

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO



**TEMA:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACION DEL RESTAURANTE  
“DELICIAS AL PASO” DE LA PARROQUIA EL QUINCHE, PROVINCIA DE  
PICHINCHA, ECUADOR”**

**Trabajo de Grado Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad  
y Auditoría.**

**AUTOR:** Cristian Paul Chinacalle Ramírez

**Ibarra, 2022**

## APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por el señor CHINACALLE RAMÍREZ CRISTIAN PAUL, para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACION DEL RESTAURANTE "DELICIAS AL PASO" DE LA PARROQUIA EL QUINCHE, PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 21 días del mes de octubre de 2022.



Msc. Sandra Mercedes Guevara López

C.I:100254138-9

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO           |           |  |            |
|-----------------------------|-----------|--|------------|
| <b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b> | <b>DE</b> | 175153457-7  |            |
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b> | <b>Y</b>  | Chinacalle Ramírez Cristian Paul                                       |            |
| <b>DIRECCIÓN:</b>           |           | Ibarra   |            |
| <b>EMAIL:</b>               |           | <a href="mailto:cpchinacaller@utn.edu.ec">cpchinacaller@utn.edu.ec</a> |            |
| <b>TELÉFONO FIJO:</b>       |           | <b>TELÉFONO MÓVIL:</b>   | 0995712263 |

| DATOS DE LA OBRA                   |  |
|------------------------------------|--|
| <b>TÍTULO:</b>                     | PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACION DEL RESTAURANTE “DELICIAS AL PASO” DE LA PARROQUIA EL QUINCHE, PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR |
| <b>AUTOR (ES):</b>                 | Chinacalle Ramírez Cristian Paul   |
| <b>FECHA:</b><br><b>DD/MM/AAAA</b> | 22 de diciembre de 2022  |

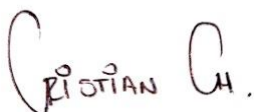
|                                |  |
|--------------------------------|--|
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO    |  |
| <b>PROGRAMA:</b>               | <input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b> |
| <b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b> | INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA<br>C.P.A  |
| <b>ASESOR /DIRECTOR:</b>       | MSC. GUEVARA LÓPEZ SANDRA MERCEDES   |

## 2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de diciembre de 2022.

### EL AUTOR:



.....

Firma

Chinacalle Cristian

## **DEDICATORIA**

A toda mi familia, a mi Papá y a mi Mamá que no tuvieron la oportunidad que ellos me la ofrecieron a mí de poder lograr este anhelado sueño para todos nosotros.

A mis hermanos, demostrarles que todo en la vida se puede lograr si das todo de ti.

A mi novia Fernanda y Amelita, son y serán mi empuje en cada paso que doy en este camino que se llama vida. ¡Los tres vamos por más sueños juntos!

A mis amigos, primos/as, tíos/as que de una u otra forma me dieron su apoyo en este proceso, este logro es suyo también.

A mis viejitos, que partieron de mi lado antes de verme realizando como ellos deseaban, todo un profesional. En el cielo sé que ellos están felices por este logro.

Cristian Paul Chinacalle Ramírez

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres y hermanos, por el sacrificio diario al darme con todo su amor el apoyo moral y económico que tanto necesitaba, por no dejarme vencer por los golpes que nos dio la vida y por darme ánimos todos los días para lograr mis objetivos.

A mi novia Fernanda, encontré en ti mi hogar en una ciudad lejos de mis padres y hermanos, con tu amor y apoyo no me permitiste desmayar para que cumplamos nuestra meta juntos. ¡Te debo todo!

A mis profesores, por brindarme su conocimiento día tras día para formarme como un gran profesional dentro mi carrera. A mi querida universidad, por abrirme sus puertas para cumplir no solo mí sueño, sino, el de toda una familia, gracias por permitirme conocer personas que estimo mucho y hacerme vivir una etapa de mi vida de una forma tan espectacular.

Cristian Paul Chinacalle Ramírez

## ÍNDICE

|   |       |
|---|-------|
| APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO .....                  | II    |
| DEDICATORIA.....                                      | V     |
| AGRADECIMIENTO .....                                  | VI    |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....                         | X     |
| ÍNDICE DE TABLAS.....                                 | XI    |
| RESUMEN.....  | XVI   |
| ABSTRACT .....  | XVII  |
| INTRODUCCIÓN.....                                     | XVIII |
| JUSTIFICACION.....                                    | XIX   |
| DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....                        | XX    |
| OBJETIVOS.....  | XXI   |
| Objetivo general.....                                 | XXI   |
| Objetivos específicos .....                           | XXI   |
| CAPÍTULO I.....                                       | 1     |
| Diagnóstico.....                                      | 1     |
| 1.1    Introducción .....                             | 1     |
| 1.2    Objetivo .....                                 | 1     |
| 1.3    Identificación de variables diagnósticas ..... | 2     |
| 1.3.1    Matriz de Variables .....                    | 2     |
| 1.4    Desarrollo de variables. ....                  | 3     |
| 1.4.1    Situación del macro ambiente .....           | 3     |
| 1.4.2    Variable económica .....                     | 6     |
| 1.4.3    Variable social .....                        | 12    |
| 1.4.4    Variable tecnológica.....                    | 24    |
| 1.4.5    Situación competitiva de la industria.....   | 25    |
| 1.4.6    Situación interna de la empresa .....        | 27    |
| 1.5    Análisis de la Información .....               | 30    |
| 1.6    Conclusión diagnóstica .....                   | 31    |
| CAPÍTULO II.....                                      | 33    |
| Fundamentación Teórica .....                          | 33    |
| 2.1    Introducción .....                             | 33    |
| 2.2    Objetivo .....                                 | 33    |

|                                   |   |    |
|-----------------------------------|---|----|
| 2.3                               | Fundamentación teórica del problema de investigación..... | 33 |
| 2.3.1                             | Restaurantes y la afectación de la pandemia Covid-19..... | 33 |
| 2.3.2                             | Restaurantes y el servicio del delivery.....              | 35 |
| 2.4                               | Fundamentación teórica de la Propuesta metodológica.....  | 36 |
| 2.4.1                             | Tipo de investigación .....                               | 36 |
| 2.4.2                             | Métodos .....   | 36 |
| 2.4.3                             | Tipo de muestreo .....                                    | 37 |
| 2.4.4                             | Técnicas e instrumentos .....                             | 37 |
| 2.5                               | Fundamentación teórica del diagnóstico.....               | 38 |
| 2.6                               | Fundamentación teórica de la propuesta.....               | 41 |
| 2.6.1                             | Estudio de mercado .....                                  | 41 |
| 2.6.2                             | Estudio técnico .....                                     | 43 |
| 2.6.4                             | Estudio administrativo .....                              | 46 |
| CAPÍTULO III .....                |   | 49 |
| Procedimientos metodológicos..... |   | 49 |
| 3.1                               | Introducción .....  | 49 |
| 3.2                               | Objetivo .....  | 49 |
| 3.3                               | Tipo de investigación.....                                | 49 |
| 3.4                               | Métodos .....   | 50 |
| 3.5                               | Tipo de muestreo .....                                    | 51 |
| 3.5.1                             | Población.....  | 52 |
| 3.5.2                             | Muestra.....  | 52 |
| 3.6                               | Técnicas e instrumentos.....                              | 53 |
| CAPÍTULO IV .....                 |   | 55 |
| Propuesta .....                   |   | 55 |
| 4.1                               | Introducción.....   | 55 |
| 4.2                               | Objetivo general.....                                     | 55 |
| 4.2.1                             | Objetivos específicos.....                                | 56 |
| 4.3                               | Modelo de negocio.....                                    | 56 |
| 4.3.1                             | Lienzo CANVAS.....  | 57 |
| 4.3.2                             | Descripción de los elementos CANVAS.....                  | 58 |
| 4.4                               | Estudio de mercado.....                                   | 64 |
| 4.4.1                             | Objetivo .....  | 64 |
| 4.4.2                             | Diseño de la investigación de mercados.....               | 64 |



|                                      |  |     |
|--------------------------------------|--|-----|
| 4.4.3                                | Segmentación de mercados .....                                 | 66  |
| 4.4.4                                | VARIABLES DE SEGMENTACIÓN .....                                | 66  |
| 4.4.5                                | Mercado potencial .....  | 66  |
| 4.4.6                                | Tipo de muestreo y cálculo de la muestra .....                 | 67  |
| 4.4.7                                | Análisis e interpretación de resultados .....                  | 68  |
| 4.4.8                                | Análisis de la demanda .....                                   | 84  |
| 4.4.9                                | Análisis de la oferta .....                                    | 86  |
| 4.4.10                               | Demanda satisfecha .....                                       | 89  |
| 4.4.11                               | Análisis de precios.....                                       | 90  |
| 4.4.12                               | Estrategias de comercialización.....                           | 91  |
| 4.5                                  | Estudio técnico.....   | 95  |
| 4.5.1                                | Localización del proyecto.....                                 | 95  |
| 4.5.2                                | Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa ..... | 102 |
| 4.5.3                                | Ingeniería del proyecto .....                                  | 106 |
| 4.5.4                                | Identificación y descripción de los procesos .....             | 109 |
| 4.5.5                                | Estructura organizativa y administrativa .....                 | 110 |
| 4.5.6                                | Constitución legal del restaurante.....                        | 132 |
| 4.6                                  | Estudio financiero .....                                       | 134 |
| 4.6.1                                | Situación Económica Actual .....                               | 134 |
| 4.6.2                                | Información económica con la propuesta.....                    | 158 |
| 4.6.3                                | Análisis comparativo de escenarios económicos.....             | 195 |
| 4.7                                  | Conclusión de la propuesta .....                               | 196 |
| CAPÍTULO IV .....                    |  | 198 |
| Validación.....                      |  | 198 |
| 4.1.                                 | Introducción .....   | 198 |
| 4.2.                                 | Descripción del estudio.....                                   | 198 |
| 4.3.                                 | Objetivo .....   | 198 |
| 4.4.                                 | Equipo de trabajo .....  | 198 |
| 4.5.                                 | Método de verificación .....                                   | 199 |
| 4.6.                                 | Método de calificación.....                                    | 200 |
| 4.7.                                 | Rango de interpretación .....                                  | 201 |
| 4.8.                                 | Resultados .....   | 202 |
| 4.9.                                 | Análisis: .....  | 208 |
| Conclusiones y Recomendaciones ..... |  | 209 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Conclusiones .....    | 209 |
| Recomendaciones ..... | 210 |
| Bibliografía.....     | 211 |
| ANEXO .....           | 225 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| <b>Ilustración 1</b> Producto Interno Bruto .....  | 6  |
| <b>Ilustración 2</b> Inflación Anual .....   | 7  |
| <b>Ilustración 3</b> Variación anal de precios por industria .....   | 8  |
| Ilustración 4 Tasa de inflación.....   | 8  |
| <b>Ilustración 5</b> Riesgo País.....  | 9  |
| <b>Ilustración 6</b> Abastecimiento de agua .....  | 21 |
| <b>Ilustración 7</b> Abastecimiento de energía eléctrica .....   | 22 |
| <b>Ilustración 8</b> <i>Telecomunicaciones</i> .....   | 22 |
| <b>Ilustración 9</b> Género.....   | 68 |
| <b>Ilustración 10</b> Edad .....   | 69 |
| <b>Ilustración 11</b> ¿Es usted cliente frecuente de este local? .....   | 69 |
| <b>Ilustración 12</b> Indique por favor, ¿cuál es el número de integrantes en su familia?... 70  |    |
| <b>Ilustración 13</b> ¿De qué parroquia nos visita usted?.....   | 71 |
| <b>Ilustración 14</b> Cada vez que visita el establecimiento, ¿cuáles son los platos que consume y con qué frecuencia? Puede escoger varios .....  | 71 |
| <b>Ilustración 15</b> ¿Con quién/es visita el local?.....  | 72 |
| <b>Ilustración 16</b> <i>Cuando visita el establecimiento, ¿cuál es el gasto aproximado por persona de sus consumos?</i> .....   | 73 |
| <b>Ilustración 17</b> En torno a la satisfacción del cliente ¿Cómo valoraría usted los siguientes aspectos? Califique desde (Muy buena) (Buena) (mala).....  | 74 |
| <b>Ilustración 18</b> ¿Qué aspectos del establecimiento valora usted como positivos, en relación a la competencia?.....  | 74 |
| <b>Ilustración 19</b> Respecto al servicio del delivery (servicio a domicilio), ¿Qué aspectos usted considera relevantes? .....  | 75 |
| <b>Ilustración 20</b> ¿Conoce usted otro restaurante en la zona que ofrezca el servicio de delivery (servicio a domicilio)? si usted conoce otro restaurante que ofrezca el mismo servicio, por favor, coloque su nombre en la opción de "otro". ..... | 76 |
| <b>Ilustración 21</b> Ha hecho usted un pedido al establecimiento vía online (WhatsApp) 77   |    |
| <b>Ilustración 22</b> Si ha pedido online, califique lo siguiente:.....  | 77 |
| <b>Ilustración 23</b> De la oferta actual de productos, ¿qué otros platos sugerirían adicionar al menú?.....   | 78 |
| <b>Ilustración 24</b> 14. Como les gustaría que nos contactemos con usted para conocer nuestros servicios y las ofertas que este establecimiento brinda.....   | 79 |
| <b>Ilustración 25</b> ¿Estaría usted de acuerdo que el establecimiento mejore su propuesta con relación a los productos y servicios ofertados, mediante la ampliación del servicio   |    |

|  |     |
|--|-----|
| de delivery (entrega a domicilio) con una mejor presentación y oferta de platillos, así como la ampliación física del lugar para incrementar la capacidad que este actualmente presenta? ..... | 80  |
| <b>Ilustración 26</b> Macro localización.....  | 95  |
| <b>Ilustración 27</b> Micro localización .....   | 98  |
| <b>Ilustración 28</b> Acceso vial.....   | 99  |
| <b>Ilustración 29</b> Santuario de la virgen de El Quinche .....   | 100 |
| <b>Ilustración 30</b> Antigua vía del tren.....  | 100 |
| <b>Ilustración 31</b> Iglesia del barrio Iguñaro .....   | 101 |
| <b>Ilustración 32</b> Ubicación del restaurante Delicias al paso .....   | 101 |
| <b>Ilustración 33</b> Plano y diseño planimétrico de la planta actual.....   | 107 |
| <b>Ilustración 34</b> Plano y diseño planimétrico de la planta con la propuesta .....  | 108 |
| <b>Ilustración 35</b> <i>Imagen corporativa</i> .....  | 112 |
| <b>Ilustración 36</b> Mapa de procesos.....  | 114 |
| <b>Ilustración 37</b> Subproceso de diseño de menús .....  | 115 |
| <b>Ilustración 38</b> Subproceso de compra de materia prima .....  | 116 |
| <b>Ilustración 39</b> Subproceso de almacenamiento de materia prima.....   | 116 |
| <b>Ilustración 40</b> Subproceso de preproducción .....  | 117 |
| <b>Ilustración 41</b> Subproceso de producción de alimentos.....   | 117 |
| <b>Ilustración 42</b> Subproceso de venta en el restaurante .....  | 118 |
| <b>Ilustración 43</b> Subproceso de delivery .....   | 119 |
| <b>Ilustración 44</b> Organigrama funcional .....  | 125 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1</b> Variables e indicadores.....                               | 2  |
| <b>Tabla 2</b> Tasas de Interés referenciales y máximas.....              | 10 |
| <b>Tabla 3</b> Población de El Quinche .....                              | 13 |
| <b>Tabla 4</b> Distribución etaria .....                                  | 14 |
| <b>Tabla 5</b> Porcentaje de incremento de la población .....             | 15 |
| <b>Tabla 6</b> Población económicamente activa.....                       | 15 |
| <b>Tabla 7</b> Población económicamente activa por rama de actividad..... | 16 |
| <b>Tabla 8</b> Empleo.....  | 17 |
| <b>Tabla 9</b> Desempleo .....  | 18 |
| <b>Tabla 10</b> Pobreza .....   | 19 |
| <b>Tabla 11</b> Población según nivel de pobreza.....                     | 20 |
| <b>Tabla 12</b> Abastecimiento de agua.....                               | 20 |
| <b>Tabla 13</b> Procedencia de energía eléctrica.....                     | 21 |
| <b>Tabla 14</b> Patrones alimentarios.....                                | 23 |
| <b>Tabla 15</b> Matriz FODA.....  | 30 |
| <b>Tabla 16</b> Simbología del flujograma .....                           | 48 |
| <b>Tabla 17</b> Mercado meta .....  | 52 |
| <b>Tabla 18</b> Lienzo CANVAS.....  | 57 |
| <b>Tabla 19</b> Mapa de empatía.....                                      | 59 |
| <b>Tabla 20</b> Matriz de variables del estudio de mercado .....          | 65 |

|                 |  |     |
|-----------------|--|-----|
| <b>Tabla 21</b> | Variables de segmentación .....  | 66  |
| <b>Tabla 22</b> | Mercado meta .....   | 67  |
| <b>Tabla 23</b> | Frecuencia de consumo .....  | 85  |
| <b>Tabla 24</b> | Demanda total anual .....  | 85  |
| <b>Tabla 25</b> | Proyección de la demanda .....   | 86  |
| <b>Tabla 26</b> | Análisis de la oferta .....  | 87  |
| <b>Tabla 27</b> | Proyección de la oferta .....  | 89  |
| <b>Tabla 28</b> | <i>Proyección de la demanda</i> .....  | 90  |
| <b>Tabla 29</b> | Proyección de precios .....  | 90  |
| <b>Tabla 30</b> | Red vial provincial de Pichincha .....   | 97  |
| <b>Tabla 31</b> | Costo de servicios básicos .....   | 99  |
| <b>Tabla 32</b> | Capacidad de la tecnología .....   | 103 |
| <b>Tabla 33</b> | Capacidad de los factores .....  | 104 |
| <b>Tabla 34</b> | Capacidad instalada actual.....  | 105 |
| <b>Tabla 35</b> | Capacidad instalada .....  | 105 |
| <b>Tabla 36</b> | Distribución de las áreas de la infraestructura actual .....                   | 106 |
| <b>Tabla 37</b> | Distribución de las áreas de la infraestructura con la ampliación .....        | 107 |
| <b>Tabla 38</b> | Descripción de flujograma del subproceso diseño de menús .....                 | 119 |
| <b>Tabla 39</b> | Descripción de flujograma del subproceso compra de materia prima.....          | 120 |
| <b>Tabla 40</b> | Descripción de flujograma del subproceso almacenamiento de materia prima ..... | 121 |
| <b>Tabla 41</b> | Descripción de flujograma del subproceso preproducción .....                   | 121 |
| <b>Tabla 42</b> | Descripción de flujograma del subproceso producción de alimentos .....         | 122 |
| <b>Tabla 43</b> | Descripción de flujograma del subproceso venta en el restaurante.....          | 123 |
| <b>Tabla 44</b> | Descripción de flujograma del subproceso de delivery .....                     | 124 |
| <b>Tabla 45</b> | Manual de funciones – Administrador .....                                      | 127 |
| <b>Tabla 46</b> | Manual de funciones – Asesor contable .....                                    | 128 |
| <b>Tabla 47</b> | Manual de funciones –Cocinera .....  | 129 |
| <b>Tabla 48</b> | Manual de funciones – Ayudante de cocina 1 .....                               | 130 |
| <b>Tabla 49</b> | Manual de funciones – Ayudante de cocina 2.....                                | 131 |
| <b>Tabla 50</b> | Manual de funciones – Chofer.....  | 132 |
| <b>Tabla 51</b> | Menaje de cocina .....   | 135 |
| <b>Tabla 52</b> | Maquinaria y equipos .....   | 135 |
| <b>Tabla 53</b> | Muebles y enseres.....   | 135 |
| <b>Tabla 54</b> | Herramientas.....  | 136 |
| <b>Tabla 55</b> | Edificaciones .....  | 136 |
| <b>Tabla 56</b> | Terrenos .....   | 136 |
| <b>Tabla 57</b> | Depreciaciones muebles y enseres .....   | 137 |
| <b>Tabla 58</b> | Depreciaciones menaje de cocina.....   | 137 |
| <b>Tabla 59</b> | Depreciaciones maquinaria .....  | 137 |
| <b>Tabla 60</b> | Depreciaciones edificaciones .....   | 138 |
| <b>Tabla 61</b> | Depreciaciones herramientas .....  | 138 |
| <b>Tabla 62</b> | Resumen de activos .....   | 139 |
| <b>Tabla 63</b> | Materia prima - Almuerzos .....  | 140 |
| <b>Tabla 64</b> | Materia prima – Encebollados.....  | 141 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 65</b> Materia prima – Pollos asados.....                          | 141 |
| <b>Tabla 66</b> Materia prima – Comida Rápida .....                         | 141 |
| <b>Tabla 67</b> Distribución de la mano de obra directa.....                | 142 |
| <b>Tabla 68</b> Mano de obra.....   | 143 |
| <b>Tabla 69</b> Costos Indirectos de Fabricación - Almuerzos.....           | 143 |
| <b>Tabla 70</b> Costos Indirectos de Fabricación – Encebollados .....       | 144 |
| <b>Tabla 71</b> Costos Indirectos de Fabricación – Pollos asados .....      | 144 |
| <b>Tabla 72</b> Costos Indirectos de Fabricación – Comida Rápida.....       | 144 |
| <b>Tabla 73</b> Costo de producción total y unitario .....                  | 145 |
| <b>Tabla 74</b> Costos de bebidas de terceros.....                          | 145 |
| <b>Tabla 75</b> Sueldo personal del área de venta.....                      | 146 |
| <b>Tabla 76</b> Servicios básicos del área de venta.....                    | 146 |
| <b>Tabla 77</b> Suministros de aseo y limpieza del área de ventas .....     | 147 |
| <b>Tabla 78</b> Suministros de bioseguridad del área de ventas .....        | 147 |
| <b>Tabla 79</b> Tabla de amortización crédito actual.....                   | 148 |
| <b>Tabla 80</b> Resumen costos y gastos .....                               | 148 |
| <b>Tabla 81</b> Presupuesto de venta .....                                  | 150 |
| <b>Tabla 82</b> Presupuesta de venta de bebida de terceros.....             | 150 |
| <b>Tabla 83</b> Presupuesto de costo de venta .....                         | 151 |
| <b>Tabla 84</b> Presupuesto de costo de venta de bebida de terceros .....   | 152 |
| <b>Tabla 85</b> Gastos de venta.....  | 153 |
| <b>Tabla 86</b> Gastos financieros .....                                    | 154 |
| <b>Tabla 87</b> Depreciación.....   | 154 |
| <b>Tabla 88</b> Cálculo del Impuesto a la Renta .....                       | 155 |
| <b>Tabla 89</b> Impuesto a la Renta .....                                   | 156 |
| <b>Tabla 90</b> Estado de resultados sin propuesta .....                    | 156 |
| <b>Tabla 91</b> Estado de situación financiera sin propuesta.....           | 157 |
| <b>Tabla 92</b> Flujo de caja sin propuesta .....                           | 158 |
| <b>Tabla 93</b> Obra civil.....   | 159 |
| <b>Tabla 94</b> Menaje de cocina.....                                       | 159 |
| <b>Tabla 95</b> Maquinaria y equipo.....                                    | 160 |
| <b>Tabla 96</b> Muebles y enseres.....                                      | 160 |
| <b>Tabla 97</b> Equipo de oficina.....                                      | 160 |
| <b>Tabla 98</b> Vehículo .....  | 161 |
| <b>Tabla 99</b> Resumen de inversión fija .....                             | 161 |
| <b>Tabla 100</b> Materia prima - Almuerzos .....                            | 162 |
| <b>Tabla 101</b> Materia prima – Encebollados .....                         | 163 |
| <b>Tabla 102</b> Materia prima – Pollos asados.....                         | 163 |
| <b>Tabla 103</b> Materia prima – Comida Rápida .....                        | 163 |
| <b>Tabla 104</b> Distribución de la mano de obra directa con propuesta..... | 164 |
| <b>Tabla 105</b> Mano de obra.....  | 165 |
| <b>Tabla 106</b> Costos Indirectos de Fabricación - Almuerzos.....          | 165 |
| <b>Tabla 107</b> Costos Indirectos de Fabricación – Encebollados .....      | 166 |
| <b>Tabla 108</b> Costos Indirectos de Fabricación – Pollos asados .....     | 166 |
| <b>Tabla 109</b> Costos Indirectos de Fabricación – Comida Rápida.....      | 166 |

