



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar – restaurante, dedicado a la elaboración de bebidas y picadas en base a productos de la provincia de Morona Santiago, en el sector del Itchimbía.

Plan de Negocio de Grado previo a la obtención del título de Técnico Superior en Gastronomía

AUTOR: López Bautista Ana Yadira

TUTOR: Lcdo. Baldeón Tobar Santiago Alejandro

D.M. Quito marzo 2020

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico principalmente a mis padres, por darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, ha sido un orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres.

A mis hermanas por estar siempre presentes, por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía, brindarme paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas. A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se han presentado.

Agradezco a mi tutor que ha sabido guiarme y compartir sus conocimientos, a todos los docentes que con su sabiduría, conocimiento y apoyo, me motivaron a desarrollarme como mejor persona y profesional.

AUTORIA

Yo, Ana Yadira López Bautista autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Ana Yadira López Bautista

Quito, marzo del 2020

Lcdo. Santiago Alejandro Baldeón Tobar

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

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.

Lcdo. Baldeón Tobar Santiago Alejandro

Quito, marzo del 2020

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El **Lcdo. Santiago Baldeón** por sus propios derechos en calidad de Director del trabajo fin de carrera; y el Sr./Srta Ana López por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO.- El Sr./Srta Ana Yadira López Bautista realizó el trabajo fin de carrera titulado: Proyecto de factibilidad para la creación de un bar – restaurante, dedicado a la elaboración de bebidas y picadas en base a productos de la provincia de Morona Santiago, en el sector del Itchimbia, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del Lcdo. Santiago Baldeón.

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

TERCERA: Los comparecientes, Lcdo. Santiago Baldeón. en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Sr./Srta. Ana López, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: Proyecto de factibilidad para la creación de un bar – restaurante, dedicado a la elaboración de bebidas y picadas en base a productos de la provincia de Morona Santiago, en el sector del Itchimbia, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Lcdo. Baldeón Tobar Santiago Alejandro

López Bautista Ana Yadira

Quito, marzo del 2020

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIA.....	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
1. Resumen ejecutivo.....	13
1.1. Naturaleza del proyecto.....	13
1.2. Marketing.....	13
1.3. Administración, producción o servicio.....	14
1.4. Contabilidad y finanzas.....	14
2. Organización empresarial.....	15
2.1. Nombre de la empresa.....	15
2.2. Descripción de la empresa.....	15
2.3. Tipo de empresa.....	15
2.4. Tamaño de la empresa.....	15
2.5. Localización de la empresa.....	15
2.6. Filosofía empresarial.....	16
2.7. Planificación estratégica empresarial.....	17
2.8. Estructura organizacional.....	19
2.9. Mano de obra requerida.....	19
2.10. Funciones específicas del puesto.....	21
2.11. Ventajas competitivas.....	23
2.12. Productos y/o servicios de la empresa.....	24
3. Proceso de Investigación de Mercados y Marketing.....	24
3.1. Objetivo de mercadotecnia.....	24
3.2. Investigación de mercado.....	25
3.2.1. Tamaño de la muestra.....	25
3.2.2. Formato de encuesta.....	26
3.2.3. Tabulación de las encuestas.....	28
3.3. Distribución y puntos de ventas.....	32
3.3.1 Sistema y plan de ventas.....	32

3.4.	Fijación y políticas de precios.....	33
3.5.	Plan de introducción del mercado.....	50
3.5.1.	Logotipo	52
3.5.2.	Promoción del producto o servicio.....	52
3.6.	Riesgos y oportunidades del negocio.....	52
3.7.	Objetivos del área de producción.....	53
3.8.	Especificaciones del producto.....	53
3.9.	Capacidad instalada	54
3.10.	Diseño y distribución de la planta y oficinas	60
4.	Proceso derecho empresarial	61
4.1.	Objetivo del área.....	61
4.2.	Marco legal de la empresa	61
4.2.1.	Constitución de la República.....	61
4.2.3.	Servicio de rentas internas	62
4.2.4.	Elaboración de estatutos	62
4.2.5.	Obtención de la Patente Municipal.....	62
4.2.6.	Obtención del RUC	63
4.2.7.	Aspectos legales, laborales, tributarias, mercantiles	64
5.	Proceso de impacto ambiental y social.....	66
5.1.	Objetivo del área.....	66
5.2.	Impacto ambiental.....	66
5.2.1.	Identificación de posibles impactos ambientales	66
5.2.2.	Medidas para contrarrestar los impactos encontrados.....	66
5.3.	Impacto social	66
5.3.1.	Generación de fuentes de trabajo.....	67
5.3.2.	Igualdad de género.....	67
5.3.3.	Satisfacción de una necesidad social prioritaria	67
6.	Proceso financiero	68
6.1.	Introducción.....	68
6.2.	Inversiones.....	68
6.3.	Activos diferidos	68
6.4.	Capital de trabajo.....	69
6.5.	Sueldos	70
6.5.	Depreciación activos fijos.	70
6.6.	Amortizaciones	71
6.7.	Estructura capital	71

6.8. Tabla de amortización	72
6.9. Punto de equilibrio	72
6.10 Costo de ventas	74
6.11. Flujo de caja	75
6.12. Calculo del TIR y el VAN	75
6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)	75
6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	76
7. Referencias	77
8. Anexos	78
9. Apéndices	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Funciones del Gerente.....	21
Tabla 2. Funciones del chef ejecutivo.....	22
Tabla 3. Funciones del barman.....	22
Tabla 4. Funciones del mesero.....	23
Tabla 5. Receta estándar Croquetas de Orito.....	33
Tabla 6. Receta de producción Croquetas de orito.....	34
Tabla 7. Cuadro Nutricional Croquetas de orito.....	35
Tabla 8. Receta estándar. Casabe relleno.....	36
Tabla 9. Receta de producción Casabe relleno.....	37
Tabla 10. Cuadro nutricional Casabe relleno.....	38
Tabla 11. Receta estándar Alitas BBQ silvestre.....	39
Tabla 12. Receta de producción Alitas BBQ silvestre.....	40
Tabla 13. Cuadro nutricional Alitas BBQ silvestre.....	41
Tabla 14. Receta estándar Coctel Amazónico.....	42
Tabla 15. Receta de producción y cuadro nutricional Coctel Amazónico.....	44
Tabla 16. Receta estándar Coctel de chonta.....	45
Tabla 17. Receta de producción y cuadro nutricional Coctel de chonta.....	46
Tabla 18. Receta estándar Coctel Guarapo borracho.....	48
Tabla 19. Receta de producción y cuadro nutricional Coctel Guarapo borracho.....	49
Tabla 20. Proveedores.....	50
Tabla 21. Clientes.....	50
Tabla 22. Competidores.....	51
Tabla 23. Productos Sustitutos.....	51
Tabla 24. Maquinarias.....	55
Tabla 25. Menaje de cocina.....	56
Tabla 26. Vajilla y menaje de bebidas.....	57
Tabla 27. Tecnología.....	58
Tabla 28. Inmuebles.....	58
Tabla 29. Equipo de Seguridad.....	58
Tabla 30. Material de limpieza.....	59
Tabla 31. Servicios básicos.....	59
Tabla 32. Material de oficina.....	59

Tabla 33. Pago arriendo.....	60
Tabla 34. Inversiones.....	68
Tabla 35. Activos diferidos.	68
Tabla 36. Capital de trabajo.....	69
Tabla 37. Detalles de inversión..	69
Tabla 38. Sueldos..	70
Tabla 39. Decimos.....	70
Tabla 40. Sueldos totales.	70
Tabla 41. Depreciación de activos fijos.....	71
Tabla 42. Amortizaciones.....	71
Tabla 43. Capital...	72
Tabla 44. Amortización..	72
Tabla 45. Datos punto de equilibrio..	72
Tabla 46. Margen de contribución.....	73
Tabla 47. Punto de equilibrio..	73
Tabla 48. Ventas /costos.....	73
Tabla 49. Costo de ventas.....	74
Tabla 50. Flujo de caja..	75
Tabla 51. VAN/ TIR.	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 . Ubicación de la empresa.....	16
Ilustración 2. Estructura organizacional.....	19
Ilustración 3.Tabulación pregunta 1.....	28
Ilustración 4 Tabulación pregunta 2.....	28
Ilustración 5. Tabulación pregunta 3.....	28
Ilustración 6. Tabulación pregunta 4.....	29
Ilustración 7 Tabulación pregunta 5.....	29
Ilustración 8. Tabulación pregunta 6.....	29
Ilustración 9. Tabulación pregunta 7.	30
Ilustración 10.Tabulación pregunta 8.....	30
Ilustración 11. Tabulación pregunta 9.....	30
Ilustración 12. Tabulación pregunta 10.....	31
Ilustración 13. Tabulación pregunta 11.....	31
Ilustración 14. Tabulación pregunta 12.....	31
Ilustración 15. Gráfico nutricional Croquetas de orito.....	35
Ilustración 16. Gráfico nutricional Casabe relleno.....	38
Ilustración 17. Gráfico nutricional Alitas BBQ silvestre.....	41
Ilustración 18. Gráfico nutricional Coctel Amazónico.....	44
Ilustración 19. Gráfico nutricional Coctel de chonta.....	47
Ilustración 20. Gráfico nutricional Coctel Guarapo borracho.....	50
Ilustración 21. Logotipo del Establecimiento.....	52
Ilustración 22. Plano de Bar restaurante Jungle's Night Bar.....	60
Ilustración 23. Tarjeta de presentación parte delantera.....	78
Ilustración 24. Tarjeta de presentación parte trasera.....	78
Ilustración 25. Diseño de menú.....	79
Ilustración 26. Uniforme informal para servicio.....	80
Ilustración 27. Promoción del establecimiento.....	80
Ilustración 28. Uniforme de servicio formal.....	81
Ilustración 29. Uniforme cocina.....	81
Ilustración 30. Implemento de oficina.....	82
Ilustración 31. Implemento de oficina.....	82

1. Resumen ejecutivo

1.1. Naturaleza del proyecto

Se plantea como proyecto de factibilidad la creación de un bar restaurante, en el barrio “El Dorado”, sector Itchimbia, estableciendo el giro de negocio, para clientes segmentados en edades desde aproximadamente los 22 a los 40 años, quienes serían los interesados en entrar a este tipo de establecimientos y consumir las picadas y bebidas ofrecidas, elaboradas con productos que no son conocidos especialmente para turistas nacionales y extranjeros. Se propone emplear frutas y productos de la amazonia como la chonta, caimos, tagua, membrillo, oregán, usando a su vez vajilla y menaje de bebidas de diversas plantas como son el pilche y la caña guadua, así como sorbetes naturales, de bambú y caramelo; siendo un establecimiento que pondrá énfasis en el cuidado del medio ambiente.

1.2. Marketing

Los tipos de mercadotecnia que se pretende usar para el crecimiento empresarial son los siguientes:

- **Marketing digital:** se manejarán diversas plataformas de redes sociales, como son: Facebook, agregando a esta, diferentes tipos de ofertas, promociones 2x1 y sorteos para consumos gratis o descuentos en días especiales o feriados; También se usará Instagram, en la cual se subirán fotografías de los diferentes productos a ofertar para llamar la atención del consumidor.
- **Email marketing:** se tratará de reforzar lazos con los clientes ya establecidos, obteniendo primero una base de datos, solicitando nombres y correos, con ello se realizará campañas de marketing a través del envío de e-mails personalizados según los gustos segmentados de los clientes, enviando promociones y ofertas especialmente para horas en las cuales no exista gran presencia de clientela.
- **Marketing verde:** se pretende atraer al cliente externo promocionando el lugar de forma amigable con el ambiente, es decir al promocionarlo por medio de imágenes en redes sociales como un sitio donde se usará vajilla de hojas naturales, madera, menaje de bebidas en bambú y más, al saber que las nuevas generaciones se preocupan mucho más por estos detalles, se espera tener así una mayor acogida.
- **Marketing corporativo:** se busca establecer estrategias de marketing dentro de una misma organización, con el objetivo de fidelizar a los clientes internos de la empresa y mejorar su productividad, esto mediante reuniones departamentales para promover

ideas y la creatividad, impulsando nuevas iniciativas para mejorar las ventas del establecimiento, motivándolos con bonificaciones por número de ventas; con reuniones interdepartamentales para crear mayor confianza, empleando tableros informativos para una mejor comunicación, realizando capacitaciones dinámicas de nuevas tendencias dentro de la mixología y cocina contemporánea- nutricional.

- **Mercadotecnia interna:** el marketing realizado en el lugar también será importante, se agregará un boletín con listas de bebidas especiales para cada día de la semana, carteles promoviendo música en vivo una vez al mes, colocando trípticos en el bar y en las mesas para anunciar las nuevas bebidas, los eventos especiales o las noches temáticas, a más de tener vasos personalizados y más implementos dentro del lugar.

