



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**Proyecto de factibilidad para la creación del Bar-Restaurante
"Olimpo", ubicado en el Barrio Central, Cantón San Cristóbal,
Provincia de Galápagos**

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

AUTOR:

Verónica del Rocío Pihuave Burbano

TUTOR:

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

DEDICATORIA

El presente trabajo realizado en esta tesis lo dedico especialmente a mis hijos:

- Valerie
- Valessca
- Justhin
- Sharlotte

Puesto a que sin la fuerza y la energía que ellos me brindan día a día no podría seguir desarrollando mi tesis y todo el trabajo que contiene.

AGRADECIMIENTO

Antes de nada, agradezco a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Agradezco al Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristóbal (GAD MUNICIPAL), institución que me abrió las puertas para comenzar mis estudios de mi carrera, la cual estoy culminando.

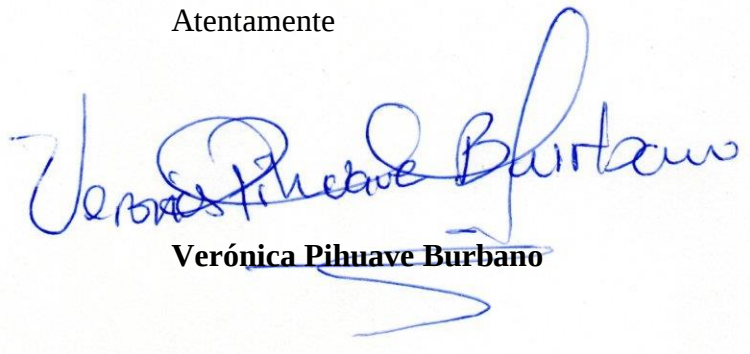
Doy las gracias a mis padres Lilian y Fermín; por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradezco a nuestros docentes del Instituto Tecnológico Internacional (ITI) por haber impartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, al Mgs. Christian Carvajal tutor de nuestro proyecto de investigación quien nos ha guiado con paciencia, y su rectitud como docente ha sido de gran aporte para nuestra investigación.

AUTORÍA

Yo, **Verónica del Rocío Pihuave Burbano** autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Verónica Pihuave Burbano

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

MS.c Christian Carvajal.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

MS.c Christian Carvajal.

D.M. Quito, 05 de marzo de 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: El **MSc. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sra **Verónica del Rocío Pihuave Burbano** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

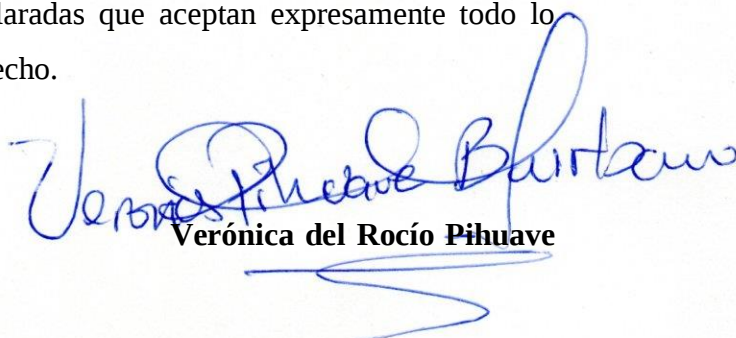
SEGUNDA: UNO. - La Sra. **Verónica del Rocío Pihuave Burbano** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación del Bar-Restaurante Olimpo, ubicado en el Barrio Central, Cantón San Cristóbal, Provincia de Galápagos”** para optar por el título de, Tecnóloga en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MS.c Christian Carvajal**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra **Verónica del Rocío Pihuave Burbano**, 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 creación de un restaurante de cocina de parrilla en el sector de la Coruña al norte de la 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.

MS.c Christian Carvajal
Burbano



Verónica del Rocío Pihuave

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
1. RESUMEN.....	1
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	4
2.1 Creación de la empresa.....	4
2.2 Descripción de la empresa.....	4
2.2.1 Importancia	4
2.2.2 Características.....	5
2.2.3 Actividad.....	5
2.3 Tamaño de la empresa	6
2.4 Necesidades de satisfacer	6
2.4.1 Necesidad Fisiológica.	7
2.4.2 Necesidad de Seguridad.....	7
2.4.3 Necesidad Social	8
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento	8
2.4.5 Necesidad de Autorrealización.	9
2.5 Localización de la empresa	9
2.6 Filosofía Empresarial.....	9
2.6.1 Misión	9
2.6.2 Visión.....	10
2.6.3 Objetivos empresariales.....	10
2.6.4 Meta	10
2.6.5 Estrategias.....	11
2.6.6. Políticas.....	11
2.6.7 FODA.....	13
2.7 Desarrollo organizacional.....	13
2.7.1 Tipo de estructura	13

2.7.2 Formalización	14
2.7.3 Centralización – Descentralización	14
2.7.4 Integración	15
2.8 Organigrama empresarial	17
2.9 Funciones del personal	17
3. PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	21
3.1 Objetivos de la mercadotecnia.....	21
3.2 Investigación de Mercado.....	21
3.2.1 Modalidad	21
3.2.2 Plan de muestreo.....	22
3.2.3 Análisis de las encuestas.....	23
3.3 Entorno empresarial.....	35
3.4 Macroentorno	39
3.4.1 Factor Político.....	40
3.4.2 Factor Nutricional	41
3.4.3 Factor Económico	41
3.4.4 Factor Sociocultural.....	42
3.4.5 Factor Tecnológico	42
3.5 Producto y servicio	43
3.5.1 Producto Esencial	43
3.5.2 Producto real.....	43
3.5.3 Características.....	44
3.6 Plan de introducción del mercado	46
3.6.1 Distintivos y Uniformes.....	46
3.6.2 Tarjetas de presentación.....	47
3.6.3 Canal de distribución y puntos de ventas	48
3.6.4 Riesgo y oportunidades del negocio	49
3.6.5 Fijación de precios	51
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	60
5. RESPONSABILIDAD SOCIAL	63
5.1 Objetivo de área.....	63
5.2 Impacto ambiental	63
5.3 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Bar Restaurante Olimpo.....	66

5.3.1 Capacitar al personal:.....	66
5.3.2 Optimizar stock y proveedores:	67
5.3.3 Reciclar y gestionar tus residuos correctamente:.....	67
5.3.4 Igualdad de género.....	68
5.3.5 Generación de empleo	68
6. PROCESO FINANCIERO.....	69
6.1. Introducción.....	69
6.2. Activos Fijos.....	69
6.3 Activos diferidos	70
6.4. Capital de trabajo.....	70
6.5. Sueldos	72
6.6. Depreciación activos fijos.	72
6.7. Amortizaciones.....	73
6.8. Tabla de amortización	73
6.9. Estructura de capital	74
6.10. Punto de equilibrio	75
6.11 Costo de ventas.....	77
6.12. Flujo de caja	78
6.13. Cálculo del TIR y el VAN.....	79
6.13.1. VAN (Valor Actual Neto).....	80
6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	80
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	81
7.1 Conclusiones.....	81
7.2 Recomendaciones.....	82
7.3 Bibliografía	83
7.4 Anexos.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pregunta 1.	23
Tabla 2. Pregunta 2.	24
Tabla 3. Pregunta 3.	25
Tabla 4. Pregunta 4.	26
Tabla 5. Pregunta 5.	27
Tabla 6. Pregunta 6.	28
Tabla 7. Pregunta 7.	29
Tabla 8. Pregunta 8.	30
Tabla 9. Pregunta 9.	31
Tabla 10. Pregunta 10.	32
Tabla 11. Pregunta 11.	33
Tabla 12. Financiamiento de la Publicidad.....	49
Tabla 13. Caldo de albóndigas, receta estándar de costos.	51
Tabla 14. Seco de Pollo, receta estándar de costos.....	53
Tabla 15. Jugo de Mora, receta estándar de costos.....	54
Tabla 16. Arriendo de local.....	55
Tabla 17. Equipos Industriales.	55
Tabla 18. Equipo de Computación.	56
Tabla 19. Muebles y enseres.	56
Tabla 20. Equipos industriales.	57
Tabla 21. Suministros de Oficina.	57
Tabla 22. Servicios Básicos.	58
Tabla 23. Materiales de Limpieza.	58
Tabla 24. Activos Fijos.	69
Tabla 25. Activos Diferidos.	70
Tabla 26.Capital de Trabajo.	71
Tabla 27. Detalles de Inversión.	71
Tabla 28. Sueldos.....	72
Tabla 29. Depreciación de activos fijos.....	73
Tabla 30. Porcentaje Amortización.	73
Tabla 31. Amortización.....	74
Tabla 32. Estructura de capital.	75
Tabla 33. Costos Fijos.....	76
Tabla 34. Margen de contribución.	76
Tabla 35. Punto de Equilibrio.	77
Tabla 36. Ventas /costos.	77
Tabla 37. Costo de Ventas.	78
Tabla 38. Flujo de Caja.	79
Tabla 39. VAN/ TIR	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Pirámide de Maslow.....	6
Gráfico 2. Ubicación Geográfica.....	9
Gráfico 3. FODA.	13
Gráfico 4. Flujograma venta y servicio.	16
Gráfico 5. Pregunta 1. Gráfico Circular.	23
Gráfico 6. Pregunta 2 Grafico Circular.	24
Gráfico 7. Pregunta 3 Grafico Circular.	25
Gráfico 8. Pregunta 4 Grafico Circular.	26
Gráfico 9. Pregunta 5. Gráfico Circular.	27
Gráfico 10. Pregunta 6. Gráfico Circular.	28
Gráfico 11. Pregunta 7. Gráfico Circular.	29
Gráfico 12. Pregunta 8. Gráfico Circular.	30
Gráfico 13. Pregunta 9. Gráfico Circular.	31
Gráfico 14. Pregunta 10. Gráfico Circular.	32
Gráfico 15. Pregunta 11. Gráfico Circular.	33
Gráfico 16. Esquema Microentorno.	36
Gráfico 17. Ubicación.	36
Gráfico 18. Esquema macroentorno Olimpo Bar Restaurante.	40
Gráfico 19. En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa.	47
Gráfico 20. Reverso tarjeta de presentación.	48
Gráfico 21. Mesa de Trabajo.....	84
Gráfico 22. Cocina Industrial.	84
Gráfico 23. Congelador.	84
Gráfico 24. Máquina Registradora.	85
Gráfico 25. Ventilador.	85
Gráfico 26. Recipiente Bowl.	85
Gráfico 27. Set de Cuchillos.	86
Gráfico 28. Cuchara y espátula.	86

**“Proyecto de factibilidad para la creación del Bar-Restaurante Olimpo,
ubicado en el Barrio Central, Cantón San Cristóbal, Provincia de
Galápagos”**

Verónica Pihuave

Ing. Christian Carvajal

D.M. Quito 05 de marzo de 2022

1. RESUMEN

El presente plan de negocios tiene como finalidad demostrar la factibilidad de la creación del Bar-Restaurante “Olimpo” en la Isla San Cristóbal. Para ello, se llevó a cabo un análisis de negocios comprendido en cinco ámbitos: el estudio organizacional, la investigación de mercados, el derecho empresarial, la responsabilidad social y el proceso financiero.

Sobre la organización de la empresa cabe recalcar la importancia de estructurar políticas y una filosofía empresarial que conduzca las actividades de los servicios de alimentación, logrando que se concilien los intereses de la empresa con las expectativas y deseos del consumidor. Para ello fue importante delimitar la composición de la empresa y la estructura jerárquica del personal para que exista claridad sobre las funciones, atribuciones y responsabilidades de cada miembro.

Respecto a la investigación de mercado y después de haber realizado encuestas a la muestra seleccionada, se pudo encontrar las preferencias de consumo, frecuencias con las que se visitan restaurantes, y en particular grupo etario que más predomina en la isla. De esta forma, se pudo comprender el nicho

de mercado al que se debe orientar la microempresa “Olimpo” y si su oferta gastronómica es aceptada.

Acerca del producto que se va a ofertar se diseñó varias propuestas con sus respectivas características y cualidades que son atractivas para los grupos potenciales, sin olvidar los factores del macro entorno que influyen en el negocio.

Del mismo modo, se realizó un plan de introducción de mercado que incorporó un prototipo del uniforme para los empleados, el logotipo de la empresa, los canales de distribución, fichas técnicas sobre los costes de un menú ejecutivo tradicional y las oportunidades de llegar al mercado meta.

También fue importante abordar la legislación que rige la constitución y funcionamiento de una microempresa, encontrándose para ello la exigencia de tener un RUC activo para el inicio de actividades económicas, disponer de un establecimiento comercial autorizado por la autoridad competente, encontrarse al día con las obligaciones patronales tal como lo señala el IESS y en general cumplir como corresponda las disposiciones de ley.

Otro punto que se debe recalcar es la importancia que tiene para el Bar-Restaurante “Olimpo” realizar sus funciones en correspondencia con las exigencias y políticas de responsabilidad social y ambiental. De esta forma se logrará mantener corresponsabilidad entre las actividades comerciales y los residuos generados a partir de la preparación de los menús ejecutivos y su distribución al cliente.

Respecto al ámbito económico financiero, se analizó los activos de inversión, estructura de capital y de financiamiento necesarios para que el restaurante incide sus operaciones, asimismo se consideró las obligaciones

corrientes que se deben cubrir en el primer año de operación y sobre todo se aplicaron indicadores del VAN y TIR encontrándose como resultado, que el negocio si es viable para llevarse a cabo.

En definitiva, la propuesta de la creación del Bar-Restaurante “Olimpo” es factible y podrá iniciar su ejecución en la medida en que se atiendan todas las exigencias expuestas anteriormente, por ello el estudio que se realizó detalla a continuación todos los puntos que deben tratarse previo a su funcionamiento.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Olimpos Bar Restaurante, está destinado a ofrecer una serie de productos y servicios dirigidos al consumidor, reflejándose, esto en sus precios, en los valores, en la cultura organizativa, creando un vínculo de compromiso social, con los clientes, con los proveedores, con el propio personal. En este establecimiento lo que se pretende ofrecer al consumidor un servicio óptimo, para los habitantes y personas que visitan las islas Galápagos como también sus alrededores, además de satisfacer sus necesidades como cliente.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia

Podemos decir que la alimentación es una de las necesidades básicas más importantes del hombre, en torno a la satisfacción de esta necesidad, surge grandes medianas y pequeñas empresas que se dedican a la producción y comercialización de alimentos.

