Amortizaciones.....	76
6.8	Estructura capital.....	76
6.9	Tabla de amortización.....	77
6.10	Punto de equilibrio.....	77
6.11	Costo de ventas.....	80
6.12	Flujo de caja.....	81
6.13	Cálculo del TIR y el VAN.....	81

6.13.1	VAN (Valor Actual Neto).....	81
6.13.2	TIR (Tasa Interna de Retorno)	82
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
7.1.	Conclusiones	83
7.2.	Recomendaciones	84
7.3.	Bibliografía.....	85
7.4.	Anexos	86

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1.	Abraham Maslow (2020).....	15
Ilustración 2.	Ubicación de la empresa (Google Maps, 2020)	17
Ilustración 3.	Edinson Baño. (2021). Organigrama de empresa. Quito.	22
Ilustración 4.	Edinson Baño (2021). Tabulación 1. Ecuador.	29
Ilustración 5.	Edinson Baño (2021). Tabulación 2. Ecuador.	30
Ilustración 6.	Edinson Baño (2021). Tabulación 3. Ecuador.	31
Ilustración 7.	Edinson Baño (2021). Tabulación 4. Ecuador.	32
Ilustración 8.	Edinson Baño. (2021). Tabulación 5. Ecuador.	33
Ilustración 9.	Edinson Baño. (2021). Tabulación 6. Ecuador.	34
Ilustración 10.	Edinson Baño. (2021). Tabulación 7. Ecuador.	37
Ilustración 11.	Edinson Baño. (2021). Tabulación 8. Ecuador.	39
Ilustración 12.	Edinson Baño (2021). Tabulación 9. Ecuador.	40
Ilustración 13.	Edinson Baño (2021). Tabulación 10. Ecuador.	41
Ilustración 14.	Edinson Baño. (2021). Microentorno de empresa. Quinsaloma.	43
Ilustración 15.	Edinson Baño. (2021). Macroentorno de la empresa. Quinsaloma.	46
Ilustración 16.	Edinson Baño. (2021). Logotipo de bar restaurante Entre Panas	50
Ilustración 17	AliExpress. Uniformes de trabajo. Disponibles en: https://es.aliexpress.com/i/33018408996.html	52
Ilustración 18.	Edinson Baño (2021). Tarjeta de presentación. Quito.	52
Ilustración 19.	Publitrans. (2020). Valla publicitaria. En: https://www.publi-trans.com/	53
Ilustración 20.	Edinson Baño (2021) Estructura interna del establecimiento. Ecuador.	66

Índice de Tablas

Tabla 1. Edinson Baño. (2021). Quito.	23
Tabla 2. Edinson Baño. (2021). Quito.	24
Tabla 3. Edinson Baño. (2021). Quito.	25
Tabla 4. Edinson Baño. (2021). Tabulación 1. Ecuador.	29
Tabla 5. Edinson Baño (2021). Tabulación 2. Ecuador.	30
Tabla 6. Edinson Baño (2021). Tabulación 3. Ecuador.	31
Tabla 7. Edinson Baño (2021). Tabulación 4. Ecuador.	32
Tabla 8. Edinson Baño. (2021). Tabulación 5. Ecuador.	33
Tabla 9. Edinson Baño. (2021). Tabulación 6. Ecuador.	34
Tabla 10. Edinson Baño. (2021). Tabulación 7. Ecuador.	36
Tabla 11. Edinson Baño. (2021). Tabulación 8. Ecuador.	38
Tabla 12. Edinson Baño (2021). Tabulación 9. Ecuador.	40
Tabla 13. Edinson Baño (2021). Tabulación 10. Ecuador.	41
Tabla 14. Edinson Baño. (2021). Tabla de proveedores. Quinsaloma – Los Ríos	45
Tabla 15. Edinson Baño (2021). Tabla de financiamiento. Ecuador.	54
Tabla 16. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.	55
Tabla 17. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.	56
Tabla 18. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.	57
Tabla 19. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador	58
Tabla 20. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.	60
Tabla 21. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.	61
Tabla 22. Edinson Baño. (2021). Arriendo. Ecuador.	62
Tabla 23. Edinson Baño. (2021). Equipos Industriales. Ecuador.	62
Tabla 24. Edinson Baño. (2021). Equipos Industriales. Ecuador.	63
Tabla 25. Edinson Baño. (2021). Muebles y enceres. Ecuador.	63
Tabla 26. Edinson Baño. (2021). Equipos Industriales de Seguridad. Ecuador.	64
Tabla 27. Edinson Baño. (2021). Suministros de Oficina. Ecuador.	64
Tabla 28. Edinson Baño. (2021). Servicios Básicos. Ecuador.	65
Tabla 29. Edinson Baño (2021) Materiales de limpieza. Ecuador	65
Tabla 30. Edinson Baño (2021). Inversiones.	73
Tabla 31. Edinson Baño (2021). Activos Diferidos.	74
Tabla 32. Edinson Baño (2021). Capital de trabajo.	74
Tabla 33. Edinson Baño (2021). Detalle de Inversión	75
Tabla 34. Tabla 35. Edinson Baño (2021). Sueldos.	75
Tabla 35. Tabla 35. Edinson Baño (2021). Décimos.	75
Tabla 36. Tabla 35. Edinson Baño (2021). Sueldos totales.	75
Tabla 37. Edinson Baño (2021). Depreciación de activos fijos.	76

<i>Tabla 38. Edinson Baño (2021). Amortizaciones.</i>	76
<i>Tabla 39. Edinson Baño (2021). Capital.</i>	76
<i>Tabla 40. Edinson Baño (2021). Amortización.</i>	77
<i>Tabla 41. Edinson Baño (2021). Datos punto de equilibrio.</i>	77
<i>Tabla 42. Edinson Baño (2021). Margen de contribución.</i>	77
<i>Tabla 43. Edinson Baño (2021). Punto de equilibrio.</i>	78
<i>Tabla 44. Edinson Baño (2021). Ventas /costos.</i>	78
<i>Tabla 45. Edinson Baño (2021). Margen de contribución</i>	78
<i>Tabla 46. Edinson Baño (2021). Punto de equilibrio</i>	79
<i>Tabla 47. Edinson Baño (2021). Ventas /costos.</i>	79
<i>Tabla 48. Edinson Baño (2021). Total ventas</i>	79
<i>Tabla 49. Edinson Baño (2021). Costo de ventas.</i>	80
<i>Tabla 50. Edinson Baño (2021). Flujo de caja</i>	81
<i>Tabla 51. Edinson Baño (2021) VAN/ TIR.</i>	82

“Proyecto de factibilidad para la creación de un bar- restaurante dedicado a la elaboración de cócteles y comida tipo americana en el cantón Quinsaloma.”

Baño Mazón Edinson Geovanny

Lcdo. Maldonado Alejandro

D.M. Quito 25 de marzo, 2021

RESUMEN

La creación del restaurante “Entre Panas” tiene como objetivo dar a conocer y brindar un tipo de gastronomía diferente a las que se encuentra dentro del cantón Quinsaloma.

Siendo este un lugar para compartir con amigos y familia y de esta forma disfrutar grandes momentos, teniendo en cuenta la importancia de satisfacer las necesidades de un público exigente además de ser un establecimiento con innovaciones gastronómicas.

El establecimiento estará conformado por un equipo de trabajo los que ayudarán a alcanzar las metas propuestas por la empresa y también ayudar al progreso de cada uno de los empleados.

El bar restaurante “Entre Panas” toma como muestra cierta cantidad de habitantes del cantón para realizar un análisis por medio de una encuesta y así tener de forma más clara y la aceptación de la empresa ante este público, logrando obtener resultados de muy buena acogida, los mismos que serán usados para el progreso exitoso de la compañía.

La empresa está comprometida con el cuidado del medio ambiente por tales motivos, la compañía tiene el compromiso de atender nuestro planeta con el uso de materia prima y de productos amigables.

El estar conformados con un buen equipo de trabajo maquinaria, capital de trabajo se espera cumplir las metas propuestas y establecerse en el mercado local para generar nuevas plazas de trabajo, teniendo el compromiso de brindar trabajo a los habitantes sin discriminación de ningún tipo.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

En el tema de plan de negocios, la idea es brindar un servicio de bar restaurante el mismo que ofrezca un menú de cócteles y platos de estilo americano.

Existen personas que buscan un menú basado platos de comida americana con bebidas, lugares donde puedan disfrutar con sus amigos y familia, y al mismo tiempo divertirse.

En el sector de alimentos y bebidas en la ciudad de Quinsaloma no se ha tenido la oportunidad de ofrecer este tipo de servicios o alternativas a los habitantes y turistas, de que sea algo diferente para cuando decidan comer fuera de casa o tener reuniones con sus amigos, adicional a esto van a encontrar un lugar ameno para poder relajarse y disfrutar un menú especial hecho con productos de alta calidad y sobre todo con la correcta manipulación higiénica.

2.2 Descripción de la empresa

- **Importancia**

La importancia del bar restaurante, es dar a conocer un nuevo tipo de cocina como también coctelería, para que la gente de Quinsaloma tenga una visión más amplia de lo que es la gastronomía y no sólo a la cocina típica del lugar, se debe tener en cuenta que es trascendental satisfacer las necesidades de un público exigente, además de ser un nuevo producto que se va a elaborar dentro de la ciudad para cumplir con las preferencias de los clientes, el menú debe estar desarrollado con productos de buena calidad y excelente manipulación de alimentos.

- **Características**

“Entre Panas” será un bar-restaurante que se dedique a la preparación de comida americana, con el fin de que el comensal pueda disfrutar de algo diferente con una variedad de cócteles, logrando que los clientes prueben cosas distintas a lo que están acostumbrados,

y así, ir experimentando nuevos sabores y diferenciar el establecimiento de la cocina tradicional.

La presentación de este bar restaurante, será llamativa, y lo que se pretende es que alcance un buen reconocimiento local.

- **Actividad**

“Entre Panas” ofrece una nueva tendencia en la preparación de menú de cocina americana que llegará a ser consumido por familias, grupos de amigos y además turistas que visiten o estén dentro del cantón Quinsaloma, de igual manera atraer clientes de las ciudades aledañas.

2.3 Tamaño de la empresa

“Entre Panas” será una microempresa dedicada a proveer un espacio físico cómodo y adecuado para la recreación y esparcimiento del público, éste contará con bodega de almacenaje, área de producción y cocina, un salón con salida a una terraza o al exterior, creando una sensación de comodidad, confort y relajación, se contará con una oficina que llevará la administración del restaurante, todo bajo la supervisión del chef.

El restaurante contará con:

- Gerente chef cocinero
- Un Bartender cajero y polifuncional
- Un mesero polifuncional

Formando así un equipo que estará pendiente de satisfacer las necesidades de los clientes en todo momento y de receptar sugerencias para la mejora continua.

2.4 Necesidades para satisfacer



Ilustración 1. Abraham Maslow (2020)

a. Necesidad Fisiológica

La empresa cumple directamente con la necesidad de alimentarse y beber, debido a que ésta brinda productos que pueden ser combinados.

b. Necesidad de Seguridad

“Entre Panas” está conformado con una estructura apta para trabajar, teniendo productos de calidad para su producción, comercialización y servicio; contará con maquinaria moderna y seguros para accidentes, además de trabajar bajo un manual de seguridad para garantizar la integridad del personal, ofreciendo también buenas prácticas de manufactura para evitar problemas de salud y a su vez alguna dificultad legal con los clientes.

c. Necesidad Social – Afiliación

La cabeza de esta empresa, para lograr un buen clima laboral, debe realizar periódicamente eventos de integración: resaltar fechas importantes de su personal, tener empatía en las dificultades de sus colaboradores, premiar a los empleados y con todo esto lograr crear un vínculo entre las partes para alcanzar el objetivo de sacar adelante a la empresa.

d. Necesidad de Reconocimiento

El proceso de elaboración, producción y servicio del menú será realizado bajo estándares de calidad estrictos, con el fin que los clientes se sientan satisfechos, esto dependerá de la organización y promociones que realice la empresa.

e. Necesidad de Autorrealización

Una vez que se capte a los clientes con los productos que ofrece, se realizarán campañas promocionales donde se recompensa la fidelidad de estos; se los mantendrá informados por medio de publicidad en redes sociales, y campañas publicitarias dentro de local, con el fin de que sientan la importancia que tienen para el establecimiento para que sigan disfrutando de esta experiencia cada vez que acudan.

2.5 Localización de la empresa

El bar restaurante “Entre Panas” está ubicado en la provincia de Los Ríos, cantón Quinsaloma frente a la cancha sintética centro de la ciudad, siendo un lugar estratégico ya que la ubicación es accesible desde cualquier lugar, se llevarán a cabo los procesos de elaboración, producción y servicio.

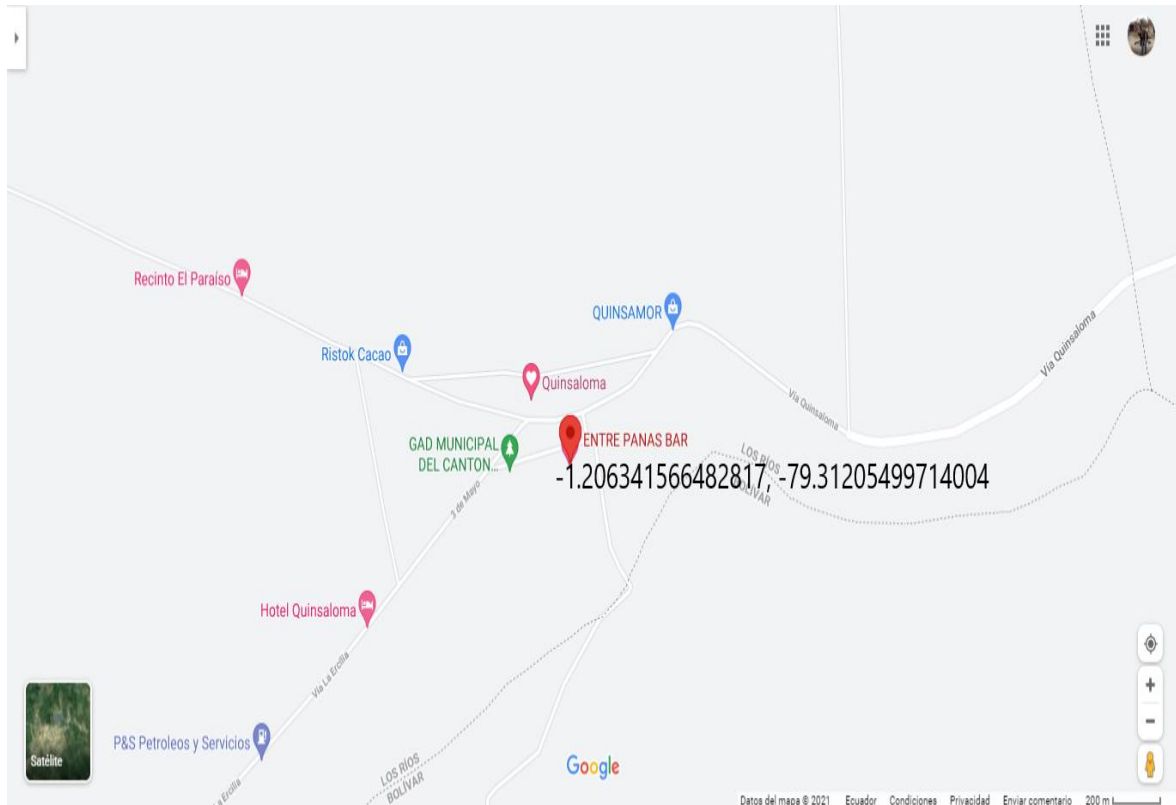


Ilustración 2. Ubicación de la empresa (Google Maps, 2020)

2.6 Filosofía empresarial

- **Misión**

La empresa está conformada por personas emprendedoras para brindar un servicio eficaz de excelencia en comida y bebidas americanas. “Entre Panas” ofrece productos de calidad cumpliendo a la perfección tiempos y procesos de elaboración para obtener el producto deseado, y adquiriendo la materia prima de distribuidores con certificación, mismos que deben cumplir con normas de bioseguridad y una correcta manipulación de alimentos.

