



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE CATERING BAJO EL CONCEPTO DE
COCINA OCULTA, UBICADA EN EL BARRIO COLINAS DEL
NORTE, PARROQUIA EL CONDADO”**

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

AUTOR:

Saraguro Gaguancela Ruth Raquel

TUTOR:

MSc. Sonia Guerrero.

D.M. Quito, 11 de abril del 2022

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado:

Principalmente a Dios Jehová, por darme la vida y la oportunidad de poder llegar a este punto de mi vida, cumpliendo mis sueños y mis metas; y por darme la estabilidad espiritual que tengo hasta el día de hoy.

A mis padres Rubio y Jheymy que gracias a su sacrificio y su buen ejemplo me han apoyado en mis estudios, a ser una buena estudiante y buena persona, y que siempre serán mi principal motivo, para seguir el mejor camino en la vida.

A mi mejor amiga y hermana Jemimá, que ha estado inspirándome, y motivándome en cada momento de mi vida incondicionalmente, en los mejores y sobre todo en los peores momentos, para no rendirme y seguir adelante.

A mi hermano que ha sido un gran ejemplo de dedicación, perseverancia y que, a pesar de los momentos difíciles, siempre me ha apoyado en lo que puede con mucho cariño.

Finalmente dedico mi tesis a todos mis amigos y profesores que me han ayudado a ser una profesional y que seguirán siendo una parte importante para toda mi vida.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento:

A Dios, por acompañarme en cada decisión que he tomado, por ser mi aguante, fortaleza y por regalarme la satisfacción que siento al haber culminado mi proyecto.

A mis padres por haberme inculcado valores que me servirán en cada faceta de mi vida.

A toda mi familia: Rubio, Jheymy, Jemimá, Jhony y Lorena por haber sido mi motor en todo este tiempo.

De manera especial a mi tutora Sonia Guerrero por toda la paciencia y conocimiento que me dio, no solo en el desarrollo de esta tesis sino también por ser una docente que siempre demostró vocación y cariño a sus estudiantes a lo largo de la carrera.

A mis docentes más apreciados Kabir Olmedo, Sonia Guerrero y Alejandro Maldonado, que me impartieron sus conocimientos profesionales y éticos para poder tener una base sólida para mi vida profesional en la Gastronomía.

También a algunos de mis compañeros de carrera que me dieron su ayuda de forma desinteresada y que estuvimos para apoyarnos mutuamente a lo largo de este tiempo.

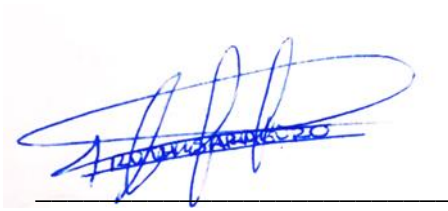
A mis amigos que estuvieron apoyándome en momentos difíciles y que me ayudaron a seguir con valor, en mi carrera tanto espiritual, como profesional.

Finalmente quiero agradecer a mis mascotas Sam y Take-Shi que siempre serán una motivación de amor para ser una mejor persona.

AUTORIA

Yo, Saraguro Gaguancela Ruth Raquel, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be 'Ruth Raquel Saraguro'.

Srta. Saraguro Gaguancela Ruth Raquel.

D.M. Quito, 11 de abril del 2022.

DIRECTORA DEL PROYECTO

MSc. Sonia Guerrero.

CERTIFICACIÓN

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



MSc. Sonia Guerrero.

D.M. Quito, 11 de abril del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La MSc. Sonia Guerrero y por sus propios derechos en calidad de directora del trabajo fin de carrera; y la Srta. Saraguro Gaguancela Ruth Raquel por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. Saraguro Gaguancela Ruth Raquel realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING BAJO EL CONCEPTO DE COCINA OCULTA, UBICADA EN EL BARRIO COLINAS DEL NORTE, PARROQUIA EL CONDADO.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la MSc. Sonia Guerrero.

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

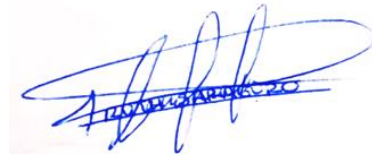
TERCERA: Los comparecientes, MSc. Sonia Guerrero en calidad de directora del trabajo fin de carrera y la Srta. Saraguro Gaguancela Ruth Raquel, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA**

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING BAJO EL CONCEPTO DE COCINA OCULTA, UBICADA EN EL BARRIO COLINAS DEL NORTE, PARROQUIA EL CONDADO.”, 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.



MSc. Sonia Guerrero



Srta. Saraguro Gaguancela Ruth Raquel

D.M. Quito, 11 de abril del 2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
AUTORIA	iii
CERTIFICACIÓN	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	v
ÍNDICE DE TABLAS:	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN:	xii
INTRUDUCCIÓN	1
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	3
2.1 Creación de la empresa	3
2.2 Descripción de la empresa:	3
2.2.1 Importancia.	3
2.2.2 Características.....	3
2.2.3 Actividad.....	5
2.3 Tamaño de la empresa.....	6
2.4 Necesidades a satisfacer	6
2.4.1 Necesidad Fisiológica.	7
2.4.2 Necesidad de Seguridad.....	7
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.	7
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.....	8
2.4.5 Necesidad de Autorrealización.	8
2.5 Localización de la empresa	8
2.6 Filosofía empresarial.....	9
2.6.1 Misión.....	9
2.6.2 Visión.....	10

2.6.3	Objetivos Empresariales:.....	10
2.6.4	Meta:.....	11
2.6.5	Estrategias en relación a los objetivos:.....	11
2.6.6	Políticas:.....	14
2.6.7	FODA.....	16
2.7	Desarrollo organizacional	18
2.7.1	Tipo de Estructura.	18
2.7.2	Formalización.	18
2.7.3	Centralización – Descentralización.	19
2.7.4	Integración.	19
2.8	Organigrama empresarial	20
2.9	Funciones específicas del puesto:	21
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	30
3.1	Objetivo de mercadotecnia.....	30
3.2	Investigación de mercado.....	30
3.2.1	Modalidad.	31
3.3	Plan de Muestreo.....	31
3.4	Análisis de las Encuestas.	33
3.4.1	Análisis General.....	45
3.5	Entorno empresarial	46
3.5.1	Microentorno.....	46
3.5.2	Macroentorno:	51
3.6	Producto y servicio.....	53
3.6.1	Producto Esencial.....	53
3.6.2	Producto real.	54
3.6.3	Características.	54
3.6.4	Calidad.	54

3.6.5	Estilo.	55
3.6.6	Marca.	55
3.6.7	Producto aumentado.....	56
3.7	Plan de introducción al mercado.....	56
3.7.1	Distintivos y Uniformes.....	56
3.7.2	Materiales de identificación.....	59
3.8	Canal de distribución y puntos de ventas.....	62
3.9	Riesgo y oportunidades del negocio.....	63
3.10	Fijación de Precios.....	64
3.11	Capacidad instalada.....	73
3.11.1	Implementación del negocio.....	73
3.12	Estudio arquitectónico.....	78
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	79
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	84
5.1	Objetivo de impacto.....	84
5.2	Impacto ambiental.....	84
5.3	Impacto social.....	88
6.	PROCESO FINANCIERO.....	90
6.1	Introducción.....	90
6.2	Inversiones.....	90
6.3	Activos Fijos.....	90
6.4	Activos Diferidos.....	91
6.5	Capital de trabajo.....	91
6.6	Sueldos.....	93

6.7 Depreciación de activos fijos.	94
6.8 Amortizaciones.....	95
6.9 Estructura Capital.....	95
6.10 Tabla de Amortización.....	96
6.11 Punto de equilibrio.....	97
6.12 Costo de Ventas.....	98
6.13 Flujo de Caja.....	99
6.14 Cálculo del TIR y el VAN.....	99
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101
7.1 Conclusiones:.....	101
7.2 Recomendaciones.....	102
7.3 Referencias bibliográficas:.....	103
ANEXOS.....	105

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1 Ficha de perfil del puesto y funciones del Chef Gerente General.....	21
Tabla 2. Ficha de perfil del puesto y funciones del Community Manager.....	24
Tabla 3. Ficha de perfil del puesto y funciones del Cocinero.....	26
Tabla 4. Ficha de perfil del puesto y funciones del Auxiliar de Cocina.....	28
Tabla 5. Pregunta 1.....	33
Tabla 6. Pregunta2.....	34
Tabla 7. Pregunta3.....	35
Tabla 8. Pregunta 4.....	36
Tabla 9. Pregunta 5.....	37
Tabla 10. Pregunta 6.....	39
Tabla 11. Pregunta 7.....	40

Tabla 12. Pregunta 8.	41
Tabla 13. Pregunta 9.	43
Tabla 14. Pregunta 10.	44
Tabla 15. Proveedores.....	49
Tabla 16. Financiamiento publicidad.....	63
Tabla 17. Encebollado, receta estándar de producción.	65
Tabla 18. Ceviche jipijapa, receta estándar de producción.	66
Tabla 19. Guatita, receta estándar de producción.	67
Tabla 20. Smoothie tropical Ec, receta estándar de producción.	68
Tabla 21. Encebollado, receta estándar de costos.....	69
Tabla 22. Ceviche Jipijapa, receta estándar de costos.....	70
Tabla 23. Guatita, receta estándar de costos.....	71
Tabla 24. Smoothie tropical Ec, receta estándar de costos.....	72
Tabla 25. Arriendo del local.	73
Tabla 26. Equipos industriales.....	73
Tabla 27. Equipos de computación.....	74
Tabla 28. Muebles y enseres.....	74
Tabla 29. Equipos industriales de seguridad.....	75
Tabla 30. Suministros de oficina.....	76
Tabla 31. Servicios básicos.....	76
Tabla 32. Materiales de limpieza.....	77
Tabla 33. Activos fijos.....	90
Tabla 34. Activos Diferidos.....	91
Tabla 35. Capital de trabajo.....	92
Tabla 36. Total, de Inversión.....	92
Tabla 37. Sueldos.....	93
Tabla 38. Sueldos.....	93
Tabla 39. Sueldos.....	93
Tabla 40. Depreciación de activos fijos.....	94
Tabla 41. Amortizaciones.....	95

Tabla 42. Estructura capital.....	95
Tabla 43. Tabla de Amortización.....	96
Tabla 44. Punto de equilibrio.....	97
Tabla 45. Margen de contribución.....	97
Tabla 46. Punto de equilibrio.....	97
Tabla 47. Ventas proyectadas.....	97
Tabla 48. Costo de Ventas.....	98
Tabla 49. Flujo de caja.....	99
Tabla 50. TIR/VAN.....	100

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN:

Ilustración 1 Piramide de Maslow.....	6
Ilustración 2. Ubicación.....	9
Ilustración 3. Organigrama empresarial Hidden Cooks.....	20
Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.....	33
Ilustración 5. Pregunta2, gráfico circular.....	34
Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.....	35
Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.....	36
Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.....	38
Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.....	39
Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.....	40
Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.....	42
Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.....	43
Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.....	45
Ilustración 14. Esquema microentorno. Hidden cooks.....	47
Ilustración 15. Ubicación.....	47
Ilustración 16. Esquema macroentorno. Hidden Cooks.....	51
Ilustración 17. Diseño uniforme Gerente Chef.....	57
Ilustración 18. Diseño, uniforme cocinero y ayudante de cocina.....	58

Ilustración 19. Imagotipo Hidden Cooks.	59
Ilustración 20. Anverso tarjeta de presentación.	60
Ilustración 21. Reverso tarjeta de presentación.....	61
Ilustración 22. Sticker Empresarial.	61
Ilustración 23. Estructura del establecimiento Hidden Cooks.	78

**“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de catering
bajo el Concepto de Cocina Oculta, Ubicada en el barrio Colinas del Norte,
Parroquia el Condado.”**

Autor: Saraguro Gaguancela Ruth Raquel

Tutora: MSc. Sonia Guerrero

D.M. Quito, 11 de abril del 2022

INTRUDUCCIÓN

A finales del 2019 la población ecuatoriana ha experimentado grandes transformaciones sociales de salud y económicas, a consecuencia tanto los negocios gastronómicos como de otras áreas tuvieron que cerrar sus puertas, rigiéndose a las normas del gobierno; así perdiendo grandes ganancias durante mucho tiempo; algunos de los negocios tuvieron que cerrar permanentemente. Sin embargo, muchos negocios trataron de adaptarse implementando nuevos servicios como el delivery y las normas de salubridad, inclinándose a la emergencia sanitaria, para lograr generar ventas (Melo, 2020). Justamente el modelo de negocio que se expondrá en este documento surge del análisis visual del sector gastronómico a consecuencia de la pandemia. Creando así “Hidden Cooks” que es la realización del proyecto que tendrá como enfoque y concepto la cocina oculta, idea de negocio escogida así por la evidente demanda del servicio a domicilio, que surgió durante la pandemia debido al cierre obligatorio de los distintos negocios que permitían un aforo extenso de personas.

Las cocinas ocultas que también son conocidas como cocinas digitales o fantasmas son un modelo negocio innovador, ágil y estratégico en el mundo gastronómico, que ofrece a los clientes la compra de un servicio a domicilio de la comida que prefieran, del menú ofrecido por medios digitales; de manera rápida, ágil, eficiente y eficaz (Cocinas Ocultas, 2021) .

Desde el capítulo 2 se podrá ver el enfoque del restaurante y su organización empresarial, así como el FODA que mostrará el enfoque de viabilidad según un análisis general. El capítulo 3 estará enfocado en la investigación de mercados y marketing el que pondrá en muestra las investigaciones de campo realizadas para formar estrategias y los costos y precios reales de las herramientas que se necesitan para emprender el negocio. El capítulo 4 tratará sobre los permisos y licencias que tendrá que poseer la empresa antes y durante su función como establecimiento gastronómico; como siguiente en el capítulo 5 se encontrará una parte muy importante como compromiso de la empresa, que será el impacto ambiental y las acciones que se tomarán para cuidar el planeta.

Finalmente en el antepenúltimo capítulo se realizará un estudio financiero que determinará la rentabilidad por todos los beneficios que abarca el proyecto, no solo a los clientes, sino también a la sociedad inversionista ya que comparada con un modelo de negocio gastronómico de restaurante tradicional, reduce y ahorra los costos reales en alquileres de extensos locales o personal de servicio a mesa, se indica también que; la mayor inversión que se haría sería específicamente para instalaciones, equipamientos de cocina, un equipo de trabajo en cocina y un equipo tecnológico necesario para su manejo, expuesto más detalladamente en el capítulo 6 del estudio financiero.

Cómo se puede notar claramente el modelo de negocio que se aplicará al proyecto se inclina y se adapta de gran manera a la situación actual de hoy en día por los cambios sociales debido a la pandemia (Cocinas Ocultas, 2021).

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Restaurante de Cocina Oculta “Hidden Cooks”

2.2 Descripción de la empresa:

2.2.1 Importancia.

El restaurante de cocina oculta “Hidden Cooks” es una empresa que se encarga de elaborar, producir y entregar a domicilio un menú de platos de cocina Nacional Ecuatoriana; servicio que se hace mediante una fusión entre aprovechar la tecnología, las plataformas digitales y el servicio a domicilio tradicional. La Empresa comenzará su creación en la comercialización de productos gastronómicos ecuatorianos en la Parroquia el Condado en el sector Colinas del norte, iniciando como una microempresa, que tiene implementado en cada uno de sus colaboradores una buena la filosofía empresarial, y tiene bien establecida la planificación estratégica empresarial para el éxito del negocio.

Es así también como esta empresa comenzará ofreciendo una competitividad ventajosa, ya que ofrecerá un servicio diferente a lo tradicional, algo que no tienen los restaurantes cerca del sector, y que desde su apertura se logrará evidenciar que es una transformación estratégica en el sector gastronómico (Chang Bocangel, Donayre Garcia, Guerra Santiago, Gutierrez Mejia, & Olivia Respaldiza, 2020).

2.2.2 Características.

Responsabilidad social: El proyecto ayudará que esta nueva visión de negocio al ponerse en marcha, ayude a la reactivación Gastronómica ecuatoriana, reducción de gastos de inversión, agilidad y rapidez en los tiempos de entrega a domicilio, asegura la salud del personal y clientes, mejor atención en pedidos por línea, otorga opciones

de una oferta gastronómica mayor a los clientes, brinda un producto fresco a los clientes, ya que se realiza el plato en el momento de pedir y la compra a proveedores locales y otras microempresas, para conformar un apoyo económico mutuo en la sociedad. Beneficios que logran asegurar que el servicio que se ofrecerá será óptimo para el cliente y ofrece una máxima rentabilidad al negocio.

Investigación e innovación: El restaurante de cocina oculta “Hidden Cooks,” trabajará en una constante investigación y capacitación del personal, para la elaboración y creación de nuevos platos gastronómicos de cocina tradicional ecuatoriana con sus respectivas técnicas, así como también la preparación de todos los colaboradores de la empresa en tendencias tecnológicas para brindar mejores servicios a los clientes, y la agilidad de llevar con mayor eficacia el producto a la puerta de su hogar.

Responsabilidad ambiental: “Hidden Cooks” estará consciente de la contaminación ambiental que vive el planeta, por eso se creará normativas para todos los colaboradores de la empresa, sin importar el puesto de trabajo que se deberá cumplir en compromiso del cuidado del planeta, esto se realizará por medio del reciclaje, en botes de basura de distintos colores con especificaciones del tipo de desecho, así como también la búsqueda de proveedores de la localidad, que ofrezcan productos naturales y orgánicos para la utilización en la producción de platos, y la donación de desperdicios orgánicos que salgan del restaurante, para la realización de composta en otras organizaciones del cuidado ambiental.

Profesionales apasionados con su trabajo: La empresa “Hidden Cooks” dispondrá de colaboradores que amarán su trabajo y les apasionará la gastronomía ecuatoriana, así como cumplirán y se comprometerán con los siguientes valores empresariales de la empresa:

Valores empresariales:

1. Honestidad: Es el valor primordial, considerándolo el más valioso de la empresa. Se cumple con la transparencia del trabajo en las diferentes áreas de

cocina, sus procedimientos en la empresa y el compromiso con el cliente por parte de todos los que conforman la empresa.

2. Creatividad: es la capacidad más importante en la cocina oculta, ya que se necesita de la creatividad, innovación de ideas, conocimientos y creaciones en cuanto a cualquier producto, manejo de la empresa o servicio que pueda ayudar al mejoramiento de la empresa. Las sugerencias pueden venir de parte de todos los colaboradores de la empresa.
3. Humildad: Reconocer y estar abiertos a las sugerencias, mejoramiento en la calidad o en el desarrollo por parte de los clientes o de inmediatos superiores, expresando disponibilidad en ofrecer disculpas o soluciones en cualquier momento.
4. Respeto: Valor establecido en todo el personal de trabajo sin excepciones, dirigido a clientes internos y externos y entre el personal mismo; en cuanto al ambiente laboral, religión, raza, nacionalidad, lengua y entre otros, correspondiendo con una forma digna y amable al dirigirse a todas las personas.
5. Puntualidad: virtud de la exigencia para el cumplimiento de los plazos de un trabajo a entregar, en el tiempo establecido por el cliente o requerido dentro de la empresa de forma eficaz.
6. Calidad: brindar un proceso óptimo en la elaboración de los alimentos para cumplir las expectativas de los clientes en la entrega de un producto, exquisito, fresco, seguro para su consumo y satisfacción.

2.2.3 Actividad.

La empresa “Hidden Cooks” será un establecimiento que se dedicará al servicio a domicilio, bajo el concepto de cocina oculta y creará, elaborará y producirá, elaboraciones de cocina nacional ecuatoriana. Dentro de un menú en línea que estará disponible en todas las redes sociales, así como en su página principal y manejará las entregas con buena calidad.

2.3 Tamaño de la empresa.

Hidden Cooks dentro de la república del Ecuador queda establecida como microempresa. Su tipo que se clasificó por su dimensión. Deberá tener como número de empleados mínimo 4 personas y máximo 9, una vez definida la empresa podrá ver los beneficios, por ejemplo: permitirá cálculos controlados del IVA y de impuestos de renta, promover la liquidez de la empresa o hacer una planificación con buenas estrategias (Presidencia de la república, 2017). La microempresa contará con 4 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción, almacenamiento, y área de entrega.

La mano de obra dentro del cocina oculta va dependiendo las funciones necesarias que se requiere para la empresa, en este caso Hidden Cooks requiere de un Chef Gerente, de comunicación y tecnología que será el Community manager, y de cocina y limpieza para las instalaciones que estarán a cargo el cocinero y el auxiliar en cocina. En total serán 4 personas las que formarán el equipo de trabajo en la empresa.

2.4 Necesidades a satisfacer

Ilustración 1 Piramide de Maslow



(Bonis, 2016). *Pirámide de Maslow*. Necesidades.

2.4.1 Necesidad Fisiológica.

Al ser un establecimiento gastronómico cubre directamente las necesidades de la hidratación y alimentación humana; es decir el placer de comer y beber en el lugar que prefiere al cliente.

La alimentación es una obligación vital del ser humano; es por eso que la empresa se encargará por medio de imágenes y propaganda de que el cliente siempre lo recuerde.

