



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de un
restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de
Cumbayá, Ciudad de Quito.”**

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

AUTOR: Jonathan Xavier Yumbo Cruz

DIRECTORA: Mgs. Teresa Cevallos

D.M. Quito, 5 de enero 2022

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico a mi madre Ángela, por su total apoyo, paciencia y amor incondicional.

A mí querido hermano Juan, quien me motivó y ayudó a superar todas las dificultades que se presentaron en mi camino.

Ambos son mi inspiración y pilar fundamental para seguir esforzándome día tras día.

AGRADECIMIENTO

Al Instituto Tecnológico Internacional ITI, mi sincero agradecimiento por darme la oportunidad de formarme como profesional en sus aulas.

A todos los profesores que a lo largo de la carrera compartieron sus conocimientos con paciencia y dedicación.

A la Mgs. Teresa Cevallos por su ayuda y guía para la presentación final de este trabajo.

AUTORÍA

Yo, Jonathan Xavier Yumbo Cruz, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Jonathan Xavier Yumbo Cruz

D.M. Quito, 5 de enero del 2022

Mgs. Teresa Cevallos
Directora de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Mgs. Teresa Cevallos

D.M. Quito, 5 de enero del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: La Mgs. Teresa Cevallos y por sus propios derechos en calidad de Directora del trabajo fin de carrera; y el Sr. Jonathan Xavier Yumbo Cruz por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- El Sr. Jonathan Xavier Yumbo Cruz realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de Cumbayá, Ciudad de Quito.”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la Mgs. Teresa Cevallos.

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, Mgs. Teresa Cevallos en calidad de directora del trabajo fin de carrera y el Sr. Jonathan Xavier Yumbo Cruz, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: “Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de Cumbayá, Ciudad de Quito.”, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Mgs. Teresa Cevallos

Jonathan Xavier Yumbo Cruz

D.M. Quito, 5 de enero del 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	RESUMEN.....	13
2.	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	15
2.1.	Creación de la empresa	15
2.2.	Descripción de la empresa	15
2.2.1.	Características	16
2.3.	Tipo de empresa	16
2.4.	Tamaño de la empresa.....	16
2.5.	Necesidades a satisfacer	17
2.6.	Localización de la empresa	18
2.7.	Filosofía empresarial.....	18
2.8.	Planificación estratégica empresarial.....	21
2.9.	Estructura organizacional.....	21
2.9.1.	Organigrama Empresarial.....	22
2.10.	Mano de obra requerida	22
2.11.	Funciones específicas del puesto	23
3.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	27
3.1.	Objetivo de mercadotecnia.....	27
3.2.	Investigación de mercado.....	27
3.2.1.	Modalidad.....	27
3.3.	Plan de muestreo	28
3.3.1.	Análisis de encuestas.....	29
3.4.	Entorno Empresarial	37
3.4.1.	Microentorno	37

3.4.2.	Macroentorno	39
3.5.	Producto y servicio.....	41
3.5.1.	Producto esencial.....	41
3.5.2.	Producto Real	42
3.5.3.	Producto aumentado	42
3.6.	Plan de introducción al mercado	44
3.6.1.	Distintivos y uniformes	44
3.7.	Canal de distribución y puntos de venta	48
3.8.	Riesgo y oportunidades del negocio	49
3.9.	Fijación de precios	49
3.10.	Implementación del Negocio	56
3.11.	Estructura interna del establecimiento.	60
4.	DERECHO EMPRESARIAL	61
4.1.	Objetivo del área	61
4.2.	Servicio de Rentas Internas (SRI).....	61
4.3.	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria...62	
4.4.	Municipio del Distrito Metropolitano de Quito	63
4.5.	SAYCE.....	64
5.	IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	66
5.1.	Objetivos del área.....	66
5.2.	Impacto ambiental.....	66
5.3.	Impacto social	68
6.	ANÁLISIS FINANCIERO	69
6.1.	Introducción	69
6.2.	Activos fijos	69
6.3.	Activos diferidos	70

6.4.	Amortizaciones	70
6.5.	Sueldos.....	70
6.6.	Capital de trabajo	71
6.7.	Total de inversión.....	72
6.8.	Estructura capital.....	72
6.9.	Punto de equilibrio	73
6.10.	Costo de ventas	75
6.11.	Flujo de caja	76
6.12.	TIR y VAN.....	76
7.	CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	78
7.1.	Conclusiones	78
7.2.	Recomendaciones.....	79
8.	REFERENCIAS.....	80
9.	ANEXOS	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1, Funciones específicas del puesto. Gerente Chef.....	23
Tabla 2, Funciones específicas del puesto. Ayudante de cocina.....	24
Tabla 3, Funciones específicas del puesto. Mesero/a	25
Tabla 4, Funciones específicas del puesto. Recepcionista/ Cajero	25
Tabla 5, Encuesta, ¿A qué rango de edad pertenece?	29
Tabla 6, Encuesta, ¿Qué tipo de comida prefiere?.....	30
Tabla 7, Encuesta, ¿Cuál de las siguientes características considera importante al momento de consumir en un restaurante?	31
Tabla 8, Encuesta, Al momento de ir a consumir alimentos en un restaurante usted va:.....	32
Tabla 9, Encuesta, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos de alta cocina?	33
Tabla 10, Encuesta, ¿Con que frecuencia usted asiste a restaurantes en el sector de Cumbayá?.....	34
Tabla 11, Encuesta, De existir un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de Cumbayá, ¿usted iría?	35
Tabla 12, Proveedores de materia prima.....	38
Tabla 13, Arriendo del local	56
Tabla 14, Equipos Industriales.....	56
Tabla 15, Equipos de computación.	57
Tabla 16, Muebles y enseres	57
Tabla 17, Equipos industriales de seguridad.....	58
Tabla 18, Suministros de oficina.....	58
Tabla 19, Suministros de limpieza	59
Tabla 20, Servicios básicos	59

Tabla 21, Activos Fijos	69
Tabla 22, Depreciación activos fijos.....	69
Tabla 23, Activos diferidos	70
Tabla 24, Amortizaciones	70
Tabla 25, Sueldos	70
Tabla 26, Capital de trabajo	71
Tabla 27, Total de inversión	72
Tabla 28, Estructura capital.....	72
Tabla 29, Tabla de amortización.....	73
Tabla 30, Costos fijos.....	73
Tabla 31, Margen de contribución	74
Tabla 32, Punto de equilibrio	74
Tabla 33, Ventas proyectadas	74
Tabla 34, Costo de ventas	75
Tabla 35, Flujo de ventas	76
Tabla 36, <i>TIR y VAN</i>	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1, Pirámide de Maslow.	17
Figura 2, Localización de la empresa.....	18
Figura 3, Organigrama Empresarial.....	22
Figura 4, Pregunta 1, gráfico circular.....	29
Figura 5, Pregunta 2, gráfico circular.....	30
Figura 6, Pregunta 3, gráfico circular.....	31

Figura 7, Pregunta 4, gráfico circular.....	32
Figura 8, Pregunta 5, gráfico circular.....	33
Figura 9, Pregunta 6, gráfico circular.....	34
Figura 10, Pregunta 7, gráfico circular.....	35
Figura 11, Microentorno Sumak Pacha.....	37
Figura 12, Macroentorno Sumak Pacha	39
Figura 13, Diseño de uniforme, personal de cocina, chef administrador.....	44
Figura 14, Diseño de uniforme, personal de cocina, ayudante de cocina	45
Figura 15, Diseño de uniforme, personal de cocina, mesero/a y cajero/a- repcionista.....	46
Figura 16, Diseño logo de la empresa	46
Figura 17, Diseño tarjeta de presentación, lado anverso.....	47
Figura 18, Diseño tarjeta de presentación, lado reverso	47
Figura 19, Diseño de hoja membretada.	48
Figura 20, Receta estándar, mini empanadas de verde	50
Figura 21, Receta de producción, mini empanadas de verde.	51
Figura 22, Receta estándar, Hornado.	52
Figura 23, Receta de producción, Hornado.....	53
Figura 24, Receta estándar, Cheesecake de colada morada.	54
Figura 25, Receta de producción, Cheesecake de colada morada.....	55
Figura 26, Estructura interna del establecimiento.....	60

“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de Cumbayá, Ciudad de Quito.”

Jonathan Xavier Yumbo Cruz

Mgs. Teresa Cevallos

D.M. Quito 5 de Enero, 2022

1. RESUMEN

El presente proyecto de factibilidad busca determinar el nivel de aceptación que la empresa “Sumak Pacha” tendrá en el sector de Cumbayá, Distrito Metropolitano de Quito, que estará ubicada inicialmente en las calles Manabí y Francisco de Orellana, en un establecimiento adecuado para realizar todas las actividades necesarias garantizando la calidad e inocuidad de cada producto ofertado, con un aforo inicial de 22 personas.

Sumak Pacha contará con una mano de obra de 4 trabajadores lo que la clasifica como microempresa, la estructura organizacional será por orden jerárquico lo que facilitará la comunicación y operación correcta de todas las áreas, los perfiles profesionales de los trabajadores se diseñaron tomando en cuenta las actividades que se realizan en las diferentes áreas de la empresa.

Al realizar un análisis de mercado se tomó como población de estudio a personas que frecuentaban el parque de Cumbayá y sus alrededores, en edades de 18 hasta 41 años o más, y se obtuvo información relevante sobre sus preferencias, necesidades y gustos, además de determinar un rango de precios que estarán dispuestos a pagar por los productos ofertados.

En el análisis financiero se pudo determinar el valor de la inversión para el funcionamiento de Sumak Pacha, siendo un total de \$40833,26 y cuya estructura de capital se divide en un 51% (\$20833,26) de capital propio y la diferencia de 49% (\$20000) será financiado por una entidad bancaria, haciendo un total de 100%. Con este análisis fue posible realizar una proyección de ventas que determinó el número de productos a vender al día para que la empresa sobrepase el punto de equilibrio y genere utilidades en el primer año.

Al terminar el análisis financiero se obtuvieron datos positivos por lo que la implementación de la empresa Sumak Pacha es factible.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1. Creación de la empresa

Ecuador, al ser un país con una amplia diversidad cultural posee una gastronomía variada que podría llegar a ser reconocida a nivel internacional, sin embargo, esto no se ha logrado debido a que no se le ha dado la relevancia necesaria a nivel interno a la cocina del país. Sumak Pacha surge con el objetivo de enaltecer la gastronomía y cultura ecuatoriana mediante la creación de un restaurante temático de alta cocina que ofrecerá comida típica del país.

El nombre de la empresa “Sumak Pacha”, que proviene del idioma kichwa y su significado es Bella Tierra.

2.2. Descripción de la empresa

Sumak Pacha es una empresa que no solo llegará a satisfacer la necesidad biológica de la alimentación, sino que también ofrecerá nuevas experiencias a los comensales, enfocándose principalmente en enaltecer la gastronomía y cultura ecuatoriana. Además, contará con un ambiente cálido y relajado con temática nacional.

Es importante que el legado cultural que tiene la gastronomía ecuatoriana se siga manteniendo con el pasar de los años y Sumak Pacha ayudará a que esto se pueda lograr.

2.2.1. Características

Ofrecer nuevas experiencias: Sumak Pacha busca ofrecer nuevas experiencias a cada uno de sus clientes mediante la oferta de platos típicos de gastronomía ecuatoriana en un establecimiento temático.

Servicio y productos de calidad: El servicio que brinda Sumak Pacha es cálido y de primera categoría, de igual manera todos sus productos y materia prima son de calidad, garantizando la satisfacción del cliente.

Responsabilidad ambiental: La contaminación ambiental va en aumento, por este motivo la empresa cuenta con diferentes tipos de basureros para reciclaje en el área de producción como en el área comercial, también intenta reducir el uso de plásticos al mínimo y el desperdicio de agua y energía eléctrica.

Responsabilidad social: A nivel interno Sumak Pacha se enfoca en ofrecer un buen ambiente laboral sin ningún tipo de discriminación para todos sus colaboradores. A nivel externo Sumak Pacha realiza el pago justo de los productos de pequeños proveedores.