- **Visión**

“Entre Panas” tiene una visión muy amplia, el proyectarse como un bar restaurante a nivel local como provincial, el ser la opción número uno de los quinsalomeños y turistas para degustar una variedad de platos y cócteles; con altas expectativas de innovación continua en el área de gastronomía.

- **Objetivos**

- Realizar un plan de negocios con el cual ganar reconocimiento y clientes con fidelidad.
- Abarcar gran número de clientes satisfechos en el menor tiempo posible.
- Obtener fines de lucro proyectando la empresa a nivel provincial.

- **Meta**

Que “Entre Panas” esté ubicado dentro del mercado en un tiempo máximo de seis meses y sus platos cumplan con la necesidad y expectativas de cada cliente para lograr obtener excelentes resultados de posicionamiento y ventas.

- **Estrategias**

- Realizar un análisis muy profundo del mercado que asegure la presencia sostenida del bar restaurante en la ciudad de Quinsaloma.
- Adquirir una ventaja competitiva al tener costos similares con los competidores, pero con un producto diferenciado y de mejor calidad.
- Realizar promociones, descuentos y publicidad por todos los medios posibles para alcanzar a más clientes en poco tiempo.

Fuentes de la diferenciación:

- Garantía de seguridad, salubridad y calidad.
- Características intangibles en los productos.

- **Políticas**

Puntualidad y Horarios

- No llegar tarde a su lugar de trabajo, los empleados deben estar con su vestimenta de trabajo antes de la hora indicada de su cargo laboral.
- Se debe cumplir con el horario de entrada y salida del establecimiento.

- Sólo por motivos de fuerza mayor y con previo aviso al chef, el personal podrá entrar o salir en horario diferente al establecido.

Dentro del lugar de trabajo.

- Estar correctamente uniformados y no usar prendas que estén fuera del uniforme (aretes, pulseras, anillos y exceso de maquillaje) del personal de cocina.
- El personal de servicio deberá usar:
 - Mujeres: con aretes pequeños, poco maquillaje y su uniforme en orden.
 - Hombres: sin aretes, uniforme completo, cabello corto bien presentado.
- Se justificará con los documentos legales aquellos casos que no puedan cumplir lo anteriormente expuesto (alergias, enfermedad).
- No fumar dentro de su horario laboral y menos dentro del establecimiento.
- No llegar en estado etílico o bajo efectos de algún estupefaciente.
- No ingresar al establecimiento con personas que sean ajenas a las diversas áreas de trabajo.

Las personas que no cumplan con las políticas de la empresa serán sancionadas de acuerdo con la falta cometida, ya sea con multas, memos u otra sanción tomada por el Gerente Chef, en el momento de la falta.

Cabe recalcar que con 3 memos, sea cual sea el empleado, quedará fuera de la empresa.

- **FODA**

Fortalezas

- Calidad de los productos.
- Contar con profesionales calificados.
- Cumplir con las normas de BPM.
- Tener conocimientos bastos en la elaboración del producto.

Oportunidades

- Mejoramiento de instalaciones.
- Adquisición de mejor maquinaria.
- Constituir una marca reconocida en este mercado.
- Crecimiento como empresa.

Debilidades

- El inicio de la empresa no contar con la clientela deseada.
- No tener un reconocimiento local como empresa de A&B.
- No contar con distribuidores de productos los cuales requiera la empresa.
- El no tener popularidad en el mercado local.

Amenazas

- La continuidad de la pandemia covid-19.
- Posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar las especialidades de “Entre Panas”.
- La creación de bares restaurantes con la misma ideología, pero con menor calidad para reducir el precio de sus productos.

2.7 Desarrollo organizacional

Tipo de Estructura

- **Diferenciación**

“Entre Panas” se trata de un bar restaurante que ofrece un servicio personalizado en la elaboración de comida y cocteles americanos, lugar donde un cliente se siente libre de disfrutar con amigos o familia. La empresa adoptará una comunicación horizontal, la cual ayudará de mejor manera al servicio y elaboración de productos para satisfacer las necesidades de los clientes.

La empresa “Entre Panas” se encuentra estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial

- Gerente chef cocinero

Nivel Operacional

- Bar tender cajero y polifuncional
- Mesero polifuncional

- **Formalización**

El bar restaurante 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, aportaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación estará legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario.

- **Centralización – Descentralización**

“Entre Panas” centrará sus actividades en las áreas de elaboración o producción y servicio de comida y bebidas americanas, de éstas depende la satisfacción de los comensales y la creación de valor para el posicionamiento del restaurante en el mercado A&B.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial chef cocinero permitiendo la toma de decisiones y el empoderamiento del personal, todo esto en el beneficio de los clientes y en la expansión del restaurante como empresa.

- **Integración**

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

2.8 Organigrama empresarial

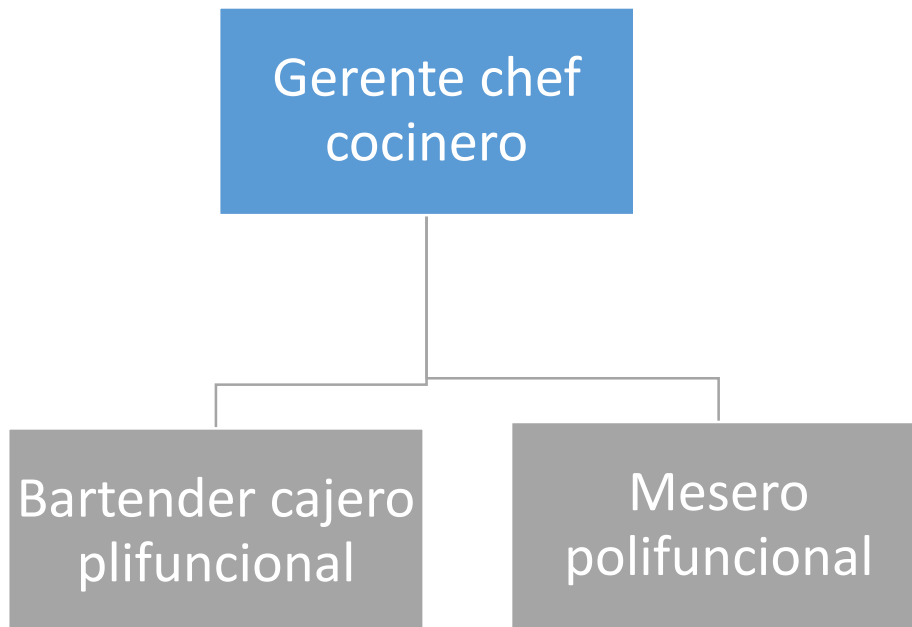


Ilustración 3. Edinson Baño. (2021). Organigrama de empresa. Quito.

Funciones del Personal

PUESTO DE GERENTE CHEF COCINERO

Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

Empresa	“Entre Panas”
Unidad administrativa	Área de producción
Misión del puesto	Delegar y supervisar funciones para el manejo general en todas las áreas, solucionar anomalías de la empresa, atender las quejas de los empleados y clientes, dirigir la cocina y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo del establecimiento, pedir y recibir la materia prima.
Denominación del puesto	Gerente Chef cocinero
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción.
Remuneración	\$ 460

Méritos Aspectos por considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 2 años en el cargo de Gerente-Chef.	Técnicas de cocina internacional. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas preferencia de A&B	CONDUCTUALES: Trabajo en equipo. Habilidad para trabajar con otras personas de manera coordinada para cumplir con objetivos, ser atento, cordial, revisar y monitorear el desarrollo de los procesos de trabajo.

Tabla 1. Edinson Baño. (2021). Quito.

PUESTO DE BAR TENDER POLIFUNCIONAL

Detalles generales para el puesto de Bartender Polifuncional

Empresa	“Entre Panas”
Unidad administrativa	Elaboración de bebidas
Misión del puesto	Limpiar y ordenar los elementos de la barra, cajero, limpieza de local y menaje de servicio. Realizar todo aquello que sirva de ayuda en la cocina, y supervisar del mesero.
Denominación del puesto	Bartender polifuncional
Rol del puesto	Encargado del área de bebidas, caja y servicio del restaurante.
Remuneración	\$ 400

Méritos Aspectos por considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o administración hotelera	Mínima 1 año en el cargo salón de restaurante o servicio	<p>Conocimiento en bebidas alcohólicas y no alcohólicas.</p> <p>Manejo de protocolos de servicio.</p> <p>Manejo de programas contables de facturación</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Conocimiento idioma inglés</p>	<p>CONDUCTUALES:</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Habilidad para trabajar con otras personas de manera coordinada para cumplir con objetivos, ser atento, cordial, saber trabajar bajo presión.</p>

Tabla 2. Edinson Baño. (2021). Quito.

PUESTO DE MESERO POLIFUNCIONAL

Detalles generales para el puesto de mesero polifuncional

Empresa	“Entre Panas”
Unidad administrativa	Servicio (mesero).
Misión del puesto	Brindar un servicio con aptitud, eficacia, asertivo y mercader en el área de servicio ante los clientes. Mantener un control estricto de la calidad de servicio. Velar porque el mismo sea preparado de manera adecuada y oportuna, encargarse de servir dichos pedidos en las mesas que tengan asignadas y de observar a sus comensales para ver sus reacciones y verificar si requieren algo adicional, a los fines de procurar que estén satisfechos con el servicio prestado.
Denominación del puesto	Mesero polifuncional
Rol del puesto	Manejar comandas, procesar pedidos y servirlos en la mesa, administrar quejas y cumplidos, procesar pagos y facturación, etc.
Remuneración:	\$ 400.

Méritos Aspectos por considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Mínimo Bachiller. Cursos de servicio y atención al cliente.	1 año mínimo en el puesto de mesero.	Conocimiento de cocina. Atención al cliente. Conocimiento idioma inglés.	CONDUCTUALES: Ser cordial, honesto, responsable y puntual. Tener buena presencia. Ser capaz de trabajar por su cuenta sin supervisión directa.

Tabla 3. Edinson Baño. (2021). Quito.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

El bar-restaurante “Entre Panas” se plantea como objetivo de mercadotecnia formular un plan de marketing que permita dar a conocer un lugar nuevo y con menú diferenciado respecto a lo que se ofrece en la localidad, mediante el uso de los recursos digitales y físicos necesarios para la realización del mismo, con la finalidad de establecer los lineamientos precisos para poner en marcha este proyecto que ofrezca un ambiente adecuado, con la correcta manipulación de los alimentos y que tenga la capacidad de poner a disposición del público lo que se está ofreciendo.

3.2 Investigación de mercado

A continuación, se explica la metodología y los instrumentos de la investigación.

- **Por el propósito:**

Investigación aplicada, la cual tiende a modificar la realidad presente con alguna finalidad práctica y que para efecto de este proyecto es abrir un bar-restaurante con cócteles y platos tipo americano dentro del cantón Quinsaloma, un ambiente diferente al que la población del sector está acostumbrada.

- **Por el lugar:**

Investigación de campo, donde ocurren los hechos que para efecto del proyecto se utilizó una hoja de observación para constatar la situación de locales que ofrecen un servicio similar y encuestas para medir el nivel de aceptación de los pobladores de Quinsaloma con respecto de la apertura de un negocio con las características mencionadas anteriormente.

- **Modalidad**

Debido a las condiciones actuales por la pandemia del Covid-19 es necesario que se maneje una modalidad a distancia por medio de una encuesta realizada en la plataforma de Google Forms, esta ayudará con la tabulación respectiva de las respuestas. La encuesta está compuesta por preguntas cerradas enfocadas en conocer a la demanda y el nivel de aceptación del negocio dentro del sector.

Las encuestas fueron realizadas en la provincia de Los Ríos, cantón Quinsaloma, cabecera cantonal.

3.3 Plan de Muestreo

- Población: 20 428
- Población segmentada: 5 695 personas

Dónde:

$$n = Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N / e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q$$

- **n** = tamaño de la muestra
- **Z** = nivel de confianza 95% = 1,96
- **e** = error en la estimación = 5%
- **P** = proporción de defectos esperados = 50%
- **Q** = probabilidad negativa = 50 %
- **N** = población segmentada

$$n = Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N / e^2 (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q$$

$$n = (1,96)^2 (0,5) (0,5) (5\ 695) / (0,05)^2 (5\ 695 -1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)$$

$$n = 5\ 469,19 / 15,19$$

$$n = 359,94 \rightarrow 360 \text{ encuestas}$$

La segmentación de mercado para el bar – restaurante “Entre Panas” se ha realizado en base al concepto del establecimiento, inclinado a la sección del bar, con el propósito de captar al público joven de entre 18 a 35 años aproximadamente, mismos que cuenten con la capacidad adquisitiva para cubrir los precios establecidos en el menú y estén dispuestos a formar parte de una experiencia diferente.

Para el cálculo respectivo de la muestra se han tomado los datos de las proyecciones poblacionales para el año 2020 del INEC, la población total estimada del cantón es de 20 428 personas (INEC, s.f.).

Después de realizar la segmentación se redujo a 5 695. El resultado es de 360 encuestas por realizar, pero por cuestiones académicas el número se ha reducido a 116.

3.4 Análisis de las Encuestas

1. Su edad se encuentra entre:

Tabla N°4

Su edad se encuentra entre:		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
18 a 26	76	65%
27 a 35	30	26%
Más de 35	10	9%
Total general	116	100%

Tabla 4. Edinson Baño. (2021). Tabulación 1. Ecuador.

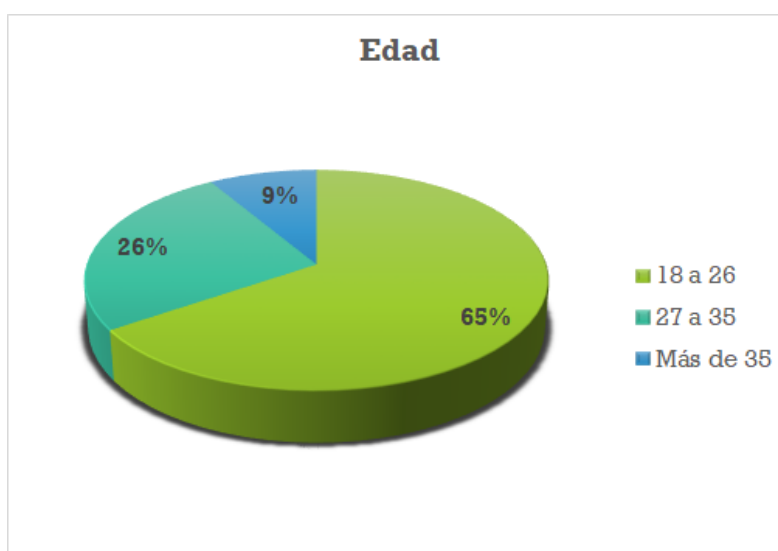


Ilustración 4. Edinson Baño (2021). Tabulación 1. Ecuador.

