



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'HOS', is located in the top right corner of the page.

CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida americana con productos ecuatorianos en el sector del Atahualpa al sur de Quito”

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

AUTOR:

Andy Xavier Troya Padilla

TUTOR:

Msc. Byron Báez

D.M. Quito, Marzo 2021

DEDICATORIA

El presente plan de negocios, fruto de mi gran esfuerzo, constancia y sacrificio lo dedico con mucho cariño a mis padres y hermana por haber estado siempre a mi lado durante todo este tiempo, por brindarme su amor, cariño y paciencia.

A Dios por haberme brindando su cuidado, por guiarme con responsabilidad y bendecirme cada uno de estos días.

A mi tutor quien me brindo sus conocimientos y dedicó su tiempo a la realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a mis padres y hermana por su apoyo incondicional por estar conmigo en las buenas y malas, por estar a mi lado y sentirse orgullosos de mis logros. Gracias ya que todo lo que soy ahora es por ustedes y para ustedes.

A mis licenciados gracias por haberme tenido paciencia en clases, compartiendo sus conocimientos y experiencias laborales, porque gracias a ellos he adquirido grandes conocimientos que me ayudaron en mi vida personal, gracias porque he podido utilizar en la realización de este mi plan de negocios todo lo que he aprendido en estos años.

AUTORIA

Yo, Andy Xavier Troya Padilla, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Andy Xavier Troya Padilla

D.M. Quito, marzo del 2021

Msc. Byron Báez

Director de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Msc. Byron Báez

D.M. Quito, marzo del 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El **Msc. Byron Báez** y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y la Sr, Andy Xavier Troya Padilla por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. Andy Xavier Troya Padilla realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida americana con productos ecuatorianos en el sector del Atahualpa al sur de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del Msc. Byron Báez

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. Byron Báez en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Andy Xavier Troya Padilla, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Estudio de factibilidad y para la creación de un restaurante de comida rápida americana con productos ecuatorianos en el sector del Atahualpa al sur de Quito.”**, 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.

Ms. Byron Báez

Xavier Troya

D.M. Quito, marzo del 2021

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
1 CAPÍTULO 1.....	15
1.1 RESUMEN EJECUTIVO.....	15
1.1.1 Naturaleza del proyecto.....	15
1.2 MARKETING.....	15
1.3 ADMINISTRACIÓN, PRODUCCIÓN O SERVICIO.....	16
1.4 CONTABILIDAD Y FINANZAS	16
2 CAPÍTULO 2.....	17
2.1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	17
2.1.1 Creación de la empresa	17
2.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	17
2.2.1 Importancia.....	17
2.2.2 Características.	17
2.2.3 Actividad.....	18
2.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	18
2.4 NECESIDADES QUE SATISFACER	19
2.5 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	21
2.6 FILOSOFÍA EMPRESARIAL	22
2.6.1 Misión.	22
2.6.2 Visión.	22
2.6.3 Objetivos.	22
2.6.4 Meta.....	23
2.6.5 Estrategias	23
2.6.6 Políticas	23
2.6.7 Foda.....	24
2.7 DESARROLLO ORGANIZACIONAL.....	26
2.7.1 Tipo de estructura.....	26
2.7.2 Formalización.....	27
2.7.3 Centralización – Descentralización.....	27

2.7.4	Integración.....	27
2.8	ORGANIGRAMA EMPRESARIAL	28
2.9	FUNCIONES DEL PERSONAL.....	28
3	CAPÍTULO 3	30
3.1	PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS Y MARKETING.....	30
3.1.1	Objetivo de mercadotecnia.....	30
3.1.2	Investigación de mercado.....	30
3.1.3	Demanda.....	30
3.2	PLAN DE MUESTREO	31
3.3	ANÁLISIS DE ENCUESTAS	34
3.3.1	Conclusiones e interpretaciones	43
3.4	OFERTA.....	44
3.5	ENTORNO EMPRESARIAL.....	45
3.5.1	Microentorno.....	45
3.5.2	Macroentorno	48
3.6	ESPECIFICACION DE PRODUCTO	50
3.6.1	Producto	55
3.6.2	Características	56
3.6.3	Calidad	56
3.6.4	Estilo	57
3.7	PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	57
3.7.1	Distintivos y uniformes.....	57
3.7.2	Materiales de identificación	59
3.8	PROMOCION DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	61
3.8.1	Promociones.....	61
3.8.2	Publicidad.....	61
3.9	DISTRIBUCIÓN Y PUNTO DE VENTA.....	62
3.10	FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIO.....	63
3.11	RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO	63
3.12	OBJETIVO DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	64
3.13	CAPACIDAD INSTALADA	64
3.14	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y OFICINA	67
4	CAPÍTULO 4	69
4.1	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	69
4.1.1	Marco legal de la empresa.....	69
4.2	REQUISITOS PARA OBTENER LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	69

4.2.1	RUC (Registro Único de Contribución).....	69
4.2.2	Patente municipal	70
4.2.3	LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas).....	70
4.2.4	P.A.F (Permisos Anuales de Funcionamiento)	71
4.2.5	ARCOSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria)	71
4.2.6	Registro de alimentos y bebidas en el ministerio de turismo	72
4.2.7	Registro turístico	72
4.3	ASPECTOS LABORALES	73
4.4	ASPECTOS TRIBUTARIOS	75
4.4.1	Impuesto a la renta	75
4.4.2	Impuesto al valor agregado	76
5	CAPÍTULO 5	78
5.1	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	78
5.2	IMPACTO AMBIENTAL.....	78
5.3	IMPACTO SOCIAL.....	79
6	CAPÍTULO 6	80
6.1	PROCESO FINANCIERO	80
6.1.1	Objetivo de la inversión	80
6.1.2	Elementos de la inversión	80
6.1.3	Activos fijos	80
6.1.4	Activos diferidos	81
6.1.5	Capital de trabajo	81
6.1.6	Depreciación de activos fijos	86
6.1.7	Amortizaciones.....	86
6.1.8	Estructura capital.....	87
6.1.9	Tabla de amortización	87
6.1.10	Punto de equilibrio	88
6.1.11	Costo de ventas.....	90
6.1.12	Flujo de caja	91
6.1.13	Cálculo del TIR y el VAN.....	91
7	CAPÍTULO 7	93
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
7.1	Conclusiones.....	93
7.2	Recomendaciones	94
8	REFERENCIAS	98

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Necesidades que Satisfacer	19
Ilustración 2: Sector Atahualpa	21
Ilustración 3: Organigrama Empresarial Troya Food.....	28
Ilustración 4: Esquema Microentorno Troya Food	45
Ilustración 5 Esquema Macro entorno Troya Food.....	48
Ilustración 6: Receta Estándar Hamburguesa de Chancho.....	51
Ilustración 7: Receta de Producción Hamburguesa de Chancho.....	52
Ilustración 8: Receta Estándar Hamburguesa de Pollo	53
Ilustración 9: Receta de Producción Hamburguesa de Pollo	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Encuesta Troya Food	34
Gráfico 2: Encuesta Troya Food	35
Gráfico 3: Encuesta Troya Food	36
Gráfico 4: Encuesta Troya Food	37
Gráfico 5: Encuesta Troya Food	38
Gráfico 6: Encuesta Troya Food	39
Gráfico 7: Encuesta Troya Food	40
Gráfico 8: Encuesta Troya Food	41
Gráfico 9: Encuesta Troya Food	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Puesto gerente chef	28
Tabla 2: Puesto ayudante de cocina	29
Tabla 3: Puesto de cajero	29
Tabla 4: ¿Conoce el sector del Atahualpa?	34
Tabla 5: ¿Le gusta a usted consumir comida rápida?.....	35
Tabla 6: ¿Qué clase de comida rápida le gusta consumir?.....	36
Tabla 7: ¿Tiene un restaurante de preferencia?.....	37
Tabla 8: ¿Qué clase de alimentos se sirve en su restaurante de preferencia?.....	38
Tabla 9: ¿Le gustaría probar hamburguesa o comida rápida con productos ecuatorianos?	39
Tabla 10: ¿Estaría de acuerdo en la combinación comida rápida con productos ecuatorianos? .	40
Tabla 11: ¿Cuáles serían los canales que le gustaría recibir promociones y publicidad de los productos que comercializamos?	41
Tabla 12: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumir comida rápida con productos ecuatorianos?.....	42
Tabla 13: Competencia directa Troya Food.....	44
Tabla 14: Competencia indirecta Troya Food.....	46
Tabla 15: Sustitutos.....	47
Tabla 16: Proveedores.....	47
Tabla 17: Costos de Publicidad.....	62
Tabla 18: Equipos de computación	64
Tabla 19: Industriales y de seguridad.....	65
Tabla 20: Muebles y Enseres	65
Tabla 21: Equipos Industriales de Seguridad.....	66
Tabla 22: Servicios Básicos	66
Tabla 23: Material de Limpieza	66
Tabla 24: Arriendo de Local	67
Tabla 25: Tabla Impuesto a la Renta.....	76
Tabla 26: Activos Fijos	81
Tabla 27: Activos Diferidos	81
Tabla 28: Sueldos	82
Tabla 29: Decimos	82
Tabla 30: Servicios Básicos	83
Tabla 31: Materiales de Oficina.....	83
Tabla 32: Material de Limpieza	84
Tabla 33: Arriendo de Local	84
Tabla 34: Publicidad	85
Tabla 35: Capital de Trabajo.....	85
Tabla 36: Depreciación de activos fijos	86
Tabla 37: Amortizaciones	86
Tabla 38: Estructura de capital.....	87
Tabla 39: Tabla de amortización.....	88
Tabla 40: Punto de Equilibrio. Costos Fijos.....	88
Tabla 41: Margen de Contribución. Recetas estándar.....	89
Tabla 42: Punto de Equilibrio	89
Tabla 43: Ventas proyectadas	89

Tabla 44: Flujo de ventas	90
Tabla 45: Flujo de caja.....	91
Tabla 46: Calculo del TIR y el VAN	92

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1: formula de la Muestra	31
Imagen 2: Diseño uniforme chef administrador.....	57
Imagen 3: diseño uniforme ayudante de cocina	58
Imagen 4: Diseño uniforme mesero y cajero.....	58
Imagen 5: Imagotipo	59
Imagen 6: Logotipo	59
Imagen 7: Slogan.....	60
Imagen 8: Isotipo.....	60
Imagen 9: Planos de Restaurante Troya Food.....	68

CAPÍTULO 1

1.1 RESUMEN EJECUTIVO

1.1.1 Naturaleza del proyecto

TROYA FOOD plantea ser una microempresa la misma que se dedicará al servicio de comida rápida tipo americana, el plato principal son las hamburguesas las mismas que podrán ser combinadas con diferentes tipos de proteína entre algunas opciones estarán chanco, pollo, cordero, carne de res y pescado, combinados a su vez con distintos ingredientes y tratando de mantener opciones ecuatorianas.

Nuestra microempresa se ubicará en el sector del Atahualpa al sur de Quito ya que en ese sector la circulación de personas es muy dinámica y el movimiento comercial es importante con buena cantidad de locales de bienes y servicios.

Con la creación de TROYA FOOD pretendemos fusionar el estilo americano con el estilo ecuatoriano, por un lado, comida rápida, pero con proteínas ecuatorianas, así mismo pretende ser un lugar acogedor, cómodo e ideal para toda la familia.

1.2 MARKETING

Se realizará una investigación de mercado tomando en cuenta estrategias para conocer la oferta y la demanda del sector del Atahualpa donde será ubicado Troya Food para determinar la factibilidad que el plan de negocio que se lo pueda ejecutar.

También muy importante se ha tomado en cuenta nuestra competencia directa e indirecta para así tener en cuenta a qué tipo de clientes estará dirigido nuestro producto, y así tener oportunidades para el crecimiento de Troya Food tomando en cuenta las amenazas y debilidades.

Para que Troya Food sea aceptado y pueda posicionarse en la mente de nuestros clientes se ha fijado la creación de publicidad, promociones, haciendo énfasis en el buen trato que recibirán los clientes al momento de ingresar a nuestro local.

Por otra parte, también se creará un buen ambiente de trabajo interno entre todos los trabajadores y que ese buen ambiente se refleje en una buena atención y cordialidad para con el cliente.

1.3 ADMINISTRACIÓN, PRODUCCIÓN O SERVICIO

Lo que Troya Food ofrecerá en comida rápida americana combinando productos ecuatorianos, fijando políticas de precio pensando en la situación económica del país, lo cual sea del agrado de los futuros consumidores.

El establecimiento funcionará con los empleados necesarios los cuales serán divididos en diferentes áreas como: cocina, servicio y caja divididas adecuadamente para que no exista saturación e incomodidad para nuestros clientes y empleados y así que nuestros clientes se sientan satisfechos con el establecimiento, el producto y el buen trato que recibirá de parte de Troya Food.

1.4 CONTABILIDAD Y FINANZAS

Para que el establecimiento esté en completo funcionamiento se ha fijado una inversión total, la cual incluye equipos, utensilios, bienes muebles e inmuebles y gastos varios, esto nos ayuda a tener en cuenta lo que se necesita para que el proyecto se lleve a cabo, con la venta de los alimentos y bebidas se podrá realizar un cálculo estimado de Ingresos, costos y gastos, para que el proyecto sea sustentable en el mediano y largo plazo.

CAPÍTULO 2

2.1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1.1 Creación de la empresa

Troya Food será una empresa de comida rápida americana que surge de la pasión por la cocina y que mejor manera de demostrarlo que brindando un servicio de calidad, con el uso correcto de técnicas y métodos de cocina, utilizando productos y alimentos ecuatorianos. Además, la microempresa busca servir platos de alta calidad con una presentación impecable.

2.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2.2.1 Importancia.