2.3. Tipo de empresa

Sumak Pacha al contar con menos de 10 trabajadores inicialmente es considerada como una microempresa, dedicada al área de alimentos y bebidas, específicamente un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana.

2.4. Tamaño de la empresa

Sumak Pacha es una microempresa que contará con 4 trabajadores y tendrá 3 áreas específicas divididas en área de producción y almacenamiento, área ejecutiva y área de servicio.

2.5. Necesidades a satisfacer

Figura 1, Pirámide de Maslow.



(Armero, 2021). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://lamenteesmaravillosa.com/piramide-maslow/>

Necesidades Básicas o Fisiológicas

Sumak Pacha es una empresa del área de alimentos y bebidas por lo tanto satisface la necesidad básica de la alimentación.

Necesidad de Seguridad

Sumak Pacha proporciona instalaciones que garantizan la integridad física de los clientes y empleados, así también opera bajo buenas prácticas de manufactura para ofrecer seguridad alimentaria en los productos ofrecidos por la empresa.

Necesidad social o Afiliación

Sumak Pacha cumple con la necesidad de afiliación de manera interna, ya que todos sus colaboradores pertenecen a un equipo de trabajo en el cual cada miembro es importante.

Necesidades de estima o reconocimiento

Sumak Pacha busca ser reconocida como un exponente de la gastronomía ecuatoriana a nivel nacional.

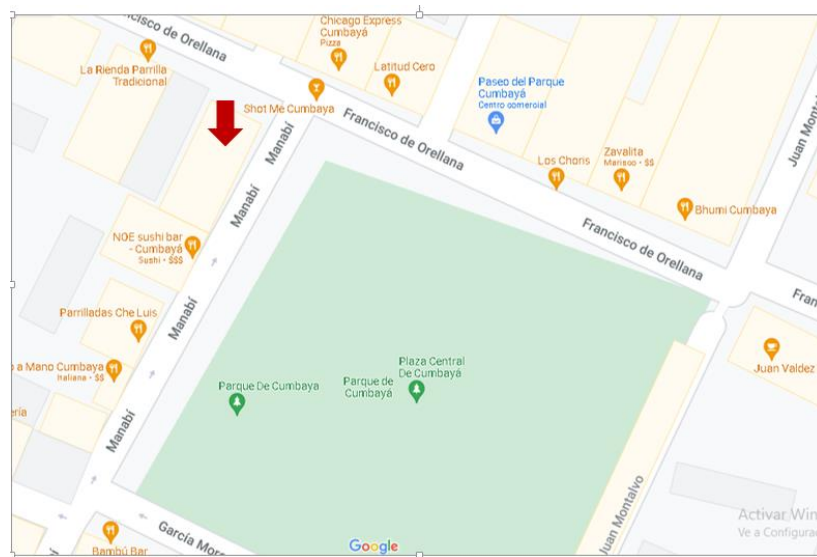
Necesidad de Autorrealización

Sumak Pacha llegará a ser un exponente de la gastronomía ecuatoriana a nivel nacional caracterizándose por enaltecer la cultura y gastronomía del país.

2.6. Localización de la empresa

Sumak Pacha estará ubicado en Cumbayá, calles Manabí y Francisco de Orellana, ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

Figura 2, Localización de la empresa



(Google , 2021). *Ubicación*. Recuperado de:
<https://www.google.com.ec/maps/@-0.2009784,-78.4294423,20z?hl=es>

2.7. Filosofía empresarial

Misión

Ofrecer nuevas experiencias gastronómicas a la población, mediante productos de calidad en un establecimiento temático, con el fin de enaltecer la gastronomía y cultura nacional en cada producto elaborado por la empresa.

Visión

Sumak Pacha busca llegar a ser un reconocido exponente de la gastronomía ecuatoriana a nivel nacional, caracterizándose por ofrecer productos autóctonos de calidad junto a un ambiente ameno.

Objetivos

- Mantenerse en una constante innovación para poder ofrecer nuevas experiencias al cliente.
- Ofrecer al cliente productos de calidad a precios asequibles mediante la minuciosa elección de proveedores.

Políticas***Empleados***

- Deben ser puntuales y cumplir con sus horarios de trabajo establecidos.
- Deben portar el uniforme limpio y completo de la empresa dentro de las instalaciones.
- Deben cuidar su aseo personal y presentación.
- Deben usar mallas para el cabello.
- Tienen prohibido el uso de sus celulares en horario laboral.
- Deben mantener un constante lavado de manos.
- Deben cumplir con las tareas que les sean asignadas.
- Deben ser respetuosos con los compañeros y con los clientes.
- Tienen prohibido el uso de maquillaje y joyería.
- Tienen prohibido asistir a trabajar en estado etílico o bajo el efecto de alguna sustancia estupefaciente.
- Deben aplicar estrictamente las buenas prácticas de manufactura.

Empresa

- Realizar capacitaciones constantes a los empleados.
- Ofrecer instalaciones que garanticen la seguridad de clientes y empleados por igual.

- Mantenerse en la legalidad cumpliendo con las obligaciones jurídicas y tributarias
- Realizar el pago puntual a todos los empleados.
- Apoyar a los pequeños proveedores realizando un pago justo por sus productos.

FODA

Fortalezas

- Contar con personal capacitado en cada área de trabajo.
- Ofrecer productos innovadores y de calidad.
- Realizar procesos operacionales mediante la estricta utilización de buenas prácticas de manufactura.

Oportunidades

- Poca competencia relacionada a la temática de la empresa en el sector.
- Ubicación en un área altamente comercial.

Debilidades

- Contar con pocos trabajadores.
- Contar con capital inicial limitado.
- No contar con parqueadero.

Amenazas

- El miedo de los consumidores a contagiarse de Covid19, lo que reduce el consumo de alimentos fuera de casa.
- El aumento del precio de los combustibles.
- Gran cantidad de establecimientos de alimentos y bebidas en el sector
- Aumento de la delincuencia debido a la pandemia.

2.8. Planificación estratégica empresarial

- Realizar un estudio de mercado para así definir las preferencias de consumo de los clientes, de igual manera esto ayudará a conocer el rango de precios que están dispuestos a pagar.
- Elaborar un menú de gastronomía ecuatoriana con platos típicos populares de cada región.
- Utilizar los medios digitales como redes sociales para dar publicidad a la empresa.

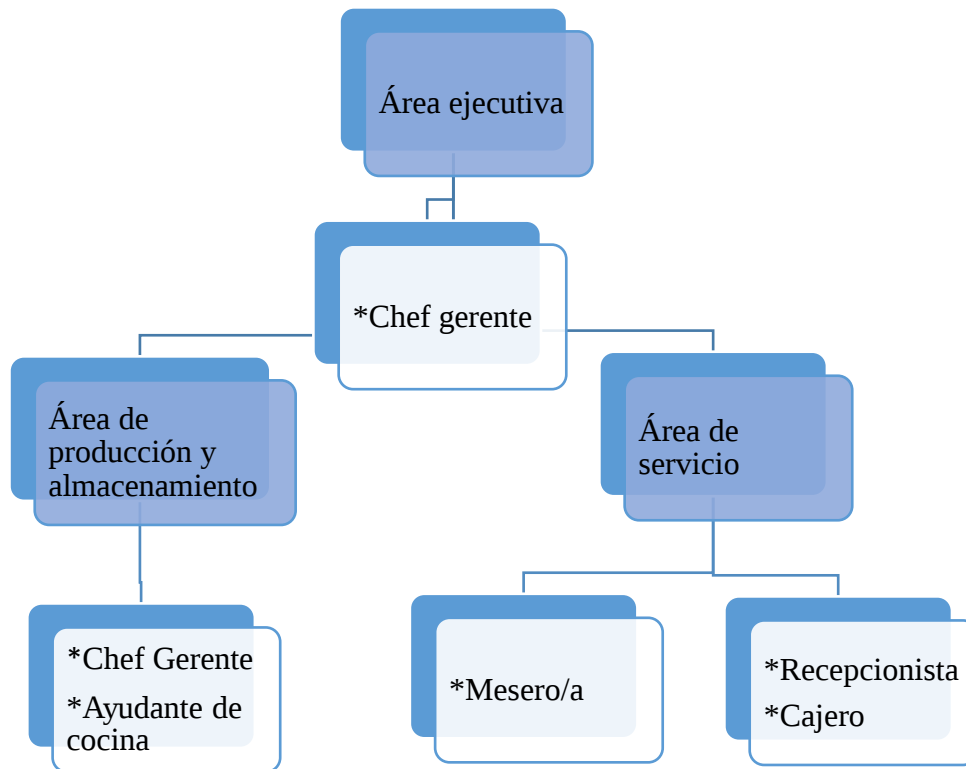
2.9. Estructura organizacional

La estructura organizacional de Sumak Pacha será por orden jerárquico y estará establecido de la siguiente manera:

- Nivel gerencial (área ejecutiva): Chef gerente.
- Nivel operativo (área de producción y almacenamiento, área de servicio): Ayudante de cocina, mesero/a, recepcionista/ cajero/.

2.9.1. Organigrama Empresarial

Figura 3, Organigrama Empresarial



2.10. Mano de obra requerida

Para realizar todos los procesos de la empresa garantizando la calidad y eficiencia Sumak Pacha contará con una mano de obra inicial que será la siguiente:

- Chef Gerente
- Ayudante de cocina
- Mesero/a
- Cajero/ recepcionista

2.11. Funciones específicas del puesto

Tabla 1, Funciones específicas del puesto. Gerente Chef

Puesto:	Gerente Chef
Área:	Ejecutiva y Producción
Misión del Puesto	
Supervisar las tareas delegadas a cada área con el fin de que se cumplan correctamente todos los protocolos y procesos establecidos, resolviendo los problemas que puedan generarse en los mismos.	
Supervisar el área de cocina aplicando buenas prácticas de manufactura para garantizar productos de calidad.	
Rol del puesto:	Administración y supervisión de procesos correspondientes a la empresa, verificación de la correcta elaboración de los productos terminados. Encargado de revisar el stock y realizar la compra de materia prima.
Remuneración:	\$ 500
Instrucción Formal:	Formación superior en Gastronomía.
Experiencia:	Mínima de 1 año en puestos similares
Capacitación:	Conocimiento en Cocina Nacional. Técnicas de Vanguardia. Técnicas de decoración y emplatado. Administración de empresas de alimentos y bebidas. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Conocimiento de procesos contables.
Competencias del puesto:	Trabajo bajo presión, análisis y solución de problemas, agilidad, creatividad, responsabilidad, trabajo en equipo, liderazgo.

Tabla 2, Funciones específicas del puesto. Ayudante de cocina.

Puesto:	Ayudante de cocina
Área:	Producción y almacenamiento.
Misión del Puesto	
Cumplir con las disposiciones dadas por el chef, para un servicio rápido y eficiente, realizar el almacenamiento adecuado de productos crudos y cocidos.	
Rol del puesto:	Realizar el mise en place de los productos requeridos, mantener limpia el área de cocina, almacenar productos de una manera correcta.
Remuneración:	\$ 425
Instrucción Formal:	Estudiante de Gastronomía o superior.
Experiencia:	Mínimo 6 meses en puestos similares
Capacitación:	Conocimiento en cocina Nacional. Taller de buenas prácticas de manufactura. Procesamiento de alimentos y bebidas. Pre-elaboración y conservación de alimentos.
Competencias del puesto:	Trabajo bajo presión, trabajo en equipo, agilidad, innovación, rápido entendimiento.

Tabla 3, Funciones específicas del puesto. Mesero/a

Puesto:	Mesero/a
Área:	Servicio
Misión del Puesto	
Realizar un servicio cordial y eficiente, dar sugerencias y recomendaciones sobre los platos ofrecidos tener buena comunicación con el área de producción.	
Rol del puesto:	Brindar un servicio rápido y eficiente al cliente mientras este se encuentra en el establecimiento, tener conocimiento sobre los platos ofertados y las técnicas culinarias empleadas en la realización del mismo.
Remuneración:	\$ 425
Instrucción Formal:	Estudiante de Gastronomía o superior. Curso de servicio y protocolo o afines. Estudiante de Hotelería y Turismo o superior.
Experiencia:	Mínimo 6 meses en puestos similares.
Capacitación:	Protocolo de servicio Atención al cliente Curso de buenas prácticas de manufactura
Competencias del puesto:	Respeto, agilidad, optimismo, dinamismo, eficiencia.