Análisis

Se ha colocado el rango de edad como primera pregunta dado que es necesario saber el público potencial que acudirá al negocio, de las 116 encuestas realizadas el 65% tiene edades entre 18 y 26 años. Este dato permite conocer las necesidades de la mayoría de los clientes y realizar mejoras continuas, sin dejar de lado al resto de comensales.

2. Su género es:

Tabla N°5

Su género es:		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Femenino	61	53%
Masculino	55	47%
Total general	116	100%

Tabla 5. Edinson Baño (2021). Tabulación 2. Ecuador.

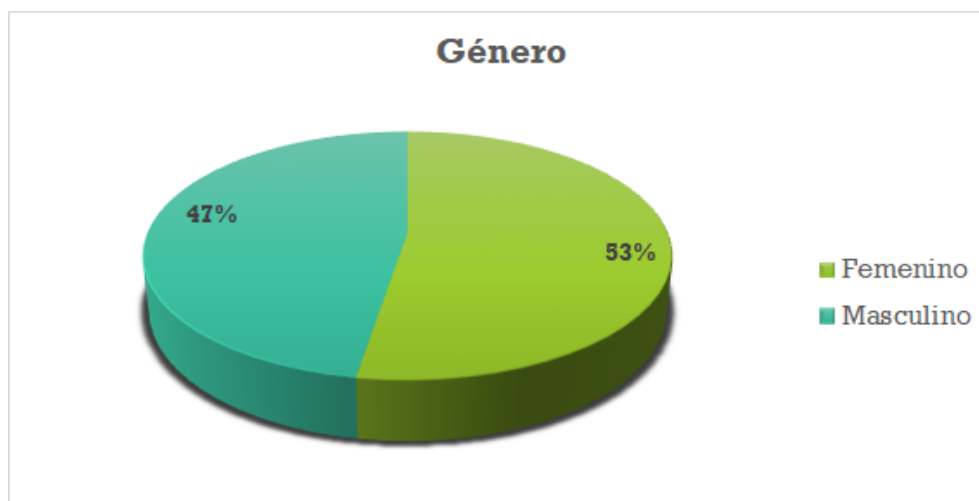


Ilustración 5. Edinson Baño (2021). Tabulación 2. Ecuador.

Análisis

Del total de personas encuestadas la mayoría son mujeres, con el 53%, este dato permite conocer las características o tendencias que se debe tener en cuenta para la apertura de "Entre Panas". También crear un ambiente de seguridad y confianza dentro y fuera de las instalaciones.

3. ¿Cuántas veces al mes come en un restaurante?

Tabla N°6

¿Cuántas veces al mes come en un restaurante?		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
0	8	7%
1	18	16%
2	41	35%
Más veces	49	42%
Total general	116	100%

Tabla 6. Edinson Baño (2021). Tabulación 3. Ecuador.

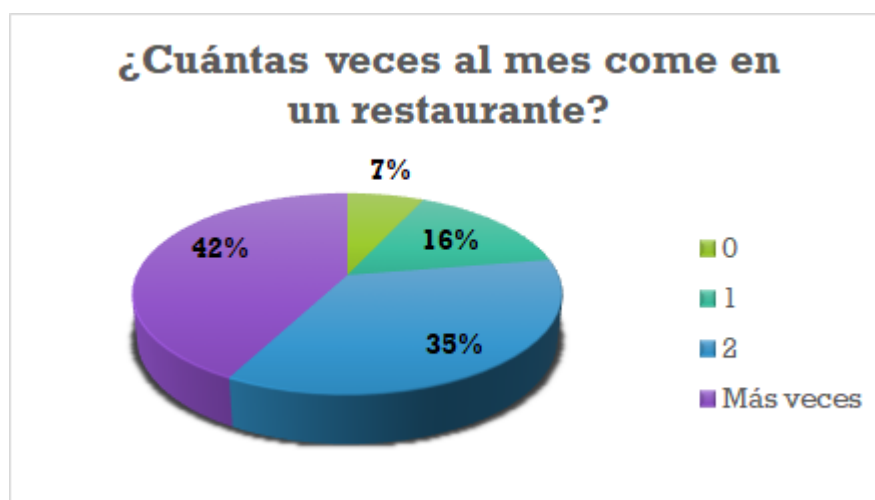


Ilustración 6. Edinson Baño (2021). Tabulación 3. Ecuador.

Análisis

El 42% de las personas encuestadas aseguran que comen fuera más de 2 veces al mes, con esta información es posible visualizar la viabilidad del proyecto, dado que hay gran cantidad de personas que se podrían considerar como posibles clientes. Solamente el 7% respondió que no consumen alimentos en un restaurante, pero será posible acceder a ellos con el plan correcto de mercadotecnia en redes sociales y de manera física en los alrededores del bar.

4. ¿Conoce un restaurante en Quinsaloma con una temática de comida americana y cócteles?

Tabla N°7

¿Conoce un restaurante en Quinsaloma con una temática de comida americana y cócteles?		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
No	104	90%
Sí	12	10%
Total general	116	100%

Tabla 7. Edinson Baño (2021). Tabulación 4. Ecuador.



Ilustración 7. Edinson Baño (2021). Tabulación 4. Ecuador.

Análisis

Gran cantidad de personas, el 90%, respondieron a la encuesta no conocen de algún establecimiento que proporcione una temática como la que está ofreciendo "Entre Panas", el 10% restante si conoce y se debe a los establecimientos que son competencia directa de la empresa.

5. ¿Le gustaría que un restaurante tuviera esta temática en Quinsaloma?

Tabla N°8

¿Le gustaría que un restaurante tuviera esta temática en Quinsaloma?		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
No	5	4%
Sí	111	96%
Total general	116	100%

Tabla 8. Edinson Baño. (2021). Tabulación 5. Ecuador.

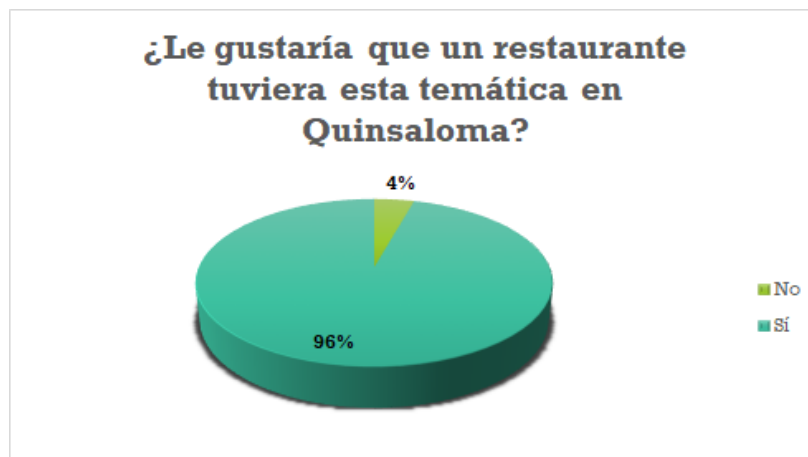


Ilustración 8. Edinson Baño. (2021). Tabulación 5. Ecuador.

Análisis

Alrededor del 96% de las respuestas aseguran que les gustaría tener un restaurante con la temática de comida americana, esta gran aceptación es un impulso para continuar con la idea propuesta en el plan de negocios, dado que un mínimo de personas considera que no les gustaría un lugar como el que se pretende abrir.

6. ¿Le gustaría disponer de un menú con opciones diferentes e innovadoras?

Tabla N°9

¿Le gustaría disponer de un menú con opciones diferentes e innovadoras?		
Opciones	Cantidad	Porcentajes
No	3	3%
Sí	113	97%
Total general	116	100%

Tabla 9. Edinson Baño. (2021). Tabulación 6. Ecuador.

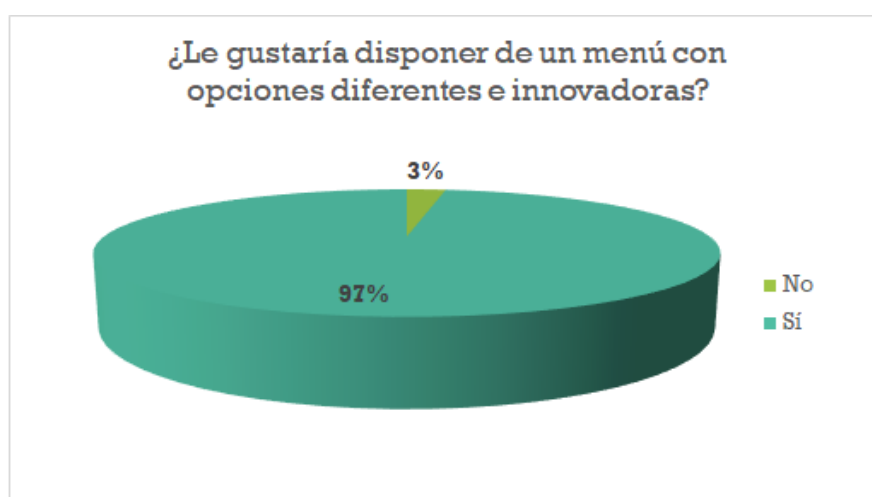


Ilustración 9. Edinson Baño. (2021). Tabulación 6. Ecuador.

Análisis

Es posible observar que el 97% de encuestados están dispuestos a tener nuevas opciones al momento de elegir sus alimentos y están abiertos a algo diferente, el 3% restante puede deberse a la población de diferente edad y que tal vez prefieran opciones tradicionales, pero las respuestas respaldan la propuesta hecha por "Entre Panas".

7. De los siguientes platos, ¿Cuáles opciones le llaman más la atención?

Tabla N°10

De los siguientes platos, ¿Cuáles opciones le llaman más la atención?		
Opciones	Cantidad	Porcentajes
Solo Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle)	15	13%
Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle) y Hamburguesa clásica	2	2%
Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle), Hamburguesa clásica y Mix de lechuga	2	2%
Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle), Hamburguesa clásica y Nachos con queso	1	1%
Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle) & Nachos con queso	3	3%
Solo Costillas (salsa BBQ clásica, salsa Jack Daniel)	29	25%
Costillas (salsa BBQ clásica, salsa Jack Daniel) y Alitas (BBQ)	6	5%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle) y Mix de lechuga.	1	1%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle) & Hamburguesa clásica	4	3%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle), Hamburguesa clásica y Mix de lechuga.	4	3%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle), Hamburguesa clásica y Nachos con queso	6	5%

Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle), Hamburguesa clásica, Nachos con queso y Mix de lechuga	8	7%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Alitas (BBQ y mantequilla y chipotle), Nachos con queso y Mix de lechuga	2	2%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel) y Mix de lechuga	4	3%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Hamburguesa clásica y Mix de lechuga.	2	2%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Hamburguesa clásica y Nachos con queso	1	1%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), Hamburguesa clásica, Nachos con queso y Mix de lechuga.	1	1%
Costillas (BBQ, salsa Jack Daniel), & Nachos con queso	1	1%
Solo Mix de lechuga.	7	6%
Solo Hamburguesa clásica	10	9%
Hamburguesa clásica, Nachos con queso y Mix de lechuga	2	2%
Solo Nachos con queso.	5	4%
Total general	116	100%

Tabla 10. Edinson Baño. (2021). Tabulación 7. Ecuador.

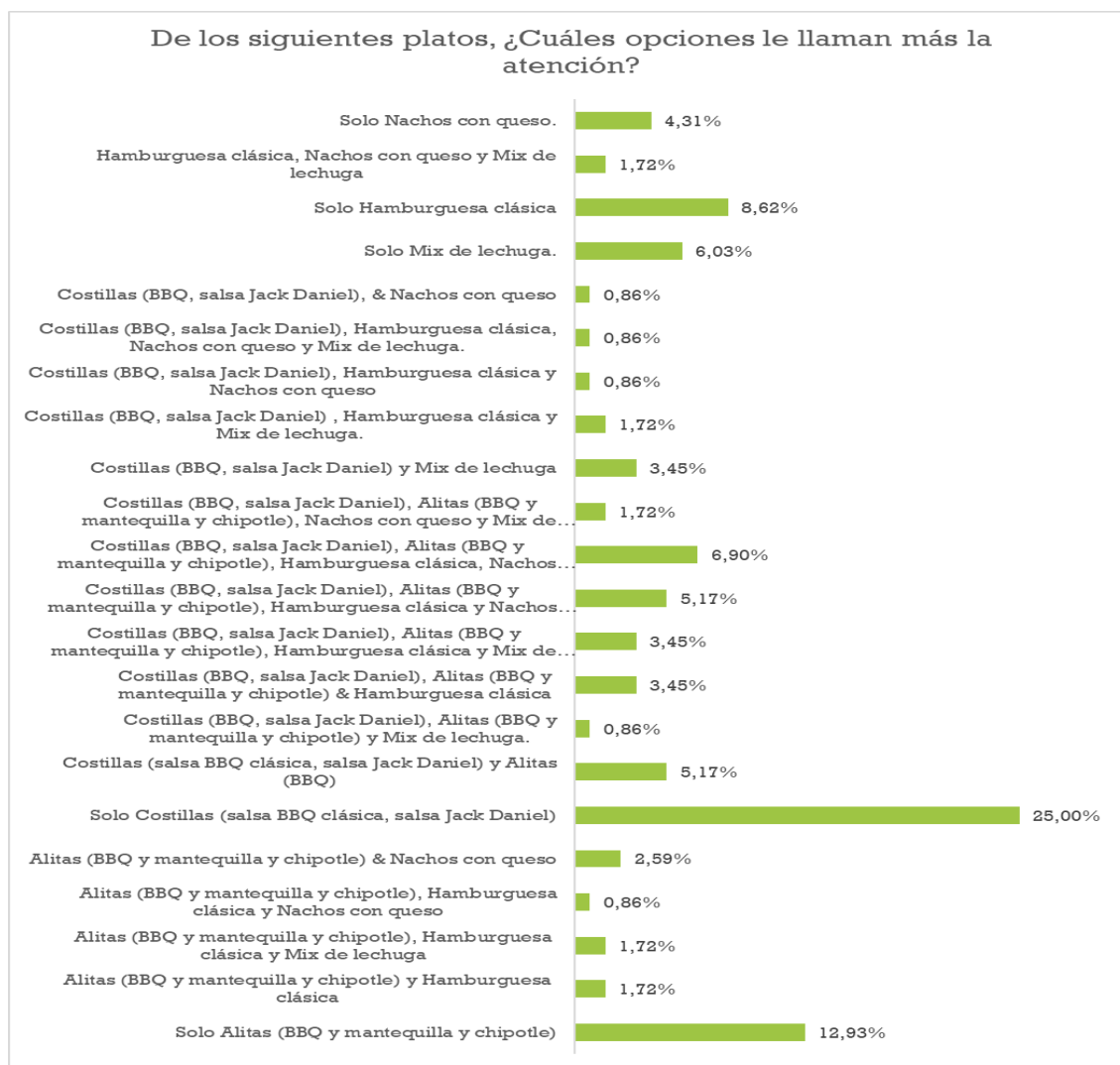


Ilustración 10. Edinson Baño. (2021). Tabulación 7. Ecuador.