El enfoque del proyecto es un servicio de alimentos y bebidas, representado por un restaurante que ofrece menús de platos corrientes siendo la fortaleza los almuerzos ejecutivos y platos a la carta complementando con una diversidad de bebidas. El servicio que se brindará es de alta calidad incorporando personal especializado y capacitado.

Olimpos Bar Restaurante, también ofrece una gran variedad y comprende entre otros los siguientes productos:

- ☐ Menú del día (almuerzo y platos a la carta).
- ☐ Servicio de cafeterías (desayunos).
- ☐ Servicio de Café – Bar.
- ☐ Servicio de Restaurante.
- ☐ Comedor.
- ☐ Celebraciones (Cumpleaños, concierto en vivo, fiesta de empresa).
- ☐ Distintos tipos de bebidas (refrescos y bebidas alcohólicas).

2.2.2 Características

Olimpos Bar Restaurante, será un restaurante que se dedicará a la preparación de recetas propias de comida ejecutiva, a la carta y piqueos donde el comensal pueda degustar de una comida diferente.

2.2.3 Actividad

Olimpo Bar Restaurante es un establecimiento, específicamente de servicio con un restaurante de comida ejecutiva, platos a la carta, piqueos, donde también se ofrece comida para servirse y para llevar, así como fuentes de sodas y venta de bebidas alcohólicas.

2.3 Tamaño de la empresa

Olimpo Bar Restaurante será una microempresa que contará con tres niveles básicos: área ejecutiva, área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- ☐ Gerente
- ☐ Chef.
- ☐ Cajero (a)
- ☐ Mesero(a)

2.4 Necesidades de satisfacer

Gráfico 1.
Pirámide de
Maslow.



(Piguave, V. 2022). Pirámide de Maslow. Recuperado de: <https://triangulum.com.mx>.

2.4.1 Necesidad Fisiológica.

Al ser una empresa de alimentos y bebidas, la necesidad fisiológica es brindar productos alimenticios.

2.4.2 Necesidad de Seguridad.

Primero está la seguridad alimentaria, que abarca todo respecto a buenas prácticas de manufactura (BPM). Los platos y bebidas ofrecidos en el restaurante estarán sometidos a diferentes protocolos de seguridad alimentaria para que el producto final llegue apto para el consumo, para ello habrá un estricto control en la cadena de producción haciendo énfasis en la bioseguridad, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del platillo al cliente.

Luego está la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro, además de contar con servicio de guardianía para los vehículos y cámaras de seguridad.

Finalmente está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente.

2.4.3 Necesidad Social

La primera necesidad social es interna y trata sobre propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para la empresa, sintiéndose así parte de un todo y no piezas individuales que pueden ser descartables en algún momento, además de esto, es necesario incentivar la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La siguiente es externa y se trata de la relación empresa-clientes. Olimpo busca siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un proceso de supervisión y control de la producción para garantizar calidad en los platos finales, además de una capacitación semestral a nuestro personal, y así poder brindar un servicio de calidad.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento

Es el equilibrio del ser humano mediante la investigación de la cocina a la gastronomía tradicional, mediante la innovación de menú energético y nutritivo y con entrega de platos de primera calidad que sean accesibles para los consumidores al que va dirigido el restaurante, además de buscar el éxito y así lograr satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.4.5 Necesidad de Autorrealización.

Olimpo bar restaurante llegará a ser una empresa reconocida no solo por su gastronomía e innovación de sus platos, sino por su servicio de excelencia, además de brindar menús saludables y energéticos.

2.5 Localización de la empresa

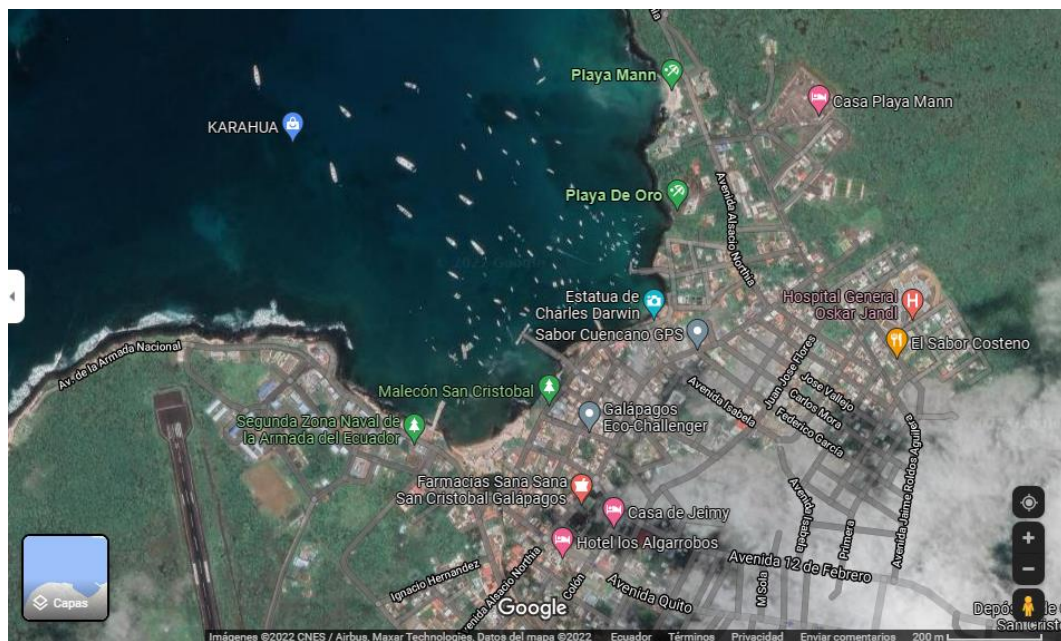


Gráfico 2. Ubicación Geográfica.

(Google Maps, 2022) Ubicación satelital. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/@-0.1081339,-78.4699519,18z?hl=es>

2.6 Filosofía Empresarial

2.6.1 Misión

En este establecimiento la misión es la de ofrecer un producto y un servicio a los clientes consumidores en la Isla Bonita. Los clientes pueden ser desde familias, trabajadores, hasta jóvenes y personas mayores que buscan aparte de unos servicios, la comodidad, el ambiente y la atención personalizada que se le

ofrece a cada uno; contando con un equipo de trabajadores comprometidos con los valores de la organización.

2.6.2 Visión

Ingresar en el mercado competitivo y consolidarse como uno de los mejores establecimientos de la Isla Bonita, sino también de toda las Islas Galápagos por su calidad en los productos y los servicios dados a los consumidores; y todo ello a un bajo costo.

2.6.3 Objetivos empresariales

- Proveer de un excelente servicio con una exquisita gastronomía de comida nacional casera y típica, siendo un servicio distinguido con los mejores niveles de calidad para la población de la Isla Bonita.
- Satisfacer las necesidades de brindar un buen servicio, una alimentación sana y agradable a todas las personas que frecuentan, visitan nuestras islas y las personas que viven por el sector.
- Identificar preferencias alimentarias del consumidor.

2.6.4 Meta

Tener un restaurante en el lapso de un año con una temática rustica, donde satisfaga las necesidades de las familias y de las personas que visitan la Isla San Cristóbal, logrando liquidez en todo el año a partir de la apertura, y donde se pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y

lograr una constante rentabilidad para cumplir con las obligaciones de los empleados.

2.6.5 Estrategias

- Investigar las diferentes preferencias, recomendaciones y necesidades de los clientes potenciales de la industria, con enfoque en los hogares que participan en las ligas vecinales semanales a través de estudios de mercado.
- Crear menús de alimentos y bebidas atractivos con temas ejecutivos basados en los hallazgos de la investigación de mercado.
- En los fines de semana destacar los juegos casuales para niños y adultos, como: minigolf, fútbolín, flechas, etc., y una pantalla gigante donde podrán deleitarse de partidos en vivo de todas las ligas del mundo.

2.6.6. Políticas

De la empresa

- Es garante del bienestar laboral de los recursos humanos en las infraestructuras de la empresa.
- Siempre debe cumplir con sus obligaciones: obligaciones legales, sociales y económicas con los empleados, proveedores y el país.
- Es garante de la seguridad general de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Es responsable de educar a todos los empleados cada seis meses para brindar un servicio de calidad a los clientes.

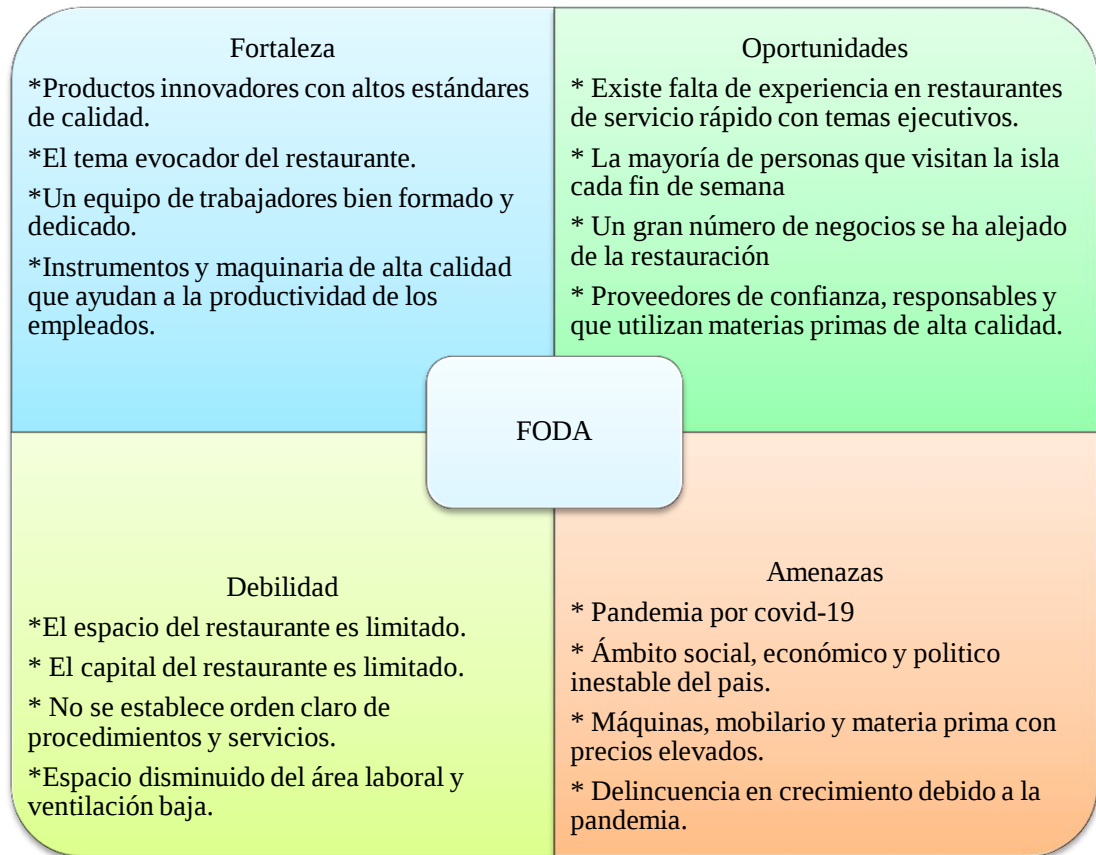
- Conservará los altos estándares de calidad de sus productos cruzando de la invención y la ejecución de conocimientos y métodos de elaboración y control de calidad en todas las áreas del restaurante.

De los empleados

- Ser responsable ante la empresa a tiempo y cumplir con el cronograma, las metas y las tareas establecidas por el restaurante.
- Respetar a los compañeros ya la empresa.
- Usar siempre ropa de trabajo en las instalaciones.
- Sea consciente de su limpieza y presentación personal.
- Las relaciones laborales dentro de la empresa se mantienen estrictamente y cualquier relación amorosa está prohibida en las instalaciones.
- No podrán fumar, beber alcohol ni consumir estupefacientes de ningún tipo en las instalaciones de la empresa.
- No podrán acudir al trabajo con alcohol o cualquier tipo de sustancia estupefaciente.

2.6.7 FODA

Gráfico 3. FODA.



2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de estructura

Olimpo bar restaurante tiene como prioridad la comunicación de tipo vertical, que irá desde el alto mando hasta los niveles más bajos, esto es con la finalidad de facilitar el control, supervisión y ejecución de los procedimientos, con el resultado de satisfacer a los consumidores.

Olimpo bar restaurante tendrá un tipo jerárquico como estructura de la forma siguiente:

- Nivel gerencial
 - Gerente.

- Nivel operativo
 - Chef.
 - Cajero (a).
 - Mesero(a).

2.7.2 Formalización

La empresa se apoyará en manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en su misión, así como en la búsqueda del cumplimiento de los ordenamientos jurídicos vigentes, el cumplimiento fiscal, las contribuciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su funcionamiento, estará legalmente constituida y cumplirá con los requisitos establecidos por los órganos de control legislativo y judicial, además de contar con los permisos de operación necesarios.

2.7.3 Centralización – Descentralización

Olimpo bar restaurante concentrará sus actividades en las áreas de producción, distribución, y recreación; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la firma a nivel

nacional. La descentralización se producirá a través de la delegación de funciones comenzando por el nivel ejecutivo, permitiendo las sugerencias, la participación, la toma de decisiones y el desarrollo de los empleados, todo ello en beneficio y satisfacción de nuestros clientes y el reconocimiento de la empresa.

2.7.4 Integración

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de adquisición, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa.