Tabla 4, Funciones específicas del puesto. Recepcionista/ Cajero

Puesto:	Recepcionista/ Cajero.
Área:	Servicio
Misión del Puesto	
Realizar el cobro correspondiente a los clientes, resolviendo cualquier duda o inconveniente al respecto.	
Rol del puesto:	Realizar el cobro de los pedidos realizados. Atención al cliente.
Remuneración:	425\$
Instrucción Formal:	Carreas afines a administración y contabilidad.
Experiencia:	Mínimo 1 año en puestos similares.

Capacitación:	Manejo de herramientas web Atención al cliente. Protocolo de servicio Cobranza y manejo de dinero.
Competencias del puesto:	Análisis numérico, honestidad, respeto, agilidad, buena comunicación.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Objetivo de mercadotecnia

Identificar las necesidades de los consumidores y satisfacerlas mediante la elaboración de productos y entrega de servicios, de esta manera posicionar a Sumak Pacha en la mente de los consumidores, haciendo relación a la marca como un exponente de la gastronomía ecuatoriana que ofrece servicios de primera y productos de calidad.

3.2. Investigación de mercado

Sumak Pacha eligió la investigación aplicada, documental y de campo para poder realizar la investigación de mercado.

La investigación aplicada se realizó sobre la gastronomía ecuatoriana, los productos endémicos utilizados en ella y el legado cultural que llevan consigo algunos de los platos, para ello se recurrió a la investigación documental. El objetivo de la investigación es determinar como todo lo mencionado se puede aplicar a la alta cocina.

La investigación de campo se realizó para conocer más sobre el entorno en el cual estará ubicada la empresa y la aceptación que tendrá en el lugar.

3.2.1. Modalidad

La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de 132 encuestas a personas que concurrían el parque de Cumbayá y sus alrededores, las encuestas constaron de 7 preguntas cerradas de opción múltiple, las mismas que se realizaron de manera virtual.

3.3. Plan de muestreo

Se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades que visitaban el parque de Cumbayá y sus alrededores o que sus lugares de trabajo estuvieran cerca de la zona. Para determinar el número de encuestas a realizar se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 200}{(0,05)^2 * (200 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{192}{1,4579}$$

$$n = 131,75$$

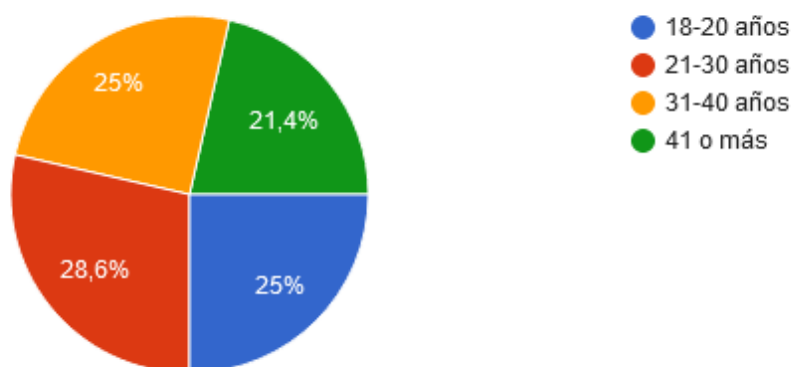
3.3.1. Análisis de encuestas

Pregunta 1

Tabla 5, Encuesta, ¿A qué rango de edad pertenece?

¿A qué rango de edad pertenece?	
Opciones	Porcentaje
18-20 años	25%
21-30 años	28,6%
31-40 años	25%
41 o más.	21.4%
Total	100%

Figura 4, Pregunta 1, gráfico circular



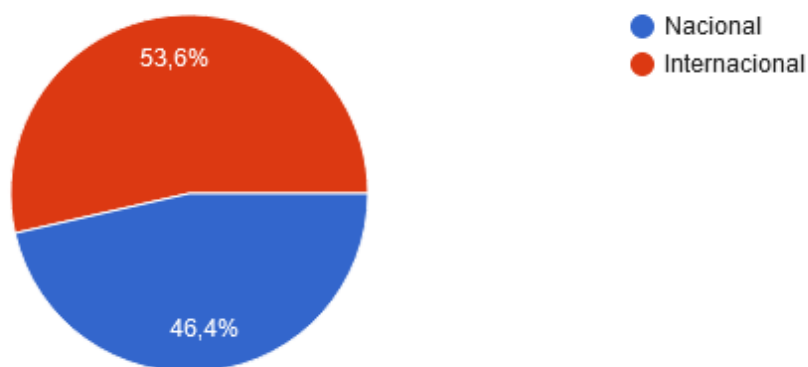
El 28,6% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 21 a 30 años, un 25% en edades de 18 a 20, otro 25% de 31 a 40 y un 21,4% en edades superiores a 41 años. En conclusión el target principal al que estará dirigida la empresa se encontrará en un rango de edades entre los 18 hasta los 41 años o más.

Pregunta 2

Tabla 6, Encuesta, ¿Qué tipo de comida prefiere?

¿Qué tipo de comida prefiere?	
Opciones	Porcentaje
Nacional	46,4%
Internacional	53,6%
Total	100%

Figura 5, Pregunta 2, gráfico circular



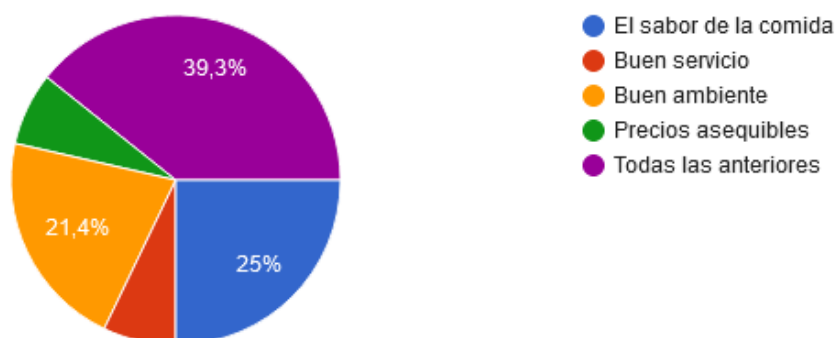
Si bien el 53,6% de los encuestados afirmó que prefería la gastronomía internacional, el restante 46,4% indicó que prefería la gastronomía ecuatoriana, esto es algo positivo ya que el porcentaje no es bajo y esto beneficiará a la empresa. De igual manera hay la posibilidad de que los encuestados los cuales prefieren comida internacional cambien de opinión al degustar los productos de Sumak Pacha.

Pregunta 3

Tabla 7, Encuesta, ¿Cuál de las siguientes características considera importante al momento de consumir en un restaurante?

¿Cuál de las siguientes características considera importante al momento de consumir en un restaurante?	
Opciones	Porcentaje
El sabor de la comida	25%
Buen servicio	7,1%
Buen ambiente	21,4%
Precios asequibles	7,1%
Todas las anteriores	39,3%
Total	100%

Figura 6, Pregunta 3, gráfico circular



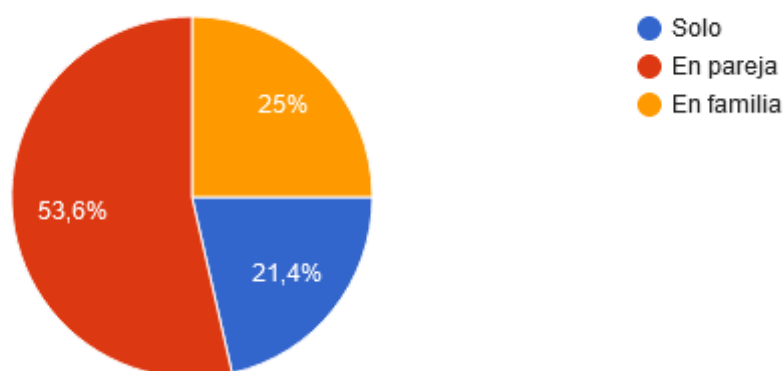
El 39,3% de los encuestados afirmaron que las características más importantes que debe poseer un restaurante son productos de buen sabor, buen servicio, lugar con un buen ambiente y que los precios sean asequibles, sin embargo, el 25% de los encuestados indicaron que la característica primordial que debe tener un restaurante es que la comida tenga un buen sabor, también el 21,4% indicaron que para ellos un buen ambiente es lo más importante. Sumak Pacha se encargará de cumplir con todas estas características para la satisfacción del cliente.

Pregunta 4

Tabla 8, Encuesta, Al momento de ir a consumir alimentos en un restaurante usted va:

Al momento de ir a consumir alimentos en un restaurante usted va:	
Opciones	Porcentaje
Solo	21,4%
En pareja	25%
En familia	53,6%
Total	100%

Figura 7, Pregunta 4, gráfico circular



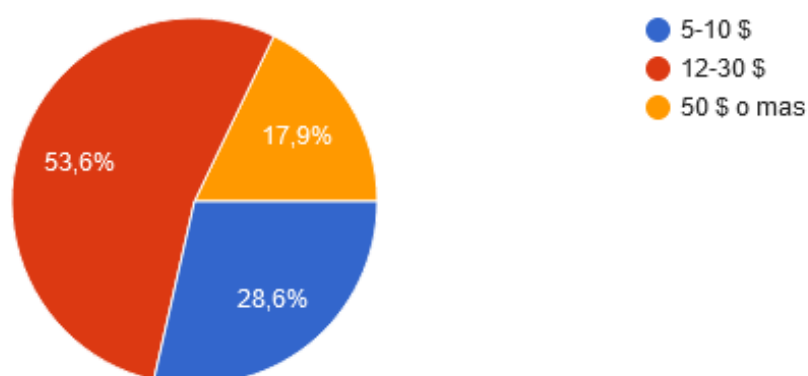
El 53,6% de los encuestados afirmaron que al momento de ir a consumir alimentos en un restaurante lo hacían en pareja y un 25% lo hacen junto a su familia, esta información es de utilidad para Sumak Pacha ya que se podrá gestionar de mejor manera el espacio del establecimiento para dar mayor comodidad a cada tipo de cliente. Así mismo, permite conocer la demanda y proponer una carta acorde a las preferencias y gustos, conservando la temática inicial del restaurante.

Pregunta 5

Tabla 9, Encuesta, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos de alta cocina?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos de alta cocina?	
Opciones	Porcentaje
\$5-\$10	28,6%
\$12-\$30	53,6%
\$50 o mas	17,9%
Total	100%

Figura 8, Pregunta 5, gráfico circular.



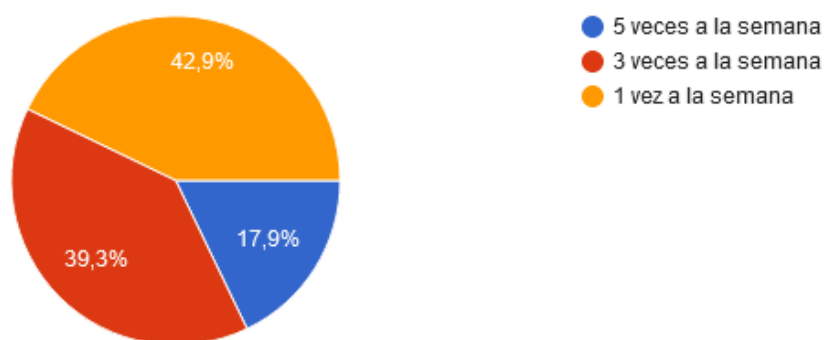
Sumak Pacha tendrá que centrarse en ofrecer productos en un rango de precios desde los \$5 hasta los \$30. La empresa logrará esto mediante proveedores de confianza que entreguen productos de calidad a precios relativamente bajos.

Pregunta 6

Tabla 10, Encuesta, ¿Con que frecuencia usted asiste a restaurantes en el sector de Cumbayá?

