



**CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN  
ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

“Proyecto de factibilidad para la implementación de restaurante Bolones Aaron” ubicado en el sector de avenida Venezuela, cofanes, cantón Lago Agrio”

Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título de  
Tecnólogo Superior en Administración

AUTOR: Carreño Patricia

TUTOR: Mg. Armas Nelly

D.M. Quito, febrero 2023

## **DEDICATORIA**

Dedico la Tesis de grado a mi mamá Montenegro Castillo Juana, que desde el cielo me sigue guiando y por haberme inculcado principios como la sinceridad, el respeto y la responsabilidad que me ayuden a cumplir con el objetivo primordial como la finalización de la carrera universitaria.

Carreño Montenegro Patricia Araceli

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme dado salud, la capacidad necesaria para mi Carrera Universitaria.

A mi madre que desde el cielo me guía para permanecer en constante lucha con mis objetivos y que sin duda alguna lucho por déjame su mejor herencia que son los estudios.

A mi hermoso hijo Carreño Aaron por ser fuente principal de mi vida y ser para ella un ejemplo para su progreso.

A mis hermanos y familiares que han estado presentes en las diferentes etapas de mi vida.

Agradezco especialmente a mis profesores, quienes han compartido sus conocimientos profesionales y experiencias que me infundieron a esforzarme y amar mi permanencia en la Instituto Tecnológico Internacional ITI. Quienes con su valiosa dirección ha sido mi fuente principal para la ejecución y culminación con éxito del mismo.

Carreño Montenegro Patricia Araceli

## **AUTORÍA**

Yo, Carreño Montenegro Patricia Araceli autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Carreño Patricia

D.M. Quito, febrero 2023

Mg. Armas Nelly.

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.

Mg. Armas Nelly

D.M. Quito, febrero 2023

## **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 **Mg. Armas Nelly** por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el **Sra. Carreño Montenegro Patricia Araceli** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

**Segunda: uno.** - El **Sra. Carreño Montenegro Patricia Araceli** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de restaurante Bolones Aaron” ubicado en el sector de avenida Venezuela, cofanes, cantón Lago Agrio”** para la creación, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Mg. Armas Nelly**

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

**Tercera:** Los comparecientes, **Mg. Armas Nelly** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la **Sra. Carreño Montenegro Patricia Araceli** 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 implementación de restaurante Bolones Aaron” ubicado en el sector de avenida Venezuela,**

**cofanés, cantón Lago Agrio”** 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.

Mg. Armas Nelly

Patricia Carreño

D.M. Quito, 28 de febrero del 2023

## INDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>AUTORÍA .....</b>	<b>4</b>
<b>CERTIFICACIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>15</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>16</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>17</b>
<b>ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....</b>	<b>19</b>
<i>Creación de la empresa .....</i>	<i>19</i>
<i>Importancia.....</i>	<i>19</i>
<i>Características.....</i>	<i>19</i>
<i>Actividad .....</i>	<i>21</i>
<i>Tamaño y distribución de la empresa. ....</i>	<i>21</i>
<i>Estudio arquitectónico .....</i>	<i>21</i>
<i>Estructura interna del establecimiento .....</i>	<i>22</i>
<i>Pirámide de Maslow. ....</i>	<i>23</i>
<i>Localización de la empresa.....</i>	<i>25</i>
<i>Misión.....</i>	<i>26</i>
<i>Visión.....</i>	<i>26</i>



<i>Objetivos</i> .....	26
<i>Meta</i> .....	26
<i>Estrategias</i> .....	27
<i>Políticas de la Empresa</i> .....	28
<i>Los Trabajadores</i> .....	28
<i>Análisis FODA</i> .....	29
<i>Desarrollo Organizacional</i> .....	31
<i>Funciones del personal Méritos aspectos para considerar</i> .....	35
<b>PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING</b> .....	<b>39</b>
<i>Objetivo de cada técnica</i> .....	39
<i>Investigación de mercado</i> .....	39
<i>Análisis de las encuestas</i> .....	42
<i>Análisis General</i> .....	52
<i>Entorno empresarial</i> .....	53
<i>Microentorno</i> .....	53
<i>Macroentorno</i> .....	55
<i>Producto y servicio</i> .....	58
<i>Características</i> .....	59
<i>Calidad</i> .....	60
<i>Estilo</i> .....	61
<i>Marca</i> .....	61

<i>Producto aumentado</i> .....	61
<b>PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO</b> .....	<b>62</b>
<i>Distintivos y Uniformes</i> .....	62
<i>Materiales de identificación</i> .....	65
<i>Tarjetas de presentación</i> .....	66
<i>Canal de distribución y puntos de ventas</i> .....	67
<i>Promoción</i> .....	67
<i>Contacto</i> .....	68
<i>Correspondencia</i> .....	68
<i>Negociación</i> .....	68
<i>Riesgo y oportunidades del negocio</i> .....	69
<i>Fijación de Precios</i> .....	70
<b>IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO</b> .....	<b>73</b>
<i>Arriendo del local</i> .....	73
<i>Estudio arquitectónico</i> .....	76
<b>PROCESO DERECHO EMPRESARIAL</b> .....	<b>78</b>
<i>RUC (Registro Único de Contribuyente)</i> .....	78
<i>SRI (Servicio de Rentas Internas)</i> .....	79
<i>IVA (Impuesto al Valor Agregado)</i> .....	79
<i>IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)</i> .....	79
<b>PROCESO FINANCIERO</b> .....	<b>81</b>

<i>Introducción</i> .....	81
<i>Inversión</i> .....	81
<i>Activos fijos</i> .....	81
<i>Capital de trabajo</i> .....	82
<i>Inversión total</i> .....	83
<i>Sueldos</i> .....	84
<i>Beneficios legales</i> .....	85
<i>Depreciación de activos fijos</i> .....	85
<i>Tabla de amortización capital financiado</i> .....	86
<i>Estructura de capital</i> .....	87
<i>TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)</i> . ....	88
<i>Punto de equilibrio</i> .....	88
<i>Costo de ventas</i> .....	90
<i>VAN (Valor Actual Neto) o VPN</i> .....	93
<i>TIR (Tasa Interna de Retorno)</i> .....	94
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>97</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>98</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>99</b>

## Índice De Tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Detalles generales del puesto de Gerente</i> .....	35
<b>Tabla 2.</b> Méritos aspectos para considerar, Gerente.....	35
<b>Tabla 3.</b> <i>Detalles generales del puesto de contador</i> .....	36
<b>Tabla 4.</b> <i>Méritos aspectos para considerar, Contador</i> .....	36
<b>Tabla 5.</b> <i>Detalles generales del puesto de chef</i> .....	37
<b>Tabla 6.</b> <i>Méritos aspectos para considerar, chef</i> .....	37
<b>Tabla 7.</b> <i>Detalles generales del puesto ayudante/mesero</i> .....	38
<b>Tabla 8.</b> <i>Méritos aspectos para considerar, mesero, ayudante</i> .....	38
<b>Tabla 9.</b> <i>Consumo de comida rapida</i> .....	42
<b>Tabla 10.</b> <i>Influencia por promocion de la cadena de comidas rapidas</i> .....	43
<b>Tabla 11.</b> <i>Comida para llevar a casa</i> .....	44
<b>Tabla 12.</b> <i>Comer en el mismo lugar</i> .....	45
<b>Tabla 13.</b> <i>Frecuencia con la que come bolones</i> .....	46
<b>Tabla 14.</b> <i>Servicio de internet en el restaurante</i> .....	47
<b>Tabla 15.</b> <i>Variables Calidad/Precio o Atención/Calidad</i> .....	48
<b>Tabla 16.</b> <i>Personas con las que asiste a los restaurantes</i> .....	49
<b>Tabla 17.</b> <i>Apreciación del ambiente relajado y descomplicado</i> .....	50
<b>Tabla 18.</b> <i>Preferencias al recibir publicidad</i> .....	51
<b>Tabla 19.</b> <i>Proveedores</i> .....	55
<b>Tabla 20.</b> <i>Financiamiento publicidad</i> .....	68
<b>Tabla 21.</b> <i>Bolones de Queso, receta estándar de costos</i> .....	71

<b>Tabla 22.</b> <i>Bolón de chicharon, receta estándar de costos</i> .....	72
<b>Tabla 23.</b> <i>Arriendo del local</i> .....	73
<b>Tabla 24.</b> <i>Equipos industriales</i> .....	73
<b>Tabla 25.</b> <i>Equipos de computación</i> .....	73
<b>Tabla 26.</b> <i>Muebles y Enseres</i> .....	74
<b>Tabla 27.</b> <i>Equipos industriales de seguridad</i> .....	74
<b>Tabla 28.</b> <i>Suministros de oficina</i> .....	75
<b>Tabla 29.</b> <i>Servicios básicos</i> .....	75
<b>Tabla 30.</b> <i>Materiales de limpieza</i> .....	76
<b>Tabla 31.</b> <i>Activos fijos</i> .....	82
<b>Tabla 32.</b> <i>Capital de trabajo</i> .....	83
<b>Tabla 33.</b> <i>Inversiones activos Fijos</i> .....	83
<b>Tabla 33.</b> <i>Inversión total</i> .....	84
<b>Tabla 35.</b> <i>Sueldos y aportaciones (IESS)</i> .....	84
<b>Tabla 36.</b> <i>Décimo tercero y décimo cuarto sueldo</i> .....	85
<b>Tabla 37.</b> <i>Total, sueldos y beneficios legales.</i> .....	85
<b>Tabla 38.</b> <i>Depreciación de activos fijos.</i> .....	86
<b>Tabla 39.</b> <i>Amortización capital financiado</i> .....	86
<b>Tabla 40.</b> <i>Estructura del capital</i> .....	87
<b>Tabla 41.</b> <i>Costos fijos mensuales.</i> .....	88
<b>Tabla 42.</b> <i>Punto de equilibrio</i> .....	89

<b>Tabla 43.</b> <i>Ventas proyectadas</i> .....	89
<b>Tabla 44.</b> <i>Flujo de ventas</i> .....	91
<b>Tabla 45.</b> <i>Flujo de caja neto bolones Aaron</i> .....	92
<b>Tabla 46.</b> <i>Valor actual neto interpretación</i> .....	93
<b>Tabla 47.</b> <i>Interpretación del TIR</i> .....	95
<b>Tabla 48.</b> <i>Cálculo del VAN Y TIR</i> .....	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> <i>Consumo de comida rápida</i> .....	42
<b>Gráfico 2.</b> <i>Influencia por promocion de la cadena de comidas rapidas</i> .....	43
<b>Gráfico 3.</b> <i>Comida para llevar a casa</i> .....	44
<b>Gráfico 4.</b> <i>Comer en el mismo lugar</i> .....	45
<b>Gráfico 5.</b> <i>Frecuencia con la que come bolones</i> .....	46
<b>Gráfico 6.</b> <i>Servicio de internet en el restaurante</i> .....	47
<b>Gráfico 7.</b> <i>Variables Calidad/Precio o Atención/Calidad</i> .....	48
<b>Gráfico 8.</b> <i>Personas con las que asiste a los restaurantes</i> .....	49
<b>Gráfico 9.</b> <i>Apreciación del ambiente relajado y descomplicado</i> .....	50
<b>Gráfico 10.</b> <i>Preferencias al recibir publicidad</i> .....	51

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> <i>Esquema y Valoración del Restaurant Bolones Aaron</i> .....	22
<b>Figura 2.</b> <i>Estructura interna organizacional</i> .....	22
<b>Figura 3.</b> <i>Localización de la Empresa</i> .....	25
<b>Figura 4.</b> <i>Mapa de procesos de Bolones Aaron</i> .....	31
<b>Figura 5.</b> <i>Flujo de procesos del servicio de restaurante Bolones Aaron.</i> .....	33
<b>Figura 6.</b> <i>Flujo de procesos actual del servicio al cliente</i> .....	34
<b>Figura 7.</b> <i>Organigrama empresarial “Bolones Aaron”</i> .....	34
<b>Figura 8.</b> <i>Cadena de valor</i> .....	53
<b>Figura 9.</b> <i>Esquema macroentorno “Bolones Aaron”</i> .....	56
<b>Figura 10.</b> <i>Diseño uniforme chef administrador</i> .....	63
<b>Figura 11.</b> <i>Diseño uniforme</i> .....	63
<b>Figura 12.</b> <i>Diseño uniforme personal del área de servicio</i> .....	65
<b>Figura 13.</b> <i>Imagotipo “Bolones Aaron”</i> .....	65
<b>Figura 14.</b> <i>Anverso tarjeta de presentación</i> .....	66
<b>Figura 15.</b> <i>Tarjeta de presentación</i> .....	67
<b>Figura 16.</b> <i>Estructura del establecimiento.</i> .....	77
<b>Figura 17.</b> <i>Punto de Equilibrio</i> .....	89



**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE RESTAURANTE BOLONES AARON”  
UBICADO EN EL SECTOR DE AVENIDA VENEZUELA,  
COFANES, CANTÓN LAGO AGRIO”**

Patricia Carreño

Ing. Christian Carvajal

D.M. Quito febrero 2023

**RESUMEN**

La gastronomía ecuatoriana en los últimos años ha tenido gran crecimiento en el sector generando en la economía del Ecuador, hay gran crecimiento de restaurantes en diferentes zonas urbanas, y aun así unos no brindan servicio de calidad y buena atención, por lo que existe un gran margen de clientes potenciales que siempre están atentos a descubrir nuevas opciones o clientes insatisfechos que no encuentran lo que buscan en cuanto a calidad y precio.