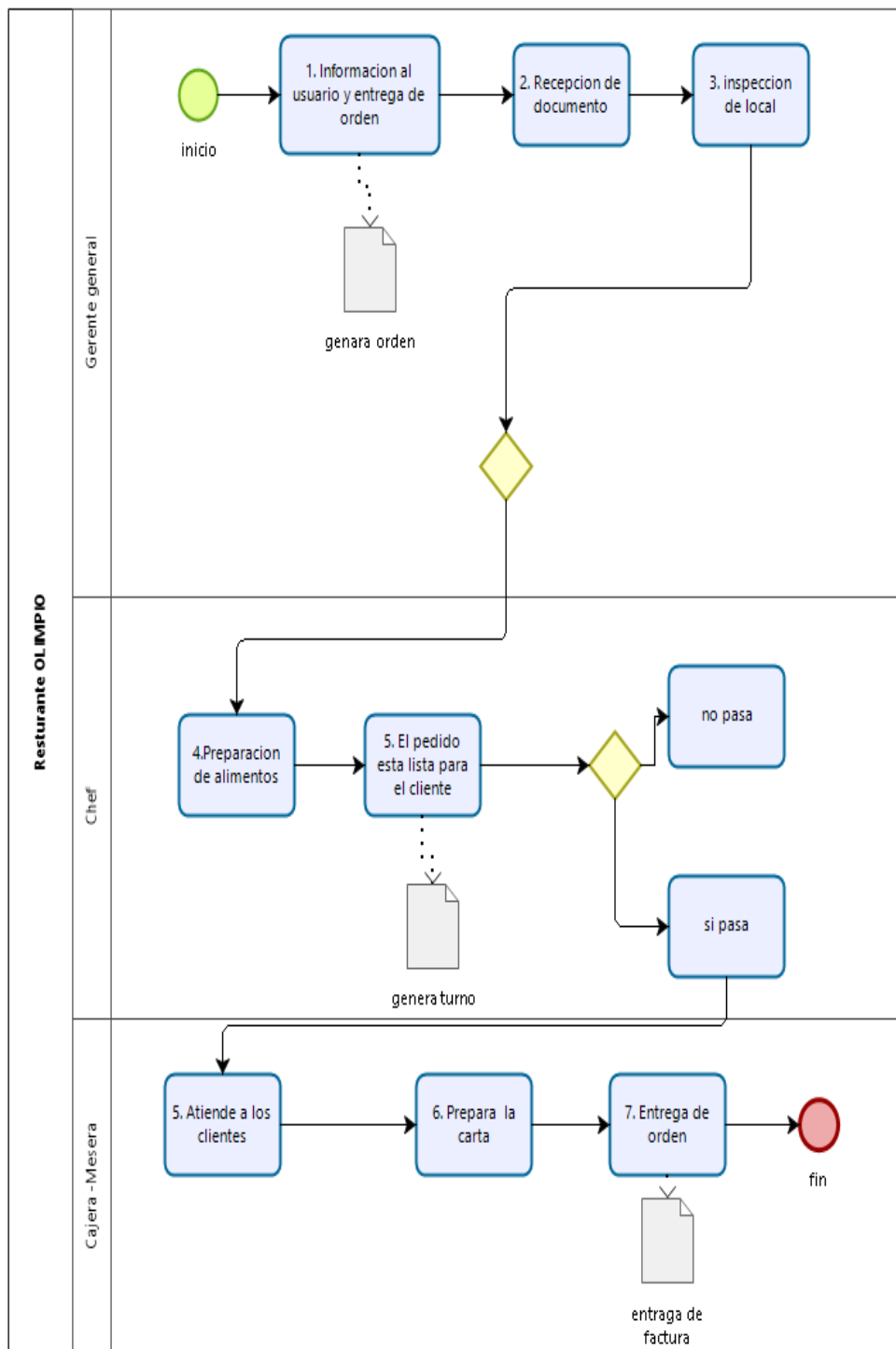
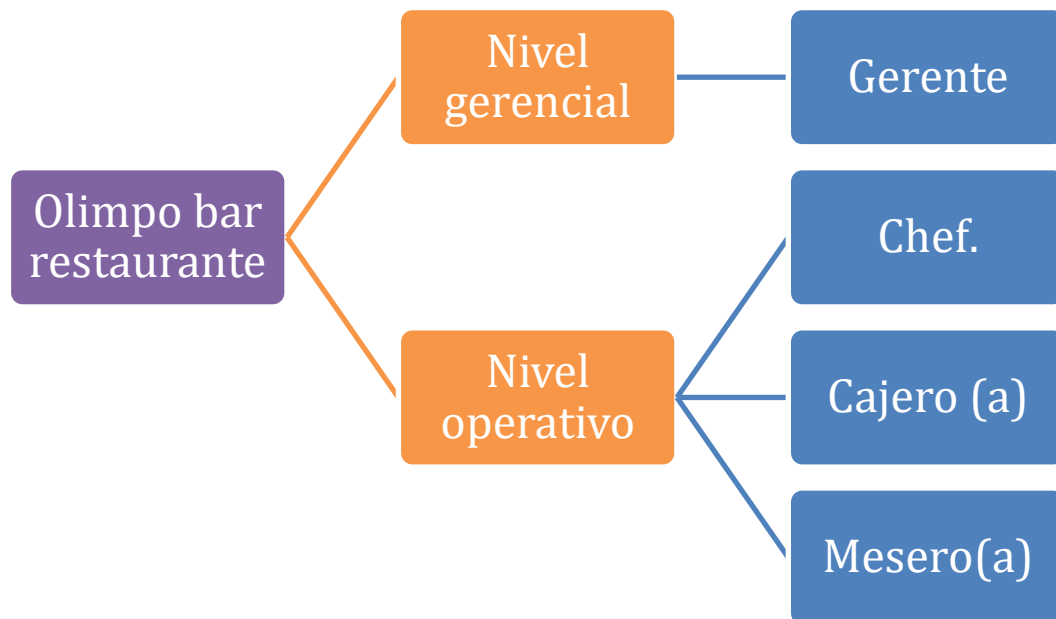


Gráfico 4. Flujograma venta y servicio.

(Piguave, V. 2022). Flujograma Olimpo

2.8 Organigrama empresarial



2.9 Funciones del personal

Nivel gerencial

Gerente

Empresa	Olimpo bar restaurante
Unidad administrativa	Nivel gerencial
Misión del puesto	Supervisar las funciones de los empleados para garantizar una gestión general eficiente de todas las áreas, resolver anomalías e inconvenientes en el lugar de trabajo, responder a las quejas de los empleados y de los clientes, dirigir la cocina y

	rendir cuentas a la dirección de la empresa, distribuir el trabajo a los empleados del establecimiento, comprar materiales, preparar la comida y presentar el producto acabado.
Denominación del puesto	Gerente
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución de alimentos y bebidas.
Remuneración	\$800,00

Nivel operativo

Empresa	Olimpo bar restaurante
Unidad administrativa	Nivel operativo
Misión del puesto	Tecnólogo en Gastronomía o superior. Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia inglés. Capacitación en Técnicas de vanguardia e innovación. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas. Conocimiento y dominio de cocina en cuanto a comida rápida y coctelería.
Denominación del puesto	Chef
Rol del puesto	Preparación de menús diarios
Remuneración	\$700,00

Méritos	Puntualidad, Respeto, Adaptabilidad, Análisis de problemas, Análisis numérico, Atención al cliente, Creatividad, Comunicación, Delegación, Desarrollo de subordinados, Tolerancia al estrés, Liderazgo, Iniciativa, Integridad, Meticulosidad, Planificación y organización, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Tenacidad y Responsabilidad.
Empresa	Olimpo bar restaurante
Unidad administrativa	Nivel operativo
Misión del puesto	Estará encargado de la cobranza en la caja, de actividades relacionadas a reservas y asignación de mesas, así como también de guiar y delegar utilización de mini juegos.
Denominación del puesto	Cajero (a)
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, realización de reservas, asignación de mesas y mini juegos
Remuneración	\$600,00
Méritos	Puntualidad, Respeto, Adaptabilidad, Análisis de problemas, Análisis numérico, Atención al cliente, Creatividad, Comunicación, Delegación, Desarrollo de subordinados, Tolerancia al estrés, Liderazgo, Iniciativa, Integridad, Meticulosidad,

	Planificación y organización, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Tenacidad y Responsabilidad.
--	---

Empresa	Olimpo bar restaurante
Unidad administrativa	Nivel operativo
Misión del puesto	Servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el establecimiento, tomando órdenes o sirviendo platos, y recomendarlos si fuese necesario.
Denominación del puesto	Mesero(a)
Rol del puesto	Comunicación eficaz con el área de producción. Atención al cliente, toma de pedidos, servicio a la mesa y guía del cliente durante su experiencia en el restaurante.
Remuneración	\$600,00
Méritos	Puntualidad, Respeto, Adaptabilidad, Análisis de problemas, Análisis numérico, Atención al cliente, Creatividad, Comunicación, Delegación, Desarrollo de subordinados, Tolerancia al estrés, Liderazgo, Iniciativa, Integridad, Meticulosidad, Planificación y organización, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Tenacidad y Responsabilidad.

3. PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1 Objetivos de la mercadotecnia

Olimpo Bar Restaurante se posicionará en la Isla San Cristóbal, en el Barrio Central, con el objetivo de dar a conocer su local de comida ejecutiva, mediante la creación de menús diferentes que satisfarán a los clientes que visiten el emprendimiento con los menús del día, este emprendimiento se desarrolla, a través de medios de información, para dar a conocer varios platos que se preparan, involucrando las redes sociales, para así tener mayor impacto en el mercado que oferta comida ejecutiva.

3.2 Investigación de Mercado

Olimpo Bar Restaurante considera la investigación de mercado a base de encuestas digitales, mediante el estudio que comprende las necesidades que se deben cubrir a los clientes y para quienes utilizan el restaurante donde se realiza investigación dentro de los límites establecidos en la Institución Municipal de San Cristóbal, sector donde se creará, formulará, e identificará preferencias y tendencias del consumidor y clientes potenciales.

3.2.1 Modalidad

Durante el análisis realizada en el Ilustre Municipio de San Cristóbal que se pudo realizar, en las redes sociales la encuesta de 100 personas de forma digital ya que por, pandemia COVID 19 no fue posible realizarla en forma presencial

logrando un gran éxito, esta encuesta contó con 10 preguntas con elección múltiple o cerradas.

3.2.2 Plan de muestreo

En este trabajo se determina una referencia de 100 personas que trabajan en el Ilustre Municipio de San Cristóbal que está ubicado en el barrio central, estudio que se realizó a personas entre las edades de 18 años a 60 años quienes deciden hacer uso del servicio de alimentación, por lo tanto, este emprendimiento va dirigido a personas que prefieren comer en restaurantes y degustar menús diarios y productos complementarios. Para cumplir, con el número de la siguiente encuesta se tomó la siguiente fórmula.

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

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

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

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

$$n = 100$$

3.2.3 Análisis de las encuestas

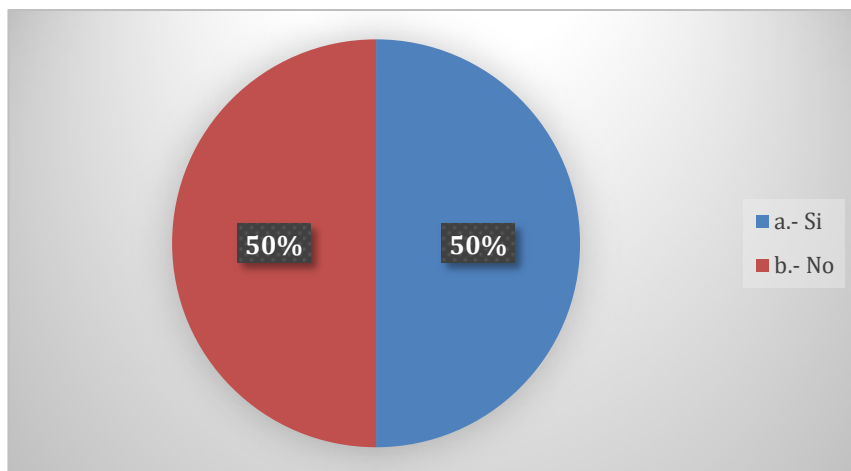
Pregunta 1

Tabla 1. Pregunta 1.

1- ¿Cuál es tu género?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
MASCULINO	50	50%
FEMENINO	50	50%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Cuál es tu género? San Cristóbal Galápagos

Gráfico 5. Pregunta 1. Gráfico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta 1, gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: De los 100 encuestados por coincidencia se escogieron 50 hombres y 50 mujeres, en los cuales en la mayoría de los hombres serían potenciales clientes de **Bar Restaurante Olimpo** con sus respectivas familias.

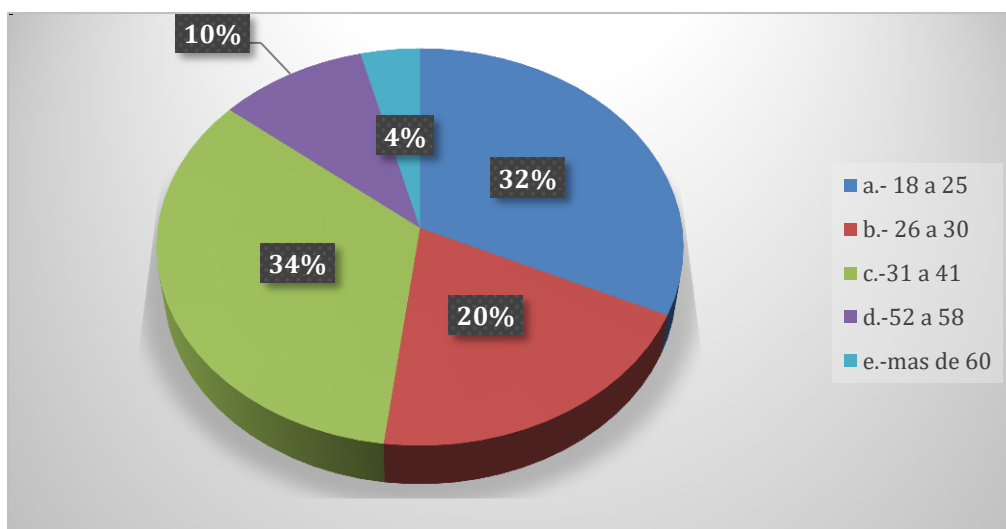
Pregunta 2

Tabla 2. Pregunta 2.

2.- En qué tipo de edad te encuentras?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
18-25	32	32%
26-30	20	20%
31-41	34	34%
52- 58	10	10%
Más de 60	4	4%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿En qué tipo de edad te encuentras? *San Cristóbal Galápagos*

Gráfico 6. Pregunta 2 Grafico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta 2, gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje de encuestados se encuentran en la edad comprendida entre 31 a 41 años, esto ayuda a determinar el rango de edades para el cual nuestro emprendimiento va dirigido, las personas encuestadas y que se encuentran dentro de este rango son personas que buscan

una alimentación sana y balanceada, lo cual favorece a nuestro Bar - Restaurante Olimpo.