2.4.2 Necesidad de Seguridad.

Esta necesidad estará cubierta por la empresa en varios factores, los principales son los siguientes:

- En la salud; de controlar a dentro de la empresa que los alimentos y procesos no solo sean inocuos y cuidados, sino también que lleguen a carecer de aditivos o ingredientes con procesos muy invasivo que dañen la salud humana a largo plazo. Se aplicará procesos de forma natural, específicamente procedimientos tradicionales de la cocina ecuatoriana, procurando hacer llegar un producto sano al cliente.
- En Instalaciones; estas permitirán que todo el personal trabaje en un lugar seguro, con controles de prevención de riesgos.
- En lo económico; este argumento se cumplirá en la accesibilidad de precios que tendrá el cliente vinculado con la calidad del producto. No solo respetará los recursos del cliente, sino también los de los colaboradores al respetar el contrato y el sueldo.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.

Esta se cumplirá mediante la buena comunicación trabajador y cliente, brindando una buena experiencia al preocuparse por satisfacer las necesidades de los clientes.

Además, mediante la comida ecuatoriana dentro del hogar o de cualquier lugar de evento, se logrará que él o los clientes disfruten de la compañía de sus familiares y amigos.

En cuanto a la afiliación del personal se motivará a que tengan un buen ambiente laboral y trabajo en equipo. También de que cuenten con la con todos los beneficios de la ley como el seguro social y la afiliación al IEES.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento

Se logrará el reconocimiento y respeto por promocionar la marca, al brindar a los consumidores una experiencia distinta a lo tradicional, cómo lo es el pasar tiempo buscando un lugar para comer con miedo al contagio, y mejor dar la opción a un ambiente seguro o más cómodo para el cliente, donde deguste sus alimentos favoritos tradicionales de su país. Esto ayudará a la empresa a progresar exitosamente por medio de la confianza que tiene el cliente.

2.4.5 Necesidad de Autorrealización.

"Hidden Cooks" se identificará como una de las opciones principales entre los restaurantes que ofrezcan comida en línea. Esto se logrará prestando atención a los deseos de los clientes, prestando atención a los detalles, la puntualidad, la calidad, la innovación, el servicio y las experiencias satisfactorias de los clientes.

Además, internamente también el personal podrá colaborar de primera mano en que se cumpla la autorrealización tanto personalmente como en los resultados de la empresa.

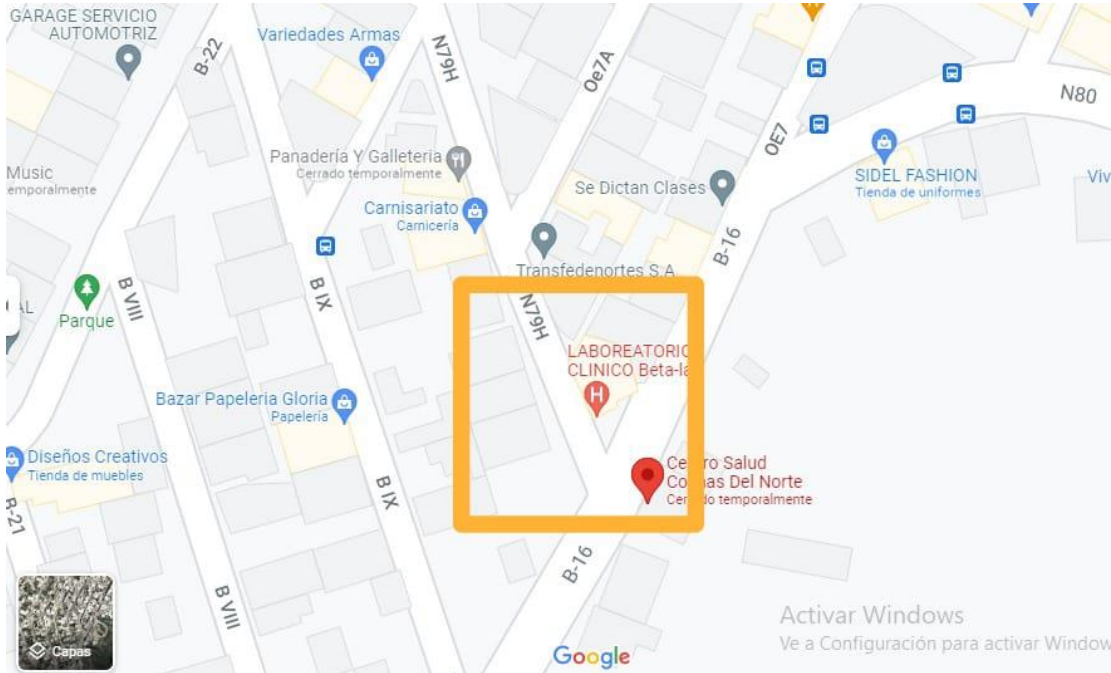
2.5 Localización de la empresa

Ubicado en Pichincha, cantón Quito, parroquia El Condado, barrio Colinas del Norte. Calles B16 y N79H, cerca al centro de salud de la zona.

Coordenadas de ubicación (Gogle Earth, 2021).

- $0^{\circ}05'37''S$ $78^{\circ}30'20''W$

Ilustración 2. Ubicación.



(Google Maps, 2022) Ubicación.

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión.

Ser una empresa de alimentos y bebidas que trabaja bajo el concepto de cocina oculta, que garantiza un trabajo de excelencia, mediante el compromiso de todos sus colaboradores, los procesos, controles de calidad y contando con proveedores de productos de calidad, para así lograr entregar en las manos del cliente un producto fresco con resultados eficientes.

2.6.2 Visión.

Año 2027: Ser una de las empresas gastronómicas bajo el concepto de cocina oculta mejor establecidas a nivel nacional, contando de un lugar propio para realizar las instalaciones y una sucursal en una diferente provincia del Ecuador que mantengan la esencia del concepto del negocio, en las que se encuentre un personal bien capacitado en la calidad del producto y todos sus procesos y comprometidos profesionalmente en la gastronomía, así marcar la diferencia con soluciones innovadoras, eficaces y sobrepasando las expectativas de los clientes a la hora de comer.

2.6.3 Objetivos Empresariales:

- **Objetivo a corto plazo:** (1 años); fidelizar y satisfacer a los clientes mediante un servicio de alimentos eficiente, innovador y de calidad, para tener como resultado la consolidación y el posicionamiento de la empresa gastronómica, como la más eficiente en cuanto al servicio a domicilio en todo el sector del norte de Quito.
- **Objetivo a mediano plazo:** (2 años); Recuperar el capital de inversión en un 60% aproximadamente. Además de la capacitación al personal en buenas prácticas de manufactura y contar con el convenio de una empresa que ofrezca y asegure un servicio a domicilio, rápido y eficiente.
- **Objetivos a largo plazo:** (3 años) Posicionar a la empresa como una de los negocios gastronómicos más reconocidos dentro y fuera de la ciudad Quito; Además lograr evaluar una expansión para la obtención de un local en Ecuador, y para ver la posibilidad de empezar una nueva sucursal.

2.6.4 Meta:

Lograr estabilizar a la empresa como una de las mejores opciones de alimentación de comida ecuatoriana tradicional con una alta demanda, en las principales plataformas de comida en línea del Ecuador y en las herramientas online, para así mantener el restaurante como un negocio rentable y sostenible, satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera eficaz y eficiente.

2.6.5 Estrategias en relación a los objetivos:

Objetivo a corto plazo: (1 años); fidelizar y satisfacer a los clientes mediante un servicio de alimentos eficiente, innovador y de calidad para tener como resultado la consolidación y el posicionamiento de la empresa gastronómica como la más eficiente en cuanto al servicio a domicilio en todo el sector del norte de Quito.

Actividad y Estrategia	Tiempo	Recursos	Responsable
1)Mejorar detalles del servicio hacia los clientes mediante sus sugerencias y opiniones.	4meses	<ul style="list-style-type: none">• Redes sociales activas para comentarios.• Encuestas de satisfacción después del servicio.	<ul style="list-style-type: none">• Chef gerente
2) Crear una base de datos de los clientes fijos para tener seguimiento de sus preferencias.	4 meses	<ul style="list-style-type: none">• Tablas de Excel del sistema de la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Chef gerente• Community manager
3)Crear concursos, promociones, sorteos y recompensas con los clientes y seguidores (futuros clientes).	4 meses	<ul style="list-style-type: none">• Redes sociales y página oficial activa.• Económicos	<ul style="list-style-type: none">• Chef gerente• Community manager

Objetivo a mediano plazo: (2 años); Recuperar el capital de inversión en un 60% aproximadamente, Además de la capacitación al personal en buenas prácticas de manufactura y contar con el convenio de una empresa que ofrezca y asegure un servicio a domicilio, rápido y eficiente.

Actividad	Tiempo	Recursos	Responsable
1) Impulsar las ventas y el reconocimiento dentro y fuera del sector estableciendo un buen lugar en las plataformas de pedidos de comida en línea como Uber eats, Rapi, Pedidos Ya entre otros.	8 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación del personal motorizado. • Personal capacitado en la calidad de producto tanto en servicio y en cocina. • Inscripciones en diferentes plataformas de comida en línea 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente chef • Community manager
2) Capacitación del personal en (BPMS), control de calidad y tecnología.	8 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones gratuitas en ARCSA. • Talento humano. • Capacitaciones en línea. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente chef • Jefe de cocina.
3) Hacer un convenio permanente con una empresa que ofrezca personal motorizado de calidad.	8 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Económicos • Talento humano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente chef • Gerente general de la empresa en convenio.

Objetivos a largo plazo: (3 años) Posicionar a la empresa como una de los negocios gastronómicos más reconocidos dentro y fuera de la ciudad Quito. Además, lograr evaluar una expansión para la obtención de un local en Ecuador y para ver la posibilidad de empezar una nueva sucursal.

Actividad Meta	Tiempo	Recursos	Responsable
Obtener un reconocimiento y categorización nivel uno, del MSP de la empresa, en Quito.	9 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Talento humano capacitado para ser calificado. • Alimentos de calidad. • Buen servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente chef • Personal de producción de todas las áreas.
Evaluar y ganarse el reconocimiento dentro y fuera del sector del condado como un servicio de alimentos de calidad y mediante la innovación constante (Jerez Hernandez & Nivicela Tenecota, 2014).	11 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Talento humano. • Buena administración. • Económico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal de todas las áreas. • Gerente chef
Evaluar las posibilidades de la compra de un local propio en la parroquia el condado y una sucursal, tomando en cuenta los costos, el talento humano, las capacitaciones y entre otros recursos importantes para las aperturas.	16 meses	<ul style="list-style-type: none"> • plan de inversión económico. • Permisos de las autoridades. • Talento humano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente chef

2.6.6 Políticas:

- Ser respetuosos y tolerantes con todos los colaboradores de la empresa y con la esencia de la empresa.
- Todos los colaboradores de la empresa sin excepción deberán llevar su uniforme bien puesto dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán llegar con el uniforme a la empresa desde sus casas, siempre deberán cambiarse antes de entrar a sus áreas de trabajo.
- Todos los colaboradores se deberán caracterizar por ser puntuales, cumplidos y responsables al cumplir metas, horarios de entrega o tareas establecidas
- Deberán tener buena presentación en el trabajo demostrando una buena higiene corporal y salud bucal.
- Colaborar entre todo el personal para mantener un buen ambiente laboral y obtener un buen trabajo en equipo.
- Todos los colaboradores sin excepción, NO podrán ingresar a la empresa con aliento a alcohol, a cigarro o con síntomas de consumo de sustancias ilícitas.
- Ser respetuoso y amable a la hora de prestar un servicio a los clientes.
- No pueden consumir alcohol, ni fumar u otros tipos de sustancias dentro de las instalaciones de la empresa.
- De la misma manera No podrán fumar, tomar o consumir, altas cantidades de alcohol y ninguna sustancia ilícita dentro de las instalaciones de la empresa.
- Deberán tener un aseo constante de las manos.
- Comprometerse a satisfacer las necesidades de los clientes.
- No utilizar dentro de las instalaciones joyas, pulseras, pestañas postizas, aretes o cualquier artículo que pueda contaminar los productos del restaurante.
- Conocer cada producto de limpieza y su uso adecuado para poder utilizarlo, esto con el fin de no contaminar la inocuidad de los productos del restaurante.

La empresa:

- Se responsabilizará del bienestar laboral de todos los colaboradores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Se responsabilizará de la seguridad integral de los trabajadores y clientes del restaurante.
- Se hará cargo de cumplir y hacer cumplir con las siguientes obligaciones: económicas, sociales y jurídicas, con todos los colaboradores de la empresa, con los proveedores y con el estado.
- Todos los colaboradores que se queden trabajando horas extra fuera de su horario de trabajo deberán tener una remuneración equitativa, y bajo la ley por parte de la empresa.
- Deberá hacerse cargo de la capacitación obligatoria que recibirán los colaboradores semestralmente junto a evaluaciones, para poder lograr innovaciones y actualizaciones de los temas más importantes a tratar en su momento y lograr mejorar el servicio de la entrega.
- Se encargará de lograr conservar estándar alto de calidad en los alimentos y productos a través de la implementación de la innovación de procesos y sistemas de producción, elaboración y control de calidad en las diferentes áreas del restaurante.
- Proveer de un seguro a todos los colaboradores.
- Se encargará de establecer un ambiente de respeto y de justicia entre los trabajadores.
- La empresa no será parcial y respetará el género, la religión, nacionalidad y estado económico de todos sus colaboradores.

2.6.7 FODA.

Factores internos:

Fortalezas:

- Modelo de negocio, innovador en la gastronomía ecuatoriana.
- El proyecto ayudará a la gastronomía ecuatoriana a ser reactivada después de la pandemia sufrida mundialmente.
- Personal bien capacitado.
- Factibilidad y mejoramiento en los servicios tradicionales de comida.
- Localización a favor; ya que al ser una cocina virtual oculta no es necesario tener una buena ubicación para un servicio al público dentro de la empresa, pero sí tendrá que ser apto para cocina y cumplir con todas las reglas legales.
- Se especializará en el servicio a domicilio, lo que asegurará un desplazamiento rápido en las entregas.
- Da solución a problemas como una gran inversión, buscar buenas ubicaciones, pagar sueldos en servicio a la mesa o en inmuebles y enseres para grandes salones.

Debilidades:

- Al ser un modelo de negocio innovador y nuevo tiene como cualquier otro negocio que empieza, el 50% de seguridad de tener o no tener sostenibilidad en un futuro.
- Inexperiencia en los fundadores del negocio en el desarrollo y éxito de empresas propias.
- Posibilidad de tomar decisiones erróneas en el futuro.
- Desacuerdos futuros entre socios de la empresa.

- Posibilidad de un entorno poco ameno entre el personal, lo cual puede ocasionar un mal trabajo en equipo y malas relaciones laborales.

Factores externos:

Oportunidades:

- Establecer poderosas estrategias de marketing digital.
- Personas con preferencia a la comida a domicilio por seguridad de la pandemia, podrán disfrutar de los productos de este modelo de negocio.
- Sacar provecho de las plataformas digitales de comida para lograr un mayor número de ventas.
- Será una de las mejores opciones de comida en línea en las apps de servicio de comida a domicilio.
- Aprovecha las redes sociales y plataformas pagadas y no pagadas, para dar a conocer al público el servicio, los productos, promociones y actividades que se destaquen para seguir desarrollando éxito.
- Escasa competencia en el modelo de negocio.

Amenazas.

- Tener invisibilidad física permanente al ser un restaurante virtual oculto físicamente.
- Mal clima para la transportación de alimentos.
- Miedo a salir de un modelo de negocio tradicional. Desconfianza de posibles clientes potenciales al comprar en un negocio innovador nuevo.
- Un limitado conocimiento en la población de esta nueva tendencia gastronómica o posible desarrollo paulatino o lento en el mercado, estropeando los ingresos percibidos dentro del tiempo considerado.
- Posibles problemas en financiamiento o administración.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura.

Diferenciación.

Hidden Cooks se desenvolverá dentro de una comunicación vertical. Empezará desde la categoría de la cabeza principal de mando hasta las categorías más bajas. Este plan de estructura se tomará con el fin de dotar toda la facilidad a una buena ejecución, administración, supervisión y control de las actividades y procesos que se ejecutarán dentro de las instalaciones como para complacer a los clientes.

La organización estructural será de tipo jerárquico y estará conformada de la siguiente forma:

- Nivel Gerencial No Operativo y Operativo
- Nivel Operativo de Producción.

Nivel Gerencial

- Chef Gerente.
- Community manager.

Nivel Operativo.

- Cocinero.
- Ayudante o auxiliar de cocina.

2.7.2 Formalización.

Hidden Cooks se adaptará y formará mediante un manual documentado. En dónde se encontrará todos los procesos, reglas, políticas, sistemas y estrategias para identificar cada actividad, facilitar búsquedas y para dar cumplimiento a la legalización de la empresa con excelencia y de acuerdo a la ley.

Además, ayudará a que cada proceso y norma sea bien cumplida y respetada por todos los colaboradores de la empresa, sin excepción dando un buen funcionamiento al desarrollo de la empresa.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

El administrador de Hidden Cooks, junto con la sociedad de la empresa, se comprometerá no solo a llevar buen control de las finanzas, sino también a desempeñar una buena función en el área de producción como demostrando capacidad como calidad y ética en los resultados de su trabajo de la empresa, así obtendrá buen posicionamiento.

Por otro lado, en cuanto a la descentralización se demostrará en el momento de delegar las tareas y responsabilidades de funciones al personal.

También tendrá una gran importancia la consideración y aceptación si fuera el caso, ideas innovadoras, sugerencias, creatividad y opiniones por parte de cualquier integrante del personal. Tomando en cuenta que dicha participación aporte al desarrollo y éxito de la empresa.

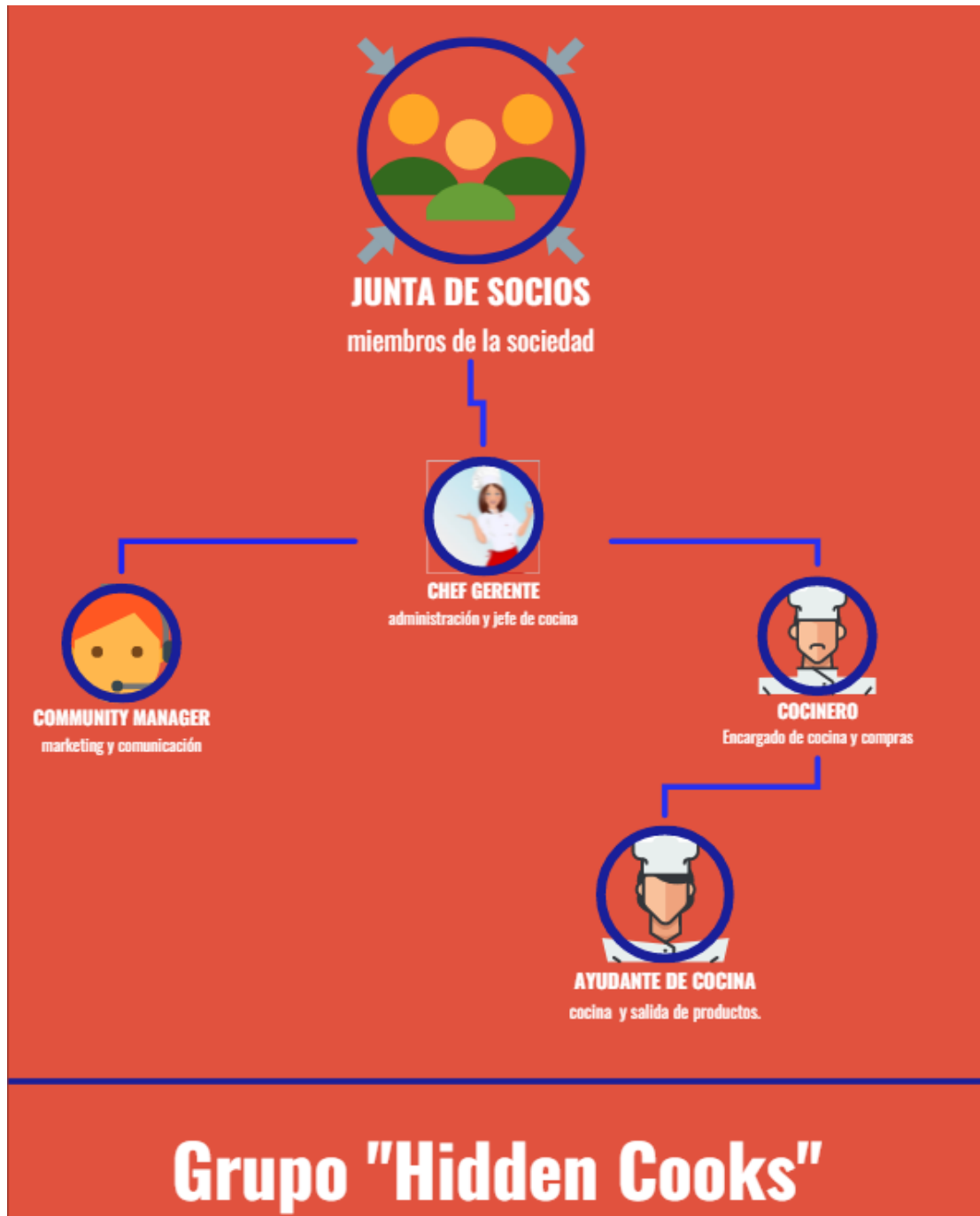
2.7.4 Integración.