Las operacionales son los de acción central, que se encargara de realizar realización de la comanda, hasta la entrega de los platillos en la mesa, la atención al comensal mientras consume, hasta los procesos de limpieza y cierre. La integración organizacional se basará en procesos que cada persona debe desempeñar, este sistema permitirá llevar un control de cada una de las áreas, identificando la interrelación entre

estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria. Los precios de los alimentos han sido calculados para una persona, se toma en cuenta el precio en kilogramos, gramos y unidad. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción.

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

El costo de ventas para el establecimiento Bolones Aaron se encuentra estimada con una proyección de un periodo de tiempo de cinco años, donde se puede conocer las ventas proyectadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros factores más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas.

A través del aprendizaje, capacitaciones y actualización continua, cada uno de los trabajadores sentirán su crecimiento y podrán ofrecer atención calificada para obtener éxito tanto personal como empresarial, a su vez con un servicio de calidad se consigue ganar la confianza de los clientes y se alcanzará un notable crecimiento organizacional, hasta ser una restaurante reconocido y recomendado en toda la ciudad.

## **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **Creación de la empresa**

“**Bolones de Aaron**” surge de la necesidad de brindar atención a las personas, dando énfasis a la humanidad. En la actualidad, con responsabilidad, así como en su preferencia han influido factores sociales la comida ecuatoriana es muy recomendada por sus sabores, platos típicos, que son el deleite de los ecuatorianos.

La innovación de la comida ecuatoriana día a día se introduce con nuevos productos alimenticios y sabores, bebidas.

Actualmente, la comida ecuatoriana ha incrementado el turismo gastronómico, los turistas llegan a nuestros países quedan encantados con nuestra comida.

### **Importancia**

La gastronomía ecuatoriana en los últimos años ha tenido gran crecimiento en el sector generando en la economía del Ecuador, hay gran crecimiento de restaurantes en diferentes zonas urbanas, y aun así unos no brindan servicio de calidad y buena atención, por lo que existe un gran margen de clientes potenciales que siempre están atentos a descubrir nuevas opciones o clientes insatisfechos que no encuentran lo que buscan en cuanto a calidad y precio.

### **Características**

Bolones “Aaron” tiene un compromiso tanto con las personas que los ha impulsado para ayudar a crear un futuro mejor para la humanidad, para sus clientes en la sociedad en general. Utilizando conocimiento actualizado y la experiencia necesaria para lograr una mejor atención siempre relacionada de una manera oportuna a sus clientes, Con la

comunidad, la responsabilidad social se extiende hacia las personas mediante buena atención con responsable y colaboración.

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

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

- Residuos no peligrosos: son aquellos que no presentan ningún riesgo para la salud humana y el medio ambiente y son biodegradables (residuos alimenticios, papeles no aptos para reciclaje y otros que puedan ser transformados en materia orgánica), reciclables.
- Residuos peligrosos: elementos (vidrio, telas).

El personal del restaurante se compromete a establecer una relación cordial y amena con todas las personas, siempre con amabilidad y profesionalismo. Además, brindando su conocimiento con habilidades prácticas utilizando herramientas y equipos para brindar el mejor servicio en el establecimiento.

**Actividad**

“Bolones Aaron” es un establecimiento con actividad de prestación de servicios de alimentación, que incluye: platos típicos de la zona, bebidas Siendo el servicio estrella, la diferenciación de áreas de atención de calidad porque como se menciona anteriormente, deben ser tratados y atendidos de distinta manera para incrementar más a la clientela posible durante su estancia.

**Tamaño y distribución de la empresa.**

“Bolones Aaron” es una pequeña empresa que contará con las áreas de: recepción y sala de espera.

La recepción y sala de espera debe estar habilitada para la comodidad de los usuarios con una capacidad adecuada serán mínimo de 20 metros cuadrados, con 3 lavamanos cerca y con paredes, techos y pisos impermeables con material de fácil limpieza y desinfección.

**Estudio arquitectónico**

Se toma en cuenta para el diseño del Restaurante “Bolones Aaron” la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (70 personas). Se ha considerado el espacio que necesitara cada área y se ha agregado espacios específicos.

**Estructura interna del establecimiento**

**Figura 1.**

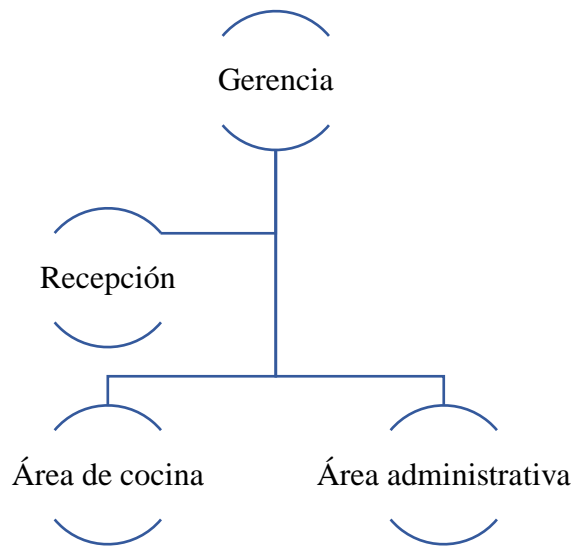
*Esquema y Valoración del Restaurant Bolones Aaron*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Figura 2.**

*Estructura interna organizacional*



**Elaborado por:** Carreño Patricia

**Pirámide de Maslow.**

La pirámide de Maslow es una teoría sobre las necesidades humanas creada en 1943 por Abraham Maslow, un psicólogo estadounidense pionero en las ideas humanistas de la psicología. Maslow fue de los primeros en plantear que los seres humanos tenemos una tendencia natural a buscar la salud mental. La pirámide de Maslow también es conocida como Jerarquía de necesidades de Maslow, considerando, siempre, que para poder sentir esa inquietud de autorrealizarse debe tener las necesidades básicas resueltas. (Vergara., 2016)

***Necesidad de seguridad***

La empresa está regida mediante protocolos de bioseguridad con respecto a la crisis sanitaria del COVID-19, mediante cumplimiento de normas de distanciamiento, utilización de mascarilla, toma de temperatura y el uso de alcohol para desinfección de manos. Por otra parte, la seguridad hacia los trabajadores de la empresa está garantizada por el seguimiento de todas las leyes y reglamentos de trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente. (Vergara., 2016)

Además, se garantiza la seguridad a la integridad física del cliente brindándole un ambiente tranquilo y calmado, atendiendo cada requerimiento con eficacia, logrando un lugar donde puedan sentirse seguros. Dentro del restaurante, así como en

el parqueadero están instaladas cámaras de seguridad, que monitorean y graban las 24 horas del día.

### ***Necesidad social***

La empresa va enfocada a satisfacer la necesidad humana e innata de relacionarnos, con el consumidor es más exigente que nunca, con la aparición de las nuevas tecnologías cada vez son más las necesidades del cliente a cubrir en los establecimientos abiertos al público.

“Bolones Aaron” busca establecer una relación cordial con sus clientes y su propietario, así como con los proveedores siempre manteniendo un trato con amabilidad y profesionalismo para poder ofrecer un servicio de calidad. Con nuestros trabajadores, se mantiene un buen ambiente de trabajo, respetando y valorando cada una de las habilidades y cualidades, incentivando a la creatividad e innovación, escuchando ideas y sugerencias que ayuden a la empresa a crecer y a su vez fortalecer el trabajo en equipo.

### ***Necesidad de autoestima***

A través del aprendizaje, capacitaciones y actualización continua, cada uno de los trabajadores sentirán su crecimiento y podrán ofrecer atención calificada para obtener éxito tanto personal como empresarial, a su vez con un servicio de calidad se consigue ganar la confianza de los clientes y se alcanzará un notable crecimiento organizacional, hasta ser una restaurante reconocido y recomendado en toda la ciudad.



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

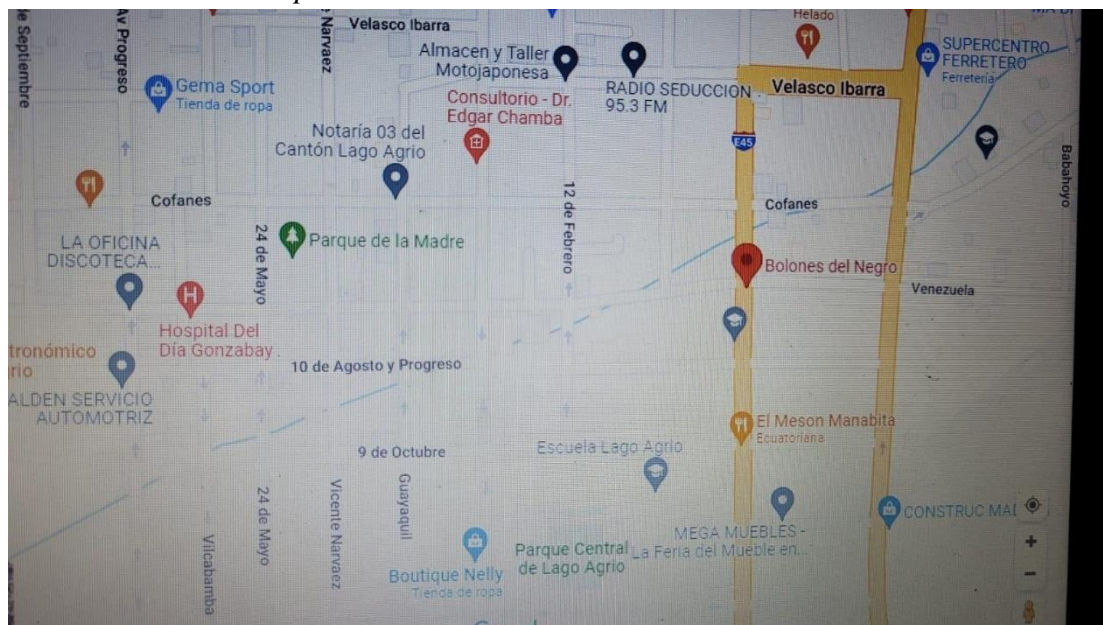
“Bolones Aaron” se encargará de que su personal siga preparándose, estudiando y aprendiendo por medio de capacitaciones, talleres y cursos constantes para mejorar tanto a nivel profesional como personal para poder desarrollar todo el potencial y alcanzar juntos el éxito.

### **Localización de la empresa**

“Bolones Aaron” estará ubicada en centro del cantón de Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, Ecuador, calles Velasco Ibarra y Avenida Venezuela, Cofanes, barrio monseñor.

### **Figura 3.**

#### *Localización de la Empresa*



*Nota.* La figura 2 muestra la localización de la empresa Bolones Aaron. Tomado de (Google maps, 2022).

**Misión**

Brindar una atención integral de servicio a sus clientes ofreciendo servicios de calidad, basados en valores y principios éticos, que brindan amor, respeto, responsabilidad y compromiso hacia nuestros clientes.