1.3. Administración, producción o servicio

Para la administración y toma de decisiones importantes dentro del establecimiento se tomará en cuenta la participación de gerente, propietario e inversores; que se encargaran de:

- Crear un manual instructivo en cuanto a maquinarias y capacitar al personal en este aspecto.
- Organizar al equipo de clientes internos, gerente, chef, bar tender y mesero, distribuyendo sus cargos y manteniendo una correcta comunicación para que exista eficacia y profesionalismo.
- Dirigir al equipo de trabajo de forma amable y firme, para lograr los objetivos de la empresa y personal, manteniendo el orden constante dentro del establecimiento.
- Llevar un orden continuo dentro del trabajo del personal, controlar y retroalimentar el trabajo para garantizar una correcta ejecución en cada una de las áreas.

1.4. Contabilidad y finanzas

Dentro de contabilidad y finanzas se contemplarán los gastos establecidos para funcionamiento del lugar, presupuesto de marketing, licencia de funcionamiento en la cual se obtendrá documentos habilitantes de bomberos, ambiente, seguridad, salud, turismo, suelo, permiso de rotulación y otros; roles de pago, inmuebles y decoración interna, así como materia prima a usar para los diferentes servicios a ofertar.

2. Organización empresarial

2.1. Nombre de la empresa.

El nombre de la empresa a crear será Jungle's Night Bar, el cual hace referencia a la temática del lugar, teniendo en cuenta la selva y la mayor afluencia de clientela que se tendrá durante la noche.

2.2. Descripción de la empresa

El bar- restaurante contará con espacios acogedores dentro del establecimiento, espacios al aire libre y otros bajo cubierta, decorado de acuerdo a la temática la cual es la amazonia ecuatoriana, usando materiales reciclables, teniendo un estilo rústico es decir empleando ampliamente la madera para el mobiliario.

2.3. Tipo de empresa

La empresa será de tipo comercial de alimentos y bebidas, ofertando un estilo de cocina organic-fast food, teniendo en cuenta a su vez el uso de productos naturales y saludables como la tagua, chonta, papa china, palmito, y una amplia variedad de productos, empleando diversas técnicas de cocción.

2.4. Tamaño de la empresa

Será una micro empresa, esta es la más pequeña de las empresas, que generalmente surge de un emprendimiento personal, con una forma de producción en menor escala y con características personales en el área de comercio, producción, o servicios; Contará con un equipo de trabajo de 3 a 5 empleados.

2.5. Localización de la empresa

La localización de la empresa será en el Itchimbia, una parroquia urbana de la ciudad de Quito, ubicada en el barrio El Dorado en el centro norte de la ciudad, en la calle Antonio Elizalde, desde la cual se observa ampliamente el centro y norte de la ciudad.

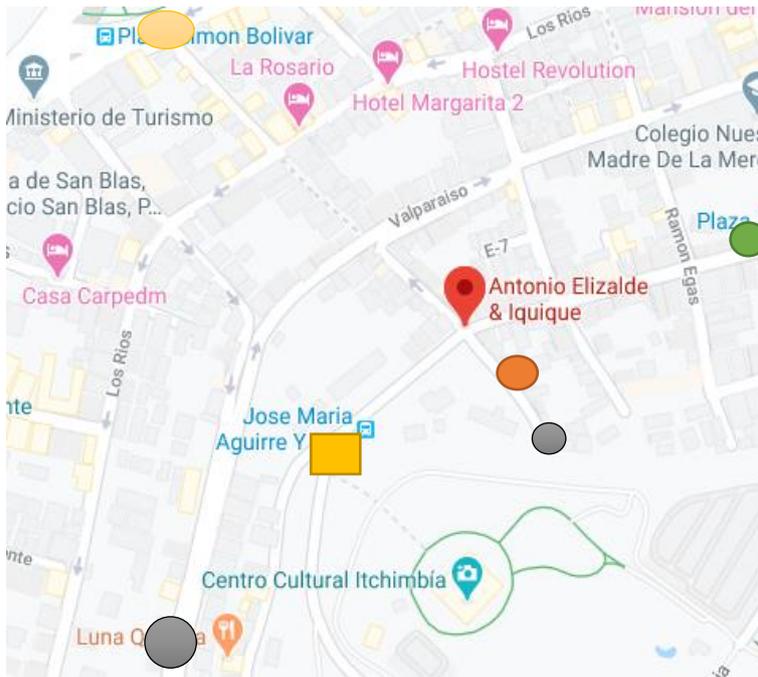


Ilustración 1 . Ubicación de la empresa (2020). Google maps.

La empresa se encuentra localizada al final de la calle Antonio Elizalde, a una cuadra está ubicada la entrada principal del parque Itchimbía.

- Universidad Central del Ecuador (Facultad de medicina)
- Jungle's night bar
- Plaza Simón Bolívar
- Entrada principal parque Itchimbía.
- Calle cerrada al paso vehicular.

2.6. Filosofía empresarial

- **Misión**

Empresa dedicada a la elaboración de bebidas y picadas en base a productos naturales y de calidad, brindando un servicio agradable a los clientes, en un ambiente diferente y divertido, con una temática y decoración interna del establecimiento diferente a lo comúnmente visto.

- **Visión**

Abrir dentro de 5 años, 3 a 5 sucursales en ciudades como Cuenca y Guayaquil, siendo así una empresa conocida ampliamente en el Distrito Metropolitano de Quito, ayudando así a mejorar el conocimiento y la revalorización de los productos locales y nacionales.

Filosofía

El trabajo, constancia, orden y disciplina son los factores del éxito de la empresa, esforzándose día a día para brindar a los clientes la mejor atención y servicio, así como una experiencia placentera, despertando gustos frente a productos innovadores y de calidad.

Valores

- La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de empleo y subsistencia
- Compromiso con la comunidad, la responsabilidad por el ámbito territorial y la naturaleza.
- La no discriminación, ni concesión de privilegios al equipo de trabajo.
- La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la responsabilidad de equipo.
- La puntualidad y transparencia en cada ámbito ejecutado dentro de las áreas de trabajo.

2.7. Planificación estratégica empresarial

En este punto se observará un análisis interno y externo realizado dentro del sector de interés para el negocio, empleando el análisis PEST (factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos) que hace un estudio pormenorizado de todas las variables externas, se encarga de investigar e identificar los factores generales que afectan a las empresas o marcas para establecer una estrategia comercial eficaz.

Análisis interno: dentro de la microempresa se establecerá contactos con proveedores dentro de la provincia de Pichincha y proveedores locales de la provincia de Morona Santiago para poder abastecerse con las frutas y productos de la región, se buscará proveedores que cuenten con las certificaciones requeridas que validen su producto como uno de calidad.

Formación del personal: Se buscará capacitadores adecuados para brindar capacitaciones al personal interno, esto de acuerdo a las necesidades que vayan surgiendo dentro del establecimiento, cada 4 o 6 meses; tener contactos para los diferentes controles de plagas que se realizaran cada mes; se establecerá manuales para un correcto uso y procedimientos dentro del área de producción, así como reglamentos internos para una mejor convivencia laboral.

Análisis político: al analizar la competencia externa, es decir a los bares y restaurantes ubicados en el sector, se observó que todos llevan reglamentos y permisos de funcionamiento al día, ya que estos al estar ubicados en un sector atractivo de la ciudad, cuidan mucho su categoría e imagen. La administración del país ha estado ayudando activamente a los emprendimientos y microempresas,

brindando facilidades como préstamos para poder consolidar los negocios, por lo que esto es positivo para el establecimiento.

Análisis económico: la situación económica dentro del sector el Dorado, es dinámica ya que existe la Facultad de medicina de la Universidad Central por lo cual se encuentran varios negocios o microempresas dirigidas a los estudiantes y docentes; En el sector del Itchimbía en la calle Manuel Samaniego existen varios restaurantes de alta categoría los cuales ofrecen cartas con precios que van desde \$5 a \$30; siendo este un punto positivo para establecer negocios en el sector ya que la gente que llega está dispuesta a pagar estos precios.

Análisis social: en lo social se evidencia la afluencia de una amplia clientela hacia los establecimientos de la zona, especialmente los fines de semana, en los cuales acuden personas de clase social media y alta, por lo que se puede observar el ingreso de vehículos de lujo; La aceptación de estos negocios por parte de la sociedad se ha dado gracias a los maravillosos paisajes de la ciudad de Quito, como la Virgen de El Panecillo y la Basílica del Voto Nacional, que se pueden apreciar desde el sector. El nivel de clase social en el lugar es medio, existiendo una amplia variedad de tiendas de las cuales son dueños quienes viven en el barrio. Gracias a que la zona es conocida, y que los negocios cuentan con una amplia variedad de clientes, se puede esperar que estos sientan curiosidad hacia un nuevo establecimiento y estén dispuestos a acudir a un nuevo lugar.

Análisis tecnológico: la tecnología marca la diferencia entre un negocio competitivo y aquel que no lo es, el nivel de adopción de nuevas tecnologías en la competencia dentro del sector es básica, cuentan con acceso a internet y un establecimiento cuenta con asesor; Por lo cual un negocio nuevo que cuente con equipos industriales y de buena calidad puede estar equipado para ser competencia frente a los demás establecimientos de la zona.

2.8. Estructura organizacional



Ilustración 2. Estructura organizacional. Ana López. (2020).

2.9. Mano de obra requerida

Los perfiles profesionales que se buscarán serán los siguientes:

Gerente:

- Formación específica en gestión y administración de empresas.
- Título académico tercer nivel.
- Mínimo 5 años de experiencia en el puesto de trabajo.
- Ser organizado.
- Pensamiento analítico y estratégico.
- Facilitar cooperación y trabajo interno.
- Liderazgo

Ayudante de cocina:

- Título tercer nivel en la carrera de gastronomía.
- Tener mínimo 2 años de experiencia en el puesto de trabajo.
- Tener la capacidad de mantener la calma bajo presión.
- Ser capaz de organizarse y tomar decisiones con rapidez.
- Poseer habilidades para el trabajo en equipo.
- Poseer buenas habilidades comunicativas.
- Tener creatividad e imaginación.

- Ser capaz de seguir los estándares en higiene y seguridad alimentaria.
- Ser capaz de seguir órdenes.
- Interés en el aprendizaje continuo.
- Iniciativa y dinamismo
- Flexible y polivalente

Bartender:

- Certificación de bar tender profesional.
- Experiencia de 5 años en el puesto.
- Certificado de idioma ingles nivel C1.
- Experiencia mínima de 2 años en cocina.
- Buena presentación.
- Cortesía hacia los clientes.
- Ser ordenado y limpio.
- Ser puntual y honesto.
- Tener un buen trabajo en equipo, saber escuchar.

Mesero:

- Certificación profesional.
- Experiencia mínima de 2 años en el puesto.
- Certificación ingles nivel C1-C2.
- Experiencia en cocina.
- Tener buena capacidad de comunicación
- Saber trabajar rápido y bajo presión.
- Ser ordenado y tener una buena presentación

2.10. Funciones específicas del puesto

Las funciones específicas de cada puesto serán las siguientes:

Puesto	Gerente
Misión	Gerencia de Alimentos y bebidas, departamento de marketing
Salario	\$ 400
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none">• Ejercer la representación legal de la empresa.• Realizar la administración dentro de las actividades de la empresa.• Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos.• Participar en reuniones departamentales.• Controlar y supervisar los reportes financieros, comparando resultados reales con los presupuestados• Gestionar las compras.• Controlar los niveles de inventarios.• Controlar los costos y rentabilidad de la empresa.• Tener a cargo el marketing y promoción del establecimiento.

Tabla 1. Funciones del Gerente. (2020). Ana López

Puesto	Ayudante de cocina
Misión	Producción en cocina
Salario	\$400
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de cocina • Pesar o medir los alimentos • Mezclar ingredientes para hacer salsas o aliños • Ayudar en la preparación de los platos listos para servir • Limpiar y ordenar la cocina y los utensilios • Guardar los alimentos en los espacios adecuados (despensa, nevera, congelador, etc.) • Llevar un seguimiento del stock de alimentos • Gestionar el control de los pedidos

Tabla 2. Funciones del chef ejecutivo. (2020). Ana López

Puesto	Bartender
Misión	Atención en barra.
Salario	\$400
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar de manera cualificada, autónoma y responsable, la venta, distribución y servicio de bebidas en el bar, así como la preparación de cócteles. • Preparar diferentes tipos de cócteles y bebidas combinadas. • Tomar los pedidos, distribuir y servir las bebidas con sus acompañamientos. • Examinar y controlar las existencias de mercancías. • Emitir facturas y cobrar al cliente.

Tabla 3. Funciones del barman. (2020). Ana López

Puesto	Mesero
Misión	Atención al cliente
Salario	\$400
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir, despedir, ubicar y aconsejar a los clientes. • Tomar los pedidos exactos de comida, bebida y comunica los detalles del pedido al personal de cocina según sea necesario. • Revisar la identificación del cliente, si es necesario, para asegurarse de que sea mayor de edad. • Revisar los platos y utensilios de cocina en busca de abolladuras o roturas antes de servir. • Verificar con los comensales para asegurarse de que están disfrutando de sus comidas y corregir cualquier problema. • Resolver problemas y quejas de los clientes, dentro de sus posibilidades de forma cortés.