Para el cumplimiento del proceso de integración estructural de organización se tomará en cuenta al sistema de gestión, en los siguientes factores: adquisición de compra, ventas y entregas, resultado de producción y distribución.

Esto facilitará llevar un control más preciso de los ingresos y salidas del Kárdex correspondiente a cada área, ya sea administrativa o de producción, creando una integración entre áreas. También se formará un registro de tareas y actividades que cada colaborador de la empresa debe cumplir y participar de forma responsable e imparcial.

2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial Hidden Cooks.



Saraguro, R. (2022). *Organigrama empresarial Hidden Cooks*. Quito.

2.9 Funciones específicas del puesto:

Tabla 1 Ficha de perfil del puesto y funciones del Chef Gerente General

Código:	001	Cargo	Chef Gerente General
Reporta a:	Junta de Socios		
Sueldo:	\$ 550		
Perfil del Puesto			
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínimo 2 años en cargo de Gerente General Restaurantero, administrativo o financiero. • Experiencia indispensable teniendo personal de restaurante a cargo. • Hombre o mujer de 28 a 40 años. • Ser parte de la junta de socios de la empresa. • Capacidad y conocimiento de administrar proyectos tanto públicos y privados. • Conocimientos en contabilidad y finanzas. • Indispensable ser proactivo, honesto, innovador, facilidad de habla y con espíritu de liderazgo. • Capacidad de trabajar bajo presión. • Estudios superiores en carreras de administración de empresas, ingeniería industrial o carreras a fin. • Experiencia mínima un año en manipulación de alimentos y conservación de los mismos. • Buen manejo de las normas de higiene e inocuidad en los procesos de elaboración de alimentos. • Estudios superiores mínimo 2 años en carreras gastronómicas o tecnología. • Conocimientos en cocina nacional e internacional. • Sentidos organolépticos bien desarrollados. 			

Funciones generales

- Tener higiene y seguridad dentro de las instalaciones.
- Tener buen Servicio al cliente.
- Responsabilizarse de sus colaboradores.
- Conocimiento de la marca, el negocio y sus productos.
- Puntual en los plazos de trabajo establecido.
- Conocimientos en emplatados de comida en envases de entrega a domicilio.
- Buen almacenamiento de alimentos.
- Buena higiene y manipulación de los alimentos en las diferentes elaboraciones.
- Ser creativo.

Funciones Especificas

- Supervisión, control y autorización de las actividades propuestas por la administración.
- Reclutar a los empleados aptos para la empresa.
- Crear los horarios de trabajo de todo el personal.
- Encargarse de las finanzas de la empresa.
- Encargarse de la contabilidad de la empresa.
- Aprobar ideas y sugerencias por parte del Community manager.
- Escoger y aprobar a los proveedores.
- Aprobar y supervisar los procesos de la empresa.
- Aprobar y trabajar las propuestas de mejoramiento del Community Manager en cuanto al marketing.
- Aprobar permisos por enfermedad u otras causas anticipadas al personal.
- Aprobar los cambios o adiciones al menú del restaurante.
- Aprobar convenios con prestaciones de servicio a la empresa.
- Elaborar y crear ideas y proyecciones del negocio para promover ventas.
- Supervisar todas las actividades y cumplimiento de funciones de la empresa.

- Representar de forma legal a la asociación empresa.
- Entregar la contabilidad y resultados cada 3 meses a la junta directiva.
- Encargarse de distribuir las tareas a su personal de cocina.
- Supervisar y controlar el almacenamiento de los alimentos.
- Controlar los procesos y la higiene del personal de cocina.
- Controlar el abastecimiento de la oferta gastronómica y crear nuevos productos de ser necesario con ayuda de los cocineros y el Community Manager.
- Presupuestar las recetas y los ingredientes para nuevas ofertas gastronómicas.
- Controlar y crear el emplatado para envases de entrega a domicilio.

(FENACAPTUR, 2007). *Méritos aspectos a considerar, Gerente chef*. Quito.

Tabla 2. Ficha de perfil del puesto y funciones del Community Manager.

Código:	002	Cargo	Community Manager
Reporta a:	Chef Gerente General		
Sueldo:	470		
Perfil del Puesto			
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínimo dos años trabajando como Community Manager para empresas de restaurante como personal fijo o por convenios. • Capacidad comunicativa. • Genero indistinto • Empatía con los clientes y seguidores. • Conocimiento profesional en redes sociales. • Edad de 21 a 35 años. • Creatividad para generar contenidos y marketing digital. • Tener iniciativa. • Trabajo en equipo y bajo presión. • Capacidad analítica. • Control de situaciones. • Conocimiento en marketing y contenido para alimentos. • Estudios superiores de licenciaturas o tecnologías en mercadotecnia o comunicación. • Curso o cursos certificados de Community manager. 			

Funciones generales
<ul style="list-style-type: none"> • Buen Servicio al cliente • Administrar ventas. • Gestionar y controlar relaciones con los clientes. • Buena capacidad de comunicarse. • Conocimiento de la marca, el negocio y sus productos.
Funciones Especificas
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de contenido atractivo y de buena calidad en redes sociales para la empresa. • Coordinar con la gerencia el contenido propuesto y contar con la aprobación de gerencia para la publicación del contenido. • Mantener una buena comunicación con los clientes del negocio. • Crear relaciones duraderas y de fidelización con los seguidores y clientes. • Monitorear cada proceso o actividad que se realice por las plataformas. • Trabajar en equipo al evaluar el marketing creado. • Dar respuestas rápidas al cliente, así como también las confirmaciones del pedido, mediante redes sociales y aplicaciones directas como WhatsApp business. • Hacer seguimiento de los pedidos del cliente. • Conseguir mediante las plataformas de la empresa nuevos clientes. • Crear en línea sorteos, concursos y promociones con coordinación del jefe de cocina y aprobación de gerencia. • Encargado de gestionar la comunidad online de la empresa. • Contestar llamadas. • Posicionamiento y creación de la marca en su inicio. • Mantener su área de trabajo limpia y ordenada.

(De la Sagra, 2018). *Méritos aspectos a considerar, Community Manager*. Quito.

Tabla 3. Ficha de perfil del puesto y funciones del Cocinero.

Código:	004	Cargo	Cocinero
Reporta a:	Jefe de cocina		
Sueldo:	430		
Perfil del Puesto			
<ul style="list-style-type: none"> • Persona de genero indistinto • Edad de 20 a 40 • Experiencia mínima de dos años en cocina y manipulación de alimentos. • Conocimiento en métodos y técnicas culinarias. • Estudios: cursos de cocina nacional e internacional o tecnología mínima de un año o cursando. • Mínimo 1 años como ayudante de cocina. • Ser creativo y visionario. • Capacidad para trabajar bajo presión • Ganas de crecer. 			
Funciones generales			
<ul style="list-style-type: none"> • Puntual en los plazos de trabajo establecido. • Conocimiento de la marca y productos del negocio. • Conocimientos en emplatados de comida en envases de entrega a domicilio. • Buen almacenamiento de alimentos. • Buena higiene y manipulación de los alimentos en las diferentes elaboraciones. • Mantener un buen ambiente de trabajo con los compañeros. • Mantener su área de trabajo limpia y ordenada. • Ser creativo. 			

Funciones Especificas

- Hacer la lista de materia prima para los pedidos a los proveedores
- Capacitar al personal nuevo de cocina.
- Supervisar los productos que van a ser entregados antes del sellado o cierre del empaque.
- Abastecer las preparaciones que se puedan reservar listas para la jornada.
- Preparar los pedidos de forma inmediata y sin demora.
- Seguir y responder mediante el trabajo las instrucciones del chef.
- Trabajar en coordinación con todo el equipo de trabajo.
- Organizará y pedirá ayuda de manera inmediata a los ayudantes o auxiliares de cocina.
- Realizará los aderezos y salsas propias o secretas de la casa.
- Colaborará en la realización de nuevas ofertas gastronómicas junto con el chef gerente.
- Cuidar y colaborar con el control de los almacenamientos de la materia prima.
- Mantener los estándares de calidad en óptimas condiciones establecidos por la empresa.
- Encargarse de recibir los productos de los proveedores, así como también controlar su calidad y aprobación en el inventario.
- Colabora con la limpieza de las instalaciones.

(Ministerio de educacion, 2011). *Méritos aspectos a considerar, Cocinero*. Quito.

Tabla 4. Ficha de perfil del puesto y funciones del Auxiliar de Cocina.

Código:	005	Cargo	Ayudante- Auxiliar de Cocina
Reporta a:	Cocinero y chef.		
Sueldo:	\$212.50 (medio tiempo)		
Perfil del Puesto			
<ul style="list-style-type: none"> • Persona de género indistinto de 20 años a 45 • Experiencia mínima de un año en cocina y manipulación de alimentos. • Ser creativo, honesto, responsable y puntual • Habilidad para manejar herramientas de cocina y maquinaria. • Buena comunicación. • Capacidad para trabajar bajo presión. • Buena condición física y de resistencia. • Estudios: preferible que haya cursado escuelas culinarias, tenga cursos certificados mínimo un año o Tecnología superior en gastronomía o cursando. • Disponibilidad inmediata. 			
Funciones generales			
<ul style="list-style-type: none"> • Puntual en los plazos de trabajo establecido. • Conocimiento de la marca y productos del negocio. • Conocimientos en emplatados de comida en envases de entrega a domicilio. • Buen almacenamiento de alimentos. • Buena higiene y manipulación de los alimentos en las diferentes elaboraciones. • Mantener un buen ambiente de trabajo con los compañeros. • Mantener su área de trabajo limpia y ordenada. • Ser creativo. 			

Funciones Específicas

- Ayudará al cocinero durante las horas pico (tiempo de más pedidos).
- Seguir las instrucciones de los cocineros o las tareas por escrito del jefe de cocina.
- Entregar de manera eficaz las actividades que le asignen sus superiores.
- Lava los productos, frutas y verduras se encarga de secarlas y pelarlas de ser necesario.
- Realizar los cortes, técnicas requeridas por los cocineros.
- Preparar las ensaladas y cocciones básicas de la cocina.
- Ayudar en las óptimas condiciones del almacenamiento.
- Al preparar los alimentos mantener la calidad establecida por la empresa.
- Realizar todas las tareas que le sean asignadas en la jornada.
- Porcionar las preparaciones para reservar o medir los ingredientes para alimentos por preparar.
- Ayuda a mantener limpia la cocina durante su jornada
- Ayuda al emplatado de las preparaciones en los envases de entrega a domicilio.
- Cuidar y colaborar con el control de los almacenamientos de la materia prima.
- Se encarga de la limpieza de el menaje y utensilios de la cocina, así como de su secado.
- Se encarga de botar la basura en el lugar correspondiente al finalizar su jornada.
- Mantener todas las áreas de cocina limpias y en óptimas condiciones.

(Consejería de educación, 2018). *Méritos aspectos a considerar, Auxiliar de Cocina*. Quito.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Crear y efectuar elementos visuales que identifiquen a Hidden Cooks, cómo una de las mejores opciones de servicio de comida a domicilio, seleccionando los canales medios y campañas de marketing que sean más eficaces para la empresa, y utilizando principalmente las redes sociales con publicidad pagada y no pagada, para difundir la información de la empresa, así se logrará sembrar en el cliente amor por la comida tradicional ecuatoriana, y generar nuevas experiencias bajo una nueva modalidad y tendencia en la gastronomía ecuatoriana cómo lo es la cocina oculta.

3.2 Investigación de mercado

Hidden Cooks adoptó en elegir qué la investigación de mercado sería aplicada de, campo, laboratorio y documental, en la que se analiza y estudia la modalidad de las cocinas ocultas en la actualidad, como un servicio innovador en la gastronomía ecuatoriana, teniendo una mayor acogida debido a la pandemia del covid-19.

Es así como consecuentemente se efectuó un estudio de campo, para conseguir información precisa del entorno, en que se tendrá desarrollo las instalaciones de la empresa, encuestando a la población en interés y extrayendo los datos.

Para concluir se llevó a cabo la investigación de laboratorio en donde los platos con mayor acogida en las preferencias de los encuestados fueron sometidos a una comprobación y perfeccionamiento de factores importantes de los platos como: sabores, texturas, aromas, técnicas culinarias, procedimientos y presentaciones.

3.2.1 Modalidad.

Esta extracción de datos e información se obtuvo a través de una modalidad no presencial. Es decir, se creó un formulario de preguntas en una plataforma de encuestas online, exactamente en Google forms y luego en un transcurso de 48 horas, se obtuvo las respuestas del 100% del tamaño de la muestra que fueron 382 (tamaño de muestra) personas que son moradores de la parroquia El Condado.

En esta encuesta estaba compuesta por 10 preguntas entre cerradas, de opción múltiple y mixtas.

3.3 Plan de Muestreo

Esta idea de negocio se desarrolló en época de pandemia por lo que se tomó las respectivas reglas para respetar la seguridad sanitaria de los encuestados. En este caso la modalidad por la cual se llenó la encuesta y formulario fue en línea, tomando las respuestas y opiniones de los habitantes de distintas edades de la Parroquia El Condado, El target que se eligió fue considerado con relación al sector en el que estará ubicada las instalaciones, y en el que se cubrirá los servicios una vez empiece a funcionar el restaurante de cocina oculta. Para que pueda ser más clara la fórmula, se tomaron los datos expuestos en los registros del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC del año 2010, teniendo en consideración que la población hasta el año presente aumento, por esta razón se deja claro que la información de habitantes solo se tomó como referencia para datos más exactos. Además, para poder conseguir un número preciso y exacto de encuestas se aplicó la siguiente fórmula:

Fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada o universo (86094 datos del INEC)

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

$$n = \frac{86094 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (86094 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{86094 * 3.8416 * 0,5 * 0,5}{0.0025 * 86093 + 3.8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{82684,6776}{216,1929}$$

$$n = 382.4578772$$

$$\mathbf{n = 382}$$

3.4 Análisis de las Encuestas.

Pregunta 1. ¿Usted suele consumir comida tradicional ecuatoriana?

Tabla 5. Pregunta 1

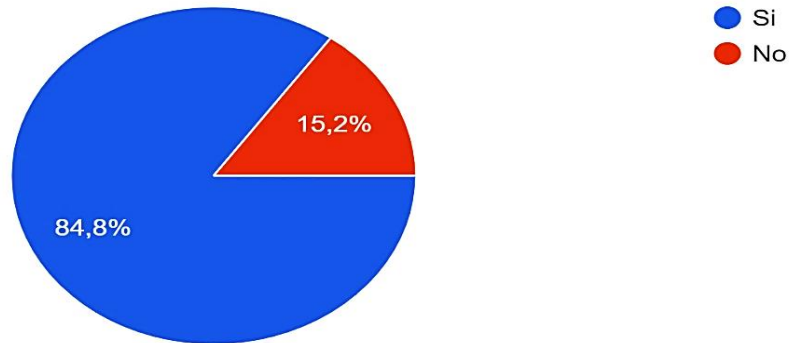
¿Usted suele consumir comida tradicional ecuatoriana?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	324	84,8%
No	58	15,2%
TOTAL	382	100%

Saraguro, R. (2022). *¿Usted suele consumir comida tradicional ecuatoriana?*. Quito.

Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.

¿Usted suele consumir comida tradicional Ecuatoriana?

382 respuestas



Saraguro, R. (2022). *Pregunta 1, gráfico circular*. Quito.

Análisis: En la gráfica de las encuestas realizadas a las 382 personas se pudo analizar que el 84,8% suele consumir comida tradicional ecuatoriana y el 15,2% de la población no la consume. Por lo tanto, estas respuestas representan una buena ventaja para el proyecto, ya que la comida tradicional ecuatoriana tiene una buena acogida en la población interesada, y que en un futuro este interés podría seguir subiendo con ayuda de estrategias aplicadas al proyecto.

Pregunta 2. ¿Con quién o quiénes le gusta o le gustaría compartir este tipo de comida?

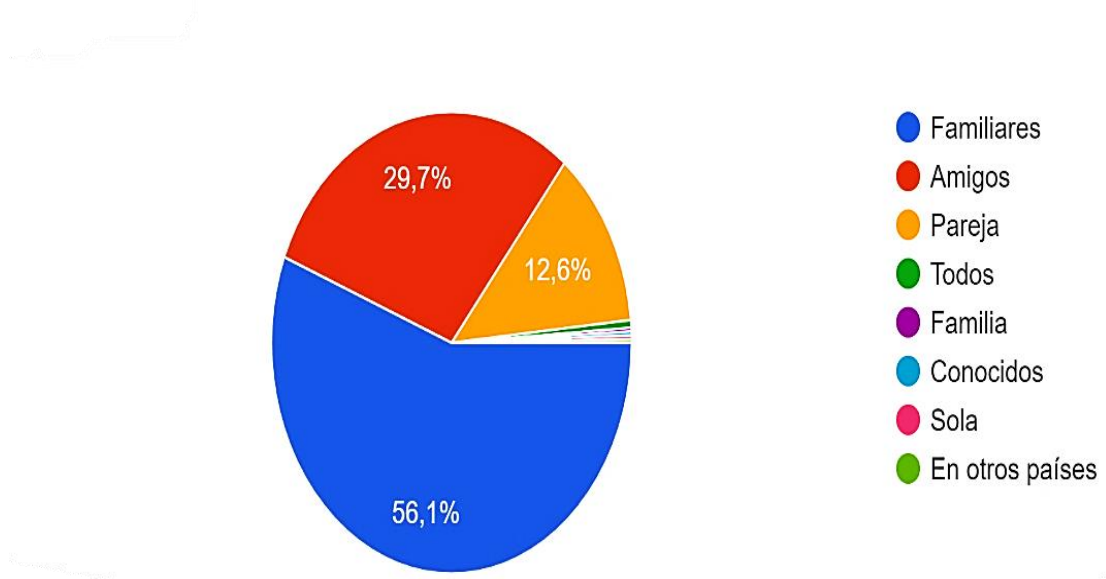
Tabla 6. Pregunta2.

¿Con quién o quiénes le gusta O le gustaría compartir este tipo de comida?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Familiares	213	56,1%
Amigos	113	29,7%
Pareja	48	12,6%
otro	8	1,6%
TOTAL	382	100%

Saraguro, R. (2022). *¿Con quién o quiénes le gusta O le gustaría compartir este tipo de comida?* Quito.

Ilustración 5. Pregunta2, gráfico circular.

¿Con quién o quiénes le gusta O le gustaría compartir este tipo de comida?



Saraguro, R. (2022). *Pregunta 2, gráfico circular.* Quito.

Análisis: En la segunda pregunta se puede deducir que un 56,1% de las personas encuestadas aseguran que les gusta o gustaría compartir la comida tradicional ecuatoriana con sus familiares, por otro lado, un 29,7% prefiere este tipo de comida disfrutarla con amigos, un 12,6% le gusta compartir con su pareja y un 1,6% tiene otras preferencias como compartir la comida ecuatoriana con personas de otros países, con conocidos, en una cita o incluso solos.

Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia consume la comida tradicional ecuatoriana?

Tabla 7. Pregunta3.

¿Con que frecuencia consume la comida tradicional ecuatoriana?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diaria	39	10%
Semanal	94	24,7%
Quincenal	91	23,9%
Mensual	92	24,1%
Rara vez	66	17,3
TOTAL	382	100%

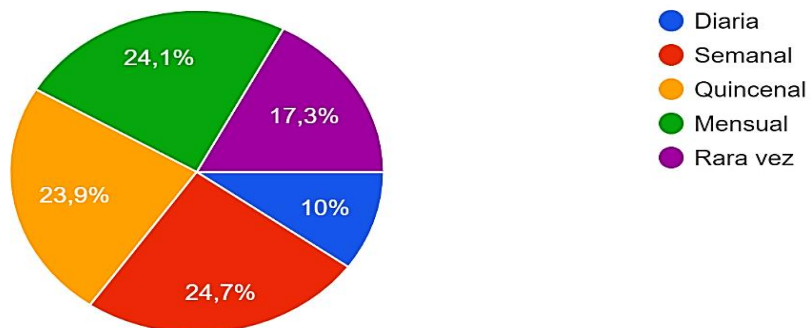
Saraguro, R. (2022). *¿Con que frecuencia consume la comida tradicional ecuatoriana?*

Quito.

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.

¿Con que frecuencia consume la comida tradicional Ecuatoriana?

381 respuestas



Saraguro, R. (2022). *Pregunta 3, gráfico circular.* Quito.

Análisis: Del total de los encuestados se puede visualizar la frecuencia en que están acostumbrados a consumir comida tradicional ecuatoriana y como resultado un 24,7% de la población lo consume o compra semanalmente, un 24,1% mensualmente, un 23,9% quincenalmente, un 17,3 rara vez y un 10% diariamente, lo que favorece al futuro establecimiento ya que se puede ver que tendrá un movimiento favorable.