**Visión**

Ser un restaurante reconocido y ser destacado por la calidad, excelencia operativa y continua innovación que satisface todos los requerimientos y expectativas de los clientes.

**Objetivos**

- Establecer una relación cordial con los clientes basados en la amabilidad y el respeto.
- Elaborar protocolos de manejo para cada producto, en especial enfocados a minimizar el estrés del cliente.
- Capacitar y actualizar constantemente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.

**Meta**

Implementar un restaurante ofreciendo una atención integral para los clientes, creando protocolos para el adecuado manejo y poder satisfacer la necesidad de nuestros clientes y rentabilidad del negocio.

## **Estrategias**

- Mejorar y aumentar la retención de los clientes: mediante la implementación de un call center de atención al cliente, donde se brindará información y se dará seguimiento del producto ofrecido, vendido, servido.
- Programas de fidelización: Implementando las preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales del sector mediante una continua investigación e implementación de servicios especializados, además brindar una aplicación web para dar a los clientes toda la información del restaurante, facilitar el agendamiento de sus citas según su disponibilidad de tiempo, enviar recordatorios de citas y por medio de canjes de servicio.
- Aumentar los clientes potenciales, penetración en el mercado: mediante publicidad dirigida utilizando las principales redes sociales y página web como: Twitter, Instagram y Facebook para mantener una comunicación constante con el público, por medio de ellas se darán a conocer los productos y servicios que se dispongan, así como promociones y datos informativos sobre los servicios.
- Crecimiento de la marca: utilizando una imagen y diseño dentro y fuera del restaurante llamativo, colorido con decoración simple, cómoda y elegante.
- Estrategia de diferenciación del servicio: ofreciendo servicio, promociones del restaurante en áreas separadas para la atención de sus clientes.

### **Políticas de la Empresa**

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

### **Los Trabajadores**

- Tratar a los clientes con amabilidad y respeto, siendo claros y precisos con los productos.
- Ser puntuales y responsables, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidos, cuidar su presentación personal.
- Asistir a las capacitaciones y cursos que se brinden en el restaurante.
- Cumplir adecuadamente con las tareas que les sean asignadas a cada trabajador.

## **Análisis FODA**

El análisis F.O.D.A es un instrumento estratégico a través del cual se analizan los factores positivos y negativos dentro de cualquier empresa y sirve como apoyo para el planteamiento de estrategias y acciones para poder tomar decisiones correctas. (Ponce Talancón, 2007).

### ***Fortalezas***

1. Diferenciación de la competencia a través de la implementación de zonas exclusivas para atención del cliente.
2. El restaurante contará con productos frescos, variados para facilitar su adquisición.
3. Servicio personalizado.
4. Un equipo de trabajo capacitado y comprometido está en constante actualización.
5. Instrumentos de alta calidad que facilita el trabajo del personal.
6. Comunicación con los clientes a través de redes sociales, teléfono, aplicación, página web y se medirá la satisfacción del servicio brindado mediante buzón de sugerencias.

### ***Oportunidades***

1. Amplio mercado para ofrecer el servicio, por el incremento del restaurante dentro de las familias.
2. Los restaurantes de la competencia aledañas no cuentan con instalaciones o áreas específicas para atención a sus consumidores.

3. La tecnología, el uso constante del internet y redes sociales, nos facilitan la difusión de información y promociones, así como la comunicación sobre los servicios que se van a brindar.

### ***Debilidades***

1. Limitación de recursos económicos para la adquisición de máquinas, y enfriadores.
2. Altos costos de mantenimiento de máquinas y tecnología.
3. La difusión de las promociones y publicidad implica una inversión económica constante.
4. Desventaja en el mercado por ser una empresa joven y nueva en comparación con restaurantes con más experiencia.

### ***Amenazas***

1. La emergencia por la pandemia ha ocasionado inestabilidad en el ámbito
2. económico y social, lo cual hace que el dinero sea destinado a otras actividades.
3. Cada vez existen más y nuevos negocios que ofrecen más servicios.
4. Alza de precios en maquinarias, enfriadores, mobiliario y materia prima.

## Desarrollo Organizacional

### *Tipo de Estructura*

En “Bolones Aaron” la organización de la empresa será de tipo plana bajo los procesos dentro del restaurante los trabajadores serán productivos porque estarán más involucrados con la toma de decisiones y cada uno será responsable del área que manejan. Estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos:

- Estratégicos
- Apoyo
- Operacionales

### *Procesos Estratégicos*

El propietario será el encargado de la planificación estratégica, gestión administrativa y controles internos.

### **Figura 4.**

*Mapa de procesos de Bolones Aaron*



### ***Procesos De Apoyo***

La gestión de limpieza será llevada por personal externo, se contratará dos personas que ayude con la limpieza profunda y desinfección tres veces por semana.

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

### ***Procesos Operacionales***

Las operacionales son los de acción central, que se encargara de realizar realización de la comanda, hasta la entrega de los platillos en la mesa, la atención al comensal mientras consume, hasta los procesos de limpieza y cierre.

### ***Formalización***

El restaurante Bolones Aaron estará orientado a procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de esta, cumpliendo las leyes, ordenanzas y legislación laboral. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, contando con todos los documentos necesarios y actualizados para el correcto funcionamiento de esta.

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

“Bolones Aaron” centrará sus actividades en la atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad, personalizado y brindando seguimiento necesario. ya que de eso dependerá la satisfacción de los clientes y bienestar de estos, todo se contribuirá a la obtención de valor para el posicionamiento del restaurante.

La descentralización se dará en la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, como la organización de la empresa es plana, cada trabajador será



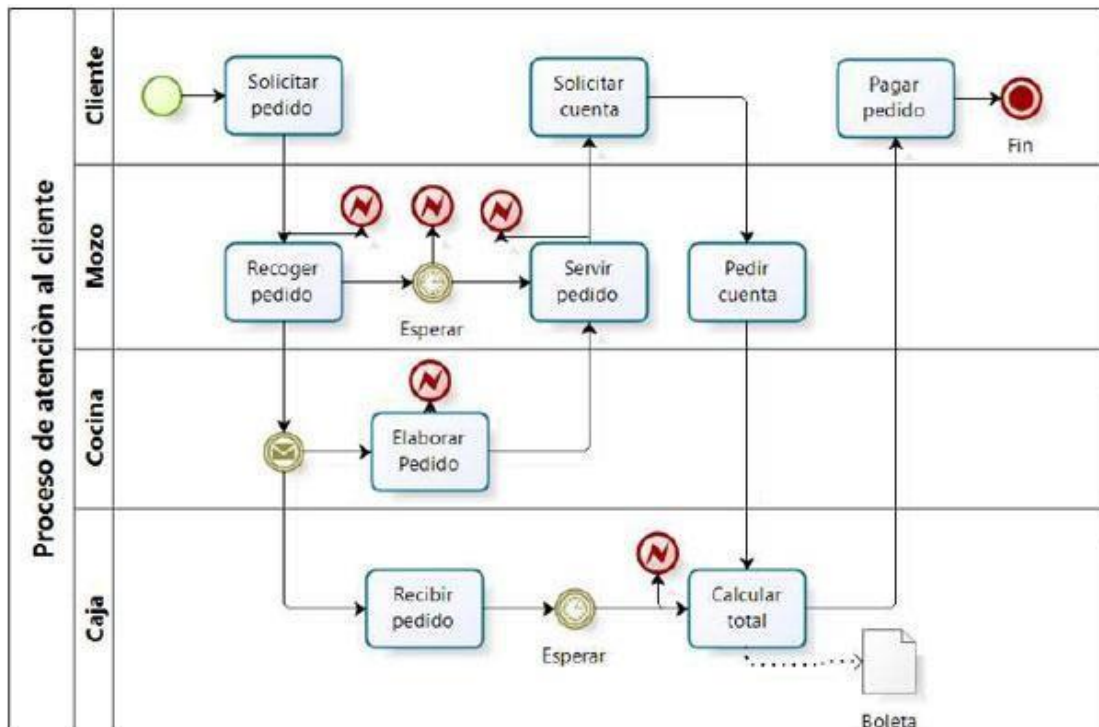
responsable de su zona de trabajo, de cuidar sus herramientas y ayudar en la promoción de su trabajo y cada miembro de la empresa aportará con decisiones e ideas que ayuden a la empresa a crecer. Mediante la participación de todos y cada uno de los miembros que conforman la empresa, los trabajadores se sentirán valorados y apreciados.

### ***Integración***

La integración organizacional se basará en procesos que cada persona debe desempeñar, este sistema permitirá llevar un control de cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria (Ver ilustración 5, 6 y 7).

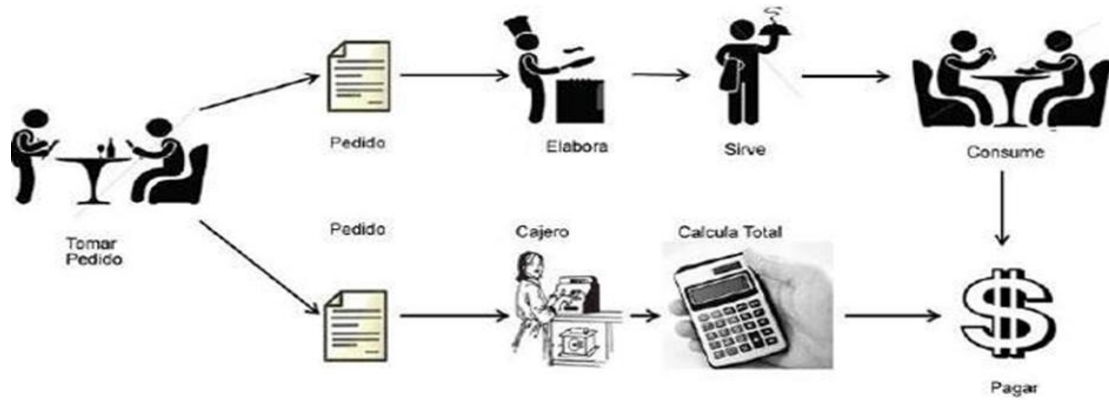
**Figura 5.**

*Flujo de procesos del servicio de restaurante Bolones Aaron.*



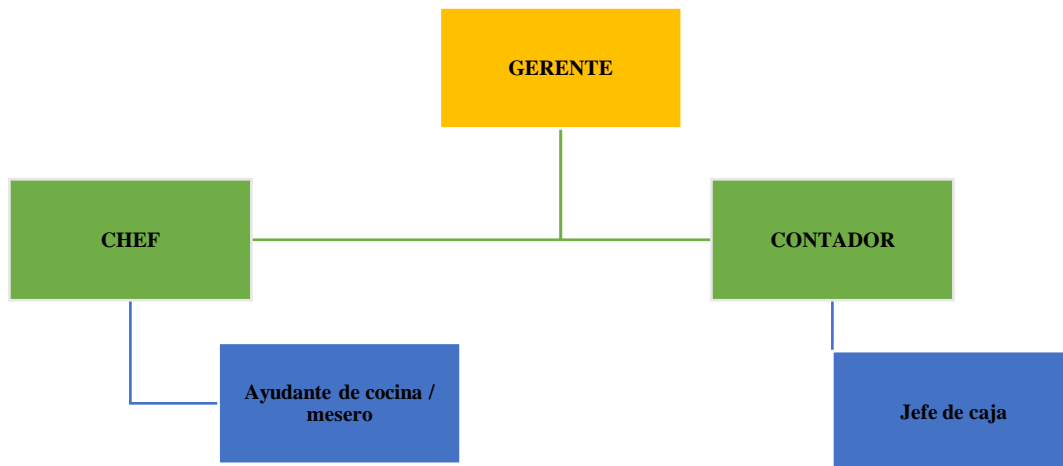
**Figura 6.**

*Flujo de procesos actual del servicio al cliente*



**Figura 7.**

*Organigrama empresarial "Bolones Aaron"*



**Tabla 1.***Detalles generales del puesto de Gerente*

Detalles generales del puesto de Gerente.	
Empresa	Bolones Aaron
Unidad administrativa	Área administrativa.
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, responsabilizarse ante la dirección de la empresa, responsable de comprar los materiales, insumos, trato con proveedores, manejo de redes sociales. Atención al cliente.
Denominación del puesto	Gerente
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos
Remuneración	\$ 700