Tabla 4. Funciones del mesero. (2020). Ana López

2.11. Ventajas competitivas

Se refiere a aquella capacidad que tiene una empresa de ser mejor que otra en un mercado determinado, es muy importante saber identificar cuál es la ventaja competitiva de la empresa para asegurar el éxito de la misma en el sector; Puede considerarse que una empresa tiene ventajas competitivas si su rentabilidad está por encima de la rentabilidad media del sector industrial en el que se desempeña. (www.universidadviu.com/)

Las ventajas competitivas con las que cuenta el bar restaurante son las siguientes;

- **Ubicación:** la ubicación del lugar es una gran ventaja frente a los demás establecimientos ya que, al estar en una terraza, tiene una vista privilegiada del Panecillo, parque Itchimbía, centro y norte de la ciudad de Quito; Además, la calle en la que se encuentra es cerrada y amplia por lo cual permite el estacionamiento de vehículos, con lo cual no cuenta la calle Manuel Samaniego, sector de los restaurantes como Vista Hermosa.

- **Productos naturales:** el establecimiento se diferenciará por trabajar con productos naturales, locales de la provincia de Morona Santiago, y al no ser conocidos por la población de Quito, ayudará para incrementar el interés del cliente y motivará a que los prueben.
- **Organic- Fast Food:** el término “Organic- Fast Food” hace referencia al uso de productos naturales con diferentes técnicas de cocción rápida como salteado, blanqueado, fritura de contacto, fritura profunda; Así también al tener una gran diversidad de productos, se servirán preparaciones diferentes como casabe de yuca o alitas con salsas de frutas exóticas como el membrillo, acompañadas de cocteles con frutas como la chonta o el guarapo que se conoce como el zumo extraído de la caña de azúcar.

2.12. Productos y/o servicios de la empresa

Los posibles productos que se ofertarán en la empresa de acuerdo a la producción por temporada será los siguientes:

- Yuca amarilla: casabe de yuca.
- Papa china: papa horneada.
- Chonta: cocteles.
- Membrillo: salsas BBQ.
- Tagua: cocteles.
- Caña de azúcar: cocteles.
- Hierbas como chillangua, paico, uña de gato, zarza parrilla, oreganón, albahaca de monte, todos estos para aromatizar diferentes preparaciones y realizar emulsiones.

3. Proceso de Investigación de Mercados y Marketing.

3.1. Objetivo de mercadotecnia

Promocionar el Jungles’s Night Bar a través de los diferentes medios digitales, especialmente las redes sociales como Facebook e Instagram que llegan a diferentes partes del país, así como a otros países, para lograr atraer a turistas tanto nacionales como extranjeros.

3.2. Investigación de mercado

La investigación de mercado Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo, es una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses (Nuño, 2017).

Dentro de la investigación se empleará el método cuantitativo, el cual se trata de la investigación cuantitativa para referirnos a estudios que apuntan a la medición, utilizando para ello técnicas estadísticas y, en general, el lenguaje matemático. Los datos se obtienen normalmente mediante las encuestas, la búsqueda de datos secundarios y la observación (Canaan, s/a).

En el caso de la investigación de mercado para el Jungles's Night bar se emplearán encuestas, estas ayudarán a la obtención de datos estandarizados que permitan conocer características generales y comunes de un determinado mercado.

3.2.1. Tamaño de la muestra

Se empleó la siguiente ecuación para conocer la media poblacional a la cual se aplicará la encuesta para recolección de datos.

$$n = \frac{Z^2 x p x q}{e^2}$$

En donde

Z = nivel de confianza.

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

e = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$$n = \frac{Z^2 x p x q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.15 \times 0.85}{(0.009)^2}$$

$$n = \frac{3.84 \times 0.05 \times 0.85}{0.0081}$$

$$n = \frac{0,4898}{0,0081}$$

$$n = 60,4$$

n = 60

3.2.2. Formato de encuesta

Dentro de la encuesta a realizar se encuentran las siguientes preguntas:

1. ¿Ha consumido usted productos de la Amazonia ecuatoriana?

Sí

No

2. ¿Le interesaría a usted que exista un bar restaurante que oferte este tipo de productos?

Sí

No

3. ¿Le interesaría conocer acerca de la cultura y cocina de la Amazonia ecuatoriana?

Sí

No

4. ¿Le llamaría la atención entrar a un establecimiento ubicado en una terraza tipo lounge, con vistas de la ciudad de Quito, en el sector Itchimbía?

Sí

No

5. ¿Asistiría usted a un establecimiento con una temática enfocada en la selva amazónica?

Sí

No

6. ¿Está usted a favor con el cuidado del medio ambiente, empleando el reciclaje para decoración y el uso de materiales naturales para el servicio de comida?

Sí

No

7. ¿Qué tipo de productos ecológicos le gustaría a usted que se usen para servir la comida?

Hojas de plátano

Hojas de bijao

Madera

Piedras

8. ¿En qué tipo de menaje le gustaría a usted que sean servidos los cocteles?

Bambú

Pilches

9. ¿En qué material le gustaría a usted que fueran elaborados los sorbetes?

Bambú

Caramelo

10. ¿Qué fruta le llamaría más la atención consumir en un coctel?

• Tagua

• Uva silvestre

• Chonta

• Caimo

• Badea

• No las conozco

11. ¿Consumiría usted alguno de los siguientes productos?

• Guanta

• Carachama

• Chontacuros

• No las conozco

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una picada y un coctel, preparados con productos del oriente?

\$10-15

\$15-20

\$20-25

3.2.3. Tabulación de las encuestas

A continuación, se presenta la tabulación de los datos obtenidos de las encuestas:

1. ¿Ha consumido usted productos de la Amazonia ecuatoriana?

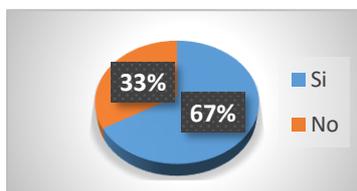


Ilustración 3. Tabulación pregunta 1. Ana López. (2020).

Del total de encuestados, el 67% ha consumido estos productos, ya sea alguno o varios, pero los han probado, por lo que sabrán que es lo que pueden encontrar en el establecimiento.

2. ¿Le interesaría a usted que exista un bar restaurante que oferte este tipo de productos?

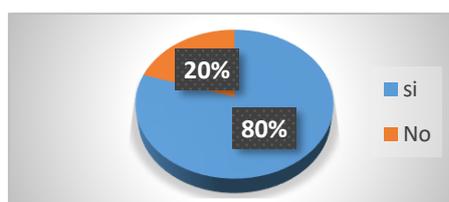


Ilustración 4 Tabulación pregunta 2. Ana López. (2020).

El 80% de encuestados, respondió que sí les interesaría que exista un bar restaurante con productos de la amazonia, ya que muchos saben que productos son procedentes de la región y lo encuentran interesante, por lo que es viable la apertura de este tipo de establecimiento en la ciudad de Quito.

3. ¿Le interesaría conocer acerca de la cultura y cocina de la Amazonia ecuatoriana?

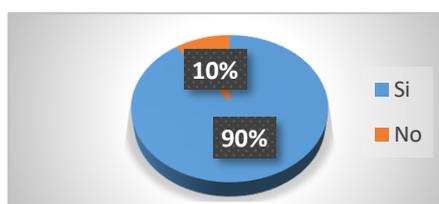


Ilustración 5. Tabulación pregunta 3. Ana López. (2020).

El 90% de los encuestados están interesados en la cultura y cocina de la Amazonia ecuatoriana, por lo cual se tiene un punto a favor para poder atraer a los clientes, con productos innovadores y a su vez propios de la región.

4. ¿Le llamaría la atención entrar a un establecimiento ubicado en una terraza tipo lounge, con vistas de la ciudad de Quito, en el sector Itchimbía?

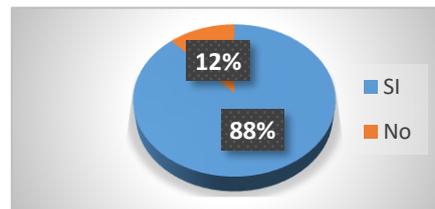


Ilustración 6. Tabulación pregunta 4. Ana López. (2020).

Al 88% de encuestados les llama la atención la ubicación del negocio, lo cual es una buena señal para saber que los clientes llegaran fácilmente al lugar.

5. ¿Asistiría usted a un establecimiento con una temática enfocada en la selva amazónica?

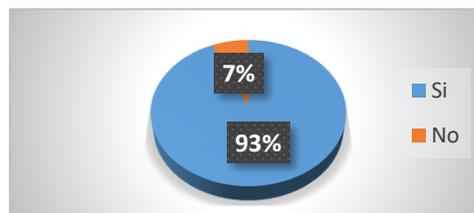


Ilustración 7 Tabulación pregunta 5. Ana López. (2020).

El 93% de las personas encuestadas afirmo que asistiría a un establecimiento con una temática de la amazonia, esto nos da a conocer que la mayoría tiene un interés en este tipo de lugares, ya que al no existir establecimientos así en la ciudad de Quito llama la atención a los ciudadanos.

6. ¿Está usted a favor con el cuidado del medio ambiente, empleando el reciclaje para decoración y el uso de materiales naturales para el servicio de comida?

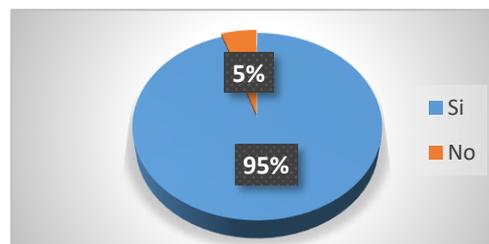


Ilustración 8. Tabulación pregunta 6. Ana López. (2020).

El 95% de las personas encuestadas están a favor del cuidado del medio ambiente, se encuestaron personas de edades entre 22-35 años, siendo estas las generaciones que se preocupan cada día más por el cuidado del planeta y al ser clientes potenciales se sentirán a gusto en un establecimiento que comparta sus ideales.

7. ¿Qué tipo de productos ecológicos le gustaría a usted que se usen para servir la comida?

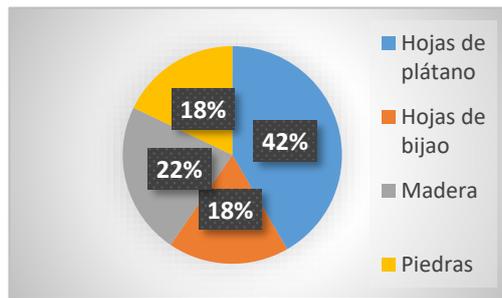


Ilustración 9. Tabulación pregunta 7. Ana López. (2020).

El producto con más acogida para ser usado en el servicio de comida es la hoja de plátano con un 42%, como segundo la madera y el menos interesante fueron las piedras, por lo cual se buscará una forma innovadora para usar este material.

8. ¿En qué tipo de menaje le gustaría a usted que sean servidos los cocteles?

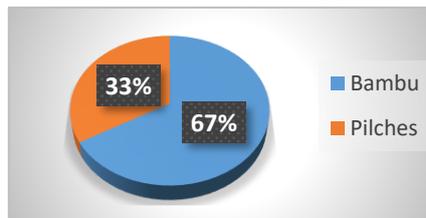


Ilustración 10. Tabulación pregunta 8. Ana López. (2020).

Al 67% de los encuestados les llama más la atención el uso de bambú como menaje de bebidas, por lo cual el pilche se usará de manera llamativa en ciertas bebidas, usándolos en diferentes tamaños y en diferentes bebidas, para llamar la atención del consumidor.

9. ¿En qué material le gustaría a usted que fueran elaborados los sorbetes?

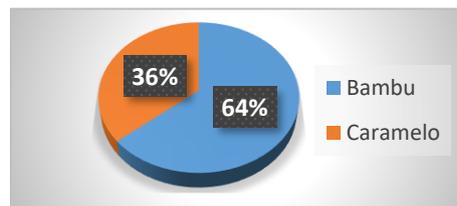


Ilustración 11. Tabulación pregunta 9. Ana López. (2020).

El 36% de encuestados respondió que prefería los sorbetes de caramelos, mientras que la mayoría los preferían de un material natural, ya que posiblemente no les agrada mucho el dulce, por lo cual se tratara de emplear sorbetes con sabores neutros.

10. ¿Qué fruta le llamaría más la atención consumir en un coctel?

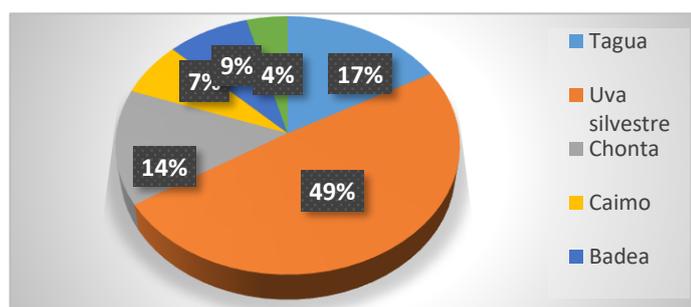


Ilustración 12. Tabulación pregunta 10. Ana López. (2020).

De los productos para ser posiblemente empleados en cocteles, los que llamaron más la atención fueron la uva silvestre, la tagua y chonta, por lo que se experimentara con estas frutas para lograr bebidas del agrado de los clientes.

11. ¿Consumiría usted alguno de los siguientes productos?