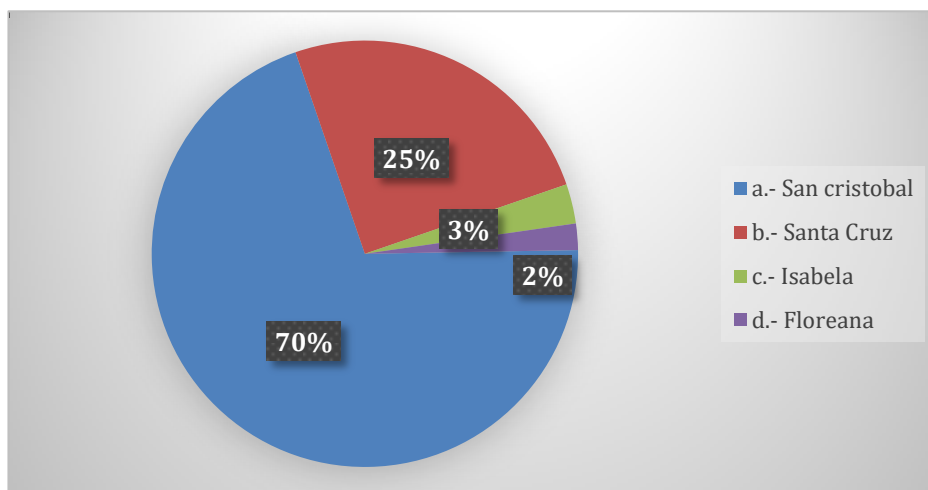
Pregunta 3

Tabla 3. Pregunta 3.

3.- De que isla nos visitas?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
San Cristóbal	70	70%
Santa Cruz	25	25%
Isabela	3	3%
Floreana	2	2%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿De qué islas nos visitas? *San Cristóbal Galápagos*

Gráfico 7. Pregunta 3 Grafico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta 3, gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje de encuestados pertenecen a la isla donde se va a situar el Bar restaurante Olimpo, es decir de la isla San Cristóbal con un 70%, el segundo lugar se encuentran personas que provienen de la isla más cercana que es la isla de Santa Cruz con un 25% y que

también deben ser considerados como futuros comensales, ya que siempre están realizando viajes interistas por tener negocios o trabajos en común.

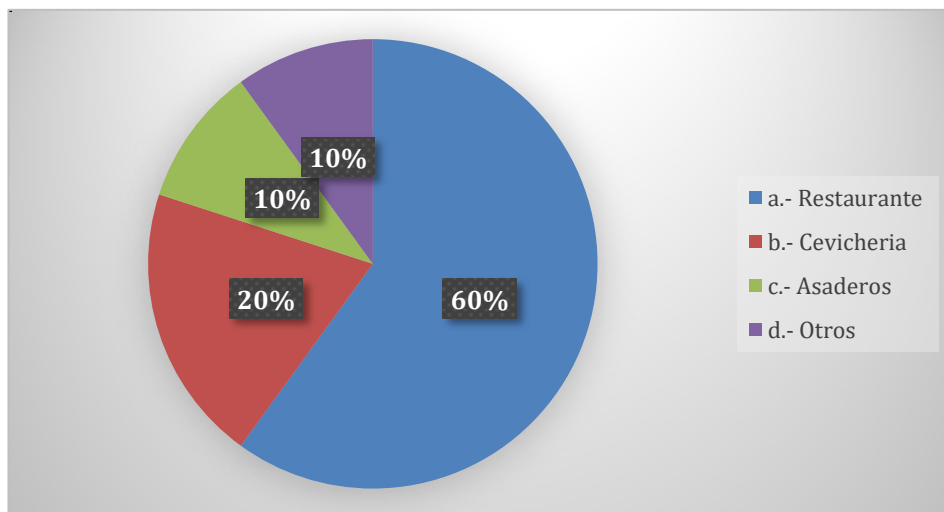
Pregunta 4

Tabla 4. Pregunta 4.

4.- ¿Qué tipos de lugares visitas cuando sales a comer?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Restaurante	60	60%
Cevichería	20	20%
Asadero	10	10%
Otros	10	10%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Qué tipos de lugares visitas cuándo sales a comer? *San Cristóbal Galápagos*

Gráfico 8. Pregunta 4 Grafico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta 4, gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje indica que le gusta comer en Restaurantes, lo cual es muy beneficioso para el **Bar restaurante**

Olimpo, ya que el 60% de las personas encuestados prefieren comer en restaurantes en vez de otros establecimientos, como cevicherías o asaderos.

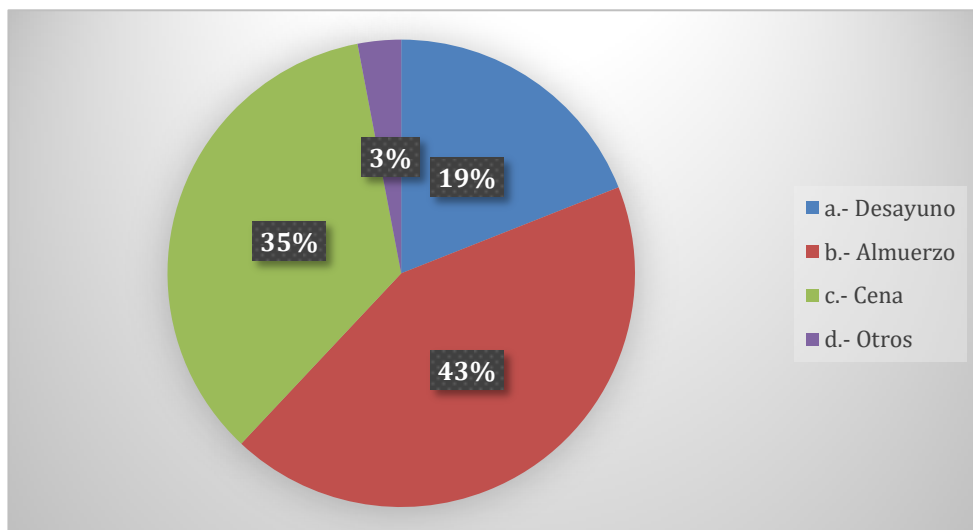
Pregunta 5

Tabla 5. Pregunta 5.

5.-¿Qué horarios suele visitar?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Desayuno	19	19%
Almuerzo	43	43%
Cena	35	35%
Otros	3	3%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Qué horarios sueles visitar? *San Cristóbal Galápagos*

Gráfico 9. Pregunta 5. Gráfico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje (43%) indica que le gusta comer en Restaurantes en el horario del almuerzo, esto es beneficioso para el **Bar restaurante Olimpo**, ya que el enfoque principal del restaurante es su

almuerzo ejecutivo, lo cual le dejará un margen de ganancia un poco más considerable que en el desayuno, también hay que considerar que el segundo lugar y con un estrecho margen de diferencia se encuentra la cena, por lo que se debería analizar la posibilidad de tener otra variedad de menú para ese horario.

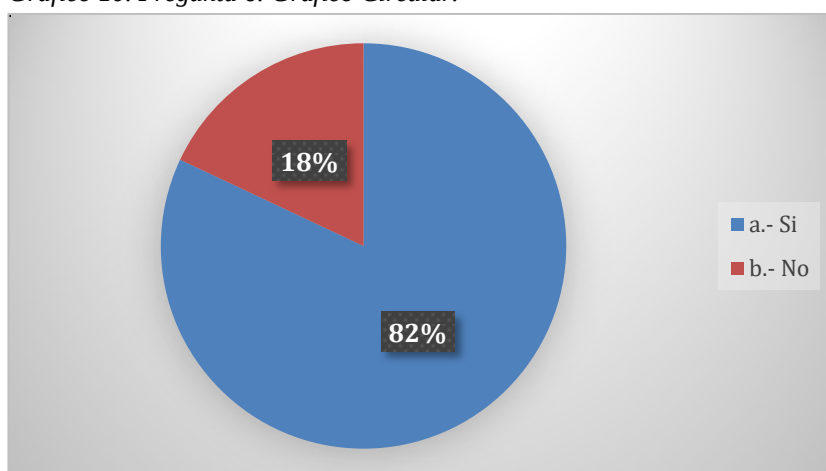
Pregunta 6

Tabla 6. Pregunta 6.

6.- ¿Sabía usted qué la comida ejecutiva se basa en productos sanos nutritivos y con equilibrio gastronómico?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Si	82	82%
No	18	18%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Sabía usted que la comida ejecutiva se basa en productos sanos y con equilibrio gastronómico? San Cristóbal Galápagos

Gráfico 10. Pregunta 6. Gráfico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta 6, gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje (82%) indica que si sabe o tiene conocimiento de lo que significa un menú ejecutivo, esto es de gran

ayuda para el objetivo y enfoque del **Bar restaurante Olimpo**, ya que no se tendría que ahondar mucho en el tema del significado de menú ejecutivo con los clientes, lo cual se ahorraría en tiempo y dinero.

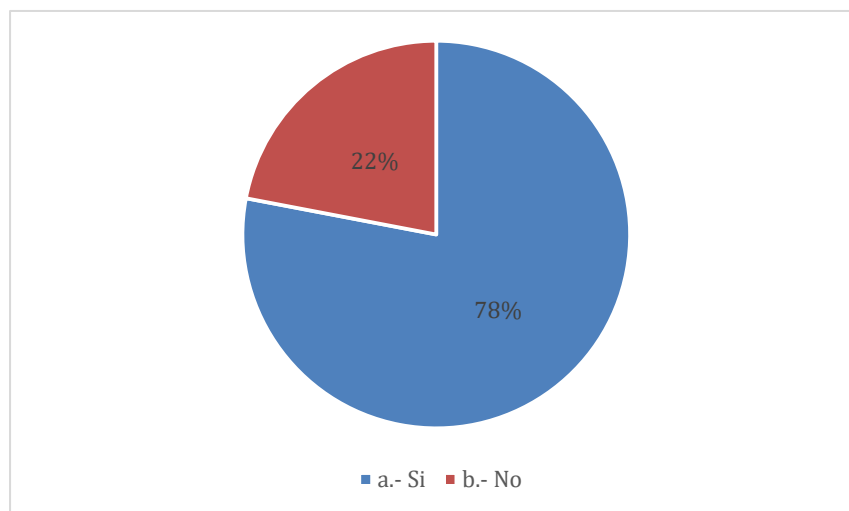
Pregunta 7

Tabla 7. Pregunta 7.

7.- ¿Consume usted comida ejecutiva?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Si	78	78%
No	22	22%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Consume usted comida ejecutiva? San Cristóbal Galápagos

Gráfico 11. Pregunta 7. Gráfico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta,7 gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje (78%) indica que, si consume comida ejecutiva, esto es de gran ayuda para el **Bar restaurante Olimpo**, ya que serían potenciales clientes para el establecimiento. No habría que

descartar el porcentaje restante (22%) a ellos habría que tratar de convencerlos para que degusten la comida ejecutiva de tal manera que podrían ser parte del porcentaje que si consumen la comida ejecutiva.

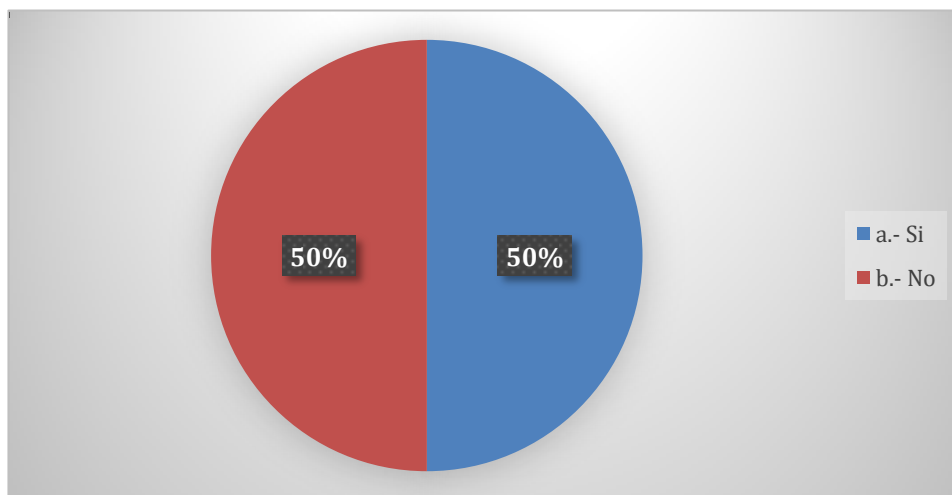
Pregunta 8

Tabla 8. Pregunta 8.

8.- ¿-Estaría usted dispuesto a visitar nuestro restaurante		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Si	50	50%
No	50	50%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Estaría usted dispuesto a visitar nuestro restaurante? San Cristóbal Galápagos

Gráfico 12. Pregunta 8. Gráfico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta,8 gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada la mitad de los encuestados estaban dispuestos a visitar **Bar restaurante Olimpo**, el otro 50 % se mostraba incrédulo o simplemente no querían visitar las instalaciones del restaurante, se debe enfocar en la captación de este porcentaje ya que es un porcentaje elevado.

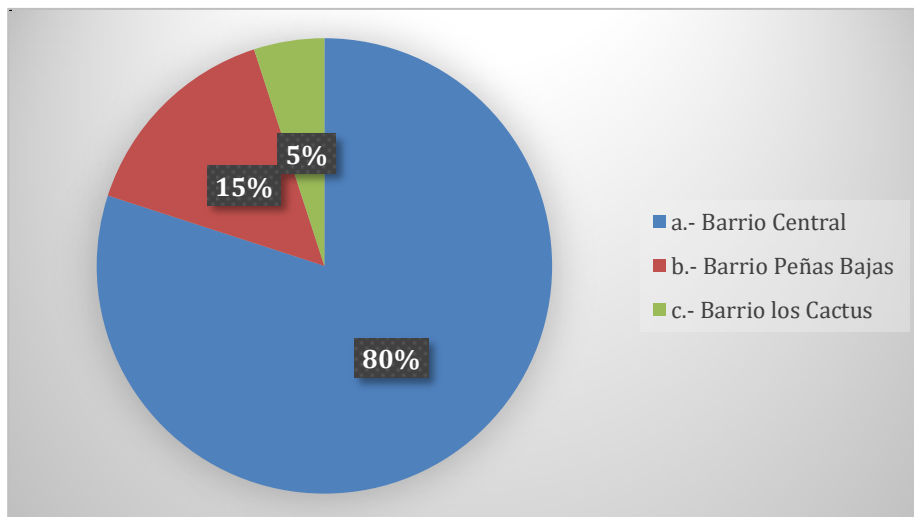
Pregunta 9

Tabla 9. Pregunta 9.