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Funciones del personal Méritos aspectos para considerar****Tabla 2.**

## Méritos aspectos para considerar, Gerente

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración.	5 años de experiencia de administrador	Conocimiento y Dominio de procesos contables, manejo de inventario	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Respeto</li> <li>✓ Adaptabilidad.</li> <li>✓ Atención al cliente.</li> <li>✓ Creatividad</li> <li>✓ Delegación.</li> <li>✓ Trabajo bajo presión</li> <li>✓ Liderazgo</li> <li>✓ Planificación y organización</li> <li>✓ Trabajo en equipo</li> <li>✓ Tenacidad</li> <li>✓ Responsabilidad.</li> </ul>

**Elaborado por:** Patricia Carreño

**Tabla 3.***Detalles generales del puesto de contador*

Detalles generales del puesto de contador	
Empresa	Bolones Aaron
Unidad administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Atención e informar y dar servicios financieros de la organización
Denominación del puesto	Contador
Rol del puesto	Llevar control financiero, contable
Remuneración	\$650

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 4.***Méritos aspectos para considerar, Contador*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Contador	3 años de experiencia contable	Conocimiento y Dominio de procesos contables, manejo de inventario	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Puntualidad</li> <li>✓ Respeto</li> <li>✓ Adaptabilidad.</li> <li>✓ Atención al cliente.</li> <li>✓ Creatividad</li> <li>✓ Comunicación</li> <li>✓ Delegación.</li> <li>✓ Trabajo bajo presión</li> <li>✓ Liderazgo.</li> <li>✓ Planificación y organización.</li> <li>✓ Trabajo en equipo</li> <li>✓ Tenacidad.</li> <li>✓ Responsabilidad.</li> </ul>

**Elaborado por:** Carreño Patricia

**Tabla 5.***Detalles generales del puesto de chef*

Detalles generales del puesto de chef	
Empresa	Bolones Aaron
Unidad administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Servir eficazmente como apoyo de cocina
Denominación del puesto	Chef
Rol del puesto	Cocinar los alimentos
Remuneración	\$ 500

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 6.***Méritos aspectos para considerar, chef*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Chef	Al menos 1 año de experiencia.	Protocolo de Servicio de alimentación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Adaptabilidad.</li> <li>✓ Comunicación.</li> <li>✓ Compromiso.</li> <li>✓ Respeto.</li> <li>✓ Puntualidad.</li> <li>✓ Iniciativa.</li> <li>✓ Integridad.</li> <li>✓ Sociabilidad.</li> <li>✓ Trabajo en equipo</li> <li>✓ Tenacidad.</li> <li>✓ Responsabilidad.</li> </ul>

**Elaborado por:** Carreño Patricia

**Tabla 7.***Detalles generales del puesto ayudante/mesero*

<b>Puesto de ayudante/ mesero</b>	
Empresa	Bolones Aaron
Unidad administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Estará encargado del área de cocinacomo ayudante, meseros.
Denominación del puesto	Chef
Rol del puesto	Atención al cliente
Remuneración	\$ 300

**Elaborado por:** Carreño Patricia**Tabla 8.***Méritos aspectos para considerar, mesero, ayudante*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	Al menos 6 meses de experiencias.	Atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Adaptabilidad.</li> <li>✓ Atención al cliente.</li> <li>✓ Respeto</li> <li>✓ Comunicación.</li> <li>✓ Puntualidad</li> <li>✓ Compromiso.</li> <li>✓ Decisión.</li> <li>✓ Tolerancia al estrés.</li> <li>✓ Honestidad.</li> <li>✓ Trabajo en equipo.</li> <li>✓ Responsabilidad.</li> </ul>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

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

### **Objetivo de cada técnica**

Posicionarse en el mercado, y en la mente del consumidor poniendo énfasis en la relación, recreación, a través de la difusión de la imagen, productos y servicios del restaurante mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales.

### **Investigación de mercado**

“Bolones Aaron” consideró la investigación aplicada, documental, de campo en la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante el estudio de la cocina en comida rápida dentro de los barrios y centros como es importante para la satisfacción de los clientes.

Para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre recetas de comida rápida y su relación con los centros y barrios.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desarrollará la empresa, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta.

Finalmente, se llevó a cabo una investigación en donde se realizaron las recetas propuestas para el trabajo en donde se comprobó sus sabores, texturas, atención al cliente, así como también la presentación final de cada plato.

***Modalidad.***

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma digital, en donde se encuestó a 100 personas de forma digital que realizaron esta encuesta constó de 10 preguntas de opción múltiple.

***Plan de Muestreo***

En este trabajo existe una población finita, la cual fue realizada después de la emergencia sanitaria por el (COVID 19), por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales utilizan mucho la tecnología celular y que a su vez comparten entre amigos y familiares.

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra



$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{129,654}{1,2954}$$

$$n = 100,08$$

Luego de realizada y aplicada la formula se define que nuestra muestra será de 100 personas.

## Análisis de las encuestas

### Pregunta 1. ¿Consumes comida rápida?

**Tabla 9.**

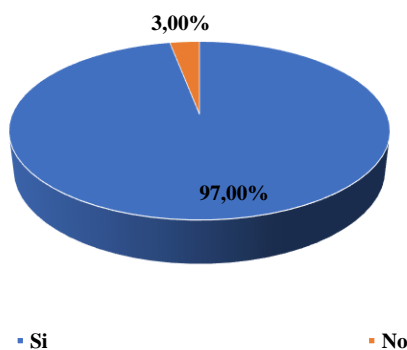
#### *Consumo de comida rápida*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	97,00%
No	3	3,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

### Gráfico 1.

#### *Consumo de comida rápida*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** Los encuestados manifestaron en su mayoría de las personas consumen comida rápida, pero un balance general da como resultado de que, en su gran mayoría, esto ayuda a determinar el rango de satisfacción para el cual es de conocimiento general que las personas que consumen comida rápida en su mayoría siempre les gustan compartir entre amigos, familia y este resultado ayuda y favorece a “Bolones Aaron”.

**Pregunta 2. ¿Alguna vez ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápidas en las redes sociales?**

**Tabla 10.**

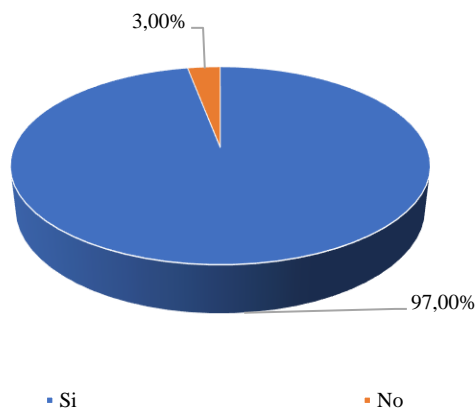
*Influencia por promocion de la cadena de comidas rapidas*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	88,18%
No	3	11,82%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 2.**

*Influencia por promocion de la cadena de comidas rapidas*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** De los 100 encuestados el 97% manifestaron que, si alguna vez ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápidas en las redes sociales, esto es de gran aporte para el Restaurante, lo que se estima que sí consumirían nuestros productos.

### Pregunta 3. ¿Pide usted habitualmente comida para llevar a casa?

**Tabla 11.**

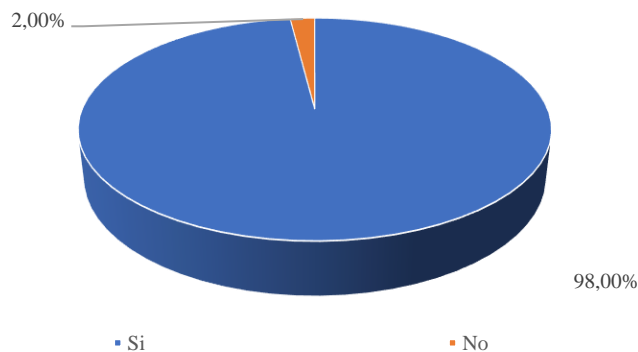
#### *Comida para llevar a casa*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	98,00%
No	2	2,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 3.**

#### *Comida para llevar a casa*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** De los 100 encuestados en su gran mayoría respondió que, si habitualmente piden comida para llevar a casa, esto ayuda a “Bolones Aaron” a atraer clientes potenciales cada semana.

**Pregunta 4. ¿Cuándo vas a lugares de comida rápida, sueles comer siempre en el mismo lugar?**

**Tabla 12.**

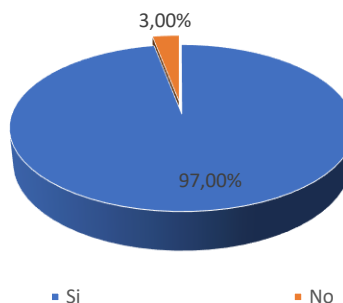
*Comer en el mismo lugar*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	97,00%
No	3	3,00%
Total	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 4.**

*Comer en el mismo lugar*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** De los 100 encuestados el 97% respondió que Cuando van a lugares de comida rápida, suelen comer siempre en el mismo lugar, esto dice que en su gran mayoría pueden ser futuros clientes que también atraigan a más clientes para “Bolones Aaron”, ya que aparte de que son consumidores, sus familias también lo son, lo que provoca que sus familias también sean parte de la clientela de la empresa.

### Pregunta 5. ¿Con qué frecuencias comes bolones?

**Tabla 13.**

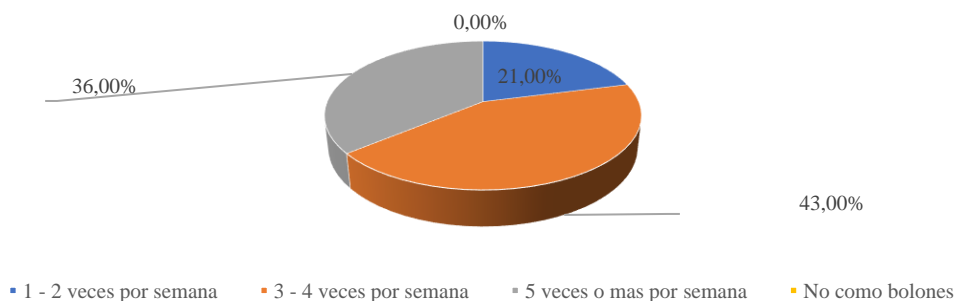
*Frecuencia con la que come bolones*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2 veces por semana	21	21,00%
3 - 4 veces por semana	43	43,00%
5 veces o más por semana	36	36,00%
No como bolones	0	0,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 5.**

*Frecuencia con la que come bolones*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** De los 100 encuestados el 43% respondió que consume bolones al menos 3 o 4 veces por semana, seguido del 36% que lo consume 5 veces o más; en menor medida, el 21% lo hace 1 o 2 veces por semana. Lo que implica una cifra positiva en la frecuencia de consumo de bolones, por lo que ayuda a concluir que el restaurant puede contar de manera constante con consumidores y clientes potenciales.

**Pregunta 6. ¿Le gustaría que el restaurante de bolones cuente con servicio de internet libre o Wifi?**

**Tabla 14.**

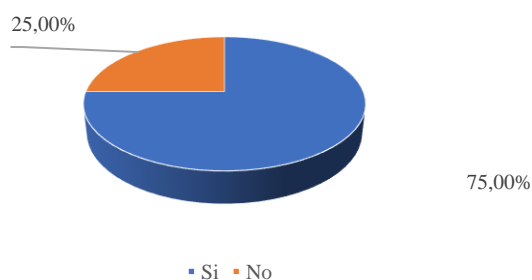
*Servicio de internet en el restaurante*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	75,00%
No	25	25,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 6.**

*Servicio de internet en el restaurante*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** De los 100 encuestados en su gran mayoría son personas que le gustaría que el restaurante contara con servicio de internet. Lo que representa una oportunidad para atraer clientes al restaurant “Bolones Aaron”.