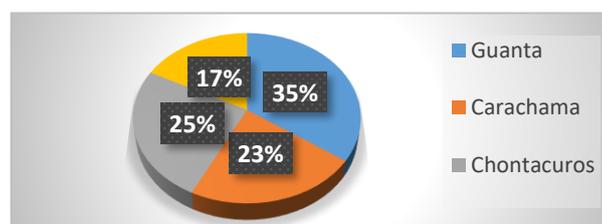


Ilustración 13. Tabulación pregunta 11. Ana López. (2020).

El producto con mayor acogida fue la guanta, luego la carachama y chontacuro, teniendo un 17% de encuestados que no conocían ninguna de estas proteínas, por lo cual se tratará de promocionar mucho más las posibles picaditas preparadas con estos productos.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una picada y un coctel, preparados con productos del oriente?

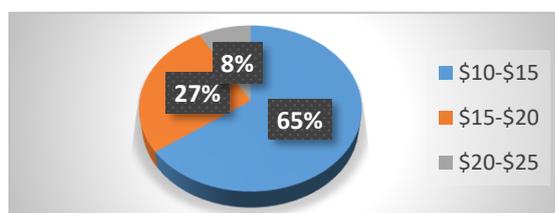


Ilustración 14. Tabulación pregunta 12. Ana López. (2020).

La mayoría de encuestados está de acuerdo con pagar un precio de \$10-\$15 por picada y bebida, ya que las personas prefieren precios cómodos, se dará una variedad de tamaños dentro de las picadas siendo así las más baratas con cantidades de 230- 250 g aproximadamente, y las más caras de 450- 500 g.

3.3.Distribución y puntos de ventas

La distribución es el conjunto de actividades que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor; podría considerarse como un sistema integrado de recursos físicos e intelectuales disponibles (propios y ajenos) alineados con el fin de colocar el producto en diferentes puntos de venta para para llegar al consumidor, cumpliendo ciertos criterios de cantidad, plazo y condiciones deseadas. (www.crecenegocios.com/)

Por definición el Punto de Venta o POS (*Point of Sale*) es el punto de contacto del consumidor con las marcas o productos para su compra. Es el lugar idóneo donde las marcas pueden posicionarse, se ha convertido de ser un canal de distribución a un medio donde las marcas enamoran o alejan a los consumidores. (<https://www.informabtl.com/>)

La distribución de los productos de Jungle's Night Bar se dará por medio de canales directos que relacionan al productor con el consumidor, sin intermediarios; Al hacer uso de este tipo de canal se permite tener un mayor control sobre los productos o sobre la venta de estos; por ejemplo, permite asegurar que los productos sean entregados en buenas condiciones y se pueda ofrecer un buen servicio o atención al cliente; Los puntos de venta de los productos serán in situ, es decir dentro del establecimiento ubicado en el sector Itchimbía, calles Iquique y Antonio Elizalde. Para otro segmento de clientes las ventas se darán por medio de un canal indirecto, al usar un intermediario para ofertar los productos y entregarlos a través de aplicaciones de pedidos como Uber Eats, Glovo o Rappi, logrando una mayor cobertura y aumentando los puntos de venta.

3.3.1 Sistema y plan de ventas

El sistema de ventas, se trata de una completa aplicación, para la gestión de clientes, proveedores y productos, incluyendo la posibilidad de realizar el registro de ventas de dichos productos y generar informes, tiene en cuenta el manejo relacionado con la facturación, cobranza, distribución y mercadeo (A.A, 2013). Se contará con un sistema de venta personal ya que se atenderá directamente a los clientes.

En el plan de ventas se tendrá un documento en el que queden prudentemente reflejadas las ventas del establecimiento para un periodo determinado de tiempo, promocionando los productos y servicios, definidos previamente y segmentando a los clientes hacia los cuales se espera llegar, seleccionando los canales de venta que se usaran, siendo estos directos e indirectos, con los puntos de venta dentro y fuera del negocio.

3.4.Fijación y políticas de precios

A continuación, se mostrarán las recetas estándar con los precios finales establecidos para las ventas:

		RECETA ESTÁNDAR		
Nombre del plato:	Croquetas de Orito		Código : 01	
Fecha de actualización:	18/03/2020		Chef: Ana López	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Oritos	g	1,00	150	0,15
Jamón de pollo	g	7,90	50	0,40
Huevos	g	2,50	60	0,15
Sal	g	0,80	1	0,00
Pimienta	g	2,20	5	0,01
Apanadura	g	4,00	50	0,20
Queso fresco	g	5,00	50	0,25
Ajo	g	2,00	5	0,01
Leche	ml	0,85	50	0,04
Harina	g	0,90	50	0,05
Aceite	ml	1,70	200	0,34
Chillangua	g	5,00	5	0,03
			Total Bruto	1,62
			10 % Imprevisto	0,16
			Costo Neto	1,78
			Gasto de fabr. 15%	0,27
			Factor Costo 33,33%	0,59
			M.O. 45%	0,80
			G. Adm. 12%	0,21
			45 % Utilidad	0,80
			sub total	4,46
			12 % I.V.A.	0,54
10 % Servicio	0,45			
Total	5,44			

Tabla 5. Receta estándar Croquetas de Orito. (2020). Ana López.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Croquetas de Orito		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
150	g	Oritos	0- 4°C	Puré
50	g	Jamón de pollo	4 - 18°C	Dorado
60	g	Huevo		Batido
1	g	Sal		
5	g	Pimienta		
50	g	Apanadura		
50	g	Queso fresco	4 - 18°C	Desmenuzado
5	g	Ajo		Picado finamente
50	ml	Leche	4 - 18°C	
50	g	Harina	4 - 18°C	
5	g	Chillangua	fresca	Picada finamente
200	ml	Aceite		No saponificado
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		1. Cocinar los oritos, luego restirar la cascara y majar hasta obtener una masa homogénea.		
		2. A la masa agregar harina, chillangua y rellenar con jamón previamente frito, formar las croquetas		
		3. Pasar las croquetas por huevo y apanadura y proceder a freír hasta que estén doradas		
		3. Para la salsa de queso, dorar el ajo, y agregar el queso licuado con la leche.		
		4. Dejar espesar la preparación y rectificar sabores con sal y pimienta.		
		Nota: si la salsa resulta muy líquida espesar con la ayuda de harina.		

Tabla 6. Receta de producción Croquetas de orito. (2020). Ana López.

Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)	Ingredientes
50	77	0,485	3,69	9,765	1,22	25	292	0	Jamón de pollo
150	165	1,35	0,3	2,1	43,05	0	0	0,75	Orito
60	88,2	1,098	5,964	7,545	0,46	253,8	84	0	Huevo
1	0	0,0033	0	0	0	0	387,6	0	Sal
5	12,75	1,443	0,163	0,5475	3,24	0	2,2	1,325	Pimienta
50	197,5	2,42	2,65	6,67	34,99	0	0,725	2,25	Apanadura
50	132	0,65	10,05	8,75	1,65	0	0	0	Queso
5	6,7	0,07	0,01	0,265	1,465	26,45	0,05	0	Ajo
50	38	0,95	0,12	1,49	6,065	4	66	0,7	Leche
50	182	0,585	0,49	5,165	38,155	0	1	1,35	Harina trigo
200	1768	0	200	0	0	0	0	0	Aceite

Tabla 7. Cuadro Nutricional Croquetas de orito. (2020). Ana López.

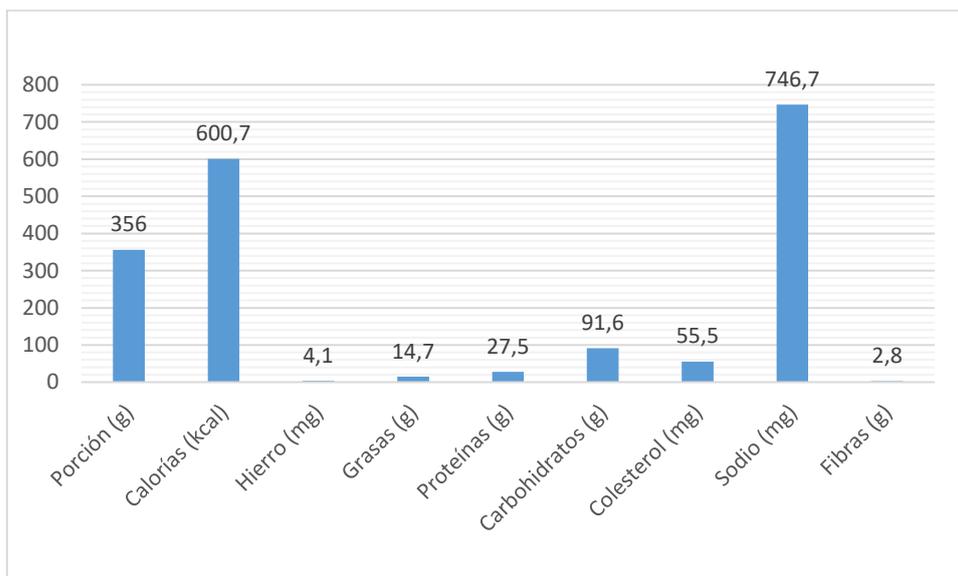


Ilustración 15. Gráfico nutricional Croquetas de orito. (2020). Ana López.

		RECETA ESTÁNDAR			
Nombre del plato:	Casabe relleno		Código : 02		
Fecha de actualización:	18/03/2020		Chef: Ana López		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL	
Yuca amarilla	g	1,00	100	0,10	
Sal	g	0,80	1	0,00	
Aceite	ml	1,70	100	0,17	
Chancho	g	5	150	0,75	
Palmito	g	5,00	20	0,10	
Cebolla paitaña	g	1,00	10	0,01	
Ajo	g	2,00	10	0,02	
Naranja	g	2,00	150	0,30	
Huevo	g	2,50	60	0,15	
Oreganón	g	2,00	5	0,01	
Albahaca silvestre	g	5,00	5	0,03	
Aguacate	g	1,00	20	0,02	
				Total Bruto	1,66
				10 % Imprevisto	0,17
				Costo Neto	1,82
				Gasto de fabr. 15%	0,27
				Factor Costo 33,33%	0,61
				M.O. 45%	0,82
				G. Adm. 12%	0,22
				45 % Utilidad	0,82
				sub total	4,56
				12 % I.V.A.	0,55
10 % Servicio	0,46				
Total	5,56				

Tabla 8. Receta estándar. Casabe relleno. (2020). Ana López.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Casabe relleno		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
100	g	Yuca amarilla	limpia/ pelada	Rallar
1	g	Sal		
5	g	Pimienta		
100	ml	Aceite		No saponificado
150	g	Chanco	0- 4°C	Descongelado
20	g	Palmito	4 - 18°C	
10	g	Cebolla paitaña	4 - 18°C	Caramelizar
10	g	Ajo	fresca	
150	g	Naranja	4 - 18°C	Zumo
60	g	Huevo		
5	g	Oreganón	4 - 18°C	Emulsión
5	g	Albahaca silvestre	4 - 18°C	Emulsión
20	g	Aguacate	4 - 18°C	Puré
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	1. Rallar la yuca, escurrirla, agregar sal y pimienta a la masa.			
	2. Hacer tortillas de aproximadamente 3 milímetros de espesor y dejar dorar en la sartén.			
	3. A el chanco agregar sal, pimienta, ajo y zumo de naranja.			
	4. Cocinar la carne lentamente hasta que este suave.			
	5. Caramelizar la cebolla con el palmito picado finamente.			
	6. Realizar una emulsión con huevo, aceite, oreganón y albahaca.			
	7. Realizar un puré con el aguacate y agregar unas gotas de limón y sal.			
	8. Servir todo junto.			

Tabla 9. Receta de producción Casabe relleno. (2020). Ana López.

Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)	Ingredientes
100	160	0,27	0,28	1,36	38,05		14	1,8	Yuca
1	0	0,0033	0	0	0	0	387,6	0	Sal
5	12,75	1,443	0,163	0,5475	3,24	0	2,2	1,325	Pimienta negra
100	884	0	100	0	0	0	0	0	Aceite vegetal
150	214,5	1,26	8,49	32,14	0	88,5	78	0	Chancho
20	5,2	0,16	0,04	0,44	1,04	0	0	0	Palmito
10	4,5	0,1	0,02	0,14	0,97	0	1	0	Cebolla
10	13,4	0,14	0,02	0,53	2,93	52,9	0,1		Ajo
150	67,5	0,3	0,3	1,05	15,6		1,5	0,3	Naranja
60	88,2	1,095	5,96	7,54	0,46	253,8	84	0	Huevo
5	1,35	0,158	0,03	0,127	0,217	0	0,2	0,195	Albahaca
20	32	0,11	2,93	0,4	1,706		1,4	1,34	Aguacate

Tabla 10. Cuadro nutricional Casabe relleno. (2020). Ana López.