Pregunta 4. ¿De los siguientes platos ecuatorianos cuál es más de su agrado?

Tabla 8. Pregunta 4.

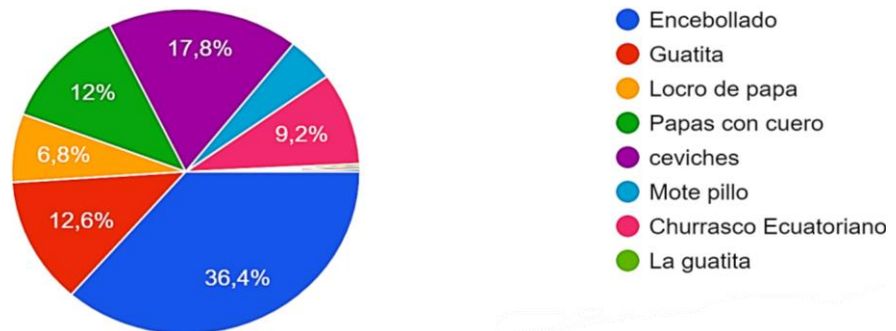
¿De los siguientes platos ecuatorianos cuál es más de su agrado?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Encebollado	139	36%
Guatita	49	12,6%
Locro de papa	26	6,8%
Papas con cuero	46	12%
Ceviches	68	17,8%
Mote pillo	17	4,5%
Churrasco ecuatoriano	35	9,2%
otros	2	1,1%
TOTAL	108	100%

Saraguro, R. (2022). *¿De los siguientes platos ecuatorianos cuál es más de su agrado?* Quito.

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.

¿De los siguientes platos ecuatorianos cuál es más de su agrado?

382 respuestas



Saraguro, R. (2022). *Pregunta41, gráfico circular.* Quito.

Análisis: En la pregunta cuatro se logra ver las preferencias gastronómicas de la población de interés colocando opciones claras y con imágenes en las que pudieron seleccionar su plato ecuatoriano preferido, teniendo los siguientes resultados un 36,4% de la población eligió el encebollado como uno de los favoritos, un 17,8% eligió los ceviches ecuatorianos, un 12,6% la guatita, seguido por un 12% papas con cuero, un 9,2% el churrasco ecuatoriano, un 6,8% en locro de papa, un 4.5% mote pillo y un 1,1% en otras preferencias como el hornado o los bolones de verde.

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia pide servicio de comida a domicilio?

Tabla 9. Pregunta 5.

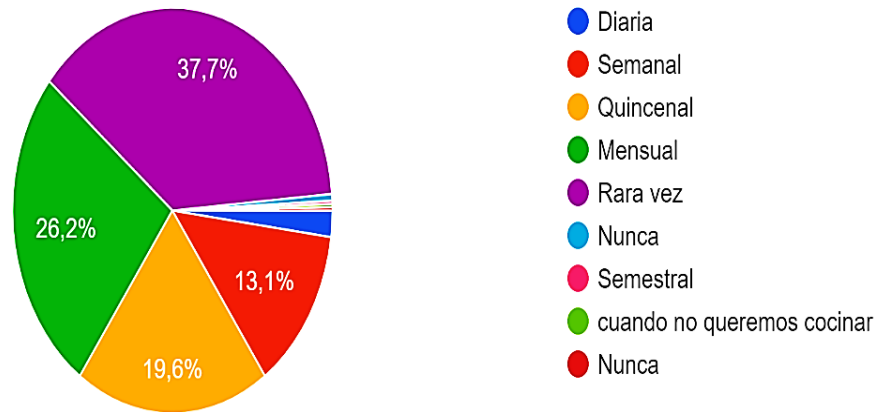
¿Con que frecuencia pide servicio de comida a domicilio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diaria	8	2.1%
Semanal	50	13,1%
Quincenal	75	19,6%
Mensual	100	26,2%
Rara vez	144	37,7%
Nunca	3	0,5%
Otra	2	0.8%
TOTAL	382	100%

Saraguro, R. (2022). *¿Con que frecuencia pide servicio de comida a domicilio desde la pandemia? Quito.*

Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.

¿Con que frecuencia pide servicio de comida a domicilio desde la pandemia?

382 respuestas



Saraguro, R. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. Quito.

Análisis: En la pregunta cinco se logró recoger la información sobre la frecuencia en que los encuestados piden servicio a domicilio, y se logró obtener los siguientes resultados, un 26,2% pide servicio de comida a domicilio mensualmente, un 37,7% de vez en cuando, un 19,6% lo pide quincenalmente, un 13,1% semanalmente, un 2,1% todos los días, un 0,5% no lo pide nunca y mientras que algunos de los encuestados exactamente un 0,8% lo pide en ocasiones especiales como: cuando no tienen tiempo de cocinar o semestralmente por fechas especiales.

Pregunta 6. ¿Sabía que existe una nueva modalidad gastronómica que se especializa específicamente en la comida a domicilio, y que estos servicios son conocidos como "Hidden kitchen" o cocina oculta?

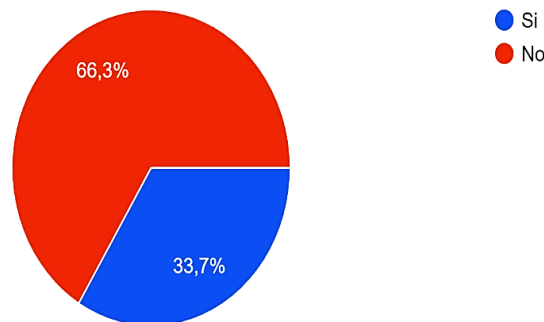
Tabla 10. Pregunta 6.

¿Sabía que existe una nueva modalidad gastronómica que se especializa específicamente en la comida a domicilio, y que estos servicios son conocidos como "Hidden kitchen" o cocina oculta?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	126	33,7%
No	248	66,3%
Sin responder	8	0%
TOTAL	382	100%

Saraguro, R. (2022). *¿Sabías que existe una nueva modalidad Gastronómica que se especializa específicamente en la comida a domicilio y que estos restaurantes son conocidos como "Hidden kitchen" O Cocina oculta?* Quito.

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.

¿Sabías que existe una nueva modalidad Gastronómica que se especializa específicamente en la comida a domicilio y que estos restaurantes son conocidos como "Hidden kitchen" O Cocina oculta?



Saraguro, R. (2022). *Pregunta 6, gráfico circular.* Quito.

Análisis: En esta pregunta de la encuesta se logró saber si la población conocía o no los restaurantes de cocina oculta o “Hidden kitchens” especializados en el servicio a domicilio de comida, de lo cual se notó que un 66,3% de los encuestados conocen esta nueva modalidad gastronómica innovadora y un 33,7% respondió que no.

Pregunta 7. De existir un restaurante "Hidden kitchen" en el sector donde vive, ¿Le interesaría comprar y pedir en este emprendimiento?

Tabla 11. Pregunta 7.

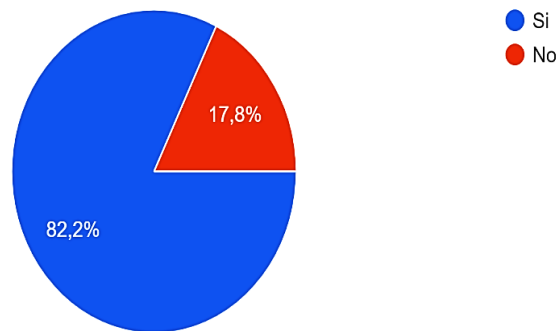
De existir un restaurante "Hidden kitchen" en el sector donde vive, ¿Le interesaría comprar y pedir en este emprendimiento?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	314	82,2%
No	68	17,8%
TOTAL	382	100%

Saraguro, R. (2022). *De existir un restaurante "Hidden kitchen" en el sector donde vives, ¿Te interesaría comprar y pedir en este restaurante?* Quito.

Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.

De existir un restaurante "Hidden kitchen" en el sector donde vives, ¿Te interesaría comprar y pedir en este restaurante?

382 respuestas



Saraguro, R. (2022). *Pregunta 7, gráfico circular.* Quito.

Análisis: La pregunta 7 es de gran interés para saber la aceptación del proyecto en los encuestados y se tuvieron los siguientes resultados; un 82,2% de los encuestados contestaron que estarían dispuestos a pedir y comparar la comida, y el servicio que ofrecerá el futuro proyecto, teniendo gran acogida el emprendimiento “Hidden Cooks” y por otro lado un 17,8% respondiendo que no.

Pregunta 8. Al momento de pedir comida a domicilio. ¿Qué factores influyen en su decisión de compra?

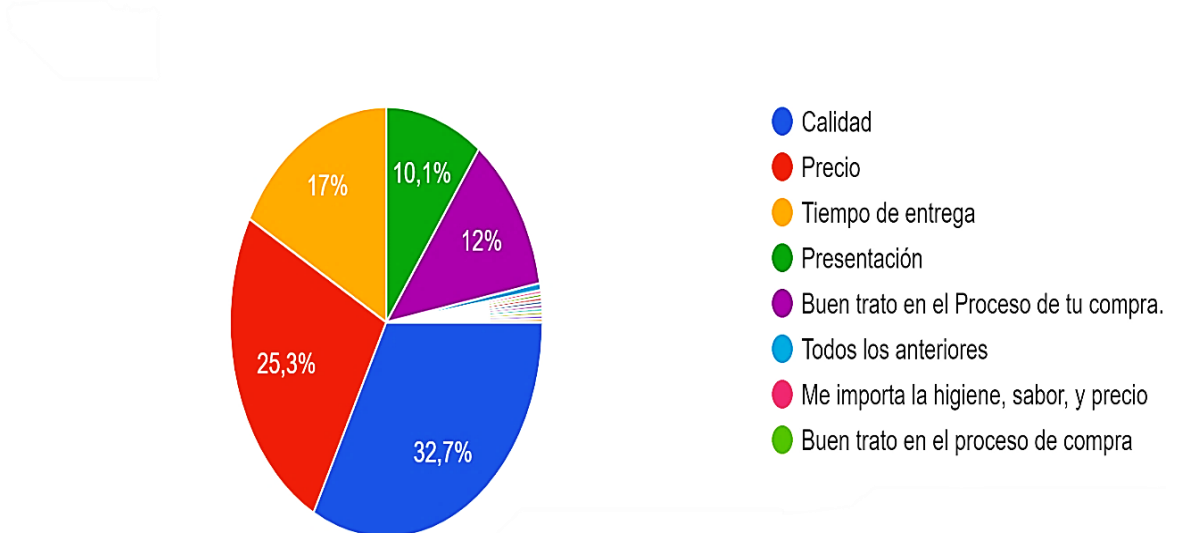
Tabla 12. Pregunta 8.

Al momento de pedir comida a domicilio. ¿Qué factores influyen en su decisión de compra?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Calidad	123	32,7%
Precio	95	25,3%
Tiempo de entrega	64	17%
Presentación	38	10,1
Buen trato en el proceso de la compra.	45	12%
Todas las anteriores	11	1.8%
Otro	6	1.1%
TOTAL	382	100%

Saraguro, R. (2022). *Al momento de pedir comida a domicilio. ¿Qué factores influyen en tu decisión de compra?* Quito.

Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.

Al momento de pedir comida a domicilio. ¿Qué factores influyen en tu decisión de compra?



Saraguro, R. (2022). Pregunta 8, gráfico circular. Quito.

Análisis: Según el total de las respuestas de los encuestados se conoce detalles o factores se fijan los clientes al comprar y pedir a domicilio, y cómo influye en su decisión de compra, al analizar las respuestas se obtuvo los siguientes resultados; en primer lugar con un 32,7% está la calidad del producto, siguiendo de un 25,3% el precio, luego un 17% tiempo de entrega, un 12% buen trato en el proceso de compra, un 10,1% en la presentación, un 1,8% en todas las anteriores opciones y un 1,1% se figan en otros factores como que los empaques sean reciclables o biodegradables, también que tengan buena higiene y sabor de la comida.

Pregunta 9. ¿Por qué medios pide o le gustaría pedir el servicio de comida a domicilio?

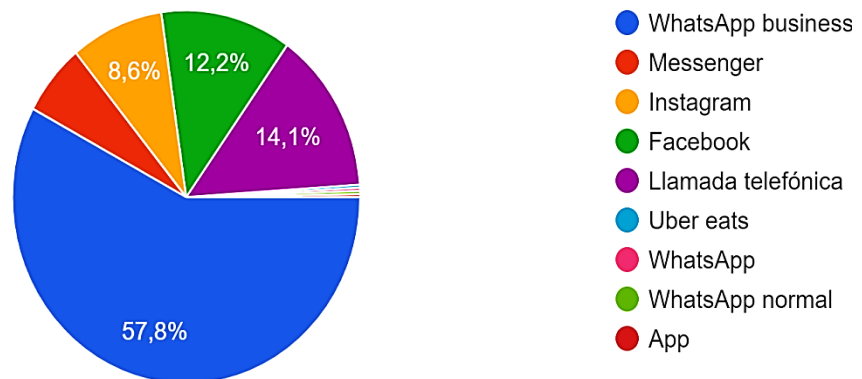
Tabla 13. Pregunta 9.

¿Por qué medios pide o le gustaría pedir el servicio de comida a domicilio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
WhatsApp business	214	57,8%
Messenger	23	6,2%
Instagram	32	8,6%
Facebook	45	12,2%
Llamada telefónica	52	14,1%
Apps de comida a domicilio	8	0,6%
Otro	8	0,6%
TOTAL	382	100%

Saraguro, R. (2022). *¿Por qué medios pide o le gustaría pedir el servicio de comida a domicilio? Quito.*

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.

¿Por qué medios pide o le gustaría pedir el servicio de comida a domicilio?



Saraguro, R. (2022). *Pregunta 9, gráfico circular. Quito.*

Análisis: Esta pregunta se enfoca en recopilar la elección de los encuestados en el momento de elegir el medio por el cual piden o les gustaría pedir el servicio de comida a domicilio desde un establecimiento de cocina oculta, logrando obtener las siguientes observaciones; un 57,8% elige a WhatsApp business, un 14,15 elige la llamada telefónica al número del establecimiento, un 12,2% por respuestas en Facebook, un 8,6% en respuestas de Instagram, un 6,2% por mensajes de Messenger, mientras que pocas personas un 0,6% eligieron pedir por apps de comida a domicilio como Uber eats y otro 0,6% eligieron otros medios como correo electrónico.

Pregunta 10. ¿En qué medios le gustaría que se publicaran, los productos, nuevos productos, promociones y ofertas del restaurante de cocina oculta?

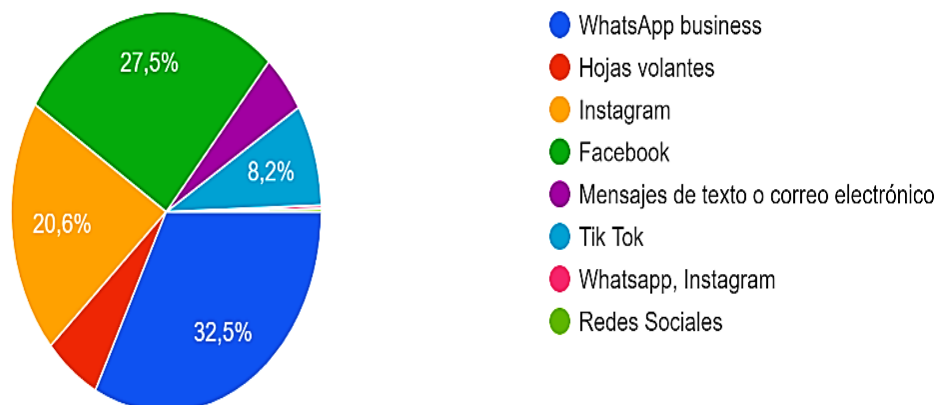
Tabla 14. Pregunta 10.

¿En qué medios le gustaría que se publicaran, los productos, nuevos productos, promociones y ofertas del restaurante de cocina oculta?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
WhatsApp business	123	32,5%
Hojas volantes	22	5,8%
Instagram	78	20,6%
Facebook	104	27,5%
Mensajes de texto o correo electrónico	18	4,8%
Tik Tok	31	8,2%
Todas las redes sociales	6	0,6%
TOTAL	108	100%

Saraguro, R. (2022). *¿En qué medios le gustaría que aparecieran, los productos, nuevos productos, promociones y ofertas del restaurante de cocina oculta?* Quito.

Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.

En que medios le gustaría que aparecieran, los productos, nuevos productos, promociones y ofertas del restaurante de cocina oculta?



Saraguro, R. (2022). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

Análisis: De la población de 382 personas encuestadas se logró recopilar las preferencias, en cuanto a los medios por los cuales se lograrán difundir la información de marketing de la empresa, en la cual se conocerán las promociones, los nuevos productos y las ofertas del establecimiento y se tuvieron estos detalles; un 35,2% eligió que desearía ver esta información por Estados de WhatsApp business, un 27,5% eligió los post de Facebook en la página de la empresa, un 20,6% a los post de Instagram, un 8,2 eligió videos de Tik Tok, un 5,8% eligió las hojas volantes, un 4,8 prefiere verlos por correo electrónico y mensajes de texto, mientras que una pequeña parte de la población un 0,6% prefiere que estén en todas las anteriores redes sociales.

3.4.1 Análisis General.

En esta indagación general, se logra percatar que casi el 90% de las personas encuestadas consume frecuentemente la comida tradicional ecuatoriana y a domicilio,

dentro del sector en interés; esta frecuencia es semanal, quincenal, mensual y en distintos tiempos que da a entender que las ventas de los productos del proyecto tendrán gran acogida.

Por otro lado, Hidden Cooks tendrá que trabajar por medio del marketing en dar a conocer esta nueva modalidad de la gastronomía, ya que gran parte de la población tuvo aceptación al proyecto, pero la misma cantidad no tenía conocimiento de que existía este modelo de negocio gastronómico por ser nuevo en su entorno.

Además; la empresa también tendrá que trabajar por medio de la publicidad, y el marketing, en planificar estrategias para poder crear contenido de interés en las páginas digitales y redes sociales, que las personas de la población usan con más frecuencia y que gracias a los resultados de la encuesta se pudo saber cuáles son.

Mediante el análisis general de las respuestas a las 10 preguntas de la encuesta, se pudo llegar a la conclusión más importante que es, que más del 80% de la población está dispuesta a consumir los productos del futuro proyecto de cocina oculta, lo que beneficia al proyecto por tener una alta aceptación y tras este análisis se puede comprobar que gracias al estudio de campo Hidden Cooks, como restaurante de cocina oculta que ofrecerá comida tradicional ecuatoriana, es potencialmente viable.

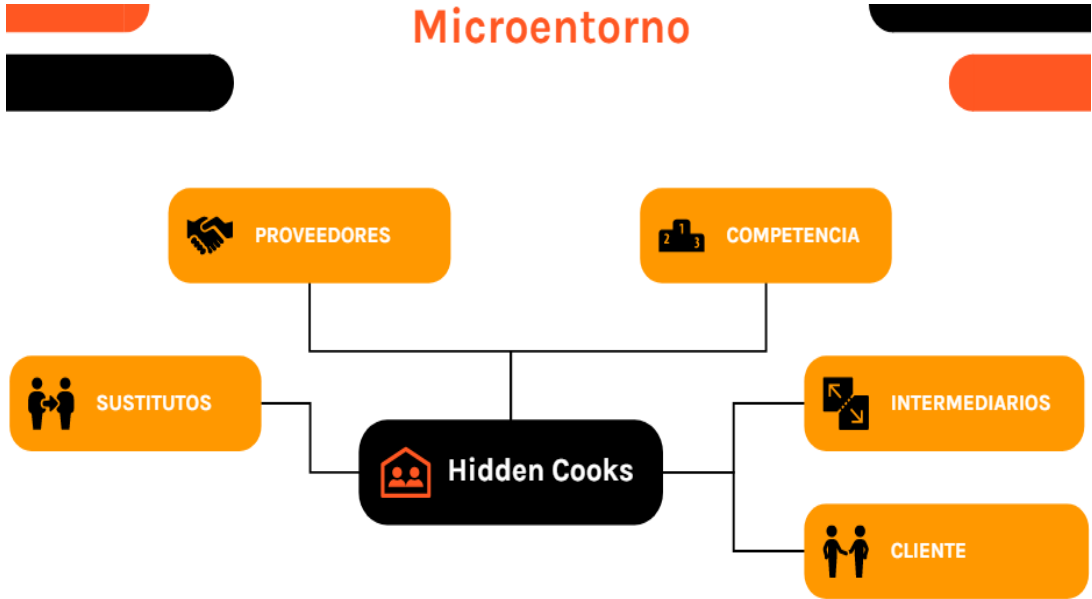
3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

El presente proyecto identifica como microentorno a todas las piezas y factores que están más cerca de la empresa y se puede controlar hasta cierto punto.