Análisis

De las posibles combinaciones de los platos propuestos como opciones para el comensal, ha tenido gran acogida las costillas con el 25% y aumentando más el porcentaje con las combinaciones del resto de platillos como con alitas, nachos o hamburguesas. En segundo lugar se encuentran las Alitas con el 13%. Esto quiere decir que el negocio debería enfocarse a posicionar estos platos como los destacados del menú, con varias opciones en salsas y sus posibles acompañantes. Y en tercer lugar se puede observar la tendencia de las personas por consumir más ensaladas, este plato también se debe tomar en cuenta para ofrecerlo de manera innovadora y hacerlo más atractivo.

8. De las siguientes bebidas, ¿Cuáles serían de su preferencia?

Tabla N°11

De las siguientes bebidas, ¿Cuáles serían de su preferencia?		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Solo Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	10	9%
Solo Cerveza (Pilsener)	10	9%
Cerveza (Pilsener) & Michelada clásica	2	2%
Cerveza (Pilsener), Michelada clásica & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	5	4%
Solo Cóctel (cuba libre y mojito)	21	18%
Cóctel (cuba libre y mojito) & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	1	1%
Cóctel (cuba libre y mojito) & Cerveza (Pilsener)	1	1%
Cóctel (cuba libre y mojito), Cerveza (Pilsener) y Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	1	1%
Cóctel (cuba libre y mojito), Cerveza (Pilsener) y Michelada clásica	2	2%
Cóctel (cuba libre y mojito) y Michelada clásica	6	5%
Cóctel (cuba libre y mojito), Michelada clásica & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	6	5%
Cóctel (cuba libre y mojito) y Trago (shot whisky)	2	2%
Cóctel (cuba libre y mojito), Trago (shot whisky) & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	1	1%
Cóctel (cuba libre y mojito), Trago (shot whisky), Cerveza (Pilsener) y Michelada clásica	4	3%
Cóctel (cuba libre y mojito), Trago (shot whisky), Cerveza (Pilsener), Michelada clásica & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	12	10%
Cóctel (cuba libre y mojito), Trago (shot whisky) & Michelada clásica	2	2%
Cóctel (cuba libre y mojito), Trago (shot whisky), Michelada & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	1	1%
Solo Michelada clásica	14	12%
Michelada clásica & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	2	2%
Sólo Trago (shot whisky)	7	6%
Tragos & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	1	1%
Trago (shot whisky), Cerveza (Pilsener) y Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	1	1%
Trago (shot whisky), Cerveza (Pilsener) y Michelada clásica	2	2%
Trago (shot whisky), Cerveza (Pilsener), Michelada clásica & Bebidas sin alcohol (Jugo de Naranja)	2	2%
Total general	116	100%

Tabla 11. Edinson Baño. (2021). Tabulación 8. Ecuador.

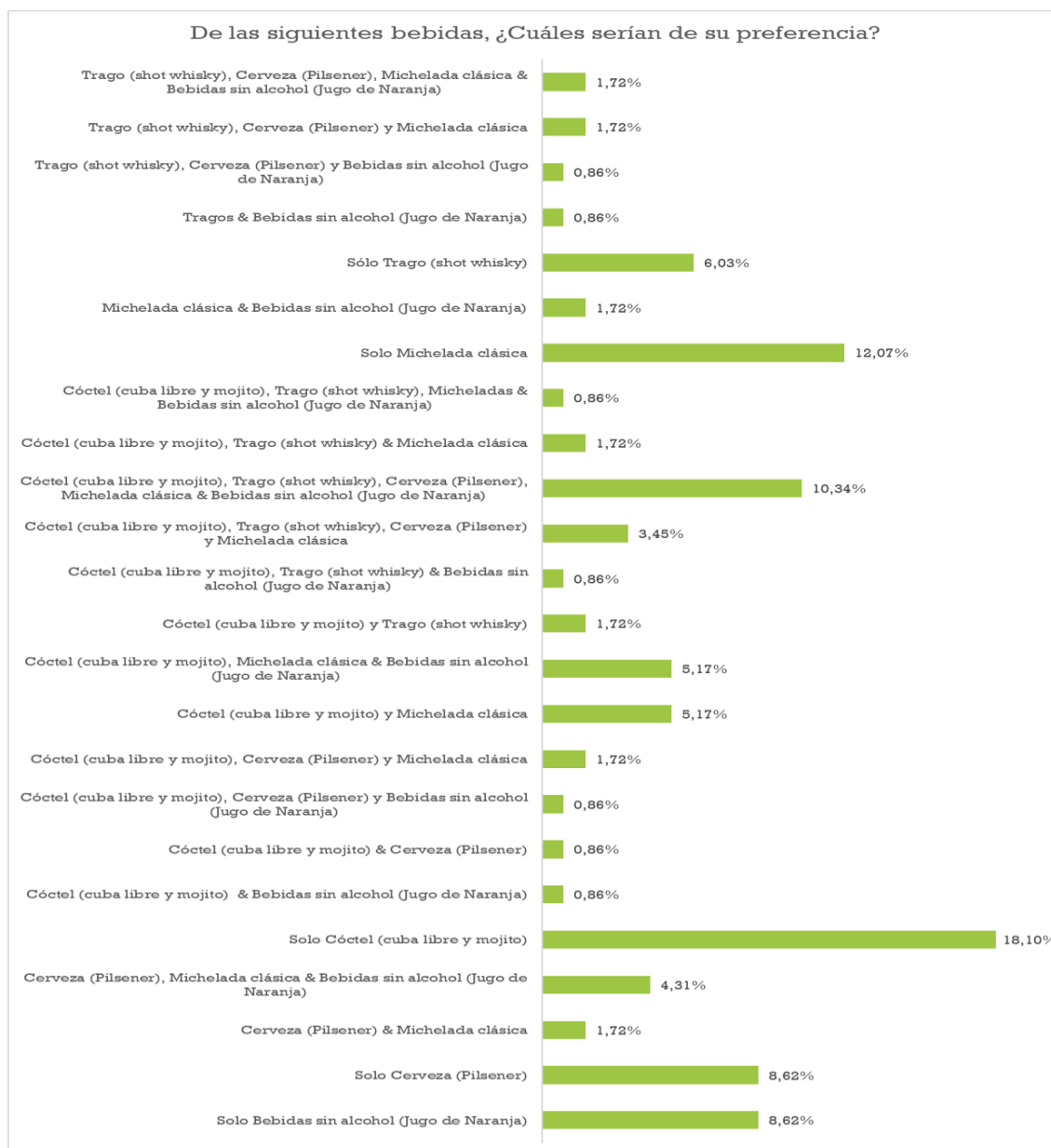


Ilustración 11. Edinson Baño. (2021). Tabulación 8. Ecuador.

Análisis

Aquella bebida con más acogida son los cocteles con el 18% y aumentando más este porcentaje si se toman en cuenta las combinaciones con otras bebidas, se debe direccionar algunos esfuerzos del personal a potenciar este producto, con opciones nuevas y diferenciadas para que el comensal pueda escoger dentro de un gran abanico de opciones. En segundo lugar, se encuentra la michelada bastante conocida y común en la mayoría de los establecimientos, "Entre Panas" debe mejorar y diferenciar el producto para que el cliente prefiera las micheladas de este establecimiento por encima de otros.

9. Normalmente ¿Con quién frecuente salir?

Tabla N°12

Normalmente ¿Con quién frecuente salir?		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Amigos	51	44%
Familia	32	28%
Otro	3	3%
Pareja	30	26%
Total general	116	100%

Tabla 12. Edinson Baño (2021). Tabulación 9. Ecuador.

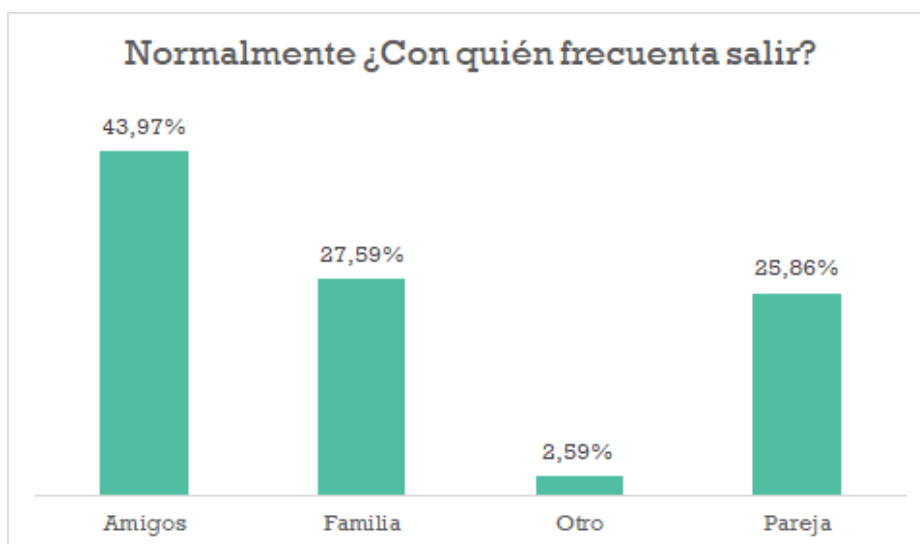


Ilustración 12. Edinson Baño (2021). Tabulación 9. Ecuador.

Análisis

Los grupos de personas que acudirían al establecimiento podría decirse que en su mayoría serán de amigos, dado que el 44% de personas respondieron que frecuentan salir con sus amistades, pero así mismo acuden con familiares por lo que el ambiente también debe ser acogedor para este porcentaje que corresponde al 28% de los encuestados. El 26% suele salir con su pareja, por lo que "Entre Panas" también se debe preocupar por cumplir con las expectativas de este grupo de personas.

10. ¿Qué tipo de entretenimiento le gustaría recibir dentro del establecimiento?

Tabla N°13

¿Qué tipo de entretenimiento le gustaría recibir dentro del establecimiento?		
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Música	41	35%
Música en vivo	18	16%
Todas las anteriores	52	45%
TV. Fútbol, noticias, videos musicales.	5	4%
Total general	116	100%

Tabla 13. Edinson Baño (2021). Tabulación 10. Ecuador.

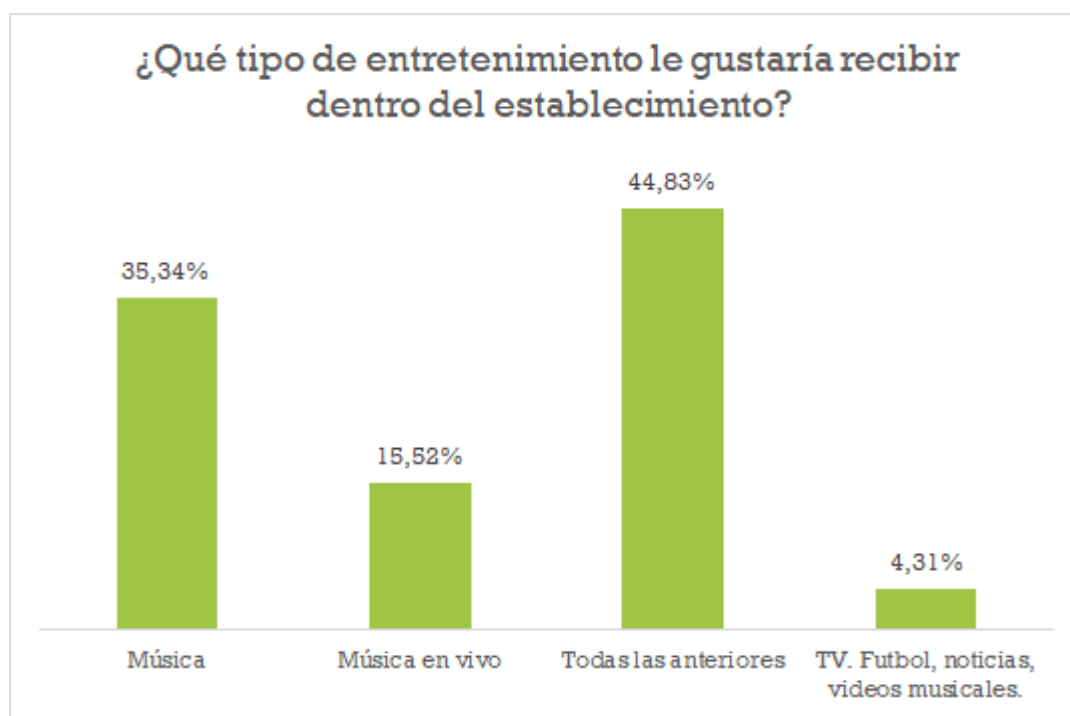


Ilustración 13. Edinson Baño (2021). Tabulación 10. Ecuador.

Análisis

Es importante saber las preferencias del consumidor con respecto al entretenimiento dentro del establecimiento, este es el objetivo de esta pregunta y se puede observar que el

45% de personas prefiere escoger la música, música en vivo, TV (fútbol, noticias o videos musicales) por lo que "Entre panas" deberá combinar estas opciones creando horarios para cumplir con las expectativas de los clientes. El 35% de encuestados seleccionó solo la música por lo que es posible saber que será buena opción poner música de géneros variados o en el futuro preguntar directamente al personal el tipo de música que sea de preferencia para la mayoría. Se debería considerar hacer espectáculos en vivo dado que el 16% de encuestados muestran su interés por esta opción. Prácticamente se podría descartar la opción de la TV puesto que solo el 4% ha seleccionado esta opción.

Análisis General

Gracias a los resultados obtenidos, se puede determinar que los productos y el servicio a ofrecer serán bien recibidos por la mayoría de la potencial clientela, dado que frecuentan salir a consumir alimentos fuera de casa y gracias a la retroalimentación que se hará de manera continua se podrá cumplir con las expectativas de los comensales. Será necesario innovar y aumentar nuevos platos en el menú conforme pase el tiempo, con la intención de atraer al público joven y mantener fijos a los clientes más antiguos.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno

Para “Entre Panas” aquellas fuerzas cercanas que tienen impacto directo en la toma de decisiones se plantean en el siguiente gráfico.

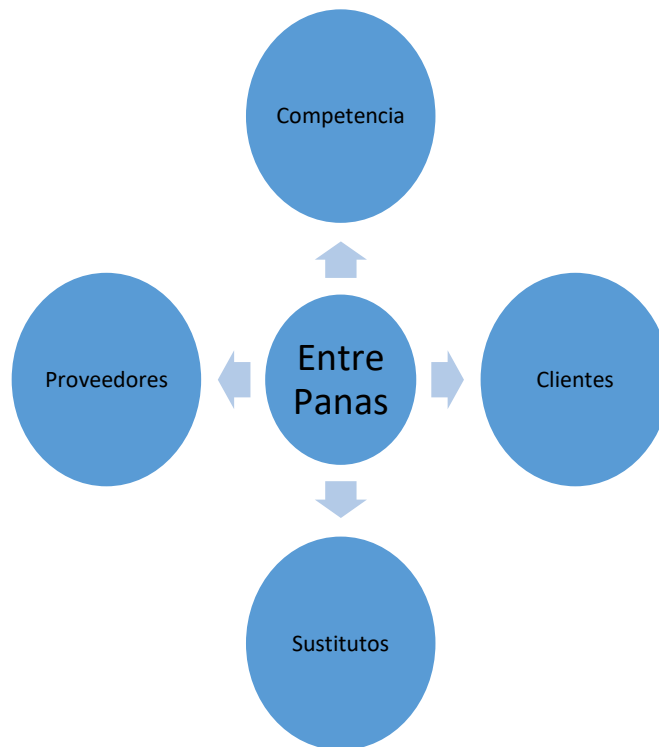


Ilustración 14. Edinson Baño. (2021). Microentorno de empresa. Quinsaloma.