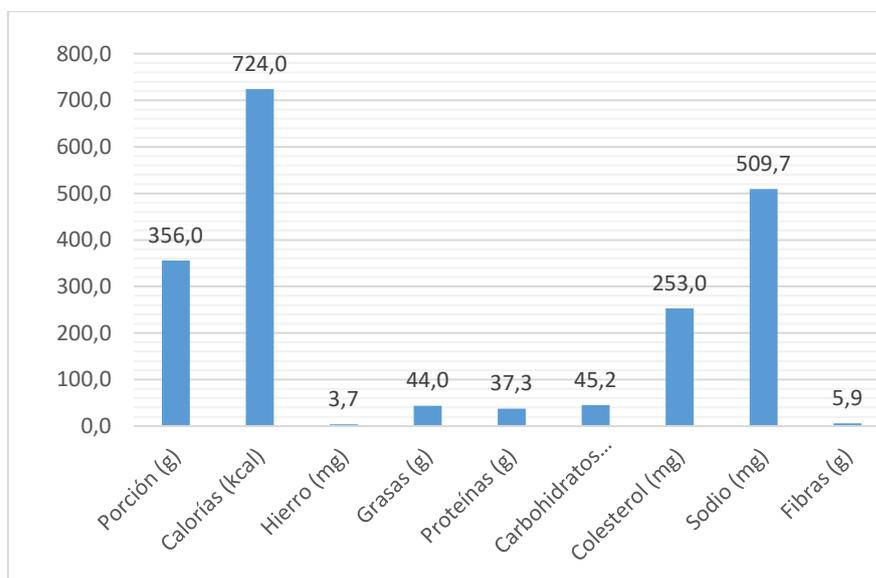


Ilustración 16. Gráfico nutricional Casabe relleno. (2020). Ana López.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR		
Nombre del plato:	Alitas BBQ silvestre		Código: 03	
Fecha de actualización:	18/03/2020		Chef: Ana López	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Alitas de pollo	g	4,00	150	0,60
Ajo en polvo	g	3,00	10	0,03
Sal	g	0,80	1	0,00
Pimienta	g	2,20	5	0,01
Harina	g	0,90	30	0,03
Aceite	ml	1,70	250	0,43
Cebolla paiteña	g	1,00	15	0,02
Tomate riñón	g	1,00	15	0,02
Pasta de tomate	g	8,50	45	0,38
Vinagre blanco	ml	4,00	15	0,06
Salsa inglesa	ml	8,13	15	0,12
Membrillo	g	3,00	50	0,15
Azúcar	g	1,20	30	0,04
Ají silvestre	g	2,00	5	0,01
Leche	ml	0,85	25	0,02
Hierba luisa	g	2,00	10	0,02
Limón mandarina	ml	2,00	5	0,01
Papa china	g	1,00	100	0,10
			Total Bruto	2,04
			10 % Imprevisto	0,20
			Costo Neto	2,24
			Gasto de fabr. 15%	0,34
			Factor Costo 33,33%	0,75
			M.O. 45%	1,01
			G. Adm. 12%	0,27
			45 % Utilidad	1,01
			sub total	5,61
			12 % I.V.A.	0,67
10 % Servicio	0,56			
Total	6,84			

Tabla 11. Receta estándar Alitas BBQ silvestre. (2020). Ana López.

NOMBRE DE LA RECETA		Alitas con salsa BBQ de membrillo picante		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
150	g	Alas de pollo	0- 4°C	Fritura Profunda
5	g	Ajo en polvo		
1	g	Sal		
5	g	Pimienta negra		
30	g	Harina		
250	ml	Aceite		
15	g	Cebolla paiteña	4 - 18°C	Refrito
15	g	Tomate riñón	4 - 18°C	Refrito
45	g	Pasta de tomate		Salsa BBQ
15	ml	Vinagre blanco		Salsa BBQ
15	ml	Salsa inglesa		Salsa BBQ
50	g	Membrillo	4 - 18°C/ pulpa	Salsa BBQ
30	g	Azúcar		Salsa BBQ
25	ml	Leche		Infusión
5	g	Ají silvestre	maduro- fresco	Salsa BBQ
10	g	Hierba luisa	fresca- lavada	Infusión
5	ml	Limón mandarina		Emulsión
100	g	Papa china	4 - 18°C	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		1. Sazonar las alas de pollo, agregar el ajo en polvo, sal, pimienta y harina.		
		2. Dejar reposar las alitas, luego calentar el aceite y freír.		
		3. Realizar un refrito con el tomate, cebolla, ajo, agregar el vinagre, la pasta de		
		tomate, salsa inglesa, el ají y la pulpa del membrillo, licuar y volver al fuego, agregar el azúcar y dejar espesar.		
		4. Realizar una emulsión con la leche previamente aromatizada con hierba luisa y aceite.		
		4.Rectificar sabores de la emulsión, y adicionar gotas de zumo de limón.		
5.Cocinar la papa china, retirar la cascara y hornear hasta que estén crujientes.				

Tabla 12. Receta de producción Alitas BBQ silvestre. (2020). Ana López.

Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)	Ingredientes
150	481,5	0,187	33,24	39,17	3,59	121,5	115,5	0,15	Alas fritas
5	6,7	0,07	0,01	0,265	1,465	26,45	0,05		Ajo
1	0	0,0033	0	0	0	0	387,6	0	Sal
5	12,75	1,443	0,163	0,5475	3,24	0	2,2	1,325	Pimienta negra
30	109,2	0,351	0,294	3,099	22,893		0,6	0,81	Harina
250	2210	0	250	0	0	0	0	0	Aceite
15	6,75	0,15	0,03	0,21	1,45	0	1,5	0	Cebolla
15	3,15	0,09	0,045	0,12	0,69	0	0,75	0,18	Tomate
45	36,9	1,33	0,21	1,935	8,5	0	44	2,02	Pasta de tomate
15	3,15	0,03			0,139		0,75	0	Vinagre blanco
15	10,05	0,795	0	0	2,919	0	147	0	Salsa inglesa
50	28,5	0,35	0,05	0,2	7,65		2	0,95	Membrillo
30	115,2	0,03	0	0	29,73	0	0	0	Azúcar blanca
25	19	0,47	0,06	0,74	3,03	2	33	0,7	Leche
5	1,9	0,085	0,03	0,095	0,4	0	0,35	0	Ají
5	1,25	0,0015	0	0,019	0,43	0	0,05	0,02	Limón
100	58	3,24	0,1	2,57	12,44	0	10	2,5	Papas/cascara cruda

Tabla 13. Cuadro nutricional Alitas BBQ silvestre. (2020). Ana López.

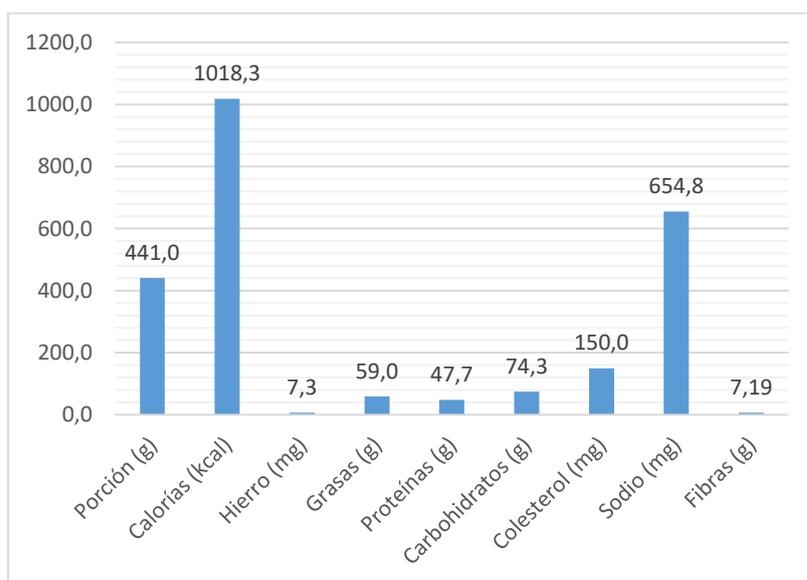


Ilustración 17. Gráfico nutricional Alitas BBQ silvestre. (2020). Ana López.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR		
NOMBRE DEL PLATO:		Coctel Amazónico		Código : 04
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		18/03/2020		Chef: Ana López
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Tagua	g	2,00	50	0,10
Azúcar	g	1,20	15	0,02
Agua	ml	1,00	10	0,01
Limón mandarina	g	1,00	15	0,02
Hielo	g	2,00	80	0,16
Tequila	ml	13,00	15	0,20
Vodka	ml	8,00	60	0,48
Toronjil	g	1,00	5	0,01
Hielo seco	g	5,00	15	0,08
			Total Bruto	1,06
			10 % Imprevisto	0,11
			Costo Neto	1,16
			Gasto de fabr. 15%	0,17
			Factor Costo 33,33%	0,39
			M.O. 45%	0,52
			G. Adm. 12%	0,14
			45 % Utilidad	0,52
			sub total	2,91
			12 % I.V.A.	0,35
10 % Servicio	0,29			
Total	3,55			

Tabla 14. Receta estándar Coctel Amazónico. (2020). Ana López.

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Coctel amazónico		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
50	g	Tagua	limpia/ pelada	Macerar
15	g	Azúcar		Licuar
10	ml	Agua		Licuar
15	g	Limón mandarina	4 - 18°C	Zumo
80	g	Hielo	0- 4°C	
15	ml	Tequila		
60	ml	Vodka		
5	g	Toronjil	Fresco	
15	g	Hielo seco	0- 4°C	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	1. Triturar la fruta con la mitad del azúcar granulada y toronjil.			
	2. Licuar el resto del azúcar con el agua.			
	3. Agregar a la coctelera con la fruta ya macerada la mitad de hielo, vodka, tequila, zumo de limón y el azúcar.			
	4. Shakear, y servir pasando por un colador, agregar el sobrante de hielos y los hielos secos, decorar a gusto			

Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)	Ingredientes
15	57,6	0,015	0	0	14,86	0	0	0	Azúcar
15	3,75	0,0045	0	0,057	1,29	0	0,15	0,06	Limón mandarina
15	39,9	0,015	0	0	0	0	0,003	0	Tequila
60	141	0	0	0	0	0	0,6	0	Vodka

Tabla 15. Receta de producción y cuadro nutricional Coctel Amazónico. (2020). Ana López.

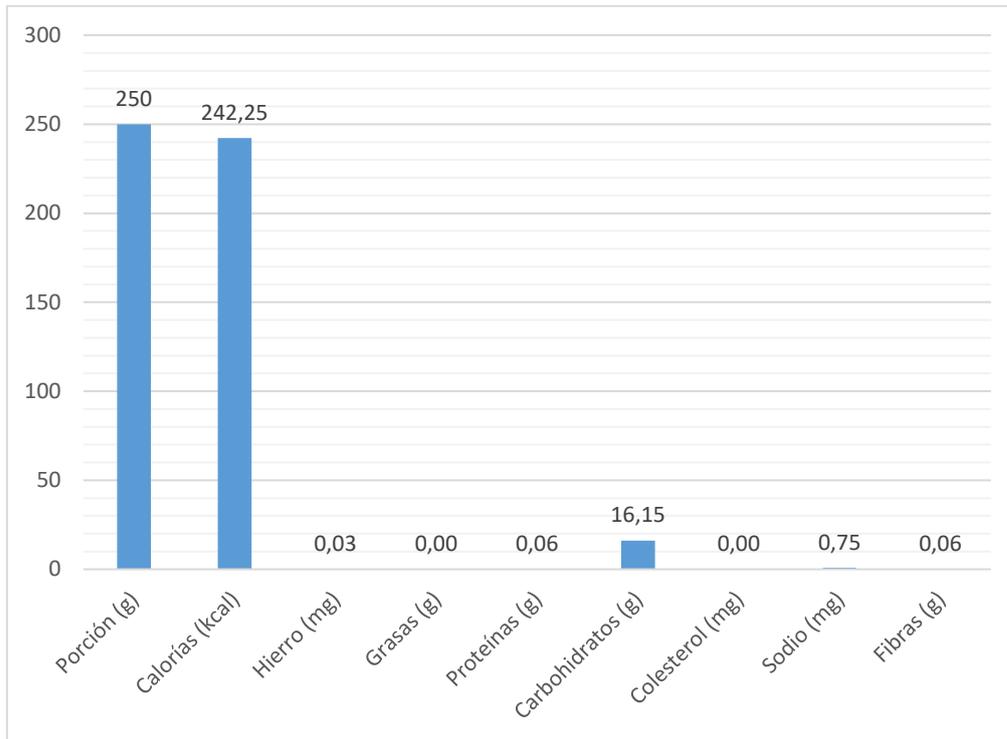


Ilustración 18. Gráfico nutricional Coctel Amazónico. (2020). Ana López.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR		
NOMBRE DEL PLATO:		Coctel de Chonta		Código :05
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		18/03/2020		Chef: Ana López
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Chonta	g	2,00	50	0,10
Azúcar	g	1,20	20	0,02
Agua	ml	1,00	15	0,02
Limón mandarina	g	1,00	15	0,02
Hielo	g	2,00	50	0,10
Vodka	ml	8,00	30	0,24
Tequila	ml	13,00	60	0,78
Guayusa	g	1,00	5	0,01
			Total Bruto	1,28
			10 % Imprevisto	0,13
			Costo Neto	1,41
			Gasto de fabr. 15%	0,21
			Factor Costo 33,33%	0,47
			M.O. 45%	0,63
			G. Adm. 12%	0,17
			45 % Utilidad	0,63
			sub total	3,52
			12 % I.V.A.	0,42
10 % Servicio	0,35			
Total	4,30			

Tabla 16. Receta estándar Coctel de chonta. (2020). Ana López.