**Pregunta 7. ¿Cuál de las variables consideras más importantes: Calidad/Precio o Atención/Calidad?**

**Tabla 15.**

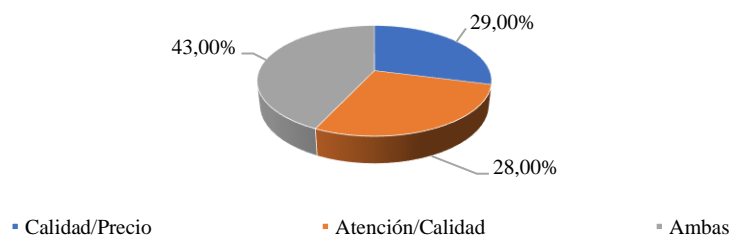
*Variables Calidad/Precio o Atención/Calidad*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Calidad/Precio	29	29,00%
Atención/Calidad	28	28,00%
Ambas	43	43,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 7.**

*Variables Calidad/Precio o Atención/Calidad*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** De los 100 encuestados un 43% consideran que es igual de importante la calidad del producto con el precio adecuado y a su vez la atención recibida con la calidad del producto. Seguido del 29% que considera más importante la calidad/precio, frente al 28% con atención/calidad. Con dichos datos, se obtiene una idea de las bases fundamentales en las que se debe de plantear los servicios ofrecidos dentro del restaurant “Bolones Aaron” para lograr satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes y consumidores.



**Pregunta 8. ¿Con quién acude con mayor frecuencia a los restaurantes de comida rápida?**

**Tabla 16.**

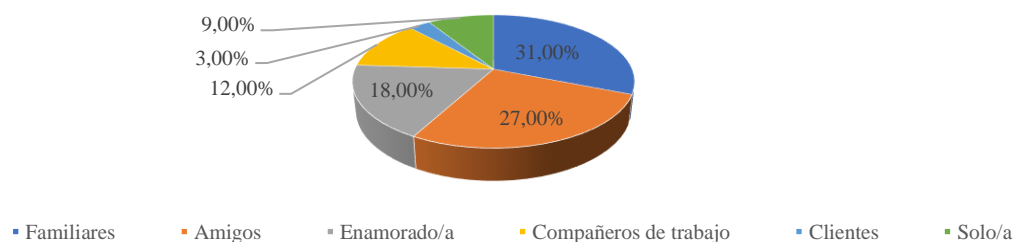
*Personas con las que asiste a los restaurantes*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	31	31,00%
Amigos	27	27,00%
Enamorado/a	18	18,00%
Compañeros de trabajo	12	12,00%
Clientes	3	3,00%
Solo/a	9	9,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 8.**

*Personas con las que asiste a los restaurantes*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** De todos los encuestados, el 31% señala que asiste a los restaurantes con familiares, el 27% por su parte, lo hace con amigos con mayor frecuencia, el 18% con su enamorado o enamorada, el 12% con compañeros de trabajo, el 9% lo hace solo y el 3% asiste con clientes. Lo que representa una cifra significativa, ya que el consumo dentro de “Bolones Aaron” sería frecuente y con un ambiente de compañía y acogedor.

**Pregunta 9. ¿Le gustaría acudir a un restaurante donde se sienta a gusto indistintamente de con quien asista, apreciando un ambiente relajado y descomplicado para cualquier tipo de ocasión?**

**Tabla 17.**

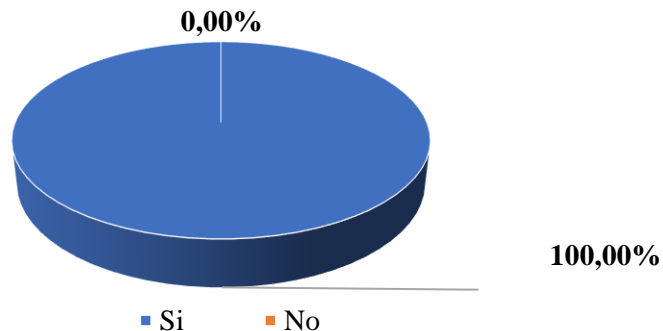
*Apreciación del ambiente relajado y des complicado*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100,00%
No	0	0,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 9.**

*Apreciación del ambiente relajado y des complicado*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** El 100% de los encuestados estarían de acuerdo en que les gustaría acudir a un restaurante donde se sientan a gusto indistintamente de con quien asista, apreciando un ambiente relajado y des complicado para cualquier tipo de ocasión. Lo que indica un punto importante en el establecimiento de “Bolones Aaron” tomando en cuenta las consideraciones expuestas.

**Pregunta 10. ¿Por cuál medio de comunicación o red social, te gustaría recibir publicidad de un restaurante?**

**Tabla 18.**

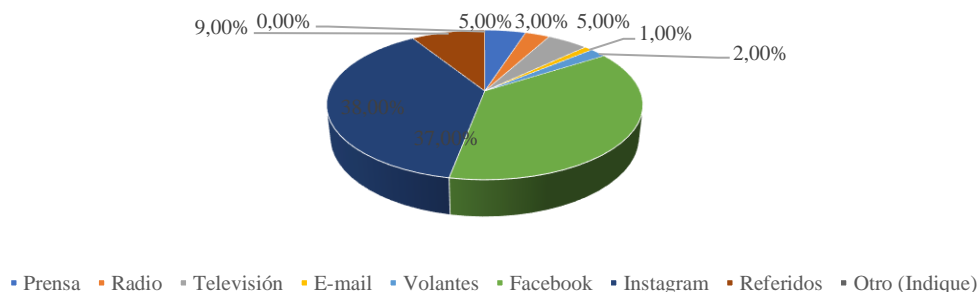
*Preferencias al recibir publicidad*

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	5	5,00%
Radio	3	3,00%
Televisión	5	5,00%
E-mail	1	1,00%
Volantes	2	2,00%
Facebook	37	37,00%
Instagram	38	38,00%
Referidos	9	9,00%
Otro (Indique)	0	0,00%
Total	100	100%

*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Gráfico 10.**

*Preferencias al recibir publicidad*



*Nota.* Información tomada de la encuesta ejecutada a consumidores sobre la posibilidad de implementar un restaurante de bolones ubicado en el sector de avenida Venezuela. Elaboración propia.

**Análisis:** Tal como se evidencia, los encuestados prefieren recibir publicidad por medio de las redes sociales (Facebook e Instagram) es un 38% y 37%, respectivamente. Seguido muy lejanamente por referidos, con un 9%. Prensa y

televisión 5% de igual medida. Lo que implica una oportunidad de posicionar la marca “Bolones Aaron” en las redes sociales y así llegar a clientes.

### **Análisis General.**

Como primer punto se puede concluir que va dirigido la empresa los cuales visitan regularmente el sector, en su gran mayoría son personas que consumen comida rápida regularmente, para ser exactos la mayoría de los encuestados consumen hasta más de 5 veces por semana lo que es comida rápida.

No obstante, las personas encuestadas supieron manifestar que sus familiares, amigos también son consumidores de este tipo de producto, esto es importante porque si llegamos a cumplir las necesidades de nuestros clientes directos, estos atraerán también a clientes indirectos, como son las familias de cada uno de nuestros clientes.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales.

Por eso es importante para “Bolones Aaron” manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional con otras marcas de comida rápida. Se puede observar que las personas encuestadas gastan un valor considerable de dinero en el consumo de este tipo de productos, así como también recalcan la importancia de las promociones que ofrezcan estos establecimientos que ayuden al ahorro y beneficio del cliente.

Pero el precio accesible y las promociones no son todo lo que busca el cliente, un excelente servicio, rapidez en el mismo, calidad de los productos, así como la cantidad de comida que lleve el plato son también puntos fundamentales para que el cliente se sienta satisfecho con la empresa y se vuelva fiel a la misma. En conclusión, tras analizar los datos se determina que ``Bolones Aaron`` es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

### **Entorno empresarial**

#### **Microentorno**

“Bolones Aaron” considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

### **Figura 8.**

#### *Cadena de valor*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

#### ***Competencia directa.***

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse “Bolones Aaron” se encontró un establecimiento como competencia directa.

Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

En las calles Velasco Ibarra y Avenida Venezuela, Cofanes, barrio monseñor existe un local de comida rápida llamado “Bolones Mena” en el cual se pudo observar que venden limitados platos de comida rápida.

### ***Competencia indirecta***

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar “Bolones Aaron”.

En la Avenida el Progreso, Amazonas se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

En donde venden solamente lo que es comidas típicas, se encuentran dos establecimientos que son considerados como competencia indirecta.

### ***Productos o servicios sustitutos***

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es el Súper Mercado Mayorista Vega ubicado en la Avenida Amazonas.

Este super mercado hace las veces de sustituto al vender alimentos y bebidas preparados, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de alimentos y bebidas.

### ***Proveedores***

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja “Bolones Aaron”, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

**Tabla 19.***Proveedores*

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Pronaca	Productos de calidad. Varios años de experiencia en el mercado Facilidades de pago. (crédito). Entrega al establecimiento.	Pollos.
Mayorista Vega	Variedad de productos. Productos de calidad. Establecimientos extensos.	bebidas, aliños.
Carnicería "Torres"	Carnes locales Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria Entrega al establecimiento.	Cárnicos.
Mercado de Lago Agrio	Productos locales Precios bajos	Vegetales, Verde.

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

*Clientes*

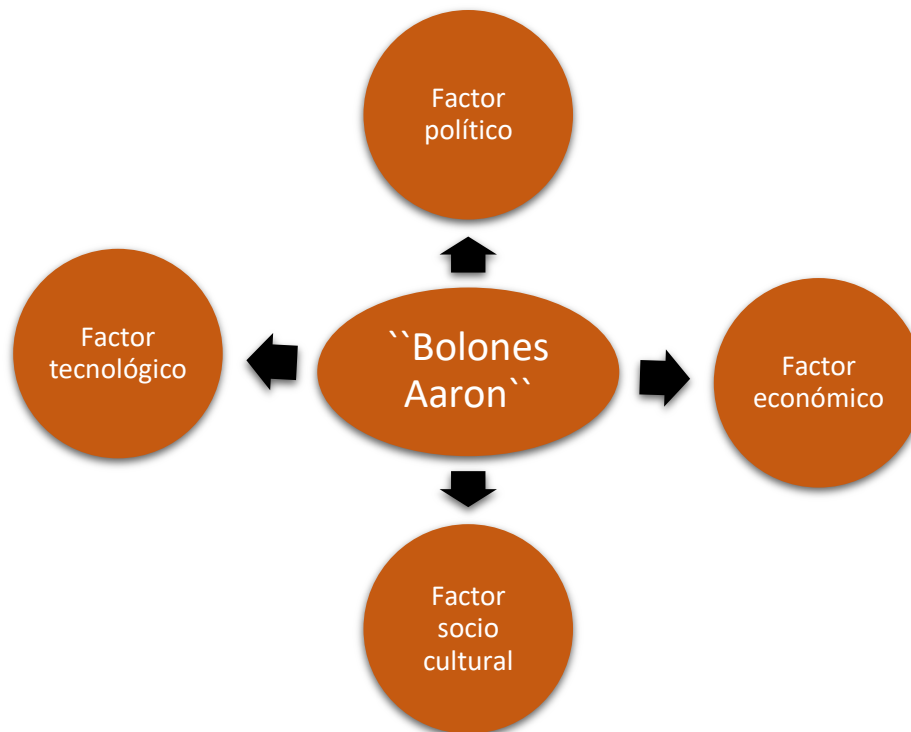
“Bolones Aaron” es una empresa dirigida a familias y grupos de amigos que visitan la Barrio todas las semanas, con el fin de deleitarse con una variedad de platos de comida rápida.

**Macroentorno**

Son aquellos factores sobre los que “Bolones Aaron” no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

**Figura 9.**

*Esquema macroentorno “Bolones Aaron”*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

### ***Factor Político.***

Sabemos que en el Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento.

Por otro lado, en Ecuador los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas están bajo una estricta vigilancia sanitaria, el MINTUR, ARCSA y el MSP han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser adoptadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. ``Bolones Aaron`` realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando



disposiciones determinadas para los negocios de restauración, estando también a la expectativa de lo que pueda pasar y cambiar. (Román)

***Factor Económico.***

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

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

***Factor Sociocultural.***

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

La tradición que tienen familias y amigos de juntarse cada fin de semana, ha influido en la creación del concepto de la temática para “Bolones Aaron”.