Tras el transcurso del tiempo la comida americana ya no existe solo en Estados Unidos, si no que ha ido recorriendo por todo el mundo. Troya Food a comparación de muchos restaurantes de comida rápida, va a presentar sus platillos con distintas variedades y alternativas de alimentos, satisfaciendo los gustos de los clientes, dando así un toque distinto al restaurante.

2.2.2 Características.

Responsabilidad social: Troya Food como restaurante de comida rápida americana, generará un ambiente idóneo para sus trabajadores que les permita sentirse motivados y desarrollen sus capacidades laborales.

Troya food utilizará productos y materia prima de calidad para que nuestros clientes se sientan satisfechos con sus paladares.

Además, implementará una política de utilización de productos, accesorios e implementos biodegradables que reducirán el impacto medioambiental del restaurante.

Innovación: Troya Food realizará un estudio para fomentar nuevos métodos, técnicas de cocción, procedimientos e ingredientes que se utiliza en la comida americana e ir adaptando a la gastronomía ecuatoriana, generando un ambiente diferenciado de restaurantes.

2.2.3 Actividad.

Troya Food es un establecimiento de comida rápida, particularmente un restaurante de comida rápida americana donde se servirá alimentos y bebidas tradicionales de Estados Unidos y nuevos menús adaptados a los paladares de los ecuatorianos.

2.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA.

De acuerdo a la legislación ecuatoriana Troya Food se encuentra catalogada como una microempresa ya que dentro de nuestra estructura organizacional tendremos tres empleados.

Las áreas básicas de nuestra organización están divididas en: Administrativas (Compras, Ingresos y gastos), el área de producción y almacenamiento (productos, materia prima y otros insumos), limpieza y mantenimiento (materiales y equipos de limpieza)

La empresa contará con:

- Gerente chef.
- Mesero - Ayudante de cocina
- Cajero

2.4 NECESIDADES QUE SATISFACER

Ilustración 1: Necesidades que Satisfacer



Fuente: <https://www.formacionparaprofesionales.es/la-piramide-de-maslow-aplicada-a-los-profesionales/>

A. Necesidad Fisiológica.

La necesidad fisiológica de alimentarse será satisfecha en nuestro local con productos de alta calidad cuidando los gustos, preferencias y en especial la salud de nuestros clientes.

B. Necesidad de Seguridad.

Es una necesidad importante de satisfacer, ya que si es correctamente satisfecha asegura que nuestros comensales regresen. Por lo cual nuestros alimentos y bebidas

pasarán por los protocolos de control y de buenas prácticas de manipulación de alimentos y un estricto control de calidad a los proveedores.

La seguridad de nuestros clientes, como bien conocemos en la actualidad la pandemia a dando mucha inseguridad a muchos clientes de restaurantes, por lo cual se garantizará la aplicación correcta de las normas de bioseguridad, en donde procuraremos que todos se sientan seguros de permanecer y consumir en nuestro establecimiento.

También está la seguridad de nuestros trabajadores, ya que es importante salvaguardar por su seguridad física y mental, estas van a ser garantizadas en base a las leyes, normas y reglamentos vigentes en el Ecuador.

C. Necesidad Social.

Lo primero es dar seguridad, confianza y un buen ambiente a los trabajadores, darles a conocer que son valiosos y que forman parte del restaurante, dar un incentivo por las ideas, habilidades y la creatividad de cada trabajador.

La seguridad a nuestros clientes también es importante. Troya Food buscar brindar calidad en sus alimentos que se servirá a nuestros clientes y así construir una relación de confianza.

D. Necesidad de Reconocimiento.

A través del producto final que se presentará en el restaurante, la acogida, el reconocimiento y la motivación que recibirá por parte de los comensales se busca satisfacer esta necesidad y en especial ir posicionando nuestra marca en el mercado de restaurantes.

E. Necesidad de Autorrealización.

Buscamos que nuestro negocio Troya Food sea un restaurante reconocido por su gastronomía y la atención que brinda a sus clientes, para ir consolidando en el sector de la Atahualpa y en otros sectores de la ciudad.

2.5 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Troya Food está ubicada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el redondel del Atahualpa, Avenida Alonso de Angulo y Mariscal Sucre.



Ilustración 2: Sector Atahualpa

<https://www.google.com.ec/maps/place/Redondel+Atahualpa,+Quito+170111/@>

2.6 FILOSOFÍA EMPRESARIAL

2.6.1 Misión.

Ofrecer alimentos y bebidas a todos los clientes como: familias, estudiantes, trabajadores, jóvenes y personas mayores de la ciudad de Quito, que buscan un buen trato al cliente, comodidad, seguridad y buena preparación de alimentos, contando con un gran equipo de trabajo comprometido con la satisfacción del cliente.

2.6.2 Visión.

Ser reconocidos en 5 años como uno de mejores restaurantes del sur de Quito, por su alta calidad en la preparación y venta de alimentos, basados en productos y e insumos que contribuyan a mejorar los estándares de salud de nuestros clientes.

2.6.3 Objetivos.

General

Crear una microempresa dedicada a la elaboración de comida rápida americana para satisfacer los gustos y preferencias gastronómicas de nuestros clientes.

Específicos

- Establecer estrategias de marketing que nos ayuden a potenciar el posicionamiento de nuestro restaurante.

- Determinar los mejores métodos y procesos para disminuir el impacto ambiental de los residuos líquidos y sólidos.
- Establecer una sinergia que nos ayude a potenciar la diferenciación de nuestro negocio con la competencia para satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.6.4 Meta.

Alcanzar un restaurante de calidad y funcional en un plazo de un año a partir de la inauguración, que pueda generar los beneficios suficientes para solventar las necesidades de ingresos y gastos del restaurante.

2.6.5 Estrategias

- Capacitar a los empleados para que conozcan el correcto manejo en la producción procesos, métodos enfocados en dar un servicio de calidad.
- Negociar con los proveedores para que nos abastezcan con productos de calidad y a un buen precio en el momento que sea necesario.
- Posicionar en un año el reconocimiento del establecimiento con los clientes.
- Brindar varias opciones de platillos para así generar mayores ingresos que nos permitan recuperar la inversión.
- Realizar estudios de mercado para conocer mejor las necesidades de nuestros clientes y conocer que debemos mejorar en nuestro establecimiento y menú.

2.6.6 Políticas

Los trabajadores

- Cumplir con los horarios establecidos.
- Cumplir con todas las tareas designadas, correspondiente a cada empleado.

- Ingresar 10 minutos antes para recibir indicaciones.
- Llevar el cabello recogido y las uñas cortas.
- No utilizar el celular en la jornada de trabajo.
- Respetar a todos los compañeros de trabajo.
- Tener su uniforme de trabajo limpio y bien presentado.

La empresa.

- Cumplir con lo que indica la ley en cuanto a Salarios y Beneficios.
- Dar soluciones a las necesidades de los empleados que rodea el establecimiento.
- Brindar a los empleados un ambiente amigable para la jornada de trabajo.
- Respetar con todos los pagos tanto para los empleados, servicios y proveedores.
- Mejorar las expectativas del cliente.
- Trabajar con respeto y ética.

2.6.7 Foda

Fortalezas

- Ambiente limpio y relajado.
- Tener página web con menú y precios.
- Personal especializado en cada área.
- Atención y Servicio rápido en el local
- Ofrecer comida rápida adaptada con productos ecuatorianos.

Oportunidades

- Establecer ofertas y combos cada cierto tiempo para atraer más clientes.
- Amplia expectativa de crecimiento gastronómico.
- Zona de crecimiento comercial al ser una calle muy trascurrida.
- Posibilidad de incluir nuevos menús con productos ecuatorianos

Debilidades

- Poca experiencia en el sector del restaurante.
- Temor del cliente tras la emergencia sanitaria por la que atraviesa el mundo.
- No es conocido en el mercado de la gastronomía.
- Capital limitado para el inicio del establecimiento.

Amenazas

- Emergencia sanitaria a nivel nacional y mundial.
- Inestabilidad económica del país.
- Incrementación de precios en la materia prima.
- Competidores nuevos con precios cada vez más bajos.

2.7 DESARROLLO ORGANIZACIONAL

2.7.1 Tipo de estructura

Diferenciación

En Troya Food tendremos una alta comunicación tanto con los clientes como con los empleados, para así brindar el mejor servicio y satisfacer cualquier necesidad del cliente.

La organización se estructura de la siguiente manera:

- Gerencial
- Operativo

Gerencial

- Chef propietario

Operativo

- Mesero - Ayudante de cocina
- Cajero

2.7.2 Formalización.

El restaurante pertenece al sector gastronómico. Troya Food está destinado a ofrecer una serie de alimentos y bebidas dirigidas al consumidor de comida americana. En este establecimiento lo que se pretende ofrecer al cliente es un servicio óptimo y económico en el municipio de Quito.

El restaurante se guiará por manuales, buscando así cumplir las órdenes vigentes e impuestas y así cumplir con las exigencias de la legislación laboral.

2.7.3 Centralización – Descentralización

En base a experiencias de los clientes como es el mal servicio e incluso en el proceso de producción. Troya Food centrará su atención en las compras de insumos y productos de calidad para la elaboración de alimentos y bebidas, y así conseguir la satisfacción del cliente.

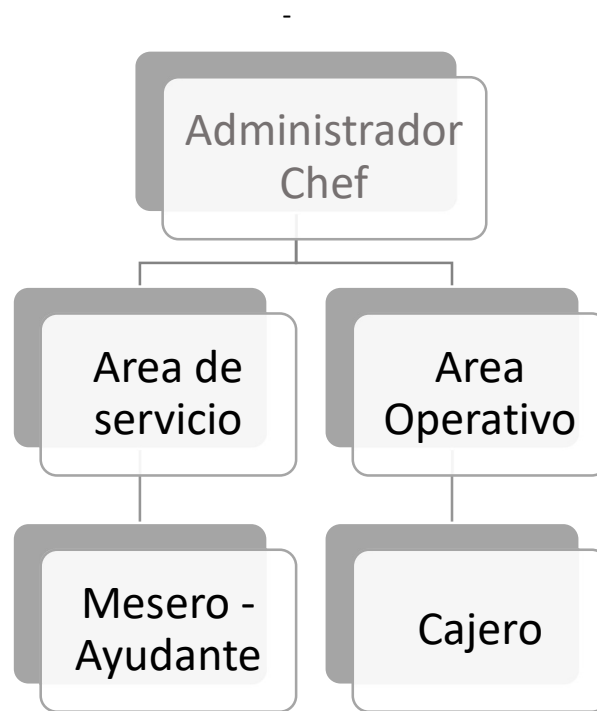
La descentralización se dará en la organización del personal tanto para el área de gerencia como en el área de operaciones, evitando la congestión y sobrecarga de trabajo, permitiendo el empoderamiento laboral y la satisfacción del cliente.

2.7.4 Integración

La integración de los elementos con los que se cuenta, la importancia de llevar un control de entradas y salidas, las actividades que se realiza en cada área correspondiente de cada trabajador y el equipo de operaciones con el que cuenta el establecimiento.

2.8 ORGANIGRAMA EMPRESARIAL

Ilustración 3: Organigrama Empresarial Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

2.9 FUNCIONES DEL PERSONAL

Tabla 1: Puesto gerente chef

PUESTO DE ADMINISTRADOR - CHEF	
Empresa	Troya Food
Unidad administrativa	Área ejecutiva
Misión del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación del trabajo • Elección del personal • Elaboración de los menús • Trato con los proveedores
Denominación del puesto	Administrador chef
Rol del puesto	Gestionar el orden en la cocina, desde horarios, posibles imprevistos, supervisar las actividades durante la hora de servicio, entre otras cosas.
Remuneración	\$ 500

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 2: Puesto ayudante de cocina

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA	
Empresa	Troya Food
Unidad administrativa	Área de cocina
Misión del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar, pelar y cortar verduras • Mezclar ingredientes • Picar proteína • Mantener limpia la cocina • Limpieza de mesas • Manipulación de utensilios
Denominación del puesto	Ayudante de cocina
Rol del puesto	Ayudar al Chef ejecutivo con tareas, en el trabajo rutinario de la cocina y además apoyara en las mesas del local.
Remuneración	\$ 400

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 3: Puesto de cajero

PUESTO DE CAJERO	
Empresa	Troya Food
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura y cierre de caja • Ejecutar diversas formas de pago • Imprimir las facturas
Denominación del puesto	Cajero
Rol del puesto	Administrar y procesar los pagos, además es el último punto de contacto con los clientes, por lo tanto, debe tener conocimiento que permitan ofrecer un servicio en su labor.
Remuneración	\$ 400

Elaborado por: Xavier Troya

CAPÍTULO 3

3.1 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1.1 Objetivo de mercadotecnia

El objetivo de mercadotecnia de Troya Food es elaborar un plan de marketing mediante medios digitales, especialmente redes sociales para así posicionar el restaurante en la mente del consumidor cumpliendo todas sus necesidades brindando un producto y servicio de calidad.

3.1.2 Investigación de mercado

La gastronomía tiene un gran impacto en Quito ya que se ha elevado el nivel de calidad y de los servicios. Existen oportunidades en el sector de comida rápida donde se puede mostrar un producto moderno, se recolectará información de productos ecuatorianos que se puedan utilizar en las recetas dando así un toque ecuatoriano a la comida rápida americana.

Después se realizará varias encuestas logrando obtener información que se basará en la aceptación de las personas hacia este producto que va ser ofertado en el sector del Atahualpa, generando así información importante para fusionar comida rápida con productos ecuatorianos.

3.1.3 Demanda

Se recolectará información a través de encuestas que contarán con un número de 10 preguntas cerradas que ayudará a tener datos fáciles de analizar, las encuestas se realizarán de forma virtual mediante Google Forms.

3.2 PLAN DE MUESTREO

La población objeto de estudio son todas las personas que consuman comida rápida en la ciudad de Quito en el sector del Atahualpa y así determinar, analizar y establecer si tendrá aceptación la propuesta que se presentará en Troya Food y como se podrá enfocar el restaurante para satisfacer a los clientes. Para saber el número de encuestas a realizar se aplicará la siguiente fórmula.