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Coctel de chonta		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
50	g	Chonta	limpia/ pelada	cocinar
20	g	Azúcar		Licuar
15	ml	Agua		licuar
15	g	Limón mandarina	4 - 18°C	Zumo
50	g	Hielo	0- 4°C	
30	ml	Vodka	4 - 18°C	
60	ml	Tequila	4 - 18°C	
5	g	Guayusa	fresca	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	1. Triturar la chonta con la mitad del azúcar granulada.			
	2. Licuar el resto del azúcar con el agua.			
	3. Agregar a la coctelera con la chonta la mitad de hielos, tequila, vodka macerado con guayusa, zumo de limón y azúcar.			
	4. Shakear, servir pasando por un colador.			
	5. servir en el pilche con más hielos y decorar a gusto.			

Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)	Ingredientes
50	98	0,5	2,2	1,3	20,85	0	0	0	Chonta
15	57,6	0,015	0	0	14,86	0	0	0	Azúcar
15	3,75	0,0045	0	0,057	1,29	0	0,15	0,06	Limón mandarina
30	70,5	0	0	0	0	0	0,3	0	Vodka
60	159,6	0,06	0	0	0	0	0,012	0	Tequila

Tabla 17. Receta de producción y cuadro nutricional Coctel de chonta. (2020). Ana López.

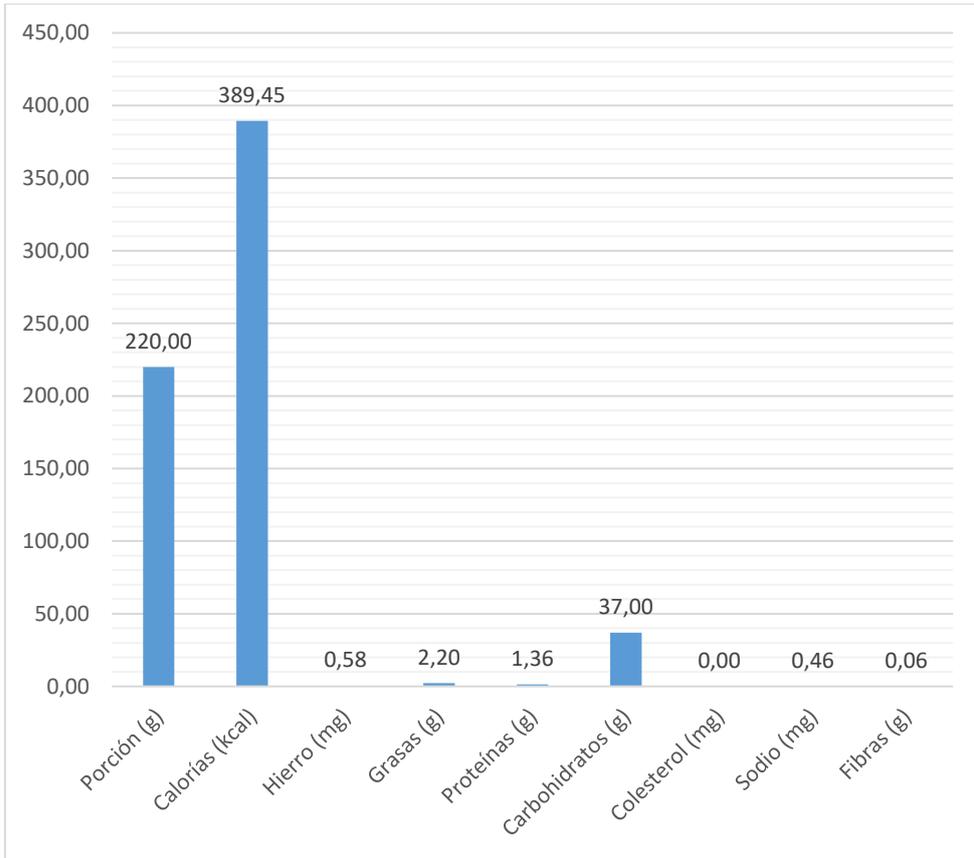


Ilustración 19. Gráfico nutricional Coctel de chonta. (2020). Ana López.

Bebida opcional en caso de no estar en temporada de chonta.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR		
NOMBRE DEL PLATO:		Guarapo borracho		Código :06
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		18/03/2020		Chef: Ana López
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Jugo de Caña	ml	2,00	60	0,12
Azúcar	g	1,20	10	0,01
Agua	ml	1,00	10	0,01
Limón mandarina	g	1,00	15	0,02
Hielo	g	2,00	75	0,15
Vodka	ml	8,00	60	0,48
Hierba luisa	g	1,00	5	0,01
Tequila	ml	13,00	15	0,20
Hielo seco	g	5,00	15	0,08
			Total Bruto	1,06
			10 % Imprevisto	0,11
			Costo Neto	1,17
			Gasto de fabr. 15%	0,18
			Factor Costo 33,33%	0,39
			M.O. 45%	0,53
			G. Adm. 12%	0,14
			45 % Utilidad	0,53
			sub total	2,92
			12 % I.V.A.	0,35
			10 % Servicio	0,29
			Total	3,57

Tabla 18. Receta estándar Coctel Guarapo borracho. (2020). Ana López.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Guarapo borracho		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
60	ml	Jugo de caña	Fresco	
10	g	Azúcar		
10	ml	Agua		Licuar
15	g	Limón mandarina	Zumo	Licuar
75	g	Hielo	0- 4°C	
60	ml	Vodka	4 - 18°C	Macerar
5	g	Hierba Luisa	4 - 18°C	Macerar
15	ml	Tequila	fresca	
15	g	Hielo seco	4 - 18°C	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		1. Licuar el azúcar con el agua.		
		2. Agregar a la coctelera el jugo de la fruta, la mitad de hielos.		
		4. Agregar el vodka macerado con hierba luisa, zumo de limón y el azúcar procesado.		
		3. Shakear y servir en el vaso acompañado de más hielos		
		4. Decorar con hielos secos, y plantas aromáticas a gusto.		

Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)	Ingredientes
60	25,2	0,72	0	0,06	3,6	0	0	0	Jugo de caña
10	38,4	0,01	0	0	9,91	0	0	0	Azúcar
15	3,75	0,0045	0	0,057	1,29	0	0,15	0,06	Limón mandarina
60	141	0	0	0	0	0	0,6	0	Vodka
15	39,9	0,015	0	0	0	0	0,003	0	Tequila

Tabla 19. Receta de producción y cuadro nutricional Coctel Guarapo borracho. (2020). Ana López.

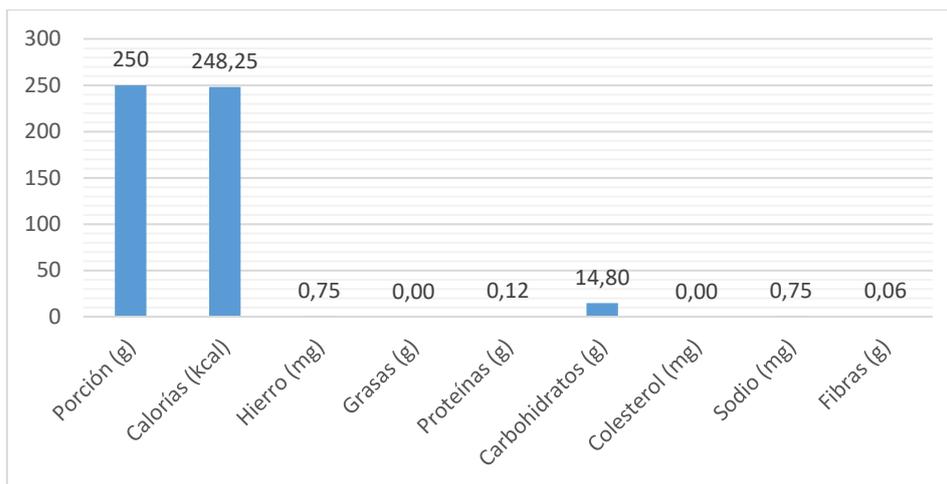


Ilustración 20. Gráfico nutricional Coctel Guarapo borracho. (2020). Ana López.

3.5. Plan de introducción del mercado

Análisis 5 fuerzas de Porter:

Proveedores

Numero	Proveedor a evaluar	Puntuación (3)	Ponderación
1	Carnes de caza	1	
2	Carnes blancas	2	
3	Legumbres y verduras	3	2
4	Frutas silvestres	1	
5	Abarrotes	3	

Tabla 20. Proveedores. (2020). Ana López

Medio: Dentro de Quito para abastecer la industria de alimentos y bebidas se encuentra una gran variedad de proveedores y mercados, mediante los cuales se puede abastecer el negocio, mientras que los proveedores de la carne de caza son escasos, siendo este un problema ya que existe solamente 1 lugar certificado y conocido dentro de la provincia de Morona Santiago, por lo que se dificulta el uso de estas carnes hasta poder encontrar más de un proveedor.

Clientes

Numero	Clientes a evaluar	Puntuación(3)	Ponderación
1	Personas naturales	2	
2	Turistas nacionales	2	1,6
3	Turistas extranjeros	1	

Tabla 21. Clientes. (2020). Ana López

Bajo: Los clientes principalmente turistas, buscan lugares que brinden nuevas experiencias, que ofrezcan sabor, buen servicio teniendo en cuenta el costo, esperando siempre precios accesibles o dispuestos a pagar un valor un poco más alto de lo normal si se ofrecen servicios de calidad, esto principalmente los turistas extranjeros.

Nuevos competidores

No es común encontrar nuevos locales de alimentos y bebidas que sigan la misma línea de temática de la amazonia, ya que el ingreso financiero de los primeros meses e inclusive el año truncan el crecimiento o expansión de los establecimientos, por lo cual posibles dueños no se arriesgan a abrirlos. No es necesario realizar una ponderación para este caso porque no hay nuevos competidores que entren a ser potenciales amenazas.

Bajo: para las nuevas empresas es muy difícil entrar al mercado competitivo y mantenerse estables por un tiempo prolongado, lo cual es una ventaja frente a Jungle's Night Bar.

Rivalidad entre empresas competidoras

Numero	Competidores	Puntuación (3)	Ponderación
1	Luna Quiteña	3	
2	Vista Hermosa	2	2,3
3	Pim's	2	

Tabla 22. Competidores. (2020). Ana López

Medio: Dentro del sector de interés se muestra que los competidores se encuentran posicionados en el mercado, pero esto debido al conocimiento de los lugares, mas no por sus productos o servicios que son ofertados a precios altos, al no tener temáticas definidas, se obtiene puntos a favor ya que los clientes podrán ir a un lugar de mayor interés, con buenos servicios de atención y buena comida.

Productos sustitutos

Numero	Productos	Puntuación (3)	Ponderación
1	Café Mosaico	2	
2	La Azotea	2	2
3	Pim's	2	

Tabla 23. Productos Sustitutos. (2020). Ana López

Media: Los negocios sustitos indirectos del establecimiento son principalmente lugares que ofertan bebidas y comida repetitiva, a diferencia del Bar que se establecerá, el cual ofrece productos y experiencias diferentes.

3.5.1. Logotipo



Ilustración 21. Logotipo del Establecimiento. (2020). Ana López.

El logotipo fue escogido ya que sus colores aportan a la temática del establecimiento, el negro y blanco reflejan elegancia, mientras que el verde refleja la naturaleza, la selva y el amarillo ayuda a llamar la atención.

3.5.2. Promoción del producto o servicio

Los productos se promocionarán por medio de las diferentes plataformas de redes sociales como Instagram, invitando a la gente a conocer por medio de fotografías, la materia prima en su entorno natural que será usada para cada elaboración, desde las salsas a los cocteles, contarán una historia de procedencia que ayudara a llamar la atención del consumidor y observar por estos medios que sus alimentos serán preparados con productos naturales.

3.6. Riesgos y oportunidades del negocio

Dentro de los riesgos y oportunidades que se pueden tener para el establecimiento se plantea los siguientes:

Riesgos

- Producto: al emplear productos de la amazonia ecuatoriana se tiene el riesgo de que ocurra algún imprevisto durante el transporte y entrega de estos, lo cuales pueden ser

desde desastres naturales, hasta accidentes en las vías o demora en la entrega por problemas del transporte, lo cual podría llevar a recibir productos de mala calidad por el tiempo de demora.

- Proveedores: se puede tener riesgos al entregar los productos con los proveedores, estos pueden demorar en su entrega, o no llegar a la fecha acordada, siendo un mayor peligro los proveedores de los productos del oriente, ya que al encontrarse en otra provincia se deberá tener una comunicación constante para estar al tanto de los productos.
- Competencia: al encontrarse varios restaurantes y bares por el sector Itchimbia, hay desventajas al empezar el negocio, ya que estos lugares se encuentran posicionados en la mente de los consumidores, quienes los prefieren por ser conocidos.