|                  |   |     |
|------------------|---|-----|
| <b>Tabla 110</b> | Costo de producción total y unitario con propuesta .....                        | 167 |
| <b>Tabla 111</b> | Costo de bebida de terceros .....   | 167 |
| <b>Tabla 112</b> | Sueldo de persona del área de venta con propuesta.....                          | 168 |
| <b>Tabla 113</b> | Gasto publicidad del área de ventas con propuesta .....                         | 168 |
| <b>Tabla 114</b> | Servicios Básicos del área de ventas con propuesta .....                        | 169 |
| <b>Tabla 115</b> | Gastos de fletes del área de ventas con propuesta .....                         | 169 |
| <b>Tabla 116</b> | Alquiler datafast del área de ventas con propuesta.....                         | 169 |
| <b>Tabla 117</b> | Suministros de bioseguridad del área de ventas con propuesta.....               | 170 |
| <b>Tabla 118</b> | <i>Suministros de aseo del área de ventas con propuesta</i> .....               | 170 |
| <b>Tabla 119</b> | <i>Uniformes del área operativa con propuesta</i> .....                         | 171 |
| <b>Tabla 120</b> | Sueldo de persona del área administrativa con propuesta .....                   | 171 |
| <b>Tabla 121</b> | <i>Suministros de oficina del área operativa con propuesta</i> .....            | 172 |
| <b>Tabla 122</b> | <i>Suministros de aseo el área operativa con propuesta</i> .....                | 172 |
| <b>Tabla 123</b> | <i>Servicios contables el área operativa con propuesta</i> .....                | 173 |
| <b>Tabla 124</b> | <i>Tabla de amortización con propuesta</i> .....                                | 173 |
| <b>Tabla 125</b> | <i>Resumen de costos y gastos con propuesta</i> .....                           | 174 |
| <b>Tabla 126</b> | <i>Total de inversión con propuesta</i> .....                                   | 175 |
| <b>Tabla 127</b> | <i>Fuentes de financiamiento de la propuesta</i> .....                          | 176 |
| <b>Tabla 128</b> | <i>Costo de capital de la propuesta</i> .....                                   | 176 |
| <b>Tabla 129</b> | <i>Presupuesto de venta con propuesta</i> .....                                 | 177 |
| <b>Tabla 130</b> | <i>Presupuesto de venta de bebida de terceros con propuesta</i> .....           | 178 |
| <b>Tabla 131</b> | <i>Presupuesto de costo de venta con propuesta</i> .....                        | 179 |
| <b>Tabla 132</b> | <i>Presupuesto de costo de venta de bebidas de terceros con propuesta</i> ..... | 179 |
| <b>Tabla 133</b> | <i>Gastos de venta con propuesta</i> .....                                      | 180 |
| <b>Tabla 134</b> | <i>Gastos operativos con propuesta</i> .....                                    | 181 |
| <b>Tabla 135</b> | <i>Gastos financieros con propuesta</i> .....                                   | 182 |
| <b>Tabla 136</b> | <i>Depreciaciones con propuesta</i> .....                                       | 182 |
| <b>Tabla 137</b> | <i>Cálculo del Impuesto a la Renta con propuesta</i> .....                      | 183 |
| <b>Tabla 138</b> | <i>Impuesto a la Renta con propuesta</i> .....                                  | 184 |
| <b>Tabla 139</b> | <i>Estado de resultados con propuesta</i> .....                                 | 184 |
| <b>Tabla 140</b> | <i>Estado de situación financiera con propuesta</i> .....                       | 185 |
| <b>Tabla 141</b> | <i>Flujo de caja con propuesta</i> .....  | 186 |
| <b>Tabla 142</b> | <i>Flujo del proyecto con propuesta</i> .....                                   | 187 |
| <b>Tabla 143</b> | <i>Promedio de inflación anual</i> .....  | 188 |
| <b>Tabla 144</b> | <i>Tasa de Rendimiento Medio</i> .....  | 188 |
| <b>Tabla 145</b> | <i>Tasa de descuento</i> .....  | 189 |
| <b>Tabla 146</b> | <i>Valor actual neto</i> .....  | 190 |
| <b>Tabla 147</b> | <i>Tasa Interna de Retorno</i> .....  | 190 |
| <b>Tabla 148</b> | <i>Periodo de recuperación</i> .....  | 191 |
| <b>Tabla 149</b> | <i>Punto de equilibrio</i> .....  | 192 |
| <b>Tabla 150</b> | <i>Análisis costo/beneficio</i> .....   | 193 |
| <b>Tabla 151</b> | <i>Análisis de sensibilidad</i> .....   | 194 |
| <b>Tabla 152</b> | <i>Resumen de indicadores</i> .....   | 194 |
| <b>Tabla 153</b> | <i>Análisis comparativo - Utilidad</i> .....                                    | 195 |
| <b>Tabla 154</b> | <i>Análisis comparativo – Flujo de efectivo</i> .....                           | 195 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Tabla 155</b> Equipo de trabajo.....                | 199 |
| <b>Tabla 156</b> <i>Matriz de verificación</i> .....   | 199 |
| <b>Tabla 157</b> Criterios de calificación.....        | 200 |
| <b>Tabla 158</b> Rango de interpretación.....          | 201 |
| <b>Tabla 159</b> Criterios de validación.....          | 201 |
| <b>Tabla 160</b> Matriz de validación tutor. ....      | 202 |
| <b>Tabla 161</b> Matriz de validación Oponente 1. .... | 204 |
| <b>Tabla 162</b> Matriz de validación Oponente 2. .... | 206 |
| <b>Tabla 163</b> Resultados totales. ....              | 208 |

## RESUMEN

El presente trabajo de grado muestra el plan de negocio para la ampliación del restaurante “Delicias al Paso” ubicado en la parroquia de El Quinche, provincia de Pichincha, Ecuador, el cual busca satisfacer la demanda existente en el lugar tanto de personas que residen en el sector como de los turistas y mejorar de esta manera la situación económica del mismo. Dentro del primer capítulo se desarrolló el diagnóstico, en el cual se consideraron las variables del macroentorno y microentorno para conocer la situación interna del restaurante. Para el capítulo dos, se realizó la fundamentación teórica, en la cual se presentan varios términos conceptuales que fueron sustentados a partir de la investigación de bases legales y bibliográficas. En el capítulo tres se establecieron los procedimientos metodológicos, en donde se determinó el tipo de investigación, los métodos que se aplicaron, así como también la identificación de la población y el tipo de muestreo que se utilizó. Posteriormente, para el capítulo cuatro se desarrolló la propuesta en donde se determinó el modelo de negocio a implementarse en el restaurante a través de la realización del modelo Canvas, se realizó el estudio de mercado en el cual a través de la aplicación de encuestas al segmento de mercado se determinó la demanda, oferta y demanda insatisfecha. En el estudio técnico-administrativo se llevó a cabo la localización del restaurante, Para el estudio financiero se efectuó la proyección de los estados financieros e indicadores como el VAN, TIR entre otros, en donde se pudo evidenciar que el plan de negocios aplicable al restaurante “Delicias al Paso” es viable. Finalmente, Para el desarrollo del último capítulo se realizó una matriz con varios parámetros que indicaban si el plan de negocios para ampliación del restaurante “Delicias al Paso” es sustentable, la cual fue evaluada por los docentes.



## ABSTRACT

The present degree work shows the business plan for the expansion of the restaurant "Delicias al Paso" located in the parish of El Quinche, province of Pichincha, Ecuador, which seeks to satisfy the existing demand in the place both of people who reside in the sector as well as tourists and thus improve its economic situation. Within the first chapter, the diagnosis was developed, in which the variables of the macroenvironment and microenvironment were considered to know the internal situation of the restaurant. For chapter two, the theoretical foundation was carried out, in which several conceptual terms are presented that were supported by from the investigation of legal and bibliographic bases. In chapter three the methodological procedures were established, where the type of research was determined, the methods that were applied, as well as the identification of the population and the type of sampling that was used. Subsequently, for chapter four, the proposal was developed where the business model to be implemented in the restaurant was determined through the realization of the Canvas model, the market study was carried out in which through the application of surveys to the segment of market demand, supply and unsatisfied demand were determined. In the technical-administrative study, the location of the restaurant was carried out. For the financial study, the projection of the financial statements and indicators such as the NPV, IRR, among others, was carried out, where it was possible to show that the business plan applicable to the restaurant "Delicias al Paso" is viable. Finally, for the development of the last chapter, a matrix was made with several parameters that indicated if the business plan for the expansion of the "Delicias al Paso" restaurant is sustainable, which was evaluated by the teachers.

## INTRODUCCIÓN

El ejecutar actividades económicas dentro del país permite principalmente satisfacer las necesidades de la población, además de contribuir al desarrollo del país, sin embargo la presencia de factores externos como la Pandemia Covid-19 ha ocasionado que varios establecimientos, principalmente de alimentación, disminuyan su productividad dentro del territorio. Es por esto, que el objetivo principal de la presente propuesta es implementar un plan de negocios para la ampliación del servicio del restaurante “DELICIAS AL PASO” de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador, con la finalidad de incrementar su nivel de ventas e incursar en nuevos mercados. Por ende, el plan de negocio está compuesto por cuatro capítulos principales que permitirán establecer la factibilidad que presente la implementación del mismo.

El primer capítulo se relaciona con el análisis macro y microentorno del sector así como la situación interna que presenta el restaurante a través de un diagnóstico permitiendo identificar factores externos a través de la metodología PEST y el microentorno relacionado con la postura actual de la industria a la que pertenece el restaurante a través del análisis PORTER. De igual forma, se identificó la situación interna a través del análisis AMOFHIT para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Dentro del segundo capítulo se encuentra la fundamentación teórica, donde se conceptualiza los términos relevantes que permitan sustentar la investigación a través de fuentes bibliográficas.

En cuanto al tercer capítulo está compuesto por la parte metodológica, que se relaciona con la metodología a utilizar durante toda la elaboración del proyecto. Dentro del capítulo cuatro se realiza el diseño de la propuesta a implementar mediante el desarrollo de tres estudios esenciales que permitirán conocer a detalle los lineamientos para la implementación del presente plan de negocio; estudio de mercado donde se identifica la demanda, oferta y demanda insatisfecha que presenta el presente proyecto a través de los datos recolectado en la aplicación de las técnicas de investigación. Estudio técnico administrativo, donde se especifica la localización para identificar si se encuentra en un lugar estratégico, la capacidad de producción que presentará con la implementación, así como el diseño de la cultura y estructura organizacional. Y

finalmente, el estudio financiero donde se identifican los aspectos económicos que presenta el proyecto, así como las respectivas proyecciones con la finalidad de ejecutar la evaluación financiera para determinar la factibilidad y rentabilidad que dispondrá la empresa; así como, un análisis comparativo para conocer qué tan factible económicamente es la implementación de la ampliación física y del servicio propuesto para el restaurante.

Por último, en el capítulo cinco se realiza la validación del proyecto por parte de docentes técnicos expertos en el tema, quienes evalúan los contenidos del mismo permitiendo identificar si es válido o no la implementación.

## **JUSTIFICACION**

Los restaurantes del Ecuador presentaron una afectación grave en el año 2020 debido al impacto de la pandemia COVID-19, dado que mediante el Acuerdo Ministerial N° 00126-2020 (2020) emitido el 11 de marzo del mismo año, se declaró estado de emergencia sanitaria a nivel nacional, provocando una serie de medidas de prevención como la restricción de circulación peatonal y vehicular en las vías públicas, la suspensión de las actividades y cierre de los establecimientos de restaurantes y cafetería, sin embargo se autorizó el servicio a domicilio, entre otras medidas señaladas. (Decreto Presidencial N° 1017, 2020).

Por ende, en el caso de los restaurantes de la ciudad de Quito y sus parroquias fueron afectados en gran medida, ya que muchos de ellos quebraron y otros tuvieron que implementar servicio a domicilio, sin embargo presentaron una disminución en sus ingresos. De igual manera, afectó en el ámbito laboral dado que muchos tuvieron que despedir a sus trabajadores o reducir el tiempo de trabajo y por ende el sueldo (Naranjo, 2021).

Por tal motivo, el presente trabajo de investigación se basa en ayudar a mejorar la situación actual que presenta el restaurante “Delicias al paso” mediante el diseño de un plan de negocio para la ampliación del establecimiento, dado que Moreno (2022) en su blog señala que un plan de negocio permite identificar las estrategias y metas claras que

ayudan alcanzar beneficios económicos futuros, esto a través de la determinación de los recursos necesarios requeridos para cumplir dichos objetivos y a su vez permitan el desarrollo de la empresa y retome el camino correcto.

Por lo cual, el presente plan de negocio permitirá al restaurante resolver las deficiencias que presenta actualmente, generando fortalecimiento, crecimiento y desarrollo tanto económico como organizacional.

### **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

El restaurante “DELICIAS AL PASO”, está ubicado en la parroquia de El Quinche, mismo que fue fundado por su propietaria y representante legal Ana Fabiola Ramírez Sánchez el 28 de febrero del 2013, cuyo objetivo inicial fue el brindar un servicio de calidad, con amabilidad y accesible para todos, tanto para los habitantes del lugar como para turistas. Sin embargo, en el año 2020 presentó problemas económicos dado que, por la pandemia Covid-19 y al no contar con servicio a domicilio, tuvo que cerrar el establecimiento ocasionando pérdidas a la propietaria e incrementado sus gastos.

Actualmente, el restaurante se encuentra en funcionamiento buscando la manera de mantenerse en pie, sin embargo las instalaciones actuales no permiten cubrir a la demanda existente en el lugar dado que la parroquia El Quinche es un sector turístico religioso, debido a la existencia del santuario y museo de la Virgen de El Quinche donde peregrinos y turista acuden todo el año. De igual manera, los habitantes del sector por diferentes motivos, ya sea por trabajo, falta de tiempo, por disfrutar con su familia, entre otros aspectos, buscan un lugar donde adquirir el servicio de comida.

Por lo cual, lo ideal sería realizar una ampliación del lugar tanto de manera física para cubrir la demanda que presenta el servicio otorgado en el restaurante, así como la implementación de un modelo de negocio para fortalecer su crecimiento e incursar en otros dichos de mercado.

Para solucionar dicha problemática se propone entonces realizar un plan de negocio para la ampliación del restaurante “Delicias al paso” ubicado en la parroquia de El

Quinche, provincia Pichincha, Ecuador , con ello lograr satisfacer la demanda existente en lugar tanto de las personas que residen en el sector como de los turistas, así como mejorar la situación económica que presenta el mismo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Implementar un plan de negocios para la ampliación del servicio del restaurante “DELICIAS AL PASO” de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.

### **Objetivos específicos**

- Elaborar un diagnóstico situacional actual de la parroquia El Quinche en relación con un plan de negocios para la ampliación de un restaurante, con la finalidad de conocer las oportunidades de la propuesta de negocio.
- Determinar los referentes teóricos mediante bases legales y bibliográficas para el desarrollo del plan de negocios del restaurante “DELICIAS AL PASO” de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.
- Definir la metodología que permitirá el desarrollo del plan de negocio del restaurante “DELICIAS AL PASO” de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.
- Diseñar el plan de negocios del restaurante DELICIAS AL PASO de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.
- Validar el plan de negocios del restaurante DELICIAS AL PASO de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.

# **CAPÍTULO I**

## **Diagnóstico**

### **1.1 Introducción**

Dentro de este capítulo se aborda el diagnóstico mediante la investigación documentada, es decir, a través de información secundaria, con la finalidad de conocer la realidad del macroentorno donde se desarrolla el proyecto de investigación y la situación interna actual del mismo.

Para ello se consideran las variables del macroentorno, a través de un análisis PEST, relacionado con la variable política, que describe las leyes o normas para la ejecución de la actividad económica; la variable económica donde se considera indicadores económicos del país como la tasa de inflación, riesgo país, entre otros. La variable social donde se establece la ubicación, población, entre otros aspectos y la variable tecnológica que establece la innovación tecnológica actual. De igual manera, se realiza un estudio del microentorno mediante el análisis Porter identificando como se encuentra actualmente la industria a la que pertenece el restaurante y como este afecta al proyecto. Por último, para conocer la situación interna del restaurante se realiza un análisis AMOFHIT para establecer como se encuentra actualmente la empresa dentro de aspectos como la administración, marketing, operatividad, finanzas, recursos humanos, informática y tecnología. Esto con el fin de establecer una matriz FODA, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el restaurante y por ende el presente proyecto.

### **1.2 Objetivo**

Elaborar un diagnóstico situacional actual de la parroquia El Quinche en relación con un plan de negocios para la ampliación de un restaurante, con la finalidad de conocer las oportunidades de la propuesta de negocio.

### 1.3 Identificación de variables diagnósticas

#### 1.3.1 Matriz de Variables

**Tabla 1**

*Variables e indicadores*

| VARIABLES                           | INDICADORES  | TÉCNICA                                 | TIPO DE INFORMACION    | FUENTE  |
|-------------------------------------|--|---|------------------------|---|
| <b>POLÍTICA LEGAL</b>               | Constitución de la República del Ecuador<br>Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación  | Información Documental<br>Bibliográfica | Secundaria             | Bibliotecas<br>Página Web Gubernamental             |
| <b>ECONÓMICA</b>                    | Tasa de Inflación<br>Riesgo País<br>Tasas de Interés<br>Salarios<br>Empleo, Subempleo Desempleo  | Información Documental                  | Secundaria             | INEC<br>Banco central del Ecuador                   |
| <b>SOCIAL CULTURAL</b>              | Análisis geográfico<br>Análisis demográfico<br>Pobreza<br>Servicios Básicos<br>Hábitos Alimentarios<br>Restaurantes de la zona   | Observación<br>Información Documental   | Primaria<br>Secundaria | PDYOT El Quinche<br>INEC<br>Población de El Quinche |
| <b>TECNOLOGICA</b>                  | Innovación Tecnológica   | Información Documental                  | Secundaria             | Página Web Gubernamental                            |
| <b>POSICION DE LA INDUSTRIA</b>     | La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector<br>El poder de negociación de los proveedores<br>El poder de negociación de los clientes<br>La amenaza de nuevos entrantes<br>La amenaza de productos o servicios sustitutos | Observación                             | Primaria<br>Secundaria | Mercado<br>INEC<br>Sitios Web                       |
| <b>AMOFHIT<br/>Análisis interno</b> | Administración<br>Marketing<br>Operaciones/producción<br>Finanzas<br>Recursos Humanos<br>Informática y comunicaciones<br>Tecnología  | Entrevista                              | Primaria               | Propietario del restaurante<br>“Delicias al paso”   |

**Fuente:** “Propia”

**Elaborado por:** Autor

## **1.4 Desarrollo de variables.**

### ***1.4.1 Situación del macro ambiente***

#### **Variable política legal**

La variable política constituye la base legal con la que parte un negocio o un emprendimiento, considerando principalmente la Constitución de la República del Ecuador, seguido de leyes y normativas vigentes que se relacionan con el proyecto lo que permite evaluar y conocer el impacto político que presenta.

#### ***Constitución de la República.***

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en su título II, artículo 66, numeral 15, menciona que se reconoce y garantiza a las personas el derecho a desarrollar actividades económicas dentro del país, ya sea en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental, siendo este una oportunidad ya que el Gobierno Central garantiza el desarrollo de actividades económicas dentro del país. Por ende, respalda la ejecución de las actividades del restaurante “Delicias al paso”, así como su ampliación en el mercado.

En cuanto al régimen de desarrollo, la Constitución de la República del Ecuador (2008) en el artículo 284 señala que la política económica del país incentiva a la ciudadanía a realizar actividades económicas dentro del territorio para incrementar la productividad y competitividad del país, así como la integración estratégica en mercados mundiales. De igual manera, establece que debe existir una alianza entre regiones; es decir, entre el campo y la ciudad, en todo los ámbitos tanto social, cultural y económico permitiendo un desarrollo equilibrado en el territorio impulsando el pleno empleo y propiciando que dentro de los mercados nacionales exista un intercambio de bienes y servicios justo. Siendo este un beneficio para el proyecto dado que el Estado al garantizar la soberanía alimentaria, beneficia a los establecimientos que realicen la transformación y producción de alimentos dentro del país brindando mayores beneficios a las pequeñas y medianas empresas dedicadas al servicio de alimentos que integren un valor agregado. De igual manera, con la integración con las



regiones permite al restaurante relacionarse con productores del campo para adquirir la materia prima necesaria para la producción de los diferentes platos que integran el menú del mismo a precios justos y competitivos en el mercado garantizando la calidad de los productos, por lo cual estos se convierten en aliados para el proyecto permitiendo así la integración transparente en el mercado regional y nacional. Es importante recalcar que al ejecutar actividades económicas dentro del país representa un beneficio para la población, dado que se genera fuentes de trabajo mejorando así la calidad de vida de los mismos.

En el presente trabajo de titulación es importante citar al artículo 13 dado que el restaurante ofrece en su menú platos tradicionales del país, garantizando mantener la identidad ecuatoriana, considerando que el Estado garantiza el derecho a las personas y colectividades el acceso seguro y permanente a la alimentación a través de productos nutritivos y sanos, de preferencia alimentos producidos a nivel regional que garanticen la salud de la ciudadanía.

### **Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.**

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) establece en el artículo 20 titulado educación comunitaria emprendedora que los gobiernos autónomos descentralizados brindarán mayor facilidad para la constitución y ampliación de negocios ya establecidos, en todos los niveles de desarrollo tanto productivo como comunitario, siendo una oportunidad para el proyecto dado que los gobiernos autónomos descentralizados brindan facilidades para la puesta en marcha de nuevos emprendimientos y beneficios a emprendimientos ya establecidos.

Por otro lado, en el artículo 28 de la misma ley señala que la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera otorga financiamiento para cubrir y desarrollar emprendimientos ya sean nuevos o para la ampliación de negocios ya establecidos, mismos que se ofrecen en condiciones favorables para los mismos, como a plazos, tasas y periodos de gracias preferenciales, por ende la Junta antes mencionada se convierte en un socio estratégico para la implementación del presente plan de negocio.

### *Normativa Técnica Sanitaria para alimentos procesados*

La Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados (2016) brinda los lineamientos y condiciones higienico-sanitario, así como requisitos indispensables que se deben cumplir en la elaboración de alimentos para consumo humano tanto en el proceso de producción, preparación, envasado, empaquetado, transporte y comercialización de los mismos.

Por otro lado, en el artículo 72 de la ley antes citada señala que los establecimientos donde se realice una o más actividades relacionadas con la producción, envase o empaque de un producto alimenticio podrán solicitar la emisión del certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, lo que permite ser un establecimiento confiable frente a los consumidores garantizando que tanto el proceso de fabricación como el producto están ligados a las normas higiénicas legalmente establecidas en el país, siendo esta una oportunidad para ampliar la aceptación del servicio que se ofrece en el mercado.

De igual manera, dentro de esta ley indica los requerimientos necesarios que el establecimiento donde se produce y manipula los alimentos deben cumplir, mismos que deben estar diseñados y contruidos de acuerdo a las operaciones que realiza para minimizar el riesgo que está conlleva. Por otra parte, en el art. 80 se determina las obligaciones del personal que se encuentra en contacto directo o indirecto con la manipulación de los alimentos, mismos que son de obligatoriedad cumplimiento, como garantizar que los productos sean elaborados según los estándares de higiene y con el cuidado personal de los trabajadores. De igual manera, determina que el personal del establecimiento debe encontrarse debidamente capacitado para garantizar un producto de calidad bajo los procedimientos, protocolos e instructivos previamente establecidos los cuales permitirán realizar su labor correctamente y elaborar un producto de calidad.