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95%

P= Proporción de defectos esperados 50%

Q= Probabilidad negativa 50%

e= Error de estimación 5%

n= tamaño de la muestra

Imagen 1: fórmula de la Muestra

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN							
	$n =$	$\frac{(Z)^2 * P * Q * N}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$					
POBLACIÓN	N =	3000					
	n =	3,8416	0,27	0,28	3000		
		0,0025	2999	3,84		0,5	0,5
	n =	871					
		7,4975 + 0,9604					
	n =	871					
		8,4579					
MUESTRA REAL	n =	103,01	PERSONAS PARA ENCUESTAR				

Elaborado por: Xavier troya

ENCUESTA

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los consumidores respecto a la comida rápida americana.

Edad: _____ Nombre: _____

INDICACIONES: Marque con una x la respuesta que sea de su elección

1. ¿Conoce el sector del Atahualpa?

Sí No

2. ¿Le gusta a usted consumir comida rápida?

Rara vez	<input type="checkbox"/>	Una vez a la semana	<input type="checkbox"/>
Una vez cada quince	<input type="checkbox"/>	Una vez al mes	<input type="checkbox"/>
No consume comida rápida	<input type="checkbox"/>		

3. ¿Qué clase de comida rápida le gusta consumir?

Hamburguesas	<input type="checkbox"/>	Pizza	<input type="checkbox"/>
Papas fritas	<input type="checkbox"/>	Hot dog	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>		

4. ¿Tiene un restaurante de preferencia?

Sí No

5. **¿Qué clase de alimentos se sirve en su restaurante de preferencia?**

- | | | | |
|--------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Almuerzos | <input type="checkbox"/> | Pollos asados | <input type="checkbox"/> |
| Hamburguesas | <input type="checkbox"/> | Salchipapas | <input type="checkbox"/> |
| Ceviches | <input type="checkbox"/> | Platos a la carta | <input type="checkbox"/> |

6. **¿Le gustaría probar hamburguesa o comida rápida con productos ecuatorianos?**

- | | | | |
|---------|--------------------------|-------|--------------------------|
| Chanco | <input type="checkbox"/> | Carne | <input type="checkbox"/> |
| Pescado | <input type="checkbox"/> | Pollo | <input type="checkbox"/> |
| Cordero | <input type="checkbox"/> | Todos | <input type="checkbox"/> |

7. **¿Estaría de acuerdo en la combinación comida rápida con productos ecuatorianos?**

- Sí No

8. **¿Cuáles serían los canales que le gustaría recibir promociones y publicidad de los productos que comercializamos**

- | | | | |
|------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| Facebook | <input type="checkbox"/> | Instagram | <input type="checkbox"/> |
| Página web | <input type="checkbox"/> | WhatsApp | <input type="checkbox"/> |

9. **Cuanto estaría dispuesto a pagar por consumir comida rápida con productos ecuatorianos**

- | | | | |
|----------|--------------------------|---------|--------------------------|
| 2,5 - 5 | <input type="checkbox"/> | 5 - 7,5 | <input type="checkbox"/> |
| 7,5 - 10 | <input type="checkbox"/> | | |

Agradecemos su ayuda al contestar esta encuesta que persigue fines académicos.

3.3 ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Pregunta 1.

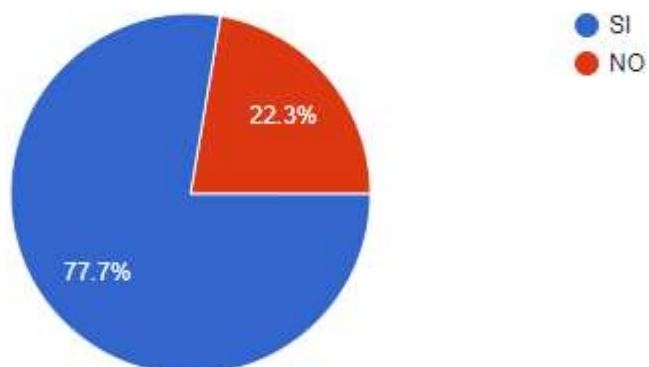
¿Conoce el sector del Atahualpa?

Tabla 4: ¿Conoce el sector del Atahualpa?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	77.7 %
No	23	23.3 %
Tota	103	100 %

Elaborado por: Xavier troya

Gráfico 1: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: El 77.7% de las personas encuestadas conoce el sector de la Atahualpa, mientras que el 22.3% de las personas encuestadas no conoce dicho sector.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas conoce el sector donde se ubicará Troya Food.

Pregunta 2.

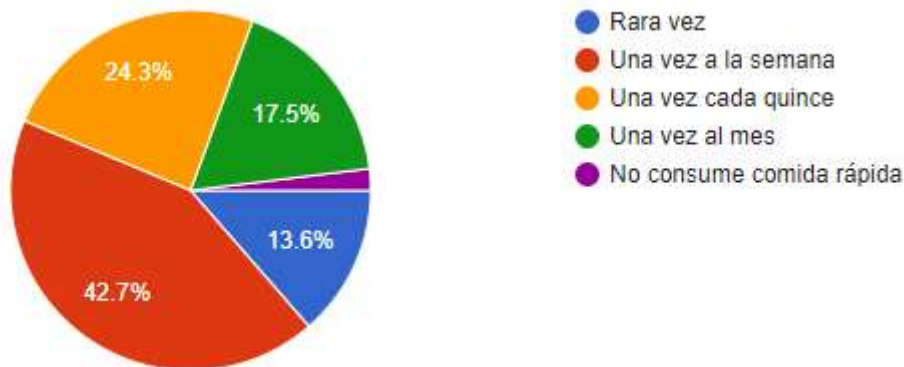
¿Le gusta a usted consumir comida rápida?

Tabla 5: ¿Le gusta a usted consumir comida rápida?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Rara vez	14	13.6 %
Una vez a la semana	44	42.7 %
Una vez cada quince	25	24.3 %
Una vez al mes	18	17.5 %
No consume comida rápida	2	1.9 %
Total	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troya

Gráfico 2: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: De las personas encuestadas el 43% consume al menos una vez a la semana comida rápida, el 24% consume cada quince días, mientras que el 33% lo consume una vez al mes, rara vez o no consume comida rápida.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas consume comida rápida al menos una vez a la semana, mientras que el resto de personas lo consume cada quince días, cada mes, rara vez o simplemente no la consume.

Pregunta 3.

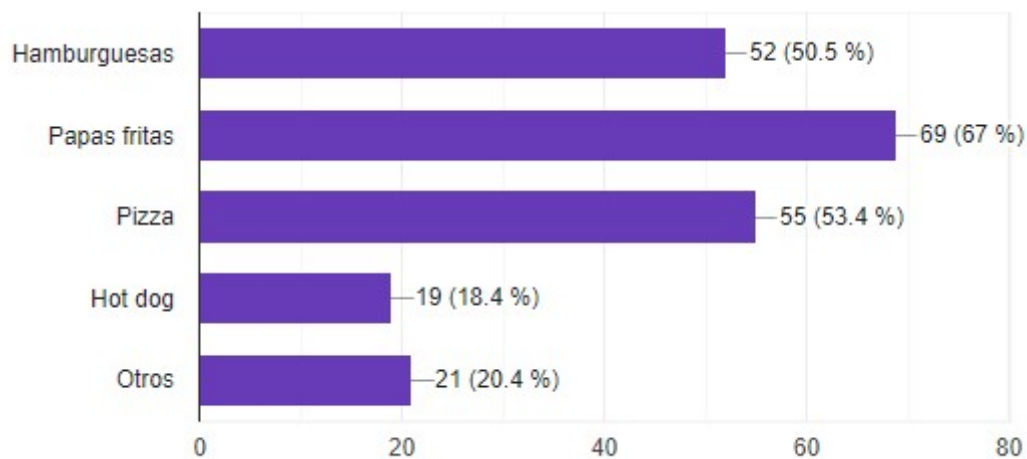
¿Qué clase de comida rápida le gusta consumir?

Tabla 6: ¿Qué clase de comida rápida le gusta consumir?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Hamburguesas	25	24 %
Papas fritas	33	32%
Pizza	26	25%
Hot dog	9	9%
Otros	10	10 %
Total	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troya

Gráfico 3: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: De las personas encuestadas el 32% prefiere consumir papas fritas, el 49% prefiere consumir entre hamburguesas y pizzas y el 19% prefiere hot dogs y otros.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas prefieren consumir papas fritas, pero hay bastantes personas que también prefieren consumir hamburguesas y pizzas y un grupo menor prefiere hot dogs.

Pregunta 4.

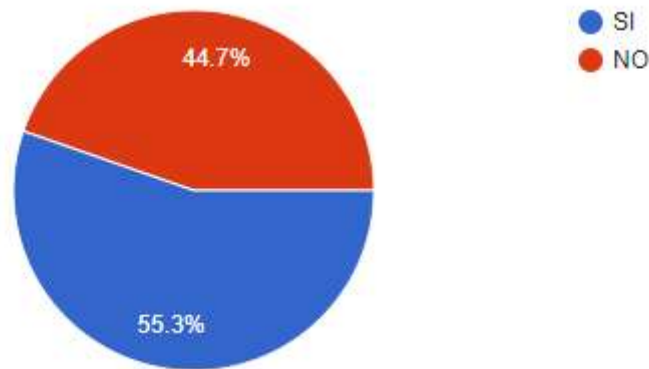
¿Tiene un restaurante de preferencia?

Tabla 7: ¿Tiene un restaurante de preferencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	55.3 %
No	57	44.7 %
Tota	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troya

Gráfico 4: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: De las personas encuestadas el 55.3% si tiene un restaurante de preferencia mientras que el 44.7% no tiene un restaurante de preferencia.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas si cuenta con un restaurante de preferencia.

Pregunta 5.

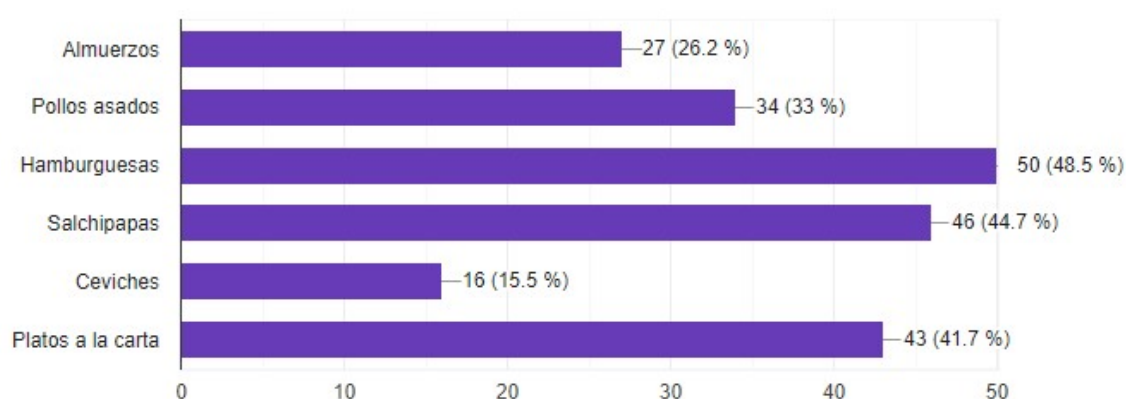
¿Qué clase de alimentos se sirve en su restaurante de preferencia?

Tabla 8: ¿Qué clase de alimentos se sirve en su restaurante de preferencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Almuerzos	13	13 %
Pollos asados	16	16%
Hamburguesas	24	23%
Salchipapas	22	21 %
Ceviches	8	7 %
Platos a la carta	21	20 %
Total	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troya

Gráfico 5: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: De las personas encuestadas en su restaurante de preferencia consumen: el 23% hamburguesas, el 21% consumo de salchipapas y el 56% restante consume almuerzos, pollo asado, ceviches y platos a la carta.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas encuestadas se van por las opciones de hamburguesas y salchipapas, el resto de personas encuestadas consume almuerzos, pollo asado, ceviches y platos a la carta.

Pregunta 6.

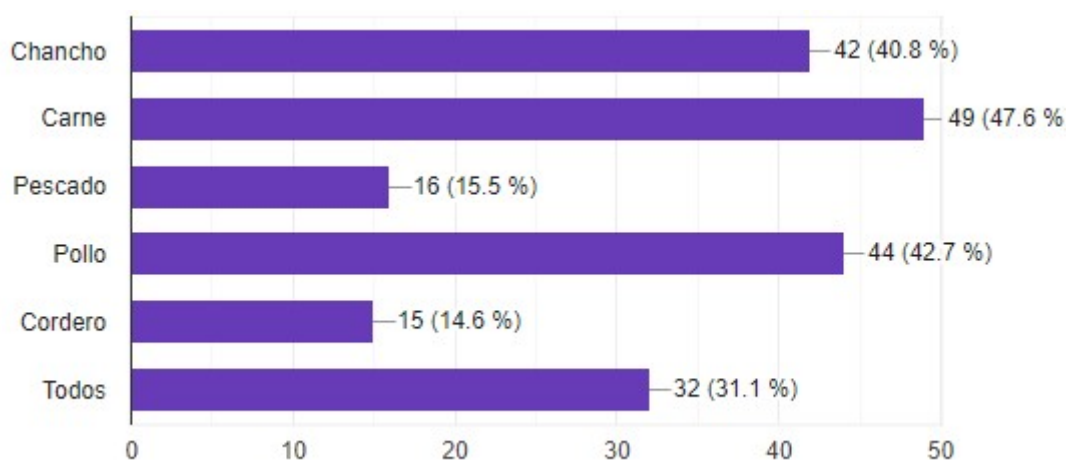
¿Le gustaría probar hamburguesa o comida rápida con productos ecuatorianos?