- **Competencia**

En competencia directa como restaurante se tiene a “CON MUCHO GUSTO” & “ALISHIMA”, restaurantes que se van uniendo al mercado local.

- **Sustituto**

Como sustitutos tenemos a: “Comedor 3 Hermanos”, “Viña Taratapa”, “Choza la 12”, “5 Esquinas”, “Doña Gloria”. Estos son restaurantes que se dedican a la elaboración de comida tradicional y almuerzos.

- **Proveedores**

Lista de proveedores

Tabla N°14

N.º	EMPRESA	RUC	PRODUCTOS	DIRECCIÓN
1	FRIGORIFICO QUINSALOMA	2100356784001	Costillas de cerdo tipo americana y San Luis	Quinsaloma, calle tres de mayo y Simón Bolívar
2	PRONACA	1234657890001	Costillas de cerdo tipo americana San Luis, Alitas, y salchichas.	Quevedo Calle tercera y la B
3	FRIGORIFICO 3 HERMANOS	987676545001	Costillas de cerdo	Mercado Central Quinsaloma local 45
4	VÍVERES ORTIZ	1234568790001	Vegetales y hortalizas	Calle Zoilo Franco y Andrade
5	MERCADO MUNICIPAL QUINSALOMA	0	Vegetales y hortalizas	Mercado Central Quinsaloma local 45
6	SEÑORA FANNY	2100048877001	Vegetales y hortalizas orgánicos	Vía El Paraíso km 4
7	PANADERÍA LA ESPERANZA	1609887756001	Pan de hamburguesa y baguette	Parque central de Quinsaloma
8	DIPAN	1205386984001	Pan de hamburguesa y baguette	Calle Zoilo Franco y Carrillo
9	ECO 1	1246789334001	Distribuidora de licores	QUITO

10	EL BODEGÓN	999334487001	Distribuidora de licores	Quevedo Calle 10ma y Belisario
11	CÍTRICOS MANTILLA	987675432001	Pulpas Congeladas	Vía las naves Km 2 cruzando el puente río Humbe
12	ECOGUANABANA	945673298001	Pulpas Congeladas	Vía EL PARAÍSO km 3
13	DESECHABLES ALEGRÍA	997456677001	Envases desechables	Parque central de Quinsaloma
14	COMERCIAL NÚÑEZ	998766455001	Víveres en general harina y aceite	Parque central de Quinsaloma
15	COMERCIAL AQUÍ ZOILITA	998876565001	Víveres en general harina y aceite	Frente a la escuela Calicuchima
16	BODEGA LA DOCE	998874435001	Cervezas varias	Vía a la Ercilia Km 2 frente a gasolinera P&S

Tabla 14. Edinson Baño. (2021). Tabla de proveedores. Quinsaloma – Los Ríos

- **Clientes**

“Entre Panas” está enfocada a atraer a clientes mayores de edad que se encuentren con la capacidad adquisitiva para obtener los productos establecidos en el menú.

3.5.2 Macroentorno

Son todos aquellos factores externos que influyen en el desarrollo y desenvolvimiento de la empresa “Entre Panas”, los cuales deben ser tomados en cuenta para obtener una solidez empresarial.

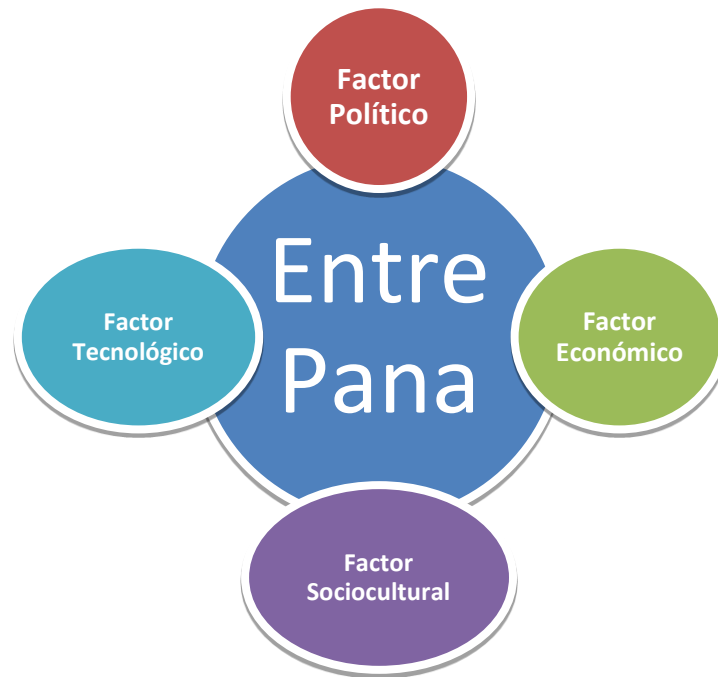


Ilustración 15. Edinson Baño. (2021). Macroentorno de la empresa. Quinsaloma.

- **Factor Político**

La microempresa “Entre Panas” manejará la formalidad para el negocio y se desempeñará legalmente de acuerdo con las normas de funcionamiento establecidas por la Constitución de la República del Ecuador.

- **Factor Económico**

“Entre Panas” dependerá de las tasas de interés y la inflación actual de la economía del Ecuador para la fijación de precios. Se podría definir que para este tipo de emprendimiento la economía del país se mantenga estable a lo largo del tiempo.

- **Factor Sociocultural**

El compartir momentos especiales con amigos, familia o pareja en el cual se puede convertir en instantes que marquen la vida de los clientes, como al ofrecer productos que invadan de recuerdos sus memorias y las vivencias ocurridas dentro del establecimiento.

- **Factor Tecnológico**

Con el continuo avance de la tecnología y la creación diaria de aplicaciones para el mundo, “Entre Panas” se verá beneficiado y hará uso de estas para crear facilidades entre distribuidores y especialmente con el cliente.

3.6 Producto y servicio

“Entre Panas” es una empresa enfocada en la producción de alimentos y bebidas para el consumo dentro de un establecimiento tipo bar- restaurante; con fin de lucro y con la intención de empezar a tener ganancias después de 6 meses desde su apertura. Aparte de ofrecer el servicio de delivery mediante la empresa de “Talo Express”, como se detalla en este documento.

El objetivo es ofrecer un producto de calidad, el cual pueda superar las expectativas de los clientes, incrementando el nivel de ingresos, también el mantener una buena relación con los proveedores para efectivizar la adquisición de los productos, mismos que son necesarios en la elaboración de alimentos y bebidas con la finalidad de alcanzar los beneficios esperados para la empresa.

3.6.1 Producto Esencial

En este caso es un menú, el cual es esencial el brindar una experiencia diferente e innovadora al cliente, presentando un menú que pueda cumplir con las expectativas esperadas y dentro de un ambiente ameno, con las medidas de bioseguridad necesarias de acuerdo con el contexto en el que se está viviendo actualmente.

Es importante llevar hasta el cliente una experiencia enriquecedora que le permita volver al establecimiento, cumplir con los estándares propuestos por la empresa para que la confianza sea transmitida al personal y a los comensales, y de esta manera brindar el mejor servicio posible.

3.6.2 Producto real

- **Costillas BBQ y salsa Jack Daniel**

El producto real de “Entre Panas” es servir al cliente costillas de cerdo, las cuales son cocidas por 8 horas en horno a una temperatura de 140 °C controlados, para lograr obtener la suavidad y jugosidad de la carne para posteriormente ser bañada en salsa.

La importancia de llevar al cliente este producto es el demostrar el tiempo, paciencia y conocimientos adquiridos como gastrónomo. De esta manera brindar un producto muy conocido en el sector de Quinsaloma pero con una forma diferente en la preparación para lograr satisfacer a un público exigente en su necesidad de alimentarse.

Características

Costillas cocidas a temperatura baja por largo tiempo, con su carne suave y jugosa bañada en salsa a elección.

Calidad

Debido a que “Entre Panas” requiere el uso de productos de alta calidad para el consumo humano es necesario considerar las siguientes regulaciones:

- **Normas INEN:** la Norma Técnica Ecuatoriana 1334-2 en su tercera revisión habla acerca del rotulado de los productos alimenticios para consumo humano. Aquí se enlistan los requisitos mínimos que debe cumplir el rotulado nutricional de los alimentos procesados, envasados y empaquetados. Esta norma se aplica a todo alimento procesado, envasado y empaquetado que se ofrece como tal para la venta directa al consumidor (Servicio Ecuatoriano de Normalización , 2016)
- **Normas del ARCSA:** en primer lugar, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), es la entidad pública adscrita al Ministerio de Salud Pública (MSP) que se encarga de controlar y vigilar las condiciones higiénico – sanitarias de los productos de uso y consumo humano, además de brindar servicios que facilitan la obtención de permisos de funcionamiento y Notificaciones Sanitarias (Agencia Nacional de Regulación, 2021).

En segundo lugar, es importante tener en cuenta que esta agencia pública dos documentos, tanto la normativa y como el reglamento correspondiente y es necesario revisar ambos.

Es importante que se examine lo mencionado anteriormente con el propósito de verificar el cumplimiento de las leyes correspondientes por parte de los proveedores y garantizar la calidad del producto que se adquiere para su posterior transformación y llegada al cliente final. Así como el establecimiento se compromete a cumplir con los requisitos establecidos para adquirir los permisos de funcionamiento que respaldan las condiciones sanitarias seguras tanto para comensales como para el personal que trabaja en la empresa.

Estilo

Este producto al someterse a una cocción larga logra tener una suavidad para que la carne se desprende con mucha facilidad.

Marca

La empresa “Entre Panas” adquiere su nombre debido al trato que se mantiene con los amigos o amigas, algo relativo a “que más mi pana” & “solo panas o solo amigos” jerga utilizada para el trato entre personas que tienen algún vínculo amistoso, de compañerismo o se puede decir hasta familiar. Muchas personas utilizan este argot dentro de un grupo. Esta es la razón por la cual se definió “Entre Panas” como eslogan de la empresa.

El logo es una jarra cervecera con espuma burbujeante, derramándose con una insignia de música para su fácil reconocimiento, determinación, innovación y crecimiento. Con colores un poco fuertes, y llamativos,



Ilustración 16. Edinson Baño. (2021). Logotipo de bar restaurante Entre Panas

Empaque:

Con el servicio “también para llevar” se usa desechables biodegradables, los mismo no contarán con un logo.

3.6.3 Producto aumentado

El bar – restaurante “Entre Panas” ofrece al público la opción de delivery, subcontratando los servicios de “Talo Express”, empresa conocida en el sector, con la intención no sólo de preservar la integridad de la clientela frente al Covid-19 sino de llevar la experiencia única y distinguida del establecimiento a la comodidad de su hogar, también se tiene el servicio de estacionamiento con vigilancia durante el tiempo que los comensales se encuentren dentro del establecimiento.

La empresa ofrece cortesía por fechas especiales (cumpleaños, aniversarios, bodas) sorteo de cena con su pareja, con servicio en la mesa. Información de promociones que se vaya a realizar utilizando mensajes personalizados gracias a la base de datos estructurada a base de la información proporcionada por cada cliente.

Con respecto a la elaboración de los alimentos se pondrá a consideración de los clientes el origen de los productos con los que realizan los platos del menú, con la finalidad de dar a conocer la calidad de estos.

Adicional se va a brindar un “mural de recuerdos” este constará de fotografías de los clientes con la frase que más les guste y escrita por ellos.

Se lanzarán promociones semanales con descuentos para grupos de más de 6 personas, con la finalidad de dar a conocer el ambiente ameno que se puede llegar a vivir dentro del establecimiento.

También y seguido a esto se contará con la etapa de postventa para el lanzamiento de nuevos productos, estos pueden ser nuevos platos o cócteles, y así perfeccionarlo con ayuda de las opiniones de los comensales.

Todo este producto aumentado va dirigido hacia el público, para tener un cliente satisfecho y la fidelidad de estos.

3.7 Plan de introducción al mercado

- **Distintivos y Uniformes**

Área de Cocina:

El personal de cocina, tanto el chef ejecutivo como los ayudantes, contarán con lo siguiente:

- Chaqueta color negro, con distintivo de la empresa en la parte superior derecha
- Pantalón mil cuadros
- Mandil negro
- Safari negro con logo de la empresa

Además, todos los miembros de esta área deberán usar zapatos negros antideslizantes para evitar accidentes y guantes quirúrgicos al momento de manipular los productos.

Ilustración 17



Ilustración 17 AliExpress. Uniformes de trabajo. Disponibles en: <https://es.aliexpress.com/i/33018408996.html>

Materiales de Identificación

“Entre Panas” contará con tarjetas de presentación en las cuales habrá información del Gerente Chef, datos del establecimiento, y una pequeña información sobre el mismo.

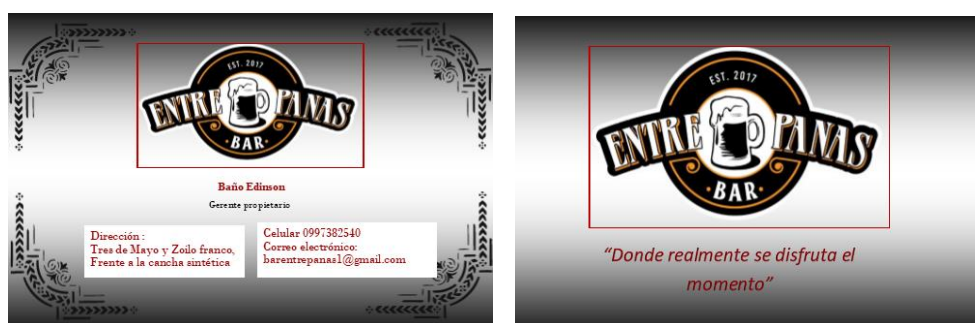


Ilustración 18. Edinson Baño (2021). Tarjeta de presentación. Quito.

En estas tarjetas también estará información de contacto y las redes sociales en las cuales hará llegar información, promociones, y diversos asuntos que tendrá la empresa.

Con el pasar del tiempo se colocarán vallas publicitarias en lugares públicos con el fin de llegar a la mente de los consumidores con nuestra marca Entre Panas “Donde realmente se disfruta el momento”

Gráfico N° 17



Ilustración 19. Publitrans. (2020). Valla publicitaria. En: <https://www.publi-trans.com/>.

Además, contaremos volantes de presentación para nuestros clientes en los cuales haremos llegar información, promociones, con diversos asuntos que tendrá “Entre Panas”

3.8 Punto de venta

El único punto de venta que tendrá Entre Panas será el del restaurante, cual realizará:

- **Promoción**
 - Flyers
 - Anuncios en redes sociales y radio
- **Contacto**
 - Tarjetas de presentación
 - Redes sociales
- **Correspondencia**
 - Mails informativos

- **Negociación**
 - Directamente en el restaurante
 - Vía telefónica
 - Aplicaciones de mensajería
- **Financiamiento**

La empresa “Entre Panas” como parte del proceso de financiamiento utilizará los diversos medios para llegar a la mente del consumidor.