Oportunidades

- Cultura: ser un promotor de la cultura de la amazonia, por medio de los productos que se emplearán y las preparaciones que llamarán la atención se esperará dar a conocer mucho más sobre esta provincia del Ecuador y que los clientes debido a ello amplíen sus horizontes, compren y consuman mucho más los productos que se cultivan en esta región.
- Producto-temática: la temática del establecimiento ligada a los productos que se ofrecerán, al ser diferentes a los que se encuentran en el sector, presenta una gran oportunidad de negocio y de ser acogida por parte de los clientes.

3.7.Objetivos del área de producción

Los objetivos dentro del área de producción del establecimiento serán:

- Trabajar con buenos proveedores.
- Emplear buena materia prima para las elaboraciones.
- Servir productos de calidad y del agrado de los clientes.
- Trabajar con buenas BPMS.
- Trabajar con personal capacitado.
- Brindar un servicio en el menor tiempo de espera posible.

3.8.Especificaciones del producto

- **Yuca:** el uso de este tubérculo es muy tradicional en la amazonia, se quiere dar a conocer que existen varias preparaciones fuera de lo común, como el cazabe que se lo puede servir de diferentes maneras, como relleno, que es de la manera que se

servirá en el establecimiento, dando a conocer así la unión de sabores diferentes en preparaciones novedosas.

- **Frutas silvestres:** se usarán frutas como el membrillo, uva silvestre, chonta, tagua caña de azúcar, para la elaboración de salsas BBQ y cocteles, dando a conocer por medio de estas preparaciones las frutas que existen en la selva y no son conocidas fuera de la provincia, para lograr una mayor conciencia en la sociedad de los productos que son cultivados en la zona y que pueden ser exportados fuera de esta para su mayor consumo y apoyo a los productores.
- **Plantas silvestres:** la guayusa, oreganón, hierba luisa silvestre, albahaca silvestre, palmito, todas de uso tradicional en las comunidades de la amazonia.

3.9.Capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. Es un aspecto importante del sistema de producción, se trata de una medida de eficiencia que se puede ajustar de tal manera que la producción esté de acuerdo con la demanda, si la demanda es mayor que la capacidad, entonces no se podrá abastecer al cliente, por otro lado, si la capacidad es mayor que la demanda, se tendrán muchos trabajadores y máquinas inactivos. (Jara, 2015)

A continuación, se detallará las proformas de los equipos y menaje necesarios:

Artículo	Cantidad	Precio	Proveedor	Uso
Freidora industrial	1	\$170	Mercado libre	Frituras, papas, alitas
Cocina industrial 6 quemadores	1	\$300	Mercado libre	Preparaciones de cocina caliente
Refrigerador doble puerta	1	\$970	Boyaca	Almacenamiento de productos elaborados y pre elaborados.
Horno semi industrial 2 latas	1	\$ 110	Mercado libre	Cocina caliente
Congelador	1	\$220	Mercado libre	Cuarto frio
Mesas acero inoxidable	2	\$160 (2)	Mercado libre	Cocina
Total	7	1930		

Tabla 24. Maquinarias. (2020). Ana López

Artículo	Cantidad	Precio U	Precio Total	Proveedor	Uso
Bowl mediano/grande	5	\$1,00	5	Mercado libre	Menaje de cocina
Licuada semi industrial	1	\$200	200	Equi Frigo	Menaje de cocina
Cucharetas	4	\$1,00	4	mercado libre	Menaje de cocina
Colador de metal	2	\$2,00	4	Mercado libre	Menaje de cocina
Sartén antiadherente con tapa	1	\$12,50	12,50	Boyaca	Menaje de cocina
wok	1	\$15	15	Boyaca	Menaje de cocina
Sartén	2	\$9	18	Boyaca	Menaje de cocina
Ollas	2	\$9	18	Boyaca	Menaje de cocina
Soporte para cuchillos	1	\$12	12	Mercado libre	Menaje de cocina
Tabla de picar- varios colores	5	\$8	40	Santa clara	Menaje de cocina
cuchillos	3	\$12	36	Jiménez	Menaje de cocina
Total			364,5		

Tabla 25. Menaje de cocina. (2020). Ana López.

Artículo	Cantidad	Precio U	Precio T.	Proveedor	Uso
Platos de piedra	2	\$7	14	Santa clara	Servicio de alimentos
Vasos	5	0,99	4,95	Santa clara	Servicio de bebidas
Copas	5	\$0,99	4,95	Santa clara	Servicio de bebidas
Sorbetes de metal	5	\$2	10	Santa clara	Servicio de bebidas
Platos redondos porcelana	2	\$5	10	Santa clara	Servicio de alimentos
Vasos cervecedores	5	\$4	20	Santa clara	Servicio de bebidas
Tenedor	5	\$0,50	2,50	Santa clara	Servicio de alimentos
Cuchillo	5	\$1	5	Santa clara	Servicio de alimentos
Cuchara	5	\$0,50	2,50	Santa clara	Servicio de alimentos
Platos de madera	2	\$1,50	3	Santa clara	Servicio de alimentos
Platos de barro	2	\$1,50	3	Santa clara	Servicio de alimentos
Set bartender	1	\$65	65	Mercado libre	
Total			144,9		

Tabla 26. Vajilla y menaje de bebidas. (2020). Ana López.

Artículo	Cantidad	Precio	Proveedor	Uso
Computadora	1	\$350	Mercado libre	Gerencia
Caja registradora	1	\$100	Mercado libre	Cobro de servicios
Wifi	1	\$91	Celerity	Servicio básico
Impresora	1	\$150	Mercado libre	Gerencia
Total		\$691		

Tabla 27. Tecnología. (2020) Ana López.

Artículo	Cantidad	Precio	Precio T.	Proveedor	Uso
Mesa de madera	1	\$100	100	artesanos	Muebles
sillas	5	\$10	50	artesanos	Muebles
Barra	1	\$200	200	artesanos	Servicio de bebidas
Total			350		

Tabla 28. Inmuebles. (2020). Ana López.

Artículos	Cantidad	Precio U	Precio T	Proveedor	Uso
Cámara de seguridad	2	100	200	Mercado libre	seguridad
Señalética general	10	10	100	Mercado libre	Seguridad
extintores	1	45	45	Mercado libre	Seguridad
Lámparas de emergencia	1	15	15	Mercado libre	Seguridad
Tanques de gas	1	90	90		seguridad
Total			450		

Tabla 29. Equipo de Seguridad. (2020). Ana López.

Material de limpieza			
Materiales	cantidad	precio	Precio T
Escoba	4	4,5	18
Trapeador	2	6	12
Balde	2	3,5	7
Recogedor	1	2,5	2,5
Desengrasantes	2	7	14
Cloro	4	3,5	14
Papel toalla	4	3,5	14
Viledas	10	2,5	25
		total	106,5
		mensual	106,5
		semestral	639
		anual	1278

Tabla 30. Material de limpieza. (2020). Ana López.

Servicios básicos			
Descripción	Pago mensual	Pago semestral	Pago anual
Agua	30	180	360
Luz	75	450	900
Teléfono	25	150	300
Internet	0	0	0
Total	130	780	1560

Tabla 31. Servicios básicos. (2020). Ana López

Material de oficina			
Materiales	Cantidad	Precio unit.	Precio T
Resma papel	5	3,5	17,5
Esferos	10	0,35	3,5
Carpetas	10	1	10
Archivadores	6	7,5	45
Cuadernos	2	1,5	3
Engrampadoras	1	4	4
Perforadora	1	4	4
Resaltador	3	0,8	2,4
		Total	89,4
		Mensual	89,4
		Semestral	536,4
		Anual	1072,8

Tabla 32. Material de oficina. (2020). Ana López.

Arriendo		
Pago mensual	Pago semestral	Pago anual
400	2400	4800

Tabla 33. Pago arriendo. (2020). Ana López.

3.10. Diseño y distribución de la planta y oficinas

A continuación, se presenta el plano general del establecimiento:



Ilustración 22. Plano de Bar restaurante Jungle's Night Bar. (2020). Ana López.

4. Proceso derecho empresarial

4.1. Objetivo del área

El derecho empresarial es la rama del derecho que se encarga de regular las actividades dentro y fuera de una empresa, ya sea una pyme o una multinacional. Esta especialización organiza distintos aspectos que deben tenerse en cuenta a la hora de administrar un negocio. El derecho empresarial regula, por ejemplo, cómo debe ser la contratación de los empleados, cómo debe abrirse un negocio y hasta cómo debe cerrarse el mismo. (<http://www.elabogadolaboral.com.ar/>)

4.2. Marco legal de la empresa

El establecimiento o constitución de un negocio o empresa requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y trámites legales ante autoridades gubernamentales, privadas y sociales. A continuación, se enumeran algunas de las dependencias a las que deberá acudir y los trámites que deben realizarse:

4.2.1. Constitución de la República

La Constitución de la República, definida como el instrumento que contiene las normas fundamentales que amparan los derechos y libertades, que organizan el estado y las instituciones democráticas, e impulsan el desarrollo económico y social de un pueblo, establece en el Art 23, numeral 16, la libertad de empresa como un derecho civil de las personas. El Art 3, numeral 4, del mismo cuerpo legal, establece como un deber del estado “preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo”.

En el mismo sentido el numeral 5 indica como objetivo del Estado “erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes”. La Constitución de la República, en su Art 243, numeral 3 menciona que es un objetivo permanente de la economía “el incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado interno”. En tal sentido la creación de una empresa en el Ecuador está garantizada por el máximo nivel legal que representa la Constitución. Es necesario recalcar que la empresa debe producir con calidad, y sus funcionarios y operaciones, deben sujetarse a lo dispuesto por la ley para que esta garantía sea válida.

4.2.3. Servicio de rentas internas

La ley de creación del Servicio de Rentas Internas otorga especial importancia al fomento de una cultura tributaria que representa el verdadero compromiso para el desarrollo del país. En los casos de evasión de tributos, aplica las sanciones correspondientes conforme la Ley. Los impuestos que administra el Servicio de Rentas Internas son:

- Impuesto a la Renta
- Impuesto al Valor Agregado
- Impuesto a los Consumos Especiales
- Impuesto a la Propiedad de Vehículos Motorizados

4.2.4. Elaboración de estatutos

Se realiza con la ayuda de un abogado con el fin de establecer claramente la actividad principal que cumplirá la empresa, informar de los socios fundadores y el monto de sus participaciones fundamentalmente.

- **Legalización de los estatutos:** a través de escritura ante un notario, sin este paso es imposible seguir con el trámite; implica el nacimiento legal de la empresa ante el estado.
- **Presentación de los estatutos ante la Superintendencia de Compañías para su aprobación:** La empresa queda registrada en los archivos de este organismo a fin de que se puedan realizar los controles respectivos.
- **Publicación en la prensa del extracto de la escritura:** Se realiza en uno de los diarios de mayor circulación a fin de permitir a la sociedad el reclamo respectivo en caso de nombres similares

4.2.5. Obtención de la Patente Municipal

El registro de patente municipal es un documento obligatorio para las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

El pago debe hacerse de forma anual y el Municipio de Quito estableció un calendario que fija fechas límites para el pago sin recargos, de acuerdo al último dígito de la cédula de identidad de los contribuyentes. Se debe solicitar la clave de acceso para la declaración en línea del impuesto a la patente en las administraciones zonales, presentando los siguientes requisitos:

Requisitos Generales

Obtención de Patentes por primera vez:

Presentar en las Administraciones Zonales los siguientes requisitos dependiendo el caso:

- Formulario de inscripción de patente. (descargar de: [www.quito.gob.ec / Formularios](http://www.quito.gob.ec/Formularios) dedescarga)
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de la Escritura de Constitución en caso de Personas Jurídicas.
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Requisitos adicionales:

1. Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
2. En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
3. En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.

4.2.6. Obtención del RUC

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos (<https://www.sri.gob.ec/>).

Personas naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Sociedades

- Formulario 01A y 01B.
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

4.2.7. Aspectos legales, laborales, tributarias, mercantiles

Régimen laboral

En el Ecuador, para el sector privado, el Código de Trabajo regula las relaciones entre empleador y trabajador. Debido a la amplitud del tema, en el presente trabajo se abordan los siguientes puntos:

- Clases de contratos
- Sueldo
- Remuneraciones adicionales
- Seguridad social
- Participación de utilidades
- Jornada de trabajo
- Terminación del contrato de trabajo

Seguridad social.

La empresa debe aportar mensualmente al Instituto ecuatoriano de seguridad social (IESS) el 9.35% del salario unificado, por cada trabajador. Cada año (entre julio y septiembre) la empresa debe pagar al IESS el fondo de reserva, que es una suma equivalente a la doceava parte de lo ganado en el año, por cada trabajador.

Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para Empleador)

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

Derecho laboral

El Derecho laboral es también llamado Derecho del trabajo o Derecho social. Es una rama del Derecho cuyos principios y normas jurídicas tienen por objeto la tutela del trabajo humano, productivo, libre y por cuenta ajena.

Derecho mercantil

El Derecho mercantil (o Derecho comercial) es el conjunto de normas relativas a los comerciantes en el ejercicio de su profesión, a los actos de comercio legalmente calificados como tales y a las relaciones jurídicas derivadas de la realización de estos; en términos amplios, es la rama del Derecho que regula el ejercicio del comercio. Uno de sus fundamentos es el comercio libre.