Tabla 9: ¿Le gustaría probar hamburguesa o comida rápida con productos ecuatorianos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Chancho	22	22 %
Carne	26	25 %
Pescado	7	7%
Pollo	23	23%
Cordero	8	8 %
Todos	17	16 %
Total	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troy

Gráfico 6: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: De las personas encuestadas prefieren consumir hamburguesas con las siguientes proteínas: el 25% con carne, el 23% y 22% pollo y chancho respectivamente y el 31% restante con pescado y cordero.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas encuestadas escogen la carne como su principal proteína para consumir en hamburguesa, muchas personas también escogen el pollo y chancho como sus opciones principales y el resto de personas escogió pescado y cordero.

Pregunta 7

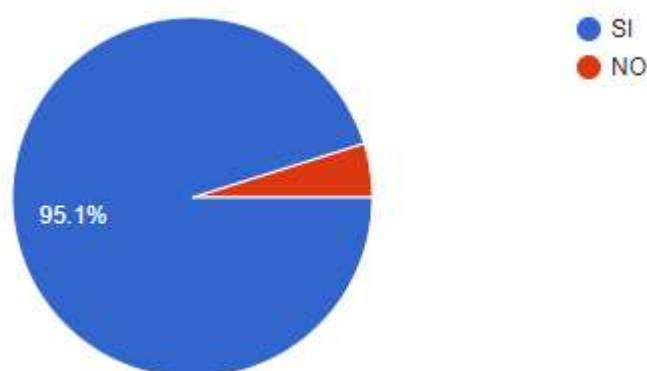
¿Estaría de acuerdo en la combinación comida rápida con productos ecuatorianos?

Tabla 10: ¿Estaría de acuerdo en la combinación comida rápida con productos ecuatorianos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	95.1 %
No	5	4.9 %
Tota	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troya

Gráfico 7: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: El 95.1% de las personas encuestadas si está de acuerdo en que se combine productos ecuatorianos en comida rápida y solo un 4.9% no está de acuerdo.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas si está de acuerdo en combinar productos ecuatorianos en la comida rápida que ofreceremos en Troya Food.

Pregunta 8.

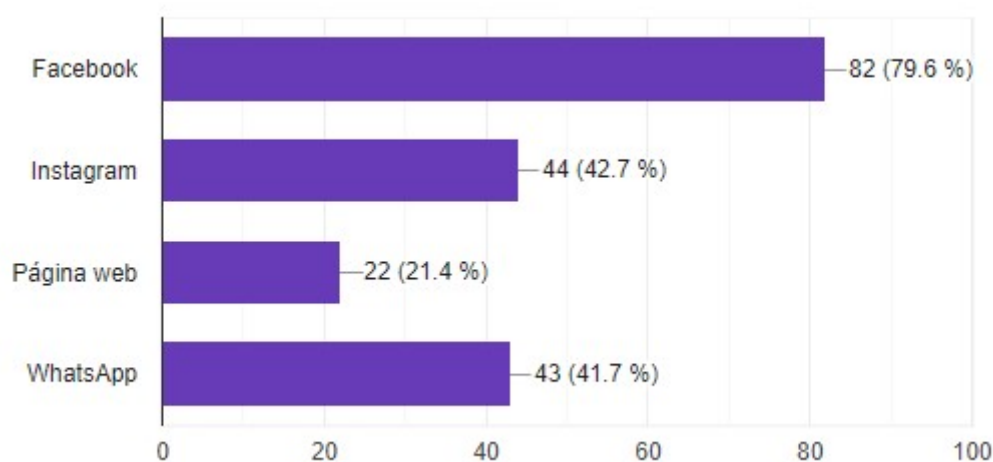
¿Cuáles serían los canales que le gustaría recibir promociones y publicidad de los productos que comercializamos?

Tabla 11: ¿Cuáles serían los canales que le gustaría recibir promociones y publicidad de los productos que comercializamos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	44	43 %
Instagram	24	23 %
Página web	12	12%
WhatsApp	23	23 %
Total	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troya

Gráfico 8: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: De las personas encuestadas el 43% escogió Facebook como su canal principal para recibir las promociones de Troya Food, el 46% está entre Instagram y WhatsApp y el 12% eligió página web.

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas escoge el Facebook como principal canal, el resto de personas escoge el Instagram, WhatsApp y Página Web.

Pregunta 9.

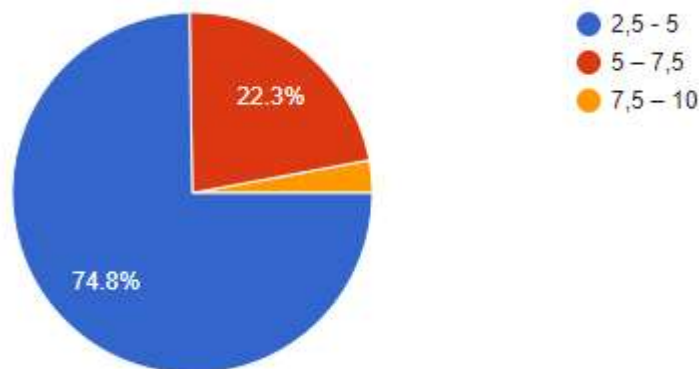
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumir comida rápida con productos ecuatorianos?

Tabla 12: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumir comida rápida con productos ecuatorianos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$ 2.5 – 5	77	74.8 %
\$ 5 – 7.5	23	22.3 %
\$ 7.5 - 10	2	2.9 %
Total	103	100 %

Elaborado por: Xavier Troya

Gráfico 9: Encuesta Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

ANÁLISIS CUANTITATIVO: De las personas encuestadas estas dispuestas a pagar por consumir comida rápida con productos ecuatorianos el 74.8% entre \$2.50 a \$5.00 y el 25.2% prefiere pagar entre \$5.00 a \$10.00

ANÁLISIS CUALITATIVO: La mayoría de personas prefiere pagar entre \$2.50 hasta \$5.00 y pocas personas gastar hasta \$10.00

3.3.1 Conclusiones e interpretaciones

Las encuestas permiten identificar que del total de 103 personas el 77.7% conoce el sector del Atahualpa donde se localizará el local Troya Food y el 23.3% no conoce el sector. Para conocer las preferencias que tienen las personas en cuanto a comida rápida se dividió en 6 opciones, de esa división el 23% de las personas prefiere hamburguesas, el 21% salchipapas, el 20% platos a la carta, el 16% pollo asado, el 13% almuerzos y solo un 7% eligió ceviches.

Por lo que las encuestas nos dieron a conocer que el sector pensado para el local Troya Food es en su mayoría conocido por las personas y al ser nuestro restaurante de comida rápida americana, pudimos observar que la mayoría de personas prefieren hamburguesas, en ese sentido los resultados son favorables para nuestro proyecto.

Una vez obtenidos los resultados de la encuesta realizada a 103 personas, pudimos obtener los siguientes resultados, la mayoría de personas conoce el sector del Atahualpa y el resto de la gente no lo conoce, otro dato importante que obtuvimos es que la mayoría de personas prefiere consumir hamburguesas y salchipapas mientras que el resto de personas prefiere platos a la carta, pollo asado, almuerzos y ceviches.

De los resultados obtenidos podemos percibir que es factible la creación de un restaurante de comida americana en el sector del Atahualpa.

3.4 OFERTA

Mediante un estudio de la oferta que tiene el restáurate Troya Food ubicados en la avenida Alonso de Angulo en el sector del Atahualpa sur de Quito se puede terminar que existe competencia directa, indirecta y sustitutos.

- **Competencia directa**

Luego de realizar un recorrido en el sector del Atahualpa, donde va estar ubicado el establecimiento. Hemos encontrado competencia directa, los parámetros para evaluar la competencia directa fue: Los productos que ofrece

Tabla 13: Competencia directa Troya Food

COMPETENCIA DIRECTA		
Empresa	Ubicación	Productos
La Veci	AV. Alonso de Angulo y Serapio Japerabi	Hamburguesas Alitas Costillas Menestras
05 Racing drink food	AV. Alonso de Angulo	Hamburguesas Cervezas

Elaborado por: Xavier Troya

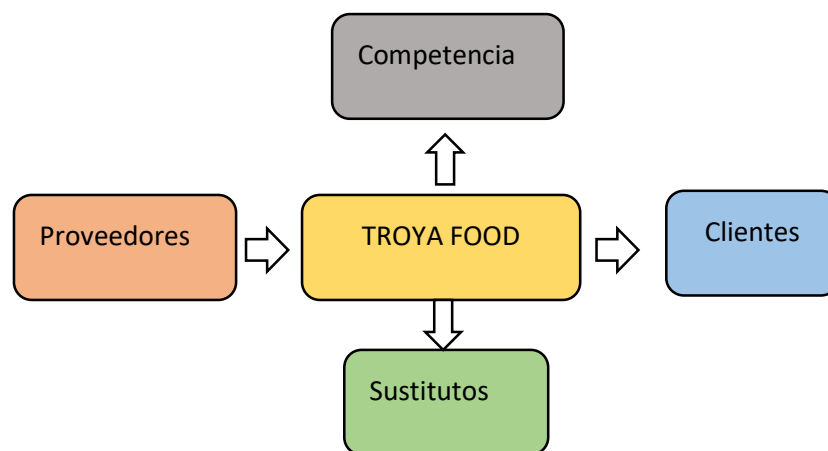
Después de a ver revidado el sector y analizado la posible competencia donde estará ubicado el restaurante, podemos determinar que el plan de negocios Troya Food si tiene buena perspectiva de crecimiento en el mediano y largo plazo, ya que Troya Food tendrá un plus, ofreciendo comida rápida con productos ecuatorianos y así reducir clientes a la competencia.

3.5 ENTORNO EMPRESARIAL

3.5.1 Microentorno

Troya Food considera su microentorno a todas aquellas empresas o unidades de negocios en dicho sector.

Ilustración 4: Esquema Microentorno Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

- **Competencia indirecta**

Hay varios establecimientos que se consideran competencia indirecta en el sector donde va funcionar el restaurante.

Tabla 14: Competencia indirecta Troya Food

COMPETENCIA INDIRECTA		
Empresa	Ubicación	Productos
Pinchos locos manabitas	AV. Mariscal Sucre Y Alonso de Angulo	Pinchos Menestras
Las Huequita	AV. Alonso de Angulo y Joaquin Tipantuña	Pollos Asados Pescado frito Menestras
Menestras 3 Regiones	AV. Alonso de Angulo y Sgto. Grau	Menestras Caldo de Gallina Guatita
El Bocati Asados	AV. Alonso de Angulo y Serapio Japerabi	Pollos asados Papas criollas Papas fritas
La Esquita Lojana	AV. Alonso de Angulo y Serapio Japerabi	Tamales Humitas Quimbolitos Café
FanAir café comic	AV. Alonso de Angulo	Sándwich Café

Elaborado por: Xavier Troya

- **Sustitutos**

Después de recorrer las calles del sector del Atahualpa se encontró jugos y helados la cual hace de sustituto al vender alimentos y bebidas, sin embargo, no se considera competencia al no ser un restaurante.

Tabla 15: Sustitutos

SUSTITUTOS		
Empresa	Ubicación	Productos
La Jugada	AV. Alonso de Angulo y Luis minacho	Jugos Batidos Ensalada de frutas
Dulce Pecado	AV. Alonso de Angulo y Serapio Japerabi	Helados Crepes

Elaborado por: Xavier Troya

- **Proveedores**

Tomando en cuenta que la responsabilidad social de Troya Food se ha dado prioridad a trabajadores locales para trabajar con el restaurante, tomando en cuenta que sea capaz de hacer una selección de productos con las mejores prácticas de manufactura.

También se tomará en cuenta los tiempos, requerimiento que el establecimiento pida y que pueda cumplir con las entregas a pesar del contratiempo.

Tabla 16: Proveedores

PROVEEDORES	
Proveedor	Producto
Pronaca	Carnes
Indaves	Huevos
La danesa	Embutidos
Floralp	Queso
Super pan	Pan
Bernardo Herrera	Verduras
Marcello's	salsas

Elaborado por: Xavier Troya

- **Cientes**

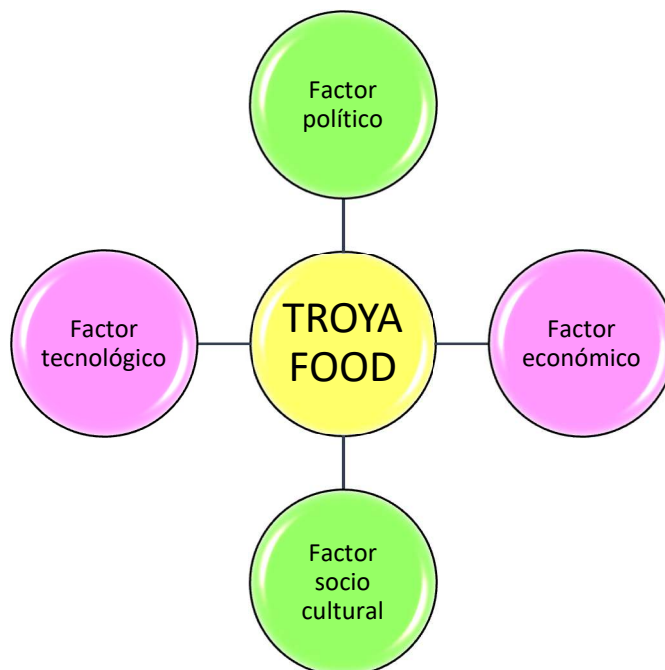
Troya Food es una microempresa dirigida a jóvenes, familias y personas de la tercera edad de todo Quito que busca no solo calidad sino un buen servicio. Los clientes recibirán un servicio de calidad por el personal capacitado.

También recibirá un producto de calidad que satisface los altos estándares del cliente, nuestra oferta gastronómica se basa en la combinación de menú americano con productos ecuatorianos que siempre brinda una experiencia diferente.