Tabla N°15

Flyers	1000 unid	\$25,00
Anuncios redes sociales (Facebook y Instagram)	1 c/semana	\$10,00
Tarjetas de presentación	1000 unidades	\$ 15
TOTAL		\$50,00

Tabla 15. Edinson Baño (2021). Tabla de financiamiento. Ecuador.

3.9 Riesgo y oportunidades del negocio

El elemento fundamental de riesgo es la presencia restaurantes como “Con Mucho Gusto” mismo que tiene una temática parecida al de “Entre Panas” por lo que se los considera como competencia directa en el servicio de alimentos.

Como oportunidad de la empresa será la alianza con hoteles del sector o agencias de viajes para la atracción de más clientes locales y turistas, ofreciendo descuentos y promociones con esta idea.

3.10 Fijación de Precios

Fijación de precios por ficha técnica de producción

1. Platos fuertes

1) Palto costillas de cerdo

Tabla N°16

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTANDAR			
NOMBRE DEL PLATO:	Costo plato costillas		Código	0001	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Costilla	Gr	\$ 6,82	300	\$ 2,05	
Guarnición	Gr	\$ 5,10	100	\$ 0,51	
Salsas	Gr	\$ 12,74	50	\$ 0,64	
Ensalada	Gr	\$ 0,64	60	\$ 0,04	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	3,23	
			Imprevisto	10%	0,32
			Costo Neto		3,55
			Gasto de fabr.	15%	0,53
			Factor costo	33,33%	1,18
			M.O.	45%	1,60
			Gasto admón.	12%	0,43
			Utilidad	45%	1,60
			Sub total		8,90
			Servicio	10%	0,89
			IVA	12%	1,07
Total			10,86		

Tabla 16. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.

2) Plato alitas

Tabla N°17



		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTANDAR			
NOMBRE DEL PLATO:	Costo de plato alitas		Código	0004	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Alitas	Gr	\$ 4,75	250	\$ 1,19	
Ensalada fresca	U	\$ 0,44	1	\$ 0,44	
Papas fritas	Gr	\$ 1,23	100	\$ 0,12	
Salsa alitas	Gr	\$ 1,30	80	\$ 0,21	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	\$ 1,96	
			Imprevisto	10%	0,20
			Costo Neto		2,15
			Gasto de fabr.	15%	0,32
			Factor costo	33,33%	0,72
			M.O.	45%	0,97
			Gasto admin	12%	0,26
			Utilidad	45%	0,97
			Sub total		5,39
			Servicio	10%	0,48
			IVA	12%	0,57
			Total	5,84	

Tabla 17. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.

2. Bebidas

1) Michelada clásica

Tabla N°18



 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTANDAR			
NOMBRE DEL PLATO:	Michelada clásica	Código	0005		
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020	Chef	Baño Edinson		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Cerveza Pilsener	MI	\$ 1,24	660	\$ 1,24	
Limón	MI	\$ 0,05	60	\$ 0,25	
Salsa inglesa	Gr	\$ 2,23	2	\$ 0,03	
Salsa tabasco	Gr	\$ 3,80	1	\$ 0,06	
Sal	Gr	\$ 1,00	10	\$ 0,01	
Pimienta Molida	Gr	\$ 7,25	1	\$ 0,01	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	1,60	
			Imprevisto	10%	0,16
			Costo Neto		1,76
			Gasto de fabr.	15%	0,26
			Factor costo	33,33%	0,59
			M.O.	45%	0,79
			Gasto admin	12%	0,21
			Utilidad	45%	0,79
			Sub total		4,39
			Servicio	10%	0,45
			IVA	12%	0,54
Total			5,51		

Tabla 18. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.

Receta estándar de producción


Receta estándar de platos

1) Costillas

Tabla N°19

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Plato costillas						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES			PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL		
Costillas de cerdo								
300	Gr	Costillas de cerdo			Cocidas			
100	Gr	Guarnición (Papas fritas o macaron con queso)						
50	Gr	Salsa (BBQ, Jack Daniel)						
60	Gr	Ensalada (mix lechuga, coleslaw)						
FOTOGRAFIA		PROCEDIMIENTO						
		1. Costillas horneadas						
		2. Papas fritas porción						
		3. Coleslaw poner en un pozuelo						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
510	1167,2	8,8	107	70,2	61,14	240	665	775

Tabla 19. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador

NOMBRE DE LA RECETA		Plato costillas				
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES			PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	
Costillas de cerdo						
300	Gr	Costillas de cerdo			Cocidas	
100	Gr	Guarnicion (Papas fritas o macroon con queso)				
50	Gr	Salsa (BBQ, Jack Daniel)				
60	Gr	Ensalada (mix le lechuga, coleslaw)				
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO				
		1. Costillas horneadas y pocionadas				
		2. Papas firtas en fritura profunda				
		3. Coleslaw poner en un posuelo				
		3. Poner en un bolw y meter al horna precalentado a 140°C por 8 horas sacara y conservar				
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)
510	1167,2	8,8	107	70,2	61,14	240

2) Alitas de pollo

Tabla N°20



		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Plato alitas						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
Alitas de pollo								
250	Gr	Alas de pollo	Refrigerada de 0 a 5°C					
50	Gr	Ensalada	Refrigerada de 6 a 18°C					
100	Gr	Papas fritas						
50	Gr	Salsa para alas						
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Freir las alas 170°C por 10 minutos y papas por separado						
		2. Armar en un plato cuadrado como esta en la imagen.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
450	1276	2,25	92,92	50	61	192	600	25

Tabla 20. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.

Bebidas

1) Michelada clásica

Tabla N°21

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Michelada						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
Michelada clásica								
660	ML	Cerveza Pilsener	Refrigerado 0 a 4°C					
60	ML	Limón						
2	Gr	Salsa inglesa						
1	Gr	Salsa tabasco						
3	Gr	Sal						
0,5	Gr	Pimienta Molida						
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. En un vaso cervecero de 500 ml poner la salsa tabasco, inglesa, Limón, pimienta y sal.						
		2. Verter la cerveza hasta llenar el vaso teniendo cuidado que se derrame do que no se derrame						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
703	97	0	0	1	0	0	386	0

Tabla 21. Edinson Baño. (2021). Receta estándar. Ecuador.

3.11 Capacidad instalada

3.11.1 Implementación del negocio

- Arriendo local

Tabla N°22

ARRIENDO		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$ 250,00	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00

Tabla 22. Edinson Baño. (2021). Arriendo. Ecuador.

- Equipos industriales

Tabla N°23

EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina completa	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Congelador Mabe 200 l.	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Mesa de trabajo (1,80 x 1,00X,85)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Mesa de trabajo (1,00 x 1,00X,85)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Estantería (93 x 33/ 5 divisiones)	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Licuada Oster	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Refrigerador Mabe 18 pies	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Microondas Whirlpool 20 litros	1	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 3.380,00

Tabla 23. Edinson Baño. (2021). Equipos Industriales. Ecuador.

- **Equipos de Computación**

Tabla N°24

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN AUDIO Y VIDEO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop hp 1000la	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Impresora CANON	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TV RIVIERA 55	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Consola amplificadora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Parlantes	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Cables (HDMI - AUDIO)	1	\$ 30,00	\$ 30,00
TOTAL			\$1.930,00

Tabla 24. Edinson Baño. (2021). Equipos Industriales. Ecuador.

- **Muebles y Enseres**

Tabla N°25

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Colador metálico grande	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Tabla de picar grande	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Cuchillo cebollero	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Cuchareta	2	\$ 1,75	\$ 3,50
Bowl 6 litros	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Pinzas grandes	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Sartenes #12	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Ollas de 4 litros	3	\$ 16,00	\$ 48,00
Basurero	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Recipientes plásticos 1000ml	6	\$ 1,20	\$ 7,20
Papel film	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Cucharón de 4 onzas	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Mesas de servicio	6	\$ 80,00	\$ 480,00
Sillas	24	\$ 25,00	\$ 600,00
Barra de servicio	1	\$ 400,00	\$ 400,00
TOTAL			\$1.744,20

Tabla 25. Edinson Baño. (2021). Muebles y enseres. Ecuador.

- **Equipos Industriales de seguridad**

Tabla N°26

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Letreros (señalética)	20	\$ 2,50	\$ 50,00
Luces de emergencia	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Sirena de emergencia	1	\$ 35,00	\$ 35,00
TOTAL			\$ 171,00

Tabla 26. Edinson Baño. (2021). Equipos Industriales de Seguridad. Ecuador.

- **Suministros de Oficina**

Tabla N°27

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cuaderno	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Grapadora	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Grapas (caja)	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Archivador	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Esferos	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Perforadora	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Cinta adhesiva	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Tijera	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Resma de papel	1	\$ 5,00	\$ 5,00
TOTAL		8,44	101,25
TOTAL ANUAL			101,25

Tabla 27. Edinson Baño. (2021). Suministros de Oficina. Ecuador.

- **Servicios Básicos**

Tabla N°28

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual	Pago anual
Agua	\$10	\$120
Luz	\$25	\$300
Internet	\$25	\$300
TOTAL MENSUAL	\$60	
TOTAL ANUAL		\$720

Tabla 28. Edinson Baño. (2021). Servicios Básicos. Ecuador.

- **Materiales de Limpieza**

Tabla N°29

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Trapeador	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Cloro	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Desinfectante	6	\$ 8,00	\$ 48,00
Lustre grueso	12	\$ 0,80	\$ 9,60
Fibra limpiadora	12	\$ 0,35	\$ 4,20
Fundas basura (10 unidades)	36	\$ 1,00	\$ 36,00
Lavavajillas (4kl)	6	\$ 12,00	\$ 72,00
Desengrasante	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Cepillo sanitario	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Pala	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Jabón líquido manos(4lt)	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Papel higiénico industrial	24	\$ 1,50	\$ 36,00
Toallas de papel (paquete)	25	\$ 1,50	\$ 37,50
TOTAL MENSUAL			\$ 37,03
TOTAL ANUAL			\$ 444,30

Tabla 29. Edinson Baño (2021) Materiales de limpieza. Ecuador

3.12 Estudio arquitectónico

- Estructura interna del Establecimiento

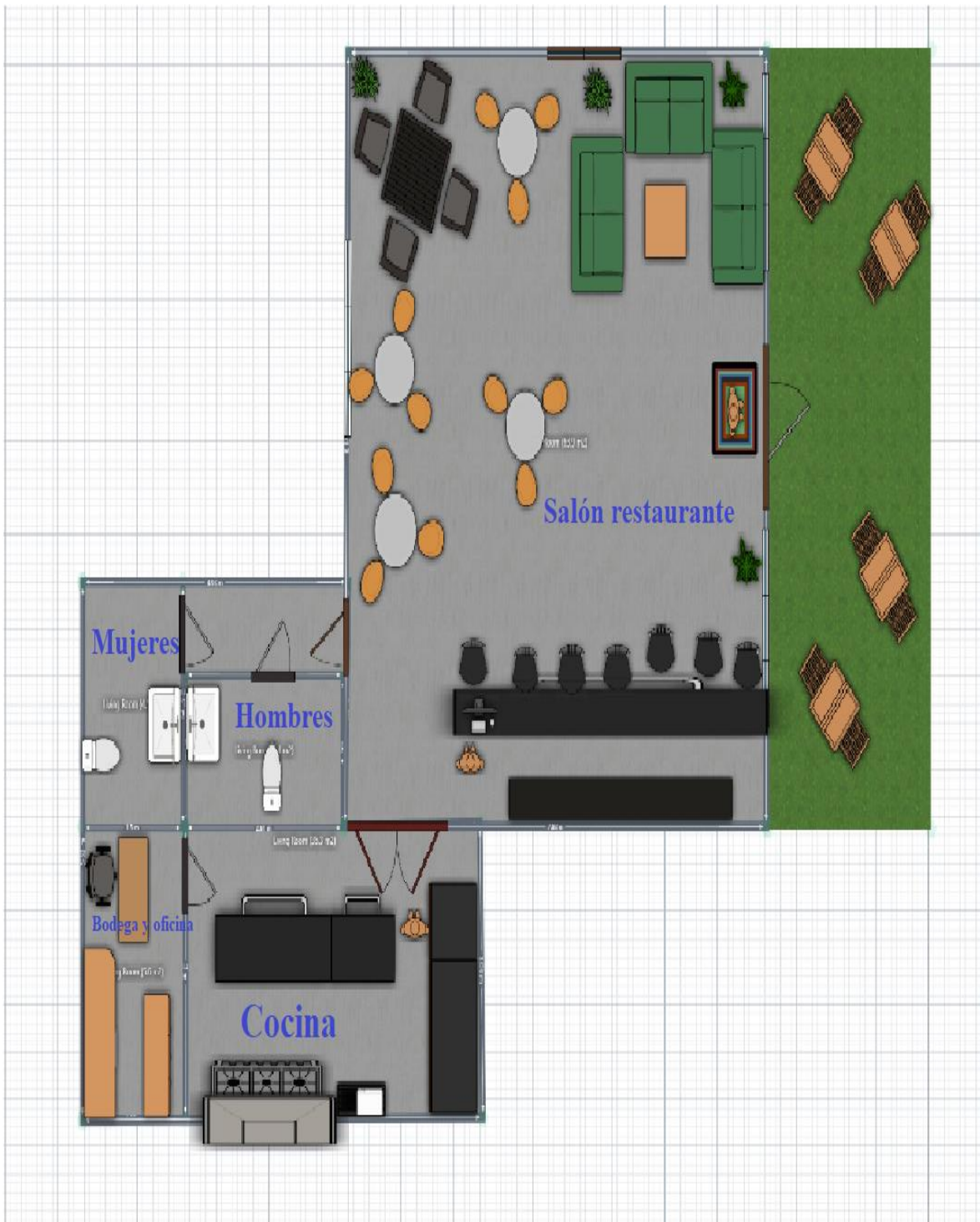


Ilustración 20. Edinson Baño (2021) Estructura interna del establecimiento. Ecuador.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para mantener la formalidad de la empresa, esta requiere ajustarse a su lugar de ubicación por lo que se necesita tener los siguientes documentos:

4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI

4.1.1 RUC (Registro Único de Contribuyente)

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas

Se necesita:

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio del contribuyente.
- Formulario de la actividad a la que va a pertenecer.

4.2 Municipio del cantón Quinsaloma

El Municipio se encarga de entregar los siguientes documentos:

- **Patente Municipal:** Copia de cédula de identidad, copia de certificado de votación, copia del RUC, copia Impuesto predial del local de arriendo.
- **Línea de fábrica:** documento que informa mediciones exactas del plano arquitectónico y del terreno.
- **Permiso de suelo:** permiso que garantiza que la infraestructura del local comercial es segura para la actividad a realizarse.

4.3 Cuerpo de Bomberos de Quinsaloma

- Solicitud de inspección
- Declaración
- Formato de inspección de locales comerciales
- Factura de la compra o mantenimiento del extintor

- Detector de gas
- Instalaciones de gas
- Instalaciones Eléctricas
- Documentos para la recaudación
- Carta del pago del impuesto predial
- Copia de cédula
- Copia del RUC

4.4 Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria /ARCSA

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA
- Llenar formulario
- Comprobante de pago
- Número de cédula
- Papeleta de votación
- RUC
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo
- Permiso de Bomberos (cantón Quinsaloma)
- Certificado Salud Ocupacional (centro de salud)

4.5 Ministerio del Trabajo

- Registro información del empleador
- Registro dirección del empleador
- Ingresar datos del representante legal

4.6 Ministerio de Turismo

- Copia del RUC
- Detalle del inventario valorado de activos fijos de la empresa o persona natural para el ejercicio de la actividad económica.