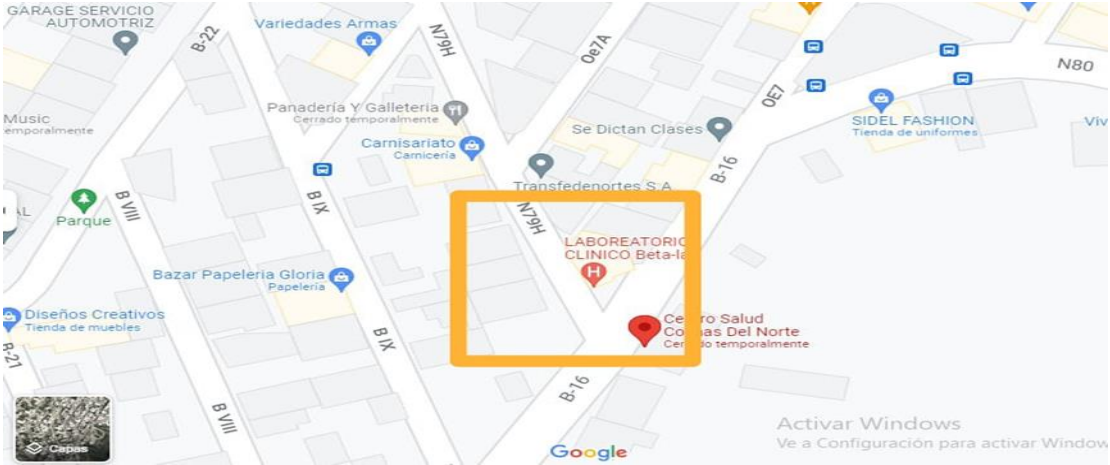
En el siguiente esquema se visualizará los principales factores de microentorno que más se destacan:

Ilustración 14. Esquema microentorno. Hidden cooks.



Saraguro, R. (2022). *Esquema microentorno, Hidden Cooks*. Quito.

Ilustración 15. Ubicación.



(Google Maps, 2022). Ubicación. quito.

- **Competencia directa.**

Para el proyecto, se hizo un análisis de búsqueda de competencia directa dentro del sector de interés, y se llegó a la conclusión de que no existe ningún establecimiento o modelo de negocio, que se parezca al emprendimiento y que se pueda considerar competencia directa.

- **Competencia indirecta.**

Dentro de la localización de interés, en la parroquia El Condado se encontró un establecimiento gastronómico que se pueda considerar como una competencia indirecta.

En las calles Lizardo Ruiz y Marcelino Navarrete se encuentra el restaurante "la Ruta del Sabor", es un establecimiento gastronómico que ofrece comida ecuatoriana. Sin embargo, también vende comida rápida como picaditas y más, sus puertas están abiertas al público y no realizan entregas a domicilio.

- **Sustitutos.**

En el sector de la parroquia El Condado, específicamente en la avenida Mariscal Sucre y Piedras Negras se encuentra un establecimiento llamado los "Agachaditos del Condado", que venden almuerzos y pinchos, tripas mishky y entre otros.

- **Proveedores.**

Tabla 15. Proveedores

Tabla de proveedores						
GRUPO DE ALIMENTOS:	Nombre de la empresa:	Nombre del encargado:	Dirección	Número de teléfono :	Link del catalogo o pagina oficial	Tipo de proveedor Externo
EMBUTIDOS Y LACTEOS:	micro negocio. MUNDO DE QUESOS EL	Lorena Matos	AV. 13 de junio- Norte de Quito San Antonio de Pichincha	(0)983151129	https://m.facebook.com/groups/269717249757961/permalink/4835678029828	confiable (productos)
QUESO:	micro negocio. MUNDO DE QUESOS EL PAISA	Lorena Matos	AV. 13 de junio- Norte de Quito San Antonio de Pichincha	(0)983151129	https://m.facebook.com/groups/269717249757961/permalink/4835678029828	confiable (productos)
HORTALIZAS	MICRO NEGOCIO	Josue Tamayo	Manuel Guizado oe8-21 y Pedro de	(0)99 254 9860	*	especifico (productos)
PAPAS:	LA PROPIA PAPA DEL CARCHI	Yanela Casillas.	Comité del pueblo, Quito, Ecuador.	(0)98 799 0698	https://www.facebook.com/La-propia-papa-del-Carchi	eventual (productos)
CARNE Y PROTEINAS:	"La española" NEGOCIO LOCAL	abraahm Parra	condado alto. Calle principal N76 Quito, Pichincha	(0)999078780	*	confiable (productos)
VERDURAS:	MICRO NEGOCIO	Maria Soila.	condado alto. CALLE 8 Quito, Pichincha	(0)983775002	*	confiable (productos)
ESPECIAS:	MICRO NEGOCIO	Maria Soila.	condado alto. CALLE 8 Quito, Pichincha	(0)983775002		confiable (productos)
HUEVOS:	VIVERES MIKELAY	Abdon Zambrano Tanicuchi	Oe17, Quito 170134	(0)98 929 7040	*	confiable (productos)
ACEITE:	VIVERES MIKELAY	Zambrano Tanicuchi	Oe17. Quito 170134	(0)98 929 7040	*	confiable (productos)
EMPAQUES, FUNDAS Y MAS;	ONDUCAR. CIA. LTDA	Sheyla	Av Diego Vásquez de Cepeda, Quito 170310	(0)961957000	https://l.wl.co/?u=https%3A%2F%2Fwww.onducart.com	eventual
CAJAS DE PIZZA MAQUINARIA, EQUIPOS INDUSTRIALES E	ONDUCAR. CIA. LTDA	Sheyla	Av Diego Vásquez de Cepeda, Quito 170310	(0)961957000	https://l.wl.co/?u=https%3A%2F%2Fwww.onducart.com	especifico
DETERGENTES, DESINFECTANTE ALCOHOL Y LIMPEZA.	RHINOX ECUADOR	Pamela	Calle Oe10 y N86B - pisuli, condado alto	(0)983220707	https://www.instagram.com/rhinox.ec/	eventual
ARTICULOS DE COCINA PRODUCTOS LOCALES A BAJOS PRECIOS	MICRO EMPRENDIMIENTO.	Elizabeth Zambrano	Oe17. Quito 170134	(0)997621462	*	eventual
ARTICULOS DE COCINA PRODUCTOS LOCALES A BAJOS PRECIOS	RHINOX ECUADOR	Pamela	Calle Oe10 y N86B - pisuli, condado alto	(0)983220707	https://www.instagram.com/rhinox.ec/	eventual
ARTICULOS DE COCINA PRODUCTOS LOCALES A BAJOS PRECIOS	MERCADO "LA OFELIA"	COMERCIAN TES	AV. Diego Vasquez de Cepeda.			confiable (productos)
LICORES Y BEBIDAS	BEERCREAM	Marlon elian	Carcelen- francisco sanches y AV. Jaime Roldos Aguilera.	(0)995826270	https://maps.app.goo.gl/CJwmB8ch2uQrsugG6	confiable (productos)

Saraguro, R. (2022). *Proveedores*. Quito.

- **Intermediarios.**

Enfocándose en las nuevas estrategias de marketing de la actualidad, y tomando en cuenta que se entregará a domicilio el producto final, en varias ocasiones se utilizará intermediarios para realizar las entregas.

Estos podrán ser: Uber eats o pedidos ya. Sin embargo, se tomarán en cuenta como principal opción a los motorizados dentro del sector El Condado, los cuales también ofrecen servicio de entrega a domicilio con lo cual aportará un nivel de distribución mayor.

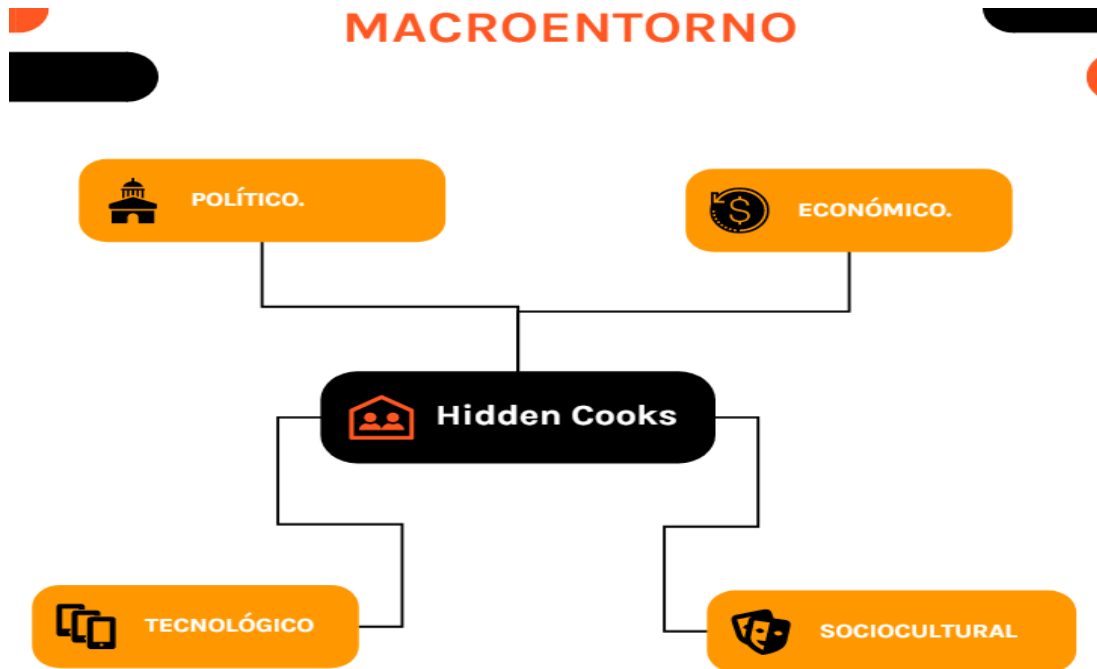
- **Clientes.**

El servicio de comida de Hidden Cooks estará destinado a toda la población accesible comenzando en principio por cubrir toda la parroquia El Condado. Estará disponible para toda persona que desee los productos disponibles en el establecimiento, para cualquier ocasión, ya sean cenas, almuerzos, banquetes o cualquier tipo de evento bajo pedido.

3.5.2 Macroentorno:

El macroentorno será la agrupación o los distintos factores que son externos a Hidden Cooks. Sin embargo, aunque sean externos y estén fuera del control del proyecto, estos factores tienen un efecto e impacto en la empresa.

Ilustración 16. Esquema macroentorno. Hidden Cooks.



Saraguro, R. (2022). *Esquema macroentorno, Hidden Cooks*. Quito.

- **Factor político.**

El proyecto bajo el concepto de cocina oculta "Hidden Cooks" estará sujeto a las normas legales de los reglamentos impuestos hasta el momento actual, en Quito parroquia El Condado que será la localización del proyecto realizar.

Además, se registrará a los controles y reglamentos alimenticios cómo es el ARCSA, qué tiene un gran control haciendo cumplir las normas de BPM en los establecimientos gastronómicos, asegurando la inocuidad de los alimentos y la salud de los consumidores.

En cuanto a las leyes que se establezcan para el personal de trabajo. Se efectuará dependiendo los cambios que se establezcan en cada cambio de gobierno; se adecuará a las leyes de ese momento, para respetar el derecho del trabajador.

- **Factor económico.**

Desde el segundo trimestre del año 2021 en el Ecuador se registró un 8, 47% de crecimiento económico. El cual fue un gran avance al comparar con el 2020, que fue el comienzo de la crisis económica por la pandemia con un -12, 8% menos, lo que representaba una gran caída en la economía ecuatoriana.

En el año presente el 2022. El banco mundial junto con las Naciones Unidas, pronostican que la economía del país crecerá un 3.19% en este año (Coba, 2022).

La gastronomía en el Ecuador ha ido reactivando se al paso que las restricciones por pandemia van desapareciendo. Hasta el momento, algunos emprendimientos alimenticios han ido recuperándose, mientras que varios más se han ido creando gracias a los emprendedores y el aumento de la demanda por el turismo.

- **Factor Sociocultural.**

Este proyecto al ser de comida tradicional ecuatoriana contara con una gran vinculación a las costumbres, cultura y toda la idiosincrasia de la población ecuatoriana.

Estos elementos socioculturales pueden ser, festejos familiares, celebraciones tradicionales, conmemoraciones, ceremonias matrimoniales, banquetes, eventos religiosos y cualquier otro evento especial o tradicional efectuado en la cultura quiteña ecuatoriana, estos serán asegurados por el establecimiento en ser atendidos ajustándose a los deseos y expectativas del cliente.

- **Factor tecnológico.**

La empresa se sujetará en su desempeño tecnológico a las innovaciones disponibles en el mercado actual.

Tales como maquinaria tecnológica desarrollada para disminuir grandes trabajos de producción, el uso de estrategias de marketing digital en canales de distribución online, facturas electrónicas, transferencias por red, rapidez en las órdenes por mayor factibilidad en la comunicación restaurante con cliente y toda la herramienta o estrategia tecnológica que agilice los procesos para producir y entregar un producto de calidad a la puerta del hogar del cliente.

3.6 Producto y servicio

"Hidden Cooks" es un establecimiento gastronómico que bajo el concepto de cocina ocultarse especializada en la elaboración, producción, comercialización y entrega a domicilio de comida tradicional ecuatoriana preparada dentro de las instalaciones bajo la eficacia de un personal capacitado que asegure la calidad, inocuidad, bioseguridad, presentación, sabor y cuidado del pedido de cada cliente.

3.6.1 Producto Esencial.

Cada adquirente o cliente obtendrá una accesibilidad a la comida tradicional ecuatoriana, para poder disfrutarla con sus amigos, familiares, pareja y conocidos en la comodidad de su hogar o en cualquier lugar donde quiera disfrutar su comida, sin necesidad de acercarse a un establecimiento presencialmente o exponiéndose al peligro de un contagio por virus.

3.6.2 Producto real.

Hidden Cooks abrirá un comienzo a una nueva e innovadora modalidad gastronómica en Quito Ecuador, que ofrecerá una mejorada experiencia en la eficacia y cuidado de las entregas de la comida ecuatoriana hasta las puertas de su hogar.

Además, se asegurará que todos los procesos sean controlados para asegurar, sabores, texturas, calidad de ingredientes, que vaya de acuerdo al precio y a la calidad que identifique la esencia de la marca.

3.6.3 Características.

La empresa procurará cerciorarse que se cumplan y preserven todos los procesos correctamente, para afianzar que el producto final cumple con la calidad establecida; esto se realizará siguiendo las normas sanitarias y las reglas de buenas prácticas de manufactura.

También se resguardará y mantendrá una constante innovación y mejoramiento en cuando al proceso de la entrega del producto.

3.6.4 Calidad.

Se tendrá establecida en la empresa un control de la calidad del producto final, esto será indispensable para salvaguardar la confiabilidad de los clientes al consumir alimentos seguros de apetitosos. Para garantizarlos se tomará en cuenta los parámetros más importantes, estos son:

- Parámetros físicos, químicos, técnicos, microbiológicos y nutricionales.
- Mantener buenas propiedades sensoriales como: olor, color, textura y sabor.

- Las propiedades de los alimentos, al colocar tablas nutricionales en las recetas.
- Los procesos de elaboración, la técnica tradicional, el etiquetado de los productos y cumplimiento de BPM.
- Compra de los ingredientes, almacenado y su transporte.

3.6.5 Estilo.

Hacer una cocina virtual, el público en general no tendrá a la vista un local físico. No obstante, a pesar de esto, Hidden Cooks dentro de sus instalaciones no tendrá un estilo monótono, apagado y aburrido.

Ya que al ser una cocina ecuatoriana se distingue por ser divertida amena y sin perder su esencia. Se utilizará colores como el negro y dorado, se colocará pinturas de los platos estrellas de la empresa y de las diferentes culturas del Ecuador; éstas serán hechas por artesanos ecuatorianos los cuales se comprarán en un futuro al tener un local propio.

3.6.6 Marca.

Hidden Cooks lleva consigo un nombre identificador en inglés el cual tiene su definición en español de "cocineros ocultos" queda a interpretar el concepto y la esencia del negocio, como una cocina oculta, con sus colaboradores que para el público son anónimos, pero que cada uno de ellos se hará conocer por su talento, sazón y técnica en la cocina ecuatoriana.

La marca del proyecto da un recibimiento y acogida a las personas enamoradas y admiradoras de la cocina tradicional ecuatoriana.

3.6.7 Producto aumentado.

En la empresa existirán factores diferenciadores de la restauración tradicional, por ejemplo, se pondrá todo el enfoque en la producción y entrega de los pedidos, y no tendrá dificultades y tiempos de espera en el servicio de mesas y confusiones.

Se hará un seguimiento en todo el proceso de producción y entrega de pedido. También se asegurará una mayor rapidez de entrega que en el restaurante tradicional pues la empresa se asegurará de entregar el producto en las mejores condiciones.

Se realizará la comida al cliente al momento; es decir que garantizará que no se prepare con comida guardada, recalentada, preelaborada sino más bien con productos frescos.

3.7 Plan de introducción al mercado.

3.7.1 Distintivos y Uniformes.

Área de Producción.

El chef Gerente usará distinto uniforme al del cocinero y el ayudante. Por otro lado, el ayudante y el cocinero usarán el mismo modelo de uniforme; mismos que tendrán los logos distintivos de la marca. A continuación, se especificará a detalle la vestimenta del personal:

Chef Gerente.

- Chaqueta cocina unisex manga larga con puño vuelto. Líneas doradas, cierre con botones. Bolsillo en pecho con sello de la empresa y de ojal.
- Faldón blanco largo, con líneas doradas verticales.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Pantalón de cocina elástico en cintura, blanco y negro a rayas.
- Toca de chef tipo velcro Garis.
- Pico de loro.
- Medias negras largas.

Ilustración 17. Diseño uniforme Gerente Chef



Saraguro, R. (2022). *Diseño, uniforme Gerente chef*. Quito.

Cocinero y Ayudante de cocina.

- Chaqueta cocina unisex manga larga con puño vuelto. Líneas doradas, cierre con botones. Bolsillo en pecho con sello de la empresa y de ojal.
- Mandil largo con bolsillo compartimentado.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Pantalón de cocina elástico en cintura, blanco y negro a rayas.
- Pico de loro.
- Medias negras largas.
- Gorro de bandas ajustables blanco con líneas doradas.
- Medias negras largas.

Ilustración 18. Diseño, uniforme cocinero y ayudante de cocina



Saraguro, R. (2022). *Diseño, uniforme cocinero y ayudante de cocina*. Quito.

3.7.2 Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 19. Imagotipo Hidden Cooks.



Saraguro, R. (2022). Imagotipo Hidden Cooks. Quito.

Descripción del logo:

El imagotipo es la exhibición simbólica y de imagen del establecimiento gastronómico conformado de una o varias palabras vinculadas a la esencia de la empresa junto con un gráfico de siglas o de imagen.

- El nombre de la empresa representa la idea de negocio de una cocina oculta.
- “Hidden Cooks” significa cocineros ocultos.
- Las letras del logotipo dentro del círculo hacen referencia a las siglas del nombre del negocio.
- El color negro de fondo además de lograr resaltar las figuras y letras en frente de él, también logra representar refinamiento, exquisitas y poder.
- El color dorado ayuda a transmitir al cliente la seguridad que tendrá calidad y un servicio personalizado. Para dar matices a la imagen se degradó el dorado en las diferentes letras.

Tarjetas de presentación.

Anverso de la tarjeta de presentación: se logra ver el imagotipo de la marca.

Ilustración 20. Anverso tarjeta de presentación.



Saraguro, R. (2022). Anverso tarjeta de presentación. Quito.

Reverso de la tarjeta de presentación: En esta parte de la tarjeta se encuentra todos los datos de contacto del establecimiento y sus redes sociales como: Instagram, WhatsApp, correo electrónico y Facebook. También se puede apreciar una imagen como submarca en la que se destaca de que se trata el restaurante.

Ilustración 21. Reverso tarjeta de presentación.



Saraguro, R. (2022). Reverso tarjeta de presentación. Quito.

Sticker.

El Sticker se realizó con el fin de colocar como sello en cada salida de un pedido de cualquier producto que ofrezca el establecimiento, esto se colocará en los empaques y cajas. Este Sticker tendrá los mismos colores, la imagen y el número de contacto que representa a la empresa.

Ilustración 22. Sticker Empresarial.



Saraguro, R. (2022). Sticker Empresarial. Quito.

3.8 Canal de distribución y puntos de ventas.

Hidden Cooks no tendrá establecido un punto de venta físicamente, ya que por estar bajo el concepto de cocina oculta tendrá un servicio tipo catering, es decir las entregas se realizarán únicamente a domicilio o en algún punto de encuentro donde el cliente desee que le entreguen su orden, el proyecto empezará por enfocarse en el servicio de la zona que rodea las instalaciones que estarán ubicadas en la parroquia el condado, barrio colinas del norte. Calles B16 y N79H, cerca al centro de salud de la zona.

Promoción.

- Los canales de distribución y promoción principales serán, redes sociales donde se publicará anuncios pagados y gratuitos, como en Instagram y Facebook.
- También se contará con canales de distribución indirectos que ofrezcan el servicio de la entrega de los productos, como: Uber eats o motorizados de la zona.
- En un futuro cuando la empresa se encuentre en mejor posición económica se podrá optar por pagar publicidad y anuncios a canales de promoción como Uber para restaurantes, pedidos ya o globo.