3.5.2 Macroentorno

Son factores que no tienes control directo, pero normalmente influye en el funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 5 Esquema Macro entorno Troya Food



Elaborado por: Xavier Troya

- **Factor político**

Los establecimiento y bebidas están controlados por el Ministerio de Turismo y al Reglamento Turístico de alimentos y bebidas. Por otro lado, también este sujeto al control de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones a las buenas prácticas de manufactura.

Y hoy en día los establecimientos de alimentos y bebidas están teniendo un control más estricto debido a la emergencia sanitaria de COVID19, y los más afectados es el sector de la gastronomía como son: restaurantes, hoteles, cafeterías entre muchas más, esa así que el Ministerio de Salud y el Ministerio de Turismo emitió un manual donde cuyos reglamentos se debe adaptar a los restaurantes hasta nuevo aviso.

Troya Food realizara sus actividades dentro del manual establecido por la Constitución y la Republica del Ecuador, acatando todos los reglamentos establecidos por el gobierno de Ecuador para el debido funcionamiento del restaurante.

- **Factor Económico**

Tras la pandemia que afecto a todos los países y que aún no termina, la economía fue cayendo bruscamente ya que durante la cuarentena de casi tres meses que sufrió Ecuador, varios negocios cerraron y muchos otros funcionaban al mínimo de capacidad. Teniendo en cuenta esto, la fijación de precios en los productos y servicios de Troya Food dependerá de la tasa de inflación anual que presente el Ecuador.

- **Factor Sociocultural**

Ecuador lleno de tradiciones una de ellas es la gastronomía, los ecuatorianos aprecian mucho la comida típica de cada región, los productos ecuatorianos, por lo que Troya Food planea fusionar comida rápida americana con productos ecuatorianos.

- **Factor Tecnológico**

Por supuesto, la gastronomía no se quedó atrás y está implementando la tecnología más avanzada en muchos aspectos, desde la preparación de los alimentos, hasta la distribución y la atención al cliente.

En el caso de la preparación se sumaron robots a las líneas de producción, mientras que los restaurantes están utilizando medios digitales para tomar pedidos, así como se está utilizando delivery para las entregas fuera de los locales. (TECNOPYMES, 2018)

3.6 ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTO

En Troya Food se ofrecerán dos productos principalmente bebidas como son: gaseosas, aguas, agua mineral, milkshake, jugos naturales.



Alimentos tenemos: costillas y alitas acompañadas con salsa BBQ y salsas similares, hamburguesas en su mayoría serán preparadas a la plancha siguiendo técnicas y procesos establecidos como política.

En la parte de bebidas alcohólicas se ofrecerá: cerveza, micheladas, cocteles clásicos que vayan con el estilo del restaurante y que sean del agrado de los clientes.

Se ha creado una receta estándar de dos platos estrellas en el cual se presentará a continuación:

Receta Estándar

Ilustración 6: Receta Estándar Hamburguesa de Chanco

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Hamburguesa de chanco	Código: 001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	20/12/2020	Chef: Xavier Troya		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Carne de chanco	g	\$5,75	65	\$0,41
Cebollas	g	\$0,75	50	\$0,04
Zanahoria	g	\$0,40	118	\$0,05
Ajo en polvo	g	\$0,30	10	\$0,06
Comino	g	\$1,82	10	\$0,09
Cilantro	g	\$0,50	50	\$0,03
Tomate	g	\$0,80	10	\$0,01
Lechuga	g	\$1,10	5	\$0,01
Queso Cheddar	g	\$2,18	15	\$0,22
Pan	U	\$2,00	1	\$0,25
Mayonesa	g	\$1,05	20	\$0,11
Sal	g	\$0,75	5	\$0,00
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$1,26
			10% imprevistos	\$0,13
			Subtotal	\$1,38
			Gasto de Fab. 15%	\$0,21
			Factor costo 45%	\$0,62
			G. Admin 12%	\$0,17
			15% utilidad	\$0,21
			Subtotal	\$2,59
			12% IVA	\$0,31
			Total	\$2,90

Elaborado por: Xavier Troya

Receta de Producción



Ilustración 7: Receta de Producción Hamburguesa de Choncho

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Hamburguesa de choncho						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
65	g	Carne de choncho	Fresco/refrigerado		sazonado			
25	g	Cebollas	Lavado		Licuado			
25	g	Cebollas	Lavado/picado		Pluma			
118	g	Zanahoria	Fresco		Licuado			
10	g	Ajo en polvo	Temperatura ambiente		-			
10	g	Comino	Temperatura ambiente		-			
50	g	Cilantro	Lavado		Licuado			
10	g	Tomate	Lavado		Rebanada			
5	g	Lechuga	Lavado		-			
15	g	Queso Cheddar	Refrigerada		Rebanada			
1	U	Pan	Temperatura ambiente		-			
20	g	Mayonesa	Refrigerada		-			
5	g	Sal	Temperatura ambiente		-			
300	ml	Agua	Temperatura ambiente		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		Licuar cebollas, zanahoria y cilantro en agua.						
		Sazonar lo licuado con sal, ajo en polo y comino.						
		Agregar todo lo licuado y sazonado a la carne de choncho y dejar reposar por tres						
		Después de reposo hornear a 190°C por 1:30 o 2.00 Horas						
		Sacar del horno y desmechar						
		Agregar todo lo licuado y sazonado a la carne de choncho y dejar reposar por tres						
		Saltear cebolla en plumas con sal.						
		5. Preparar la hamburguesa: colocar en el pan mayonesa, lechuga, tomate, carne de choncho desmechado, queso cheddar, cebollar y servir.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
659	509,12	10,49	31,77	28,31	22,5	71,6	404,75	7,54

Elaborado por: Xavier Troya

Receta Estándar

Ilustración 8: Receta Estándar Hamburguesa de Pollo

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Hamburguesa de Pollo	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	8/7/2020	Chef: Xavier Troya		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Pollo	g	\$2,10	125	\$0,48
Cebollas	g	\$0,75	15	\$0,01
Zanahoria	g	\$0,40	5	\$0,00
Ajo en polvo	g	\$0,30	5	\$0,03
Comino	g	\$1,82	3	\$0,03
Cilantro	g	\$0,50	4	\$0,00
Tomate	g	\$0,80	10	\$0,01
Lechuga	g	\$1,10	5	\$0,01
Queso Cheddar	g	\$2,18	15	\$0,22
Pan	U	\$2,00	1	\$0,25
Mayonesa	g	\$1,05	20	\$0,11
Sal	g	\$0,75	5	\$0,00
Aceite	g	\$2,00	30	\$0,06
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$1,20
			10% imprevistos	\$0,12
			Subtotal	\$1,32
			Gasto de Fab. 15%	\$0,20
			Factor costo 45%	\$0,59
			G. Admin 12%	\$0,16
			15% utilidad	\$0,20
			Subtotal	\$2,47
			12% IVA	\$0,30
			Total	\$2,76

Elaborado por: Xavier Troya

Receta de Producción

Ilustración 9: Receta de Producción Hamburguesa de Pollo

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Hamburguesa de Pollo						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
Para el Pollo								
125	g	Pollo	Fresco/refrigerado		molida			
5	g	Cebollas	Lavado/picado		brunoise			
5	g	Zanahoria	Lavado/picado		brunoise			
5	g	Ajo en polvo	Temperatura ambiente		-			
3	g	Comino	Temperatura ambiente		-			
4	g	Cilantro	Lavado/picado		picado			
5	g	Sal	Temperatura ambiente		-			
Para Acompañar								
10	g	Cebollas	Lavado/picado		Pluma			
10	g	Tomate	Lavado		Rebanada			
5	g	Lechuga	Lavado		-			
15	g	Queso Cheddar	Lavado		-			
1	U	Pan	Temperatura ambiente		-			
20	g	Mayonesa	Refrigerada		-			
30	g	Aceite	Temperatura ambiente		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Al pollo molido agregar cebolla, ajo en polvo, cilantro, comino, zanahoria, sal y reservar.						
		2. Freír en la plancha con aceite.						
		3. A la preparación anterior agregar la mayonesa, mostaza y sal						
		4. Preparar la hamburguesa: colocar en el pan mayonesas, lechuga, tomate, pollo previamente preparado, queso cheddar, cebollar, ensalada de col y servir						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
243	536,86	4,47	66,21	39,64	7,87	134,15	345,69	1,5

Elaborado por: Xavier Troya

3.6.1 Producto

Producto Esencial

Por la situación que está pasando el país sobre la emergencia sanitaria hoy en día el restaurante no solo buscará satisfacer la necesidad de comer, si no que adicional buscará la seguridad del cliente implementando las normas de bioseguridad. El producto esencial que se vende en Troya Food es un habiente seguro y el poder degustar comida rápida americana con ingredientes ecuatorianos.

Producto y servicio

Troya Food es un restaurante de comida rápida combinando productos ecuatorianos, que se enfocara en ofrecer principalmente alimentos y bebidas, el restaurante ofrecerá a sus comensales la oportunidad de disfrutar de una comida y servicio de calidad, por lo que se llevará un estricto proceso de producción tanto en las técnicas, método de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad, el servicio todo empieza desde que el cliente entra al restaurante y termina cuando sale, brindando un servicio único haciéndole sentir importante.

Producto real

Los platos estrellas serán servidos en un plato tipo principal acompañado de papas fritas de la casa

- Simple Burger: Pan, carne (chanchó, pollo, pescado, codero, res) Queso cheddar, vegetales (Lechuga, Tomate, Cebollas caramelizada), Mayonesa de la casa.

- What a Burger!: Pan, carne (chanco, pollo, pescado, codero, res) Queso cheddar, Ensalada de col, vegetales (Lechuga, Cebollas caramelizada), Mayonesa de la casa, porción de papas fritas de la casa

3.6.2 Características

En Troya Food la calidad y bioseguridad de nuestros platillos son muy importantes por lo cual se lleva un control estricto en cada preparación que se realiza en la cocina tomando en cuenta la bioseguridad y necesidad de nuestro cliente para así brindar un producto de calidad, en el área de servicio se ayudará al cliente con las necesidades durante la estadía en el establecimiento para que así tenga la mejor experiencia tanto en la comida como en el servicio.

3.6.3 Calidad

Troya Food seguirá estrictamente un Manual de BPMS (Buenas Prácticas de Manufactura) para así tener la mejor calidad y proteger al cliente en la cual se tomará en cuenta aspectos importantes como:

- Práctica de higiene personal
- Respetar la cocción adecuada en los alimentos
- Rechazar alimentos de fuentes inseguras
- Evitar contaminación cruzada
- Mantener los alimentos a temperatura segura
- Desinfectar cada cierto tiempo el área de trabajo

3.6.4 Estilo

Troya Food tendrá dos tipos de estilos: Estilo vintage decoración como muebles que son fabricados en la actualidad, pero dándole un estilo antiguo. Estilo industrial también es conocido como estilo urbano es una decoración que viene de la arquitectura industrial la base es la arquitectura del hierro, estos dos estilos crean una gran fusión para el restaurante lo que se pretende conseguir es crear un ambiente ecológico con muebles vintage y objetos reciclados.

3.7 PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

3.7.1 Distintivos y uniformes

El chef administrador y el ayudante de cocina usarán el uniforme dentro del establecimiento, mismo que tendrá los distintivos y colores relacionados al mismo.

- **Chef administrador**

- ✓ Chaqueta negra de mangas $\frac{3}{4}$ con detalles naranjas y el sello distintivo de la microempresa
- ✓ Delantal negro largo
- ✓ Pantalones negros
- ✓ Zapatos negros antideslizantes
- ✓ Gorro tipo bandana negro

Imagen 2: Diseño uniforme chef administrador



Elaborado por: Xavier Troya

- **Ayudante de cocina**

- ✓ Chaqueta negra de mangas $\frac{3}{4}$ con detalles naranjas y el sello distintivo de la microempresa
- ✓ Delantal negro largo
- ✓ Pantalones mil cuadros
- ✓ Zapatos negros antideslizantes
- ✓ Gorro tipo bandana negro

Imagen 3: diseño uniforme ayudante de cocina



Elaborado por: Xavier Troya

Personal del área de servicio

- **Mesero y cajero**

- ✓ Camisa negra estilo polo con detalles naranja y el sello distintivo del restaurante
- ✓ Delantal corto negro
- ✓ Pantalón negro
- ✓ Zapatos antideslizantes negros

Imagen 4: Diseño uniforme mesero y cajero



Elaborado por: Xavier Troya

3.7.2 Materiales de identificación

Imagotipo

Imagen 5: Imagotipo



Elaborado por: Xavier Troya

Elementos a destacar:

- Dibujo de Hamburguesa
- El logotipo del restaurante "TROYA FOOD"
- El slogan del restaurante "En la variedad está el gusto"
- Colores usados:
 - Slogan color negro

Logotipo

Imagen 6: Logotipo

El logotipo de TROYA FOOD consiste en el texto "TROYA FOOD" escrito en una tipografía gruesa, sin serifa y en un color naranja.

Elaborado por: Xavier Troya

Elementos a destacar:

- Tipo de letra: Impact Regular, la fuente tiene un tamaño de 22 puntos, que se puede regular según el uso. Se eligió este tipo de fuente ya que es legible y fácil de leer por el cliente.

- Colores usados: El color usado en el logotipo es el #B76217 derivado de los tonos tomates y marrones que transmiten calidez y son colores característicos del estilo usado en el restaurante que en nuestro caso es vintage industrial.

Slogan

Imagen 7: Slogan

En la variedad está el gusto

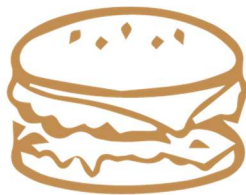
Elaborado por: Xavier Troya

Elementos a destacar:

- Tipo de letra: Impact Regular, la fuente tiene un tamaño de 7 puntos, que se puede regular según el uso. Se eligió el mismo tipo de fuente usado en el logotipo, pero en este caso al ser un slogan se usa letras minúsculas.
- Colores usados: El color usado en el logotipo es negro que combina perfecto con el color usado en el logotipo.