¿Con qué frecuencia usted asiste a restaurantes en el sector de Cumbayá?	
Opciones	Porcentaje
5 veces a la semana	17,9%
3 veces a la semana	39,3%
1 vez a la semana	42,9%
Total	100%

Figura 9, Pregunta 6, gráfico circular.



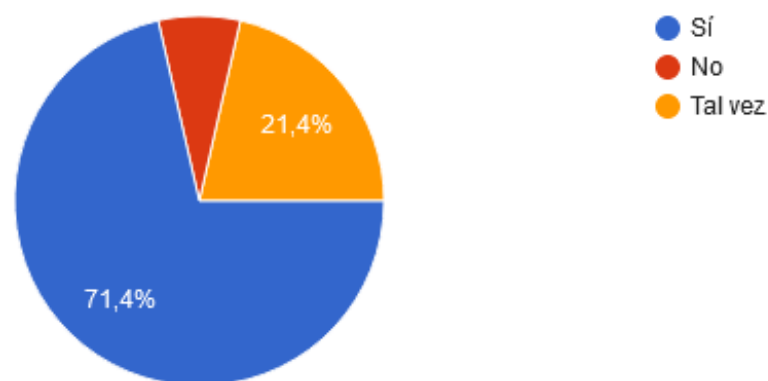
Un 42,9% de los encuestados son personas que normalmente solo van a restaurantes en la zona de Cumbayá una vez a la semana, el 39,3% lo hacen 3 veces a la semana y solo un 17% lo hacen 5 veces a la semana. Sumak Pacha inicialmente tendrá que enfocarse en campañas publicitarias y promociones para conseguir un flujo de clientes constante.

Pregunta 7

Tabla 11, Encuesta, De existir un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de Cumbayá, ¿usted iría?

De existir un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de Cumbayá, ¿usted iría?	
Opciones	Porcentaje
Si	71,4%
No	7,2%
Tal vez	21,4%
Total	100%

Figura 10, Pregunta 7, gráfico circular



La mayoría de encuestados, es decir el 71,4% afirmaron que de existir un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana estarían dispuestos a visitarlo, esto beneficia a Sumak Pacha ya que es un indicador de que la empresa tendrá buena aceptación en el sector. Un 21,4% no se mostraron seguros sobre visitar el establecimiento, sin embargo, esto podría cambiar si el resto de los consumidores recomiendan el establecimiento.

Análisis General

Mediante la aplicación de las encuestas se pudo concluir que el target al que va dirigida la empresa son personas que frecuentan el área del parque de Cumbayá y que están en un rango de edad entre los 20 a 40 años o más, la mayoría de encuestados son personas que van a consumir en restaurantes en el área 3 veces a la semana aproximadamente y lo hacen con su pareja o familia.

La mayoría de encuestados afirmaron que preferían la gastronomía internacional, sin embargo, indicaron que estarían dispuestos a consumir productos de alta cocina ecuatoriana cuyos precios se encuentren en un rango desde los \$5 hasta los \$30.

La mayoría de encuestados indicaron que de existir un restaurante temático de alta cocina en el área del parque de Cumbayá estarían dispuestos a ir, siempre y cuando cumpla con las siguientes características: buen sabor de los alimentos, buen servicio, buen ambiente y precios asequibles haciendo énfasis en el buen sabor de los alimentos y en un buen ambiente.

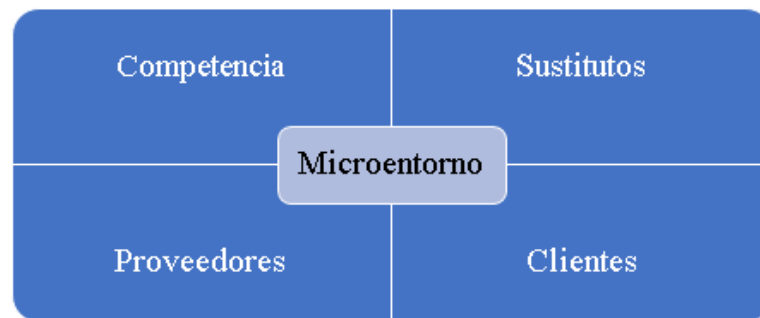
Con toda la información obtenida se puede concluir que Sumak Pacha tendrá una buena aceptación en el sector.

3.4. Entorno Empresarial

3.4.1. Microentorno

El microentorno de Sumak Pacha comprende todos los elementos sobre los que se tiene un control directo, y que rodean a la empresa y afectan directamente a las operaciones y resultados de la misma.

Figura 11, Microentorno Sumak Pacha.



Competencia Directa

Para determinar cuál será la competencia directa de Sumak Pacha se realizó un recorrido del lugar en el que estará ubicada la empresa inicialmente.

En las calles García Moreno y Manabí se encontró un establecimiento llamado “Sazón Manabita” que se puede considerar como competencia directa, ya que es un establecimiento que realiza gastronomía típica ecuatoriana, sin embargo, solo se enfoca en la región costa del país.

Competencia Indirecta

Al realizar un recorrido por el área del parque de Cumbayá se encontraron cinco establecimientos que pueden considerarse como competencia indirecta para Sumak Pacha ya que ofertan alimentos y bebidas, sin embargo, no comparten la misma temática.

En la calle Francisco de Orellana se encuentra un establecimiento de comida rápida llamado “Los Choris”, en la calle Manabí se encuentran “NOE Sushi Bar” y

“Parrilladas Che Luis”, en las calles Juan Montalvo y Francisco de Orellana se encuentra “Juan Valdez” y en la calle García Moreno se encuentra “Bagel Time, café and deli”.

Sustitutos

Se encontraron algunos mini mercados en el sector que pueden hacer de sustitutos, ya que ofertan snacks y variedad de bebidas, lo que satisface con la necesidad de alimentación de los clientes, sin embargo, no se considera competencia, ya que no son establecimientos de alimentos y bebidas como tal.

Proveedores

Una de las características de Sumak Pacha es ofrecer productos de calidad a precios asequibles al cliente, para ello es necesario contar con proveedores de confianza que oferten productos de calidad a precios bajos. Los proveedores de la empresa son los siguientes:

Tabla 12, Proveedores de materia prima

PROVEEDORES		
Materia Prima		
Proveedor	Características	Producto
Pronaca	Productos de calidad Variedad de productos	Variedad de Cárnicos
Supermercados Santa María	Productos a bajos precios Gran cantidad de sucursales	Harinas, aceites, pulpas, lácteos, productos de limpieza
Mercado Central de Tumbaco	Variedad de productos autóctonos Precios bajos	Verduras, vegetales, frutas, especias

Carnicería Tumbaco	Productos frescos Bajos precios Cárnicos locales Inocuidad de alimentos Buena higiene en procesos	Variedad de Cárnicos como: cuy, cordero, chivo, res
--------------------	---	--

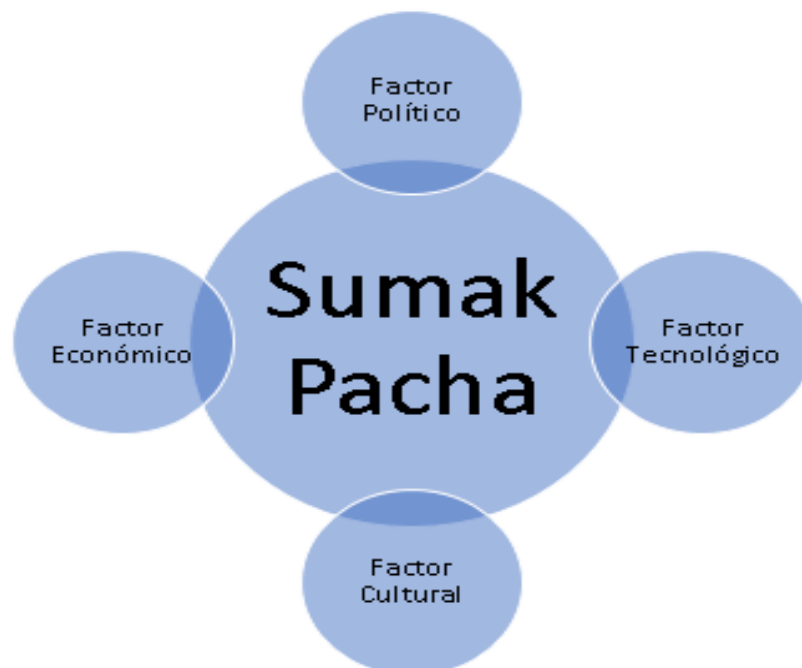
Clientes

Sumak Pacha se enfocará en ofrecer nuevas experiencias gastronómicas a familias, parejas y grupos de amigos en el sector de Cumbayá, que busquen consumir productos de la gastronomía típica ecuatoriana.

3.4.2. Macroentorno

El macroentorno de Sumak Pacha comprende todos los elementos sobre los que la empresa no tiene un control directo y afectan a las operaciones y resultados de la misma.

Figura 12, Macroentorno Sumak Pacha



Factor Político

Las entidades encargadas de regular el funcionamiento de establecimientos de alimentos y bebidas son el Ministerio de Turismo, ARCSA y el Ministerio de Salud Pública. Actualmente por la situación de pandemia que está afectando al mundo se ha emitido un manual de contingencia sanitaria para el funcionamiento de establecimientos de alimentos y bebidas, esto con el fin garantizar la bioseguridad del cliente. Sumak Pacha cumplirá con las normativas vigentes para mantenerse en la legalidad, obteniendo los permisos necesarios y aplicando el manual de contingencia sanitaria hasta que lo amerite.

Factor Económico

Actualmente, el Ecuador se está recuperando de la pandemia que afectó drásticamente a la economía del país, algunos establecimientos tuvieron que cesar con sus actividades definitivamente, ya que el sector más afectado fue el sector turístico, esto a su vez generó una gran cantidad de despidos.

Sumak Pacha establecerá los precios de sus productos dependiendo de la tasa de inflación anual del país, y también al precio de la materia prima y a sus posibles variaciones.

Factor Tecnológico

En la actualidad han existido grandes avances tecnológicos al alcance de casi todas las personas, esto ha facilitado realizar algunas tareas no solo de la vida cotidiana, sino también en establecimientos de alimentos y bebidas facilitando los procesos de producción e innovando con nuevas técnicas de cocción y preparación de los alimentos.

Sumak Pacha contará con la tecnología suficiente y automatizará servicios para una buena experiencia del cliente.

Factor Sociocultural

El factor sociocultural favorecerá a Sumak Pacha, ya que, al ser una empresa dedicada a enaltecer la gastronomía ecuatoriana, ofrecerá platos típicos de cada región del país, utilizando productos autóctonos y de calidad. Culturalmente la gastronomía ecuatoriana es bien recibida por todos, sin embargo, algunas personas prefieren no consumir los platos típicos tradicionales en lugares populares tales como mercados, debido a que algunos establecimientos no cumplen con buenas prácticas de manufactura, por esta razón Sumak Pacha será la alternativa ideal, y ofrecerá platos típicos llevados a la alta cocina, cuidando la inocuidad de los alimentos.

3.5. Producto y servicio

Sumak Pacha es un establecimiento de alimentos y bebidas, específicamente un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana, que se dedica a ofrecer platos tradicionales de la gastronomía del país utilizando ingredientes autóctonos, todo esto mediante un riguroso control de calidad y aplicando buenas prácticas de manufactura, para ofrecer un producto final que cumpla con las exigencias del cliente.

3.5.1. Producto esencial

Los clientes de Sumak Pacha no solo obtienen alimentos de calidad, ya que también se llevan la experiencia de consumir en un establecimiento ambientado en la cultura del Ecuador, que ofrece todo el sabor tradicional de la gastronomía del país

3.5.2. *Producto Real*

Sumak Pacha ofrece variedad de platos típicos de las regiones del Ecuador entre ellos están:

- Mini empanadas de verde, una comida típica de la región costa del país se consume principalmente en desayunos y meriendas, Sumak Pacha redujo el tamaño original de las mismas para poder ofrecerlas como entrada con diferentes rellenos como: carne, camarón, pollo y queso.
- Hornado, uno de los platos más emblemáticos de la región sierra, Sumak Pacha conserva su sabor tradicional y lo ofrece al público.
- Cheesecake de colada morada, una bebida tradicional que se consume generalmente en época de difuntos, Sumak Pacha la ofrece en forma de postre.