Contacto.

Para establecer contacto con el cliente así será las siguientes herramientas:

- WhatsApp business.
- Llamadas telefónicas.
- Tarjetas de presentación.
- Messenger.
- Mensajes directos de Instagram.
- Email a correo electrónico de la empresa (facturas y comprobantes).

Negociación.

las negociaciones empezarán con mensajes de cualquier red social o WhatsApp business, pero para el proceso y cierre de negociación a un pedido siempre se guiará al cliente a un contacto directo por WhatsApp business y llamadas telefónicas.

Financiamiento.

Tabla 16. Financiamiento publicidad.

Publicidad Facebook (promocionar la marca)	Dos veces al mes	\$20.00
Publicidad Instagram (promocionar la marca)	Tres veces al mes	\$30.00
Tarjetas de presentación de UV brillo ambos lados.	1000 unidades	\$10.00
TOTAL		\$60,00
TOTAL, ANUAL		\$720,00

Saraguro, R. (2022). *Financiamiento publicidad*. Quito.

3.9 Riesgo y oportunidades del negocio.

- Se puede mencionar que, al no contar con un local físico con servicio de mesa, existe el riesgo de perder clientes interesados en los productos.
- Otro riesgo sería las fallas tecnológicas, hacer una cocina virtual, si existiera una falla en los equipos de comunicación se puede perder clientes hasta solucionar los problemas técnicos.
- Cómo oportunidades se puede apreciar la creciente demanda en las app y plataformas digitales de alimentos y bebidas con entregas a domicilio, este crecimiento comenzó y se impulsó con las restricciones del covid-19 A diferencia de las cocinas tradicionales para una cocina virtual esta es una oportunidad.
- La ubicación de los negocios tradicionales de comida necesita varios estudios y análisis de competencia y otros factores que determinarán su éxito; sin embargo, una cocina oculta no necesita de grandes análisis en

la ubicación, ya que todos los pedidos son en línea, asegurando la salud de los clientes externos e internos al no exponerse al contacto físico, reduciendo riesgos.

- Una de las principales oportunidades evidentes en este negocio, es el ahorro de inmuebles y personal de servicio; además de que la inversión inicial significativamente es menor comparando con lo tradicional. Así que, el ahorro de meseros cajeros anfitriones y más beneficiará en el alcance de un progreso en la economía de la empresa.

3.10 Fijación de Precios

3.10.1 Fijación de precios por receta estándar.

La fijación de precios en las recetas que estarán detalladas más adelante, se realizó mediante dos formatos de documentos; la primera es una receta estándar de producción, en la que se detallará cada ingrediente del plato con su respectiva medida, el procedimiento; además un aporte nutricional total del mismo, y la segunda es la receta estándar de costos, en la cual se presenta el costo unitario de la realización y producción de cada plato. Para fijar en la receta de costos, se tomará factores importantes que determinaran el precio final de cada plato los cuales son:



- Un 10% de imprevistos.
- Gastos de fabricación.
- Factor de costo.
- Mano de obra.
- Gastos administrados.
- Utilidad.
- IVA.

Las recetas de los platos se eligieron mediante el estudio de mercado hecho anteriormente mediante la encuesta, especificados en la pregunta 4, en los que están los 3 primeros lugares de platos elegidos y una bebida representativa del negocio.

Recetas estándar de producción.

Encebollado:



Tabla 17. Encebollado, receta estándar de producción.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN:						
NOMBRE DE LA RECETA		Encebollado					Autor : Ruth Saraguro	
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE		PUNTOS DE CONTROL			
250	gr	Albacora	hojas frescas		limpiar, cocinar			
250	gr	Yuca	fresca		cocinar y semi majar			
10	ml	Aceite de achiote	temperatura ambiente		para refrito			
2	UNIDAD	Tomate	maduros		cocinar			
1	UNIDAD	Platano verde	fresco		pelar y licuar			
2	UNIDAD	Pimiento rojo	fresco		soasar			
1	UNIDAD	Cebolla paiteña	fresco		brunoise y juliana			
10	gr	Ají peruano	en polvo		cocinar			
30	gr	Ajo	fresco		ecrase			
10	gr	Apio	hojas frescas		small dice			
5	gr	Albahaca	hojas frescas		repicado			
8	gr	Perejil	hojas frescas		repicado			
EXTRAS Y DECORACIONES								
20	gr	chifle	empacado		verde frito			
5	gr	mostaza	de refrigeración		extra			
3	gr	hiervitas	frescas		presentación del plato.			
1	unidad	limón	sutil		extra			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		Encebollado						
		1. Se comienza lavando y picando los ingredientes y la albacora.						
		2. Luego en una olla se coloca la yuca proporcionada para que se pueda cocinar hasta que quede suave.						
		3. Se realiza un fondo en otra olla con el tomate, los pimientos rojos morroneados, el apio, el perejil, el culantro, el verde y el ají de encebollado.						
		4. Luego después de unos minutos se colca al pescado albacora en el fondo y se deja cocinar de 20 a 30 minutos hasta que sea manejable.						
		5. Luego procedemos a colocar en una licuadora todas las verduras del fondo con un poco del agua de la olla de la yuca y con un poco de yuca.						
		6. Después de licuarlo lo colocamos en una cernidora o tamizadora y colocamos el líquido en una olla grande, licuamos, lo que resta del verde y es para espesar.						
		7. Colocamos la yuca cocinada y dejamos todo en la olla grande rectificando sabores con sal y pimienta, menos el pescado reservado, por 10 minutos.						
		8. Mientras tanto freímos en fritura profunda el plátano verde en forma de rosca para decoración, también preparamos tostado y hierbitas finamente picadas.						
		9. Colocamos una base de yucas para dar altura, colocamos el pescado, luego colocamos el caldo y alrededor la cebolla encurtida, el chifle y las hierbitas.						
10. Empacamos y sellamos, colocamos empaques de mostaza, limon y chifle.								
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
912	1262,83	48,56	1025,42	76,19	163,1	77,5	1,052	7,9

Saraguro, R. (2022). *Encebollado, receta estándar de producción*. Quito

Ceviche jipijapa:



Tabla 18. Ceviche jipijapa, receta estándar de producción.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN:						
NOMBRE DE LA RECETA		CEVICHE JIPIJAPA					Autor : Ruth Saraguro	
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS		PUNTOS DE			
150	gr	Pescado trompetero	descongelado		desnaturalizar			
2	UNIDA	Cebolla paiteña	fresca		juliana			
10	ml	Aceite	temperatura ambiente		leche de tigre			
2	UNIDA	Tomate	cherry		cocinar			
10	gr	Mani	pasta		leche de tigre			
10	gr	Ajo	fresco		ecrase			
10	gr	Apio	hojas frescas		Chiffonade			
5	gr	culantro	hojas frescas		finamente picado			
20	ml	limón	mayer		exprimir			
20	ml	limón	sutil		exprimir			
20	gr	Aguacate	sutil		cubos			
20	ml	Naranja	nacional ecuatoriana		exprimir			
EXTRAS Y DECORACIONES								
5	gr	chifle	verde frito		extra			
1	unidad	limon	sutil		extra			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		CEVICHE JIPIJAPA						
		1. Cortar el pescado en cubos de 1cm.						
		2. Con los retazos sobrantes del pescado realizando una leche de tigre:						
		3. Cortar en piezas pequeñas, agregar sal, culantro, apio, cebolla y jugo de limón. Mezclar con pasta de maní. Reservar hasta el emplatao.						
		4. Cortar julianas de cebolla paiteña.						
		5. Cortar los tomates cherry por la mitad.						
		6. Cortar cubos de aguacate.						
		7. picar culantro.						
		8. Desnaturalizar los cubos de pescado con sal y jugo de limón.						
		9. Poner los cubos de pescado en el fondo del envase. Bañar estos en la leche						
10. Decorar el plato con la cebolla, el aguacate, el culantro picado y se acompaña este plato con chifles. Empacamos y sellamos								
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
605	406,35	1,06,74	12,516	10,97	24,37	61,5	4026,85	123,88

Saraguro, R. (2022). *Ceviche Jipijapa, receta estándar de producción*. Quito

Guatita:

Tabla 19. Guatita, receta estándar de producción.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN:						
NOMBRE DE LA RECETA		Guatita					Autor : Ruth Saraguro	
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS		PUNTOS DE CONTROL			
300	gr	Guata	o panza		limpiar, cocinar			
100	gr	papa	chola		cortar en cubos y cocinar			
10	gr	Cebolla blanca	picada en brunoise		sofrito			
10	gr	Ajo	fresco		sofrito			
	c/n	comino	en polvo		sofrito			
	c/n	Oregano	seco		sofrito			
8	ml	Aceite de achiote	temperatura ambiente		sofrito			
25	gr	pan de agua	pasado,duro		espesante			
80	gr	Leche	entera		hervirla			
20	gr	mani	en pasta		espesante			
5	gr	Cilantro	hojas frescas		ramillete			
1	UNIDAD	Ají	hojas frescas		ramillete			
5	gr	Perejil	hojas frescas		ramillete			
Guarnición								
200	gr	arroz blanco	tipo costeño		lavado cocinado			
1	UNIDAD	aguacate	fresco, maduro		guarnicion			
1	UNIDAD	huevo	duro		presentación del plato.			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		Guatita						
		1. Después de lavar la guatita, colocamos agua en una olla de presión e incorporamos la guata, la mitad del ajo picado y colocamos sal, esto durante una hora.						
		2. Una vez terminado de coserse se retira y se corta en cuadrados medianos, reservar.						
		3. En un sartén se colca aceite de achiote a llama medias, también se coloca la cebolla, el achiote, el comino y el orégano.						
		4. Después de 2 minutos se coloca la papa picada en cubos (médium dice).						
		5. Una vez sellada ligeramente, se coloca la guatita cortada.						
		6. Se incorpora el agua de cocción y se adiciona el ramillete de hiervas.						
		7. Se deja cocinar hasta que las Papas se ablanden						
		8. En una licuadora se incorpora la leche, el maní y el pan y se licua bien. Agregar la mezcla de la licuadora a la olla y dejar cocinar unos 5 a 8 minutos más.						
		9. Después colocar el arroz en un envase y en el otro colocar la guatita.						
10. Finalmente empacar y sellar.								
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteinas (g)	Carbohid ratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
1088	1855,05	88,038	66,98	82,6	234,86	628,05	605,2	8,51

Saraguro, R. (2022). *Guatita, receta estándar de producción*. Quito.

Smoothie tropical Ec:

Tabla 20. Smoothie tropical Ec, receta estándar de producción.



		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN:							
NOMBRE DE LA RECETA		SMOOTHIE TROPICAL EC						Autor : Ruth Saraguro	
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE			PUNTOS DE CONTROL			
15	gr	Nueces	limpias y secas			pelar			
15	gr	Pistachos	limpias y secas			pelar			
90	ml	Yogurt	Natural			refrigerar			
100	ml	Leche	Descremada			refrigerar			
1	unidad	Kiwi	congelar			licuar			
50	gr	Piña	congelar			licuar			
1	unidad	Plátano seda	congelar			licuar			
1	media unidad	Pera	congelar			licuar			
90	ml	Zumo de naranja	fresco			refrigerar			
6	unidad	Hielo	cubo pequeño			licuar			
30	ml	Miel de abeja	natural			endulzante			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO							
		SMOOTHIE TROPICAL EC							
		1. Primero, se comienza a pelar y quitar las semillas de las frutas							
		2. Luego, colocar las frutas en el congelador 1 hora antes de preparar el smoothie.							
		3. Añadir todos los ingredientes en la licuadora y licuar con hielo							
		4. Colocar en una botella de 700ml, decorar en el pico con 3 moras, empacar y enviar.							
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)	
400	667,5	0	4,45	8,90	155,75	0	222,50	4,50	

Saraguro, R. (2022). *Smoothie tropical Ec, receta estándar de producción*. Quito.

Recetas estándar de costos:

Encebollado:



Tabla 21. Encebollado, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE RECETA	Encebollado		CÓDIGO:	1
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/03/2022		CHEF:	Ruth Saraguro
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Albacora	gr	3,50	250	0,88
Yuca	gr	1,00	200	0,20
Aceite de achiote	ml	0,66	6	0,02
Tomate	UNIDAD	0,15	1	0,15
Platano verde	UNIDAD	0,10	0,5	0,05
Pimiento rojo	UNIDAD	0,05	1	0,05
Cebolla paiteña	UNIDAD	0,12	1	0,12
Ají peruano	gr	3,00	6	0,02
Ajo	gr	3,00	10	0,03
Apio	gr	3,00	10	0,03
Albahaca	gr	3,50	5	0,02
Perejil	gr	3,00	8	0,02
chifle	unidad	0,50	1	0,50
mostaza	gr	0,50	5	0,05
hiervitas	gr	2,00	3	0,06
limón	UNIDAD	0,05	1	0,05
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	2,24
			10 % Imprevisto	0,22
			Costo Neto	2,47
			Gasto de fabr. 15%	0,37
			Factor Costo 33,33%	0,82
			M.O. 45%	1,11
			G. Adm. 12%	0,30
			45% Utilidad	1,11
			Sub total	6,18
			12 % I.V.A.	0,74
			10 % Servicio	
	Total (PVP)	6,92		

Saraguro, R. (2022). *Encebollado, receta estándar de costos*. Quito

Ceviche Jipijapa:

Tabla 22. Ceviche Jipijapa, receta estándar de costos

 Tecnológico Internacional Universitario		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE RECETA		Ceviche Jipijapa		CÓDIGO:	2
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		13/03/2022		CHEF:	Ruth Saraguro
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
Pescado trompetero	gr	4,00	250	1,00	
Cebolla paiteña	UNIDAD	0,12	1	0,12	
Aceite	ml	0,66	10	0,03	
Tomate	UNIDAD	0,15	2	0,30	
Mani	gr	1,00	10	0,04	
Ajo	gr	3,00	10	0,03	
Apio	gr	3,00	10	0,03	
culantro	gr	2,00	5	0,01	
limón mayer	unidad	0,10	1	0,10	
limón sutil	unidad	0,05	1	0,05	
Aguacate	unidad	0,50	0,5	0,25	
Naranja	unidad	0,10	1	0,10	
chifle	unidad	0,50	1	0,50	
canguil	gr.	1,30	15	0,02	
limon sutil	unidad	0,05	1	0,05	
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	2,64	
			10 % Imprevisto	0,26	
			Costo Neto	2,90	
			Gasto de fabr. 15%	0,44	
			Factor Costo 33,33%	0,97	
			M.O. 45%	1,31	
			G. Adm. 12%	0,35	
			45% Utilidad	1,31	
			Sub total	7,26	
			12 % I.V.A.	0,87	
			10 % Servicio		
	Total (PVP)	8,13			

Saraguro, R. (2022). *Ceviche jipijapa, receta estándar de costos*. Quito.

Guatita:




Tabla 23. Guatita, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE RECETA	GUATITA		CÓDIGO:	3
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/03/2022		CHEF:	Ruth Saraguro
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Guata	gr	3,50	150	0,53
papa	gr	1,00	100	0,10
Cebolla blanca	gr	0,90	10	0,01
Ajo	gr	3,00	10	0,03
Aceite de achiote	ml	0,66	7	0,03
pan de agua	gr	1,20	25	0,06
Leche	gr	0,85	60	0,05
mani	gr	1,00	20	0,07
Cilantro	gr	3,00	5	0,03
Ají	unidad	0,05	1	0,05
Perejil	gr	0,70	5	0,01
Tomate riñón	gr.	1,00	15	0,02
arroz blanco	gr	1,25	100	0,25
aguacate	unidad	0,50	0,50	0,25
huevo	unidad	0,15	1	0,15
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	1,63
			10 % Imprevisto	0,16
			Costo Neto	1,79
			Gasto de fabr. 15%	0,27
			Factor Costo 33,33%	0,60
			M.O. 45%	0,81
			G. Adm. 12%	0,22
			45% Utilidad	0,81
			Sub total	4,49
			12 % I.V.A.	0,54
			10 % Servicio	
Total (PVP)	5,03			

Saraguro, R. (2022). *Guatita, receta estándar de costos*. Quito

Smoothie tropical Ec:

Tabla 24. Smoothie tropical Ec, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA BEBIDA:	SMOOTHIE TROPICAL EC		CÓDIGO:	4
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/03/2022		CHEF:	Ruth Saraguro
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
NUECES	gr	0,90	15	0,14
PISTACHOS	gr	0,90	15	0,14
YOGURT NATURAL	ml	2,55	90	0,23
LECHE DESCREMADA	ml	0,90	100	0,09
KIWI	unidad	0,25	1	0,25
PIÑA	gr	0,60	50	0,10
PLÁTANO SEDA	unidad	0,07	1	0,07
PERA	media unidad	0,20	1	0,20
ZUMO DE NARANJA	ml	0,35	90	0,13
HIELO	unidad	0,90	4	0,05
MIEL DE ABEJA	ml	7,20	30	0,22
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	1,60
 			10 % Imprevisto	0,16
			Costo Neto	1,76
			Gasto de fabr. 15%	0,26
			Factor Costo 33,33%	0,59
			M.O. 45%	0,79
			G. Adm. 12%	0,21
			45% Utilidad	0,79
			Sub total	4,41
			12 % I.V.A.	0,53
			10 % Servicio	
Total (PVP)	4,94			

Saraguro, R. (2022). *Smoothie tropical Ec, receta estándar de costos*. Quito

3.11 Capacidad instalada

3.11.1 Implementación del negocio

Arriendo del local.

Tabla 25. Arriendo del local.

Saraguro, R. (2022). Arriendo del local en Colias del Norte. Quito.

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

Equipos industriales.

Tabla 26. Equipos industriales.

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Cocina multiusos (4 quemadores, horno. Plancha y freidora)	1	\$1250.00	\$1250.00
Batidora eléctrica industrial	1	\$450.00	\$450.00
Mesa de trabajo fría con: (gabinete, bodega de refrigeración y congelación.	1	\$1680.00	\$1680.00
Termómetro digital	1	\$4.99	\$4.99
Licuada 44 onzas	1	\$55.00	\$55.00
Tanque de gas 15kg	1	\$40.00	\$40.00
Balanza digital	1	\$30.99	\$30.99
Congelador industrial	1	\$900.00	\$900.00
Mesa caliente para platos	1	\$90.00	\$90.00
Microondas E-chef	1	\$80.99	\$80.99
TOTAL			\$4581,97

Saraguro, R. (2022). Equipos industriales. Quito

Equipos de computación.

Tabla 27. Equipos de computación.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop Dell latitude 5591	1	\$699.00	\$699.00
Impresora Epson Xp-2100	1	\$179.00	\$179.00
TOTAL			\$878.00

Saraguro, R. (2022). Equipos de computación. Quito.

Muebles y enseres.

Tabla 28. Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Set de cucharas y tazas medidoras	1	\$10.00	\$10,00
Set de Bowl acero inoxidable Umco	1	\$18.00	\$18,00
Set de 3 Coladores de malla metálica.	1	\$7.00	\$7,00
Set de Cucharetas y cucharones	1	\$15.00	\$15,00
Juego de cucharas de madera	1	\$4.00	\$4,00
Espátula	1	1.10	\$1,10
Set de 4 ollas grandes tramontina	1	\$96.00	\$96,00
Set de 5 Ollas medianas tramontina	1	\$69.99	\$69,99
Set de 2 sartenes + wok Umco	1	\$34.00	\$34,00
Pelador	1	\$1.75	\$1,75
Mesa de trabajo acero inoxidable	1	\$98.00	\$98,00
Tabla de Picar polipropileno (amarilla blanca)	2	\$3.00	\$6,00
Set de chuchillos profesionales tramontina	1	\$16.00	\$16,00
Estanterías metálicas de(100cmX40cmx80cm)	1	\$65.00	\$65,00
Mesa De Reuniones + 4 Sillas amobladas.	1	\$140.00	\$140,00
Escritorio Mesa Pc Modular Con Librero y Muebles	1	\$45	\$45,00
Uniformes completos (dos por persona)	8	\$30.12	\$240,96
TOTAL			\$867,80

Saraguro, R. (2022). Muebles y enseres. Quito.

Equipos industriales de seguridad.

Tabla 29. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Extintor Recargable Polvo 10 Libras	1	\$20.21	\$20.21
Bomba De Fumigación Y Desinfección De 20lts	1	\$10.00	\$10.00
Detector De Fugas De Gas Glp Propano Alarma 110v Digital	1	\$15.00	\$15.00
Señalética A4 Salida De Emergencia Flecha	1	\$2.49	\$2.49
Señalética A4 Acceso Restringido 20x30	1	\$2.49	\$2.49
Señalética A4 Uso de Extintores	1	\$2.49	\$2.49
Señalética A4 Por Su Seguridad Usted Está Siendo Filmado	1	\$2.49	\$2.49
Señalética Salida A4	1	\$2.00	\$2.00
Señalética Baño	1	\$2.00	\$2.00
Señalética Piso Mojado Seguridad Limpieza	1	\$5.00	\$5.00
Señalética Distanciamiento Social Protocolo De Seguridad	2	\$1.00	\$2.00
Rótulo de Señalética Norma Bioseguridad Uso de Mascarilla.	1	\$1.00	\$1.00
Rótulo de Señalética No Fumar A4	1	\$2.00	\$2.00
Señalética A4 Llave De Emergencia Gas	2	\$2.49	\$4.98
señalización de reciclaje de basura.	1	\$3.00	\$3.00
TOTAL			\$77,15

Saraguro, R. (2022). Equipos industriales de seguridad. Quito.