Con relación a la materia prima e insumos, el art. 89 señala que están deben ser sometidas a inspección y control de calidad antes de ser utilizados en la fabricación del producto, y al ser almacenadas deben estar acorde a la temperatura y humedad que estas requieren, de igual

manera deben ser almacenados alejados de la pared para facilitar el libre ingreso al personal de aseo para mantener limpio el lugar y evitar plagas.

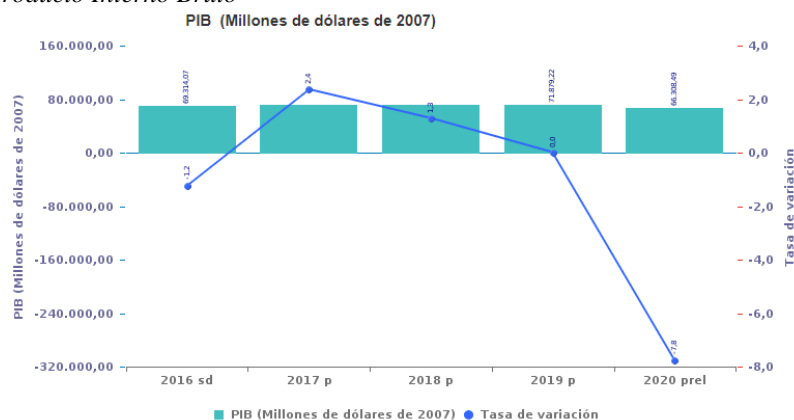
### 1.4.2 Variable económica

Dentro de la variable económica se analiza y evalúa la situación económica del país en base a datos estadísticos, indicando la variación en los distintos indicadores.

#### Producto Interno Bruto (PIB)

El producto interno bruto es un indicador económico que mide la producción total de bienes y servicios de un país; es decir, representa la riqueza que genera a través del valor monetario de los bienes y servicios producidos en el mismo en un periodo de tiempo, generalmente anual (Arias, 2015). En la Ilustración 1 se detalla una comparación de las variaciones del PIB en los años 2016-2020.

**Ilustración 1**  
*Producto Interno Bruto*



**Fuente:** (Banco Central del Ecuador , 2020)

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

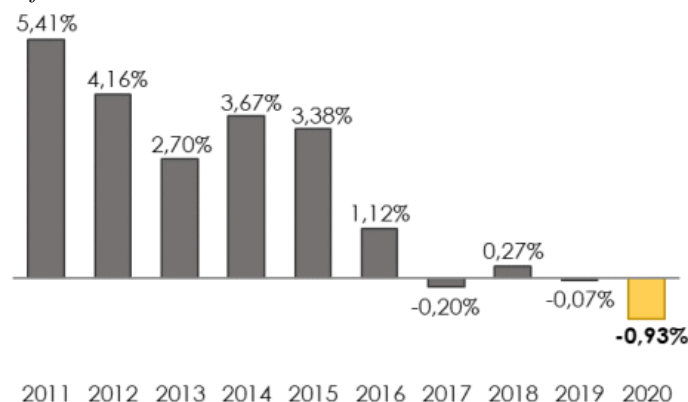
Como se puede visualizar, el PIB del país presenta una disminución a partir del año 2017, sin embargo se mantienen variaciones positivas. En el año 2019 se obtuvo un decremento alcanzando una variación del 0%, esto debido a la paralización indígena que se realizó en el mes de octubre afectando económicamente al país dado que se paralizó algunas industrias. Por otro lado, en el año 2020 presenta una disminución considerable dado que se obtuvo una

variación negativa de 7,8%, ocasionado por la suspensión de las actividades productivas y económicas dentro del país y a nivel mundial debido a la pandemia covid-19, afectando significativamente a la económica ecuatoriana. En consecuencia, esto se convierte en una amenaza para la ampliación del negocio, dado que al seguir reduciendo el PIB nacional, las personas cuentan con menos circulante lo que ocasiona que adquieran solo los productos necesarios que se encuentran dentro de la canasta básica y no consumen otros servicios.

### **Tasa de Inflación.**

La inflación es un indicador económico que representa el incremento o disminución en los precios de cada uno de los bienes y servicios producidos dentro de un territorio durante un periodo determinado (Dávila, 2022). Por ende, para conocer el macroentorno, es importante analizar este indicador. En la Ilustración 2 se visualiza las variaciones que presenta en los últimos años.

**Ilustración 2**  
*Inflación Anual*



**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2020)

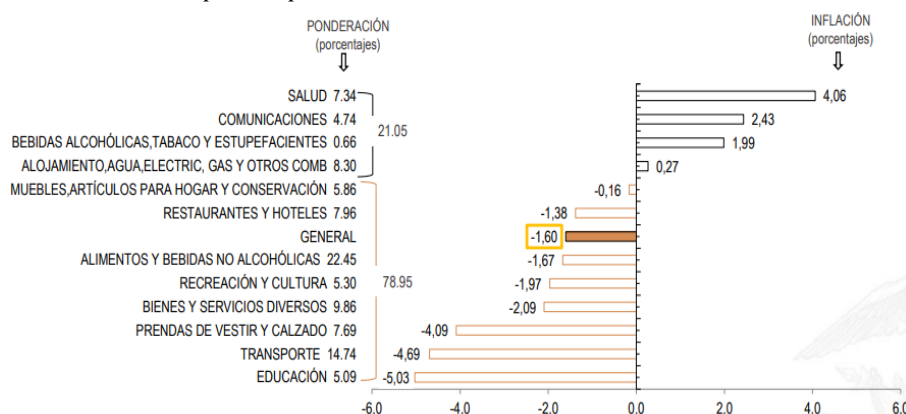
**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

Como se visualiza en la Ilustración 2, en los últimos años la inflación presenta una tendencia descendente debido a diferentes factores como el incremento del desempleo, motivando a la población ecuatoriana disminuir la demanda de bienes y servicios ofertados en el mercado, lo que ocasiona que los establecimientos disminuyan el precio de sus productos u ofrezcan descuentos especiales para que la población decida adquirirlos.

La subgerencia de programación y regulación, dirección nacional de síntesis macroeconómica emitió el reporte mensual de inflación, donde indica que en octubre de 2020, según el BCE (2020) la inflación por divisiones de bienes y servicios fue negativa en 1.60%; dentro de los cuales 8 agrupaciones, que ponderan el 78.95%, presentaron porcentajes negativos, siendo educación; transporte; y, prendas de vestir y calzado, las de mayor porcentaje. En otras 4 agrupaciones, que en conjunto ponderan el 21.05%, se registró resultados positivos, siendo salud; comunicaciones; y, bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes las de mayor variación.

### Ilustración 3

Variación anal de precios por industria



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2020)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

### Riesgo País.

El riesgo país es un índice que mide el nivel de confianza internacional que tiene un país para acceder a financiamiento o inversiones extranjeras, mientras mayor sea la confianza de un país en el mercado internacional, menores serán los intereses y mayores los plazos. Por ende, el riesgo país de Ecuador según Torres (2020) volvió a subir un 3,6%, al pasar de 985 puntos a 1.021 puntos, entre el 22 y 23 de septiembre de 2020.

**Ilustración 5**  
*Riesgo País*



**Fuente:** (Torres, 2020)

**Elaborado por:** Wilmer Torres.

Por lo antes citado, se concluye que este presenta un riesgo para la ejecución de la ampliación de la empresa dado que al incrementar el riesgo país disminuye las expectativas de inversiones que se podría dar, en caso de considerar la inversión extranjera para la ampliación del restaurante.

### **Tasas de Interés.**

Las tasas de interés se dividen en tasas activas y pasivas, donde las tasas activas son emitidas de forma mensual por el ente regulador y son utilizadas por las entidades tanto públicas, privadas y dentro del sector popular y solidario (El Universo, 2020); es decir, dicha tasa permite pactar operaciones de crédito las cuales son otorgadas por las instituciones del sistema financiero para todos los plazos y en los segmentos de créditos.

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2020), para el mes de diciembre del 2020 las tasas según el segmento se presentan en la Tabla 2.

**Tabla 2**  
*Tasas de Interés referenciales y máximas*

| Tasas Referenciales                                  |  |  |         | Tasas Máximas  |  |  |         |
|--|--|--|---------|--|--|--|---------|
| Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:   |  |  | % Anual | Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:        |  |  | % Anual |
| Productivo Corporativo                               |  |  | 8.84    | Productivo Corporativo                               |  |  | 9.33    |
| Productivo Empresarial                               |  |  | 9.91    | Productivo Empresarial                               |  |  | 10.21   |
| Productivo PYMES                                     |  |  | 10.97   | Productivo PYMES                                     |  |  | 11.83   |
| Productivo Agrícola y Ganadero**                     |  |  | 8.48    | Productivo Agrícola y Ganadero**                     |  |  | 8.53    |
| Comercial Ordinario                                  |  |  | 10.48   | Comercial Ordinario                                  |  |  | 11.83   |
| Comercial Prioritario Corporativo                    |  |  | 8.50    | Comercial Prioritario Corporativo                    |  |  | 9.33    |
| Comercial Prioritario Empresarial                    |  |  | 9.65    | Comercial Prioritario Empresarial                    |  |  | 10.21   |
| Comercial Prioritario PYMES                          |  |  | 10.99   | Comercial Prioritario PYMES                          |  |  | 11.83   |
| Consumo Ordinario                                    |  |  | 16.66   | Consumo Ordinario                                    |  |  | 17.30   |
| Consumo Prioritario                                  |  |  | 16.67   | Consumo Prioritario                                  |  |  | 17.30   |
| Educativo  |  |  | 9.48    | Educativo  |  |  | 9.50    |
| Educativo Social                                     |  |  | 6.74    | Educativo Social                                     |  |  | 7.50    |
| Vivienda de Interés Público                          |  |  | 4.97    | Vivienda de Interés Público                          |  |  | 4.99    |
| Vivienda de Interés Social <sup>3</sup>              |  |  | 4.99    | Vivienda de Interés Social <sup>3</sup>              |  |  | 4.99    |
| Inmobiliario   |  |  | 10.15   | Inmobiliario   |  |  | 11.33   |
| Microcrédito Agrícola y Ganadero**                   |  |  | 19.10   | Microcrédito Agrícola y Ganadero**                   |  |  | 20.97   |
| Microcrédito Minorista <sup>1*</sup> .               |  |  | 26.14   | Microcrédito Minorista <sup>1*</sup> .               |  |  | 28.50   |
| Microcrédito de Acumulación Simple <sup>1*</sup> .   |  |  | 23.27   | Microcrédito de Acumulación Simple <sup>1*</sup> .   |  |  | 25.50   |
| Microcrédito de Acumulación Ampliada <sup>1*</sup> . |  |  | 20.38   | Microcrédito de Acumulación Ampliada <sup>1*</sup> . |  |  | 23.50   |
| Microcrédito Minorista <sup>2*</sup> .               |  |  | 23.75   | Microcrédito Minorista <sup>2*</sup> .               |  |  | 30.50   |
| Microcrédito de Acumulación Simple <sup>2*</sup> .   |  |  | 22.47   | Microcrédito de Acumulación Simple <sup>2*</sup> .   |  |  | 27.50   |
| Microcrédito de Acumulación Ampliada <sup>2*</sup> . |  |  | 20.00   | Microcrédito de Acumulación Ampliada <sup>2*</sup> . |  |  | 25.50   |
| Inversión Pública                                    |  |  | 8.57    | Inversión Pública                                    |  |  | 9.33    |

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2020).

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador.

Las tasas de interés activas efectivas referenciales emitida por el Banco Central del Ecuador para créditos productivos PYMES tienen tendencia a incrementarse, lo mismo sucedió con las tasas de interés pasivas referenciales por plazo, al conocer las tasas antes mencionadas se puede asegurar que al requerir un crédito para el proyecto no se tendría una incertidumbre de variación en tasas que pueda afectar al flujo financiero del proyecto.

### **Salario Básico Unificado.**

Según el Código de Trabajo (2005) el salario básico unificado es “la retribución económica mínima que debe recibir una persona por su trabajo de parte de su empleador, el cual forma parte de la remuneración y no incluye aquellos ingresos en dinero, especie o en servicio, que perciba por razón de trabajos extraordinarios y suplementarios, comisiones y participación en beneficios”.

Mediante el acuerdo ministerial Nro. 394 (2020) expide la norma que fija el salario básico unificado (SBU) del trabajador en general para el año 2020, donde en su Art. 1 señala fijar el SBU del trabajador en general, incluidos los trabajadores de la pequeña industria, trabajadores agrícolas y trabajadores de maquila; trabajador o trabajadora remunerada del hogar, operarios de artesanías y colaboradores de la microempresa, a partir del 01 de enero de 2020, en \$ 400,00 mensuales.

Con relación al SBU del año anterior el incremento salarial equivale al 1,523%, de acuerdo a las variables de crecimiento económico e inflación proyectada; componentes que permiten fijar tanto el incremento del salario básico unificado como para el cálculo de los salarios mínimos sectoriales de las 21 Comisiones Sectoriales.

Para el año 2021, según el Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-249 (2020), se dispuso en el Art. 4 el salario básico unificado para el año 2021, donde considerando que la inflación proyectada para dicho año es de -1,01%, por lo cual no se realizará un incremento al salario básico unificado, de acuerdo con el artículo 6 del Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-185 de 17 de septiembre de 2020, donde se indica que en ningún caso se fijará un salario básico unificado inferior al del periodo vigente, ni aun cuando el resultado de la variación proyectada del índice de precios del consumidor resultase negativo, por lo cual se resuelve en cumplimiento al artículo 328 de la Constitución de la República del Ecuador y al artículo 118 del Código del Trabajo, fijar a partir del 01 de enero de 2021, el salario básico unificado del trabajador en general a \$ 400,00 mensuales, es decir la variación salarial y porcentaje de incremento equivale al 0,0%.



### ***1.4.3 Variable social***

Dentro esta variable se encuentra información de aspecto social y cultural, es decir, las características que presenta la población donde se encuentra el restaurante.

#### **Ubicación.**

De acuerdo con Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) de El Quinche (2012-2025), esta parroquia se encuentra ubicado en la Zona Noreste de la Provincia de Pichincha, concretamente en el Distrito Metropolitano de Quito, en el Valle de Tumbaco.

Se limita al norte con la parroquia de Ascázubi; al sur con la parroquia Checa; al este colinda con la parroquia Cangahua y la Reserva Ecológica Cayambe-Coca y al oeste con la parroquia Guayllabamba. Tiene una altitud de 2.600 m.s.n.m y una superficie aproximada de 30.06 km<sup>2</sup>. Cuenta con clima templado a una temperatura entre los 16,5 y 18,5 grados centígrados.

#### **Vías De Acceso.**

La vía de primer orden que permite la llegada a la parroquia es la vía panamericana, de acuerdo con el PDyOT de El Quinche (2012-2025), está es la vía de comunicación principal de la parroquia, dado que corresponde al sistema vial nacional La Troncal de la Sierra (E35) vinculando los dos sentidos: sur-norte el ingreso desde la parroquia de Checa y sentido norte-sur la salida hacia la parroquia de Ascázubi perteneciente al cantón Cayambe. Según la observación realizada esta vía actualmente se encuentra en condiciones no aceptables para el tráfico considerando que esta vía es de alta intensidad.

Por otro lado, en la parroquia también existen vías de segundo orden que permiten desarrollar el servicio de transporte y movilidad a los diferentes barrios y comunidades de la parroquia, sin embargo estas no se encuentran en condiciones óptimas para su movilidad dado que su mayoría se encuentran empedradas y afinadas, lo que dificulta el traslado de los vehículos por la falta de mantenimiento y los constantes daños por efecto del invierno.

## Turismo

Dentro de la parroquia existen diferentes atractivos turísticos como lagunas, bosques, ríos, casa de hacienda, mirador, entre otros. Sin embargo, el principal atractivo turístico es el santuario y museo de la Virgen de El Quinche donde los peregrinos y turista acuden todo el año por diferentes motivos ya sea solo por conocer o agradecer sus peticiones a la virgen dado que son creyentes (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2012-2025).

Por otro lado, según la entrevista realizada a la junta parroquial por Sandoval (2010) visitan la parroquia alrededor de 30.000 turistas semanales por cuestiones religiosas, y en las fiestas del lugar, mismo que es en el mes de noviembre, aproximadamente 800.000 personas, cabe recalcar que estos datos son de acuerdo a cifras del 2009. Al ser un sector turístico, las personas buscan establecimientos que les brindan el servicio de comida, siendo una oportunidad para el restaurante ya que permitirá cubrir parte del mercado.

## Población.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) la población de El Quinche, a dicho año, es de 16.056 habitantes, como se detalla en la Tabla 3.

**Tabla 3**  
*Población de El Quinche*

| POBLACIÓN SEGÚN CENSOS |              |              |              |              |              |               |               |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| AÑO                    | 1950         | 1962         | 1974         | 1982         | 1990         | 2001          | 2010          |
| PICHINCHA              | 381.982      | 553.665      | 885.078      | 1.244.330    | 1.516.902    | 2.388.817     | 2.576.287     |
| DMQ                    | 314.238      | 475.335      | 768.885      | 1.083.600    | 1.371.729    | 1.839.853     | 2.239,19      |
| ZONA                   | 23.850       | 28.676       | 38.655       | 55.236       | 75.178       | 131.368       | 125.895       |
| EL QUINCHE             | <b>3.763</b> | <b>4.025</b> | <b>4.485</b> | <b>5.746</b> | <b>6.706</b> | <b>12.870</b> | <b>16.056</b> |

Fuente: (INEC, 2010).

Elaborado por: ETP-GADPP

El 49,92% de dicha población son hombres y el 50,08% son mujeres, existiendo equivalencia de género en todos los rangos. En cuanto a la distribución etaria en dicha parroquia se encuentra desde menores a 1 año hasta mayores de 95 años. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2012-2025).

**Tabla 4**  
*Distribución etaria*

| <b>DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD</b> |               |               |              |
|---|---------------|---------------|--------------|
| <b>Grupos quinquenales de edad</b>                    | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b>  | <b>Total</b> |
| Menor a 1 año   | 144           | 134           | 278          |
| De 1 a 4 años   | 751           | 703           | 1454         |
| De 5 a 9 años   | 851           | 795           | 1646         |
| De 10 a 14 años                                       | 882           | 852           | 1734         |
| De 15 a 19 años                                       | 831           | 823           | 1654         |
| De 20 a 24 años                                       | 836           | 811           | 1647         |
| De 25 a 29 años                                       | 757           | 780           | 1537         |
| De 30 a 34 años                                       | 627           | 654           | 1281         |
| De 35 a 39 años                                       | 559           | 604           | 1163         |
| De 40 a 44 años                                       | 425           | 401           | 826          |
| De 45 a 49 años                                       | 337           | 332           | 669          |
| De 50 a 54 años                                       | 258           | 257           | 515          |
| De 55 a 59 años                                       | 182           | 215           | 397          |
| De 60 a 64 años                                       | 154           | 191           | 345          |
| De 65 a 69 años                                       | 150           | 155           | 305          |
| De 70 a 74 años                                       | 112           | 114           | 226          |
| De 75 a 79 años                                       | 71            | 87            | 158          |
| De 80 a 84 años                                       | 47            | 70            | 117          |
| De 85 a 89 años                                       | 29            | 48            | 77           |
| De 90 a 94 años                                       | 8             | 14            | 22           |
| De 95 y más   | 4             | 1             | 5            |
| <b>Total</b>  | <b>8015</b>   | <b>8041</b>   | <b>16056</b> |
| <b>Porcentaje</b>                                     | <b>49,91%</b> | <b>50,08%</b> | <b>100%</b>  |

**Fuente:** (INEC, 2010).

**Elaborado por:** ETP-GADPP

De acuerdo a la Tabla 4 donde se indica la distribución etaria de la población, se logra visualizar que tanto en hombres como en mujeres el rango de edad con mayor población en la parroquia es de menores de 1 año a 74 años, en cambio menores dicha edad la población va disminuyendo considerablemente, cabe mencionar que al momento no se cuenta con datos de personas que superen los 100 años. Siendo esto una oportunidad para el proyecto dado que el 62,49% de la población forma parte del segmento de mercado, dado que este se considera a las personas de 15 en adelante, debido a se encuentran dentro de la población económicamente activa.

La parroquia presentó al 2010 un incremento poblacional de 24.76%, esto implica una tasa de crecimiento anual intercensal de 2.46%, mientras que de 1990 a 2001 el incremento fue de 91.92%, es decir muy cercano al doble de su población; esto significó una tasa de crecimiento de 5.93% anual (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015), como se describe en la Tabla 5. Por otro lado, para el año 2020 se estima que la población de la parroquia aumente a los 20.500 habitantes aproximadamente.

**Tabla 5**

*Porcentaje de incremento de la población*

| <b>PORCENTAJE Y TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b> |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|
| <b>Año del censo</b>                                | <b>Porcentaje</b> | <b>Tasa anual</b> |
| 1990  | -                 | -                 |
| 2001  | 91,92%            | 5,93%             |
| 2010  | 24,76%            | 2,46%             |

**Fuente:** (INEC, Censos 1990, 2001, 2010).

**Elaborado por:** Global Constructora.

### **Población económicamente activa.**

Según los datos obtenidos del Censo 2010, la población económicamente activa (PEA) es de 7595 personas, este ha sufrido un aumento con relación al censo del 2001. De acuerdo al PDyOT (2012-2025) dicha población se encuentra ocupada principalmente en actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca representando el 37.64% del PEA, comercial al por mayor y menor con 15.67% e industria manufacturera con 7.88%. Por ende, en la Tabla 6 se visualiza el PEA, así como la comparación con la población económicamente inactiva (PEI) y la población económicamente en edad de trabajar (PET).

**Tabla 6**

*Población económicamente activa*

| <b>PEA, PEI, PET</b> |            |            |            |
|----------------------|------------|------------|------------|
| <b>AÑO</b>           | <b>PEA</b> | <b>PEI</b> | <b>PET</b> |
| 2001                 | 5712       | 5001       | 11333      |
| 2010                 | 7595       | 5083       | 12678      |

**Fuente:** (INEC, 2010).

**Elaborado por:** ETP-GADPP

Se puede evidenciar que en el año 2010 la población económicamente activa representa el 59.91% de la población económicamente en edad de trabajar, y el 40.09% representa la población económicamente inactiva, lo que indica que la mayoría de la población actualmente cuentan con trabajo permanente. Dentro de estos datos, es importante mencionar que el porcentaje de desempleo para el año 2010 fue de 2.43% y la tasa de participación laboral de 53.10%, de igual manera el PEA representa el 47.30% de la población total de la parroquia de El Quinche. Esto con relación a la población económicamente activa.

De acuerdo a lo antes mencionado, se identifica una oportunidad para el proyecto, dado que la propuesta va dirigida a dicha población debido a la capacidad que poseen de adquirir el servicio que ofrece el restaurante. De igual manera, con el aumento de la población económicamente activa permite la posibilidad de incrementar la participación en el mercado.

Por otro lado, la población económicamente activa está distribuida de acuerdo a la rama de actividad a la que se dedican, como se visualiza en la Tabla 7 y como ya se mencionó anteriormente, la mayor parte de la población del PEA se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Con relación al restaurante “Delicias al paso” este realiza actividades de servicio de comida representando el 3.48% de las actividades económicas a las que se dedica la población de la parroquia de El Quinche.