3.5.3. *Producto aumentado*

El producto aumentado de Sumak Pacha son las nuevas experiencias y la calidad que se entrega en cada producto, la empresa se distingue de las demás por su temática tradicional ecuatoriana.

Características

Todos los productos Sumak Pacha están realizados con todo el profesionalismo del personal encargado de producción, se realizan mediante estrictos protocolos de bioseguridad y buenas prácticas de manufactura para garantizar la inocuidad de los alimentos, en el área de servicio todo el personal está capacitado para responder a cualquier inquietud e inconformidad del cliente de una manera respetuosa y eficaz.

Calidad

Para garantizar la calidad de todos los productos, Sumak Pacha aplica buenas prácticas de manufactura, la empresa cumple con las siguientes condiciones y procedimientos

- La infraestructura es la adecuada para realizar todos los procesos operativos.
- El área de trabajo, los equipos y utensilios son sometidos a un proceso de limpieza y desinfección.
- Todo el personal está capacitado para ocupar su puesto laboral.
- Existe un correcto manejo y almacenamiento de residuos.
- Se manejan temperaturas de conservación y cocción óptimas.
- Revisión y control de las características organolépticas de la materia prima antes de ser almacenada.
- Cadena de frío en la materia prima que lo amerite.
- Análisis de puntos críticos de control.

Estilo

El estilo de Sumak Pacha está basado en la cultura tradicional ecuatoriana, tratando de enaltecer la gastronomía del país mediante la elaboración de comida típica de cada región, la empresa busca ofrecer un ambiente tranquilo con decoraciones y música típica del Ecuador.

Marca

El nombre “Sumak Pacha” está formado por dos palabras que provienen del idioma Kichwa, Sumak que significa bella y Pacha que significa tierra, esto hace relación a que el Ecuador es un país hermoso con una gran diversidad cultural y una

amplia gastronomía. El nombre se eligió, ya que la empresa busca enaltecer la gastronomía y cultura del país.

3.6. Plan de introducción al mercado

3.6.1. Distintivos y uniformes

Área de cocina

La empresa otorgará sus respectivos uniformes a todo el personal que pertenezca al área de cocina y constará de los siguientes elementos:

Chef Administrador

- Chaqueta de cocina manga larga de color negro con el logo de la empresa.
- Pantalón negro de cocina.
- Faldón negro con franjas blancas.
- Toca blanca.
- Zapatos de cocina antideslizantes.
- Medias largas de color negro.

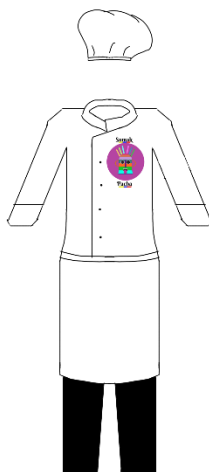
Figura 13, Diseño de uniforme, personal de cocina, chef administrador



Ayudante de cocina

- Chaqueta de cocina, manga larga de color blanco con el logo de la empresa.
- Pantalón negro de cocina.
- Faldón blanco.
- Champiñón blanco.
- Zapatos de cocina antideslizantes.
- Medias largas color negro.

Figura 14, Diseño de uniforme, personal de cocina, ayudante de cocina



Área de servicio

La empresa otorgará sus respectivos uniformes a todo el personal que pertenezca al área de servicio y constará de los siguientes elementos:

Mesero/a y Cajero/a – Recepcionista

- Camisa blanca manga larga.
- Pantalón negro.
- Delantal de servicio color negro con el logo de la empresa.
- Zapatos negros.

Figura 15, Diseño de uniforme, personal de cocina, mesero/a y cajero/a- recepcionista



Materiales de identificación

Logotipo

Figura 16, Diseño logo de la empresa



Elementos para destacar:

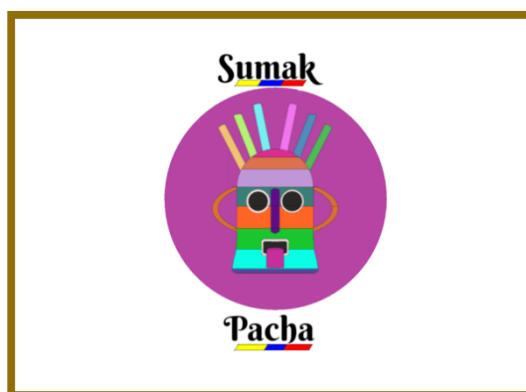
Tiene en la parte central uno de los personajes más reconocidos en la cultura ecuatoriana, es el Haya Huma y es el personaje de las fiestas del Inti Raymi, también

se encuentra el nombre de la empresa con franjas tricolor y un círculo de color morado claro, se eligió este color porque representa la espiritualidad.

Tarjetas de presentación

En el anverso de la tarjeta de presentación se encuentra el nombre y logo de la empresa, como se muestra a continuación:

Figura 17, Diseño tarjeta de presentación, lado anverso.



En el reverso de la tarjeta de presentación se encuentra el nombre de la empresa con el nombre del propietario y datos de contacto.

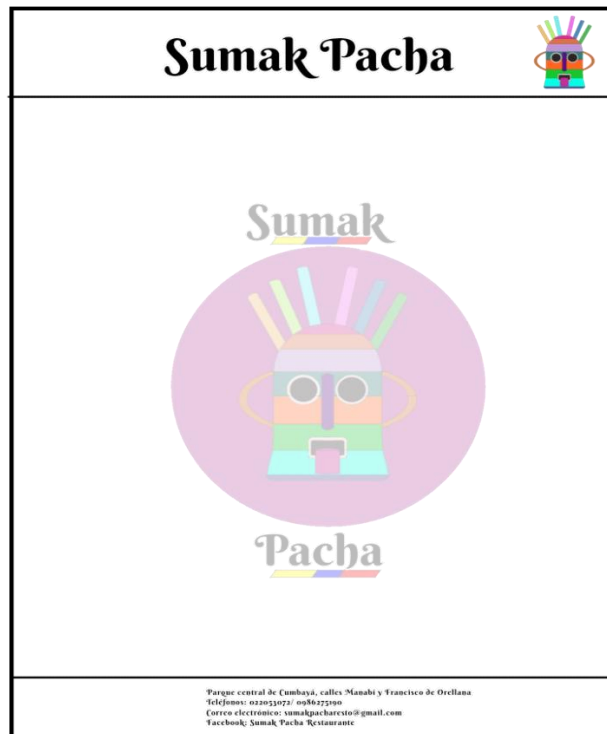
Figura 18, Diseño tarjeta de presentación, lado reverso.



Hoja Membretada

Servirá para darle formalidad a asuntos como oficios, cotizaciones etc. La hoja membretada de la empresa será la siguiente:

Figura 19, Diseño de hoja membretada.



3.7. Canal de distribución y puntos de venta

El canal de distribución y punto de venta de Sumak Pacha será en el establecimiento ubicado en el sector del parque de Cumbayá, en las calles Manabí y Francisco de Orellana.

- Promoción: la promoción se realizará en redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok, también se hará entrega de hojas volantes a transeúntes de sectores cercanos al establecimiento.
- Contacto: Será mediante la página oficial de Facebook, e-mail y mediante WhatsApp.
- Negociación: Se realizará en la oficina del establecimiento mediante una cita previa, también podrá efectuarse de manera virtual mediante video conferencias.

3.8. Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más considerable que tiene la empresa es la presente pandemia por Covid-19, si bien la vacunación de la población ayudará a mitigar la pandemia hay la posibilidad de que la situación se agrave por la aparición de nuevas variantes del virus, lo que podría poner al país en cuarentena nuevamente y esto afectaría drásticamente a los establecimientos de alimentos y bebidas.

Sumak Pacha tendrá una gran oportunidad de posicionarse en el mercado ya que en la zona no existen establecimientos que compartan la misma temática de la empresa, y mediante un estudio de mercado se demostró que la empresa tendrá una buena aceptación por parte del público.

3.9. Fijación de precios

Fijación de precios por receta estándar

Se estableció el precio de venta al público de los productos mediante la elaboración de recetas estándar de costos teniendo en cuenta los siguientes porcentajes para las recetas:

- 10% imprevistos
- 15% gasto de fabricación
- 33.33% de factor costo
- 45% de mano de obra
- 12% de gastos administrativos
- 45% de utilidad
- 12% IVA
- 10% de servicio

Los precios son calculados para un solo comensal, a continuación, se presentan tres recetas estándar de costos y tres recetas estándar de producción de los siguientes productos:

- Mini empanadas de verde.
- Hornado.
- Cheesecake de colada morada.

Figura 20, Receta estándar, mini empanadas de verde

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Mini Empanadas de verde con relleno de camarón		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	08/12/2021		Chef: Xavier Yumbo	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Plátano verde	g	\$1,50	150	0,23
Camarón	g	\$6,25	60	0,38
Cebolla paitaña	g	\$0,75	10	0,01
Ajo	g	\$2,80	3	0,01
Leche de coco	ml	\$5,00	20	0,10
Perejil	g	\$0,75	5	0,00
Aji	g	\$1,50	5	0,01
Aceite	ml	\$1,00	150	0,15
Achiote	ml	\$5,00	15	0,08
Pimienta	g	\$3,20	3	0,01
Sal	g	\$0,63	10	0,01
Zumo de limón	ml	\$4,00	6	0,02
			Total Bruto	\$0,99
			10 % Imprevisto	\$0,10
			Costo Neto	\$1,09
			Gasto de fabr. 15%	\$0,16
			Factor Costo 33,33%	\$0,36
			M.O. 45%	\$0,49
			G. Adm. 12%	\$0,13
			45 % Utilidad	\$0,49
			Sub total	\$2,73
			12 % I.V.A.	\$0,33
			10 % Servicio	\$0,27
			Total	\$3,33

Figura 21, Receta de producción, mini empanadas de verde.

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Mini Empanadas de verde con relleno de camarón (3 unidades)						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES		PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL		
150	g	Plátano verde		Lavados		Pelados		
60	g	Camarón		Lavados		Pelados y desvenados		
10	g	Cebolla paiteña		Lavada		Picada en brunoise		
3	g	Ajo		Lavado		Picado finamente		
20	ml	Leche de coco				Temperatura ambiente		
5	g	Perejil		Lavado		Sin tallos		
5	g	Ají		Lavado		Sin Semillas		
150	ml	Aceite				Temperatura ambiente		
15	ml	Achiote				Temperatura ambiente		
3	g	Pimienta						
10	g	Sal						
6	ml	Zumo de limón				Temperatura ambiente		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Cocinar el verde hasta que se ablande, majarlo hasta obtener una masa homogénea						
		2. Para el relleno realizar un refrito de cebolla, ajo y achiote, después agregar la leche de coco, los camarones, plátano verde majado, sal y pimienta, cocinar hasta que los camarones cambien de color.						
		3. Porcionar la masa de verde majado en 50g para cada empanada y aplanarla de forma circular, agregar el relleno y cerrar en forma de media luna, asegurándose de que no queden aberturas						
		4. Colocar las empanadas en fritura profunda a una temperatura de 160°C hasta que se doren, retirar del aceite y colocarlas sobre una rejilla o en papel absorbente.						
		5. Para el aceite de perejil, licuar el perejil, sal, zumo de limón y para el aceite de ají licuar el ají, sal, y el aceite, utilizar para decoraciones en el plato.						
		6. El montaje se realiza en un plato redondo o rectangular, se coloca tres empanadas y se decora con los aceites.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
220	447	4.18	20.71	14.73	55.06	117	138.3	0.91

Figura 22, Receta estándar, Hornado.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Hornado			Código: 002
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	8/12/2021			Chef: Xavier Yumbo
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Carne de cerdo	g	\$5,50	180	0,99
Papa chola	g	\$1,00	100	0,10
Mote	g	\$1,20	75	0,09
Queso	g	\$5,50	40	0,22
Cebolla paiteña	g	\$1,00	30	0,03
Tomate	g	\$1,00	30	0,03
Cilantro	g	\$0,50	13	0,01
Chicha de jora	ml	\$3,00	30	0,09
Sal	g	\$0,63	20	0,10
Achiote	ml	\$5,00	20	0,01
Pimienta	g	\$3,20	10	0,03
Cebolla larga	g	\$1,20	15	0,01
Comino	g	\$3,50	10	0,04
			Total Bruto	\$1,75
			10 % Imprevisto	\$0,18
			Costo Neto	\$1,93
			Gasto de fabr. 15%	\$0,29
			Factor Costo 33,33%	\$0,64
			M.O. 45%	\$0,87
			G. Adm. 12%	\$0,23
			45 % Utilidad	\$0,87
			Sub total	\$4,83
			12 % I.V.A.	\$0,58
			10 % Servicio	\$0,48
			Total	\$5,89

Figura 23, Receta de producción, Hornado.