9.-¿En qué lugar de la isla San Cristóbal le gustaría que esté ubicado Restaurante Olimpo Bar?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Barrio Central	80	80%
Barrio Peñas Bajas	15	15%
Barrio los Cactus	5	5%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿En qué lugar de la isla San Cristóbal le gustaría que este ubicado nuestro

Gráfico 13. Pregunta 9. Gráfico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta,9 gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje (80%) desearía que las instalaciones del **Bar restaurante Olimpo** se encuentre ubicada en el **Barrio Central** ubicado en el sector céntrico de la isla San Cristóbal, esto fue considerado muy detenidamente para la elaboración de este emprendimiento y por lo cual se consideró situarlo en la dirección que se encuentra actualmente.

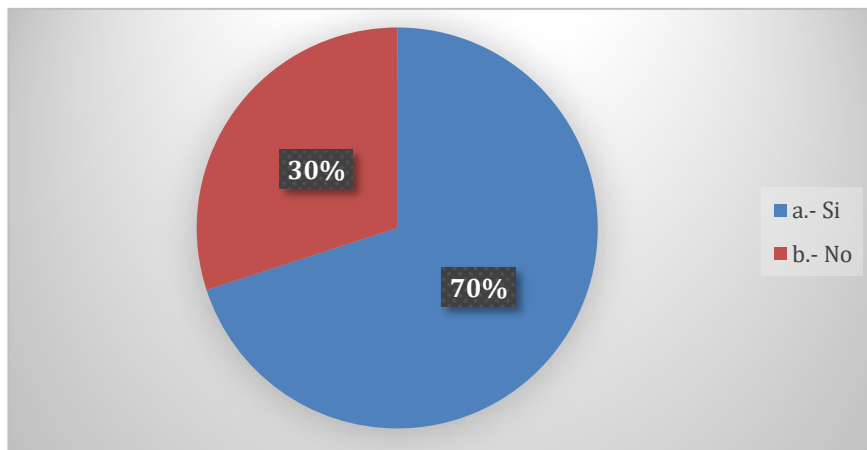
Pregunta 10

Tabla 10. Pregunta 10.

10.-Estaría usted dispuesto a consumir este tipo de comida ejecutiva		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Si	70	70%
No	30	30%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Estaría usted dispuesto a consumir restaurante Olimpo Bar? San Cristóbal Galápagos

Gráfico 14. Pregunta 10. Gráfico Circular.



Pihuave V. (2022). Pregunta,10 gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada el mayor porcentaje (70%) indica que, si está dispuesta a consumir comida ejecutiva, esto es beneficioso para el **Bar restaurante Olimpo**, ya que estos serían seguros clientes para el establecimiento. Habría que tratar de enfocarse en el porcentaje restante (30%) para que degusten de la comida ejecutiva y pueden ser clientes potenciales en un futuro.

Pregunta 11

Tabla 11. Pregunta 11.

11.-¿Qué días estaría dispuesto a visitarnos?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	%
Lunes	10	10%
Martes	10	10%
Miércoles	10	10%
Jueves	10	10%
Viernes	20	20%
Sábado	20	20%
Domingo	20	20%
TOTAL	100	100%

Pihuave V. (2022). ¿Qué días estarías dispuesto a visitarnos? San Cristóbal Galápagos

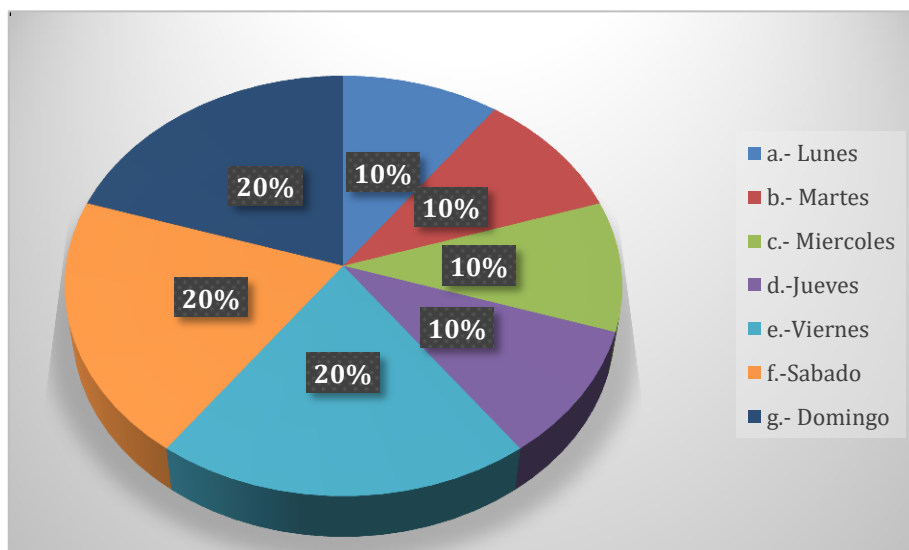


Gráfico 15.
Pregunta
11. Gráfico
Circular.

Pihuave V. (2022). Pregunta,10 gráfico circular. San Cristóbal Galápagos.

Análisis: En la encuesta realizada los días que serían de mayor visita de los clientes serían los días viernes, sábado y domingo, días en los cuales el **Bar restaurante Olimpo** tendrían el doble de visita que los días anteriores.

Análisis General.

Como primer punto se puede concluir que el emprendimiento al que va dirigido la empresa son el grupo comprendido entre 31 a 41 años de edad los cuales suelen estar la mayor parte del tiempo por el sector céntrico, este target en su gran mayoría son personas que consumen comida ejecutiva, cabe señalar que la mayoría de los encuestados trabajan de lunes a viernes por el sector donde está localizado el **Bar Restaurante Olimpo**, por lo que serían 5 veces por semana que de manera casi segura estarían visitando el local, hay que acotar que de las personas que se conviertan en clientes potenciales se podría adicionar las familias de los mismos, dependiendo en gran medida de la atención y principalmente la sazón del cliente principal, como todo negocio si los clientes indirectos se convencen de la marca y sabor de nuestro producto podrían referenciarlos con amigos o demás familiares teniendo a futuro una cantidad considerable de clientes a tal punto que se pueda a futuro considerar la expansión del local o el abrir una nueva sucursal.

También se debe considerar que la publicidad es importante para que un negocio se pueda dar a conocer los más que se pueda, en nuestro caso y gracias a los beneficios del mundo moderno la publicidad que estaríamos utilizando sería las de las redes sociales, ya que se podría expandir a la mayor cantidad de

personas el tipo de comida que se está preparando, así como también la atención personalizada que se le dé a los clientes.

Como se pudo observar según la encuesta, los clientes preferían que el local se ubicara en un sector céntrico, por lo que se tomó en consideración esta parte para la ubicación del **Bar Restaurante Olimpo**.

También se debe tomar en cuenta que los clientes quisieran ir en mayor cantidad los fines de semana, por lo que se debería de variar el tipo de menú principalmente los días que no se tiene mucha acogida, de tal manera que los días (lunes a jueves) haya una mejor oferta para la satisfacción de los clientes.

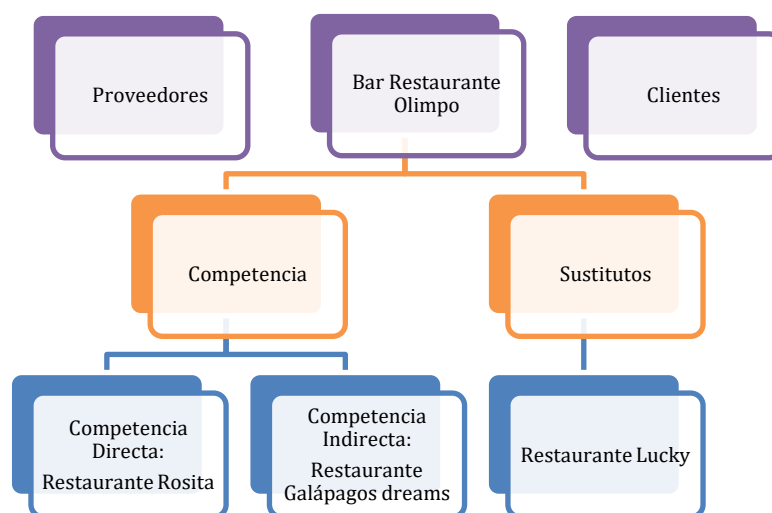
Se concluye, tras analizar costos y beneficios que es un negocio viable y muy rentable, según el análisis técnico y económico que se ha efectuado.

3.3 Entorno empresarial

Microentorno.

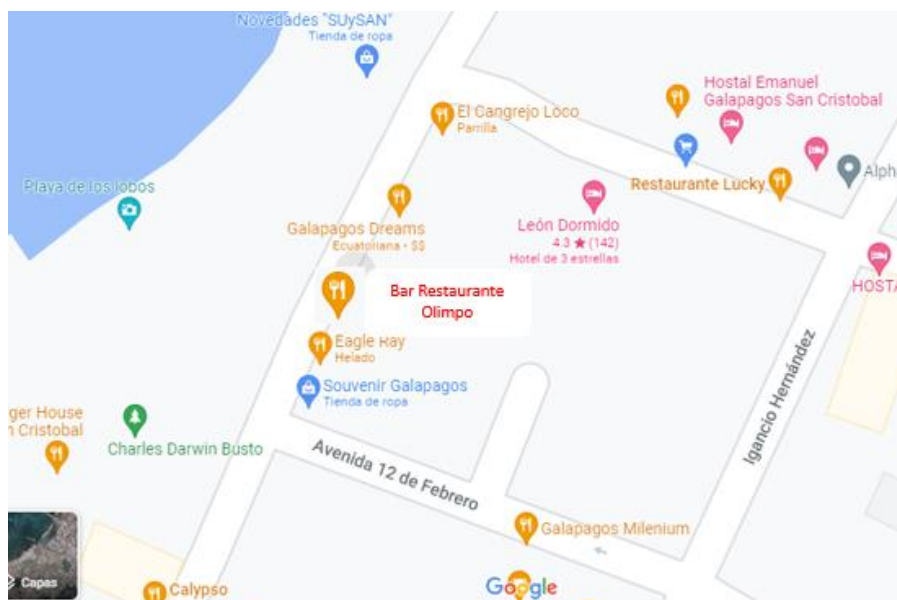
Bar Restaurante Olimpo tiene a consideración su microentorno, como todo aquello sobre lo cual pueda realizar un control efectivo de tal manera que sea capaz de organizar o de solicitar cualquier tarea que sea necesaria.

Gráfico 16. Esquema Microentorno.



Pihuave, V. (2022). Esquema microentorno Olimpo Bar Restaurante San Cristobal-Galápagos

Gráfico 17. Ubicación.



Google Maps. Ubicación

- **Competencia Directa**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde se va a ubicar, Olimpo Bar Restaurante, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

En la Avenida José de Villamil existe un local de comida “**Restaurante Rosita**”, cuya propietaria es nutricionista, la cual ofrece un menú variado de comida saludable.

- **Competencia Indirecta**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en la misma calle donde va a funcionar Olimpo Bar Restaurante.

Contiguo a Olimpo Bar Restaurante se encuentra el local de comidas rápidas **Galápagos Dreams** se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

A 100 metros se encuentra localizado el local de comidas rápidas Calipso lo cual se considera también una competencia indirecta.

- **Sustitutos.**

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Pollo Barcelona	● Productos de calidad ● Varios años de experiencia en el mercado ● Facilidades de pago (crédito) ● Entrega al establecimiento.	Pollos, alitas de pollo.
Mini Market “El Favorito”	● Variedad de productos. ● Productos de calidad. ● Establecimientos extensos.	Víveres, embutidos, bebidas, aliños, vegetales, legumbres.
Mercado Municipal	● Carnes locales ● Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria ● Precio justo	Cárnicos Mariscos
Panificadora Sammy	● Calidad de productos. ● Entrega al establecimiento. ● Facilidad de pago. ● Responsables.	Variedad de panes. Tortas, dulces

A la vuelta de la manzana donde se va a ubicar **Olimpo Bar Restaurante**, se encuentra situado el local restaurante Lucky donde también se ofrece menú de clase ejecutiva siendo este el local sustituto de este emprendimiento (materia de esta tesis).

Proveedores.

Intermediarios.

Olimpo Bar Restaurante comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

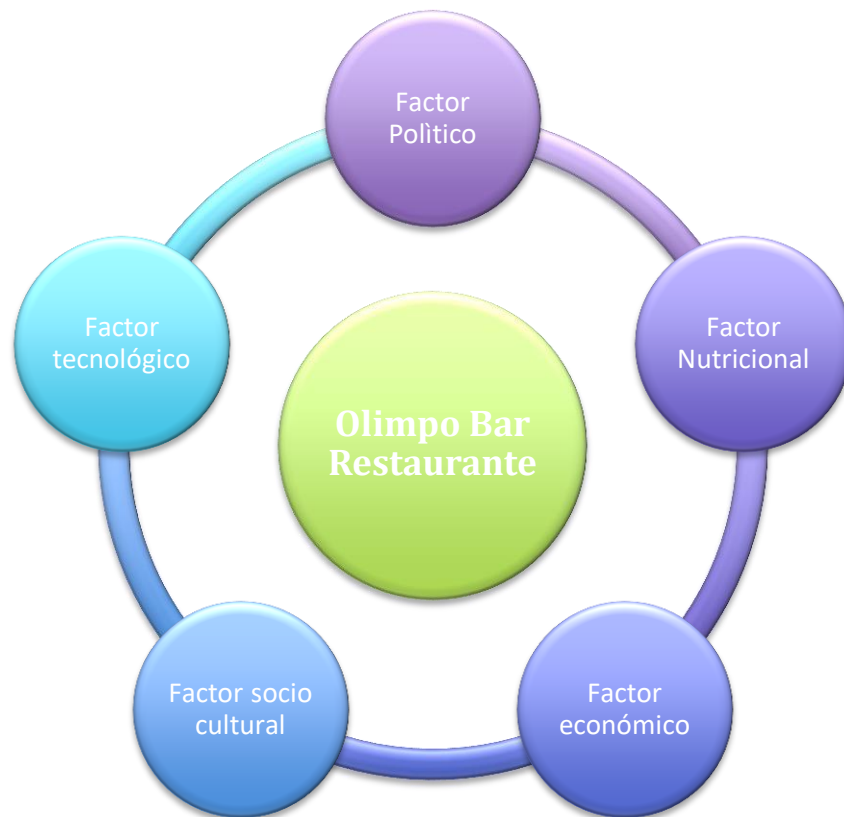
Clientes.

Olimpo Bar Restaurante es una empresa dirigida más que todo al personal administrativo y de operaciones del GAD Municipal de San Cristóbal, aunque la clientela puede ser cualquiera que guste de la comida ejecutiva.