Isotipo

Imagen 8: Isotipo



Elaborado por: Xavier Troya

Elementos a destacar:

Este isotipo es un vector de hamburguesa el mismo que servirá como representación gráfica de la empresa que en conjunto con el logotipo y slogan ayudarán a la rápida identificación de la marca, se usó este isotipo ya que representa el producto principal del restaurante.

3.8 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Se debe enfatizar en la demanda de comida rápida que existe en el sector del Atahualpa, donde se buscará la atención a potenciales clientes con promociones en días festivos y publicidades donde fortalecerá la marca del restaurante frente a sus competidores.

3.8.1 Promociones

Las principales promociones que se hará en el establecimiento serán en días festivos y días especiales para el cliente como son: Navidad, San Valentín, Fin de año, Cumpleaños entre otros.

La promoción que se le dará desde la apertura del restaurante son para cumpleaños cobrarle el 50% a lo que consuma adicionando un postre de cortesía también se ofrecerán combos familiares y para parejas en días especiales aprovechando el fanatismo de los clientes por las diferentes festividades.

Otra idea es que, conforme a la aceptación de los clientes, ofrecer un día a la semana una promoción de 2x1 y así llegar de voz a voz a captar la atención de nuevos clientes que quieren experimentar un buen servicio y comida de calidad en Troya Food.

3.8.2 Publicidad

En este año por toda la situación de emergencia sanitaria las redes sociales han jugado un papel muy importante por eso se ha optado por publicidad en plataformas como: Facebook, Instagram y página web para publicar todas las novedades del restaurante.

También se tendrá en cuenta las tarjetas de presentación buscado así tener una referencia y recomendación que pueden dar nuestros antiguos clientes a nuevos.

Tabla 17: Costos de Publicidad

Facebook	3 veces semana	\$5.00 por mes
Instagram	3 veces a la semana	\$5.00 por mes
Tarjetas de presentación	1000	\$10
Total	Mensual	\$ 20
Total	Anual	\$ 240

Elaborado por: Xavier Troya

3.9 DISTRIBUCIÓN Y PUNTO DE VENTA

Troya Food no tendrá ningún tipo de intermediarios es decir en producto final se podrá consumir en el mismo establecimiento ya que el producto no tendrá distribución en ningún otro local, dicho de otro modo, no ocurrirá de forma indirecta.

Se tomará en cuenta la distribución del producto dentro del local es decir desde el momento que se elabora en la cocina hasta que se sirve en la mesa del cliente, por lo tanto, Troya Food contará con una cocina y un almacén que se conectará mediante una puerta en donde se prepara, se cortará, se elaborará el producto hasta su entrega final al comensal.

Es decir que ocurrirá de forma directa ya que la distribución del establecimiento viene por la trayectoria de existe entre la concina y el consumidor.

En la apertura del establecimiento no contará con ningún dispositivo o programas para imprimir ticket o facturas ya que en el caso de las facturas se realizará manualmente de igual manera con el control de inventario y operaciones comerciales, con lo que si contará el establecimiento es con una caja que registre totales del establecimiento.

3.10 FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIO

Los precios presentados en las recetas han sido calculados para un solo Pax, se tomó en cuenta el costo de los productos que se usan para la preparación del plato y la referencia es el costo por libras y por kilogramo de cada producto, a este valor se va a sumar porcentajes que intervienen en el momento de producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Factor costos + mano de obra
- Gasto de fabricación
- Garo administrativo
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En la receta se puede visualizar cual es el porcentaje de cada valor, luego de la sumatoria se define el precio final del plato.

3.11 RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO

Uno de los riesgos más importantes es lo que esta enfrentan el país sobre la emergencia sanitaria por Covid 19. Ya que el sector gastronómico fue muy golpeado por la desconfianza que tiene el consumidor al ingresar a un establecimiento ya que muchos restaurantes no siguen las respectivas normas de bio seguridad.

Otro de los riesgos es que hay bastantes cadenas de comida rápida ya hay muchos establecimientos con marcas reconocidas y que cuentan con sistemas de distribución, esto puede frenar el impulso que quiere tener el establecimiento.

Una de las oportunidades muy importantes es donde se encuentra posicionado el establecimiento, también tras la emergencia sanitaria muchos restaurantes han tenido que cerrar por lo que han dejado un espacio libre para que nuevos restaurantes puedan ocupar el espacio, tener presente las plataformas digitales que permitan que el negocio se encuentre con facilidad.

3.12 OBJETIVO DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

Realizará las buenas prácticas de manufactura al manipular todo tipo de alimentos, también coordinará e implementará todos los procesos, actividades y funciones necesarias para la preparación y servicios del establecimiento.

Tendrá un buen manejo de temperaturas para evitar las descomposiciones de alimentos siguiendo la guía de HACCP garantizando la inocuidad de los alimentos basado en el control de puntos críticos.

Brindar una experiencia de calidad con cada platillo que salga al cliente con la correcta preparación y manipulación de materia prima.

3.13 CAPACIDAD INSTALADA

Troya Food toma como capacidad instalada a todos los equipos, utensilios y muebles que ser presentaran en el día a día del restaurante como:

Tabla 18: Equipos de computación

Equipos de computación			
Artefactos	Cantidad	P. unitario	Precio total
Televisor	1	\$400	\$400
Laptop	1	\$475	\$475
Impresora	1	\$290	\$290
Equipo de sonido	1	\$150	\$150
TOTAL			\$1315

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 19: Industriales y de seguridad

Equipos industriales			
Artefactos	Cantidad	P. unitario	Precio total
Plancha	1	\$275	\$275
Cocina	1	\$300	\$300
Licuadaora	1	\$78	\$78
Refrigeradora	1	\$189	\$189
Congelador	1	\$220	\$220
Mesa de trabajo	1	\$160	\$160
Tanque de gas	1	\$90	\$90
Freidora	2	\$140	\$280
Campana extractora	1	\$250	\$250
Balanza digital	1	\$8.50	\$8.50
Termómetro digital	1	\$2.50	\$2.50
TOTAL			\$1853

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 20: Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	P. unitario	Precio total
Counter de recepción	1	\$165	\$165
Juego de mesas y sillas 4 puestos	5	\$38	\$190
Plato tendido	50	\$1.00	\$50
Vasos 350 ml	50	\$1.00	\$50
Jara de vidrio 1 L	20	\$1.25	\$25
Juego de cubiertos 50 piezas	2	\$85	\$170
Tabla de picar	4	\$15	\$60
Set de cuchillos 5 piezas	3	\$30	\$90
Juego de cuchareta, espumadera, cucharon, espátula	3	\$5.15	\$15.45
Bowls	20	\$1.20	\$24
Sartenes	1	\$ 18	\$18
TOTAL			\$857.45

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 21: Equipos Industriales de Seguridad

Equipos Industriales de Seguridad			
Descripción	Cantidad	P. unitario	Precio total
Extintor (Tipo K)	2	\$150	\$300
Dispersado de alcohol y jabón líquido	3	\$7	\$21
Detector de humo	2	\$12.50	\$25
Señaléticas	5	\$3.25	\$16.25
TOTAL			\$362.25

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 22: Servicios Básicos

Servicios Básicos	
Descripción	Pago mensual
Agua	\$ 35.00
Luz	\$ 70.00
Internet	\$ 30.00
TOTAL	\$135.00
TOTAL, ANUAL	\$1620

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 23: Material de Limpieza

Material de Limpieza			
Descripción	Cantidad	P. unitario	Precio total
Escobas	2	\$2.50	\$5.00
Trapeador	2	\$2.50	\$5.00
Cloro 1 Gal	1	\$3.75	\$3.75
Desinfectante 1Gal	1	\$4.50	\$4.50
Esponja lavaplatos	3	\$0.40	\$1.20
Paquete de funda de basura	1	\$0.75	\$0.75
Lavavajillas	1	\$1.25	\$1.25
Jabón líquido de manos 1Gal	1	\$4.00	\$4.00
Papel higiénico paquete de 12	1	\$6.65	\$6.65
Paquete de toalla de papel	1	\$3.50	\$3.50
Alcohol antiséptico 1Gal	1	\$7.50	\$7.50

TOTAL	\$43.10
TOTAL, ANUAL	\$517.20

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 24: Arriendo de Local

Arriendo de local		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$350	\$700	\$4200

Elaborado por: Xavier Troya

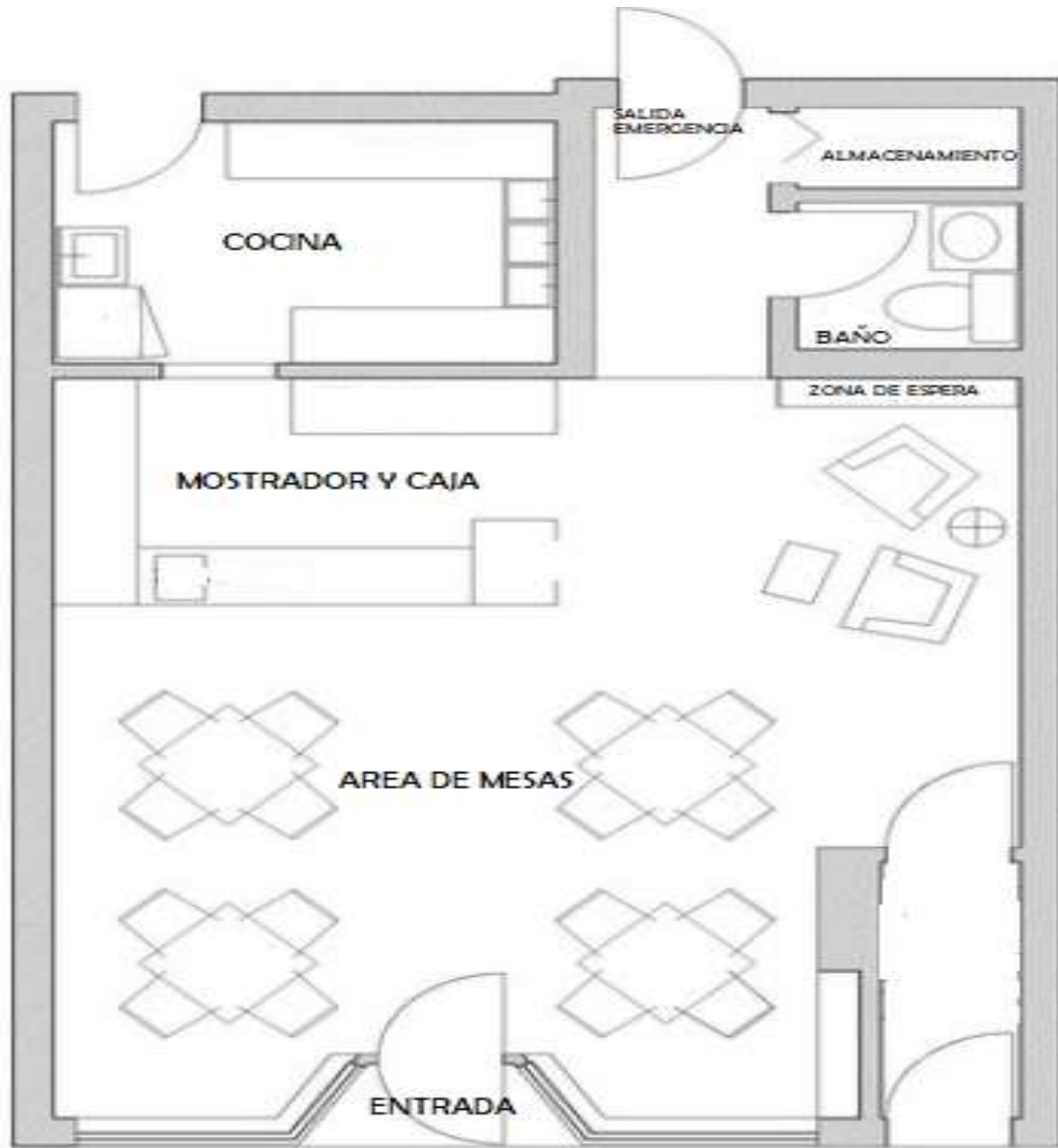
3.14 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y OFICINA

El objetivo de la correcta distribución del restaurante es hallar un correcto orden en las áreas de trabajo y de todos los equipos dentro de la cocina y del comedor.

Uno de los principales objetivos es la correcta distribución de equipos para la seguridad del personal implicados en la producción, puesto que una correcta distribución de los equipos creará un ambiente laboral seguro para los empleados.

La distribución tiene distintos factores como: los espacios físicos necesarios para el movimiento de la materia, almacenamiento y línea de producción.

Imagen 9: Planos de Restaurante Troya Food



Elaborado por: Diagramador Privado de Troya Food

CAPÍTULO 4

4.1 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

4.1.1 Marco legal de la empresa

Toda organización requiere de su marco legal, toda ciudad o país está regido por leyes y normas con el fin de tener un correcto funcionamiento, teniendo en cuenta que el restaurante de comida rápida cumpla con las exigencias legales y a si poner en marcha el negocio a continuación se describe algunas de las normas, reglamentos y leyes que se debe tener en cuenta.

4.2 REQUISITOS PARA OBTENER LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

4.2.1 RUC (Registro Único de Contribución)

- Copia de cédula
- Papeleta de votación
- Formulario de la actividad a la que vamos a pertenecer
- Copia de documento que certifique la dirección del establecimiento
- Se estipula si es persona natural o jurídica
- Natural: una sola persona
- Jurídica: sociedad

El permiso se obtiene en el SRI (Servicio de Rentas Internas).
<https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

4.2.2 Patente municipal

Se debe solicitar la clave de acceso para la declaración en línea del impuesta a la patente en las administraciones zonales, presentando los siguientes requisitos.