ITI Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Hornado						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRITICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL				
180	g	Carne de cerdo	Lavado	Sin hueso				
100	g	Papa chola	Lavada	pelada				
75	g	Mote	Lavado	Cocido				
40	g	Queso		Fresco				
30	g	Cebolla paiteña	lavado	Cortada en pluma				
30	g	Tomate	lavado	Cortado en brunoise				
13	g	Cilantro	lavado	Picado finamente				
30	ml	Chicha de jora		Temperatura ambiente				
20	g	Sal						
20	ml	Achiote		Temperatura ambiente				
10	g	Pimienta						
15	g	Cebolla Larga	Lavada	Picada finamente				
10	g	Comino						
FOTOGRAFIA		PROCEDIMIENTO						
		1. Realizar un adobo con chicha de jora, sal, pimienta, achiote y cebolla blanca, licuar todos los ingredientes y reservar.						
		2. Marinar la carne en el adobo, en un recipiente hondo por 8 horas mínimo.						
		3. Colocar la carne en un pyrex o algún recipiente apto para horno.						
		4. Precalentar el horno a 180°C, hornear por 30 minutos, humectar la carne con el adobo cada 10 minutos para que no se seque.						
		5. Para las tortillas, cocinar las papas hasta que estén suaves y aplastarlas, hacer un refrito con cebolla larga y achiote, rallar el queso y mezclar con las papas aplastadas y el refrito, formar círculos con la papa y aplastarlos, freír en poco aceite hasta que se forme una costra crujiente por ambos lados.						
		6. Para realizar el agrio de hornado, picar el cilantro finamente, el tomate en brunoise, la cebolla paiteña en pluma, mezclar todos los ingredientes y agregar chicha de jora y sal.						
		7. Calentar el mote previamente cocido y rectificar la sal.						
		8. Para el montaje utilizar un plato redondo o rectangular, colocar el mote, 3 tortillas, el agrio y el hornado previamente cortado.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
325	795.3	4.21	33.29	70.8	20.15	177.9	199.36	2.1

Figura 24, Receta estándar, Cheesecake de colada morada.

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Cheesecake de colada morada			Código: 003
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	8/12/2021			Chef: Xavier Yumbo
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Galletas María	g	\$4,10	40	0,16
Mantequilla	g	\$6,79	20	0,14
Queso crema	g	\$6,10	90	0,55
Gelatina sin sabor	g	\$18,38	10	0,18
Leche condensada	ml	\$9,00	15	0,14
Azúcar	g	\$0,80	40	0,03
Colada morada	ml	\$2,50	75	0,19
Frutilla	g	\$1,80	10	0,02
Mora	g	\$2,00	10	0,02
Mortiño	g	\$5,00	5	0,03
			Total Bruto	\$1,18
			10 % Imprevisto	\$0,12
			Costo Neto	\$1,30
			Gasto de fabr. 15%	\$0,20
			Factor Costo 33,33%	\$0,43
			M.O. 45%	\$0,59
			G. Adm. 12%	\$0,16
			45 % Utilidad	\$0,59
			Sub total	\$3,27
			12 % I.V.A.	\$0,39
			10 % Servicio	\$0,33
			Total	\$3,99

Figura 25, Receta de producción, Cheesecake de colada morada.

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Cheesecake de colada morada						
CANTIDAD		UNIDAD	INGREDIENTES		PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL	
40		g	Galletas María				Trituradas	
20		g	Mantequilla				Derretida	
90		g	Queso crema					
10		g	Gelatina sin sabor				Hidratada	
15		ml	Leche condensada				Temperatura ambiente	
40		g	Azúcar					
75		ml	Colada morada				Temperatura ambiente	
10		g	Frutilla		Lavada		Entera	
10		g	Mora		Lavada		Entera	
5		g	Mortifio		lavado			
FOTOGRAFIA		PROCEDIMIENTO						
		1. Mezclar las galletas trituradas con la mantequilla, colocar en un molde alto desmontable y compactar						
		2. Batir el queso crema con la leche condensada, el azúcar y la colada morada sin trozos de fruta, agregar la gelatina sin sabor previamente hidratada y luego colocar la preparación en el molde, refrigerar por una hora.						
		3. Hacer una reducción de colada morada con trozos de fruta y agregar al molde con la preparación anterior, refrigerar nuevamente por 30 minutos.						
		4. Desmontar y colocar el cheesecake en un plato rectangular o cuadrado, colocar frutilla y mora cortada a la mitad y mortifio sobre el cheesecake.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
161	720.12	1.50	37.1	11.3	65.7	118.8	254.8	0.28

3.10. Implementación del Negocio

Arriendo del local

Tabla 13, Arriendo del local

Arriendo del Local		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago anual
\$300	\$1,800	\$3,600

Equipos Industriales

Tabla 14, Equipos Industriales

Equipos industriales			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Refrigerador Mabe 250lts /12 pies	1	\$386,99	\$386,99
Congelador Horizontal Electrolux 150 lts	1	\$249,99	\$249,99
Empacadora al vacío	1	\$157	\$157
Licuada Oster semi industrial 1.25 lts	1	\$105	\$105
Cocina industrial de 5 quemadores y horno	1	\$325	\$325
Balanza digital	1	\$4,48	\$4,48
Freidora de aire	1	\$115	\$115
Total			\$1,343.46

Equipos de Computación

Tabla 15, Equipos de computación.

Equipos de Computación			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Laptop Dell core i5	1	\$699	\$699
Impresora Epson L3250	1	\$289	\$289
Monitor táctil 15 pulgadas	1	\$252	\$252
Smart TV Sony 32"	2	\$329	\$658
Total			\$1,898

Muebles y enseres

Tabla 16, Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Mesa de vidrio cuadrada, 6 puestos	1	\$155	\$155
Mesa de vidrio redonda, 4 puestos	4	\$65	\$260
Sillas para comedor	22	\$23.45	\$515.90
Mesa de trabajo, acero inox	1	\$135	\$135
Estanterías metálicas	3	\$65	\$195
Tabla plástica de picar	3	\$7	\$21
Set de bowls acero inoxidable	1	\$40	\$40
Juego de cuchillos tramontina 9 pzs	1	\$30	\$30
Set de recipientes plásticos con tapa 5 pzs	2	\$7	\$14
Basurero plástico 120 lts	2	\$52.99	\$105.98

Decoraciones varias	1	\$120	\$200
Set de vajilla 24 pcs	2	\$44.34	\$88.68
Total			\$1,760.56

Equipos industriales de seguridad

Tabla 17, Equipos industriales de seguridad

Equipos industriales de seguridad.			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Extintor polvo 10 lbs	1	\$20.21	\$20.21
Dispensador automático de alcohol gel	1	\$50	\$50
Detector de gas glp	1	\$19.99	\$19.99
Señalética de seguridad	1	\$5	\$5
Total			\$95

Suministros de oficina

Tabla 18, Suministros de oficina

Suministros de oficina			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Resma de papel bond	1	\$3.50	\$3.50
Grapadora	1	\$2.30	\$2.30
Esfero	1	\$0.40	\$0.40
Caja de grapas	1	\$0.98	\$0.98
Carpeta de cartón	10	\$0.30	\$3.00
Tijera	1	\$0.75	\$0.75
Resaltador	2	\$0.50	\$1.00
Total			\$11.93

Suministros de limpieza

Tabla 19, Suministros de limpieza

Suministros de limpieza			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Escoba	2	\$3.29	\$6.58
Recogedor	2	\$2.75	\$5.50
Trapeador	2	\$6.50	\$13.00
Cloro 1 galón	1	\$5.00	\$5.00
Esponja lavaplatos	4	\$1.00	\$4.00
Lustre	5	\$0.80	\$4.00
Jabón para platos	4	\$1.25	\$5.00
Toallas de papel	3	\$3.75	\$11.25
Papel de cocina	2	\$5.00	\$10.00
Papel higiénico	4	\$1.15	\$4.60
Total			\$68.93

Servicios básicos

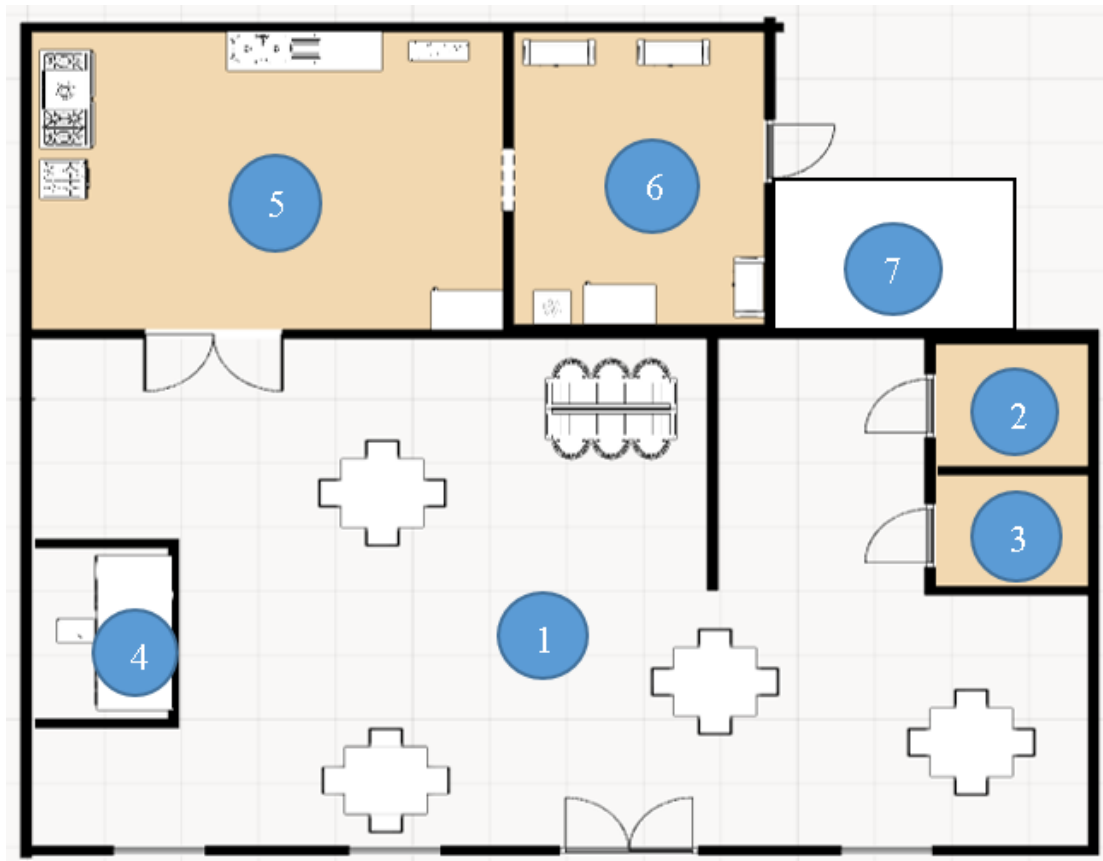
Tabla 20, Servicios básicos

Servicios básicos		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	\$15.00	\$180.00
Luz	\$25.00	\$300.00
Teléfono	\$8.00	\$96.00
Internet	\$25.00	\$300.00
Total	\$73.00	\$876.00

3.11. Estructura interna del establecimiento.

La estructura del establecimiento se diseñó teniendo en cuenta el aforo con el cual funcionará (22 personas), el área de la cocina cuenta con espacio suficiente para que el personal cumpla con sus actividades de una manera eficiente.