**Tabla 7**  
*Población económicamente activa por rama de actividad.*

| <b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR RAMA DE ACTIVIDAD, GRUPO DE OCUPACIÓN Y POR CATEGORÍA DE OCUPACIÓN</b> |              |          |
|---|--------------|----------|
| <b>RAMA DE ACTIVIDAD</b>  | <b>CASOS</b> | <b>%</b> |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca  | 2863         | 37.64 %  |
| Explotación de minas y canteras   | 11           | 0.14 %   |
| Industrias manufactureras   | 599          | 7.88 %   |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado   | 18           | 0.24 %   |
| Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos  | 30           | 0.39 %   |
| Construcción  | 514          | 6.76 %   |
| Comercio al por mayor y menor   | 1192         | 15.67 %  |
| Transporte y almacenamiento   | 318          | 4.18 %   |
| Actividades de alojamiento y servicio de comidas  | 265          | 3.48 %   |

| <b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR RAMA DE ACTIVIDAD, GRUPO DE OCUPACIÓN Y POR CATEGORÍA DE OCUPACIÓN</b> |              |              |
|---|--------------|--------------|
| <b>RAMA DE ACTIVIDAD</b>  | <b>CASOS</b> | <b>%</b>     |
| Información y comunicación  | 50           | 0.66 %       |
| Actividades financieras y de seguros  | 30           | 0.39 %       |
| Actividades inmobiliarias   | 11           | 0.14 %       |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas   | 69           | 0.91 %       |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo   | 226          | 2.97 %       |
| Administración pública y defensa  | 117          | 1.54 %       |
| Enseñanza   | 215          | 2.83 %       |
| Actividades de la atención de la salud humana   | 68           | 0.89 %       |
| Artes, entretenimiento y recreación   | 26           | 0.34 %       |
| Otras actividades de servicios  | 127          | 1.67 %       |
| Actividades de los hogares como empleadores   | 227          | 2.98 %       |
| No declarado  | 445          | 5.85 %       |
| Trabajador nuevo  | 185          | 2.43 %       |
| <b>Total</b>  | <b>7606</b>  | <b>100 %</b> |

**Fuente:** (INEC, 2010).

**Elaborado por:** ETP-GADPP

La actividad de servicio de comidas dentro de la parroquia presenta un porcentaje de participación muy pequeño a comparación de las otras actividades, lo que permite al restaurante “Delicias al paso” cubrir parte de la población a través del servicio que ofrece, brindando una variedad de productos en su menú.

### **Empleo, Desempleo y Subempleo.**

Según datos emitidos por el INEC (2020), en el mes de septiembre de 2020 a nivel nacional se encuentra una tasa de participación global de 62,8% y una tasa de empleo bruto de 58.7%, mismo que se compone de empleo adecuado, subempleo, otro empleo no pleno, empleo no remunerado y empleo no calificado, mismos que se detallan en la Tabla 8.

**Tabla 8**  
*Empleo*

| <b>Indicador</b> | <b>Nacional</b> |
|------------------|-----------------|
| Empleo Bruto     | 58,7%           |
| Empleo adecuado  | 32,1%           |
| Subempleo        | 23,4%           |

| <b>Indicador</b>     | <b>Nacional</b> |
|----------------------|-----------------|
| Otro empleo no pleno | 26,3%           |
| Empleo no remunerado | 10,8%           |
| Empleo no calificado | 0,9%            |

**Fuente:** (INEC, 2020).

**Elaborado por:** Autor.

Del total de personas con empleo, el 45,9% se encuentran dentro del sector formal, es decir, aquellos que trabajan en establecimientos legalmente registrados y cuentan con el Registro Único de Contribuyente (RUC), el 48,6% en el sector informal, mismo que se define como el conjunto de personas que trabajan en unidades productivas que no cuentan con RUC y el 5,5% restante está ligado al empleo doméstico y en la categoría de no clasificados (INEC, 2020).

En cuanto al desempleo, a nivel nacional, según datos emitidos por INEC (2020), a septiembre del 2020, el 6,6%, de la Población Económicamente Activa (PEA) no cuenta con empleo. La mayor parte de personas que se encuentran en dicha situación son mujeres, con una diferencia de 2,3 puntos porcentuales en comparación a los hombres, como se describe en la Tabla 9.

**Tabla 9**  
*Desempleo*

| <b>Indicador</b> | <b>Nacional</b> | <b>Género</b>  |                |
|------------------|-----------------|----------------|----------------|
|                  | <b>Total</b>    | <b>Hombres</b> | <b>Mujeres</b> |
| Desempleo (%)    | 6,6%            | 5,7%           | 8,0%           |

**Fuente:** (INEC, 2020).

**Elaborado por:** Autor.

De acuerdo al INEC, en el año 2020 el desempleo se incrementó a un 6,6% a comparación del año 2019, esto ocasionado por varios motivos, principalmente por la crisis económica que atravesó el país debido a la pandemia COVID 19, también se evidencio que existe un incremento en el desempleo de personas jóvenes, ya que al terminar los estudios superiores se dificulta encontrar trabajo dado a la falta de experiencia que presentan.

Con relación al subempleo existente en el país, a septiembre del 2020, presentó una tasa de 23,4% y el mayor porcentaje de subempleo lo compone el grupo por insuficiencia de

tiempo de trabajo con un 20,8%. Siendo este un riesgo para la empresa, dado que al incrementar el subempleo las personas no cuentan con los recursos para poder adquirir un servicio de comida externo, optando con elaborar los alimentos en sus hogares.

### **Pobreza.**

La pobreza no se define solo por la insuficiencia de ingresos que afecta a los individuos, a las familias o a las comunidades enteras; se relaciona también con la carencia de derechos que todas las personas, desde su nacimiento deben disfrutar y donde el Estado es el responsable de promover, respetar, proteger y garantizar estos derechos (CONEVAL, 2018).

Según el PDyOT de El Quinche (2012-2025), la pobreza dentro de la parroquia tiene una incidencia del 50,79% como se indica en la Tabla 10.

**Tabla 10**  
*Pobreza*

| PARROQUIA  | Población | Indicadores de pobreza |                          |                      |                         |
|------------|-----------|------------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------|
|            |           | Índice NBI             | Incidencia de la pobreza | Brecha de la pobreza | Severidad de la pobreza |
| El Quinche | 16,056    | 0,380%                 | 50,79%                   | 21,45%               | 12,42%                  |

**Fuente:** (INEC, 2010).

**Elaborado por:** ETP-GADPP

Por otro lado, la pobreza según las necesidades básicas insatisfechas, representando está la delimitación de grupos de pobreza estructural, es decir, permite identificar la pobreza considerando únicamente la insuficiencia de ingresos lo que impide cumplir con las necesidades básicas del ser humano, por lo cual según datos del PDyOT de El Quinche (2012-2025) en la parroquia el 54,1% de la población forma parte del grupo que presenta pobreza, sin embargo el 45,9% son parte de la población que puede satisfacer sus necesidades, siendo esto una amenaza para el proyecto dado que si la población no puede satisfacer sus necesidades básicas no dispondrá de recursos para adquirir el servicio de comida que ofrece el restaurante “Delicias al paso”.



**Tabla 11**  
*Población según nivel de pobreza*

| <b>POBLACIÓN SEGÚN NIVEL DE POBREZA NBI 2010</b> |          |                           |          |                        |
|--|----------|---------------------------|----------|------------------------|
| <b>Poblaciones no pobres</b>                     | <b>%</b> | <b>Poblaciones pobres</b> | <b>%</b> | <b>Población total</b> |
| 7.329  | 45,9     | 8.637                     | 54,1     | 15.966                 |

**Fuente:** (INEC, 2010).

**Elaborado por:** ETP-GADPP

### **Servicios Básicos.**

#### *Agua potable.*

Según Granda (2006) en su programa de sanamiento ambiental para el distrito Metropolitano de Quito, señala que el suministro de agua potable para la parroquia de El Quinche se realiza mediante la red pública instalada por la EMAAP-Q, misma que se distribuye a todos los barrios de la cabecera parroquial, cabe mencionar que según datos la EMAAP-Q dicha cobertura llega al 86% de la población, sin embargo el abastecimiento de agua es insuficiente, en especial durante el verano. Por otro lado, en la Tabla 12 se indica los lugares principales donde se abastecen la población de la parroquia de este servicio básico.

**Tabla 12**  
*Abastecimiento de agua*

| <b>ABASTECIMIENTO DE AGUA</b>                  |              |
|--|--------------|
| <b>Procedencia principal del agua recibida</b> | <b>Casos</b> |
| De red pública                                 | 3945         |
| De pozo  | 27           |
| De río, vertiente, acequia o canal             | 299          |
| De carro repartidor                            | 36           |
| Otro (Agua lluvia/albarrada)                   | 56           |
| <b>Total</b>                                   | <b>4363</b>  |

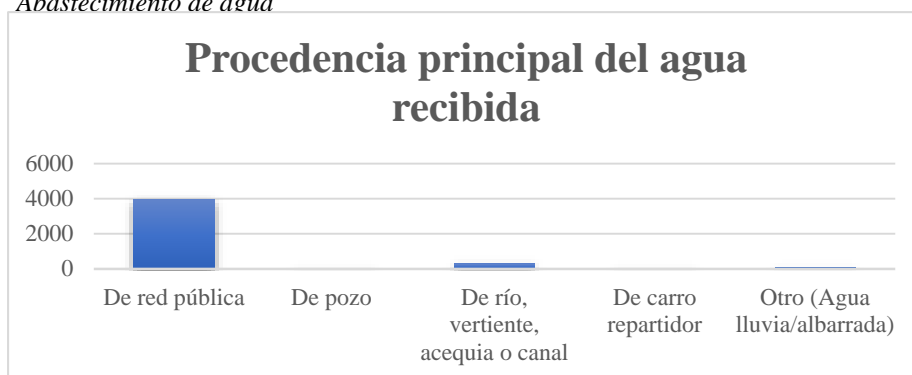
**Fuente:** (INEC, 2010).

**Elaborado por:** ETP-GADPP

Como se puede visualizar en la Ilustración 6, el 90,42% de la población se abastece de agua mediante la red pública instalada por la EMAAP-Q como se señaló anteriormente, sin embargo, no toda la población se suministra de dicho lugar dado que el 6,85% lo hace de ríos, vertientes, acequias o canales, el 1,28% de otros como agua lluvia o albarrada y el 0,62%

de pozos esto por diferentes razones como vivir en lugares rurales donde no se encuentra instalada la red pública de agua potable, y solo el 0,83% lo hace mediante el carro repartidor.

**Ilustración 6**  
*Abastecimiento de agua*



**Fuente:** (INEC, 2010).  
**Elaborado por:** Autor

### ***Energía eléctrica.***

De acuerdo a los datos emitidos por la actualización al PDyOT (2015), dentro de la parroquia El Quinche se goza del servicio de energía eléctrica mismo que presenta una cobertura del 98,67%, sin embargo, el 1,10% de la población no cuenta con dicho servicio, por lo que optan por conseguir este servicio mediante otros mecanismos como se señala en la Tabla 13.

**Tabla 13**  
*Procedencia de energía eléctrica*

| <b>SERVICIO ELÉCTRICO</b>                    |              |
|--|--------------|
| <b>Procedencia de luz eléctrica</b>          | <b>Casos</b> |
| Red de empresa eléctrica de servicio público | 4305         |
| Panel Solar                                  | 1            |
| Generador de luz (Planta eléctrica)          | 4            |
| Otro   | 5            |
| No tiene                                     | 48           |
| <b>Total</b>                                 | <b>4363</b>  |

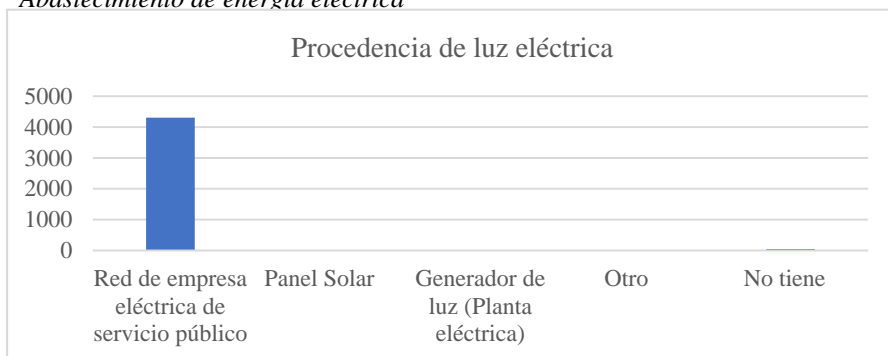
**Fuente:** (INEC, 2010).  
**Elaborado por:** ETP-GADPP

Como se indica en la Ilustración 7, el 98,67% se abastece de energía eléctrica mediante la red instalada por la empresa eléctrica de servicio público, sin embargo el 0,09% lo hace

mediante generador de luz; es decir, a través de una planta eléctrica, el 0,02% por un panel solar y el 0,11% por otros mecanismos, representando una minoría de la población. Por otro lado, el 1,10% no cuenta con este servicio dado al lugar donde residen no cuentan con la instalación requerida.

### Ilustración 7

Abastecimiento de energía eléctrica



**Fuente:** (INEC, 2010).

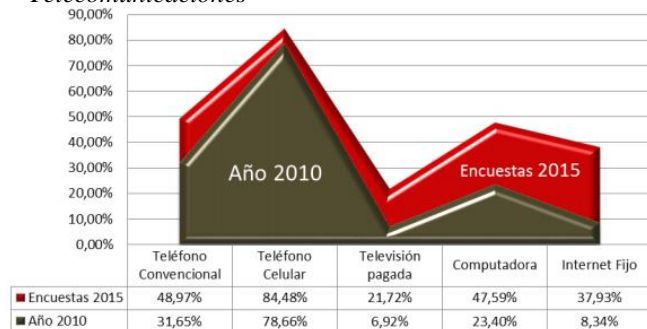
**Elaborado por:** Autor

### Telecomunicaciones.

El uso de las tecnologías de la información va en incremento y en constante cambio, es por ello que el PDyOT de El Quinche (2015) por medio de encuestas determinó el uso de estas, indicando que en la parroquia se ha incrementado el uso del teléfono convencional, teléfono celular, entre otros aspectos, como se señala en la Ilustración 8.

### Ilustración 8

Telecomunicaciones



**Fuente:** (INEC, 2010), encuestas 2015, (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015)

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Como se observa, en la parroquia de El Quinche en los últimos años ha ido incrementando el uso del teléfono convencional en 17.32%, la utilización de teléfono celular registró un leve crecimiento de 5.82%; la televisión pagada o por cable pasó del 6.92% al 21.72% en el último estudio; con relación al uso de computadoras y el internet fueron los que mayormente sufrieron cambios, dado que del año 2010 al 2015 crecieron en un 24.19% y 29.59% respectivamente, indicando una inserción por parte de la población a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's). Siendo esto una oportunidad para el proyecto dado que, al estar la población inmersa en la tecnología permitirá la ejecución del proyecto, dado que se ofrecerá un servicio de delivery que será solicitado a través de equipos tecnológicos, así como para realizar diferentes publicidades.

### **Hábitos Alimentarios.**

Los hábitos alimenticios están relacionados con las diferentes conductas que adquiere un individuo, ya sea por la repetición de actos al momento de la selección, la preparación o el consumo de alimentos. Por ende, Cruz (2013) señala que el Ecuador posee una abundante y variada cultura gastronómica, por lo que las costumbres alimentarias son distintas dependiendo de la región, provincia o ciudad donde se encuentre, debido a la diversidad de clima y tipo de suelo de cada zona. En general la dieta en el país es rica en carbohidratos, carnes y lácteos los cuales son productos de menor consumo por su costo en las zonas periféricas, las frutas y hortalizas a pesar de la gran variedad y producción, tienen poca importancia en la dieta diaria. Por ende, en la Tabla 14 se señala los patrones alimentarios que se rige en el país, indicando los principales productos que son consumidos a nivel nacional.

**Tabla 14**  
*Patrones alimentarios*

| <b>PATRONES ALIMENTARIOS</b> |  |
|------------------------------|--|
| <b>Carbohidratos</b>         | Cebada, máchica, papas, arroz, habas, fréjol, yuca, camote, maíz, arveja, trigo, quinua, panela, azúcar, harinas de cereales, plátano, verde y maduro. |
| <b>Proteínas</b>             | Carne de pollo, res, borrego, cerdo y huevos   |
| <b>Vegetales</b>             | Cebolla blanca, cebolla paiteña, ajo, tomate riñón, col, melloco, acelga, lechuga.   |

### PATRONES ALIMENTARIOS

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Frutas</b>  | Plátano, naranja, tomate de árbol, manzana.   |
| <b>Lácteos</b> | Leche en sopas, queso o quesillo              |
| <b>Otros</b>   | Hierbas aromáticas, preparaciones con coladas |

**Fuente:** (Cruz, 2013)

**Elaborado por:** Autor

En cuanto a los hábitos que presentan actualmente, las personas por diferentes motivos ya sea por trabajo, estudios, por viaje, entre otros, buscan establecimientos donde adquirir el servicio de comida dado que no cuentan con el tiempo suficiente para elaborar en su hogar, ya sea para el desayuno, media mañana, almuerzo, media tarde o meriendas, resultándoles más razonable adquirirlos en el lugar más cercano de donde se encuentran. Por lo tanto, esto representa una oportunidad para el proyecto, dado que, por una parte la población en general consume diferentes tipos de alimentos permitiendo al proyecto generar y ampliar la variedad de platos que poseen en su menú, por otro lado, relacionado con los hábitos actuales da la oportunidad de incrementar su mercado.

#### **1.4.4 Variable tecnológica.**

Para la mejora de procesos es necesario conocer los avances tecnológicos pues está demostrado que la tecnología ayuda a desarrollar de manera favorable el crecimiento de un negocio.

#### **Innovación Tecnológica**

La implementación de nueva tecnología dentro de una empresa es un factor innovador, por lo que Veintimilla (2018) en su reporte señala que el británico Ian Miller, especialista en nuevas tecnologías adaptadas a la restauración, abrió un debate sobre la intrínseca relación entre la tecnología y los restaurantes, donde se identifica que aquellos locales que no se adapten a las nuevas tecnologías tienen un futuro limitado.

En la actualidad los restaurantes no utilizan tecnología especialidad para la elaboración de sus platillos dado que los alimentos son elaborados a través de la manipulación del personal encargado de la producción, simplemente utilizan ya sea cocinas industriales, freidoras,

molinos, entre otros, cabe mencionar que no lo utilizan dado que los platillos son elaborados en el instante que los clientes lo solicitan.

Con relación a otras innovaciones tecnológicas que han implementado los restaurantes, en su mayoría, es ofrecer servicio de wifi gratuito, para el chef Felipe Rivadeneira, quien es gerente general de Fondue Garden en Cuenca, menciona que brindar Internet a los clientes se ha convertido en algo indispensable dado que en la actualidad la sociedad se rige por este medio. De igual manera, existen restaurantes que han optado por colocar enchufes en cada mesa para cargar celulares, otros han integrado diferentes formas de pago o mecanismos de reserva por línea, lo que les ha permitido incrementar sus ventas.

Diferentes analistas indican que la tecnología dentro de los restaurantes y que están orientadas al cliente se convertirá en algo indispensable dado que los consumidores se sienten más cómodos con ella y los propietarios buscan reducir los costos laborales y aumentar la eficiencia en sus ventas. Dentro del blog nuevas tecnologías en restaurantes realizado por la página web Escuela online de marketing gastronómico (2014) señala que la cadena de restaurantes Chili incremento sus ventas un 20% al implementar nuevas tecnologías dentro de su establecimiento como es incluir un Ipac en las mesas para que sea utilizado por los clientes. El avance tecnológico presenta una oportunidad para el restaurante, dado que al existir tecnología orientada a los clientes e implementarla en su negocio mejoraría las ventas dado que actualmente los consumidores buscan lugares que cuenten con este tipo de innovaciones.

#### ***1.4.5 Situación competitiva de la industria***

##### **Análisis de PORTER**

##### ***La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector.***

En la parroquia de El Quinche existen alrededor de 60 a 70 establecimientos que se dedican a la misma actividad del restaurante “Delicias al paso” según datos emitidos por la Tenencia Política de la Parroquia de El Quinche (2022), los cuales ofrecen una amplia variedad de platillos, en especial, la gastronomía de la costa y la sierra, así como comida

extranjera, cabe mencionar que los precios son competitivos en el mercado debido a que ofertan platos más económicos, o platillos extravagantes a costos más elevados.

Lo que representa la existencia de una alta rivalidad entre competidores directos dado que existen varios restaurantes en la localidad con variedad en su menú, siendo una amenaza para el proyecto.

### ***El poder de negociación de los proveedores.***

Los proveedores directos de la principal materia prima son productores de papas, procesadores de pollos, carnicerías, arroceros, distribuidores de alimentos de consumo diario, agricultores y distribuidores de bebidas, mismos que en la localidad existen sinnúmero de proveedores ya sean al por mayor o a al por menor.

Al existir gran cantidad de proveedores dentro de la localidad donde se podría adquirir los diferentes insumos necesarios para la elaboración de los platillos que se ofrece en el restaurante permite tener el poder de negociación al establecimiento, es decir, se tiene la capacidad de negociar de acuerdo a las necesidades del mismo, siendo una oportunidad dado que se puede seleccionar un proveedor que brinde insumos de calidad y a un precio accesible, de igual manera, generar un catálogo de posibles proveedores.

### ***El poder de negociación de los clientes.***

Como se mencionó anteriormente, en la localidad existen varios restaurantes que ofertan diferentes platillos, siendo una amenaza para el proyecto dado que el poder de negociación lo tienen los clientes, es decir presentan el poder de elegir donde adquirir los productos. Por lo cual, es importante ofrecer un servicio de calidad para cumplir las expectativas y requerimientos de los clientes y estos prefieran acudir al restaurante “Delicias al paso” antes que los otros establecimientos.

### ***La amenaza de nuevos entrantes (barreras de entrada).***

Dentro del país existe la facilidad de crear e implementar nuevos emprendimientos, por lo cual la amenaza de nuevos entrantes es alta, dado que en la localidad no existen grandes barreras para la creación de restaurantes simplemente se debe cumplir algunos aspectos como obtener permisos de funcionamiento, permisos sanitarios, certificados, entre otros, mismos que no son complicados adquirir. Por otro lado, al ser un emprendimiento donde su proceso productivo es realizado de forma manual no se necesita una inversión muy elevada, ya que la maquinaria que se utiliza es sencilla y se puede adquirir en el sector y a costo reducidos.

### ***La amenaza de productos o servicios sustitutos.***

En la localidad existen varios restaurantes que ofrecen diferentes planillos a la carta relacionados con la gastronomía de la costa y la sierra, o comida extranjera como fritadas, cuy, asados de borrego, chifa, camarones, ceviches, entre otros que son consumidos en el almuerzo o merienda, presentando un alto nivel de amenaza de los productos sustitutos, ya que las personas optan por adquirir productos que no consumen diariamente.

## ***1.4.6 Situación interna de la empresa***

### **AMOFHIT Análisis interno**

#### ***Administración***

El restaurante “Delicias al paso” fue constituido por la Sra. Ana Ramírez en el año 2013. La administración del establecimiento está a cargo de la propietaria quien se encarga de la parte financiera, de establecer el menú diario y cuantos platillos se van a elaborar, la cantidad de materia prima a adquirir, entre otros aspectos.

El restaurante actualmente no cuenta con un manual de funciones, donde se establezca las actividades a realizar por parte del personal del lugar, dado que cada empleado es multifuncional, es decir realizan todas las actividades necesarias para el correcto funcionamiento del negocio. De igual manera, no se encuentra detallado los procesos que se realizan en el establecimiento, de acuerdo a la entrevista realizada a la propietaria, al ser un



negocio pequeño las tareas que se ejecutan se encuentran establecidas de forma empírica. Por otro lado, tampoco se tiene establecidas concretamente una misión y visión, dado a la falta de conocimiento en la elaboración de estos mecanismos. Por ende, se identifica que el restaurante tampoco cuenta con un modelo de negocio establecido, lo hace de forma tradicional.

### ***Marketing***

La publicidad del establecimiento se lo realiza a través de redes sociales, dado que el restaurante cuenta con una página de Facebook y WhatsApp donde se publican diariamente los platillos que se ofrece en el lugar. Se ha optado por este mecanismo de publicidad dado que actualmente estos medios son más utilizados por la población del sector.