- Formulario de inscripción de patente
- Copia de cédula de identidad
- Certificado de votación de la última elección
- Copia de RUC
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
- Correo electrónico personal y número telefónico

El permiso se obtiene en: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Servicios.aspx>

4.2.3 LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas)

- Formulario de solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAR).
- Cedula original del titular.
- RUC original.

Si el trámite lo va a realizar una tercera persona presentar:

- Carta de autorización del titular o representante legal.
- Cedula original de la persona que realiza el trámite

El permiso se obtiene en:

https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_PORTAL_LUAE_WEB/Autenticacion/AutenticacionPatentes.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1

4.2.4 P.A.F (Permisos Anuales de Funcionamiento)

El permiso es otorgado por el ministerio del interior.

- RUC.
- Informe de inspección.
- Patente municipal, licencia una de actividad económica o su equivalente.
- Permiso de uso de suelo.
- Permiso de funcionamiento de cuerpo de bomberos.
- Declaración juramentada del representante del establecimiento.
- Permiso de la agencia nacional de regulación y control sanitario.

El permiso es otorgado por el ministerio del interior:

<https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/>

4.2.5 ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria)

- Formulario en la página de ARCSA.
- RUC.
- Carnets ocupacionales.
- Plano arquitectónico.
- Foto de fachada.
- Cédula de identidad.
- Paleta de votación.
- Curso de manipulación de alimentos.

El permiso se obtiene en: <https://www.controlsanitario.gob.ec/>

4.2.6 Registro de alimentos y bebidas en el ministerio de turismo

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural. (obtenido por el técnico del Ministerio de Turismo en las plataformas gubernamentales o en INFODIGITAL)
- Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural para el ejercicio de la actividad comercial.
- Declaración del 1x1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales.
- Obtener el certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y,
- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio. (Turismo, s.f.)

El permiso se obtiene en: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>

4.2.7 Registro turístico

- Cumplir con el Reglamento de Alimentos y Bebidas, Alojamiento, Reglas técnicas para las Zonas Especiales Turísticas Resolución A015 y Resolución 015-SDPC-2018.
- Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto;
- Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
- Copia legible y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC); La información constante en el Trámite de ingreso de la Licencia Metropolitana

Única de Actividades Económicas (LUAE) y Registro Único de Contribuyentes (RUC), deberán coincidir tanto en el nombre comercial, actividad económica, dirección, representante legal y razón social;

- Copia legible y actualizada (30 días) Certificado Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial. Dirección SENADI: Av. República y Diego de Almagro – Edificio FORUM 1er. Piso). Se recomienda al usuario consultar en Quito Turismo, la verificación de la razón o denominación social o nombre comercial, mismo que será verificado en el Sistema de Catastros y Sistema Integrado de Información Turística (SIIT) para evitar la repetición o similitudes con nombres de establecimientos ya registrados. (Según Art. 49 del Reglamento General a la Ley de Turismo). (Turismo Q. , s.f.)

El permiso de obtiene en: <https://www.quito-turismo.gob.ec/registro-turistico/>

4.3 ASPECTOS LABORALES

Troya Food al momento de sacar el Ruc e iniciar actividades formará parte de las microempresas lo cual conlleva a muchas obligaciones con los trabajadores los mismos que se encuentran detallados en el Código de Trabajo y en la ley de Seguridad Social, a continuación, se detalla los derechos y obligaciones del trabajador y empleador:

- El trabajador debe tener una afiliación a la seguridad social desde el primer día de trabajo.
- Este debe percibir un mínimo en el sueldo básico en función a la tabla sectorial. Este sueldo mínimo cumple la cantidad de 400 dólares.
- Debe percibir horas extras y suplementarias, esto en el caso de que se realicen jornadas laborales en estas horas.
- El trabajador debe obtener de manera exacta los décimo tercero y cuarto en las fechas correspondientes y establecidas.

- El trabajador debe percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año en el que se esté trabajando.
- Se debe recibir de manera exacta una compensación por el salario digno.
- Obtener cuando sea necesario un periodo de licencia por paternidad.
- Obtener cuando sea necesario un periodo de licencia por maternidad.
- Tener derecho al subsidio por maternidad para la nueva madre
- Podrá solicitar certificados, regalos y relacionados a cualquier fuente que esté y se interactúe con el mismo trabajo.
- Podrá recibir su respectivo pago mediante las utilidades.

Obligaciones del empleador en Ecuador

- Se debe celebrar un contrato de trabajo.
- Inscribir el mismo contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Debemos afiliar a nuestro trabajador a la seguridad social a partir del primer día de trabajo inclusive si es una prueba por la que está pasando el mismo empleado.
- Se deben tratar a los respectivos trabajadores con una consideración y sus debidas pautas de respeto. No se le debe imprimir ningún tipo de maltrato de palabra o de obra por ningún motivo.
- El sueldo básico que se debe pagar a estos empleados debe ser de un mínimo de 400.00 USD.
- Se debe asumir un porcentaje correspondiente al empleado por su misma seguridad social. Este porcentaje corresponde a un 11.15%
- Se deben pagar a tiempo y con la manera correspondiente las horas extras y suplementarias.
- Se deben pagar los décimo tercero y cuarto.
- A partir del segundo año correspondiente del empleado en el trabajo se deben empezar a pagar los Fondos de Reserva.
- Se debe pagar una compensación por el salario digno.
- Las utilidades deben ser pagadas a tiempo y correctamente si la empresa tiene sus respectivos beneficios. (Davila, s.f.)

4.4 ASPECTOS TRIBUTARIOS

4.4.1 Impuesto a la renta

Toda persona jurídica o persona natural obligada a llevar contabilidad que pague o acredite en cuenta cualquier tipo de ingreso que constituya renta gravada para quien los reciba, actuará como agente de retención del Impuesto a la Renta. Los agentes de retención están obligados a entregar el respectivo comprobante de retención, dentro del término no mayor de cinco días de recibido el comprobante de venta, a las personas a quienes deben efectuar la retención.

Igualmente están obligados a proporcionar al SRI cualquier tipo de información vinculada con las transacciones por ellos efectuadas.

La retención en la fuente deberá realizarse al momento del pago o crédito en cuenta, lo que suceda primero; los porcentajes de retención aplicables son los siguientes:

- **Porcentajes de Retención del Impuesto a la Renta**

Detalle de porcentajes de retención conforme la normativa vigente (Conforme el concepto y porcentaje a retener, verifique el código necesario para su declaración en el formulario de retenciones en la fuente).

Los pagos que hagan los empleadores a los contribuyentes que trabajan con relación de dependencia, deberán realizar la retención en la fuente correspondiente. En este caso, el comprobante de retención será entregado dentro del mes de enero de cada año en relación con las rentas del año precedente. Así mismo, están obligados a declarar y depositar mensualmente los valores retenidos en las entidades legalmente autorizadas para recaudar tributos. (SRI, s.f.)

Tabla 25: Tabla Impuesto a la Renta

TABLA IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES Y SUCESIONES INDIVISAS.

AÑO 2021			
En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto sobre la Fracción Básica	% Impuesto sobre la Fracción Excedente
0	11.212	0	0%
11.212	14.285	0	5%
14.285	17.854	154	10%
17.854	21.442	511	12%
21.442	42.874	941	15%
42.874	64.297	4.156	20%
64.297	85.729	8.440	25%
85.729	114.288	13.798	30%
114.288	En adelante	22.366	35%

Elaborado por: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle-noticias?idnoticia=788&marquesina=1>

4.4.2 Impuesto al valor agregado

Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.

Todas las personas y sociedades que presten servicios y/o realicen transferencias o importaciones de bienes, deben pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Quienes hayan pagado el IVA podrán utilizarlo como crédito tributario en los casos contemplados en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Adicionalmente, las personas y sociedades designadas como agentes de retención mediante la normativa tributaria vigente, realizarán una retención del IVA en los casos que amerite.

Este impuesto se declara y paga de forma mensual cuando las transacciones gravan una tarifa y/o cuando se realiza retenciones de IVA y de forma semestral cuando las transacciones gravan tarifa 0%. (SRI, SRI, s.f.)

CAPÍTULO 5

5.1 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

En Troya Food al ser un restaurante de comida rápida estilo americano deberá manipular alimentos y bebidas los mismos que generarán residuos, por lo tanto, es indispensable identificar los impactos ambientales que se generan.

Uno de nuestros objetivos será diseñar un plan que nos permita disminuir el impacto ambiental que generará nuestro restaurante, incluirá planes de seguimiento, monitorio, contingencia y soluciones.

Troya Food tomará acciones para que se disminuya notablemente el impacto ambiental lo que a su vez será un buen impacto social

Por otro lado, se motivará entre los consumidores a participar en las distintas actividades que realice Troya Food.

Entre algunas de las medidas que tomaremos con restaurante es usar la mayoría de nuestros materiales reciclables y biodegradables a su vez se incentivará a los clientes a traer sus propios sorbetes, pero también tendremos sorbetes, además de tener basureros por categoría.

5.2 IMPACTO AMBIENTAL

Todos los plásticos queramos o no son parte de nuestra vida, por lo que Troya Food reciclará todos sus envases plásticos para después venderlos y tener un ingreso extra para el restaurante.

Del mismo modo con desechos orgánicos, se hablará con los proveedores de verduras o vegetales que necesitan compostas o abono orgánico para sus cultivos.

Una de las estrategias de Troya Food es la eliminación de sorbetes plásticos e implementar sorbetes de papel. Ya que no se puede eliminar de utilización de sorbetes

por lo que la mayoría de ecuatorianos a utilizado sorbetes para tomar gaseosas, jugos, batidos entre otros.

En el restaurante no se eliminará los sorbetes, pero si se utilizará sorbetes biodegradables e invita y premia a sus clientes que traigan su propio sorbete también se capacitará a los meseros para que expliquen a nuestros clientes el impacto ambiental de utilizar sorbetes de plástico ya que:

La organización afirma que diariamente se utilizan 500 millones de sorbetes a nivel mundial y que una persona puede usar 38.000 en toda su vida.

El tiempo que destinamos para su utilización es de 15 a 20 minutos, pero cada sorbete tarda cien años en degradarse. Luego de ser desechados llegan a los océanos y afectan a especies marinas que los ingieren pensando que son alimento. (universo, 2018)

5.3 IMPACTO SOCIAL

- **Generar trabajo**

Troya Food generará fuente de trabajo sin ninguna discriminación ya sea hombre, mujer cultura o etnia el restaurante dará trabajo dentro del restaurante y fuera, así como los proveedores que nos distribuyen productos ecuatorianos.

- **Capacitaciones**

A todos los empleados de Troya Food de les dará cursos, capacitaciones de acuerdo a las áreas correspondientes de cada empleado, para que el servicio y en la elaboración de los platillos sean del agrado del consumidor.

CAPÍTULO 6

6.1 PROCESO FINANCIERO

6.1.1 Objetivo de la inversión

La apertura de Troya Food como nuevo establecimiento hace frente a una serie de gastos económicos que incluye, desde grandes inversiones como los menajes como equipos industriales.

Por lo que generar ingresos con la venta de alimentos y bebidas será muy importante para recuperar la inversión y generar ganancias en un tiempo determinado, y a su vez pagar a sus empleados, proveedores, servicios básicos entre otros.

6.1.2 Elementos de la inversión

Troya Food ha realizado cuadros de todas las inversiones que se necesitará para la apertura del establecimiento los cuales son: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

6.1.3 Activos fijos

El inventario de activos fijos representa los bienes que el restaurante ha comprado para la producción y atención de sus clientes. (Siles, 2018)

Para la apertura del establecimiento involucra equipos industriales, de seguridad, equipos de computación muebles y enseres.

Tabla 26: Activos Fijos

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Equipos Ind. / seguridad	2215.25
Equipos de Computación	1315
Muebles - enseres	857,45
Total	4387.70

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.4 Activos diferidos

Es un conjunto de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa que generalmente se pagan por anticipado y cuya principal característica es que son intangibles. (agroproyectos, 2013)

Los gastos diferidos se definen a todos los gastos de constitución por la suma de \$500 lo que corresponde a los pagos para obtener los permisos de funcionamiento, abogado, traslado entre otros.

Tabla 27: Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	500

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.5 Capital de trabajo

Son recursos financieros que se debe contar para que el proyecto empiece a operar. Es decir, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos. (agroproyectos, 2013)

El capital de trabajo es una parte fundamental para el funcionamiento del establecimiento como son: sueldos, servicios básicos, material de oficina, material de limpieza, alquiler, publicidad, adquisición de materia prima y gastos financieros.