- Declaración del 1x1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales.
- Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable del uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado.
- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

4.7 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS

- Solicitud de entrega de clave (Impreso)
- Copia del RUC
- Copia de cédula de identidad
- Copia papeleta de votación
- Copia pago de servicio básico
- Calificación artesanal

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área.

El objetivo principal del estudio de los impactos ambientales es el prevenir, mitigar y restaurar el daño que se pueda causar al medio ambiente, de esta forma contribuir en la prevención de la contaminación ambiental haciendo uso de buenas prácticas que mitiguen los impactos negativos que pueda producir el restaurante.

El impacto social estará dado dentro de la comunidad en donde se encuentra ubicado el restaurante, obteniendo como resultado aspectos tanto positivos como negativos, debido a los efectos que produce el establecimiento al realizar sus actividades comerciales.

“Entre Panas” mantendrá como unas de sus prioridades la mitigación de la contaminación ambiental, por medio de la utilización de productos amigables con el medio ambiente, como lo son empaques y fundas biodegradables en la comercialización de sus productos y el manejo de contenedores apropiados para la separación de residuos de acuerdo con su categorización dentro y fuera de las instalaciones.

5.2 Impacto ambiental.

Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación del agua:** La utilización de productos químicos para la limpieza, desinfección y sanitización del establecimiento provocará la contaminación del agua.
- **Desperdicio de agua:** Al no tener un control eficiente del consumo de agua dentro del restaurante, puede provocar un desperdicio de agua de forma inadecuada.
- **Contaminación por basura:** Esta dada por los desechos que se generan por la comercialización de los productos del restaurante, y que los clientes desechan dentro o fuera del negocio.
- **Contaminación por desechos del área de producción:** El mal manejo de los desechos generados dentro del proceso de producción, pueden promover la aparición de plagas y bacterias patógenas dentro de esta área.

- **Consumo de electricidad:** El equipo y la maquinaria utilizada dentro del establecimiento, puede llegar a consumir demasiada electricidad si no tienen un mantenimiento constante e inspecciones periódicas de su funcionamiento.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados.

- Utilización de envases y fundas biodegradables.
- Correcto manejo de los residuos generados por productos químicos de limpieza, asegurándose de que al ingresar a las tuberías no existan fugas que puedan llegar a contaminar el agua.
- Revisiones periódicas del manejo de materias primas y de desechos dentro del área de producción.
- Colocación de contenedores diferenciados para la clasificación de basura y desechos producidos.
- Realización de mantenimiento semestral a la maquinaria y equipos del establecimiento.
- Capacitación al personal de la correcta utilización de maquinaria y equipos.

5.3 Impacto social.

Bajo normas legales

El restaurante está constituido bajo normas legales vigentes en el país, por lo que se garantiza que las actividades económicas realizadas por el establecimiento son lícitas y amparadas por el Código de Trabajo y la Constitución de la República del Ecuador.

Generar fuentes de trabajo.

El restaurante busca generar fuentes de empleo para los pobladores del sector en donde se encuentra ubicada, sin discriminación ya sea de género, edad, cultura u origen. Trabaja con proveedores propios del lugar, al igual que se adquirirá materia prima de los mercados del sector, de esta forma beneficiará a los habitantes del cantón Quinsaloma.

Mejoramiento de nivel de ingresos.

Entre Panas al crear fuentes de empleo para los pobladores del sector y para sus negocios, mejora el ingreso de estos dándoles mayor impulso para continuar con sus

actividades y promover sus productos. Cabe destacar que también se aportará a la generación de impuestos y contribuciones al cantón, adicionalmente que dependiendo de su éxito podrá expandirse a otros sectores del país.

Igualdad de género.

El restaurante acogerá a empleados de distintos géneros y edades, siempre y cuando cumplan con los requerimientos dados por el establecimiento. Al igual que se tomará en cuenta y se apoyará a personas con discapacidad calificadas para desenvolverse en el puesto de trabajo.

Cada uno de los trabajadores se beneficiará de los mismos derechos y se someterá a las mismas obligaciones dadas por el negocio y las leyes del Ecuador. Se contará con capacitaciones constantes con el fin de fomentar que el ambiente laboral sea el idóneo para la realización de sus actividades.

Satisfacción de una necesidad social prioritaria.

El restaurante cubrirá la necesidad fisiológica de alimentación, entregando al consumidor un establecimiento seguro y confortable, en el cual se manejan buenas prácticas de manufactura y se entrega un producto final inocuo y saludable con un servicio de calidad.

Las instalaciones del establecimiento contarán con todas las medidas de bioseguridad para que el cliente se sienta seguro y confiado al estar dentro del lugar y al consumir los productos del restaurante.

Se capacitará y motivará al personal con el fin de que se sientan comprometidos en realizar un buen trabajo y en mantener un excelente ambiente laboral, lo cual se verá reflejado en la aceptación del consumidor hacia el negocio.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el capítulo presente se detalla el análisis financiero del proyecto en cuestión donde se permitirá definir la factibilidad de este desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación.

6.2 Inversiones

La inversión no es más que el capital empleado en cualquier actividad o negocio legal con el objetivo de mantenerlo y poco a poco incrementarlo y por ende la recepción de beneficios posteriores.

Se encuentra una Inversión que consta de **Activos Fijos:** que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$9,225.00

Tabla N°30

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	\$0
Vehículo	\$0
Equipos Ind./ seguridad	\$5551,00
Equipos de Computación	\$1930,00
Muebles - enseres	\$1744,00
Total	\$9225,00

Tabla 30. Edinson Baño (2021). Inversiones.

6.3 Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$600.00 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla N°31

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$600,00

Tabla 31. Edinson Baño (2021). Activos Diferidos.

6.4 Capital de trabajo

Son todos los recursos por 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 con diecisiete mil novecientos ochenta y ocho dólares con veinte y cuatro centavos.
- Servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de setecientos veinte dólares.
- Material de oficina (papelería, lápiz, etc.) con ciento uno dólares con veinticinco centavos.
- Material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) cuatrocientos cuarenta y cuatro dólares con treinta centavos.
- Alquiler de local por tres mil dólares.
- Publicidad cuatrocientos cuarenta dólares
- Adquisición de materia prima dos mil dólares.
- Gastos financieros ochocientos cuarenta dólares
- Total de Inversión es de veinticinco mil quinientos treinta y tres dólares con setenta y nueve centavos.

Tabla N°32

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$17988,24
Servicios Básicos	\$720,00
Material oficina	\$101,25
Material limpieza	\$444,30
Servicio auto	\$0,00
Alquiler local	\$3000,00
Publicidad	\$440,00
Adquisición de materia prima	\$2000,00
Gastos financieros	\$840,00
TOTAL	\$25533,79

Tabla 32. Edinson Baño (2021). Capital de trabajo.

Tabla N°33

Activos Fijos.	\$9225,00
Activo Diferido.	\$600
Capital de Trabajo.	\$25533,79
Total Inversión	\$35358,79

Tabla 33. Edinson Baño (2021). Detalle de Inversión

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de
\$35358,79

6.5 Sueldos

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

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente chef	\$460	\$5520	\$521,64	\$670,68	\$5669,04
Bartender multifuncional	\$400	\$4800	\$453,6	\$583,2	\$4929,6
Mesero multifuncional	\$400	\$4800	\$453,6	\$583,2	\$4929,60
TOTAL	\$1260	\$15120	\$1428,84	\$1837,08	\$15528,24

Tabla 34. Tabla 35. Edinson Baño (2021). Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Gerente chef	\$460	\$400	\$460	\$860
Bartender multifuncional	\$400	\$400	\$400	\$800
Mesero multifuncional	\$400	\$400	\$400	\$800
TOTAL	\$1260	\$1200	\$1260	\$2460

Tabla 35. Tabla 35. Edinson Baño (2021). Décimos.

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
\$15528,24	\$2460	\$17988,24

Tabla 36. Tabla 35. Edinson Baño (2021). Sueldos totales.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$17988.24 anual, mientras que mensual será de \$1499,02

6.6 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 \$1372,77

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS			
Descripción	Valor	% Depreciación	Depreciación
Equipos Industriales	\$5551	10%	\$555,1
Equipos de Computación	\$1930	33,33%	\$643,269
Muebles y Enseres	\$1744	10%	\$174,4
Total			\$1372,77

Tabla 37. Edinson Baño (2021). Depreciación de activos fijos.

6.7 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 ciento veinte dólares ya que el monto por constitución equivale a seiscientos dólares.

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	\$600	20%	\$120

Tabla 38. Edinson Baño (2021). Amortizaciones.

6.8 Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$ 29358,79 que equivale a una estructura del 83%; costo 13% con una tasa de descuento de 10,8 %; por otra parte el **Capital Financiero** es de \$ 6000,00 que con una estructura del 17 %, el costo 14 % que otorga el 2,4 % de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de 35358,79 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 13.2% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$29358,79	83%	13%	10,8%	
Capital Financiero	\$6000,00	17%	14%	2,4%	
TOTAL INVERSION	\$35358,79	100%		13,2%	TMAR

Tabla 39. Edinson Baño (2021). Capital.

6.9 Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

MONTO	\$6000			
TASA	14%			
PLAZO	5 AÑOS			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$6000
1	\$1747,70	\$840,00	\$907,70	\$5.092,30
2	\$1747,70	\$712,92	\$1.034,78	\$4.057,52
3	\$1747,70	\$568,05	\$1.179,65	\$2.877,87
4	\$1747,70	\$402,90	\$1.344,80	\$1.533,07
5	\$1747,70	\$214,63	\$1.533,07	\$0,00

Tabla 40. Edinson Baño (2021). Amortización.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de seis mil dólares con una tasa del 14% en un plazo de cinco años; lo que conlleva al pago de ocho mil setecientos treinta y ocho dólares con cincuenta y un centavos que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de seis mil dólares que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.10 Punto de equilibrio

Costos fijos	
Materia prima	\$166,67
Arriendo	\$250
Sueldos	\$1499,02
Servicios Básicos	\$60
	\$1975,69

Tabla 41. Edinson Baño (2021). Datos punto de equilibrio.

Costillas		
Precio	\$8,9	
Costo	\$3,23	
Ganancia	\$5,67	MARGEN DE CONTRIBUCION

Tabla 42. Edinson Baño (2021). Margen de contribución.

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=	261		
Menús de venta	261		
Venta diaria	8,7		
VENTA	261	\$8,9	\$2325,87
COSTO	261	\$3,23	\$844,11
GASTO			\$1481,77
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 43. Edinson Baño (2021). Punto de equilibrio.

500	\$4450	\$53400	Ventas
500	\$1615	\$19380	Costo

Tabla 44. Edinson Baño (2021). Ventas /costos.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta $8,7 = 9$ menús para no llegar a la quiebra, mientras que si se vende $16,6 = 17$ menús diarios, es decir \$4450 dólares al mes se lograra tener buena rentabilidad.

Michelada		
Precio	\$4,39	
Costo	\$1,6	
Ganancia	\$2,79	MARGEN DE CONTRIBUCION

Tabla 45. Edinson Baño (2021). Margen de contribución

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=	177		
Menús de venta	177		
Venta diaria	5,9		
VENTA	177	\$4,39	\$777,17
COSTO	177	\$1,6	\$283,25
GASTO			\$493,92
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 46. Edinson Baño (2021). Punto de equilibrio

500	\$2195	\$26340	Ventas
500	\$800	\$9600	Costo

Tabla 47. Edinson Baño (2021). Ventas /costos.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta $5,9 = 6$ menús para no llegar a la quiebra, mientras que si se vende $16,6 = 17$ menús diarios, es decir \$2195 dólares al mes se lograra tener buena rentabilidad.

En la tabla siguiente se muestra la sumatoria de los dos menús para sacar el costo de ventas anuales.

Total de ventas	\$79740
	\$28980

Tabla 48. Edinson Baño (2021). Total ventas

6.11 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 de primer año

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$79740,00	\$82140,17	\$84612,59	\$87159,43	\$89782,93
COSTO DE VENTAS		\$28980,00	\$29852,30	\$30750,85	\$31676,45	\$32629,91
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$50760,00	\$52287,88	\$53861,74	\$55482,98	\$57153,02
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$17988,24	\$18529,69	\$19087,43	\$19661,96	\$20253,79
SERVICIOS BASICOS		\$720,00	\$741,67	\$764,00	\$786,99	\$810,68
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		\$545,55	\$561,97	\$578,89	\$596,31	\$614,26
ALQUILER AUTO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
ALQUILER		\$3000,00	\$3090,30	\$3183,32	\$3279,14	\$3377,84
PUBLICIDAD		\$440,00	\$453,24	\$466,89	\$480,94	\$495,42
DEPRECIACIONES		\$1372,77	\$1372,77	\$1372,77	\$1372,77	\$1372,77
AMORTIZACIONES		\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
UTILIDAD OPERATIVA		\$26573,44	\$27418,23	\$28288,46	\$29184,87	\$30108,27
GASTOS FINANCIEROS		\$840,00	\$712,92	\$568,05	\$402,90	\$214,63
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$25733,44	\$26705,31	\$27720,40	\$28781,97	\$29893,64
BASE IMPOSITIVA		\$9328,37	\$9680,68	\$10048,65	\$10433,46	\$10836,44
UTILIDAD NETA		\$16405,07	\$17024,64	\$17671,76	\$18348,50	\$19057,19

Tabla 49. Edinson Baño (2021). Costo de ventas.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$16405,07 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$19057,19

6.12 Flujo de caja

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

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$26573,44	\$27418,23	\$28288,46	\$29184,87	\$30108,27
DEPRECIACION		\$1372,77	\$1372,77	\$1372,77	\$1372,77	\$1372,77
AMORTIZACION		\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
- BASE IMPOSITIVA		\$9328,37	\$9680,68	\$10048,65	\$10433,46	\$10836,44
- GASTOS FINANCIEROS		\$840,00	\$712,92	\$568,05	\$402,90	\$214,63
- PAGO CAPITAL		\$907,70	\$1.034,78	\$1.179,65	\$1.344,80	\$1.533,07
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	\$-35358,79	\$16.990,14	\$17.482,63	\$17.984,88	\$18.496,47	\$19.016,89

Tabla 50. Edinson Baño (2021). Flujo de caja

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$16.990,14, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$19.016,89

6.13 Cálculo del TIR y el VAN

Para la culminación de este análisis financiero se tiene el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1 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 \$ 27.655,22

6.13.2 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 40,99% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 27,82% con el TMAR.