Suministros de oficina.

Tabla 30. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Papel bond, 1 resma A4, proveedor (Doblé A).	1	\$2.00	\$2.00
Grapadora eléctrica de media tira para escritorio oficina.	1	\$5.14	\$5.14
Grapas Alex 26/6 X 5000	3	\$1.50	\$4.50
Set de Resaltador Flash Pelikan Caja 10 Unidades.	1	\$3.70	\$3.70
Esferos Ecológicos Publicitarios, (rojo, azul, negro)	3	\$1.00	\$3.00
Perforadora de papel negro de dos agujeros, útil, para oficina.	1	\$3.60	\$3.60
Libreta Ecológica Negra Con Bolígrafo	1	\$3.00	\$3.00
Folder Colgante Azul/verde X 25 Unidades	1	\$8.99	\$8.99
Tijeras profesionales de oficina, mango suave de 8-1/4 pulgadas.	1	\$0.40	\$0.40
TOTAL			\$34,33
TOTAL, ANUAL			\$411,96

Saraguro, R. (2022). Suministros de oficina. Quito.

Servicios básicos.

Tabla 31. Servicios básicos.

SERVICIOS BÁSICOS	
Descripción	Pago Mensual
Agua	\$80.00
Luz	\$45.00
Plan Telefónico movistar (1 mes)	\$10.50
Internet NetLife	\$30.86
TOTAL	\$166,36
TOTAL, ANUAL	\$1996,32

Saraguro, R. (2022). Servicios básicos. Quito.

Materiales de limpieza.

Tabla 32. Materiales de limpieza.

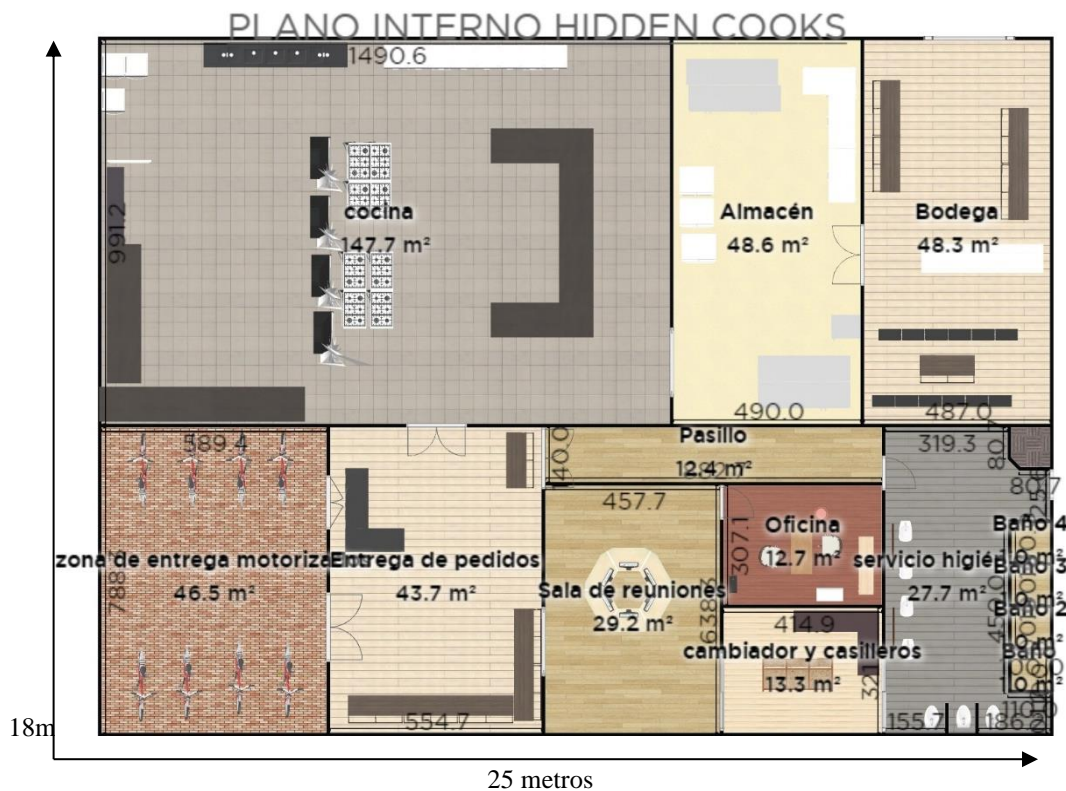
MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. Unitario	V. Total
Agatha Escoba Samanta Plumada Uni	2	\$2.25	\$4,50
Trapeador industrial con cabo	1	\$2.30	\$2,30
Pala Plástica De Basura Con Mango	1	\$1.00	\$1,00
(Axa) m4 desinfectante amonios cuaternarios 1 litro	1	\$3.49	\$3,49
Cloro triple acción 1 lt.	1	\$1.43	\$1,43
Lustre Esponja Rayas Pack X 2 U.	1	\$0.75	\$0,75
Canguro Funda De Basura Industrial 30X36 Pulgadas X 10	1	\$1.20	\$1,20
Axion Lavavajilla Liquido Limón 750 MI	2	\$2.20	\$4,40
Jabón Líquido antibacterial Dr. Clean Galón	1	\$6.00	\$6,00
Papel Industrial De 200 Metros Doble Hoja	2	\$1.97	\$3,94
Papel limpión industrial 300 metros.	1	\$6.00	\$6,00
Alcohol Antiséptico, Antibacterial 1 Gal	1	\$6.25	\$6,25
TOTAL			\$41,26
TOTAL, ANUAL			\$495,12

Saraguro, R. (2022). Materiales de limpieza. Quito.

3.12 Estudio arquitectónico

Hidden Cooks se formará en un local propio, el cual estará estructurado y diseñado internamente de la siguiente forma: Contará con instalaciones de cocina aproximadamente de 10x15m², un área de bodega que tendrá una entrada para proveedores y una conexión con el cuarto de almacenamiento entre los dos tienen una medida aproximadamente de 10x10m², siguiendo a inferior derecho el servicio higiénico con urinarios y ducha con medida de 3x8 m², luego una zona de 3x6m² en las que se divide entre la oficina y el cambiador del personal, también una sala de reuniones de 4x6 que tiene conexión con el área de entrega y la zona de motorizados que entre los dos tienen una medida de 8x5m² aproximadamente. Cabe recalcar que las medidas internas estarán representadas en centímetros.

Ilustración 23. Estructura del establecimiento Hidden Cooks.



Saraguro, R. (2022). *Estructura del establecimiento Hidden Cooks*. Quito.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Las actividades que se realizarán dentro de la empresa juegan un papel muy importante para hacer rentable el proyecto. Sin embargo, el éxito empresarial estará vinculado al cumplimiento normativo, al obtener todos los requisitos legales para que el negocio funcione; además cumplir con todas las reglas ayudará a ahorrar en un futuro inconvenientes en el crecimiento de la empresa. Los documentos y requisitos que se deberán aprobar por las autoridades serán los siguientes:

- **Servicio de Rentas Internas (SRI).**

- ✓ Requisitos para la obtención del RIMPE de forma presencial:
- ✓ Cédula de identidad, pasaporte o carnet de refugiado (Presentación)
- ✓ Certificado de votación actualizado (Presentación)
- ✓ Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de agua, luz, servicios básicos, contrato de arriendo).
- ✓ Calificación artesanal emitida por el organismo competente.
- ✓ Presentarse en las oficinas del SRI.

(Gob.ec, 2022)

- **Inspección del Cuerpo de Bomberos:**

Para agilizar los trámites el distrito metropolitano, mediante los tramites del LUAE, presenta un nuevo tramite declarativo a través del cual, si cumple con todas las disposiciones de prevención de incendios, podrá obtener la autorización del CB-DMQ y continuar con el proceso de licenciamiento.

- ✓ Acceder al trámite en línea a través del siguiente link [Servicios en línea](#)
- ✓ Seleccionar la opción **Solicitud de Servicios de Prevención de Incendios**.

- ✓ Completar la información e ingresar en formato digital todos los requisitos establecidos para atención del trámite.
- ✓ Recibir la respuesta a su trámite mediante correo electrónico.

(Gob.ec, 2022)

- **Permiso de funcionamiento ante el Municipio de Quito:**

- **Requisitos para la Patente municipal (RAET):**

- ✓ Inscripción del RUC o RISE en el Servicio de Rentas internas (SRI).
- ✓ Formulario de inscripción de RAET o Patente Municipal para personas naturales o jurídicas.
- ✓ Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el contribuyente o Apoderado.
- ✓ Numero de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica.
- ✓ Copia de la cédula, de ambos lados.
- ✓ Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
- ✓ Copia de la factura de un servicio básica del domicilio tributario.
- ✓ Copia del carnet de discapacidad (si es que aplica)
- ✓ Copia del carnet de artesano calificado (si es que aplica)
- ✓ En caso que el trámite la realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

(Permisos Quito, 2022)

- **Requisitos para el permiso de rotulación.**

Para la colocación de publicidad o rotulación se debe obtener la LUAE, Licencia Única de Actividades Económicas, que es el permiso que autoriza no solo el funcionamiento del local comercial, sino también la colocación de un rótulo que ocupe hasta el 30% de la fachada (Quito informa.gob, 2022).

Requisitos para a la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE):

Requisitos obligatorios:

- ✓ Solicitud de inspección del edificio descargar y llenar.
- ✓ RUC escaneado en formato PDF
- ✓ Cédula de identidad del representante legal escaneado en formato PDF

Requisitos Especiales:

- ✓ Formulario en el que el usuario declara que cumple las condiciones de seguridad contra incendio en el edificio
(Gob.ec, 2022)

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

Documentos para la obtención de la Licencia Sanitaria emitida por el ARCSA:

- ✓ Descargar, llenar y presentar solicitud.
- ✓ Escritura de constitución de la sociedad o del comerciante individual.
- ✓ Declaración jurada de la licencia sanitaria nueva de establecimiento.
- ✓ Croquis de ubicación.
- ✓ Planos de la distribución de las áreas internas y externas (con fotografías).
- ✓ Cuota de recuperación por los servicios prestados pagado con anticipación según la categorización (micro empresa gratis).
- ✓ Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).

- ✓ Categorización otorgada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

(ARCSA, 2021)

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

Requisitos de registro patronal (sin costo) para ingresar, registrar y generar una clave a un nuevo empleado de la empresa, en el sistema de historial laboral:

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

(IESS, 2022)

- **Ministerio de Trabajo.**

Para obtener el Oficio de aprobación de registro de directivas de organizaciones laborales en la empresa el ministerio de trabajo solicita los siguientes requisitos de forma presencial:

- ✓ **Solicitud de registro de directivas:** Petición dirigida al Señor ministro del Trabajo, firmada por el secretario general de la Organización con el auspicio de un abogado patrocinador (opcional). Para notificaciones se señalará casillero judicial y/o dirección domiciliaria, dirección electrónica (e-mail).
- ✓ **Auto convocatoria:** De conformidad al literal C del artículo 10 del Reglamento de Organizaciones Laborales (No obligatorio)
- ✓ **Acta de Asamblea general de socios:** Presentar un ejemplar del Acta de Asamblea debidamente certificada por el secretario de Actas y Comunicaciones en la que conste la nómina de las personas electas que conforman la nueva directiva compuestas con nombres completos y números de cédula de los mismos.

Requisitos para realizar el trámite en línea:

- ✓ Registrar el número de cédula para completar campos de validación en el formulario.
- ✓ Anexar los requisitos anteriormente mencionados en formato PDF.

(Ministerio De Trabajo, 2022).

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de impacto.

Hidden Cooks mediante el análisis empresarial, realizará estrategias para el avance y los beneficios del impacto social; y para la prevención y regularización ante el impacto ambiental que tiene la empresa al ser un establecimiento de producción alimentaria. Tomando en cuenta todas las actividades y normas que se puedan realizar dentro y fuera de las instalaciones, aplicando la sostenibilidad y la responsabilidad con el planeta.

5.2 Impacto ambiental

Identificando que, el proyecto que se realizará, es la creación de un restaurante de producción y comercialización de alimentos, se diferencian los siguientes posibles impactos ambientales que podría tener la empresa en un futuro:

Identificación de posibles impactos ambientales:

- **Contaminación por desechos de cocina y basura:**

En la industria comercial gastronómica se genera varios residuos sólidos, y de basura en los distintos procesos de elaboración del producto final, por ejemplo: fundas, plástico de etiquetas, papel industrial absorbente, papel film, envases de botellas plásticas o papel aluminio, etc. Además, también se puede desarrollar contaminación por gases al almacenar los residuos orgánicos o mermas junto con el plástico.

- **El desperdicio del agua:**

Esto se trata del uso irresponsable del agua, tanto en actividades que están relacionadas y no con la producción del producto final; como al lavar los utensilios y las herramientas de trabajo, o al lavar las verduras en agua fluida o el desperdicio de agua al jabonarse las manos.

- **Contaminación de agua por limpieza:**

La formación de las aguas residuales se desarrolla justamente al momento de mezclar elementos químicos de alta agresividad ambiental, para la limpieza y desinfección de equipos con el agua y al no evacuarse con fluides y de manera adecuada forman gases que contaminan al ambiente e incluso ponen en riesgo la salud de los colaboradores de la empresa.

- **Cilindros de gas:**

En medio de la utilización de los tanques de gas para la cocción en los restaurantes, se debe tener en cuenta el uso y almacenamiento responsable del gas propano, ya que puede causar daños por ser altamente inflamante y tóxico para el que lo inhale, además de una explosión por fuga de gas, también puede causar síntomas como: mareos, sueño y narcosis.

- **Gasto de energía:**

En algunas ocasiones también se desperdicia la energía que se desarrollan por un mal manejo y planificación de actividades: por ejemplo, un mal control de mantenimiento preventivo en los equipos y maquinaria, una mala colocación de los productos en los frigoríficos que pueden quedar abiertos, alimentos calientes en refrigeración que consume energía o un mal uso de la luz natural.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados:

- **Medidas frente al recurso del agua (contaminación y desperdicio):**

- ✓ Se realizará la limpieza de las instalaciones mediante una planificación establecida, que controle la manera cronología de la limpieza y que contenga todos los procedimientos y cantidades de químicos en cada acción.
- ✓ Se realizará acciones de aseo diferenciando entre que se limpiará y que se desinfectará para reducir consumo de químicos.
- ✓ Control preventivo de fugas de agua en baños y tuberías.
- ✓ No se botará aceites de recipientes o de envases por el desagüe, se almacenará mediante una planificación de manejo de grasas.
- ✓ Lavar los alimentos y verduras en un recipiente con agua y no con agua fluida.
- ✓ Elegir productos de limpieza biodegradables.
- ✓ Fregar con el grifo cerrado.
- ✓ Utilizar línea blanca con baja utilización de agua.
- ✓ No utilizar detergentes que contengan fosfato

- **Medidas frente al impacto de los residuos y basura:**

- ✓ Manejar una buena planificación y gestión en cuanto al manejo y las acciones que realizarán para reducir y reciclar la basura y la merma.
- ✓ Controlar el stock, almacenamiento y manipulación de los alimentos para evitar desperdicios y alimentos dañados o estropeados.
- ✓ tener asegurado el compromiso de cada uno de los integrantes de la empresa en la responsabilidad del reciclaje y la manipulación en los procesos.

- ✓ Colocar basureros con su simbología correspondiente a su color, para que se identifique la clase de basura que se botara en cada basurero (plástico, vidrio, residuos orgánicos y papel).
- ✓ Implementar dispensadores de jabón para evitar la basura plástica de empaques.

- **Medidas frente al uso del gas:**

- ✓ Se establecerá programa de mantenimiento preventivo y correctivo ante las fugas
- ✓ Almacenamiento de tanques en lugares ambientados, lejos del calor o fuego y protegidos del sol.
- ✓ Señalética de la ubicación del gas.
- ✓ Prohibición del uso de cigarrillos cerca del área de almacenamiento.
- ✓ Los extintores deben estar a disposición cerca del área.
- ✓ Se dispondrá de tomas de agua cercanas al área.

- **Medidas frente al uso responsable de energía:**

- ✓ Se establecerá una planificación de mantenimiento y limpieza de la iluminación y equipos que utilicen energía.
- ✓ Se aprovechará al máximo la luz natural en las instalaciones de la empresa y se utilizará colores claros y luminosos para el interior de las instalaciones.
- ✓ Se tendrá control y verificación de que estén bien colocados los productos de almacenamiento en los electrodomésticos energéticos para evitar puestas abiertas.
- ✓ No se pondrá nunca un alimento caliente en un área fría.
- ✓ Se tratará de aprovechar al máximo el calor energético al cocinar alimento y taparlos para acelerar el proceso.

- ✓ Se desconectará los equipos y electrodomésticos que no se estén usando.
- ✓ En caso de no ser necesario no se utilizará el uso de aire acondicionado.
- ✓ Se comprará iluminación de ahorro energético.

5.3 Impacto social.

Colaboración con asociaciones benéficas:

Se buscará entidades de beneficencia, para tomar acción, en oportunidades donde dentro de las instalaciones, se genere excedentes de comida en un buen estado, para que estas asociaciones puedan retirar la comida y puedan darle un buen uso beneficiando a las personas necesitadas.

Apoyo en redes sociales:

Dado que Hidden Cooks tendrá como meta, viralizarse ante el mayor número de personas, se podrá en un futuro darles un buen uso y apoyo social a campañas de interés social como, por ejemplo: dar promociones o descuentos a las personas que presenten su carnet completo de vacunación contra el covid -19 o entre otras campañas que sean beneficiosas para el entorno, dependiendo de los cambios sociales que vengas a futuro.

Oportunidades de trabajo:

Hidden Cooks Junto al éxito de la rentabilidad del negocio podrá ofrecer nuevas plazas de trabajo en distintas áreas de las instalaciones. Además, dependiendo de la disponibilidad de cada persona se podrá dar oportunidad a personas con capacidades especiales.

Apoyo a los pequeños productores y microempresas:

Se buscará proveedores dentro de la zona de ubicación del negocio. Esos proveedores deberán ser pequeños productores y micronegocios que dispongan de un precio justo a la empresa y así se podrá desarrollar un apoyo mutuo y equitativo.

Igualdad de trato:

La empresa se comprometerá a difundir información e integrar valores de igualdad de trato a todos los colaboradores sin excepción, para poder prevenir y eliminar cualquier trato discriminatorio ya sea por nivel de puesto, nacionalidad, religión, sexo o raza y entre otros aspectos. Así el ambiente laboral podrá mantenerse fresco y con respeto a todo el equipo de trabajo.

6.PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el análisis del proceso financiero se estudiará la viabilidad y rentabilidad del proyecto Hidden Cooks desde un criterio económico y financiero.

Siendo este capítulo del documento el que informe los detalles, aspectos, elementos y factores que especificarán los movimientos financieros desde el comienzo de la empresa con mayor facilidad. Además, determinará estrategias que se deberá poner en marcha y la toma de decisiones, para que la empresa cumpla sus objetivos

6.2 Inversiones

La inversión es el desarrollo y proceso de acumular un capital con los suficientes recursos para poder conseguir en un futuro beneficios para el bien del establecimiento.

6.3 Activos Fijos

En los activos fijos del proyecto se encontrarán la suma de los equipos industriales en maquinaria y en seguridad, las herramientas tecnológicas de computación; y los muebles y enseres que se utilizarán en la funcionalidad dentro de las instalaciones.

Tabla 33. Activos fijos.

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Industriales.	4,659.12
Equipos de Computación	878.00
Muebles / Enseres	867,80
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	6,404.92

Saraguro, R. (2022). *Activos fijos*. Quito.

6.4 Activos Diferidos

Los activos diferidos se refieren a los recursos y bienes que la empresa pagará anticipadamente para la funcionalidad legal de la empresa, por ejemplo: estos pueden ser permisos de funcionalidad otorgados por el ARCSA patentes municipales dentro del distrito metropolitano de Quito.

Tabla 34. Activos Diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	300
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	300

Saraguro, R. (2022). *Activos Diferidos*. Quito.

6.5 Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de recursos que deberá tener la empresa en el período de un año, para poder desarrollar productividad, y poder operar con normalidad todas las actividades en las instalaciones.

De forma detallada en este análisis de capital de trabajo durante un año, la empresa tendrá disponibilidad de pagar la cantidad total de sueldos de \$23,651.65. En cuanto a servicios básicos como agua, luz, plan telefónico en internet pagará \$1996,32. En material de oficina y limpieza \$907,08. En alquiler de local \$ 3600,00 Publicidad \$720,00, en Adquisición de materia prima \$ 1200 y en gastos financieros por préstamo una cantidad de \$2.240,00.