***Factor Tecnológico.***

Si bien es cierto, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente, no solo en los países primermundistas, sino que, en todos los países del mundo, muchos de estos han sabido utilizar de una manera positiva a estos avances, y este es el caso de Ecuador, ya que este aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos.

Hablando del área de restaurantes, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de cierto restaurante.

La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el menú de un establecimiento y hasta para la toma de pedidos. “Bolones Aaron” trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes.

**Producto y servicio**

“Bolones Aaron” es un restaurante dedicado a la elaboración de comida rápida tradicional, se enfoca básicamente en la producción de alimentos llamativos, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad.

Con respecto a sus servicios, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen: servicio a la mesa “Bolones Aaron” también ofrece servicio de takeaway (servicio para llevar).

***Producto Esencial.***

Hoy en día los clientes de restaurantes no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse relajados y disfrutando de algo gustoso, buscan un ambiente divertido con una temática llamativa.

En “Bolones Aaron” el producto esencial que se vende es la experiencia de poder de gustar comida rápida innovadora preparada con profesionalismo y un buen manejo de (BPM) en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo en donde pueden no solo degustar un plato de comida, sino también disfrutar de un momento de recreación entre familia y amigos.

***Producto real.***

“Bolones Aaron” maneja una gran variedad de productos de comida rápida tradicional e innovadora entre los que se pueden encontrar:

1. Bolones otro de la comida típica en esta cadena de comida, existen varios tipos: pollo, carne, chicharon, queso, simple, doble, mixta, entre otros.
2. Café, Agua aromática, jugo naranja, no se puede dejar de lado a estas bebidas con la que la mayoría de las personas acompañan su plato favorito.

**Características**

Para la elaboración de cada uno de los platos de “Bolones Aaron” hay una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados del restaurante.

En la cocina, los alimentos son preparados bajo específicos manuales de BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera, mientras que en el área de servicio los empleados están siempre a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento.

### **Calidad**

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

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

**Estilo**

“Bolones Aaron” con esta manera diferente de ver y disfrutar la comida El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano” o “empatado”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

**Marca**

“Bolones Aaron” es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso Bolones viene a hacer referencia con productos de zona, ingrediente principal dentro de la comida rápida, y Aaron hace referencia a la esperanza.

Como se había mencionado anteriormente, “Bolones Aaron” es una empresa que busca dar un ambiente diferente, un ambiente de distracción, “Bolones Aaron” hace énfasis en la relación de la comida rápida.

Con este nombre “Bolones Aaron” da la bienvenida a todas esas personas amantes del buen sabor que estén dispuestos a experimentar una nueva y novedosa aventura al probar los productos elaborados en el establecimiento.

**Producto aumentado.**

Lo que diferencia a “Bolones Aaron” de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan deleitarse de un plato de comida puedan observar uno o dos, además de tener la oportunidad de divertirse con los diferentes programas de TV, Wifi, con los que dispone mientras esperan sus pedidos, “Bolones Aaron” también brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este lugar.

## **PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO**

### **Distintivos y Uniformes**

#### ***Área de Cocina.***

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

#### ***Chef administrador.***

- Chaqueta blanca de mangas larga con detalles en conchevino y los sellos distintivos de la empresa.
- Faldón negro con líneas blancas verticales.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- Toca de chef.
- Pico de loro (opcional)
- Medias negras largas

**Figura 10.**

*Diseño uniforme chef administrador*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

*Ayudante de cocina.*

Chaqueta blanca de mangas cortas con detalles en negro y los sellos distintivos de la empresa bordados.

**Figura 11.**

*Diseño uniforme*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

***Diseño***

- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Champiñón con los sellos distintivos de la empresa.
- Pico de loro (opcional)
- Medias negras largas

***Personal del área de servicio.***

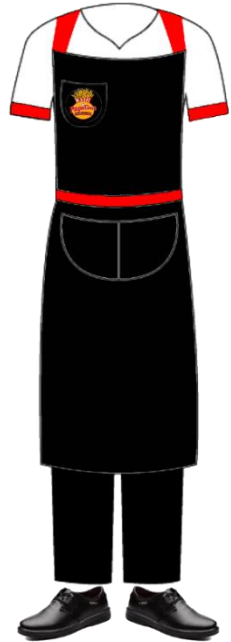
Tanto el mesero como el cajero - recepcionista usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- Mesero y cajero – recepcionista.
- Camiseta blanca con detalles en rojo.
- Delantal de servicio color negro con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro.
- Zapatos negros limpios.
- Medias negras largas.



**Figura 12.**

*Diseño uniforme personal del área de servicio*

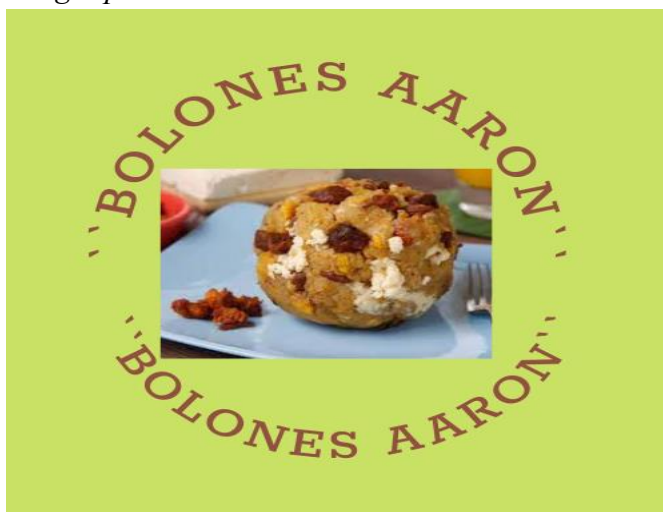


**Elaborado por:** Carreño Patricia.

### **Materiales de identificación**

**Figura 13.**

*Imagotipo "Bolones Aaron"*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

- El logotipo del establecimiento “Bolones Aaron”
- El eslogan del restaurante “Los Bolones”
- Los colores usados:
- Color verde claro de fondo.
- Color verde claro, este color aumenta el deseo de comer.
- Matizado verde caña, este color induce a comer.
- Café resaltar las letras.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre la comida rápida donde destacan los Bolones.

### **Tarjetas de presentación**

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

### **Figura 14.**

*Anverso tarjeta de presentación*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

**Figura 15.***Tarjeta de presentación***Elaborado por:** Carreño Patricia.**Canal de distribución y puntos de ventas**

El canal de distribución y punto de venta físico de “Bolones Aaron” es su establecimiento ubicado en el cantón Lago Agrio, en la calle Velasco Ibarra y Av. Venezuela, Cofanes barrio monseñor.

**Promoción**

- El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
- Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

**Contacto**

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.

**Correspondencia.**

- A través de mail corporativo.

**Negociación.**

- Directa en el establecimiento con cita previa.
- Vía telefónica.

**Financiamiento.****Tabla 20.***Financiamiento publicidad*

Tarjeta de presentación	80 unidades	\$3.00
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$10.00
Total		\$13.00
Total, Anual		\$156.00

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

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

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo “Bolones Aaron” sino también todo establecimiento turístico y de restauración.

Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobre todo en el proceso de producción, en donde se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

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

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

## **Fijación de Precios**

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

Los precios de los alimentos han sido calculados para una persona se toma en cuenta el precio en kilogramos, gramos y unidad. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

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

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato. A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:

- Bolones de Queso.
- Bolones de Chicharon.

**Bolones de Queso****Tabla 21.****Bolones de Queso, receta estándar de costos**

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
		NOMBRE DEL PLATO:		Bolones de Queso
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		05/01/202	Chef: Marcos Burgos	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Verde	Unidades	\$3.00	3	\$0.05
Queso	Unidades	\$1.00	1	\$0.50
FOTOGRAFÍA			<b>Total, bruto</b>	\$ 0.55
			<b>10% imprevistos</b>	\$0.05
			<b>Total, neto</b>	\$0.60
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	\$0.08
			<b>Factor costo 33,33%</b>	\$0.18
			<b>M.O. 45%</b>	\$0.24
			<b>G. Admin 12%</b>	\$0.06
			<b>45% utilidad</b>	\$0.24
			<b>Subtotal</b>	\$1,40
			<b>12% IVA</b>	\$0.16
			<b>10% servicio</b>	\$0.14
			<b>Total</b>	\$1,70

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

***Bolón de chicharrón*****Tabla 22.***Bolón de chicharon, receta estándar de costos*

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
		<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Bolón de chicharon	<b>Código:</b> 002
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	05/01/2023	<b>Chef:</b> Marcos Burgos		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Verde	unidad	\$3.00	3	\$0.05
Chicharon	g	\$1.00	1	\$0.50
Mantequilla	g	\$2.00	8	\$0.03
Sal	g	\$0.60	2	\$0.02
FOTOGRAFÍA			<b>Total, bruto</b>	\$0.60
			<b>10% imprevistos</b>	\$0.06
			<b>Total, neto</b>	\$0.66
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	\$0.09
			<b>Factor costo 33,33%</b>	\$0.19
			<b>M.O. 45%</b>	\$0.27
			<b>G. Admin 12%</b>	\$0.08
			<b>45% utilidad</b>	\$0.27
			<b>Subtotal</b>	\$1.56
			<b>12% IVA</b>	\$0.18
			<b>10% servicio</b>	\$0.15
			<b>Total</b>	\$1.89

**Elaborado por:** Carreño Patricia.



## IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

### Arriendo del local.

**Tabla 23.**

#### *Arriendo del local*

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200.00	\$1,200.00	\$2,400.00

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 24.**

#### *Equipos industriales*

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Freidora para Bolones	1	200.00	\$200.00
Fuente de madera	1	30.00	\$30.00
Refrigerador Indúrame Ri-375	1	450.00	\$450.00
Frigorífico (Pilsener)	1	-	-
Licudadora Umco 1500W	2	109.00	\$218.00
Tanque de gas 30kg	2	70.00	\$140.00
TOTAL			\$1,038.00

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 25.**

#### *Equipos de computación*

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$750.00	\$750.00
Impresora Epson L3150	1	\$200.00	\$200.00
TOTAL			\$938.49

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 26.***Muebles y Enseres*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Mesa de comedor con silla	8	\$125.00	\$1,000.00
Estantería metálica	2	\$55.00	\$110.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120.00	\$120.00
Tabla de picar grande	3	\$10.00	\$30.00
Set de chuchillos (6 piezas)	2	\$9.48	\$19.00
Juego de Bowl	2	\$20.00	\$40.00
Set de recipientes	3	\$7.00	\$22.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,341.00</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 27.***Equipos industriales de seguridad*

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	2	\$21.00	\$42.00
Detector de gas GLP	1	\$17.00	\$17.00
Detector Humo	3	\$16.00	\$48.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$117.00</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 28.***Suministros de oficina*

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$5.00	\$5.00
Grapadora con set de grapas	1	2.00	\$2.00
Grapas (caja)	1	\$1.00	\$1.00
Estuche de esferos (rojo, azul, negro)	3	\$0.50	\$1.50
Perforadora	1	\$1.50	\$1.50
Libreta	3	\$0.80	\$2.40
Carpeta de cartón	10	\$0.18	\$1.80
Tijera	1	\$2.00	\$2.00
TOTAL			\$17.20
TOTAL, ANUAL			\$206.40

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 29.***Servicios básicos*

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$30.00
Luz	\$50.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$30.00
TOTAL	\$120.00
TOTAL, ANUAL	\$1,440.00