Figura 26, Estructura interna del establecimiento



1. Salón
2. Baños hombres
3. Baños mujeres
4. Recepción
5. Cocina
6. Bodega
7. Oficina

4. DERECHO EMPRESARIAL

4.1. Objetivo del área

Identificar todos los permisos y patentes necesarios para que un establecimiento de alimentos y bebidas pueda funcionar de forma legal.

4.2. Servicio de Rentas Internas (SRI)

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” (SRI, s.f.).

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 (SRI, s.f.).

Requisitos generales para la obtención del RUC:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación.
- Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional).
- Factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono.
- Factura o estados de cuenta de otros servicios.
- Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural.
- Cualquier documento emitido por una entidad pública.
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato.
- Contrato de Concesión Comercial.

- Certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros.
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito.
- Patente Municipal.
- Permiso de Bomberos.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.
- Escritura de compraventa del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad (SRI, s.f.).

4.3. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), es la entidad pública perteneciente al Ministerio de Salud Pública “que se encarga de controlar y vigilar las condiciones higiénico – sanitarias de los productos de uso y consumo humano, además de brindar servicios que facilitan la obtención de permisos de funcionamiento y Notificaciones Sanitarias” (ARCSA, s.f.).

Permiso de Funcionamiento

El Permiso de Funcionamiento es “el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud” (ARCSA, s.f.).

Procedimiento para la obtención de permiso de funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA.

- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo con la actividad del establecimiento).
- Esperar la emisión de la orden de pago, imprimir el documento y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.
- Validado el pago, se podrá imprimir el permiso de funcionamiento y factura (ARCSA, s.f.).

4.4. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

LUAE

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE es el permiso de funcionamiento que otorga el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el mismo. Este permiso se otorga mediante dos procesos: Emisión y Renovación (GADDMQ, 2020). En el caso actual para este proyecto se aplicará el proceso de emisión.

La LUAE integra en una sola especie las siguientes autorizaciones o permisos administrativos:

- Uso y ocupación de suelo.
- Sanidad.
- Prevención de incendios.
- Rotulación.
- Ambiente.
- Turismo.

- Permiso anual de funcionamiento de la intendencia general de policía (GADDMQ, s.f.).

Requisitos para la obtención de la LUAE:

- Previo a la solicitud de LUAE, se debe cumplir con el registro del impuesto de Patente.
- Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE).
- Cédula original del titular o Representante legal.
- RUC original (GADDMQ, 2020).

4.5. SAYCE

SAYCE es una sociedad de gestión colectiva que tiene como objetivo proteger y administrar los derechos económicos resultantes de la utilización de obras musicales de autores nacionales y extranjeros. Al ser una sociedad autoral forman parte de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC), encargado de la protección de los derechos autorales y de otros organismos regionales afines (SAYCE, s.f.).

Tarifas por reproducción en restaurantes, cevicherías, picanterías, grilles y similares.

Por difusión pública de obras administradas por SAYCE, se abonará anualmente, de acuerdo al siguiente detalle:

- De lujo, el equivalente al 45% de un Salario Básico Unificado;

- De primera, el equivalente al 36% de un Salario Básico Unificado;
- De segunda, el equivalente al 27% de un Salario Básico Unificado;
- De tercera y cuarta categoría, al 18% de un Salario Básico Unificado.

(SAYCE, s.f.)

Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo con el numeral 39 en el cual se menciona que

“los responsables de establecimientos mercantiles, el comerciante o cualquier otra persona que haya intervenido en la reventa serán solidariamente responsables con el vendedor por el pago de este derecho y deberán notificar la reventa a la sociedad de gestión correspondiente, o en su defecto, al autor o sus derechohabientes, en el plazo de tres meses, acompañando la documentación pertinente para la práctica de la liquidación” (SAYCE, s.f.).

5. IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1. Objetivos del área

Identificar el impacto ambiental que tendrá Sumak Pacha al realizar sus procesos operativos y determinar la manera en la cual se puede reducir o eliminar los desechos y contaminantes. Sumak Pacha es consciente que actualmente la generación de residuos se ha vuelto un gran problema para el ambiente, por ende, la empresa será parte del cambio y buscará que la contaminación generada por parte del establecimiento sea mínima.

Especificar el impacto social que tendrá Sumak Pacha en el área de Cumbayá y sus alrededores, para determinar si la implementación de la empresa aporta de manera positiva al sector, mediante un análisis interno y con soluciones reales.

5.2. Impacto ambiental

Identificación de posibles impactos ambientales

- **Generación de residuos:** Se generarán residuos orgánicos (restos de comida, grasas y aceites) e inorgánicos (plástico, papel, vidrio) por parte de los clientes y de la empresa.
- **Utilización excesiva de agua:** La utilización excesiva de agua puede ocurrir al momento de lavar la vajilla, también puede ocurrir en los lavamanos de los baños del establecimiento
- **Consumo de electricidad:** La empresa necesita de equipos que funcionan con energía eléctrica, también se ocupa iluminación en el establecimiento al

caer la noche, esto generará un alto consumo de electricidad y contaminación lumínica lo que no favorece al ambiente ni a la empresa.

Medidas para reducir o eliminar el impacto ambiental que genera la empresa

- ***Gestión de residuos:*** Para gestionar los residuos por parte de los clientes el establecimiento contará con contenedores para la clasificación y reciclaje de plástico, papel y residuos orgánicos, de igual manera en el área de cocina existirán dichos contenedores. Por parte de la empresa se buscará reducir el uso bolsas y sorbetes plásticos ya que en lo posible se utilizarán bolsas ecológicas de tela y sorbetes de papel, el aceite utilizado para fritura no será vertido en la tubería ya que será almacenado y entregado a las entidades encargadas como la empresa “Arc y Pieper” que se dedica al reciclaje de aceite de cocina, también se implementarán trampas de grasa para evitar contaminar el agua y evitar sanciones.
- ***Ahorro de agua:*** Se capacitara a los empleados para reducir el uso de agua en el establecimiento, se colocarán letreros de concientización en el área de los baños, se revisará constantemente que no haya fugas en ningún sitio, se utilizará grifos ahorradores de agua.
- ***Ahorro de electricidad:*** En lo posible se utilizarán equipos que ahorren energía y sean de alta eficiencia, se utilizará iluminación de baja intensidad y consumo, se apagarán los equipos que no se estén utilizando y se concientizará al personal.

5.3. Impacto social

Generación de fuentes de trabajo

Con la puesta en marcha de Sumak Pacha se generará fuentes de trabajo sin ningún tipo de discriminación, siempre y cuando se cumpla con el perfil para el puesto solicitado, de igual manera apoyará a pequeños productores al adquirir materia prima en mercados del sector.

Igualdad y equidad

Sumak Pacha ofrecerá sus servicios y productos de una manera cordial y eficaz sin ningún tipo de discriminación, los equipos de trabajo serán igualitarios y se fomentará una cultura inclusiva.

6. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1. Introducción

Se realizó el análisis financiero de Sumak Pacha, en donde se determinó el total de la inversión para poner en marcha a la empresa. Esto se logró mediante el estudio de varios puntos financieros que se detallan a continuación:

6.2. Activos fijos

Los activos fijos de la empresa constan de equipos industriales, equipos de seguridad, equipos de computación, muebles y enseres, y todos suman un valor total de \$5097,02.

Tabla 21, Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
Equipos Ind./ seguridad	\$1438,46
Equipos de Computación	\$1898
Muebles - enseres	\$1760,56
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$5097,02

Depreciación activos fijos

Los activos fijos sufren un desgaste con el paso del tiempo lo que reduce su valor inicial, a continuación se detallan los valores correspondientes.

Tabla 22, Depreciación activos fijos

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos Industriales.	\$1438,46	10%	\$143,846
Equipos de Computación	\$1898	33,33%	\$632,6034
Muebles y Enseres	\$1760,56	10%	\$176,056
TOTAL			\$952,51

6.3. Activos diferidos

Son los recursos monetarios que se designan para la constitución de la empresa, tales como trámites para la obtención de permisos de funcionamiento.

Todos estos valores suman un total de \$186,7.

Tabla 23, Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$186,7
TOTAL ACTIVOS DIF.	\$186,7

6.4. Amortizaciones

El valor de la amortización correspondiente a los gastos de constitución, se recuperará en un lapso de 5 años, con un valor de \$37,34 anual.

Tabla 24, Amortizaciones

AMORTIZACIONES		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	\$186,7	20%	\$37,34

6.5. Sueldos

La siguiente tabla de sueldos detalla los valores a pagar en el periodo de un año, incluidos los beneficios de ley. El valor total a pagar es de \$25350,1

Tabla 25, Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente Chef	\$500	\$6000	\$567	\$729	\$6162
Ayudante de Cocina	\$425	\$5100	\$481,95	\$619,65	\$5237,7
Mesero	\$425	\$5100	\$481,95	\$619,65	\$5237,7
Cajero/Recepcionista	\$425	\$5100	\$481,95	\$619,65	\$5237,7
TOTAL	\$1775	\$21300	\$2012,85	\$2587,95	\$21875,1
PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS	
Gerente Chef	\$500	\$425	\$500	\$925	
Ayudante de Cocina	\$425	\$425	\$425	\$850	
Mesero	\$425	\$425	\$425	\$850	
Cajero/Recepcionista	\$425	\$425	\$425	\$850	
TOTAL	\$1775	\$1700	\$1775	\$3475	

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
21875,1\$	\$3475	\$25350,1

6.6. Capital de trabajo

Los valores correspondientes al capital de trabajo están fijados para un año de funcionamiento de la empresa. El capital de trabajo de la empresa consta de sueldos del personal con un valor de \$25350,10, servicios básicos (luz, agua, teléfono, internet) por \$876, material de oficina (hojas de papel, esferos, etc.) por \$47,72, material de limpieza (escobas, trapeadores, etc.) por \$275,72, alquiler del local por \$3600, publicidad y posicionamiento de marca (uniforme del personal, tarjetas de presentación, etc.) por \$200, adquisición de materia prima por \$2400 y gastos financieros por \$2800,00, que suma un valor total de \$35549,54.

Tabla 26, Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$25350,1
Servicios Básicos	\$876
Material oficina	\$47,72
Material limpieza	\$275,72
Alquiler local	\$3600
Publicidad	\$200
Adquisición de materia prima	\$2400
Gastos financieros	\$2.800,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$35549,54

6.7. Total de inversión

Mediante la suma de los valores totales de los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo se obtiene el total de la inversión, el cual es un valor de \$40833,26.

Tabla 27, Total de inversión

TOTAL INVERSIÓN	
Total activos fijos	\$5097,02
Total activos diferidos	\$186,7
Total capital de trabajo	\$35549,54
TOTAL INVERSIÓN	\$40833,26

6.8. Estructura capital

El total de la inversión para poner en marcha a la empresa es de \$40833,26, la estructura del capital estará dividida de la siguiente manera: \$20833,26 será con un capital propio, lo que equivale a un 51% de la estructura de capital, costo de 13% y una tasa de descuento (TD) del 6,6%, la diferencia de \$20000 será financiada por una entidad bancaria y será equivalente al 49% de la estructura del capital, costo del 14% y una tasa de descuento de 6,9%. La tasa mínima de rendimiento (TMAR) es el valor resultante de la suma de los porcentajes de la tasa de descuento y es un indicador de factibilidad de la empresa.

Tabla 28, Estructura capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$20833,26	51%	13%	6,6%	
Capital Financiero	\$20000	49%	14%	6,9%	
TOTAL INVERSION	\$40833,26	100%		13,5%	TMAR

Tabla de amortización

El pago del valor de \$20000 correspondientes al capital financiero se realizará en un plazo de 5 años con una tasa de interés del 14%. Esto a su vez generará un interés de \$2800 en el primer año e irá disminuyendo progresivamente, siendo \$715,43 en el año 5.

Tabla 29, Tabla de amortización

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
		INTERES ANUAL		\$2.800,00
		INTERES SEMESTRAL		\$1400,00

6.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el mínimo de ventas que deben realizarse en un determinado tiempo para no tener pérdidas. Para conocer la cantidad de ventas mínimas se debe dividir el valor total de los costos fijos para el margen de contribución.