Por otro lado, la propietaria desea realizar publicidad a través de medios convencionales como son la entrega de volantes o flyers, dado que considera que se podría llegar a más personas y así dar a conocer los diferentes platillos que se ofrece en el establecimiento, sin embargo por falta de recursos no lo ha realizado.

### ***Operaciones/producción***

En el restaurante se comercializa diferentes platillos como; de lunes a viernes se ofrecen almuerzos y comida rápida y fines de semana pollos asados, comida rápida y encebollados.

El proceso de producción con relación a los almuerzos se inicia con la preparación del menú donde la propietaria establece que platillos se va a elaborar, seguido de esto, en la mañana del día siguiente realiza la adquisición de la materia prima necesaria. Posterior a esto se realiza la preparación de los alimentos, para lo cual tiene una duración de cuatro horas, por ende el restaurante inicia el proceso de comercialización a las 12h00 pm.

En cuanto, a la preparación de los platillos ofrecidos los fines de semana se inicia los viernes donde se adquiere la materia prima a los diferentes proveedores que dispone el

restaurante, se debe almacenado los productos y al día siguiente, en la mañana, se empieza a elaborar los diferentes platillos para ofrecer a sus clientes.

### ***Finanzas***

El establecimiento pertenecía al Régimen Impositivo Simplificado (RISE), el cual brindaba facilidades a los contribuyentes como la emisión de notas de venta, sin embargo actualmente desapareció debido a la implementación de un nuevo régimen llamado RIMPE (Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares), formando actualmente parte de este último.

La administradora lleva un registro diario de ingresos y gastos, el mismo que le permite identificar los beneficios que obtiene al día. Cabe mencionar que los precios de cada platillo fueron determinados por la administradora de acuerdo a los ya establecidos en el mercado; por ende, los pollos asados tienen un precio de \$12,00, almuerzos \$2.50, comida rápida \$1.50 y los encebollados \$2.50.

El restaurante presento varias afectaciones debido a la pandemia COVID 19, dado que tuvo que cerrar sus puertas por varios meses debido a las disposiciones del Gobierno Central, lo cual ocasionó que el establecimiento se encuentre mal económicamente dado que se optó en adquirir nuevas obligaciones con instituciones financieras para poder cumplir con deudas con proveedores. Actualmente, el negocio se encuentra en funcionamiento, a pesar de que se ha recuperado parte de la clientela, no se puede cumplir con todas las obligaciones.

### ***Recursos Humanos***

El restaurante cuenta con personal calificado en la elaboración de los diferentes platillos que se ofrecen en el lugar así como en atención al cliente. Cuenta con dos ayudantes de cocina y la cocinera que en este caso es la propietaria, quienes se encargan, como ya se mencionó anteriormente son multifuncionales, por lo cual realizan las actividades de recepción de los pedidos, meseros y cajeros a la vez. Cabe mencionar que actualmente no se encuentran

registrados en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. El horario que trabajan es de lunes a domingo de 9h00 am a 1h00pm.

### ***Informática y comunicaciones***

El restaurante actualmente no cuenta con equipos informáticos, dado que la propietaria considera que dentro del negocio no es necesario ya que todo el proceso de facturación, registro de ingresos y gastos, entre otros lo realiza de forma manual.

### ***Tecnología***

El establecimiento no cuenta con maquinaria de alta tecnología; sin embargo, cuenta con equipos industriales como neveras, refrigeradoras, licuadoras, cocina y freidora, los que permiten realizar con existo los diferentes platillos que se ofrece en el lugar, de igual manera cuenta con varios utensilios necesarios para la elaboración de los productos.

## **1.5 Análisis de la Información**

Mediante la información obtenida en el transcurso de esta investigación se construye una matriz FODA, con el fin de plantear la existencia de una oportunidad diagnostica de implementar el proyecto en la localidad. Cabe mencionar que se analizó factores del macro y microentorno mediante el análisis PEST y PORTER, así como aspectos internos de la empresa a través del análisis AMOFHIT.

**Tabla 15**  
*Matriz FODA*

| <b>MATRIZ DE FODA</b>  |   |
|--|---|
| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Página de Facebook y WhatsApp</li> <li>• Publicidad constante</li> <li>• Menú variable</li> <li>• Dispone de proveedores de confianza</li> <li>• Establecido el proceso de producción</li> <li>• Personal calificado</li> <li>• Posee equipos industriales</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay leyes que amparan al emprendedor</li> <li>• Fuentes de financiamiento</li> <li>• Localización estratégica</li> <li>• Turismo dentro de la parroquia</li> <li>• Crecimiento continuo de la población</li> <li>• Incremento del uso de equipos de telecomunicaciones</li> <li>• Diferentes hábitos alimenticios</li> <li>• Existencia de proveedores directos</li> </ul> |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>   |

- 
- Falta de un manual de funciones y delegación de funciones
  - Misión y visión de manera empírica
  - Falta de un modelo de negocio
  - Registro de ingresos y gastos manual
  - Disminución del PIB
  - Incremento en el índice de inflación
  - Incremento del riesgo país
  - Incremento del desempleo
  - Incremento de la pobreza en la parroquia
  - Existencia de 60 a 70 restaurantes en la localidad
  - Existencia de productos sustitutos
  - Afectaciones económicas por la pandemia Covid-19
- 

**Fuente:** “Diagnostico”

**Elaborado por:** Autor

## 1.6 Conclusión diagnóstica

Para finalizar el diagnostico situacional del macroentorno se acopla en un conjunto las ideas principales de cada variable, para identificar la oportunidad diagnostica de implementar el proyecto propuesto.

Los emprendimientos en el Ecuador están fuertemente respaldados por leyes y normas que garantizan los derechos y beneficios que presentan los emprendimientos tanto nacientes como los ya constituidos. Por otro lado, es importante considerar información económica para el desarrollo de un proyecto, pues, al observar las fluctuaciones en diferentes indicadores económicos nos ayudan a tomar mejores decisiones a la hora de ejecutar un proyecto. En relación a lo social, según datos del INEC las proyecciones de la población para el año 2020 sería de 20.500 habitantes aproximadamente. Por otro lado, la población económicamente activa a 2010 fue 7.595 personas, es decir representa el 47,32% de la población de dicho año. Cabe mencionar que el punto más fuerte de la parroquia es el turismo ya que cuenta con alrededor de 30.000 turistas semanales, debido al atractivo turístico representativo del lugar que es el santuario de la virgen de El Quinche. En cuanto a lo tecnológico, se establece que para el proceso productivo no se necesita maquinaria especializada dado que los productos son elaboración de forma tradicional y al instante que son solicitados, por otro lado existe la tecnología dirigida al cliente misma que es indispensable implementar en un restaurante.

El análisis de la industria indica que existe una alta rivalidad con los competidores dado que existen 60 a 70 establecimientos en el lugar, con relación a los proveedores el establecimiento tiene el poder de negociación dado a la existencia de varios negocios donde

adquirir la materia prima necesaria para elaborar los diferentes platillos. El poder de negociación de los clientes lo tiene ellos, debido a que presentan la capacidad de elección entre los restaurantes existentes en la localidad, las barreras para nuevos entrantes son bajas ya que no existen muchos requisitos para crear nuevos emprendimientos, y por último, los productos sustitutos tienen una alta amenaza ya que en el mercado se comercializa varios productos que pueden sustituir a los que se ofrecen en el restaurante “Delicias al paso”.

## **CAPÍTULO II**

### **Fundamentación Teórica**

#### **2.1 Introducción**

En el presente capítulo se exponen un conglomerado de conceptos e ideas que nacen de una investigación documental a través de artículos científicos, libros, trabajos de titulación, informes gubernamentales emitidos por los organismos competentes, entre otros, esto con la finalidad de apoyar el desarrollo del proyecto además de brindar al investigador información relacionada con el tema planteado.

La fundamentación teórica se desarrolla a través de cuatro subtemas: primero, la fundamentación del problema donde se analiza el problema de investigación, y se sustenta la propuesta del plan de negocios; segundo, la fundamentación teórica de los procedimientos metodológicos donde se desarrolla el tipo y enfoque que se dará a la investigación; tercero, la fundamentación teórica del diagnóstico donde se recopila información sobre el análisis interno y de macro entorno, y finalmente, la fundamentación de la propuesta donde explica cómo se realiza una plan de negocio según diversos autores.

#### **2.2 Objetivo**

Determinar los referentes teóricos mediante bases legales y bibliográficas para el desarrollo del plan de negocios del restaurante “DELICIAS AL PASO” de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.

#### **2.3 Fundamentación teórica del problema de investigación**

##### **2.3.1 Restaurantes y la afectación de la pandemia Covid-19**

A finales del año 2019, el mundo se vio abrumado por la llegada del coronavirus SARS Cov-2, causado por el Covid-19, mismo que apareció en la ciudad Wuhan en China, generando incertidumbre a nivel mundial dado que ocasionó un cambio radical en la forma de vivir durante el año 2020, obligando a todos los países tomar varias medidas de

prevención, debido a que la Organización Mundial de Salud el 11 de marzo de dicho año declaró pandemia mundial al Covid-19 (OMS-OPS, 2020).

Por lo cual, el presidente Lenin Moreno decretó el 16 de marzo de 2020 estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional dado al incremento de casos que se presentó en el país, tomando varias medidas preventivas mediante el Decreto Presidencial N° 1017 (2020) donde se determinó el cierre de fronteras, restricción general de circulación de vehículos y personas, suspensión de las actividades de cafeterías, restaurantes, sectores privados, entre otros, así como la suspensión total de la jornada laboral presencial dentro del sector público y privado, entre otras medidas adoptadas puesto a la presencia de un alto riesgo de salud para la ciudadanía.

Lo que afectó a todos los sectores económicos del país dado que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus instalaciones y otros disminuir su capacidad para mantenerse en el mercado, por lo cual se registró que el 82% de los establecimientos trabajaron con el 0% y el 30% de su capacidad, y el resto cerraron sus negocios (Cámara de Comercio de Quito, 2020).

Con relación a los restaurantes, según Naranjo (2021) fueron afectados drásticamente debido a la pandemia, dado que muchos perdieron grandes cantidades de dinero por la acumulación de deudas debido a las escasas ventas que presentaron y el aumento de gastos, ya que según el estudio realizado por Cámara de Comercio de Quito (2020) se registró que el 70% de los negocios no generaron ingresos provocando en muchos de ellos declararse en quiebra.

Por otro lado, debido al cambio del estilo de vida que presentó la población al encontrarse prohibido la circulación peatonal, por ende no poder asistir a los establecimientos, provocó que varios restaurantes opten por la implementación de servicios virtuales, en este caso los delivery de comida, dado que muchas personas solicitaban este servicio provocando que, si bien antes de la crisis sanitaria las ventas a domicilio representaban el 21%, actualmente tuvo un incremento del 80%, ya que las empresas que incluyeron este servicio permanecieron en

el mercado durante la crisis cubriendo sus costos y gastos, y en algunos casos generar ganancias (ESPOL, 2021).

### **2.3.2 Restaurantes y el servicio del delivery.**

El uso de la tecnología en la actualidad permite a las personas comunicarse, conectarse con información al instante y compartir todo tipo de contenidos de manera ilimitada, como lo señala Gonzalo Mas-Bagà (2020) las nuevas tecnologías se han convertido en una parte imprescindible del día a día de las personas, aunque a menudo las nuevas tecnologías están tan presentes que no se es conscientes de su presencia. Sin embargo, se ha ido incursando en diferentes sectores como en el ámbito de la sanidad, educación, ocio y entretenimiento, así como en las empresas y en la economía en general, ya que actualmente muchas empresas o Startup han implementado el uso de nuevas tecnologías como la utilización de app móvil para la comercialización de sus productos.

Es por esto que Castro (2020) indica que la tecnología en las empresas se ha convertido en un recurso fundamental, en especial para aquellas Pymes que se encuentran en el proceso de crecimiento, dado que representa una importante herramienta que permite el desarrollo de las mismas a través de la optimización y mejora de los procesos tanto productivos, organizativos, comercialización, despacho, cobranza, entre otros. Por otro lado, al implementar esta herramienta se obtiene una ventaja competitiva frente a las demás permitiendo posicionarse en el mercado, incrementar su demanda y aumentar su nivel de productividad y expansión.

Existen varios motivos por los que las empresas implementan el uso de tecnología dentro de sus establecimientos, sin embargo, a muchos de ellos las situaciones les han obligado adoptar esta herramienta, como es el caso de los establecimientos dedicados a la actividad de servicio de comida, como manifiesta Nhamo, et al., (2020) en su artículo científico, uno de los principales motivos que en la actualidad impulsó a utilizar nuevos instrumentos fue la pandemia causada por el COVID-19 dado que esto ha afectado en gran medida a las industrias de turismo y gastronomía, debido a que este tipo de negocios son susceptibles a



los desastres naturales o situaciones que afecten la movilidad de la población, por lo que Cañazaca, et al., (2020) argumenta que es de suma importancia el uso de tecnología en situaciones como estas dado a las medidas preventivas adoptadas por los gobiernos a causa de la pandemia, donde se prohíbo la apertura de los establecimientos, por cuya razón los restaurantes optaron por utilizar la mejor alternativa que fue el servicio de delivery a través de aplicaciones, ya que por sus características permiten al restaurante ofrecer un servicio de calidad, y a su vez incrementar el nivel de ventas dado que al contar con un servicio como este los clientes demandan más los productos ofertados, por lo que es necesario que estos opten por este tipo de soluciones para volver al mercado y ser competitivos con el resto.

Por lo cual, para el presente proyecto se propone la implementación de un modelo de negocio basado en el servicio de delivery a través de una página web o por WhatsApp business que permitirá gestionar los pedidos del restaurant de una manera rápida, simple y amigable.

## **2.4 Fundamentación teórica de la Propuesta metodológica**

### **2.4.1 *Tipo de investigación***

Los tipos de investigación dentro de un estudio son de suma importancia dado que esto permite especificar como se elaborará y recolectará los datos e información necesaria para el desarrollo del mismo, por ende Silva (2016) indica que escoger el tipo de investigación a implementar en un proyecto determina los pasos a seguir, las técnicas y los métodos a implementar, por ende influyen en el enfoque de la investigación es decir en establecer los instrumentos a aplicar y la manera de analizar los datos. Por otro lado, Bastis Consultores (2020) en su página web indica que el objetivo principal es informar y definir la acción permitiendo demostrar una teoría y contribuyendo al desarrollo del estudio establecido.

### **2.4.2 *Métodos***

De acuerdo a Dihigo (2016) los métodos de investigación “cumplen una función importante, ya que posibilita la interpretación conceptual de los datos empíricos

encontrados”, para lo cual se detallan los métodos más apropiados que permiten el desarrollo de la investigación. Por ende, los métodos de investigación pueden ser definidos como un conjunto de procedimientos o técnicas ordenados que permiten orientar y resolver el problema de la investigación (Hintelholher, 2015). Los métodos son fundamentales e indispensables en el desarrollo de un estudio dado que, Chagoya (2020) determina que estos indican el camino que se deberá seguir para lograr un fin, en el caso de la investigación para demostrar y resolver la problemática planteada, es decir el por qué y para qué se realiza una investigación.

#### ***2.4.3 Tipo de muestreo***

El tipo de muestreo permite determinar la muestra a la cual se va a realizar la investigación a través de la aplicación de las diferentes técnicas e instrumentos, para lo cual Ochoa (2015) indica que el muestreo es la selección de un conjunto de personas dentro de una población con el fin de estudiarlos y determinar sus características, ya sea para generalizar a la población en el caso del muestro probabilístico o conocer las particularidades del grupo al que se realizó el estudio. Cabe mencionar que la muestra que se determine debe ser representativa para que la investigación sea exitosa. Para lo cual, Hernández & Carpio (2019) indica que existen dos tipos de muestreos, el probabilístico que se relaciona con que cada uno de los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra y los no probabilísticos donde los sujetos deben ser selecciones de forma cuidadosa y en base a criterios específicos del investigados.

#### ***2.4.4 Técnicas e instrumentos***

Las técnicas e instrumentos son los medios o formas que permiten recolectar datos e información relevante para conocer y medir el comportamiento de una población, por lo cual para Gallardo (2017) las técnicas son el conjunto de reglas o procedimientos que permiten obtener información, dicha utilización y aplicación dependerá de lo que se desea conocer de la población estudiada, por ejemplo entrevista, encuesta, observación, entre otros. Por otro lado, los instrumentos son recursos que utiliza el investigador para recopilar información sobre un problema o fenómeno, esto a través de formularios en papel o dispositivos

mecánicos y electrónicos, por ejemplo cuestionarios, guías de entrevista, matrices de observación, entre otros (Garay, 2020).

## **2.5 Fundamentación teórica del diagnóstico**

La fundamentación teórica para el desarrollo del diagnóstico se enmarca en dos elementos; un diagnóstico interno y un análisis externo del entorno.

El diagnóstico situacional permite conocer el macro y micro entorno para establecer las oportunidades y amenazas que impiden la ejecución de un determinado proyecto, así como la situación actual del establecimiento para identificar sus fortalezas y debilidades que contribuyen o impiden su crecimiento y expansión, por lo cual Remuzgo (2005) manifiesta que este factor “determina la adecuada combinación de recursos para afrontar la solución de un determinado problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible. De hecho, define la dirección correcta que debe tomar la organización y el conjunto de transformaciones que se deben realizar al interior de ésta para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado. Además, es una herramienta para la toma de decisiones, la acción, el cambio y el desarrollo institucional”.

El objetivo principal del diagnóstico es desarrollar una adecuada interpretación del proceso del macroentorno relacionado con cambios sociales, tecnológicos, económicos, políticos y ambientales dentro de una determinada región como base para el diseño de un conjunto sistemático de acciones que aseguren la obtención de beneficios sustentables.

A partir del análisis del macroentorno Padilla (2011) expresa que el objetivo principal del diagnóstico es desarrollar una adecuada interpretación del proceso relacionado con el cambio externo, para lo cual se debe considerar el análisis PEST que se relaciona con factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y en algunos casos factores ambientales, así como la interpretación de las 5 fuerzas de Porter para analizar la situación competitiva de la industria, esto con el fin de determinar los problemas principales que enfrenta en la actualidad

el área en estudio para diseñar un conjunto sistemático de acciones que aseguren la obtención de beneficios sustentables.

Para lo cual, dentro del macroentorno se debe tener en consideración los aspectos que intervienen en cada uno de los factores antes mencionados, por ende Martínez & Milla (2012) expresa que los factores políticos están relacionados la legislación, es decir, las regulaciones del entorno a las que los sectores deben someterse, mismas pueden beneficiar o perjudicar de forma evidente los intereses de una compañía o la puesta en marcha de un determinado proyecto.

En cuanto con el factor económico se relaciona con los indicadores económicos que presenta un determinado país, como pueden ser; la evolución del PIB, inflación, empleo, entre otros, mismos que influyen en el entorno de una sociedad, los cuales pueden presentar un impacto positivo o negativo en la ejecución del proyecto (Martínes & Milla, 2012)

Dentro del factor social se caracteriza por analizar el elemento humano por lo que Padilla (2011) establece que los aspectos a considerar deben estar relacionados con la población, distribución regional, rango de edad, tasa de crecimiento, educación, cultura religión, salud y hábitos, afectado a las decisiones de las personas al momento de elegir un determinado producto o servicio.

Y por último, dentro de los factores tecnológicos Martínez & Milla (2012) se debe analizar las nuevas innovaciones tecnológicas, internet y comercio virtual que se está utilizando en la actualidad permitiendo incrementar la productividad de las empresas y entregar un producto o servicio de calidad al usuario final.

Con relación al micro entorno, se analizan las 5 fuerzas de Porter, como indica Ucha (2019) estas se relacionan con la industria o sector a la que pertenece una determinada empresa, para lo cual se analiza la intensidad de la competencia, los competidores potenciales, productos sustitutos, poder de negociación de los proveedores y clientes.

Para conocer la situación interna de un establecimiento se debe realizar un análisis minucioso del escenario donde se encuentra actualmente la empresa, para lo cual Mendez (2018) establece que una de las herramientas que permite tener un acercamiento específico al funcionamiento de la misma es el análisis interno AMOFHIT, donde se considera aspectos relevantes como la administración, marketing, operaciones, finanzas, recursos humanos, sistemas de información y tecnología.

Por ende, Espinosa (2016) establece que para realizar un análisis organizacional, con relación a los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas, es necesario utilizar la herramienta FODA misma que permite conocer la situación interna y externa de un establecimiento. Por otro lado, Talancón (2006) señala que dentro del análisis FODA se realiza una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, de igual manera representa una herramienta sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización ayudando desarrollar un diagnóstico interno.

Es por esto que Caceres (2016) asegura que al evaluar una matriz FODA en una organización, se debe considerar diferentes aspectos, por un lado dentro de las fortalezas y debilidades se debe analizar factores como; los recursos donde interviene el capital, recursos humanos, sistemas de información, activos fijos, activos no tangibles, las actividades relacionadas con los recursos gerenciales, recursos estratégicos y la creatividad, los riesgos con respecto a los recursos y a las actividades de la empresa y por último, los portafolios donde se establece la contribución consolidada de las diferentes actividades de la organización.

Por otro lado, en cuanto al sector externo, el mismo autor antes mencionado determina que las oportunidades se encuentran en aquellas áreas que podrían generar muy altos desempeños y las amenazas están en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar sus metas, es por esto que se debe considerar el entorno es decir la estructura de su industria donde integran los proveedores, canales de distribución, clientes, mercados,

competidores, así como los grupos de interés relacionados con los gobierno, instituciones públicas, sindicatos, gremios, accionistas, comunidad, y por último, el entorno visto en forma más amplia como aspectos demográficos, políticos, legislativos, sociales, entre otros.

## **2.6 Fundamentación teórica de la propuesta**

Para el desarrollo del plan de negocios para la ampliación del servicio del restaurante “Delicias Al Paso” de la parroquia El Quinche, es necesario fundamentar los componentes básicos de la estructura un proyecto de factibilidad, por ende, a continuación, se conceptualizan los 4 estudios con sus elementos que se necesita para realizar el proyecto.

### **2.6.1 Estudio de mercado**

Un estudio de mercado perfectamente estructurado lleva una inversión al éxito, por lo cual Luna (2010) indica que el estudio de mercado es un conjunto de técnicas utilizadas para obtener información acerca del entorno del proyecto, es decir de la oferta y demanda existente en el lugar. Por ende, Sánchez, et al. (2015) expresa que el objetivo principal de este estudio es identificar que existe un mercado potencial que demanda un determinado bien y servicio, que al existir una carencia o limitación de este genera un problema mismo que se pretende solucionar.

En sí, el estudio de mercado consiste en recopilar y analizar datos del mercado para estimar la cantidad de producto que los consumidores adquirirían, las especificaciones que este debe exhibir y el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar, así como conocer productos que son ofertados en el mercado, la presentación, precio entre otros aspectos que permitirán establecer una ventaja competitiva al proyecto en curso y determinar las estrategias de comercialización a aplicar en el proyecto.

Para realizar un estudio de mercado eficaz que permita obtener datos reales es necesario aplicar una metodología de análisis, por lo cual, Luna (2010) establece para el desarrollo de este estudio es indispensable la aplicación de cuatro etapas esenciales, como son; recopilar información inicial referente al comportamiento del bien o servicio así como de sus similares

que se encuentran inmersos en el mercado, seguido de la recolección de información a través ya sea de información primaria relacionada con los datos de campo obtenida a través de la observación, entrevistas o aplicación de encuestas, siendo esta última el medio más eficaz para la investigación de mercados; y de información secundaria que se obtiene a través de información de censos, informes, publicaciones, entre otros. La tercera etapa consiste en el análisis e interpretación de datos donde se inicia con procesar la totalidad de los datos para que puedan utilizarse fácilmente, este proceso se debe hacer de forma sistemática para su posterior revisión, tabulación de datos e interpretación de datos. Y por último, realizar el informe de resultados, donde se informa de forma clara y precisa los datos identificados y las especificaciones del mercado.