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

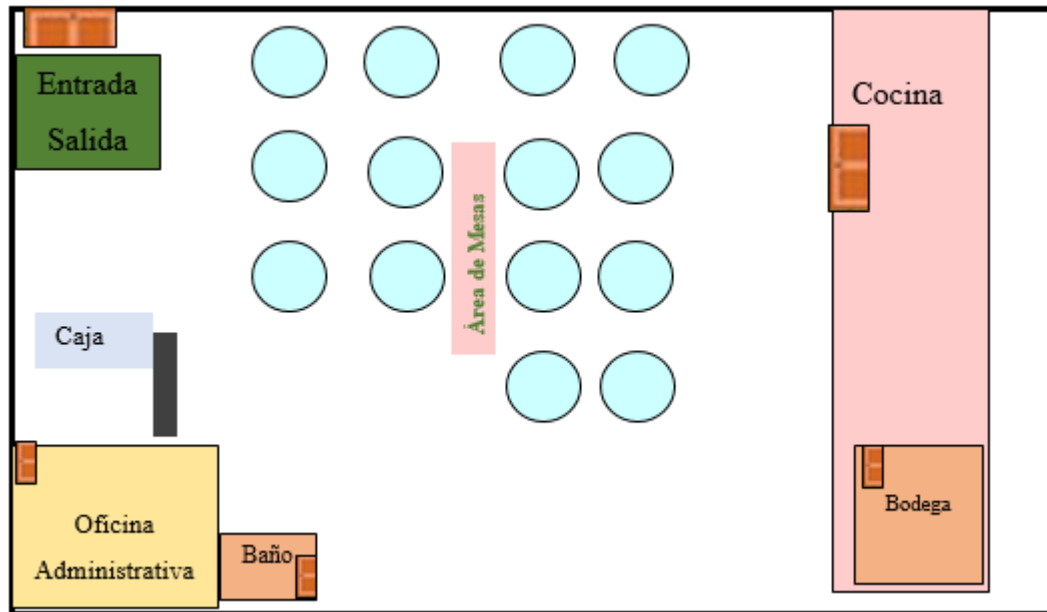
**Tabla 30.***Materiales de limpieza*

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Escoba de cerda pequeña	3	\$3.00	\$9.00
Trapeador	3	\$8.00	\$24.00
Cloro 1 Gal	1	\$3.00	\$3.00
Desinfectante 1 Gal	1	\$6.00	\$6.00
Esponja inoxidable	2	\$1.00	\$2.00
Esponja lavaplatos	5	\$0.40	\$2.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	3	\$2.00	\$6.00
Lavavajillas 425g	3	\$1.40	\$4.20
Pala	1	\$2.00	\$2.00
Jabón líquido manos 525 ml	2	\$2.50	\$5.00
Papel higiénico 200 metros	5	\$3.00	\$15.00
Toalla de papel	4	\$4.00	\$16.00
Alcohol antibacterial 3785 ml	1	\$9.00	\$9.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$103.20</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>			<b>\$1,238.40</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Estudio arquitectónico**

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante “Bolones Aaron” la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejara (25 personas). Se ha considerado el espacio que necesitara cada área y se ha agregado el espacio específico para la cocina y bodega.

**Figura 16.***Estructura del establecimiento.***Elaborado por:** Carreño Patricia.

## **PROCESO DERECHO EMPRESARIAL**

El restaurante “Bolones Aaron” para formalizar su creación debe realizar una serie de permisos y tramites de funcionamiento con los cuales debe cumplir, su razón social está bajo el nombre de distribuidora y embotelladora de agua purificada, además de contar con el Registro Único de Contribuyente RUC, que es facilitado para la emisión de facturas a través del SRI.

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

Por lo tanto, de acuerdo con el (Servicio de Rentas Internas, [SRI], 2022, p.1) para la inscripción de Registro Único de Contribuyente se necesitan los siguientes requisitos que son obligatorios:

- Cedula de identidad (Presentación física o digital)
- Papeleta de votación
- Documento de registro del domicilio de la persona o contribuyente
- Calificación artesanal emitida

Además, para realizar el trámite se debe seguir los siguientes pasos:

1. Acudir al centro de atención del SRI
2. Solicitar el turno
3. Esperar el turno
4. Acudir a la ventanilla de atención
5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo
6. Recibir contestación.

**SRI (Servicio de Rentas Internas)**

Este servicio es el delegado de gestionar la política tributaria, además se encarga de asegurar la recaudación de los servicios transaccionales, para acceder a este sistema se debe seguir los siguientes pasos:

- Generar la clave con los datos del solicitante
- Ingresas a la página del SRI
- Establecer el tipo de pago a realizar
- En caso de facturación definir los datos correspondientes.

**IVA (Impuesto al Valor Agregado)**

El IVA es un impuesto que registra el importe de las transacciones particulares o importaciones de bienes muebles en todas sus etapas de mercadeo y al coste de los servicios prestados.

Para el caso de las importaciones se deduce una base imponible que se genera a través de la suma de los costos indirectos de fabricación y los recargos que se incluyen en la declaración de importación, la tarifa actual es del 0% al 12% y esta emplea a bienes y servicios.

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

Para el (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social [IESS], 2022) esta una institución es una empresa de seguros la cual entrega servicios y prestaciones para con la seguridad social en donde se busque la seguridad y protección de quienes opten por este seguro, además de asegurar un enfoque de eficiencia y responsabilidad.

**Algunos de los trámites de esta institución son los siguientes:**

- Acceso a la información del restaurante
- Activación de débito bancario para empleadores
- Aviso y aprobación bajo un empleador y persona natural
- Cambio de tipo de empleados y eliminación del registro y otros que permiten
- la tramitación de varias acciones en la institución.

**Empleador se requiere de los siguientes requisitos:**

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo contratante.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y elegir el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.

**Permiso de bomberos**

Para conseguir el permiso por parte del Cuerpo de Bomberos se requiere los siguientes:

- Solicitud y copia de uso de suelo
- Copia de RUC
- Cedula de ciudadanía y papeleta de votación
- Pago impuesto predial (copia)
- Copia pago contribución al cuerpo de bomberos



## PROCESO FINANCIERO

### **Introducción**

A continuación, se describirá el análisis financiero del restaurante “Bolones Aaron” detallando todos los activos de la empresa que forman la inversión inicial, como activos fijos y diferidos, que son necesarios para emprender un negocio con el propósito de examinar a través de las herramientas financieras la factibilidad económica del emprendimiento.

### **Inversión**

La inversión inicial se define como la cantidad de dinero o capital necesario que se debe emplear para conseguir el funcionamiento de un negocio, mediante recursos o servicios.

### **Activos fijos**

Están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentren en proceso de construcción, y tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa.

Estos activos no son adquiridos con el propósito de venderlos en el curso normal de los negocios y generalmente tienen una vida útil mayor de un año. “Bolones Aaron” considera dentro de los activos fijos a los equipos industriales, seguridad, equipos de computación y muebles y enseres con una inversión en los activos fijos de 3315,61 dólares. *(Ver tabla 31)*

**Tabla 31.***Activos fijos*

ACTIVOS FIJOS	TOTAL
Edificio	\$0
Vehículo	\$0
Equipos Ind. / seguridad	\$117.00
Equipos de Computación	\$938.49
Muebles – enseres	\$1,341.00
TOTAL	\$2,396.49

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Capital de trabajo**

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa

El establecimiento Bolones Aaron como capital de trabajo inicial tiene una inversión de \$ 36.238,60 dólares en donde están considerados los sueldos, servicios básicos, material de oficina, limpieza, publicidad, materia prima y los gastos financieros. (*Ver tabla 32*).

**Tabla 32.***Capital de trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	12 meses
Sueldos	\$ 18.929,30
Servicios Básicos	\$ 1.080,00
material oficina	\$ 761,68
material limpieza	\$ 211,62
gastos documentos, permisos	\$ 500,00
alquiler local	\$ 3.720,00
publicidad	\$ 336,00
adquisición de materia prima	\$ 7.200,00
gastos financieros	\$ 3.500,00
<b>TOTAL, INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.238,60</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 33.***Inversiones activas Fijos*

<b>INVERSIONES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	\$ -
vehículo	\$ -
Equipos Ind. / seguridad	\$ 1.749,46
Equipos de Computación	\$ 3.978,75
Muebles - enseres	\$ 1.349,00
<b>TOTAL, INVERSIÓN AF</b>	<b>\$ 7.077,21</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Inversión total**

La inversión total hace referencia a los valores que se obtienen de la sumatoria de los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo destinado para 1 año de actividad de la microempresa que arroja un saldo de \$ 43.315,81 dólares. (Ver tabla 34).

**Tabla 34.***Inversión total*

<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>	
ACTIVO FIJO	\$ 7.077,21
ACTIVO DIFERIDO	\$ 500,00
CAPITAL DE TRABAJO /12 M	\$ 35.738,60
<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 43.315,81</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Sueldos**

En la siguiente tabla se describe la remuneración que tiene cada colaborador que forma parte del establecimiento Bolones Aaron más las aportaciones correspondientes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). (*Ver tabla 35*).

**Tabla 35.***Sueldos y aportaciones (IESS)*

<b>SUELDOS</b>					
PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP	IESS EMPRESA	GASTO SUELDO ANUAL
Jefe Administrativo	700.00	8,400.00	793.80	1,020.60	8,626.80
Cajero Vendedor	650.00	7,800.00	737.10	947.70	8,010.60
Operacional	300.00	3,600.00	340.20	437.40	3,697.20
Chef	500.00	6,000.00	567.00	729.00	6,162.00
<b>TOTAL</b>	<b>2,150.00</b>	<b>2,580.00</b>	<b>2,438.10</b>	<b>3,134.70</b>	<b>26,496.00</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

### Beneficios legales

Representan el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo que perciben los colaboradores del establecimiento de acuerdo con la ley y el código del trabajo. (Ver tabla 36).

**Tabla 36.**

*Décimo tercero y décimo cuarto sueldo*

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 3°	DECIMO 4°	TOTAL, DECIMOS
Jefe Administrativo	700.00	700.00	425.00	1,125.00
Cajero Vendedor	650.00	650.00	425.00	1,075.00
Operacional	300.00	300.00	425.00	725.00
Chef	500.00	500.00	500.00	1,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>2,150.00</b>	<b>1,775.00</b>	<b>2,150.00</b>	<b>3,925.00</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

El monto total de los sueldos con las respectivas aportaciones al IESS y los beneficios legales generan un monto de 30.421,60 dólares. (Ver tabla 37).

**Tabla 37.**

*Total, sueldos y beneficios legales.*

TOTAL, SUELDOS	TOTAL, DÉCIMOS	TOTAL, ANUAL
26,496.60	3,925.00	30,421.60

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

### Depreciación de activos fijos

Desde el punto de vista económico, la depreciación se refiere a la pérdida de valor de un activo fijo por el uso y por el transcurso del tiempo, incluidos factores internos y externos como la obsolescencia. Por lo tanto, es un tema de valoración, dentro de los activos fijos del establecimiento sujetos a la depreciación tenemos:

equipos industriales con un 10%, equipos de computación con un 33% y los muebles y enseres con un 10%. (Ver tabla 38)

**Tabla 38.**

*Depreciación de activos fijos.*

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	1,749.46	10%	17,494.60
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipo de Computación	3,978.75	33,33%	132,611.737
Muebles y Enseres	1,349.00	10%	13,490.00
TOTAL			163,596.337

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla de amortización capital financiado**

Mediante la siguiente tabla de amortización se detalla el monto de recursos financieros faltantes que necesita el establecimiento para iniciar con sus actividades, el monto que será financiado por una entidad financiera asciende a \$ 25.000 dólares. (Ver tabla 39)

**Tabla 39.**

*Amortización capital financiado*

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	25,000.00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25,000.00
1	7,282.09	3,500.00	3,782.09	16,906.33
2	7,282.09	2,970.51	4,311.58	11,906.33
3	7,282.09	2,366.89	4,915.20	11,991.13
4	7,282.09	1,678.76	5,603.33	6,387.80
5	7,282.09	894.29	6,387.80	0.00

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

La tabla de amortización del capital financiado está calculada para un periodo de tiempo de 5 años con una tasa de interés del 14% y en cada año está establecido el monto del capital, del interés y del saldo que sigue restando hasta llegar al año quinto en donde se termina de realizar el pago total de la deuda.

### **Estructura de capital**

La estructura de la inversión total del emprendimiento está representada de la siguiente forma: capital propio con un monto de \$18,315.80 dólares que representa un 42% del total de la inversión, el capital financiado con un monto de \$25,000.00 dólares que representa el 58% faltante de la inversión.

La representación del costo del capital propio es del 13%, este valor está calculado por la tasa pasiva más el riesgo país que arroja una tasa de descuento del 5,5%, mientras que el costo del capital financiado es del 14% que arroja una tasa de descuento del 8,1%. (Ver tabla 40).