Tabla 30, Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Materia prima	\$200
Arriendo	\$300
Sueldos	\$2112,5
Ser. Básicos	\$73
TOTAL COSTOS FIJOS	\$2685,5

Tabla 31, Margen de contribución

RECETA ESTÁNDAR		
Precio	\$10,83	
Costo	\$3,92	
Ganancia	\$6,91	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Tabla 32, Punto de equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=	389		
	389	menús	13 diarios
VENTA	389	\$10,83	\$4209,0
COSTO	289	\$3,92	\$1523,5
GASTO			\$2685,5
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Para que la empresa se encuentre en su punto de equilibrio debe realizar la venta de 389 menús al mes, es decir 13 menús diarios. Si bien no se está produciendo una pérdida tampoco se está generando rentabilidad, al realizar una proyección de ventas se determinó que el número necesario para obtener ganancias es de 725 ventas mensuales.

Tabla 33, Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
725	\$7851,75	\$94221	ventas
725	\$2842	\$34104	costo

6.10. Costo de ventas

El costo de ventas se realizó para un periodo de tiempo de 5 años, para ello se utilizó los datos de las ventas proyectadas, siendo las ventas \$94221,00 y el costo de ventas \$34104,00. En el primer año se obtiene una utilidad neta de \$16560,73 y \$20279,69 para el año 5.

Tabla 34, Costo de ventas

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$94221,00	\$97057,05	\$99978,47	\$102987,82	\$106087,75
COSTO DE VENTAS		\$34104,00	\$35130,53	\$36187,96	\$37277,22	\$38399,26
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$60117,00	\$61926,52	\$63790,51	\$65710,60	\$67688,49
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$25350,10	\$26113,14	\$26899,14	\$27708,81	\$28542,84
SERVICIOS BASICOS		\$876,00	\$902,37	\$929,53	\$957,51	\$986,33
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		\$323,44	\$333,18	\$343,20	\$353,53	\$364,18
ALQUILER AUTO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
ALQUILER		\$3600,00	\$3708,36	\$3819,98	\$3934,96	\$4053,41
PUBLICIDAD		\$200,00	\$206,02	\$212,22	\$218,61	\$225,19
DEPRECIACIONES		\$952,51	\$952,51	\$952,51	\$952,51	\$952,51
AMORTIZACIONES		\$37,34	\$37,34	\$37,34	\$37,34	\$37,34
UTILIDAD OPERATIVA		\$28777,61	\$29673,62	\$30596,59	\$31547,34	\$32526,71
GASTOS FINANCIEROS		\$2800,00	\$2376,41	\$1893,51	\$1343,01	\$715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$25977,61	\$27297,21	\$28703,08	\$30204,33	\$31811,27
BASE IMPOSITIVA		\$9416,89	\$9895,24	\$10404,87	\$10949,07	\$11531,59
UTILIDAD NETA		\$16560,73	\$17401,97	\$18298,21	\$19255,26	\$20279,69

6.11. Flujo de caja

El flujo de caja son las entradas y salidas netas de dinero en un determinado tiempo, en este caso serán 5 años. Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$14524,90 y para el año 5 el valor será de \$16159,29.

Tabla 35, Flujo de ventas

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$28777,61	\$29673,62	\$30596,59	\$31547,34	\$32526,71
DEPRECIACION		\$952,51	\$952,51	\$952,51	\$952,51	\$952,51
AMORTIZACION		\$37,34	\$37,34	\$37,34	\$37,34	\$37,34
- BASE IMPOSITIVA		\$9416,89	\$9895,24	\$10404,87	\$10949,07	\$11531,59
- 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
- REPOSICION DE ACTIVOS				\$0		
= FLUJO NETO DE CAJA	\$-40833,26	\$14.524,90	\$14.942,55	\$15.355,89	\$15.762,44	\$16.159,29

6.12. TIR y VAN

El TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VAN (Valor Actual Neto) son valores que determinarán la factibilidad y utilidad de la empresa.

Tabla 36, TIR y VAN

VAN	\$12.936,91
TIR	24,96%
TMAR	13,49%

El TIR de la empresa deberá ser mayor que la TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento), en este caso el TIR es de 24,96% y la TMAR tiene un porcentaje de 13,49% por lo que la empresa es factible.

El VAN deberá ser mayor a cero para que haya una factibilidad, al ser el VAN \$12936,91 determina que la empresa es factible.

7. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

7.1. Conclusiones

Al momento crear una empresa es de suma importancia tener clara el área administrativa, funcional y estructural, de esta manera se podrá conocer la razón de ser de la misma y se logrará elaborar un producto ideal para el mercado objetivo, trabajando con un equipo humano sólido, profesional y capacitado que ayudará a posicionar a la empresa en el mercado.

Una investigación de mercado ayuda a establecer el número y tipos de competencia que se tendrá en el sector donde estará ubicada la empresa, de igual manera se podrá conocer el tipo de comensales, sus preferencias y así poder crear un producto esencial que se diferencie de la competencia.

También, es importante pensar en el impacto ambiental que ésta tendrá, para reducir la contaminación y generación de residuos y aportar de manera positiva al medio ambiente, de igual manera se generará un impacto social que será positivo ya que la empresa generará fuentes de trabajo. Además, es vital que se conozca la base legal de constitución para saber si se está operando en la formalidad, conociendo los permisos necesarios que dependerán del tipo de empresa.

Es necesario tener claro cuántos productos se deberá vender para no tener pérdidas, cuánto será el costo para la creación de la empresa y la puesta en marcha y si tendrá rentabilidad, esto se puede determinar mediante la realización de un análisis financiero, por ende es un punto muy importante que no hay que pasar por alto.

7.2. Recomendaciones

Al momento de realizar un modelo de negocio tener claro el tipo de negocio que se va a crear, conocer bien el sector en el que se va a ubicar inicialmente, para poder crear un producto esencial que cumpla con las necesidades y exigencias de los clientes.

Crear una marca., así los clientes podrán relacionar las características del negocio con un nombre o logotipo, llegándose a posicionar en las mentes de los clientes.

Obtener información real del área financiera mediante proformas y en base a esto determinar las ventas necesarias para saber si el negocio será factible o no.

8. REFERENCIAS

ARCSA. (s.f.). *Agencia Nacional de Regulacion, Control y Vigilancia Sanitaria* .

Obtenido de Arcsa, una institución que mejora continuamente su servicio de atención al usuario: <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-una-institucion-que-mejora-continuamente-su-servicio-de-atencion-al-usuario/>

Armero, M. (29 de Julio de 2021). *La Mente es Maravillosa* . Obtenido de ¿Qué es la pirámide de Maslow?: <https://lamenteesmaravillosa.com/piramide-maslow/>

GADDMQ. (2020). *Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE*. Obtenido de quito.gob.ec: https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_Tramites/Operativas/FrmFichaTramite?codtt=363

GADDMQ. (s.f.). *quito.gob.ec*. Obtenido de licencia metropolitana unica para el ejercicio de actividades economicas : https://www.quito.gob.ec/documents/cartillas/cartilla_7.pdf

Google . (2021). *Google Maps* . Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.2009784,-78.4294423,20z?hl=es>

SAYCE. (s.f.). *sayce.com.ec*. Obtenido de ¿Quienes somos? : <https://sayce.com.ec/>

SAYCE. (s.f.). *sayce.com.ec*. Obtenido de LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL: <https://sayce.com.ec/pdf/ley-propiedad-intelectual.pdf>

SRI. (s.f.). *Servicio de rentas internas* . Obtenido de registro único de contribuyentes : <https://www.sri.gob.ec/RUC>

9. ANEXOS

Anexo N° 1

Hoja de observación

Hoja de observación	
Sector:	Parque central de Cúmbaya
Tipo de sector:	Comercial
Competencias	
Nombre:	Actividad:
Sazón Manabita	Realiza comida típica de la región costa.
Los Choris	Realiza comida rápida
Noe sushi bar	Realiza comida asiática
Parrilladas Che Luis	Realiza parrilladas
Juan Valdez	Cafetería y repostería
Bagel Time	Cafetería

Anexo N° 2

Formato encuesta

¿A que rango de edad pertenece? ☐ 18-20 años ☐ 21-30 años ☐ 31-40 años ☐ 41 o más
¿ Que tipo de comida prefiere? ☐ Nacional ☐ Internacional
¿ Cual de las siguientes características considera importante al momento de consumir en un restaurante? ☐ El sabor de la comida ☐ Buen servicio ☐ Buen ambiente ☐ Precios asequibles ☐ Todas las anteriores
Al momento de ir a consumir alimentos en un restaurante usted va: ☐ Solo ☐ En pareja ☐ En familia
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos de alta cocina? ☐ 5-10 \$ ☐ 12-30 \$ ☐ 50 \$ o mas
¿Con que frecuencia usted asiste a restaurantes por el sector de Cumbayá? ☐ 5 veces a la semana ☐ 3 veces a la semana ☐ 1 vez a la semana
De existir un restaurante temático de alta cocina ecuatoriana en el sector de Cumbayá , usted iría? ☐ Sí ☐ No ☐ Tal vez

Anexo N°3

Proformas

 U\$S 386⁹⁹ Refrigeradora Mabe 250Lts 12 Pies Acero Dispensador De Agua	 U\$S 249⁹⁹ Congelador Horizontal Electrolux 150 Lt Uso Comercial Dual
 U\$S 157 Maquina Empacadora Selladora Al Vacio Quito Guayaquil Cantidad: 1 unidad (9538 disponibles) Comprar ahora	



Cocinas Industriales Con Horno 5 Y 6 Quemadores

U\$S 325

Envío gratis



Nuevo | 60 vendidos

Balanza Portatil Digital De 0,1 A 10 Kg Incluye Baterías

U\$S 4⁴⁸

[Ver los medios de pago](#)

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

Cantidad: 1 unidad (939 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 161 vendidos

Freidora De Aire Innova De 5.5i Tactil 115 Y De3.5i Freidora

U\$S 115

[Ver los medios de pago](#)

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

Cantidad: **1 unidad** (9667 disponibles)

[Comprar ahora](#)

12 meses de garantía de fábrica.

Información sobre el vendedor

Nuevo | 1417 vendidos

Impresora Epson L3250 \$310 Wifi Inc. Factura

U\$S 289

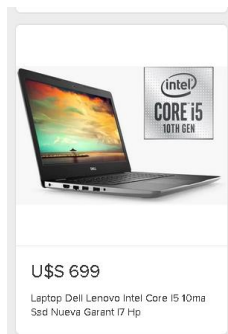
[Ver los medios de pago](#)

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

Color: Negro

Cantidad: **1 unidad** (2726 disponibles)

[Comprar ahora](#)



U\$S 699

Laptop Dell Lenovo Intel Core i5 10ma
Ssd Nueva Garant 17 Hp



Nuevo | 2 vendidos

Mesa De Comedor Elegante Vidrio Templado 6 Puestos Eyra

U\$S 155

[Ver los medios de pago](#)

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

Cantidad: **1 unidad** (4442 disponibles)

[Comprar ahora](#)

1 meses de garantía de fábrica.



Nuevo | 4 vendidos

Silla Fija Eames Kd10 Para Comedor Cocina Restaurante Rosada

U\$S 23⁴⁵

[Ver los medios de pago](#)

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

Cantidad: **1 unidad** (995 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 1322 vendidos

**Sony Smart Tv 32 Full Hd
Samsung LG 40 43**

U\$S 329

[Ver los medios de pago](#)

☒ Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (1678 disponibles)

[Comprar ahora](#)

🔔 24 meses de garantía de fábrica.



Nuevo | 19 vendidos

**Tabla Picar Plastica
Reforzada 37x28**

U\$S 7

[Ver los medios de pago](#)

☒ Entrega a acordar con el vendedor
Latacunga, Cotopaxi

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (88 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

📍 Ubicación



Nuevo

**Rotulos, Letreros Y
Señalética En General**

U\$S 5

[Ver los medios de pago](#)

☒ Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayaquil

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (23 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

📍 Ubicación

Guayaquil, Guayaquil