Dentro del estudio de mercado intervienen algunas variables como el segmento de mercado, demanda, oferta, nivel de aceptación y estrategias de comercialización relacionadas con el producto, precio, plaza y promoción, mismos que son conceptualizados a continuación.

***Segmento de mercado:*** se define como la división de un mercado total en elementos o grupos más pequeños, para ser más eficaz, dicha segmentación se debe hacer considerando que los miembros de dicho grupo presenten aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares pero sin olvidar que presenten una diferencia entre sí (Feijoo, et al., 2018).

***Demanda:*** Según De Jesús Mora, et al., (2018) la demanda consiste en la cantidad y calidad de los bienes o servicios que los consumidores tienen la capacidad de adquirir a los diferentes precios del mercado para satisfacer sus necesidades.

***Oferta:*** este término hace referencia al comportamiento de la competencia o vendedores que actualmente se encuentran en el mercado, por lo cual representa la cantidad de producto o servicio que las empresas están dispuestas a ofrecer al consumidor en un precio determinado (Atucha & Gualdoni, 2018).

**Estrategias de comercialización:** representa aquellas acciones planificadas que permiten alcanzar las metas establecidas relacionadas con el marketing, es decir, permite llegar al consumidor a través de estrategias de mercadotecnia, incrementar las ventas en un periodo determinado o una mayor inserción en mercados. Para lo cual, Feijoo, et al., (2018) determina que dentro de estas estrategias intervienen las 4p, relacionadas con: *Producto:* bien o servicio que adquiere el consumidor para satisfacer sus necesidades, *Precio:* valor monetario por el cual se ofrece un producto o servicio. *Plaza:* representa el canal de distribución, es decir lugar donde se entrega el producto al consumidor. *Promoción:* mecanismos que permiten dar a conocer el producto al cliente a través de anuncios, publicidad, entre otras.

### **2.6.2 Estudio técnico**

El estudio técnico está relacionado con identificar dónde, cuánto, cómo y con qué elaborar el producto o servicio a ofrecer, para lo cual López, et al., (2008) lo definen como un estudio que permite diseñar la función de producción óptima de un proyecto para utilizar mejor los recursos y obtener el producto o servicio deseado. Cuyo objetivo principal es demostrar la factibilidad técnica, justificado a través de la identificación de la ingeniería y recursos necesarios permitan producir un bien o servicio para abastecer el mercado (Espinoza, 2018).

Por ende, para Luna (2010), el estudio técnico esta relacionado con la informacion obtenida en el estudio de mercado, dado que se cuenta con la información relativa al producto en cuanto a la cantidad factible de ser demandada, así como las características necesarias para ser aceptado en el mercado, permitiendo formular el aspecto técnico, ligado al tamaño del proyecto, procesos, factores de producción, localización y distribución en planta adecuada para el buen funcionamiento de una empresa. Es por esto que, Sánchez, et al., (2015) determina que para el desarrollo de este estudio se debe responder a diferentes interrogantes, como son: relacionado al tamaño ¿cuánto?, a la tecnología ¿cómo? y a la localización ¿dónde?, permitiendo ejecutar un estudio técnico eficaz.



Según Córdoba (2011), para la ejecución del estudio técnico se debe desarrollar tres componentes principales en cuanto al tamaño, localización e ingeniería.

***Tamaño del proyecto:*** se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir al día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando (Aguilar, 2019).

***Localización del proyecto:*** es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo (Rojas, 2017), para lo cual se debe considerar elementos relevantes como:

- *Macro localización:* ubicación general del proyecto, representa el país, ciudad y región.
- *Micro localización:* sitio concreto donde estará o está ubicado el establecimiento.

***Ingeniería del proyecto:*** para Vásquez (2007) representa la etapa donde se identifica la distribución de la planta y recursos necesarios permitiendo determinar el proceso productivo que ayude a la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto o servicio, así como para la ejecución de las diferentes tareas que permitan el funcionamiento de la empresa.

### ***2.6.3 Estudio económico – financiero.***

El estudio financiero se relaciona con analizar la viabilidad y factibilidad de un proyecto, por ende, para Añez (2017) lo define como un proceso que permite comprender el riesgo y la rentabilidad que tendrá la aplicación de un determinado proyecto a través del análisis de información financiera identificada, donde intervienen varios elementos contables. Por otro lado, Pistone (2020) indica que el objetivo principal de este estudio radica en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario obtenido en las etapas anteriores, para elaborar los diferentes reportes contables y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad y factibilidad, como lo menciona

Sánchez, et al. (2015) la sistematización de la información financiera dentro de este estudio consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos deducidos de los estudios previos.

Sin embargo, es importante señalar que el estudio de mercado es muy distinto en el caso de una empresa nuevo y una empresa ya establecida, dado que el primero inicia con un análisis de la situación financiera actual de la empresa y la segunda con la identificación de datos iniciales, supuestos y proyecciones financieras y económica (Villarán, 2009).

***Inversión inicial:*** consiste en los primeros recursos tanto tangibles, intangibles, diferidos y capital de trabajo necesario para iniciar las actividades de un proyecto (Varela, 2019), cuyos elementos son:

- ***Inversión fija:*** bienes tangibles necesarias para cumplir con las actividades de la empresa tanto en la parte productiva, administrativa y de ventas.
- ***Capital de trabajo:*** se relaciona con los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

***Estados financieros:*** representan informes contables cuyo objetivo es suministrar la información sobre la situación financiera compuesto por activos, pasivos y patrimonio, el rendimiento relativo con los ingresos y gastos obtenidos en un determinado tiempo y los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil la posterior evaluación financiera (Elizalde, 2019).

***Indicadores financieros:*** permite evaluar la situación económica o la factibilidad de un determinado proyecto de inversión, es decir ayuda a identificar si es rentable o no la implementación de un nuevo plan considerando los ingresos que percibirá en un tiempo establecido así como la inversión necesaria para la puesta en marcha de dicho proyecto (Fajado & Soto, 2018).

#### **2.6.4 Estudio administrativo**

El estudio administrativo representa una herramienta que sirve de guía para el funcionamiento de una empresa, por lo que Meza (2017) afirma que dicho estudio hace referencia al análisis del marco jurídico al cual se rige un establecimiento, es decir representa la cultura y filosofía de la empresa, así como su estructura organizacional para dar a conocer la jerarquía existente en el lugar, así como los procesos y funciones que los trabajadores deben cumplir durante el periodo de operación. Cuyo objetivo principal, según López, et al., (2018) es “realizar un análisis que permita obtener la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos” (p.2).

Para Córdoba (2011) el estudio de la organización debe ser un proceso permanente que permita ajustarse a las variaciones que presenta la economía tanto regional como mundial, sin embargo, Guerrero y Santacruz (2016) establece que proporciona una herramienta necesaria, ya sea en empresas que ya estén en funcionamiento, permitiendo administrar adecuadamente y en emprendimientos nacientes ya que permite establecer lineamientos a seguir en su administración para que la empresa se encuentre en buen funcionamiento. Por ende se debe considerar los elementos que lo conforman mismos que se detallan a continuación.

**Misión:** está enfocada hacia la actualidad, es decir, hace referencia a la razón de ser de la misma indicando los propósitos, los objetivos y en particular en representa lo que brinda a los clientes (Editorial Grudemi, 2018).

**Visión:** representa la descripción del objetivo que espera lograr en un futuro, es decir, refleja la expectativa ideal que se desea alcanzar, indicando además cómo se planea conseguir dichas metas (Ucha, 2018).

**Objetivos estratégicos:** son metas establecidas para largo plazo, desarrolladas para el nivel estratégico de una empresa, basados en la misión, visión y valores de la misma,

los cuales deben ser claros, coherentes, medibles, alcanzables y motivadores (Roncancio, 2020).

**Valores:** representan la personalidad de la empresa, es decir son principios éticos que evidencian la identidad de una empresa, dado que guían las decisiones y conductas del personal de la empresa (Silva, 2020).

**Logo:** es una representación gráfica a través de imágenes, textos, formas o combinación de los tres, convirtiéndose en el símbolo de identificación de una empresa (Gonzáles, 2021).

**Organigrama:** para Thompson (2017) son la representación gráfica donde se refleja de forma esquemática la estructura organizativa de una empresa, demostrando la posición de las áreas y los niveles jerárquicos.








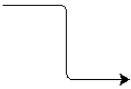

**Manual de funciones:** representa un instrumento que detalla el conjunto de normas, tareas, funciones, entre otros aspectos que deben realizar el personal que conforma la empresa para cumplir a cabalidad las actividades de la empresa (Huancani, 2018).

**Mapa de procesos:** es una representación gráfica de los procesos existente en la empresa, considerando aquellos que son estratégicos, operativos y de soporte, por ende para Castellnou (2021) indica que "el objetivo de este mapa es conocer de forma muy detallada y profunda el funcionamiento de los procesos y actividades en los que la empresa está involucrada".

**Flujogramas:** representa una herramienta utilizada para indicar la secuencia y relación de los subprocesos y las actividades del proceso mediante símbolos gráficos, los cuales proporcionan mayor visualización y describir de forma más visual e interactivo el proceso permitiendo que los funcionarios comprendan claramente lo que cada uno debe ejecutar dentro de la empresa (Meire, 2018).

La simbología utilizada para la representación de los flujogramas del restaurante se detalla en la Tabla 16.

**Tabla 16**  
*Simbología del flujograma*

| SÍMBOLO   | NOMBRE             | FUNCIÓN   |
|---|--------------------|---|
|    | Evento de inicio   | Indica donde un proceso comenzará.  |
|    | Tarea              | Es una actividad atómica o cualquier tipo de operación que es incluida dentro de un proceso.        |
|   | Decisión           | Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdaderos y falsos                     |
|  | Conector           | Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo |
|  | Objeto de datos    | Representa objetos que obtienen información, como documentos, datos u otros                         |
|  | Subproceso         | Representa la secuencia a otro subproceso.  |
|  | Evento de fin      | Indica donde un proceso termina   |
|  | Flujo de secuencia | Es utilizado para mostrar el orden en que las actividades serán ejecutadas en un proceso            |
|  | Flujo de mensaje   | Es usado para mostrar el flujo de mensaje de las operaciones  |

**Fuente:** Bizagi Modeler  
**Elaborado por:** Autor

## **CAPÍTULO III**

### **Procedimientos metodológicos**

#### **3.1 Introducción**

Dentro de este capítulo se establece los procedimientos metodológicos, que constituye el conjunto de procedimientos y técnicas a aplicar en el desarrollo del proyecto. Por ende, se determina el tipo de investigación que se va a ejecutar con el objetivo de comprender el entorno y comportamientos de la población a la cual va dirigido el estudio. De igual manera se establecen los métodos a aplicar en cada uno de los capítulos, los cuales son descriptivo, analítico, inductivo, sintético e histórico, así como la identificación de la población y el tipo de muestreo que permitirá determinar la muestra a la cual se aplicará las respectivas técnicas de investigación con el fin de recolectar datos relevantes para el desarrollo del proyecto.

#### **3.2 Objetivo**

Definir la metodología que permitirá el desarrollo del plan de negocio del restaurante “DELICIAS AL PASO” de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.

#### **3.3 Tipo de investigación**

En cuanto al enfoque que se dará a la investigación será mixta, es decir tanto cuantitativo como cualitativo. Donde Ackerman (2013) describe que el enfoque cuantitativo se caracteriza por la recopilación y análisis de datos obtenidos de diferentes fuentes que permiten cuantificar el problema a través del uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados reales. Al aplicar este enfoque permitirá conocer el nivel de aceptación del proyecto por parte de la población de la parroquia de El Quinche, así como cuantificar la cantidad que se demanda en el restaurante, donde la manera correcta para conocer es a través de un análisis a partir de los datos recolectados, de acuerdo con ciertos criterios lógicos a través de la aplicación de técnicas de investigación.

Por otro lado, el enfoque cualitativo se relaciona con la recolección de datos que permiten estudiar la visión general del comportamiento, características o percepciones de las personas investigadas mediante la aplicación de instrumentos como entrevistas, observaciones, narraciones, entre otros (Davila, 2014). Mismo que dentro del proyecto se aplica para conocer aspectos internos del restaurante “Delicias al paso”, es decir recopilar información interna relacionada con la administrativa, productiva y ventas del establecimiento, así como detallar los productos que actualmente se comercializa en el lugar, para un diagnóstico inicial.

### **3.4 Métodos**

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se aplica el método descriptivo, analítico, inductivo, analítico deductivo e histórico lógico, mismos que se describen a continuación.

Los métodos descriptivos según Sampieri (2014) buscan detallar las características principales del problema a investigar; es decir, su objetivo no es indicar cómo se relacionan entre ellos, más bien se pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables de estudio a las que se pretende analizar. Dentro del proyecto se aplica el enfoque descriptivo para identificar los comportamientos, actitudes y otras características de la población objeto de estudio a la cual va dirigida la investigación, como Sampieri (2014) señala esta clase de estudio permite al investigador ser capaz de definir los aspectos que necesita investigar y sobre quienes se va a recolectar los datos.

Por otro lado, se aplica el método analítico, ya que como Valencia (2020) indica que este método radica en la descomposición de un objeto en elementos, con el objetivo de comprender su funcionamiento, las causas, efectos e interrelación entre las partes del objeto de estudio, mismo que dentro del proyecto permite identificar el problema y sus causas, así como en el desarrollo del plan de negocio a través de sus componentes permitiendo identificar la factibilidad del mismo.

De igual manera, se aplica el método inductivo donde interviene el razonamiento que parte de aspectos individuales para construir argumentos generales, así como el método deductivo que se fundamenta en el razonamiento y la lógica, es decir se formula juicios partiendo de lo general para explicar los aspectos particulares (Neill & Cortez , 2018). Dentro del proyecto permite determinar las conclusiones del proyecto, así como determinar el tamaño de la muestra partiendo de datos reales sobre la población a investigar y determinar la demanda general que presentará el proyecto.

Y, por último, se utiliza el método histórico lógico, mismo que estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en pasado, presente y futuro, así como investiga las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos (Miranda, 2020), lo que permite conocer aspectos importantes del restaurante “Delicias al paso” relacionadas con la administración, marketing, recursos humanos, producción, finanzas, informática y tecnología.

### **3.5 Tipo de muestreo**

El muestreo no probabilístico representa una técnica de muestreo que permite recabar información relevante de una parte de la población, por lo cual, en la página web Enciclopedia económica (2019) señala que esta técnica es utilizada para la selección de la muestra a la cual se va a realizar el estudio, donde no permite que todos los individuos de una población tengan la misma oportunidad de ser seleccionados. Cabe mencionar que en este tipo de muestreo es el investigador quien selecciona los elementos a estudiar a través de un juicio subjetivo.

El muestro a utilizar es bajo el muestreo de bola de nieve dado que es una técnica donde las muestras de la población son seleccionadas de acuerdo a las necesidades del investigador, dado que permite conocer hábitos, opiniones y puntos de vista de manera más fácil, por lo cual, la página web QuestionPro (2021) señala que “en este tipo de muestreo los participantes de una investigación reclutan a otros participantes para una prueba o estudio. Aquí los investigadores usan su propio juicio para elegir a los participantes”, para lo cual se basa en



dos pasos principales, el primero es identificar a sujetos potenciales, ya sea uno o dos personas inicialmente, seguido de esto solicitar a los mismos reclutar o sugerir a otras personas.

### 3.5.1 Población.

La población representa el conjunto de personas u objetos de los cuales se decía conocer algo en específico, mismos que presentan características semejantes (Ojeda, 2020). Por lo cual, la población de la presente investigación representa a la población económicamente activa de la parroquia el Quinche, siendo este para el año 2010 del 47.30% de la población, para lo cual se establece la proyección de la misma para el 2020 de acuerdo con la tasa de crecimiento poblacional del 2.46%, siendo un total de 20.500 personas a dicho año.

**Tabla 17**  
*Mercado meta*

| <b>MERCADO META</b>   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|
| <b>Criterio</b>   | <b>Porcentaje</b> | <b>Estimación</b> |
| Población 2010  |                   | 16.056            |
| Población económicamente activa entre los 15 años y 65 años de la parroquia | 47,30%            | 7.595             |
| Población 2020 (proyectada)   |                   | 20.500            |
| Población económicamente activa entre los 15 años y 65 años                 | <b>47,30%</b>     | <b>9.697</b>      |

**Fuente:** (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015)

**Elaborado por:** Autor

### 3.5.2 Muestra.

La muestra es una porción representativa del universo o población, por ende López (2014) define a la muestra como “un subconjunto de datos o parte del universo en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. La muestra es una parte representativa de la población”.

Para el cálculo de la muestra se considera el tipo de muestreo a aplicar en la presente investigación, siendo este un muestreo no probabilístico aplicando el modelo de bola de nieve, para lo cual se considera conveniente aplicar la investigación a 381 personas dado que es una muestra representativa para el estudio, misma que permitirá conocer su comportamiento en el mercado.

### **3.6 Técnicas e instrumentos**

#### **Encuestas**

La encuesta permite obtener información relevante para la investigación, por lo cual, se define como el medio por el cual se recolecta datos de una muestra determinada, los cuales reflejan la tendencia que caracteriza a la población en su totalidad o universo (Martínez, 2018). Esta técnica se utilizará a través de un instrumento como el cuestionario donde se establecen preguntas abiertas y cerradas con fin de conocer el comportamiento y la opinión de los consumidores, y así determinar tanto la demanda que presenta el restaurante como las diferentes estrategias de comercialización a aplicar en el emprendimiento.

#### **Entrevistas**

La entrevista es una técnica de investigación cualitativa, la cual se ha convertido en una herramienta esencial para los investigadores los cuales intentan estudiar experiencias de manera objetiva, teniendo una interacción entre dos o más personas, permitiendo descubrir aspectos relevantes de una persona o de un tema en específico (Packer, 2018). La aplicación de esta técnica será mediante un instrumento como la guía de la entrevista, la cual es realizada a la propietaria del restaurante para conocer los aspectos internos que actualmente presentan, así como identificar la problemática.

#### **Observación**

La observación es una técnica de investigación que ayuda a conocer de forma directa el objeto de estudio, por ende, a la observación se la define como “técnica etnográfica por excelencia. Como su nombre lo indica, consiste en contemplar con atención el fenómeno

social, general información y registrarla para su posterior análisis e interpretación” (Martínez, 2018). La observación se aplica a través de la matriz de observación, mismo instrumento que permitirá conocer cómo se encuentra actualmente el sector donde cumple sus funciones el restaurante, permitiendo determinar la oferta existente en el lugar para tener conocimiento de los mismos.

## **CAPÍTULO IV**

### **Propuesta**

#### **4.1 Introducción**

En el presente capítulo se pretende plantear la propuesta, trabajando con diferentes herramientas de estudio para determinar la viabilidad de la ampliación del restaurante “Delicias al paso” ubicado en la parroquia El Quinche. Al principio de este capítulo se encontrará el modelo Canvas, herramienta que ayuda a desarrollar el modelo de negocios a implementar en el establecimiento, en segundo lugar se encontrará el estudio de mercado donde se desarrolla el segmento de mercado a quien va destinado el servicio, así como la aplicación de los instrumentos de investigación permitiendo recolectar información relevante del mercado ayudando a identificar la demanda, oferta y el nivel de aceptación que presenta el proyecto. Seguido se encuentra el estudio técnico donde se identifica la localización del restaurante y así como la determinación del tamaño del mismo en base a su capacidad.

Por otro lado, también se desarrolla el estudio financiero donde se detalla la inversión necesaria para la aplicación del proyecto así como la ejecución de los estados financieros y por ende realizar la evaluación financiera permitiendo identificar la factibilidad del mismo. Por último, se realiza un estudio organizacional donde se detallan aspectos administrativos como razón social, misión, visión, objetivos estratégicos, valores, organigrama, manual de funciones, mapa de procesos, entre otros aspectos que permitirán describir la razón de ser de la empresa.

#### **4.2 Objetivo general**

Diseñar el plan de negocios del restaurante DELICIAS AL PASO de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.

#### **4.2.1 *Objetivos específicos***

- Establecer el modelo de negocios del “delivery” con la implementación del modelo CANVAS.
- Desarrollar el estudio de mercado con el fin de conocer las necesidades del segmento estudiado mediante una encuesta y así realizar un análisis de la oferta y la demanda.
- Desarrollar el estudio de técnico para conocer recursos necesarios para la puesta en marcha de la propuesta para el plan de negocios.
- Realizar un estudio financiero que permita evaluar la factibilidad del proyecto a través de la determinación de los principales indicadores financieros.
- Diseñar una propuesta organizacional estableciendo aspectos administrativos y legales.

#### **4.3 *Modelo de negocio***

Para el desarrollo de las actividades de una empresa es importante que se establezca previamente un modelo de negocio dado que, como lo señala el blog Emprendedores (2021) es una herramienta que representa el ADN de una empresa dado que permite definir claramente que se ofrece en el mercado, como lo hacer, a quien se vende, como lo vende y de qué forma se genera ingresos. Cabe mencionar que el restaurante “Delicias al paso” no cuenta con un modelo establecido, por lo cual se determina la necesidad de implementar un modelo de negocio que le permita generar ingresos y adentrarse a mercados nuevos.

El servicio de entregas a domicilio o Delivery se ha convertido en una oportunidad para el sector restaurantero, dado que, con la llegada del Covid-19 muchos del negocio se vieron con la necesidad de reinventar su modelo de negocio para mantener la economía de sus establecimientos y seguir en pie en el mercado. Por lo cual, los restaurantes que han implementado este tipo de modelo de negocios han demostrado lo eficaz que resulta, dado que les ha permitido aumentar sus ingresos, reducir costos, aumentar la eficiencia en el

servicio al cliente y facilitar al consumidor el proceso de compra, ya que varios clientes por falta de tiempo u otras razones ven la comida a domicilio como una opción muy atractiva.

Por ende, el modelo de negocio que se propone ejecutar dentro del restaurante Delicias al paso es el llamado modelo Delivery, que se basa en colocar bienes y/o servicios directamente en el lugar donde se encuentra el consumidor final, en el tiempo y condiciones acordadas. Cabe mencionar que el secreto para que funcione este modelo es ofrecer un servicio de calidad.

Por otro lado, también se establece el modelo fabricante que está relacionado con la venta directa al cliente a través de un local comercial.

La ventaja competitiva que va a presentar el establecimiento con base al modelo de negocio se basa en otorgar el servicio a domicilio de forma gratuita al cliente que se encuentre dentro del barrio Iguñaro donde se encuentra el restaurante, sin embargo, si dicho cliente se encuentra fuera de la zona antes mencionada el costo será en base a una carrera mínima, es decir de \$1,50.