### **Tabla 40.**

#### *Estructura del capital.*

ESTRUCTURA DE CAPITA				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	\$ 18.315,80	42%	13%	5,5%
Capital Financiero	\$ 25.000,00	58%	14%	8,1%
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 43.315,81	100%		13,6% TMAR

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

### **TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).**

La tasa de descuento que es igual a la TMAR se compone de la tasa pasiva del capital propio más el riesgo país que arrojan un porcentaje del 5,5% más la tasa del capital financiado que es del 8,1%, dando como resultado una TMAR que es del 13,6% para el proyecto del establecimiento Bolones Aaron.

### **Punto de equilibrio**

Se determina dividiendo los costos fijos por la diferencia entre el precio unitario de venta y el costo variable unitario (margen unitario). Este indicador permite establecer el nivel mínimo de producción y de ventas que, en cantidad, debe lograr la empresa para poder generar utilidad contable

La presente tabla a continuación refleja el monto de fijo de capital de trabajo destinada para cada mes en donde están inmersos los gastos en materia prima, arriendo, sueldos y servicios básicos calculados mensualmente. (Ver tabla 41).

### **Tabla 41.**

#### *Costos fijos mensuales.*

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Materia prima	\$1,000.00
Arriendo	\$200.00
Sueldos	\$2,535.00
Ser. Básicos	\$50.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3,785.00</b>

**Elaborado por:** Carreño Patricia.



**Tabla 42.**

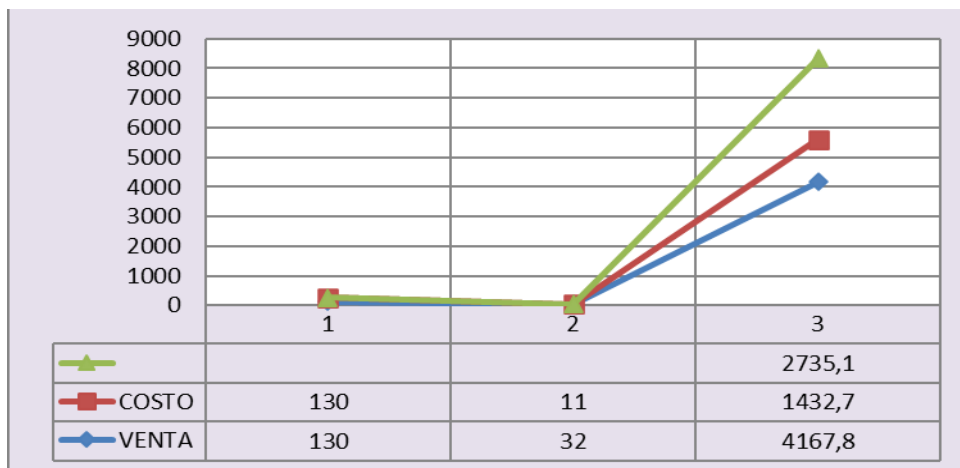
*Punto de equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO			
VENTA	130	\$11	\$1,432.70
COSTO	130	\$32	\$4,167.80
GASTO			\$2,735.10
PUNTO DE EQUILIBRIO			\$0,00

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Figura 17.**

*Punto de Equilibrio*



**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 43.**

*Ventas proyectadas.*

VENTAS PROYECTADAS			
290	\$11,360.00	\$11,360.00	ventas
290	\$38,280.00	\$38,280.00	costo

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Costo de ventas**

El costo de ventas para el establecimiento Bolones Aaron se encuentra estimada con una proyección de un periodo de tiempo de cinco años, donde se puede conocer las ventas proyectadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros factores más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas. (Ver tabla 44).

**Tabla 44.***Flujo de ventas*

<b>FLUJO DE VENTAS</b>						
AÑO	0	1	2	3	4	5
VENTAS		116,649.60	1200,160.75	123,777.59	127,503.30	131,341.15
COSTOS DE VENTAS		61,770.00	63,629.28	65,544.52	67,517.41	69,549.68
UTILIDADES BRUTA EN VENTAS		54,879.60	56,531.48	58,233.07	59,985.89	61,791.46
GASTOS ADMINISTRATIVOS		18,929.30	19,499.07	20,085.99	20,690.58	21,313.37
SERVICIO BASICOS		1,080.00	1,112.51	1,145.99	1,180.49	1,216.02
MATERIALES OFICINA		761.68	784.61	808.22	832.55	857.61
ALQUILER LIMPIEZA		211.62	217.99	224.55	231.31	238.27
GATOS DOCUMENTOS PERMISOS		500.00	515.05	530.555	546.52	562.97
ALQUILER		3,720.00	3,831.97	3,947.31	4,066.13	4,188.52
DEPRECIACIONES		1,635.96	1,635.96	1,635.96	1,635.96	1,635.96
AMORTIZACIONES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDADES OPERATIVAS		28,041.04	28,934.31	29,854.48	30,802.34	31,778.74
GASTOS FINANCIEROS		3,500.00	2,970.51	2,366.89	1,678.76	894.29
UTILIDADES ANTES DEL IMPUESTO		24,541.04	25,963.81	27,487.59	29,123.58	30,884.44
BASE IMPOSITIVA		6,135.26	9,411.88	9,964.25	10,557.30	11,196.61
UTILIDADES NETA		18,405.78	16,551.93	17,523.34	18,566.28	19,688.83

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Tabla 45.***Flujo de caja neto bolones Aaron*

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDADES OPERATIVAS		28,041.04	28,934.31	29,854.48	30,802.34	31,778.74
DEPRECIACION		1,635.96	1,635.96	1,635.96	1,635.96	1,635.96
AMORTIZACION		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BASE IMPOSITIVA		6,135.26	9,411.88	9,964.25	10,557.30	11,195.61
-GASTOS FINANCIEROS		3,500.00	2,970.51	2,366.89	1,678.76	894.29
-PAGO CAPITAL		3,782.09	4,311.58	4,915.20	5,603.33	6,387.80
+VALOR DE SALVAMENTO						
+ CAPITAL DE TRABAJO						
-REPOSICION DE ACTIVOS						
-FLUJO NETO DE CAJA	43,315.81	16,259.65	13,876.31	14,244.10	14,598.92	14,937.00

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

En el flujo de caja de Bolones Aaron se considera todas egresos e ingresos que tiene el establecimiento con una proyección estimada de cinco años de actividad tiene el establecimiento con una proyección estimada de cinco años de actividad comercial.

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

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión.

También se conoce como el valor actual neto (VAN), definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.

Por medio de este indicador financiero se puede determinar la viabilidad del establecimiento en base a la estimación de los flujos de caja anuales en donde los resultados demuestran que existe un VAN con una rentabilidad de \$16.019,95 para el proyecto.

### ***Interpretación VAN***

#### **Tabla 46.**

##### *Valor actual neto interpretación.*

VAN (Valor Actual Neto)
VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRA PERDIDAS NI GANACIAS,

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

**Formula del VAN**

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$F_t$  = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

$I_0$  = inversión inicial.

$n$  = numero de periodos de tiempo.

$k$  = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

**TIR (Tasa Interna de Retorno)**

La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.

La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos “bien conformados”, es decir, en aquellos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida (Cordoba, 2011, p. 242).

### *Interpretación del TIR*

**Tabla 47.**

#### *Interpretación del TIR.*

---

**TIR= Tasa Interna de Retorno**

TIR = VAN = 0

TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE

TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE

TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS

---

**Elaborado por:** Carreño Patricia.

### *Formula del TIR*

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t}$$

$$= -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$F_t$  = flujos de caja.

$I_0$  = inversión inicial.

$n$  = numero de periodos de tiempo.

TIR = tasa interna de retorno.

El cálculo de la tasa interno de retorno (TIR) del establecimiento Bolones Aaron demuestra que existe una rentabilidad del proyecto con un porcentaje del 24,63% con una separación del 10,02% de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 14,61%. (Ver tabla 48).

**Tabla 48.**

*Cálculo del VAN Y TIR.*

CALCULO DEL TIR Y EL VAN		
VAN	8,999.31	-5,449.70
TIR	21.23%	
TMAR	13.55%	

**Elaborado por:** Carreño Patricia.



## CONCLUSIONES

Para el proyecto, algunas de las estrategias mencionadas son especiales. Después de todos los análisis, podemos decir que nuestro proyecto tendrá grandes oportunidades de ser aceptado dentro del mercado de Lago Agrio, lo cual se ve reflejado en el VAN y en la TIR, de nuestras ventas proyectadas, las cuales, estimadas con los precios más bajos de cada tipo de plato, poniéndonos en el escenario más pesimista.

Al ser éste un proyecto de restaurante no tenemos que olvidar a nuestra competencia, por lo que tenemos que diferenciarnos dando siempre un buen servicio, es decir ofrecer comida exquisita, un servicio eficaz y eficiente.

Procedemos a realizar una encuesta para conocer si el restaurante sería aceptado, así como tener conocimientos de los gustos y preferencias del mercado. Los resultados fueron satisfactorios, el restaurante fue aceptado en la comunidad.

Con la información obtenida fue diseñar diversas estrategias en el mercado para identificar fortalezas, debilidades, son más convenientes.

El último capítulo se determina el financiamiento y se contemplan todos los gastos que va a generar el negocio, respecto a la competencia se denota una gran ventaja ya que no existe otro establecimiento que ofrezca los mismos servicios.

Con la investigación realizada concluimos el trabajo con excelentes resultados, dejando base para implementar a la realidad dicho proyecto de un nuevo negocio de restaurante.

## RECOMENDACIONES

Como recomendación podemos indicar que para poder incrementar nuestra participación en el mercado y por ende aumentar nuestro VAN y TIR en el flujo podemos: Realizar varias promociones y descuentos. Realizar publicidades ya sea en la Redes Sociales como en la radio.

Otra recomendación es siempre dar el servicio de una forma amable y cordial con el fin de que el mercado que hemos atraído sea fiel a nuestro restaurante.

El restaurante tiene muchos beneficios al público con el objetivo de ofrecer alimentos con condiciones saludables y a un precio accesible los consumidores el cual fomentara la fidelidad para los clientes y del aumento del mismo.

Otro dato importante es que se mantendrá siempre la calidad de los productos es capaz de cumplir con una gestión de innovación basada en las necesidades, relacionadas del sector.

La estrategia y visión del futuro, es un arma competitiva de crecimiento siempre obtener ventajas permanentes eventualmente deberá incorporar y reducir los costos.

El restaurante deberá de cuidar el desarrollo de las capacidades personales de gestión y liderazgo, de interpretación de las señales del mercado y de relacionarse en el entorno complejo o cultural, organizado, tecnológico, geográfico.

## REFERENCIAS

- Díaz, M., & Pérez, C. (2017). Gestión empresarial e Innovación. *UCA profesional. Universidad Florencio del Castillo*, 10-25.
- GÓMEZ, C. A. (s.f.). Recuperado el 24 de Diciembre de 2022, de Buenas Prácticas De Manufactura En El Procesamiento De Alimentos: <https://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2019/02/Buenas-Pr%23U00e1cticas-de-Manufactura-Bpm-en-el-Procesamiento-de-Alimentos-Carlos-Alberto-Rueda.pdf>
- May, J., Romero, D., Herrera, D., & Cruz, M. (2021). Temas de administración. Trabajos colegiados Estatales Virtuales. *CECYTEC*, 1-39.
- Ojeda, J. (2019). *La gestión de calidad en documentación*. México D.F: Prentice Hall.
- Ponce Talancón, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 19.
- Román, D. E. (s.f.). Recuperado el 24 de Diciembre de 2022, de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas\\_OCTUBRE.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf)
- Vergara., J. R. (2016). Pirámide de necesidades según a. Maslow. En R. Turienzo, *El pequeño libro de la motivación* (pág. 16). España: Centro Libros PAPF, S. L.

U. Recuperado el 20 de Diciembre de 2022, de [https://www.recursoft.com/uploads/2/6/9/4/26940173/maslow\\_7mo.pdf](https://www.recursoft.com/uploads/2/6/9/4/26940173/maslow_7mo.pdf)

Yaguana, C. (2022). *Elaboración del sistema de gestión administrativo para el empresa Innovarte, ubicada en la Provincia de Orellana, Cantón Joya De Los Sachas*. Riobamba: Repositorio Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.