3.4 Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que **Olimpo Bar Restaurante** no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Gráfico 18. Esquema macroentorno Olimpo Bar Restaurante.



Pihuave, V. (2022). *Esquema macroentorno Olimpo Bar Restaurante*. San Cristóbal Galápagos.

3.4.1 Factor Político

Se conoce que en el Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. (Ministerio de Turismo, 2018). Por otro lado, también están sujetos al control del ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a las BPM. Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas están bajo una estricta vigilancia sanitaria, el MINTUR, ARCSA y el MSP han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser

adoptadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. Bar Restaurante Olimpo realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de restauración, estando también a la expectativa de lo que pueda pasar y cambiar en los próximos meses, ya que el Ecuador está cerca de las elecciones para su nuevo gobierno.

3.4.2 Factor Nutricional

Un buen estado nutricional es uno de los principales condicionantes de la salud de las personas. La mejora de los hábitos alimentarios de estos profesionales resulta vital. Por ende, las personas que tiene un trajinar administrativo o de clase ejecutiva merecen una alimentación balanceada y saludable, ya que los ejecutivos se caracterizan por llevar vidas con elevados niveles de estrés laboral y emocional, cargos con altas responsabilidades, horarios cambiantes y a menudo, viajes y falta de descanso.

3.4.3 Factor Económico

Luego de la pandemia que azotó al país y al mundo muchos bares y restaurantes tuvieron que cerrar forzosamente, este proceso duró aproximadamente un año, en la actualidad en las islas Galápagos recién está queriendo recuperarse el área turística, por lo cual el desarrollo de mi emprendimiento dependería de gran manera que no haya otro tipo de crisis como la que ocurrió en el 2020, adicional a esto el éxito y crecimiento del **Bar Restaurante Olimpo** dependerá esencialmente que no se encarezcan los

productos, más que todo los de primera necesidad, así como también el tipo de inflación que se presente en el país.

3.4.4 Factor Sociocultural

Bar Restaurante Olimpo ofrece una variedad de menús de comida ejecutiva, con productos originarios del Ecuador e ingredientes autóctonos, cabe resaltar que los platos típicos van a resaltar la cultura ecuatoriana.

La creación de este restaurante también tiene como objetivo la unión familiar, esto también será motivo para que la familia vuelva a reunirse en una mesa y puedan compartir un menú de clase ejecutiva.

3.4.5 Factor Tecnológico

La tecnología ha avanzado de manera exponencial, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el menú de un establecimiento y hasta para la toma de pedidos, esto va a hacer tomado en cuenta ya que durante la pandemia los locales que más vendían eran los que estaban usando estas aplicaciones, adicional la creación de un grupo por WhatsApp también generó muy buenos resultados.

Bar Restaurante Olimpo trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes. De tal manera que desde sus casas los clientes también puedan disfrutar de la comida ejecutiva.

3.5 Producto y servicio

Bar Restaurante Olimpo es un restaurante dedicado más que todo a la comida ejecutiva agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción, cocción e higiene.

En cuanto a sus actividades **Bar Restaurante Olimpo** ofrece servicio de atención al cliente adicional como se mencionó se va a incluir el servicio de Delivery para poder satisfacer a clientes que no quieran salir de sus casas o prefieran comer en sus hogares.

3.5.1 Producto Esencial

Hoy en día los clientes de restaurantes no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse relajados y disfrutando de algo gustoso, como se mencionó el producto esencial será el menú ejecutivo, adicional a este producto será la fomentación de la unión familiar.

3.5.2 Producto real

Bar Restaurante Olimpo maneja una gran variedad de menús ejecutivos entre los que se pueden encontrar:

- Caldo de albóndigas con seco de pollo.
- Caldo de gallina con arroz y ensalada de remolacha con carne frita.
- Sopa de queso con lengua guisada.

3.5.3 Características

Para la elaboración de cada uno de los platos de **Bar Restaurante Olimpo** hay una ardua tarea y compromiso de cada empleado del restaurante, de tal manera que el nombre del emprendimiento quede en lo más alto para que pueda irse posicionando poco a poco en el mercado.

La preparación de los productos se encuentra dentro de los márgenes más exigentes en el proceso de cocina, de tal manera se le pueda brindar al cliente un producto de calidad y así el cliente pueda manifestar su gusto por la comida ejecutiva y puedan referenciarnos con sus amistades o familiares.

3.5.3.1 Calidad

Para la elaboración de los productos del **Bar Restaurante Olimpo** se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de cocción por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.

- Análisis de puntos críticos de control.
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

3.5.3.2 Estilo

Bar Restaurante Olimpo maneja un estilo formal, tratando de fomentar la unión familiar, los tipos de menú serán variados de acuerdo a las exigencias del cliente.

3.5.3.3 Marca

Bar Restaurante Olimpo es un nombre llamativo, proviene del lugar donde vivían las divinidades de la mitología griega, es decir que el sitio se lo considera como un sitio reservado para personas que quieren un menú nutricional y exquisito.

3.5.3.4 Producto aumentado

Lo que diferencia a **Bar Restaurante Olimpo** de su competencia es la variedad de menús de comida ejecutiva, lo cual lo hace diferente al resto de la competencia ya que estos ofrecen uno o dos tipos de menú nada más.

Bar Restaurante Olimpo también brinda precios accesibles, de tal manera que personas de todos los niveles puedan degustar y saborear la rica comida ejecutiva.

3.6 Plan de introducción del mercado

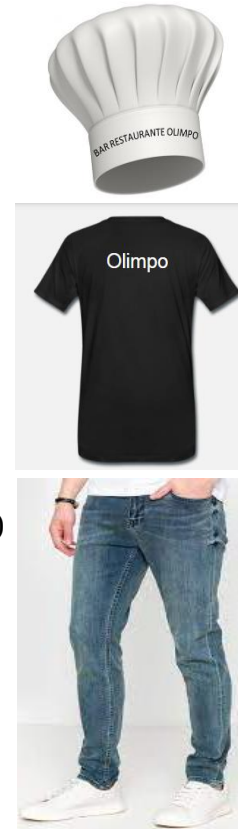
3.6.1 Distintivos y Uniformes

Área de Cocina

El chef y la mesera usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, dichos uniformes constarán de:

Chef

- Chaqueta negra de mangas cortas
- Pantalón Jean
- Mandil negro
- Zapatos blanco de cocina (antideslizantes)
- Gorro de Chef
- Medias negras largas



Personal del área de mesero

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

Mesero y cajero – recepcionista.

- Camiseta negra con detalles del restaurante

- Delantal de color café
- Pantalón jeans
- Zapatos negros limpios.



3.6.2 Tarjetas de presentación

Gráfico 19. En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa.



Pihuave V, (2022). Anverso tarjeta de presentación. San Cristóbal

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef Gerente General, se, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Gráfico 20. Reverso tarjeta de presentación.



Rojas, J. (2020). Reverso tarjeta de presentación. Quito.

3.6.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Bar Restaurante Olimpo es su establecimiento ubicado en la Isla San Cristóbal, en la calle 12 de febrero y Av. Armada Nacional.

- **Promoción.**

- * El principal canal de promoción será la publicidad por WhatsApp.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregados a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.

- **Contacto.**

- * Tarjetas de presentación.
- * WhatsApp.

- **Correspondencia.**

- * A través de mail corporativo.

- **Negociación.**

- * Directa en el establecimiento.

- * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 12. Financiamiento de la Publicidad.

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$15,00
uniformes	2 uniformes	\$80,00
TOTAL		\$95.00

Pihuave, V J. (2022). Financiamiento publicidad. San Cristóbal- Galápagos

3.6.4 Riesgo y oportunidades del negocio

Una parte del riesgo puede incluir en este emprendimiento es que debido a la pandemia muchos restaurante cerraron hay un riesgo que habido negocios que han abiertos en esta temporada de Covid-19 y la personas no se atreven a gastar más de lo necesario entonces inclusive muchas personas que trabajan en oficina en vez de gastar en un restaurante prefiere llevar su comida, eso también es un riesgo que actualmente enfrenta, no solo Olimpo Bar Restaurante, sino también todo establecimiento turístico a causa de la emergencia sanitaria nacional del COVID 19. A si mismo el país está en una recesión económica que prefiere guardar su dinero.

Y también todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobre todo en el proceso de producción, en donde se involucra la

compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

Así mismo debido a la pandemia muchos restaurante que estaban dedicado a esta actividad de comida ejecutiva han cerrado por la pandemia y como recién se está rehabilitando en el sector turístico acá en las Islas Galápagos se pueda aprovechar esta oportunidad de que Olimpo Bar Restaurante pueda de posicionarse en un mercado que ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de restauración se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de comida están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Otro factor muy importante es la tecnología, ya que ayuda a: tomar órdenes, realizar reservaciones, elegir platos en menús digitales, así como también para el pago realizados mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Olimpo Bar Restaurante es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

3.6.5 Fijación de precios

Fijación de precios por receta estándar.

A continuación, se muestra los precios que han sido calculados para una sola persona o (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el plato, y la referencia es el costo por kilogramo del producto, como también este valor se le van a sumar porcentajes de diversos y factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

Caldo de Albóndigas

Tabla 13. Caldo de albóndigas, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Caldo de Albóndigas		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	05/02/2021		Chef: Verónica Pihuave	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD (g)	TOTAL
Costilla de Carne	g	\$8.00	60	\$0.48
Zanahoria	g	\$ 1.00	25	\$0.02
Cebolla blanca	g	\$1.00	25	\$0.02
Ajo	g	\$1.50	5	\$0.01
verde	g	\$2.00	125	\$0.025
Huevo	u	\$0.25	0.25	\$0.06
Cebolla Paiteña	g	\$2.20	20	\$0.04
Pimiento	u	\$1.00	20	\$0.02
Choclos	g	\$1.00	20	\$0.02
Cilantro	g	\$1.00	0.10	\$0.01

col	u	\$2.00	0.10	\$0.20
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$1.00
			10% imprevistos	\$0.10
			Total neto	\$1.10
			Gasto de fab. 15%	\$0.17
			Factor costo 33,33%	\$0.37
			M.O. 45%	\$0.50
			G. Admin 12%	\$0.13
			45% utilidad	\$0.50
			Subtotal	\$2.77
			12% IVA	\$0.33
			10% servicio	\$0.28
			Total	\$3.38

Pihuave,. (2020). Caldo de Albóndigas, receta estándar de costos, San Cristóbal.

Seco de Pollo

Tabla 14. Seco de Pollo, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Seco de Pollo		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	06/02/2022		Chef: Verónica Pihuave	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Arroz	g	\$1.25	250g	\$0.32
Pollo	g	\$4.50	125g	\$0.56
Cebolla	g	\$2.20	20	\$0.04
Tomate	g	\$2.20	20	\$0.04
Pimiento	g	\$1.00	20	\$0.02
Ajo	g	\$1.50	5	\$0.01
Naranja	u	\$0.50	050	\$0.02
Cilantro	g	\$1.00	0.10	\$0.01
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0.98
			10% imprevistos	\$0.10
			Total neto	\$1.08
			Gasto de fab. 15%	\$0.16
			Factor costo 33,33%	\$0.36
			M.O. 45%	\$0.49
			G. Admin 12%	\$0.13
			45% utilidad	\$0.49

	Subtotal	\$2.71
	12% IVA	\$0.33
	10% servicio	\$0.27
	Total	3.31

Pihuave V. (2022). Seco de Pollo, receta estándar de costos, San Cristobal- Galápagos

Jugo de Mora

Tabla 15. Jugo de Mora, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA BEBIDA:	Jugo de Mora		Código: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	06/02/2022		Chef: Verónica Pihuave	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Pulpa de mora	g	\$5.00	1.25g	\$0.12
Azúcar	g	\$1.50	1.25g	\$0.12
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$0.24
			10% imprevistos	\$0.03
			Total neto	\$0.27
			Gasto de fab. 15%	\$0.04
			Factor costo 33,33%	\$0.09
			M.O. 45%	\$0.12
			G. Admin 12%	\$0.03
			45% utilidad	\$0.12
			Subtotal	\$0.67

	12% IVA	\$0.08
	10% servicio	\$0.07
	Total	\$0.82

Pihuave V. (2022). Jugo de Mora, receta estándar de costos, San Cristóbal- Galápagos

Implementación del negocio

Arriendo del local

Tabla 16. Arriendo de local.

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

Pihuave, V. (2022). Arriendo del local. San Cristóbal- Galápagos.

Equipos industriales

Tabla 17. Equipos Industriales.

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial	1	\$420.00	\$420.00
Arrocera industrial	1	\$380.00	\$380.00
Congeladores	1	\$289.00	\$289.00
Vitrina Frigorífica Indurama	1	\$762.00	\$762.00
Licuada Oster 450W	1	\$47.00	\$47.00
Tanque de gas 30kg	1	\$44.00	\$44.00
TOTAL			\$1.942,00

Pihuave, V. (2022). Equipo Industriales. San Cristóbal- Galápagos.

Equipos de Computación

Tabla 18. Equipo de Computación.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$575.00	\$575.00
Caja Registradora	1	\$53.00	\$53.00
TOTAL			\$628,00

Pihuave, V. (2022). Equipo de Computación. San Cristóbal- Galápagos.

Muebles y enseres.

Tabla 19. Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesas y sillas (combos)	4	\$65.00	\$260.00
Mesa de acero inoxidable	2	\$135.00	\$270.00
Ventiladores	4	\$42.00	\$168.00
Vasos 362ml	20	\$0.96	\$19.20
Tabla de picar grande	2	\$10.00	\$20.00
Set de cuchillos 9pcs	2	\$20.00	\$40.00
Olla de presión	2	\$60.00	\$120.00
Tazones Bowls acero inoxidable (set 3 piezas)	2	\$60.00	\$120.00
Afilador de cuchillos	1	\$19.50	\$19.50
Juego de Utensilios Nylon	3	\$8.00	\$24.00
Rayador de Acero Inoxidable	2	\$4.99	\$9.98
Cubiertos 24pz	3	\$19.90	\$59.70
Platos soperos	20	\$0.99	\$19.80
Platos tendidos	20	\$1.99	\$39.80
TOTAL			\$1.189.98

Pihuave, V. (2022). Muebles y Enseres. San Cristóbal- Galápagos.

Equipos industriales de seguridad.

Tabla 20. Equipos industriales.