#### 4.3.1 Lienzo CANVAS

**Tabla 18**  
*Lienzo CANVAS*

| <b>Socios claves</b>  | <b>Actividades claves</b>   | <b>Propuesta de valor</b>  | <b>Relación con los clientes</b>   | <b>Segmento de mercado</b>  |
|---|---|--|--|---|
| Proveedores de materia prima e insumos<br>Proveedores de bebidas. | Elaboración del menú diario.<br>Servicio de comida y venta de bebidas<br>Publicidad masiva en redes sociales<br>Adquisición de la materia prima<br>Control de calidad de la materia prima e insumos.<br>Manejo de logística | Servicio de alimentación, con variedad de platos como son;<br>• Lunes a viernes:<br>almuerzos y comida rápida<br>• Fines de semana:<br>encebollados, pollos asados y comida rápida | Asistencia personal con el personal de servicio al cliente en el punto de venta y mediante WhatsApp.<br>Asistencia automatizada, envío de publicidad.<br>Asistencia individualizada: recepción de requerimientos de los pedidos solicitados. | Población de 15 años a 65 años que forman parte de la población económicamente activa.<br><br>Quienes tienen la necesidad de adquirir el servicio de comida dado a diferentes motivos como la falta de tiempo, ocio, entre otros. |
|   | <b>Recursos clave</b>   | Servicio a domicilio   | <b>Canales</b>   |   |

|  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| <p>Recursos financieros: capital de trabajo y reservas para casos imprevistos.</p> <p>Recursos materiales: infraestructura, maquinaria, menaje de cocina, materia prima y motocicleta.</p> <p>Recursos humanos: personal de producción, venta, administración.</p> | rápido y puntual. | <p>Canal de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales como Facebook y WhatsApp</li> </ul> <p>Canales de venta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local Comercial y WhatsApp business</li> </ul> <p>Canales de distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal directo, punto de venta en el local y entrega a domicilio.</li> </ul> |
| <b>Estructura de costos</b>  |                   | <b>Fuentes de ingresos</b>  |
| <p>Adquisición de materia prima, compra de productos de terceros, pago de nómina, mantenimiento, compra de gas, combustible y servicios básicos.</p>   |                   | <p>Principal fuente de ingreso es la venta de servicio de comida a través del menú que presenta como es; almuerzos, comida rápida, encebollados y pollos asados.</p> <p>Segunda fuente de ingresos es la venta de productos de terceros como colas, aguas, jugos, entre otros.</p> <p>Método de pago: transacción bancaria y en efectivo</p>  |

**Fuente:** Modelo de negocio

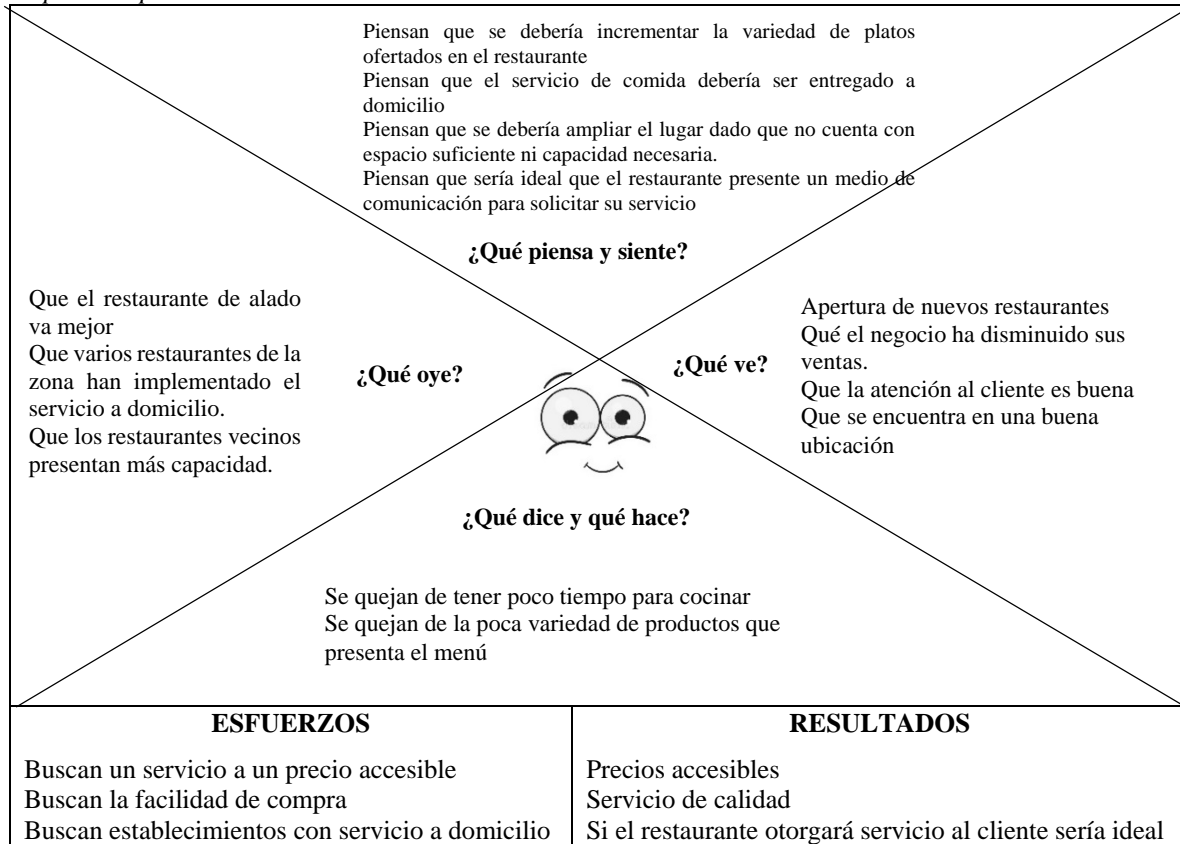
**Elaborado por:** Autor

### 4.3.2 Descripción de los elementos CANVAS

#### Segmento de clientes

La determinación del segmento de mercado al cual va dirigido el servicio es de suma importancia dentro de un modelo de negocio, por lo cual, para identificar claramente a cuál mercado va dirigido se desarrolla un mapa de empatía mismo que permitirá conocer aspectos relevantes sobre el comportamiento del cliente potencial.

**Tabla 19**  
*Mapa de empatía*



**Fuente:** Modelo de negocio  
**Elaborado por:** Autor

Una vez identificado los aspectos relevantes sobre el comportamiento del cliente, se puede deducir que el servicio va dirigido a personas de 15 en adelante, dado que forman parte de la población económicamente activa, quienes tienen la necesidad de adquirir el servicio de comida dado a diferentes motivos como la falta de tiempo, ocio, entre otros.

**Propuesta de valor**

El restaurante Delicias al paso ofrece un servicio de alimentación, mismo que cuenta una variedad de platos como son; entre semana se ofrece almuerzos y comida rápida, los fines de semana encebollados, pollos asados y comida rápida, buscando satisfacer una de las necesidades primarias básicas del ser humano, la cual es, brindar una alimentación sana a toda la población.



Por otro lado, para llegar a una mayor parte del mercado, se ofrecerá el servicio de delivery para aquellos clientes que, por diferentes motivos, no puedan asistir al establecimiento y soliciten su pedido al lugar donde se encuentren a través de una página web o por WhatsApp business.

Los clientes pagarán por un producto y servicio garantizado bajo los estándares de calidad, cumpliendo la norma de higiene legalmente establecidas y los tiempos acordados

### **Relación con los clientes**

Los clientes que prefieren al restaurante Delicias al paso, por encima de los demás, esperan recibir un servicio exclusivo, tanto del personal encargado de preparar los alimentos, como del personal que les brinda el servicio y de quien entrega el pedido en su domicilio.

Por ende, la interacción humana es muy necesaria dentro de este establecimiento, por lo cual el contacto será directo permitiendo entablar una estrecha relación con los clientes, es por esto que el negocio presenta lo siguiente:

- Asistencia personal, dado que se mantendrá una comunicación directa con los clientes ya que en el establecimiento la atención será realizada por un personal especializado en brindar un servicio al cliente de calidad con un trato amable quien receptorá el pedido y a su vez entregará lo solicitado. Por otro lado, al cliente solicitar el servicio de delivery se comunicará a través de WhatsApp business donde una persona encargada receptorá los diferentes pedidos con las características y cantidades que el cliente requiera. De igual forma, el cliente se podrá comunicar a través de medios digitales realizar reclamos, sugerencias, entre otros aspectos.
- Automatizada; se enviará publicidad recurrente a los clientes sobre las promociones o descuentos que se otorgará en el establecimiento en fechas establecidas.

- Individualizada, ya que un personal atenderá directamente cada uno de los requerimientos que el cliente lo solicite a través de WhatsApp business.

### **Canales**

Los canales dentro de un establecimiento son de suma importancia, ya que mediante estos se da a conocer el servicio y permite llegar a su consumidor final. Por ende, se debe determinar claramente los canales de distribución, venta y comunicación que se desarrollan dentro del restaurante Delicias al paso.

- *Canales de comunicación:* los canales utilizados para comunicarse con el cliente y dar a conocer el servicio que se oferta a través de publicidad masiva son las redes sociales como Facebook dado que actualmente es el medio más utilizado por la población. Por otro lado, también se utilizará WhatsApp business para aceptar los pedidos solicitados por el cliente.
- *Canales de venta:* El principal canal de venta es el local comercial donde ofrece su servicio el restaurante Delicias al paso, de igual manera se utiliza WhatsApp business donde se aceptará los pedidos que serán entregados a domicilio en las condiciones y tiempos acordados.
- *Canales de distribución:* el canal será directo dado que se comercializará el producto directamente en el local comercial sin la presencia de intermediarios comerciales, por otro lado también se maneja un servicio de delivery.

### **Fuentes de ingreso**

La principal fuente de ingreso del restaurante Delicias al paso es por el servicio de comida que ofrece a través del menú que presenta mismo que consiste en; de lunes a viernes ofrecer almuerzos y comida rápida, y fines de semana comida rápida, encebollados y pollos asados.

Los precios de los alimentos ofrecidos por el restaurante ya están establecidos, por ello los clientes están dispuestos a pagar los siguientes precios;

- Almuerzos: \$2.50
- Comida rápida: \$2.50
- Encebollados: \$2.50
- Pollos asados: \$12.00

La segunda fuente de ingreso es por venta de productos de terceros como gaseosas, aguas, jugos, entre otros, mismos que tienen su precio establecido por la empresa fabricante.

El restaurante ha acogido dos métodos de pago a la hora de cobrar a los clientes, el primero y comúnmente utilizado es el pago en efectivo ya que por su fácil manejo hace que la transacción se haga de una manera más rápida. Y el segundo método es el pago por transferencia, el cual al momento de pagar se le proporciona el número de cuenta para que proceda con el pago. Sin embargo, también existen clientes que requieren de otras formas de pago y que desean utilizar a la hora de cancelar por un servicio, mismos que son con tarjeta de crédito o débito ya que consideran que son medios de pago más seguros.

### **Actores clave**

Los socios clave principales del restaurante Delicias al paso son principalmente los proveedores que abastecen la materia prima necesaria para la elaboración de los diferentes platillos que se ofrece en el establecimiento. Además de las empresas que nos brindan todos los servicios básicos necesarios para la producción de platillos.

El restaurante cuenta con tres proveedores para cada materia prima principal ya que existe la posibilidad de que un proveedor no tenga en stock la mercadería que se solicita. Para empezar, los principales proveedores son los productores de papas, procesadores de pollos, carnicerías, arroceros, distribuidores de alimentos de consumo diario, agricultores y distribuidores de bebidas. Todos ellos son necesarios para poder empezar el proceso productivo del restaurante.

Los recursos claves que ofrecen los socios para la producción de platillos son varios; por una parte, la materia prima que ofrecen los proveedores y por otro los servicios básicos que ofrece la empresa pública y privada.

### **Actividades clave**

Las actividades claves que permiten el funcionamiento y permanencia en el mercado al restaurante Delicias al paso son las siguientes:

- Actividades para general valor: servicio de comida mediante la elaboración de los diferentes platillos que se ofrecen en el restaurante .
- Actividades para los canales de distribución: publicidad masiva en diferentes canales de comunicación como redes sociales donde se plasmarán los descuentos, promociones, entre otros.
- Actividades para las relaciones con los socios y clientes: control de calidad de la materia prima, elaboración del menú semanal para los almuerzos, atención personalizada tanto a clientes como proveedores, innovación constante dentro del servicio, servicio de delivery de calidad.
- Actividades para fuentes de ingreso: adquisición de la materia prima e insumos, compra de productos de terceros.
- Otras actividades: manejo de logísticas para la entrega a domicilio.

### **Recursos clave**

Los recursos claves son aquellos que permiten el desenvolvimiento de las actividades que se desarrollan dentro del establecimiento, considerando recursos financieros, materiales y humanos.

- *Recursos financieros*: capital de trabajo y reservas para casos imprevistos.
- *Recursos materiales*: la infraestructura necesaria para poner en marcha las actividades del negocio, la maquinaria, menaje de cocina y materia prima

necesaria para elaborar los diferentes platillos y motocicleta para la entrega de los pedidos.

- *Recursos humanos:* personal con experiencia tanto en la elaboración de alimentos como en servicio al cliente.

### **Estructura de costos**

Los principales costos que permiten el funcionamiento del restaurante son los servicios básicos, materia prima, mano de obra tanto de producción, venta y administración, adquisición de producto de terceros, mantenimiento y combustible del vehículo que se va a ocupar para la entrega de un servicio de Delivery.

Los recursos clave que cuestan más son la materia prima, ya que al momento de comprarlos se desembolsa gran parte de los recursos económicos, el pago de la nómina del restaurante, esto debido a que existen 5 colaboradores y ellos reciben una remuneración por su trabajo.

La actividad que cuesta más es la producción de los alimentos ya que dentro de esta actividad existe un conjunto de recursos necesarios dado que se basa en la cantidad comida a producto y el servicio del delivery ya que consume el recurso del combustible.

## **4.4 Estudio de mercado**

### **4.4.1 Objetivo**

Desarrollar el estudio de mercado con el fin de conocer las necesidades del segmento estudiado mediante una encuesta y así realizar un análisis de la oferta y la demanda.

### **4.4.2 Diseño de la investigación de mercados**

El enfoque de investigación que se utiliza para la ejecución del plan de negocio es cualitativo y cuantitativo, puesto que estos tipos de investigación permite analizar el comportamiento de las personas y a su vez cuantificar el nivel de aceptación que tiene la

presente propuesta mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos, en este caso, la encuesta.

Para poder aplicar la encuesta es necesario mencionar que dicho instrumento de recolección de datos será aplicado solamente a clientes que han visitado o conocen los servicios que ofrece el restaurante “Delicias al Paso”, debido a que son las principales personas que conocer las deficiencias que presenta este negocio.

### VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO.

**Tabla 20**

*Matriz de variables del estudio de mercado*

| <b>OBJETIVO GENERAL</b>   | <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>  | <b>VARIABLE</b> | <b>INDICADORES</b>  | <b>TECNICAS</b> |
|---|---|-----------------|---|-----------------|
| <b>Diseñar el plan de negocios del restaurante DELICIAS AL PASO de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.</b> | Determinar la demanda existente del servicio del restaurante Delicias al Paso.  | Demanda         | Nivel de aceptación<br>Frecuencia de consumo<br>Servicios que demandan        | Encuesta        |
|   | Conocer que productos oferta la competencia en relación al restaurante Delicias al Paso.  | Oferta          | Variedad de platos<br>Volumen de venta  | Encuesta        |
|   | Conocer cuáles son las características que la gente quiere del servicio que brinda el restaurante Delicias al Paso.                     | Producto        | Presentación<br>Característica de los productos                               | Encuesta        |
|   | Establecer los precios a los platos que se ofertan en el restaurante Delicias al Paso.  | Precio          | Precio de la competencia<br>Capacidad de pago del consumidor<br>Forma de pago | Encuesta        |
|   | Identificar la plaza mediante el cual se realiza la comercialización del servicio de comida que ofrece el restaurante Delicias al Paso. | Plaza           | Canal de distribución<br>Redes sociales                                       | Encuesta        |
|   | Definir un plan de negocios para implementar nuevas estrategias de publicidad.  | Promoción       | Canales de difusión<br>Medios digitales<br>Medios impresos<br>Promoción       | Encuesta        |

**Fuente:** “Estudio de mercado”

**Elaborado por:** Autor

#### 4.4.3 Segmentación de mercados

Consiste en la división de un mercado total al cual va dirigido un producto o servicio en categorías o grupos pequeños que sean relativamente homogéneos, es decir que presenten aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los mismos sean diferentes entre sí, esto permitiendo conocer de mejor manera el comportamiento del mercado (Feijoo, et al., 2018).

Los principales clientes del restaurante Delicias al paso son la población que reside en la parroquia de El Quinche, turistas de diferentes lugares tanto nacionales como internacionales, trabajadores, entre otros. Sin embargo, la presente propuesta va dirigida a la población general de la parroquia.

#### 4.4.4 Variables de segmentación

Para definir el mercado objeto al cual va dirigida la presente propuesta y donde se desarrollará la investigación que permita recolectar datos relevantes para el proyecto se consideran cuatro principales variables que determine el segmento de mercado, por ende en la Tabla 21 se detallan cada una de ellas.

**Tabla 21**  
*Variables de segmentación*

| SEGMENTACION | DESCRIPCION  |
|--------------|--|
| Geográfica   | El Quinche   |
| Demográfica  | Población económicamente activa entre los 15 años y 65 años de la parroquia. |
| Psicográfica | Estilo de vida<br>Falta de tiempo  |
| Conductual   | Ocasión de compra<br>Busca facilidad de consumo                              |

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Autor

#### 4.4.5 Mercado potencial

El mercado potencial al cual va dirigido la presente propuesta se establece partiendo de la segmentación de mercado donde se plantearon variables geográficas, demográficas,

psicográficas y conductuales, permitiendo identificar el perfil de los clientes a quien se desea llegar. Por ende, el mercado objetivo está compuesto por la población económicamente activa del cantón mismos que se encuentran personas de 15 a 65 años que residen en la parroquia de El Quinche representando el 47.30% de la población total de la parroquia, quienes por su estilo de vida no pueden llegar a su domicilio para preparar sus alimentos o no desean salir de sus hogares por lo que necesitan un servicio de Delivery. De igual manera aquellos clientes que buscan la facilidad al consumir productos alimenticios ya preparados y dado a que presentan ocasión de compra pues los platos que ofrece el restaurante son de consumo diario.

**Tabla 22**  
*Mercado meta*

| <b>MERCADO META</b>   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|
| <b>Criterio</b>   | <b>Porcentaje</b> | <b>Estimación</b> |
| Población 2020 (proyectada)                                 |                   | 20500             |
| Población económicamente activa entre los 15 años y 65 años | <b>47,30%</b>     | <b>9697</b>       |

**Fuente:** (Tenencia Política de la Parroquia de El Quinche, 2022)

**Elaborado por:** Autor

#### **4.4.6 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra**

El cálculo de la muestra permite definir la cantidad de personas a quienes se realizará la respectiva investigación para recopilar información relevante que contribuya al desarrollo del proyecto, cabe mencionar que estas deben estar dentro del mercado objeto al cual va dirigido la presente propuesta.

Por ende, que el tipo de muestreo a utilizar es no probabilístico bajo la metodología de bola de nieve dado que permitirá conocer el comportamiento del segmento de mercado al que va dirigido la presente propuesta, por ende se utilizará la herramienta de Google Forms mismo que se enviará a los clientes que cumplan determinadas características y se encuentren dentro de los siguientes aspectos; clientes de la zona, lista de clientes del restaurante y clientes que visitan el local físico. También se solicitará la colaboración a los encuestados para que reenvíen a sus contactos que cumplan con estas características y así cumplir la metodología bola de nieve.



Al ser un muestreo no probabilístico, según el criterio del investigador se sugiere la aplicación de 381 encuestas al segmento de mercado al que va enfocado la propuesta dado que se considera que dicha cantidad de encuestas permitirán obtener información relevante sobre el mercado a través de los cuales se identificará la factibilidad del plan de negocio.

#### **4.4.7 *Análisis e interpretación de resultados***

Las encuestas se aplicaron a 381 personas de la Población Económicamente Activa de la parroquia de El Quinche quienes oscilan de 15 a 65 años, el medio utilizado para la aplicación del instrumento fue electrónico a través de la herramienta de Google Forms mediante un cuestionario previamente aprobado con la finalidad de recolectar información útil para el proyecto.

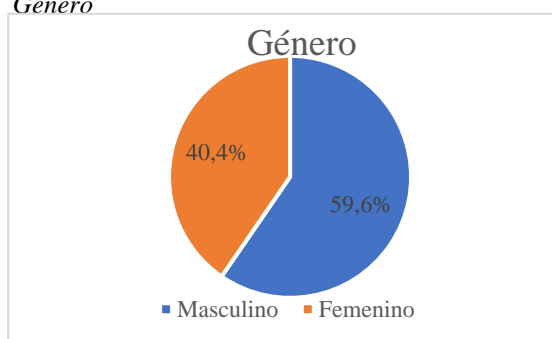
##### **Análisis de la encuesta**

Los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta a la población de la parroquia de El Quinche permitirán determinar el nivel de aceptación de la presente propuesta dirigida a la ampliación del restaurante Delicias al paso.

##### *Género*

##### **Ilustración 9**

##### *Género*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

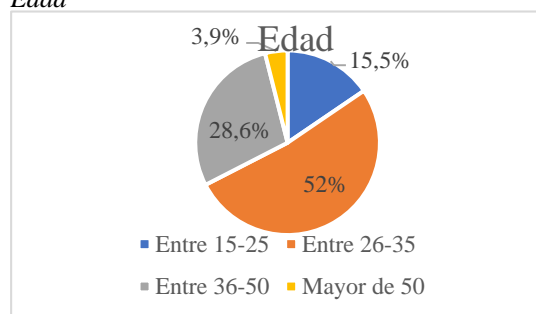
##### **Análisis:**

Una vez aplicada la encuesta a la población económicamente activa se concluye que la mayor parte de los encuestados pertenece al género masculino, con una diferencia de 19.2% con el género femenino, permitiendo una percepción amplia para conocer el comportamiento de cada uno.

### *Edad*

**Ilustración 10**

*Edad*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

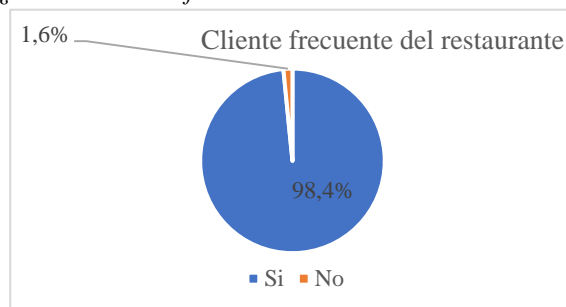
### **Análisis:**

El mercado meta es la población económicamente activa de entre 15 años a mayores de 50 años, es así que, una vez aplicada la encuesta se conoce que la mayoría de los encuestados se encuentran entre 26 a 35 años, seguido de aquellos que tiene una edad entre 36 y 50 años; luego aquellos con una edad entre 15 y 25 años y por último, representando una minoría aquellos que superan los 50 años.

#### *1. ¿Es usted cliente frecuente de este local?*

**Ilustración 11**

*¿Es usted cliente frecuente de este local?*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.  
**Elaborado por:** Autor

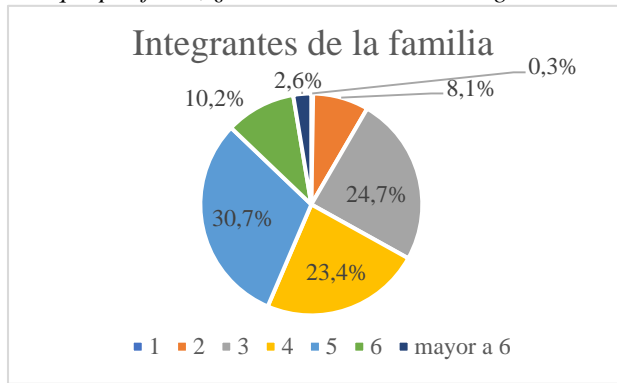
**Análisis:**

Del total de la población encuestada la mayor parte de los encuestados son clientes frecuentes, es decir asisten recurrentemente al restaurante Delicias al paso y una minoría respondió que no es cliente frecuente, esto debe a que hizo uso de los servicios del restaurante muy pocas veces dado a diferentes motivos.

2. Indique por favor, ¿cuál es el número de integrantes en su familia?

**Ilustración 12**

*Indique por favor, ¿cuál es el número de integrantes en su familia?*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.  
**Elaborado por:** Autor

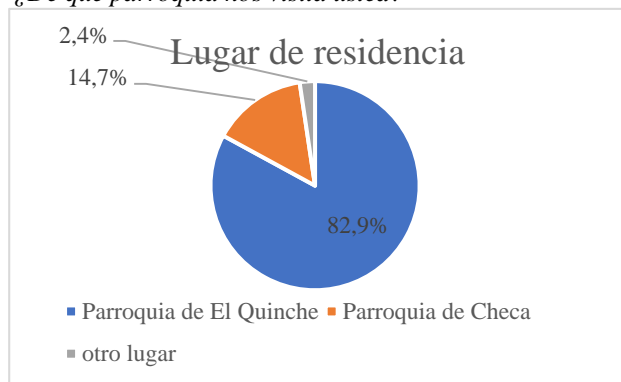
**Análisis:**

De los datos obtenidos de la encuesta se conoce que la mayoría de los encuestados cuentan con 5 integrantes de la familia, seguido de 3 integrantes, posterior de 4 personas, luego de 6, en seguida de 2 integrantes, inmediatamente mayor a 6 personas y una minoría presenta solo con 1 integrante. Esta información es relevante para el desarrollo del proyecto, ya que se conoce el número de clientes que se alcanza con el servicio.