Obteniendo un resultado de total de capital de trabajo una cantidad de: \$34,315.05

Tabla 35. Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	23,561.65
Servicios Básicos	1,996.32
Material oficina	411,96
Material limpieza	495,12
Servicio auto	0,00
Alquiler local	3,600,0
Publicidad	720,00
Adquisición de materia prima	1,200
Gastos financieros	2.240,00
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	34,315.05

Saraguro, R. (2022). *Capital de trabajo*. Quito.

Tabla 36.Total, de Inversión.

TOTAL, DE INVERSION	
Total, Activos Fijos	6,604,92
Total, Activos Diferidos	300,0
Total, Capital de Trabajo	34,315.05
TOTAL, INVERSION	41,019.97

Saraguro, R. (2022). *Total, de Inversión*. Quito.

En el último cuadro se notará la inversión total sumando los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo, dando como resultado la cantidad de \$ 41,019.97.

6.6 Sueldos

En la presente tabla se detallará la remuneración que recibirá cada persona colaboradora de la empresa, es decir; un salario por el servicio y trabajo prestado la empresa y además las aportaciones y beneficios pertenecientes por la ley.

Tabla 37. Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente Chef General	550	6600	623.70	735.90	6712.20
Community Manager	470	5640	532.98	628.86	5735.88
Cocinero	430	5160	487.62	575.34	5247,72
Ayudante de cocina (m. tiempo)	212.50	2550	240.98	284.33	2593.35
TOTAL	1,662.5	19,950	1,885.28	2,224.43	20,289.15

Saraguro, R. (2022). *Sueldos*. Quito.

Tabla 38. Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL, DECIMOS
Gerente Chef General	550	425	550	975
Community Manager	450	425	470	895
Cocinero	430	425	430	855
Ayudante de cocina	212.5	425	212.50	637.5
TOTAL	1,450	1700	1,450	3,362.50

Saraguro, R. (2022). *Sueldos*. Quito.

Tabla 39. Sueldos.

TOTAL, SUELDOS	TOTAL, DECIMOS	TOTAL, ANUAL
20,289.15	3,362.50	23,651.65

Saraguro, R. (2022). *Sueldos*. Quito.

La cantidad a pagar por el tiempo de trabajo más beneficios por ley es de \$23,651.65 anuales.

6.7 Depreciación de activos fijos.

Esta depreciación se refiere al desgaste de los bienes detallados en la tabla por el paso del tiempo, y los cuales perderán su valor a causa de su deterioro.

Esta cantidad de depreciación se determinarán por los porcentajes máximos autorizados por la ley del (LISR) ley de impuesto sobre renta, para activos fijos de tipo bien (PYME, 2021).

De los bienes que dispone la empresa según el artículo 34 de esta ley estarán con:

10% equipos industriales y de seguridad.

33.33% equipos de cómputo.

10% en muebles y enseres.

Dando como total de depreciación \$ 845.33

Tabla 40. Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos IND. + Maquinaria IND.	4659.12	10%	465,912
Edificio	0	5%	0
Vehículos	0	20%	0
Equipos de Computación	878.00	33,33%	292.6374
Muebles y Enseres	867.800	10%	86.78
TOTAL, DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			845.33

Saraguro, R. (2022). *Depreciación de activos fijos*. Quito.

6.8 Amortizaciones

En este punto las amortizaciones de la tabla hacen referencia a la retribución o reintegración de un capital, en este caso la recuperación del monto de gastos de constitución, distribuido en pagos de determinado tiempo, del 20% por cada pago que equivale a la cantidad de \$60.

Tabla 41. Amortizaciones.

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACION			
Gastos de Constitución	300	20%	60

Saraguro, R. (2022). Amortizaciones. Quito.

6.9 Estructura Capital

En este caso la empresa conviene por una estructura de capital de una mezcla estable entre endeudamiento y capital propio para financiar la compañía.

Y se optará por qué el capital requerido por los inversionistas o socios sean mayor que la deuda, para prevenir y evitar problemas a futuro por posible falta de liquidez. Además, a futuro el retorno de beneficios a los socios será mayor que el retorno al banco por deuda.

Tabla 42. Estructura capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	25,019.97	61%	13%	7,9%	
Capital Financiero	16,000	39%	14%	5,5%	
TOTAL, INVERSION	41019,97	100%		13,4%	TMAR

Saraguro, R. (2022). Estructura Capital. Quito.

6.10 Tabla de Amortización.

En la tabla se encontrará de forma detallada el monto del préstamo con el porcentaje de interés, el plazo establecido a pagar el préstamo; y los detalles del período y montos que se pagará hasta que la deuda llegué a \$0, 00.

Tabla 43. Tabla de Amortización.

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	16000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	16000
1	4660,54	2.240,00	2.420,54	13.579,46
2	4660,54	1.901,12	2.759,41	10.820,05
3	4660,54	1.514,81	3.145,73	7.674,32
4	3130,18	1.074,41	3.586,13	4.088,19
5	4660,54	572,35	4.088,19	0,00

Saraguro, R. (2022). *Tabla de Amortización*. Quito.

6.11 Punto de equilibrio

En el punto de equilibrio se detallará el cálculo para establecer que los ingresos puedan cubrir los gastos fijos y variables de Hidden Cooks, además qué cantidad de menús se tendrá que vender mensualmente para alcanzar el punto de equilibrio, es decir llegar a la meta de ni ganar, ni perder. De allí, se duplicará la cantidad para, así lograr más rentabilidad en el negocio.

Tabla 44. Punto de equilibrio.

COSTOS FIJOS	
Arriendo	300
Sueldos	1970.97
Ser. Básicos	166,36
T. COSTOS FIJOS	2,437.33

Saraguro, R. (2022). *Punto de equilibrio.*

Tabla 45. Margen de contribución.

Precio menú	22.34		
Costo menú	8.11		
Ganancia	14,23	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	

Saraguro, R. (2022). *Margen de contribución.*

Tabla 46. Punto de equilibrio

VENTA	171	22.34	3826.42
COSTO	171	8.11	1389.09
GASTO			2437.33
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Saraguro, R. (2022). *Punto de equilibrio.*

Tabla 47. Ventas proyectadas.

VENTAS PROYECTADAS			
340	7595.6	91147.20	ventas
340	2757.4	33088.80	costo

Saraguro, R. (2022). *Ventas proyectadas.*

6.12 Costo de Ventas

El costo de ventas ayudará a establecer la salud financiera y económica del proyecto calculándolo por periodos, en este caso en un periodo de 5 años. Detalla los cálculos de entradas y salidas del capital y dinero que sale y entra a la empresa, en esta tabla están todos los gastos, ventas, servicios básicos, gastos financieros, entre otros; qué dan a conocer el margen de ganancias del primer año de apertura. En este caso la utilidad neta del primer año será de \$.15324,24.

Tabla 48. Costo de Ventas.

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		91147.20	93890.73	96716.84	99628.02	102626.82
COSTO DE VENTAS		33088.80	34084.77	35110.72	36167.56	37256.20
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		58058.40	59805.96	61606.12	63460.46	65370.62
GASTOS ADMINISTRATIVOS		23651.65	24363.56	25096.91	25852.32	26630.62
SERVICIOS BASICOS		1996,32	2056,41	2118,31	2182.07	2247,75
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		907,08	934,38	962,51	991,48	1021,32
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		3600,00	3708,36	3819,98	3934,96	4053,41
PUBLICIDAD		720,00	741,67	764,00	786,99	810,68
DEPRECIACIONES		845.33	845.33	845.33	845.33	845.33
AMORTIZACIONES		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
UTILIDAD OPERATIVA		26278.02	27096.24	27939.09	28807.30	29701.65
GASTOS FINANCIEROS		2240,00	1901,12	1514,81	1074,41	572.35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		24038.02	25195.11	26425,28	27732.90	29129.31
BASE IMPOSITIVA		8713.78	9133.23	9578.80	10053.18	10559.37
UTILIDAD NETA		15324.24	16061,89	16845.48	17679.72	18569.93

Saraguro R. (2022). Costo de Ventas.

Se estipula que en 5 años de ventas y con el crecimiento del país del 1%, el primero año tendría una utilidad neta de \$15324.24 y en cinco años tendría una utilidad neta de \$18569.93, cumpliendo con los beneficios para la sociedad.

6.13 Flujo de Caja

El flujo de caja revela la capacidad que tiene el establecimiento para pagar las deudas y su habilidad para generar ingresos. Así se podrá determinar en qué condiciones se encuentra la empresa para declararla como solvente.

Es decir, para que tenga un flujo neto de caja de forma positiva se desarrollará una tabla que muestre aumento de activos cada año.

Tabla 49. Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		26278.02	27096.24	27939.09	28807.30	29701.65
DEPRECIACION		845.33	845.33	845.33	845.33	845.33
AMORTIZACION		60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
- BASE IMPOSITIVA		8713.78	9133.23	9578.80	10053,18	10559.37
- GASTOS FINANCIEROS		2240.00	1901.12	1514,81	1074,41	572,35
- PAGO CAPITAL		2,420.54	2759.41	3,145,73	3,586,13	4,088.19
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-41020	13,809.03	14,207.80	14,605.08	14,998.92	15,387.07

Saraguro, R. (2022). Flujo de caja.

En este caso se puede notar que el primer año tiene un flujo de caja de \$13809.03 y para 5 años incrementará a una cantidad de \$15, 387.07

6.14 Cálculo del TIR y el VAN

El cálculo del TIR y el van ayudará a determinar finalmente de forma financiera, si es o no rentable el proyecto. Al finalizar se comparará el TIR con el TMAR y en caso de que el TIR sea mayor al TMAR tendrá rentabilidad la empresa y caso contrario no llegara a ser sostenible.

6.14.1 VAN (Valor Actual Neto)

El van determinará que el proyecto es rentable al tener un valor mayor a cero, indicará que se podrá recuperar la inversión en el plazo establecido y se podrá analizar las ganancias de la inversión.

6.14.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

El TIR establece la rentabilidad de la inversión. En este caso la tabla de talla el porcentaje de beneficios que obtendrá la inversión y se logrará determinar su viabilidad.

Además, también en la tabla se podrá determinar el TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento) determinar a la rentabilidad mínima que deberá tener la inversión para poder iniciar el proyecto. Principalmente tendrá que ser mayor al 0% y después irá a un análisis comparativo con el TIR de la siguiente manera:

Si el TIR supera es mayor al TMAR el proyecto se aprueba como rentable, caso contrario es muy probable que tras el análisis se rechace.

En este caso la tabla muestra que el proyecto es rentable al demostrar un TIR superior al TMAR con un porcentaje de 22,39% y un TMAR más bajo al TIR de 13.39%

Tabla 50. TIR/VAN.

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	9,496.30
TIR	22.39%
TMAR	13,39%
VAN mayor a 0 es bueno	FACTIBILIDAD
TIR mayor a TD es buen	FACTIBILIDAD

Saraguro, R. (2022). *VAN/ TIR*.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después del desarrollo del proyecto, en el capítulo 7 se presentarán conclusiones sacadas del proyecto de modelo de negocio y recomendaciones para poder dar continuidad a futuros modelos de negocio basado en el tipo de concepto que se desarrolló.

7.1 Conclusiones:

Gracias al estudio y análisis en fuentes fidedignas del modelo de negocio en concepto a la cocina oculta, se logró desarrollar y plantear la propuesta final para creación de la empresa Hidden Cooks.

En esta propuesta se logró abordar los principales aspectos para la creación de la empresa como: organización empresarial, el FODA empresarial, el estudio del mercado, los platos estrellas, las ideas de marketing mediante encuestas, los uniformes de la empresa, los valores empresariales, el logo empresarial y un estudio de financiamiento.

Se pudo identificar que a pesar de que la ubicación de las instalaciones de una cocina oculta no determina su éxito, se llegó a la conclusión de que independientemente de este aspecto, está obligada a ser una empresa con instalaciones adecuadas para dar un funcionamiento como cocina industrial comercial, además se logró crear un plano arquitectónico que respalde esta teoría.

Gracias a las encuestas realizadas de forma digital se pudo recaudar las preferencias de la población en interés, y así se guardará la información para utilizarla de forma estratégica en ideas futuras.

También se llegó a la conclusión de la importancia en el estudio y las estrategias de marketing digital puesto que, serán una principal para viralizar el modelo de negocio, haciendo uso de las redes sociales, plataformas digitales de comida y sobre todo cumpliendo con las expectativas de calidad en los clientes.

Finalmente, en el estudio de financiamiento económico se pudo establecer la salud financiera que tendrá la empresa, así como también comprobar que esta nueva modalidad en la gastronomía ecuatoriana tiene una promesa de rentabilidad y viabilidad. Además, tuvo resultados muy gratificantes al concluir que la empresa lograra ser rentable una vez empiece su creación de forma física.

7.2 Recomendaciones

Se recomienda a los futuros proyectos de creación de modelo de negocios, que se propongan a extender la investigación acerca de las cocinas ocultas, ya que durante este año presente este tipo de negocios tienen diferentes propuestas, para empezar a desarrollar nuevos restaurantes digitales o el arrendamiento de instalaciones, para restaurantes que no logran abastecer sus entregas por una alta demanda.

Además, se puede mejorar la investigación o el modelo de negocio, utilizando como ejemplo este proyecto como fuente de investigación para futuros emprendimientos.

También se invita a incorporar encuestas de campo presenciales en un futuro, ya que el momento que se realizó las encuestas de este proyecto, todavía a nivel mundial existía efectos dejados a consecuencia del covid 19 que no permitió realizar sondeos presenciales con total libertad.

Se recomienda a futuros proyectos realizar costos con precios reales y precisos, ya que ayudará de gran manera a desarrollar un estudio de financiamiento real, que determine de manera exacta si el proyecto es o no rentable y viable.

Finalmente se recomienda implementar más sistemas o estrategias que ayuden a cuidar el medio ambiente y económicamente, moralmente también ayuden a la sociedad del entorno del proyecto, para poder disminuir el impacto ambiental y social perjudicial.

7.3 Referencias bibliográficas:

- ARCSA. (02 de Abril de 2021). *ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE COMIDAS LISTAS Y EMPACADAS*. Obtenido de AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA: <https://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Cocinas Ocultas. (2021). *Que son las cocinas ocultas y como funcionan*. Obtenido de Cocinas Ocultas: <https://inventtogroup.com/blogs/inventto-group/cocinas-ocultas>
- De la Sagra, N. (Octubre de 2018). *Community Manager, descripcion del puesto, perfil y requisitos*. Obtenido de Proyecto Kieu: <http://www.proyektokieu.org/wp-content/uploads/2018/10/PerfilProfesionalCommunityManager.pdf>
- FENACAPTUR. (2007). Administrador de restaurante requisitos de competencia laboral. *Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo*, 2.
- Gob.ec. (9 de Febrero de 2022). *Gobierno del encuentro*. Obtenido de RÉGIMEN SIMPLIFICADO PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES (RIMPE): <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/rimpe>
- Google Maps. (4 de Febrero de 2022). *Google Maps*. Obtenido de ubicacion: <https://www.google.com/maps/place/Centro+Salud+Colinas+Del+Norte/@-0.0952965,-78.5084061,19z/data=!4m5!3m4!1s0x91d585b98c7a8151:0xd3e84cceaeb60d9a!8m2!3d-0.0957165!4d-78.5077405?hl=es>
- IESS. (2022). *Registro de Nuevo Empleador*. Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social: <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- Melo, N. C. (2020). COCINAS OCULTAS “FOOD EXPRESS”. *Repository*, 10.

Mercado Libre . (2021). *www.mercadolibre.com*. Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-503078121-papel-higienico-institucional-bouquet-rollo-de-x-250m-doble-_JM#position=6&search_layout=stack&type=item&tracking_id=aa192eb7-1590-4f96-9e92-17295625b226

Ministerio De Trabajo. (2022). *Registro de directivas de organizaciones laborales*. Obtenido de Ministerio de Trabajo (MT): <https://www.gob.ec/mt/tramites/registro-directivas-organizaciones-laborales>

Permisos Quito. (30 de Enero de 2022). *Permisos Quito*. Obtenido de permisos de funcionamiento. Restaurantes. ventas de comidas. Quito: <https://permisosquito.com/permisos-funcionamiento-restaurantes-ventas-de-comidas-quito/>

PYME. (2021). *La importancia de la depreciación de los activos fijos*. Obtenido de Equipo de Bind para Contadores: <https://www.expertopyme.com/depreciacion-activos-fijos/>

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

RUC. (S/F). *www.ruc.com*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/RUC#:~:text=Gu%C3%ADas-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20y%20para%20qu%C3%A9%20sirve%3F,u%20ocasional%20en%20el%20Ecuador.>

SRI. (S/F). *www.sir.com*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/que-es-el-sri>

ANEXOS

Anexo 1.

Evidencias de la encuesta realizada de manera virtual (Google Forms):



Preguntas Respuestas **382** Configuración

Encuesta Futuro establecimiento de Cocina Oculta "Hidden Cooks"

¡Bienvenido a este estudio de Preguntas y gracias por aceptar participar!

La actividad no debería tardar más de 3 a 5 minutos en completarse.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

Activar Wir
Ve a Configura

Anexo 2

Evidencias de la encuesta realizada de manera virtual (Google Forms):



Resumen Pregunta Individual

Usuarios que han respondido

Correo electrónico
ruthsaragurog@gmail.com
fernandan.mosquera@gmail.com
lilipilarmonta@gmail.com
david05zoid@gmail.com
maria.bombon02@gmail.com
agespana2001@gmail.com
mrsjoelrodriguez@yahoo.com
geovoalex@hotmail.com

Act

Anexo 3

Evidencias de la encuesta realizada de manera virtual (Google Forms):

¿Usted suele consumir comida tradicional Ecuatoriana?

[Mostrar opciones](#) ▾

Sí

324 respuestas

No

58 respuestas

Equipos, servicios muebles y enceres:

Anexo 4

The image shows a promotional banner for Netlife's Paramount+ service. At the top left is the Netlife logo with the tagline 'CONECTA TU VIDA'. To the right are navigation links: INICIO, PLANES, PROMOCIONES, and SERVICIOS DIGITALES. The main banner features a large orange background with a white plus sign and the text '100Mbps + Paramount+'. Below this, it states 'Precio Promocional \$31.86*' and '+ impuestos de ley'. A call to action button says '¡Contrátalo ahora!'. The banner also includes three movie posters: 'DEXTER', 'ACAPULCO SHORE', and 'HALO'.

Anexo 5



Anexo 6



Juego De Ollas Umco De Acero

U\$S 49⁹⁹

Anexo 7



Juego De Sartenes

U\$S 29⁹⁹

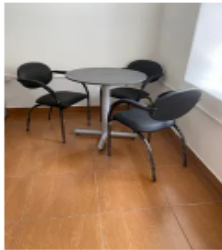
Anexo 8



Escritorio O Mesa Para Pc, Laptop, Moderno.

U\$S 40

Anexo 9



Mesas De Reunión -sillas Muebles De Oficina

U\$S 90

Anexo 10

A screenshot of an e-commerce product listing for 'Estrella magico FIBRA DE AGUARDAS'. The product is a broom with a pink and white label. The listing includes a heart icon, a zoomed-in view of the broom head, and a zoomed-in view of the label. The price is \$2.30, with a note 'Desde 4 Unidades \$2.19'. A red button says 'Añadir al carrito'.

Anexo 11



Anexo 12



Anexo 13



Anexo 14



FRIGORÍFICO INDUSTRIAL
\$900 · Disponibles
Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

Detalles

METALBRASS GN [hidden information] VENTA DIRECTAS DE FÁBRICA

FABRICAMOS TODO TIPO DE EQUIPOS EN ACERO INOXIDABLE DE LA MEJOR CALIDAD C ACABADOS DE PRIMERA Y ÓPTIMA CALIDAD..

LÍNEA CALIENTE : COCINAS INDUSTRIAL FREIDORAS, PARRILLAS PARA TODO TIPO DE ASADOS, HORNOS DE PAN, PIZZA, POLLO, TORTAS Y MAS .
LÍNEA FRÍA : CONGELADORES,

Anexo 15



Dell Latitude 5591 - Ordenador portátil (pantalla LCD de 15,6", 1920 x 1080, Intel Core i7-8850H Hexa-Core, 2,6 GHz, 16 GB de RAM, 512 GB de SSI

Visita la tienda de Dell

★★★★☆ 2 calificaciones | 3 preguntas respondidas

Series	Dell Latitude
Marca	Dell
Tamaño de pantalla	15.6 Pulgadas
Sistema operativo	Windows 10
Entrada de interfaz humana	Desconocido
Fabricante de CPU	Intel

Ver más

Sobre este artículo

Anexo 16

Distribuidor autorizado |



Plan 10 GB

40% Dto.+ 20GB gratis (1mes)

- 200 minutos todo destino nacional + ilimitados a Movistar.
- Youtube y Netflix 4 GB
- WhatsApp Libre
- 5 GB para Facebook e Instagram
- Plan básico **Movistar Play** de TV en vivo
- Familia y Amigos Movistar
- 100 SMS a todo destino

Ahora por sólo
\$9.60