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$45.26	\$45.26
Bomba de mano desinfectante	2	\$5.99	\$11.98
Detector de gas GLP	2	\$14.99	\$29.98
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$ 97.22

Pihuave, V. (2022). Equipos Industriales. San Cristóbal- Galápagos.

Suministros de oficina.

Tabla 21. Suministros de Oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Facturero	1	\$12.00	\$3.40
Orden de Consumo	1	\$4.50	\$4.50
Comprobantes de Egreso	1	\$1.15	\$1.15
Comprobantes de Ingreso	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
TOTAL			\$21.04
TOTAL ANUAL			\$252.48

Pihuave, V. (2022). Suministros de oficina. San Cristóbal- Galápagos.

Servicios básicos.

Tabla 22. Servicios Básicos.

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$15.00
Luz	\$30.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$25.00
TOTAL	\$80.00
TOTAL ANUAL	\$960.00

Pihuave V. (2022). Servicios básicos. San Cristóbal -Galápagos.

Materiales de limpieza.

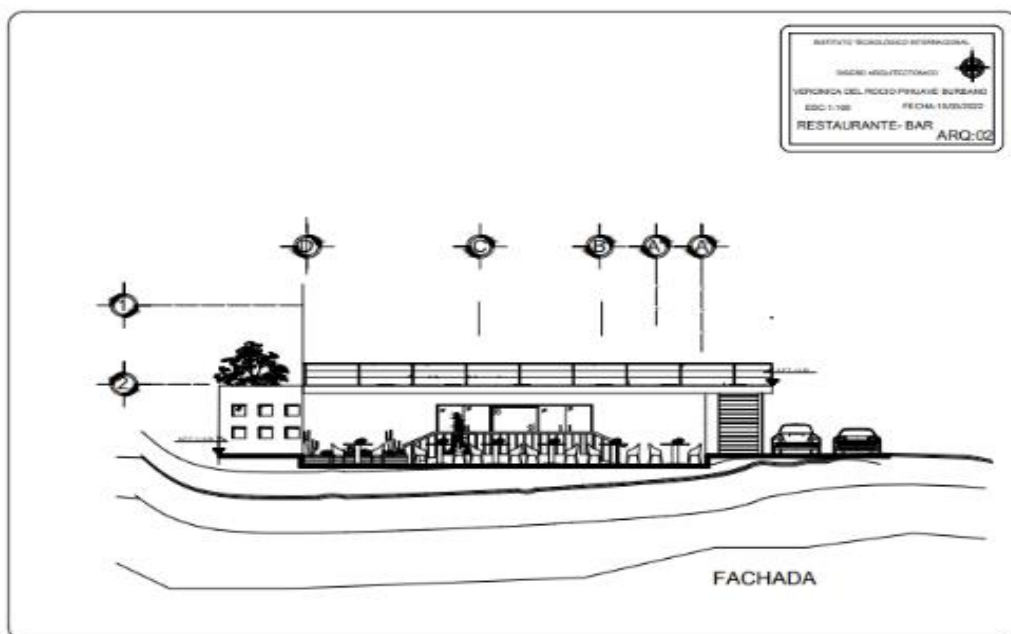
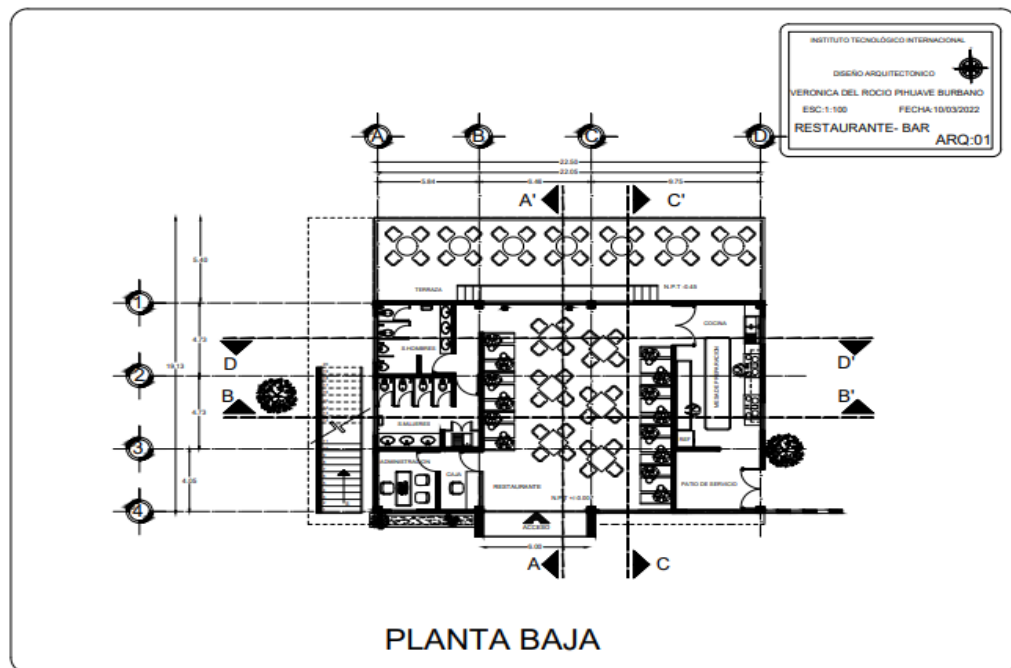
Tabla 23. Materiales de Limpieza.

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	1	\$5.00	\$5.00
Trapeador	1	\$10.00	\$10.00
Cloro 500 ml	1	\$2.99	\$2.99
Desinfectante 500 ml	1	\$1.49	\$1.49
Fibra/lustre	1	\$0.99	\$0.99
Esponja lavaplatos	2	\$2.29	\$4.58
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$2.00	\$4.00
Lavavajillas líquido 235g	2	\$0.89	\$1.78
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 750ml	1	\$8.00	\$8.00
Dispensador de Papel Higiénico	2	\$12.38	\$24.76
Toalla de papel	2	\$4.00	\$4.00
Alcohol antiséptico gel 1000ml	2	\$5.00	\$10.00
TOTAL			\$80.09
TOTAL ANUAL			\$961.08

Pihuave, V. (2022). Materiales de limpieza. Quito.

Estudio arquitectónico

Para poder tener el diseño se toma en cuenta el estilo del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la microempresa y el aforo que se manejará (20 personas). En la cocina, se ha considerado el espacio que necesitará el chef para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades ya que el almacenamiento se hará en el área de cocina, como también se puede observar, que existe un espacio donde se va atender a los clientes.



4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los tramites y permisos pertinentes.

Servicio de Rentas Internas / SRI

(Servicio de Rentas Internas, 2022) Obtener el RUC no implica costo alguno, sin embargo, se requiere para la identificación del contribuyente (persona natural) o representante legal de una compañía lo siguientes:

- Cédula de identidad legible y vigente.
- Certificado de votación actualizado.

Los requisitos para la ubicación del establecimiento del contribuyente serán:

- Planilla de pago de luz eléctrica.
- Comprobante de pago agua potable o teléfono
- Pago del impuesto predial
- Contrato o factura de arrendamiento
- Patente municipal
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito.

- **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad del Cantón San Cristóbal. Los requisitos que se solicitan son

- Copia de RUC
- Copia de Cédula
- Copia de Certificado de votación
- Copia de certificado de residencia
- Pago de la tasa del cuerpo de bomberos (Gobierno Electrónico, 2020)

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

El Registro Patronal en el sistema de historia laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2022).

- Ingresar a la página web del IESS www.iesg.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.

Requisitos de la intendencia

Categoría cuatro.- Los locales de consumo de alimentos preparados se consideran como categoría 4 es decir, establecimientos que ofrecen alimentos preparados para su consumo inmediato tales como restaurantes, cafeterías y restaurantes ubicados en el interior de complejos deportivos, paraderos plazas de

comidas; establecimiento donde se expende comidas populares estos son: picanterías, comedores fondas u otros de naturaleza similar; comidas ligeras cafeterías fruterías jugueterías heladerías panaderías café net, confiterías establecimientos de comidas rápidas ; servicios de catering entre otros de naturaleza similar.

5. RESPONSABILIDAD SOCIAL

5.1 Objetivo de área

Se puede decir que en la comida está el gusto, pero también es responsabilidad de todos los actores sociales cuidar el medio ambiente. En los últimos tiempos está cobrando fuerza otra manera de entender la gastronomía y la restauración.

Cada vez son más personas quienes valoran que el restaurante al que visitan sea respetuoso con el entorno natural, cuide el origen de los alimentos, recicle y separe los residuos, ahorre energía y valore a sus trabajadores.

Estas condiciones son las que definen a los restaurantes sostenibles, la próxima revolución gastronómica.

En los años venideros los restaurantes van a tener que caminar hacia la sostenibilidad sí o sí, para adaptarse a las exigencias de los clientes, que valorarán mucho que el restaurante sea respetuoso con el medioambiente, y para cumplir las normativas públicas, este es uno de los objetivos de Olimpo Bar Restaurante.

5.2 Impacto ambiental

Residuos sólidos domésticos.

Los residuos sólidos domésticos que se generarán en la etapa de operación y mantenimiento del proyecto son principalmente:

Basura de tipo orgánico.

Residuos de comida de origen animal y vegetal (frutas, verduras).

Plantas y flores.

Servilletas, pañuelos faciales, papel higiénico.

Basura de tipo inorgánica.

Empaques de papel metalizado.

Bolsas de plástico (nylon).

Vasos de unicel o papel encerado.

Popotes, platos, cucharas y vasos de plástico.

Vidrio

Vidrio seco y limpio.

Botellas de vinos, licores y cervezas.

Copas de cristal.

Vasos y jarras de vidrio.

Frascos de mermeladas, mostaza, cátsup, mayonesa, etc. sin tapa.

Aluminio.

Latas de refresco o cerveza

Todo producto de aluminio 100%.

Plásticos

Botellas o envases de plástico con un orificio en la parte de abajo.

Envases biodegradables.

Botellas o recipientes

Papel y Cartón.

Papel limpio y seco (sin grapas ni cintas adhesivas).

Cajas limpias, secas dobladas y atadas.

Folders.

Periódicos.

Revistas

Residuos Peligrosos.

Trapos y Estopas.

Botes con pintura y Sprays.

Ácidos y Solventes.

Aceites y Lubricantes.

Pilas y Baterías.

Chatarra de Metal.

Focos y lámparas Fluorescentes.

Alcohol sólido.

Vertidos

Cuando hablamos de la contaminación por vertidos es importante en el barrio central donde está localizado **Olimpo Bar Restaurante** donde la limpieza es fundamentalmente debido a la gran cantidad de aguas la limpieza que se generan en dichas actividades y el deshecho que se hace de ellas.

Los contaminantes fundamentales existentes en las aguas de limpieza serán:

- Suciedades arrastradas por dichas aguas (sólidos en suspensión, elementos químicos en limpiezas industriales,).
- Sustancias químicas existentes debido a los productos de limpieza utilizados.

Otros factores medioambientales relacionados con el sector limpieza son:

- Consumo.
- Agua.

- Sustancias químicas.
- Energía.
- Combustibles.
- Almacenamiento y uso de sustancias peligrosas.

5.3 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Bar Restaurante Olimpo.

Sin duda, ser responsable con la gestión de los residuos es una necesidad a continuación mencionamos las siguientes medidas:

Básicamente hay 2 tipos de residuos: los residuos de la producción y las sobras de los clientes.

Cáscaras de alimentos, aceite utilizado para freír, restos de carnes o trozos de huesos, envases plásticos, sobras de pastas, etc. Estos residuos deben ser separados y tienen que recibir un tratamiento distinto. Un litro de aceite contamina mil litros de agua, por lo cual no puede ser arrojado por la cañería.

Además, identificar los residuos te va a permitir tener una idea más general de tu negocio. analizar mil variables y utilizarlas a tu favor para sacarle el máximo provecho.

5.3.1 Capacitar al personal:

Si te propusiste separar los residuos en orgánicos e inorgánicos o, si bien, vas a disponer correctamente del aceite usado en envases especiales es importante que capacites a todo tu equipo para que respete el protocolo de gestión de

residuos. Además, que sepan explicar el proceso ante posibles controles o inspecciones.

Saber que están haciendo las cosas bien y de una manera responsable con el medioambiente hará que tus empleados se sientan muchos más comprometidos con el negocio.

5.3.2 Optimizar stock y proveedores:

De nada sirve comprar en cantidades si los alimentos no llegan a utilizarse. Es importante que analizar el stock y los proveedores que se contrata. Por ejemplo, comprar envases de crema al por mayor permite generar menos residuos que utilizar pequeños potes en un mismo día.

5.3.3 Reciclar y gestionar tus residuos correctamente:

Esto es lo más importante. Una vez que identifiques tus residuos, gestiónalos de la manera correcta. Contactarte con una empresa de gestión de residuos para que retire los residuos peligrosos y contacta con organizaciones locales comprometidas con el reciclaje de ciertos materiales.

Actuar de manera responsable ante los desechos de tu bar o restaurante te permitirá:

- Reducir los costos y aumentar los ingresos del negocio.
- Generar una imagen positiva de tu restaurante en los clientes y tus propios empleados.
- Gestionar un negocio responsable y comprometido con el medio ambiente.

El planeta es solo uno y es responsabilidad de todos hacer las cosas de la manera correcta.

5.3.4 Igualdad de género

La igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres” que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa.

5.3.5 Generación de empleo

Olimpo Bar Restaurante generará empleos a las personas de la Isla San Cristóbal tanto a personas no profesionales y profesionales, de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados y también para el servicio de limpieza, capacitación formando un personal con amplia experiencia y conocimiento.

Considerando también la equidad de género en todos los campos con participación igualitaria de hombres y mujeres. Incentivando al personal de la empresa global limpieza administrativos y trabajadores, con ascenso cada dos años, premio al mejor trabajador del año, pago de horas extras, cumpleaños. Canasta navideña a la familia de los empleados y trabajadores de global limpieza.

Obra social en escuelas, colegios, a personas con discapacidad, personas de la tercera edad del lugar donde está situada la empresa.

5.3.6 Atracción de empleados

Olimpo Bar Restaurante implementará una gestión general en la que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que los

empleados y trabajadores se sientan motivados y seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas a cada uno.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera del **Bar Restaurante Olimpo**.

6.2. Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, vehículos, quipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles (Kueski, 2020), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$3847.58 (*Ver tabla 28*).