5. Proceso de impacto ambiental y social

5.1.Objetivo del área

El objetivo de la evaluación del impacto ambiental es la sustentabilidad, pero para que un proyecto sea sustentable debe considerar además de la factibilidad económica y el beneficio social y el aprovechamiento razonable de los recursos naturales. (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2018)

5.2.Impacto ambiental

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. Los proyectos o actividades susceptibles de causar impacto ambiental, en cualesquiera de sus fases, que deberán someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental. (www.grn.cl/impacto-ambiental.html)

5.2.1. Identificación de posibles impactos ambientales

- Huella de carbono: se tendrá un impacto en la huella de carbono, por el hecho de obtener productos de la amazonia que está a 6 horas del Distrito Metropolitano de Quito.
- Impacto ambiental productos de la amazonia: si el negocio es productivo existe el riesgo de que se generen más similares y exista una sobre explotación de productos del sector.

5.2.2. Medidas para contrarrestar los impactos encontrados

- Pedidos a proveedores: se tomará en cuenta los pedidos a los proveedores en la menos cantidad posible para así evitar este impacto ambiental.
- Se tratará en lo posible de manejar proveedores que certifiquen el buen manejo de los productos de la zona, que manejen con términos de calidad y tomando en cuenta el medio ambiente.

5.3.Impacto social

Se trata del resultado o la consecuencia de una determinada acción en una comunidad. El concepto suele emplearse en el terreno corporativo para nombrar a los efectos que producen las actividades desarrolladas por una empresa. Independientemente de su funcionamiento interno, con sus ingresos, ganancias, etc., las compañías provocan con su trabajo cotidiano múltiples consecuencias. El impacto social, en este marco, es la huella

dejada por una empresa en la comunidad en la cual se encuentra integrada (Cashmore y Sauvanet ,2016)

5.3.1. Generación de fuentes de trabajo

Las fuentes de trabajo se enfocarán para diferentes tipos de personas:

- Pasantes de últimos semestres de la carrera de gastronomía.
- Personas jóvenes con conocimientos.
- Personas adultas con conocimientos.

5.3.2. Igualdad de género

- Se contratará la misma cantidad tanto de hombres como mujeres y de diferentes edades.
- En el área de cocina personal masculino.
- Área de bar tender personal femenino.
- Área de servicio personal masculino.
- Gerencia personal femenino.

5.3.3. Satisfacción de una necesidad social prioritaria

Dentro de la satisfacción social brindada por parte de la empresa se establecerá:

- Fuentes de trabajo para proveedores de la provincia de Morona Santiago.
- Fuentes de trabajo para agricultores de la provincia de Morona Santiago.
- Fuentes de trabajo para agricultores de la provincia de Pichincha
- Capacitaciones para personal.
- Capacitaciones de buenas prácticas de higiene en el sector el Dorado.
- Brindar almuerzos, llevar al personal a realizar acciones sociales en albergues de la ciudad de Quito.

6. Proceso financiero

6.1. Introducción

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

6.2. Inversiones

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

Se encuentra una Inversión que consta de activos fijos: que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$3930,4.

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
vehículo	0
Equipos Ind./ seguridad	2380
Equipos de Computación	691
Muebles - enseres	859,4
Total	3930,4

Tabla 34. Inversiones. (2020). Ana López.

6.3. Activos diferidos

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

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$400 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$400

Tabla 35. Activos diferidos. (2020). Ana López.

6.4. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que corresponde al establecimiento, en el periodo de un año cuenta en sueldos con veinte y dos mil – novecientos – diez y ocho y cuatro centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de mil – ocho cientos sesenta dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc) con setecientos – ochenta y siete con ocho centavos, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc) setecientos – ochenta y seis dólares, el alquiler de local por cuatro mil – quinientos sesenta, publicidad con tres cientos dólares, costo de materia prima de dos mil quinientos dólares, gastos financieros 2 mil – ocho cientos, total de Inversión es de cuarenta mil –ocho cientos cuarenta y 2– sesenta centavos.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	22918,4
Servicios Básicos	1860
Material oficina	787,8
Material limpieza	786
Servicio auto	0
Alquiler local	4560
Publicidad	300
Adquisición de materia prima	2500
Gastos financieros	2.800,00
TOTAL INVERSION	40842,6

Tabla 36. Capital de trabajo. (2020). Ana López.

Activos Fijos.	3930,4
Activo Diferido.	400
Capital de Trabajo.	40842,6
Total Inversión	45915

Tabla 37. Detalles de inversión. (2020). Ana López.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$45915.

6.5. Sueldos

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

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente chef	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Bar tender	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1600	19200	1814,4	2332,8	19718,4

Tabla 38. Sueldos. (2020). Ana López.

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Gerente /chef	400	400	400	800
Ayudante de cocina	400	400	400	800
Bartender	400	400	400	800
Mesero	400	400	400	800
TOTAL	1600	1600	1600	3200

Tabla 39. Decimos. (2020). Ana López.

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
19718,4	3200	22918,4

Tabla 40. Sueldos totales. (2020). Ana López.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$22918,4 anual, mientras que mensual será de \$1909,86.

6.5. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$554,25.

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos Industriales	2380	10%	238
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	691	33,33%	230,3103
Muebles y Enseres	859,4	10%	85,94
			554,25

Tabla 41. Depreciación de activos fijos. (2020). Ana López.

6.6. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a ochenta dólares, ya que el monto por constitución equivale a cuatrocientos dólares.

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	400	20%	80

Tabla 42. Amortizaciones. (2020). Ana López.

6.7. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$20842,6 que equivale a una estructura del 51%; costo 15% con una tasa de descuento de 7,7 %; por otra parte el **Capital Financiero** 20000 que con una estructura del 49% %, el costo 14 % que otorga el 6,9 % de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de 40842,6 que en la suma absoluta nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 14,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	20842,6	51%	15%	7,7%	
Capital Financiero	20000	49%	14%	6,9%	
TOTAL INVERSION	40842,6	100%		14,5%	TMAR

Tabla 43. Capital. (2020). Ana López.

6.8. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

MONTO	20000
TASA	14%
PLAZO	5

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	20000
1	5825,67	2.800,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90
4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00
		9.128,35		
2912,84		INTERES ANUAL		2.800,00
		INTERES SEMESTRAL		1400,00

Tabla 44. Amortización. (2020). Ana López.

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

6.9. Punto de equilibrio

Materia prima	208,33
Arriendo	380
Sueldos	1909,86
Serv. Básicos	155
Total	2653,19

Tabla 45. Datos punto de equilibrio. (2020). Ana López.

Precio	9,13	
Costo	3,32	
Ganancia	5,81	MARGEN DE CONTRIBUCION

Tabla 46. Margen de contribución. (2020). Ana López.

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=	457		
Menús de venta	457		
Venta diaria	15,2		
VENTA	457	9,13	4169,3
COSTO	457	9,13	1516,1
GASTO			2653,19
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 47. Punto de equilibrio. (2020). Ana López.

885	8080,05	96960,6	Ventas
885	2938,2	35258,4	Costo

Tabla 48. Ventas /costos. (2020). Ana López.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús que constan de una picadita y una bebida, que se deberán vender para tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta $15,2 = 16$ menús para no llegar a la quiebra, mientras que si se vende $29,5 = 30$ menús diarios, es decir \$885 dólares al mes se lograra tener buena rentabilidad.

6.10 Costo de ventas

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

	0	1	2	3	4	5
Ventas		96960,60	99879,1 1	102885,4 8	105982,3 3	109172,4 0
Costo de ventas		35258,40	36319,6 8	37412,90	38539,03	39699,05
Utilidad bruta en ventas		61702,20	63559,4 4	65472,58	67443,30	69473,34
Gastos administrativos		22918,40	23608,2 4	24318,85	25050,85	25804,88
Servicios básicos		1860,00	1915,99	1973,66	2033,06	2094,26
Material ofic. y limpieza		1573,80	1621,17	1669,97	1720,23	1772,01
Alquiler auto		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Alquiler		4560,00	4697,26	4838,64	4984,29	5134,31
Publicidad		300,00	309,03	318,33	327,91	337,78
Depreciaciones		554,25	554,25	554,25	554,25	554,25
Amortizaciones		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Utilidad operativa		29855,75	30773,5 0	31718,87	32692,70	33695,84
Gastos financieros		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
Utilidad antes de impuestos		27055,75	28397,0 9	29825,36	31349,69	32980,41
Base impositiva		9807,71	10293,9 5	10811,69	11364,26	11955,40
Utilidad neta		17248,04	18103,1 5	19013,67	19985,43	21025,01
	0	1	2	3	4	5

Tabla 49. Costo de ventas. (2020). Ana López.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$17248,04 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$21025,01.

6.11. Flujo de caja

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

	0	1	2	3	4	5
Utilidad operativa		29855,75	30773,50	31718,87	32692,70	33695,84
Depreciación		554,25	554,25	554,25	554,25	554,25
Amortización		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
- Base impositiva		9807,71	10293,95	10811,69	11364,26	11955,40
- Gastos financieros		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
- Pago capital		3.025,67	3.449,26	3.932,16	4.482,66	5.110,24
+ Valor de salvamento						0
+ Capital de trabajo						0
- Reposición de activos				0		
= Flujo neto de caja	- 40842,60	14.856,62	15.288,1 3	15.715,7 6	16.137,0 2	16.549,0 2

Tabla 50. Flujo de caja. (2020). Ana López.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$14856,60 mientras que para el 5 año esta aumentará a \$16549,02.

6.12. Cálculo del TI y el VAN

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

6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el

flujo de caja menos la inversión (-); el van es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 9.704,62.

6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

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

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 26,06 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 11,55% con el TMAR.

VAN	9.704,62
TIR	26,06%
TMAR	14,51%

Tabla 51. VAN/ TIR. (2020). Ana López.

7. Referencias

A.A. (2018). *La importancia del derecho empresarial*. Estudio jurídico. Recuperado de <http://www.elabogadolaboral.com.ar/blog/la-importancia-del-derecho-empresarial/>

A.A. (2018). *Impacto ambiental. Gestión en recursos naturales*. Recuperado de <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>

A.A. (2013). *Sistema y plan de ventas (administración)*. Recuperado de <https://tareasiuniversitarias.com/sistema-y-plan-de-ventas-administracion.html>

Arturo. K. (2019). *¿Qué es la distribución? (definición, canales de distribución y plazas)*. CreceNegocios. Recuperado de <https://www.crecenegocios.com/distribucion/>

Canaan, R. (s/a). *Los 8 Tipos de Métodos de Investigación Más Habituales*. Lifeder.com. Recuperado de <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>

Cashmore,A y Sauvanet,S. (2016). *¿Qué es el impacto social y por qué es importante?* BNP paribas. Recuperado de <https://wealthmanagement.bnpparibas/es/es/expert-voices/social-impact.html>

InformaBTL. (2015). *¿Qué es el punto de venta?* Recuperado de <https://www.informabtl.com/que-es-el-punto-de-venta/>

Jara, L. (2015). *Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria*. Observatorio económico. Recuperado de <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>

Nuño, P. (2017). *¿Qué es la investigación de mercado?* Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-investigacion-de-mercado.html>

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2018). *Definición y objetivo de la evaluación del impacto ambiental*. Gobierno de México. Recuperado de <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/definicion-y-objetivo-de-la-evaluacion-del-impacto-ambiental>

Servicio de rentas internas. (s/a). *Registro único de contribuyentes (RUC)*. Recuperado de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Universidad internacional de valencia. (2018). *¿Qué es la ventaja competitiva?* Recuperado de <https://www.universidadviu.com/la-ventaja-competitiva/>

8. Anexos



Ilustración 23. Tarjeta de presentación parte delantera. (2020). Ana López.



Ilustración 24. Tarjeta de presentación parte trasera. (2020). Ana López.



Cócteles

CÓCTEL AMAZÓNICO.....\$3,55

Tagua, vodka, tequila, zumo de limón, hojas de toronjil y hielo seco.

CÓCTEL DE CHONTA.....\$4,30

Chonta, tequila, vodka macerado con hojas de guayusa, zumo de limón y azúcar.

GUARAPO BORRACHO.....\$3,57

Jugo de caña de azúcar, tequila, vodka, hierba luisa, zumo de limón y hielo seco.

Picadas

CASABE RELLENO.....\$8,08

Pan crocante de yuca, acompañado con carne de guanta desmechada, palmito y cebollas caramelizadas, pure de auacate y mayonesa de albahaca y oreganón.

CROQUETA DE ORITOS.....\$5,44

Oritos rellenos con chillagua y jamón crujiente de pollo, acompañados con una salsa de queso fresco.

ALITAS BBQ SILVESTRE.....\$6,84

Alitas fritas con salsa BBQ de membrillo, acompañadas de bastones de papa china crujientes y lactonesa de hierba luisa.



Ilustración 25. Diseño de menú. (2020). Ana López.

9. Apéndices



Ilustración 26. Uniforme informal para servicio. (2020). Ana López.



Ilustración 27. Promoción del establecimiento. (2020). Ana López.



Ilustración 28. Uniforme de servicio formal. (2020). Ana López.



Ilustración 29. Uniforme cocina. (2020). Ana López.



Ilustración 30. Implemento de oficina. (2020). Ana López.



Ilustración 31. Implemento de oficina. (2020). Ana López.