Tabla 28: Sueldos

PERSONAL	SUELDO S	ANUA L	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente Chef	500	6000	567	729	6162
Ayudante de Cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero y Cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1300	15600	1474,2	1895,4	16021,2

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 29: Decimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL, DECIMOS
Gerente Chef	500	400	500	900
Ayudante de Cocina	400	400	400	800
Mesero y Cajero	400	400	400	800
TOTAL	1300	1200	1300	2500

Elaborado por: Xavier Troya

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
16021,2	2500	18521,2

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 30: Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
Descripción	Pago mensual
Agua	\$ 35.00
Luz	\$ 70.00
Internet	\$ 30.00
TOTAL	\$135.00
TOTAL, ANUAL	\$1.620

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 31: Materiales de Oficina

MATERIALES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, resmas	2	\$4.50	\$9,00
Grapadora	1	\$8.00	\$16,00
Grapas (caja)	2	\$1.60	\$4,80
Esferos (caja)	2	\$4.50	\$9,00
Perforadora	1	\$4.73	\$4,73
Libreta	2	\$2.50	\$5,00
Carpeta de cartón 100 unidades	1	\$15.50	\$15,50
Tinta para impresora 125ml	4	\$4.75	\$19,00
Tijera	1	\$1.00	\$1,00
TOTAL			\$84,03
TOTAL, ANUAL			\$1.008,36

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 32: Material de Limpieza

MATERIAL DE LIMPIEZA			
Descripción	Cantidad	P. unitario	Precio total
Escobas	2	\$2.50	\$5.00
Trapeador	2	\$2.50	\$5.00
Cloro 1 Gal	1	\$3.75	\$3.75
Desinfectante 1Gal	1	\$4.50	\$4.50
Esponja lavaplatos	3	\$0.40	\$1.20
Paquete de funda de basura	1	\$0.75	\$0.75
Lavavajillas	1	\$1.25	\$1.25
Jabón líquido de manos 1Gal	1	\$4.00	\$4.00
Papel higiénico paquete de 12	1	\$6.65	\$6.65
Paquete de toalla de papel	1	\$3.50	\$3.50
Alcohol antiséptico 1Gal	1	\$7.50	\$7.50
TOTAL			\$43.10
TOTAL, ANUAL			\$517.20

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 33: Arriendo de Local

ARRIENDO DE LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$350	\$700	\$4200

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 34: Publicidad

PUBLICIDAD		
Facebook	3 veces semana	\$5.00 por mes
Instagram	3 veces a la semana	\$5.00 por mes
Tarjetas de presentación	1000	\$10
Total	Mensual	\$ 20
Total	Anual	\$ 240

Elaborado por: Xavier Troya

Se recolectará todos los valores que corresponde al Capital del Trabajo a lo que se incluirá el costo de Materia Prima el Gastos Financieros anuales, realizando el cálculo de la Tabla de Amortización.

Tabla 35: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	18521,2
Servicios Básicos	1620
Material oficina	1008,36
Material limpieza	517,2
Alquiler local	4200
Publicidad	240
Adquisición de materia prima	1800
Gastos financieros	1.911,31
TOTAL, INVERSION	34705,77

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.6 Depreciación de activos fijos

Es el valor que va perdiendo como consecuencia del desgaste por el uso que se tiene dentro del establecimiento. En los activos fijos encontramos: equipos industriales, equipos de computación y muebles y enseres, todos será detallado en la siguiente tabla.

Tabla 36: Depreciación de activos fijos

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS			
		%DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos Ind.	2215,25	10%	221,525
Equipos de Computación	1315	33,33%	438,2895
Muebles y Enseres	857,45	10%	85,745
			745,56

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.7 Amortizaciones

La amortización de Troya Food es de un 20% que viene a ser \$100 este es el valor que recupera el establecimiento por constitución de la misma ya que el monto por Gasto de constitución es de \$500.

Tabla 37: Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	500	20%	100

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.8 Estructura capital

Capital Propio: Con la suma de \$17330.18 que equivale a una estructura de 49.93% y un costo de 13% con una tasa de descuento de 6.5%.

Capital Financiero: De \$17375.59 que equivale a 50.07% de estructura y un costo de 11% que nos da el 5.5% de tasa de descuento.

Total, Inversión: es de \$34705.77 que en la estructura final nos da el 100% y en la suma absoluta de la tasa de descuento nos da un total de 12%.

Tabla 38: Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	17330,18	49.93%	13%	6,5%	
Capital Financiero	17375,59	50.07%	11%	5,5%	
TOTAL, INVERSION	34705,77	100%		12,0%	TMAR

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.9 Tabla de amortización

Nos indica a detalle los pagos que se debe realizar por el financiamiento de \$17375.59 con una tasa de 11% que será adquirida en la cooperativa de ahorro y crédito 23 de julio (ver anexo 1), en un plazo de 5 años por lo que se paga \$6131.00 que es el total al pago de interés y el pago capital de \$17375.59 que al final del periodo nos da un saldo de cero dólares.

Tabla 39: Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	17375,59			
TASA	11%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	17375,59
1	4701,32	1.911,31	2.790,00	14.585,59
2	4701,32	1.604,41	3.096,90	11.488,68
3	4701,32	1.263,76	3.437,56	8.051,12
4	4701,32	885,62	3.815,70	4.235,42
5	4701,32	465,90	4.235,42	0,00
	TOTAL	6.131,00	17375.59	
INTERES ANUAL		1.911,31		
INTERES SEMESTRAL		955,66		

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.10 Punto de equilibrio

Tabla 40: Punto de Equilibrio. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
Materia prima	150
Arriendo	350
Sueldos	1300
Ser. Básicos	135
TOTAL	1935

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 41: Margen de Contribución. Recetas estándar

DOS RECETAS ESTANDAR		
Precio	5,66	
Costo	2,46	
Ganancia	3,2	Margen de contribución

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 42: Punto de Equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=			
Producto venta	605		
Venta por día	21		
VENTA	605	5,66	3422,5
COSTO	605	2,46	1487,5
GASTO			1935
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Elaborado por: Xavier Troya

Tabla 43: Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
1315	7442,9	89314,8	ventas
1315	3234,9	38818,8	costo

Elaborado por: Xavier Troya

El punto de equilibrio nos indica las ventas que debemos realizar para no perder ni ganar, por lo que nos muestra una venta de 21 hamburguesas diarias, para no llegar a la quiebra y tener una ganancia y una buena rentabilidad se debe vender 44 hamburguesa días.

6.1.11 Costo de ventas

El costo de ventas se basa en un periodo de 5 años que se basa en las ventas producidas por el establecimiento

Las ventas producidas el primer año nos dará una utilidad neta de \$13790.63 mientras el que en 5 años se generará una utilidad neta de \$16670.31, a continuación, en la siguiente tabla se detallará año por año

Tabla 44: Flujo de ventas

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
Ventas		89314,80	92003,18	94772,47	97625,12	100563,64
Costo de ventas		38818,80	39987,25	41190,86	42430,71	43707,87
Utilidad bruta en ventas		50496,00	52015,93	53581,61	55194,42	56855,77
Gastos administrativos		18521,20	19078,69	19652,96	20244,51	20853,87
Servicios básicos		1620,00	1668,76	1718,99	1770,73	1824,03
Material ofic. y limpieza		1525,56	1571,48	1618,78	1667,51	1717,70
Alquiler		4200,00	4326,42	4456,65	4590,79	4728,97
Publicidad		240,00	247,22	254,67	262,33	270,23
Depreciaciones		745,56	745,56	745,56	745,56	745,56
Amortizaciones		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Utilidad operativa		23543,68	24277,80	25034,01	25812,98	26615,41
Gastos financieros		1911,31	1604,41	1263,76	885,62	465,90
Utilidad antes de impuestos		21632,37	22673,38	23770,25	24927,36	26149,51
Base impositiva		7841,73	8219,10	8616,72	9036,17	9479,20
Utilidad neta		13790,63	14454,28	15153,54	15891,19	16670,31

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.12 Flujo de caja

Nos ayuda a ver la liquidez que posee el establecimiento, a la entrada y salida del capital en un periodo determinado, brindándonos información necesaria acerca de la capacidad que tiene el restaurante para pagar deudas.

Tabla 45: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad operativa		23543,68	24277,80	25034,01	25812,98	26615,41
Depreciación		745,56	745,56	745,56	745,56	745,56
Amortización		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
- Base impositiva		7841,73	8219,10	8616,72	9036,17	9479,20
- Gastos financieros		1911,31	1604,41	1263,76	885,62	465,90
- Pago capital		2.790,00	3.096,90	3.437,56	3.815,70	4.235,42
= Flujo neto de caja	-34705,77	11.846,19	12.202,94	12.561,53	12.921,06	13.280,45

Elaborado por: Xavier Troya

6.1.13 Cálculo del TIR y el VAN

Para terminar el análisis financiero tenemos el de calcular el VAN y el TIR que consiste en:

6.1.13.1 VAN (VALOR ACTUAL NETO)

Es el cálculo a partir del flujo de caja anual, llevando todas las cantidades futuras al presente, todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por lo cual el VAN en la empresa es de \$9282.33.

6.1.13.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor presente neto es igual a cero. Esto nos ayuda a saber sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

El TIR debe ser mayor que el TMAR un aproximado del 10% más para obtener un rentabilidad adecuado que nos genere ganancia por lo cual el establecimiento tiene una 35.14% y eso nos dice que el emprendimiento tiene una gran rentabilidad.

Tabla 46: Calculo del TIR y el VAN

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	9.282,33
TIR	23,14%
TMAR	12,00%

Elaborado por: Xavier Troya

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Una vez realizado nuestro proyecto de Estudio de Factibilidad para la Creación de un Restaurante de Comida Rápida muestra la viabilidad de ejecución del mismo, de este modo muestra que la microempresa TROYA FOOD tiene un amplio mercado a su favor, debido a la ubicación y población que transita alrededor del sector donde se ubicará.
- La competencia a la que se enfrentará TROYA FOOD es enorme ya que ofrecemos comida rápida al igual que muchas cadenas de comida, pero uno de los factores importantes que jugará a favor de la microempresa son sus estrategias, constante crecimiento, conocimiento de la competencia que le permita a la microempresa una innovación constante.
- Gracias a las encuestas realizadas a 103 personas hemos podido determinar que el 77.7% de personas conoce el sector donde se ubicará TROYA FOOD y a su vez hemos podido determinar que el rango de precios que está dispuesta a cancelar el 74.8% de personas es de \$2.50 a \$5.00

7.2 Recomendaciones

- Al saber que el mercado de comida rápida está en constante crecimiento, se recomienda desarrollar estrategias de publicidad y marketing que permitan que TROYA FOOD se dé a conocer y tener clientes de todos los sectores de la ciudad de Quito.
- Establecer recetas estandarizadas para así evitar posibles errores futuros en cuanto a sabores o diseño de las hamburguesas y otros platos que hubiera.
- Mejorar la metodología del proyecto, enfocándonos más en el estudio de mercado que consideramos es una de las partes más importantes al momento de la colocación de TROYA FOOD.
- Establecer alianzas estratégicas con proveedores, es fundamental que con garanticen precios accesibles y nos otorguen créditos.
- Es recomendable ejecutar el proyecto ya que es rentable, sostenible y sustentable en el mediano y largo plazo.

ANEXOS

Anexo 1: Cooperativa 23 de Julio



23 años COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
¡Nuestro es nuestro mejor capital!

NOSOTROS · PRODUCTOS Y SERVICIOS · SUCURSALES Y CAJEROS

BANCA EN LÍNEA PERSONAS

Montos

Desde: \$5.000 USD
Hasta: \$160.000 USD

Calcula el valor de tu cuota a pagar **CALCULA TU CUOTA**

Solicita hoy mismo tu Crédito Comercial **SOLICÍTALO AHORA**

Tasa Nominal:
Desde: 10.96%

Plazo:
Hasta 60 meses

Tipo de Garantía:
Sin garante hasta \$20.000
Personal hasta \$30.000
Hipotecaria \$160.000

Anexo 2: Licuadora



Nuevo | 10 vendidos

Licuadora Profesional Umco 2hp 1500wremate

U\$S 78⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

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

Color: **Negro**

Cantidad: **1 unidad** (2 disponibles)

Comprar ahora

Anexo 3 Congelador



1 nuevo | 1 disponible

Congelador Rca 150 200 300 400 Litros L Ples Enfriador Dual

U\$S 219⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

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

Cantidad: **1 unidad** (864 disponibles)

Comprar ahora

Anexo 4: Refrigeradora



Nuevo | 15 vendidos

Walker Vitrina Exhibidora Refrigeradora 120 Litros

U\$S 189

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta crédito.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Ver costos de envío](#)

Color: Gris



Cantidad: 1 unidad (487 disponibles)

Anexo 5: Tanque de gas



Nuevo | 1 vendido

Tanque De Gas Industrial

U\$S 90

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

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

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Anexo 6: Campana Extractora



Nuevo | 6 vendidos

Campana Extractora De Cocina

U\$S 250

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (94 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Anexo 7: Counter



Counter Exhibidor
Recepción

U\$S 165

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

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

Cantidad: 1 unidad (3 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Anexo 8: Extintor



Nuevo | 3 vendidos

Extintor Tipo K(cold Fire) 5
Litros | Camein Venta Y
Recarga

U\$S 154

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

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

Cantidad: 1 unidad (997 disponibles)

[Comprar ahora](#)

3 años de garantía de fábrica.

Anexo 9: Juego de Mesas y Sillas



Nuevo | 54 vendidos

Silla Mesa Elegante Metálico
Bar Restaurante
Desayunador

U\$S 37⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

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

Cantidad: 1 unidad (450 disponibles)

[Comprar ahora](#)

REFERENCIAS

- agroyectos. (20 de Agosto de 2013). *agroyectos*. Obtenido de agroyectos:
<https://www.agroyectos.org/activo-fijo-diferido-y-capital-de-trabajo/>
- Davila. (s.f.). *turequerimiento* . Obtenido de turequerimiento :
<https://turequerimientoya.com/c-ecuador/derechos-del-trabajador-ecuador/>
- Siles, G. V. (8 de Noviembre de 2018). *VVyA* . Obtenido de VVyA: <https://cftvyv.com/aspectos-claves-para-gestionar-el-inventario-en-un-restaurante/>
- SRI. (s.f.). *SRI*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/retenciones-en-la-fuente>
- SRI. (s.f.). *SRI*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-al-valor-agregado-iva>
- TECNOPYMES. (11 de Abril de 2018). *TECNOPYMES*. Obtenido de TECNOPYMES:
<https://www.tecnopymes.com.ar/2018/04/11/la-evolucion-de-la-gastronomia-a-traves-de-la-tecnologia-moderna-2/>
- Turismo, M. d. (s.f.). *Ecuador* . Obtenido de Ecuador:
<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alimentos-y-bebidas>
- Turismo, Q. (s.f.). *QUITO* . Obtenido de QUITO : <https://www.quito-turismo.gob.ec/registro-turistico/>
- universo, e. (29 de Abril de 2018). *el universo* . Obtenido de el universo :
<https://www.eluniverso.com/vida/2018/04/29/nota/6735960/uso-sorbetes-plastico-esta-debate-mundial>