Tabla 24. Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	\$1.189,98
Equipos y Maquinarias	\$1,942,00
Equipos de Computación	\$628,00
Equipos Ind./ seguridad	\$87,60
Total	\$3847,58

Pihuave V. (2022). Tabla de activos fijos, San Cristóbal- Galápagos

6.3 Activos diferidos

Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que, en este caso, se la instaure como Sociedad Acción Simplificada lo que representa que la inscripción es gratuita, los gastos legales serán de \$200, el permiso de funcionamiento de \$300,00 y las patentes municipales de \$100 lo que da un total de activos diferidos de \$600,00. (Ver tabla 29).

Tabla 25. Activos Diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Inscripción Compañía (SAS)	\$0
Gastos legales	\$200
Permisos funcionamiento	\$300
Patentes municipales	\$100
Total	\$600,00

Pihuave V. (2022). Tabla de activos diferidos, San Cristóbal- Galápagos

6.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad. El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, etc. (Peñaloza, 2008).

En lo que podemos decir que, al establecimiento, mensualmente tenemos un costo de materia prima \$4191.20; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el

valor de \$80.00; de sueldos y salarios de \$2098,60, gastos de publicidad de \$75.00, entre otros. Dando un total de gasto mensual de \$6,904.26. Este valor fue multiplicado por 3 meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$20.712,79 (*Ver tabla30*).

CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL
Sueldos	2.098,60	6.295,8
Servicios Básicos	80,00	240,00
Material oficina	21,04	63,12
Material limpieza	80,09	240,27
Servicio auto	0	0
Alquiler local	300,00	900,00
Publicidad	75,00	225
Adquisición de materia prima	4.191,20	12.573,6
Gastos financieros	58,33	175,00
TOTAL INVERSIÓN	\$6.904,26	\$20.712,79

Tabla 26.Capital de Trabajo.

Pihuave V. (2022). Capital de trabajo, San Cristóbal- Galápagos

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 3 meses de la empresa es de \$25.160,37 (*Ver tabla 31*).

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	\$3847,58
Total Activos Diferidos	\$ 600.00
Total Capital de Trabajo	\$20.712,79
Total	\$25.160,37

Tabla 27. Detalles de Inversión.

Pihuave V. (2022). Tabla de detalles de inversión, San Cristóbal- Galápagos

6.5. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales. El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$22,183.20 anual.

Tabla 28. Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente	\$700	\$8.400	\$793,8	\$1.020,6	\$8.626,8
Chef	\$600	\$7.200	\$680,4	\$874,8	\$7.394,4
Mesero	\$500	\$6.000	\$567	\$729	\$6.162
TOTAL	\$1.800	\$21.600	\$2.041,2	\$2.624,4	\$22.183,2

Pihuave V. (2022). Tabla de activos fijos, San Cristóbal- Galápagos

6.6. Depreciación activos fijos.

La depreciación es la disminución del valor del activo fijo que se produce por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (Castro, 2011)

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual

En esta tabla 33, 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 \$522,50.

Tabla 29. Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	\$1.189.98	10%	\$118.99
Equipos y Maquinaria	\$1942.00	10%	\$194.20
Equipos de computación	\$628.00	33,33%	\$209.31
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			\$522.50

Pihuave V. (2022). Tabla de depreciación de activos fijos, San Cristóbal- Galápagos

6.7. 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 \$120,00, ya que el monto por constitución equivale a \$600.00 (Ver tabla 34.)

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$600.00	20%	\$120.00

Tabla 30. Porcentaje Amortización.

Pihuave V. (2022). Tabla de Porcentaje de Amortización, San Cristóbal- Galápagos

6.8. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$5000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 35).

Tabla 31. Amortización.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO \$ 5.000,00

TASA 14%

PLAZO 5

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$ 5.000,00
1	\$1.456,42	\$ 700,00	\$ 756,42	\$ 4.243,58
2	\$ 1.456,42	\$ 594,10	\$ 862,32	\$ 3.381,27
3	\$ 1.456,42	\$ 473,38	\$ 983,04	\$ 2.398,23
4	\$ 1.456,42	\$ 335,75	\$ 1.120,67	\$ 1.277,56
5	\$ 1.456,42	\$ 178,86	\$ 1.277,56	\$ -
	\$7.282,09	2.282,09	\$ 5.000,00	

INTERES ANNUAL		700,00
INTERES SEMESTRAL		350,00

Pihuave V. (2022). Tabla de Amortización, San Cristóbal- Galápagos

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$7282.09 llegando al año 5, el pago de intereses a un total de \$2282.09 y a su vez el pago capital de \$5000,00, para que al final del periodo establecido exista un saldo de cero dólares.

6.9. Estructura de capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de

deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f)

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$20160,37 que equivale a una estructura del 80%; costo del 13% con una tasa de descuento de 10,04 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$5.000 con una estructura del 20% , el costo es del 14 % que otorga el 2,8% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$25.160,37 que en la suma total 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 12,9% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 36.*)

Tabla 32. Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	20160,37	80%	13%	10,4%	
Capital Financiero	5000	20%	14%	2,8%	
TOTAL INVERSIÓN	25160,37	100%		13,2%	TMAR

Pihuave V. (2022). Tabla de Estructura de capital, San Cristóbal- Galápagos

6.10. Punto de equilibrio

De acuerdo a (Flores, 2021) “el punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables”. En la siguiente tabla N37, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Peñaloza, 2008). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$2180.00 (*Ver tabla 37*)

Tabla 33. Costos Fijos.

COSTOS FIJOS	
Arriendo	\$300
Sueldos	\$1800
Servicios Básicos	\$80,00
Total	\$2,180.00

Pihuave V. (2022). Tabla de Costos fijos, San Cristóbal- Galápagos

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para **El Restaurante Olimpo Bar** se tomó en cuenta los valores del servicio de consumo de alimento, que sería el servicio principal del **Restaurante Olimpo Bar**. Entonces el valor del almuerzo es de \$7.00.

Tabla 34. Margen de contribución.

Precio Publico	\$7.00	
Costo	\$3.38	
Ganancia	\$3.62	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Pihuave V. (2022). Tabla de Margen de Contribución, San Cristóbal- Galápagos

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias.

Tabla 35. Punto de Equilibrio.

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	40	\$7.00	\$2800.00
COSTO	40	\$3.38	\$135.20
GASTO			\$2,370.90
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Pihuave V. (2022). Tabla de Punto de Equilibrio, San Cristóbal- Galápagos

Tabla 36. Ventas /costos.

VENTAS PROYECTADAS			
NÚMERO	VALOR	TOTAL	
40	\$7.00	\$280.00	VENTAS
40	\$3.38	\$135.20	COSTO

Pihuave V. (2022). Tabla de Ventas /Costos, San Cristóbal- Galápagos

6.11 Costo de ventas

“Son todos los gastos asociados a la producción, distribución y difusión de un producto o servicio” (Silva, 2020). El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N°41 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$13905,72 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$16082,22.

Tabla 37. Costo de Ventas.

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		104160,00	107295,22	110524,80	113851,60	117278,53
COSTO DE VENTAS		50294,40	51808,26	53367,69	54974,06	56628,78
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		53865,60	55486,95	57157,11	58877,54	60649,75
GASTOS ADMINISTRATIVOS		25183,20	25941,21	26722,04	27526,38	28354,92
SERVICIOS BÁSICOS		960,00	988,90	1018,66	1049,32	1080,91
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEZA		252,48	260,08	267,91	275,97	284,28
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		3600,00	3708,36	3819,98	3934,96	4053,41
PUBLICIDAD		900,00	927,09	955,00	983,74	1013,35
DEPRECIACIONES		337,03	337,03	337,03	337,03	337,03
AMORTIZACIONES		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
UTILIDAD OPERATIVA		22512,89	23204,29	23916,49	24650,14	25405,86
GASTOS FINANCIEROS		700,00	594,10	473,38	335,75	178,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		21812,89	22610,19	23443,12	24314,39	25227,00
BASE IMPOSITIVA		7907,17	8196,19	8498,13	8813,96	9144,79
UTILIDAD NETA		13905,72	14413,99	14944,99	15500,42	16082,22

Pihuave V. (2022). Tabla de Costos de ventas, San Cristóbal- Galápagos

6.12. Flujo de caja

“El flujo de caja nos proporciona información valiosa acerca de la capacidad de pago de una empresa para poder hacer frente a sus deudas y nos da indicadores significativos de la salud financiera de una empresa” (Foret, 2020)

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$13.606,33, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$15.261,68 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (Ver tabla 42).

Tabla 38. Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		22512,89	23204,29	23916,49	24650,14	25405,86
DEPRECIACION		337,03	337,03	337,03	337,03	337,03
AMORTIZACION		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
- BASE IMPOSITIVA		7907,17	8196,19	8498,13	8813,96	9144,79
- GASTOS FINANCIEROS		700,00	594,10	473,38	335,75	178,86
- PAGO CAPITAL		756,42	862,32	983,04	1.120,67	1.277,56
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	25160,37	13.606,33	14.008,70	14.418,97	14.836,78	15.261,68

Pihuave V. (2022). Tabla de Flujos de Caja San Cristóbal- Galápagos

6.13. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. El VAN implica 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; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$27285,93; por lo tanto, el negocio es factible.

6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

De acuerdo a (Torres, 2021):

La TIR permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una 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 53,92 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 6,82% con el TMAR (*Ver tabla 43*).

Tabla 39. VAN/ TIR

Cálculo del TIR y el VAN

VAN	27.295,83	12.921,54
TIR	53,62%	
TMAR	6,82%	

Pihuave V. (2022). Tabla de VAN /TIR, San Cristóbal- Galápagos

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- La organización empresarial de “Olimpo” permitió determinar los requerimientos de estructura jerárquica, misión, visión y políticas internas que conducen la operación normal del negocio al mismo tiempo que se pudo definir el perfil del consumidor y sus expectativas sobre el servicio de alimentación y bebidas.
- La investigación de mercado permitió comprender la tendencia de consumo, preferencias de los clientes potenciales y factores que influyen en el funcionamiento del restaurante Olimpo, por esto, el servicio ofrecido deberá ser lo suficientemente competitivo para que el negocio pueda mantenerse en el tiempo.
- La constitución de una microempresa exige encontrarse en cumplimiento con las obligaciones tributarias, laborales y relacionadas a permisos de funcionamiento, por tanto, se debe acatar con rigor las exigencias de orden legal. Al mismo tiempo de ser socialmente responsable con el medio ambiente priorizando la gestión de residuos, el tratamiento adecuado de sustancias contaminantes y la implementación de políticas de reciclaje.
- La microempresa “Olimpo” necesita invertir en activos corrientes y fijos para que se dé inicio a la operación del negocio, para ello debe recurrir al financiamiento con recursos propios y ajenos. Asimismo, es importante destacar la viabilidad del proyecto debido a que existe un VAN mayor a 0 y una TIR que garantiza rentabilidad y liquidez del negocio.

7.2 Recomendaciones

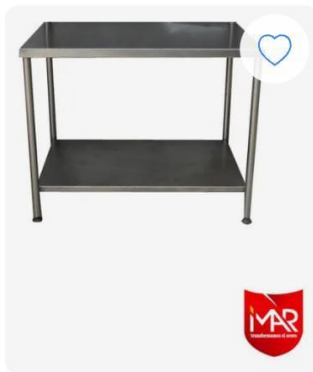
- La microempresa deberá cumplir a cabalidad con su misión, visión y cultura organizacional bajo los principios y marco legal vigente, asimismo, deberá aprovechar sus fortalezas y oportunidades para hacer frente a los retos y desafíos que se presentan previo a la consolidación de la compañía.
- Es importante definir un plan de marketing estratégico que permita a corto y a largo plazo, mantener clientes satisfechos. El sector de servicios de alimentación se maneja con un nicho de mercado exigente y flexible que requiere cuidado a diario, para lograr clientes fieles y permanentes.
- Las normas, leyes y reglamentos deben ser aplicados de forma íntegra, de forma que no existan multas, clausuras o intereses generados por mora que a más de generar repercusiones económicas ocasiona una mala imagen del negocio, perdiendo credibilidad y respeto por parte de los consumidores.
- Es importante llevar a diario un registro de ingresos y gastos para evaluar la marcha del negocio, además de analizar la situación financiera de manera mensual puesto que a pesar de que no es obligatorio llevar contabilidad para este segmento, es importante evaluar la relación costo – utilidad para tomar acciones correctivas a tiempo.

7.3 Bibliografía

- Esparza, J. (s.f). *Estructura de Capital*. Obtenido de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>
- Flores, J. (14 de 05 de 2021). *Hubspot*. Obtenido de Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula: <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>
- Foret, P. (23 de 07 de 2020). *Novicap*. Obtenido de <https://novicap.com/blog/flujo-de-caja-que-es-y-como-medirlo/>
- Gobierno Electrónico. (22 de 09 de 2020). *Emisión de la patente municipal*. Obtenido de <https://www.gob.ec/index.php/gadmsc/tramites/emision-patente-municipal>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2022). *Registro de nuevo empleador*. Obtenido de https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador/-/message_boards/message/89695
- Kueski. (13 de 07 de 2020). *Qué es un activo fijo: definición*. Obtenido de <https://kueski.com/blog/finanzas-personales/emprender/que-es-un-activo-fijo/>
- Ministerio de Turismo. (21 de 09 de 2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas reconoce siete categorías*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/reglamento-turistico-de-alimentos-y-bebidas-reconoce-siete-categorias/>
- Servicio de Rentas Internas. (2022). *Ficha de requisitos*. Recuperado el 2022 de 03 de 01, de <file:///C:/Users/Usuario%201/AppData/Local/Temp/IDENTIFICACI%C3%93N%20Y%20UBICACI%C3%93N.pdf>
- Silva, D. d. (16 de 11 de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de ¿Qué son los costo de ventas?: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-costos-de-venta/>
- Torres, M. (25 de Noviembre de 2021). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

7.4 Anexos

Gráfico 21. Mesa de Trabajo.



Mesa De Trabajo
Inoxidable 430 P
Alimentos
U\$S 135

Gráfico 22. Cocina Industrial.



Gráfico 23. Congelador.



Gráfico 24. Máquina Registradora.



Gráfico 25. Ventilador.



Gráfico 26. Recipiente Bowl.

Tazones Bowl Recipiente Para Mezclar De Acero Inoxidable

1 / 5

Zone Digital Ecuador



U\$S 29⁹⁹

Gráfico 27. Set de Cuchillos.

Juego De Cuchillos Cocina Tramontina.
Brazil. 9 Pcs.



Gráfico 28. Cuchara y espátula.