VAN	\$27.655,22
TIR	40,99%
TMAR	13,17%

Tabla 51. Edinson Baño (2021) VAN/ TIR.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- La creación del bar restaurante, el cual tiene el objetivo de brindar el servicio de alimentación y bebida, los que se logrará alcanzar trabajando con estrategias, planificación y por medio de un grupo de trabajo el cual consta de áreas administrativas, de producción y servicio las mismas que ayudarán alcanzar las metas propuestas para el desarrollo de la empresa, y el crecimiento del recurso humano del establecimiento.
- Teniendo en cuenta la población dónde se aplica el plan de negocios se ha hecho un análisis del sector, por tal motivo se aplicó una encuesta la cual aporta una cantidad mayoritaria de respuestas favorables con respecto a la propuesta establecida, se impulsa la creación de la empresa “Entre Panas”, por lo que se estructura un plan de marketing el cual lleva a establecer dos productos esenciales de la empresa.
- El bar restaurante “Entre Panas” manejará la parte ambiental pensando en el reciclaje con la separación de basura desde la fuente, reutilización y reducción de agentes contaminantes al medio ambiente, también se trabajará con productos biodegradables los cuales ayuden a una mejor preservación y estabilidad de nuestro planeta, de esta forma apoyar a la sostenibilidad.
- Se trabajará con equidad e igualdad de género, teniendo un buen equilibrio en el personal que labora dentro del establecimiento, como también ayudando a generar plazas de empleo y dando trabajo a las personas del área ya sea de forma directa o indirecta, dinamizando el sector de restaurante.
- Al ejecutar un análisis financiero se arrojan valores que reflejan la futura rentabilidad, productividad, y sobre todo el volumen de ventas favorable para la conformación de la empresa de manera efectiva dentro del área.

7.2. Recomendaciones

- Para la ejecución de un emprendimiento es muy importante y recomendable la elaboración de un plan de negocios debido a que se valora la parte administrativa, investigativa de mercados, propuesta de valores, conocimientos en la base legal, conocimiento estructural y financiera.
- Contemplar aliados que a futuro aporten al desarrollo de la empresa y del trabajo que se está realizando, éstas pueden ser: entidades financieras, proveedores, servidores que mismas colaboren al progreso del establecimiento.
- Alinearse a las políticas de la zona donde se encuentre la empresa para manejar la formalidad en el giro del oficio.


7.3. Bibliografía

- AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA* . (25 de Marzo de 2021). Obtenido de Consulta requisitos para permisos de funcionamiento: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Agencia Nacional de Regulación, C. y. (20 de Marzo de 2021). *ARCOSA*. Obtenido de Sistema BPM: <http://aplicaciones.controlsanitario.gob.ec/bp-frontend/autenticacion/login>
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESENTRALIZADO DEL CANTÓN QUINSALOMA* . (25 de Marzo de 2021). Obtenido de PLAN DE USO Y GESTION DE SUELO : <https://quinsaloma.gob.ec/ordenanzas/>
- Google Maps. (2020). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/ENTRE+PANAS+BAR/@-1.2070518,-79.3116859,16.3z/data=!4m12!1m6!3m5!1s0x0:0x1a9afa969985d72c!2sENTRE+PANAS+BAR!8m2!3d-1.2071115!4d-79.3121958!3m4!1s0x0:0x1a9afa969985d72c!8m2!3d-1.2071115!4d-79.3121958>
- INEC. (s.f.). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de [\(https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/\)](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/)
- lyzaroo*. (2020). Obtenido de <https://lyzaroo.com/>.
- Ministerio del Interior* . (25 de Marzo de 2021). Obtenido de Permisos de funcionamiento : <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Categori%CC%81as-Permisos-de-funcionamiento.pdf>
- SAYCE* . (25 de Marzo de 2021). Obtenido de REQUISITOS AFILIACION ONLINE : <https://sayce.com.ec/requisitos-afiliacion-online/>
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS* . (25 de Marzo de 2021). Obtenido de Requisitos personas naturales : <https://www.sri.gob.ec/requisitos-personas-naturales>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización . (2016). *INEN*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu175751.pdf>

7.4. Anexos

Encuestas (Google Forms)

Preguntas Respuestas 116



Encuesta

Hola soy una persona emprendedora, por favor ayúdame con la siguiente investigación. Esta es una encuesta y tiene como finalidad captar información de mercado en el Cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos. Por lo cual no se pedirán datos personales, las preguntas son cerradas de selección múltiple.

Su edad se encuentra entre: *

- 18 a 26
- 27 a 35
- Más de 35

Preguntas Respuestas 116

Su género es: *

- Femenino
- Masculino
- Otras.

¿Cuántas veces al mes come en un restaurante? *

- 0
- 1
- 2
- Más veces

¿Conoce un restaurante en Quinsaloma con una temática de comida americana y cocteles? *

- Sí
- No

...

¿Le gustaría que un restaurante tuviera esta temática en Quinsaloma? *

Sí

No

...

¿Le gustaría disponer de un menú con opciones diferentes e innovadoras? *

Sí

No

...

De los siguientes platos, ¿Cuáles opciones le llaman más la atención? *

Costillas (BBQ clásica, BBQ picante, salsa Jack Daniel, otras).

Alitas (BBQ clásicas, salsa picante, mantequilla y chipotle, teriyaki).

Hamburguesas (clásicas, con queso, doble carne, tocino, cheddar).

Nachos (salsa de queso cheddar, guacamole, frijoles o carne).

Ensaladas varias.

...

De las siguientes bebidas, ¿Cuáles serían de su preferencia? *

Cocteles (blue lagoon, mojito clásico, padrino, margarita clásica, cuba libre, otros).

Tragos (whisky, ron, tequila, vodka, gin, otros).

Cerveza (Pilsener, club, artesanal, otras).

Micheladas (de sabores)

Bebidas sin alcohol (jugos naturales, batidos, milkshake).

...

Normalmente ¿Con quién frecuente salir? *

Amigos

Familia

Pareja

Otro

¿Qué tipo de entretenimiento le gustaría recibir dentro del establecimiento? *

- Música
- Música en vivo
- TV. Futbol, noticias, videos musicales.
- Todas las anteriores



¡Gracias por su ayuda! Déjenos su opinión.

Texto de respuesta largo

Proformas

The collage consists of five screenshots from the Mercado Libre website:

- Top Left:** Product listing for "Mesas De Trabajo De Acero Inoxidable De Pared O De Centro" (Stainless Steel Work Tables) priced at U\$S 200. It includes a photo of the table and a "Comprar ahora" button.
- Top Right:** Another view of the stainless steel work table listing, showing the seller's information and a "Comprar ahora" button.
- Middle Left:** Product listing for "Estanterías Metálicas Garantizadas (envío A Todo El País)" (Metal Shelves) priced at U\$S 65. It features a photo of the shelving unit and a "Comprar ahora" button.
- Middle Right:** A WhatsApp chat interface showing a conversation about a "COCINA MULTIFUNCIÓN" (Multi-function kitchen) priced at \$ 2000,00. The chat includes a "Gracias me contacté el 4 de WhatsApp" message.
- Bottom Left:** Product listing for a "Congelador Electrolux De 260lt" (Electrolux Freezer) priced at U\$S 350. It includes a photo of the freezer and a "Comprar ahora" button.
- Bottom Right:** Product listing for a "Licuadora Clásica Oster 700w 100% Original México" (Oster Blender) priced at U\$S 84. It features a photo of the blender and a "Comprar ahora" button.

Recetas

Menú complementario Plato costillas



1) Costillas

			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
RECETA ESTANDAR					
NOMBRE DEL PLATO:	Costillas		Código	0001	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Costillas de cerdo	Gr	\$ 6,00	1000	6,00	
Sal	Gr	\$ 1,00	10	0,01	
Humo liquido McCormick	Gr	\$ 2,05	5	0,01	
Pimienta molida	Gr	\$ 7,25	3	0,04	
Azúcar morena	Gr	\$ 1,25	60	0,00	
Salsa inglesa McCormick	Gr	\$ 2,35	10	0,13	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	6,20	
			Imprevisto	10%	
			Costo Neto	6,82	
			Gasto de fabr.	15%	1,02
			Factor costo	33,33%	2,27
			M.O.	45%	3,07
			Gasto admin	12%	0,82
			Utilidad	45%	3,07
			Sub total	17,07	
			Servicio	10%	1,71
			IVA	12%	2,05
			Total	20,83	



2) Salsa BBQ

			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
RECETA ESTANDAR					
NOMBRE DEL PLATO:	BBQ CLASICA		Código	0002	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Salsa BBQ Doble A	Gr	\$ 15,99	250	1,00	
Cebolla perla	Gr	\$ 0,80	50	0,04	
Pimiento rojo	Gr	\$ 1,20	30	0,04	
Pimiento amarillo	Gr	\$ 1,20	30	0,04	
Ajo	Gr	\$ 6,00	20	0,12	
Azúcar morena	Gr	\$ 1,25	40	0,05	
Sal	Gr	\$ 1,00	20	0,02	
Vinagre	MI	\$ 2,90	150	0,12	
Salsa inglesa McCormick	MI	\$ 2,35	50	0,67	
Salsa de Tomate	Gr	\$ 18,00	250	1,13	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	3,21	
			Imprevisto	10%	
			Costo Neto	3,54	
			Gasto de fabr.	15%	0,53
			Factor costo	33,33%	1,18
			M.O.	45%	1,59
			Gasto admin	12%	0,42
			Utilidad	45%	1,59
			Sub total	8,85	
			Servicio	10%	0,88
			IVA	12%	1,17
			Total	10,90	



3) Salsa Jack Daniel

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	JACK DANIEL			0003
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL
Cabeza de ajo	U	\$ 0,50	1	0,50
Cebolla perla	Gr	\$ 0,80	100	0,08
Jugo Piña	MI	\$ 1,50	250	0,38
Salsa teriyaki	Gr	\$ 4,50	60	1,08
Salsa de soja	Gr	\$ 5,00	25	0,50
Azúcar morena	Gr	\$ 1,25	180	0,23
Miel de abeja	Gr	\$ 2,64	60	0,97
Vinagre de manzana	MI	\$ 4,50	60	0,54
Piña trozos	Gr	\$ 1,25	40	0,05
Jack Daniel Old NO.07	MI	\$ 45,00	60	2,70
Pimienta cayena	Gr	\$ 1,75	4	0,12
Aceite de oliva	MI	\$ 3,00	30	0,18
Sal	Gr	\$ 1,00	3	0,00
Agua	MI		160	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	7,32
			Imprevisto	10%
			Costo Neto	8,05
			Gasto de fabr.	15%
			Factor costo	33,33%
			M.O.	45%
			Gasto admin	12%
			Utilidad	45%
			Sub total	20,14
			Servicio	10%
			IVA	12%
			Total	24,82



4) Papas frita

			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
			RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	Papas fritas		Código	0012	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Papas	Gr	0,8	1000	0,80	
Sal	Gr	1	3	0,00	
Pimentón español	Gr	3,48	2	0,23	
Cebolla en polvo	ML	2,79	2	0,09	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto		
			1,12		
			Imprevisto	10%	0,11
			Costo Neto		1,23
			Gasto de fabr.	15%	0,18
			Factor costo	33,33%	0,41
			M.O.	45%	0,55
			Gasto admin	12%	0,15
			Utilidad	45%	0,55
			Sub total		3,09
			Servicio	10%	0,31
IVA	12%	0,41			
Total		3,80			

5) Macarrón con queso

			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
			RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	Macarrón con queso		Código	0012	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Macarrón sumesa	Gr	1,49	400	1,49	
Sal	Gr	1	5	0,01	
Queso cheddar	Gr	8	200	1,60	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto		
			3,10		
			Imprevisto	10%	0,31
			Costo Neto		3,40
			Gasto de fabr.	15%	0,51
			Factor costo	33,33%	1,13
			M.O.	45%	1,53
			Gasto admin	12%	0,41
			Utilidad	45%	1,53
			Sub total		8,52
			Servicio	10%	0,85
IVA	12%	1,12			
Total		10,50			

6) Coleslaw

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTANDAR			
NOMBRE DEL PLATO:	Coleslaw		Codigo	0013	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Col	Gr	1,5	1000	1,50	
Zanahoria	Gr	0,6	500	0,30	
Naranja	ML	0,15	4	0,60	
Vinagre de manzana	ML	4,5	100	0,90	
Sal	Gr	1,00	50	0,05	
Azucar	Gr	1,25	120	0,15	
Pimienta molida	Gr	7,25	5	0,04	
Mayonesa magui	Gr	22,15	200	1,11	
Miel de abeja	Gr	2,64	80	1,29	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	2,63	
			Imprevisto	10%	0,26
			Costo Neto		2,89
			Gasto de fabr.	15%	0,43
			Factor costo	33,33%	0,96
			M.O.	45%	1,30
			Gasto admin	12%	0,35
			Utilidad	45%	1,30
			Sub total		7,25
			Servicio	10%	0,72
			IVA	12%	0,87
			Total		8,84

7) Mix de lechuga



		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTANDAR			
NOMBRE DEL PLATO:	Ensalada fresca		Codigo	0011	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020		Chef	Baño Edinson	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL	
Mix de lechuas	Gr	1,50	60	0,36	
Cebolla perla	Gr	1,00	20	0,02	
Tomate	Gr	1,00	20	0,02	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	0,40	
			Imprevisto	10%	0,04
			Costo Neto		0,44
			Gasto de fabr.	15%	0,07
			Factor costo	33,33%	0,15
			M.O.	45%	0,20
			Gasto admin	12%	0,05
			Utilidad	45%	0,20
			Sub total		1,10
			Servicio	10%	0,11
			IVA	12%	0,13
			Total		1,34

Receta complementaria **plato alitas**

1) Alitas de pollo

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
		RECETA ESTANDAR				
NOMBRE DEL PLATO:	Alitas	Código	0004			
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020	Chef	Baño Edinson			
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL		
Alas de pollo	Gr	\$ 4,00	1000	\$ 4,00		
Sal	Gr	\$ 1,00	15	\$ 0,02		
Ajo en polvo	Gr	\$ 3,50	5	\$ 0,02		
Pimienta molida	Gr	\$ 7,25	5	\$ 0,07		
Cebolla en polvo	Gr	\$ 2,79	5	\$ 0,21		
FOTOGRAFÍA			Total Bruto			
			Total Bruto		\$ 4,32	
			Imprevisto	10%	\$ 0,43	
			Costo Neto		\$ 4,75	
			Gasto de fabr.	15%	\$ 0,71	
			Factor costo	33,33%	\$ 1,58	
			M.O.	45%	\$ 2,14	
			Gasto admin	12%	\$ 0,57	
			Utilidad	45%	\$ 2,14	
			Sub total		\$ 11,89	
			Servicio	10%	\$ 1,19	
IVA	12%	\$ 1,57				
Total		\$ 14,65				

2) Salsa de mantequilla y chipotle

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
		RECETA ESTANDAR				
NOMBRE DEL PLATO:	Salsa mantequilla y chipotle	Código	0005			
FECHA ACTUALIZACIÓN:	9 de febrero del 2020	Chef	Baño Edinson			
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANT.	TOTAL		
Mantequilla	Gr	\$ 9,00	250	\$ 2,25		
Sal	Gr	\$ 1,00	5	\$ 0,01		
Pimentón español	Gr	\$ 3,48	1	\$ 0,12		
Ají chipotle seco	Gr	\$ 5,00	30	\$ 0,75		
FOTOGRAFÍA			Total Bruto			
			Total Bruto		\$ 3,12	
			Imprevisto	10%	\$ 0,31	
			Costo Neto		\$ 3,43	
			Gasto de fabr.	15%	\$ 0,51	
			Factor costo	33,33%	\$ 1,14	
			M.O.	45%	\$ 1,54	
			Gasto admin	12%	\$ 0,41	
			Utilidad	45%	\$ 1,54	
			Sub total		\$ 8,59	
			Servicio	10%	\$ 0,86	
IVA	12%	\$ 1,13				
Total		\$ 10,59				