### 3. ¿De qué parroquia nos visita usted?

#### Ilustración 13

¿De qué parroquia nos visita usted?



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

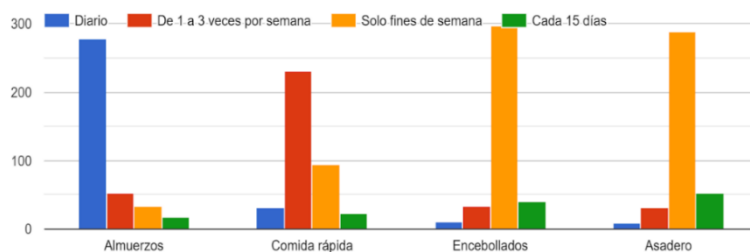
#### Análisis:

De la población encuestada se conoce que la mayoría de las personas residen en la parroquia de El Quinche siendo beneficioso para el proyecto dado que el restaurante se encuentra ubicado en dicho lugar, posteriormente de aquellos que residen en la parroquia de Checa, lugar que es aledaño a la parroquia en la que se realiza la investigación y por último con una minoría se encuentran de aquellos que residen en otros lugares dado que solo asistente al sector en diferentes ocasiones.

### 4. Cada vez que visita el establecimiento, ¿cuáles son los platos que consume y con qué frecuencia? Puede escoger varios

#### Ilustración 14

Cada vez que visita el establecimiento, ¿cuáles son los platos que consume y con qué frecuencia? Puede escoger varios



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.  
**Elaborado por:** Autor

### **Análisis:**

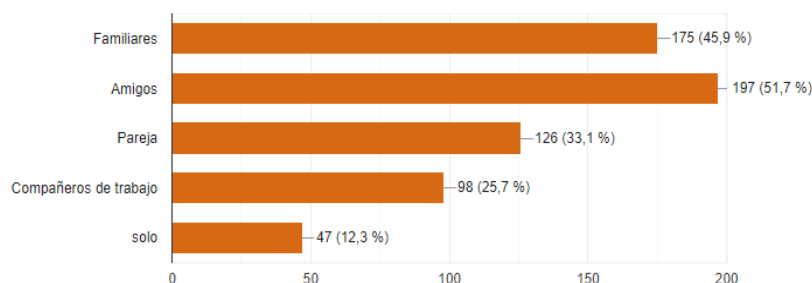
De acuerdo a los datos obtenidos, los encuestados manifiestan; en el caso de los almuerzos, 278 personas consumen todos los días, sin embargo 103 encuestados manifiestan consumir ocasionalmente ya sea de 1 a 3 veces por semanas, solo fines de semana o cada 15 días dado que adquieren otro tipo de planillo que se ofrece en el lugar o consumen en otros restaurantes; en cuanto a la comida rápido, 231 clientes consumen de uno a tres veces por semana y el restante de encuestados lo hacen solo los fines de semana, cada 15 días y una minoría lo hace diario. En relación al encebollado, 297 encuestados consumen este planillo los fines de semana dado que es el día que se ofrece en el restaurante, sin embargo algunos lo consumen cada 15 días, y una minoría lo hace ya sea de 1 a 3 veces por semana o diario dado que en ocasiones el cliente solicita estos platillos los días que no se prepara el lugar. Por último, las personas manifiestan que 289 encuestados consumen pollo asado los fines de semana, y los 92 restantes lo hacen ya sea cada 15 días, de 1 a 3 veces por semana o diario, siendo estos últimos solicitados por los mismos clientes, dado que en el restaurante no se elabora entre semana este producto.

Esta información es importante para el proyecto dado que permite identificar la frecuencia de consumo que presentan los clientes hacia los planillos ofertados en el restaurante Delicias al paso y así determinar la demanda de los platillos semanalmente.

### *5. ¿Con quién/es visita el local?*

#### **Ilustración 15**

*¿Con quién/es visita el local?*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.  
**Elaborado por:** Autor

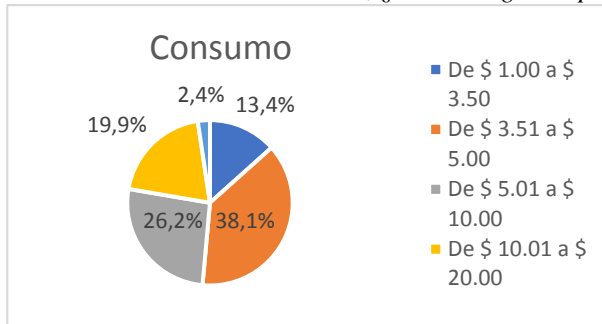
**Análisis:**

De la población encuestada se conoce que de las 381 encuestas realizadas, 175 encuestados se acercan al restaurante con familiares; 197 los acompañan sus amigos; 126 visita el local con su pareja; 98 personas van al restaurante con compañeros de trabajo y 47 encuestados van al restaurante solo. Permitiendo identificar que la mayoría de los encuestados asisten al restaurante Delicias al paso con sus amigos, seguido de con familiares dado que, como lo manifestaron los encuetados este lugar presenta un ambiente familiar y amigable lo que les hace sentir cómodos compartir con personas cercanas a ellos.

6. *Cuando visita el establecimiento, ¿cuál es el gasto aproximado por persona de sus consumos?*

**Ilustración 16**

*Cuando visita el establecimiento, ¿cuál es el gasto aproximado por persona de sus consumos?*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.  
**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

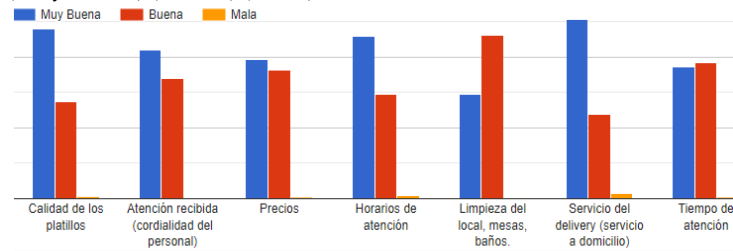
De los datos obtenidos de la encuesta, se identifica que la mayoría de los encuestados gastan por cada persona aproximadamente en su consumo de \$3,51 a \$5,00, seguido de aquellos que gastan de \$5,01 a \$10,00 por persona, posterior de quienes lo hacen de \$10,01 a \$20,00 cada uno, luego aquellos que consumen de \$1,00 a \$3,50, y por último las personas

que gastan valores superiores a \$20,01, esto dependiendo del platillo solicitado por los clientes.

7. *En torno a la satisfacción del cliente ¿Cómo valoraría usted los siguientes aspectos? Califíque desde (Muy buena) (Buena) (mala)*

**Ilustración 17**

*En torno a la satisfacción del cliente ¿Cómo valoraría usted los siguientes aspectos? Califíque desde (Muy buena) (Buena) (mala)*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

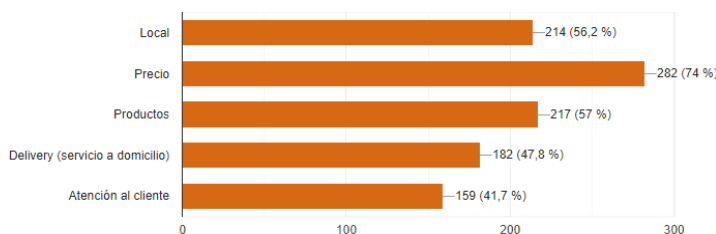
**Análisis:**

En base a los datos obtenidos por la encuesta realizada a la población de la parroquia El Quinche se identifica la satisfacción que presentan los clientes con relación a la calidad de los platillos, la atención recibida por el personal, los precios, los horarios de atención, la limpieza del local, el servicio de delivery y el tiempo de atención, donde se identifica que la mayoría de los encuestados califican dichos aspectos como muy buenos o buenos, sin embargo una minoría indica que el servicio de delivery que se maneja actualmente es malo dado presenta algunas deficiencias como la demora en la entrega del producto, así como los platillos solicitado no llegan en las mejores condiciones.

8. *¿Qué aspectos del establecimiento valora usted como positivos, en relación a la competencia?*

**Ilustración 18**

*¿Qué aspectos del establecimiento valora usted como positivos, en relación a la competencia?*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.  
**Elaborado por:** Autor

### **Análisis:**

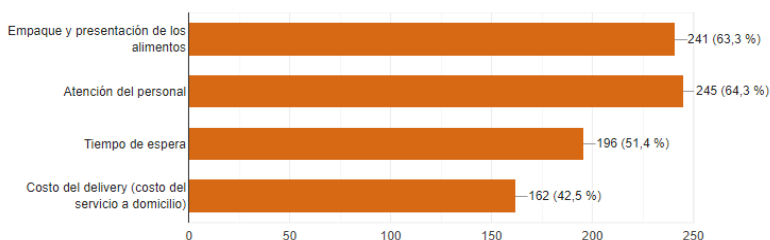
De la población encuestada se conoce que la mayoría de las personas manifiestan que el precio es el aspecto más positivo que presenta el restaurante, dado que es inferior frente al de la competencia, seguido de los productos ya que son de calidad y con sabor distinto a los ofertados en otros restaurantes.

De igual manera, algunos encuestados indican que el local es un factor que diferencia al restaurante Delicias al paso dado que siempre se encuentra limpio y presenta un ambiente familiar y amigable donde se siente cómodos. Otros establecen que también es el servicio de delivery dado que a comparación de otros negocios no se necesita esperar mucho tiempo para solicitar el pedido, y por último la atención al cliente dado que manifiestan que los trabajadores del lugar son amables y cordiales en el trato al momento de tomar los pedidos y entregar los platillos solicitados.

### *9. Respecto al servicio del delivery (servicio a domicilio), ¿Qué aspectos usted considera relevantes?*

#### **Ilustración 19**

*Respecto al servicio del delivery (servicio a domicilio), ¿Qué aspectos usted considera relevantes?*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.  
**Elaborado por:** Autor

### **Análisis:**

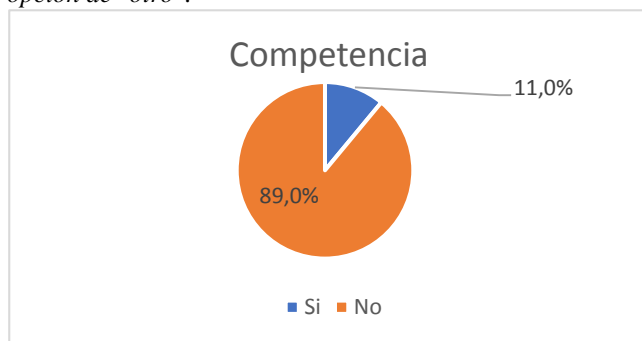


A través de la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas, se identifica que la mayoría de los encuestados manifiestan que dentro del servicio de delivery es importante la atención del personal tanto de quienes realizan la recepción de pedidos como del personal que los entrega, seguido del empaque y la presentación dado que estos los mantienen en buenas condiciones hasta llegar al consumidor. Luego es el tiempo de espera dado que consideran que es un factor relevante, ya que tanto al momento de solicitar el pedido como en la entrega debe ser un servicio rápido. Por último, el costo del servicio, dado que debe ser cómodo y que no sobre pase el costo del platillo solicitado.

10. *¿Conoce usted otro restaurante en la zona que ofrezca el servicio de delivery (servicio a domicilio)? si usted conoce otro restaurante que ofrezca el mismo servicio, por favor, coloque su nombre en la opción de "otro".*

**Ilustración 20**

*¿Conoce usted otro restaurante en la zona que ofrezca el servicio de delivery (servicio a domicilio)? si usted conoce otro restaurante que ofrezca el mismo servicio, por favor, coloque su nombre en la opción de "otro".*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

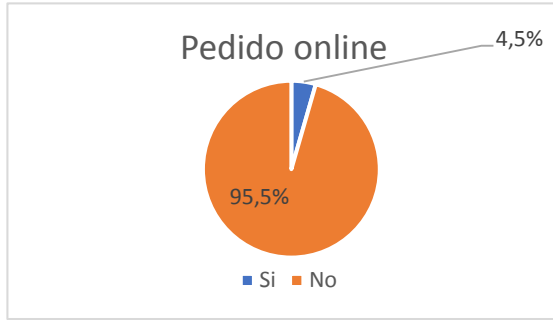
**Análisis:**

Mediante la aplicación de la encuesta se determinó que la mayoría de los clientes del restaurante no conocen otro restaurante que ofrezca el servicio de delivery dentro de la parroquia, sin embargo una minoría si conoce establecimientos que lo brinden como; Papas del colombiano, Fritadas Obando, “La Parrilla del Chef”, La esquina de Ales y El Granjero Asadero.

11. *Ha hecho usted un pedido al establecimiento vía online (WhatsApp)*

**Ilustración 21**

*Ha hecho usted un pedido al establecimiento vía online (WhatsApp)*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

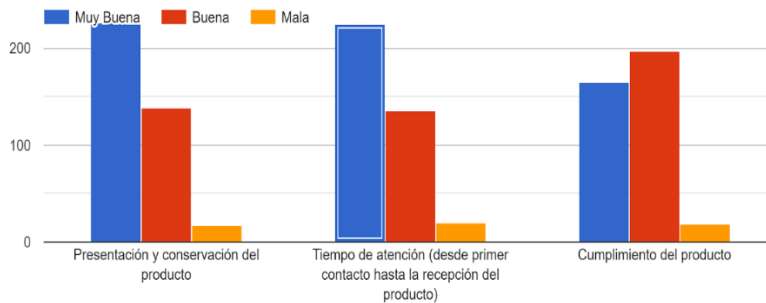
**Análisis:**

A través de la aplicación de la encuesta se conoce que la mayoría de los encuestados indican no haber realizado pedidos vía online a través de WhatsApp dado que en algunos casos desconocían que el restaurante brinda este tipo de servicio y en otros prefieren asistir al restaurante de manera presencial. Sin embargo, solo una minoría si han hecho uso de este servicio.

12. *Si ha pedido online, califique lo siguiente:*

**Ilustración 22**

*Si ha pedido online, califique lo siguiente:*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

### **Análisis:**

De acuerdo a la pregunta anterior, las personas que si han realizado pedidos vía online indican que, de acuerdo con aspectos como la presentación y conservación del producto, el tiempo de atención y el cumplimiento del producto lo califican como muy buena y en algunos buena como por ejemplo, en el caso del cumplimiento del producto la mayoría califica este servicio como buena, en cambio en la presentación y tiempo de espera lo hacen como muy buena. Por otro lado, una minoría califica a los tres aspectos como mala dado a la experiencia que ellos han obtenido al solicitar este servicio.

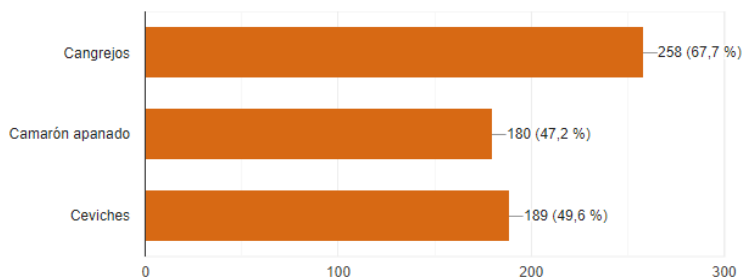
### *13. De la oferta actual de productos, ¿qué otros platos sugerirían adicionar al menú?*

#### **Ilustración 23**

*De la oferta actual de productos, ¿qué otros platos sugerirían adicionar al menú?*

De la oferta actual de productos, ¿Qué otros platos le sugeriría adicionar al menú?

381 respuestas



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

### **Análisis:**

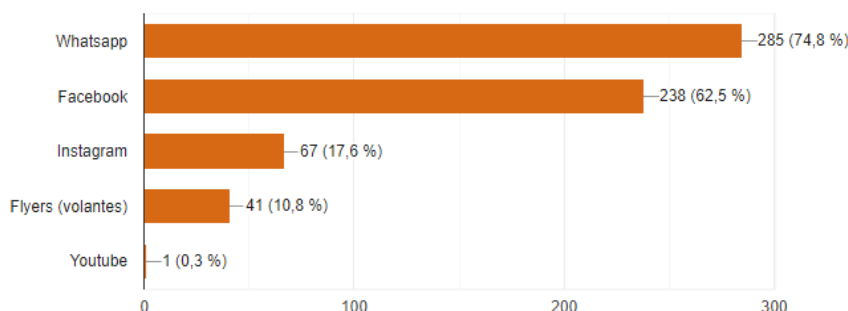
A través de las encuestas aplicadas se identifica que la mayor parte de los encuestados manifiestan que sería una buena opción implementar en el menú cangrejos considerando que

tendría una buena acogida en el lugar, seguido de camarones apanadas y por último ceviches ya sea de pollo, camarón, concha o mixtos.

*14. Como les gustaría que nos contactemos con usted para conocer nuestros servicios y las ofertas que este establecimiento brinda.*

**Ilustración 24**

*Como les gustaría que nos contactemos con usted para conocer nuestros servicios y las ofertas que este establecimiento brinda*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

A través de la encuesta aplicada se conoció que los clientes prefieren conocer el servicio mediante las redes sociales dado que no confían en la publicidad impresa. Por ende, la mayoría prefiere conocer a través de WhatsApp dado a la facilidad que esta aplicación presenta ya que se podría obtener toda la información sobre los productos ofertados. Seguido de Facebook dado que esta aplicación actualmente es una de las más utilizada por la población en general, dado que permite visualizar a través de imágenes los productos que ofrecen así como las promociones o descuentos que se realicen en fechas determinadas, de igual manera poder visualizar las reseñas que personas que han consumido en el lugar indican.

Posterior se encuentra Instagram dado que es una aplicación donde se puede encontrar imágenes o videos de los productos ofertados y ver los comentarios realizados por clientes del restaurante. Posterior, con una minoría, se encuentran los volantes dado que consideran

un mecanismo convencional y en muchos casos este tipo de medio lo prefieren personas que no utilizan redes sociales. Por último, mediante YouTube dado que consideran que a través de influencer podrían conocer los productos que se ofrecen en el restaurante, ya que estos podrían recomendar.

Esta información es importante ya que permitirá establecer las estrategias de venta y promociones para los clientes.

15. *¿Estaría usted de acuerdo que el establecimiento mejore su propuesta con relación a los productos y servicios ofertados, mediante la ampliación del servicio de delivery (entrega a domicilio) con una mejor presentación y oferta de platillos, así como la ampliación física del lugar para incrementar la capacidad que este actualmente presenta?*

**Ilustración 25**

*¿Estaría usted de acuerdo que el establecimiento mejore su propuesta con relación a los productos y servicios ofertados, mediante la ampliación del servicio de delivery (entrega a domicilio) con una mejor presentación y oferta de platillos, así como la ampliación física del lugar para incrementar la capacidad que este actualmente presenta?*



**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

Del total de la población encuestada se conoció que la mayoría de las personas están de acuerdo con la ampliación del restaurante tanto con la implementación del servicio de delivery, como el incremento de la capacidad del mismo. Sin embargo, solo una minoría no

está de acuerdo con lo antes mencionado dado que consideran que el restaurante se encuentra en adecuadas condiciones.

### Análisis de la matriz de observación

Se elaboró una matriz de observación con la finalidad de conocer aspectos relevantes de los principales restaurantes de la parroquia de El Quinche, permitiendo obtener información referente a los productos, precios, cantidades ofertadas, presentación, entre otros aspectos necesarios que permitan analizar la oferta existente en el mercado.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**Y ECONÓMICAS**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**  
**OFERTA DE PRODUCTOS IGUALES O SUSTITUTOS**

**Objetivo:** Conocer los productos ofertados en la parroquia El Quinche, considerando el precio, cantidad comercializada semanalmente, presentación, entre otros aspectos.

#### Ficha de observación

| Establecimiento            | Producto          | Precio | Cantidad diaria | Presentación                             | Observación  |
|----------------------------|-------------------|--------|-----------------|--|--|
| Cevichería El Cianse – 04  | Ceviches          | 6.00   | 10              |  | Solo vende mariscos.                                     |
|                            | Maremotos         | 7.00   | 5               |  | No tiene servicio a domicilio.                           |
|                            | Encebollados      | 3.00   | 30 a 35         |  |  |
|                            | Arroz marinero    | 6.00   | 5               |  |  |
|                            | Cangrejos         | 8.00   | 3               |  |  |
|                            | Arroz con camarón | 7.50   | 12              |  |  |
|                            | Arroz con corvina | 6.50   | 15              |  |  |
| Restaurante “Doña Laurita” | Desayunos         | 2.50   | 20              |  | Diferente menú cada día.                                 |
|                            | Almuerzos         | 2.75   | 28              |  | No tiene servicio a domicilio.                           |
|                            | Meriendas         | 2.75   | 15              |  |  |
| Mega Pollo Asadero         |                   |        |                 | 1 porción de papas                       | Vende al día 30 a 35 pollos.                             |
|                            |                   |        |                 | 1 porción de arroz                       | Atiende todos los días de la semana.                     |
|                            | Pollo entero      | 20     |                 | 1 porción de ensalada                    | No tiene servicio a domicilio, está pensando en colocar. |
|                            |                   |        |                 | 4 sopas                                  |  |
|                            | Medio pollo       | 11.50  |                 | 1 porción de papas<br>1 porción de arroz |  |

| Establecimiento            | Producto             | Precio | Cantidad diaria | Presentación   | Observación   |  |
|----------------------------|----------------------|--------|-----------------|--|---|--|
|                            |                      |        |                 | 1 porción de ensalada                                    |   |  |
|                            |                      |        |                 | 2 sopas  |   |  |
|                            | Papi pollos          | 2.50   |                 | Con cola personal  |   |  |
|                            | Salchipapas          | 2.00   | 15              |  |   |  |
|                            | Completas            | 3.75   | 7               |  |   |  |
| <b>La esquina de Ales</b>  | Pollo entero         | 19.50  |                 | 1 porción de papas                                       | Vende al día 40 a 45 pollos.  |  |
|                            |                      |        |                 | 1 porción de arroz                                       | Atiende todos los días.   |  |
|                            |                      |        |                 | 1 porción de ensalada                                    | Vende solo pollos asados.   |  |
|                            |                      |        |                 | 4 sopas  | Si tiene servicio a domicilio.  |  |
|                            | Medio pollo          | 11.00  |                 | 1 porción de papas                                       |   |  |
|                            |                      |        |                 | 1 porción de arroz                                       |   |  |
|                            |                      |        |                 | 1 porción de ensalada                                    |   |  |
|                            |                      |        |                 | 2 sopas  |   |  |
| <b>El Granjero Asadero</b> | Pollo entero         | 20     |                 | 2x1  | Vende al día 20 a 27 pollos.  |  |
|                            |                      |        |                 | 1 porción de papas                                       | Atiende todos los días.   |  |
|                            |                      |        |                 | 1 porción de arroz                                       | Si tiene servicio a domicilio   |  |
|                            |                      |        |                 |  | 3 sopas   |  |
|                            | Medio pollo          | 12     |                 |  | 1 porción de papas  |  |
|                            |                      |        |                 |  | 1 porción de ensalada   |  |
|                            |                      |        |                 |  | 1 sopa  |  |
| Papi pollos                | 3.00                 | 10     |                 | Con cola   |   |  |
| Salchipapas                | 2.00                 | 8      |                 | Con cola   |   |  |
| Completas                  | 3.75                 | 7      |                 | Con cola   |   |  |
|                            | Almuerzos            | 2.75   | 20              |  |   |  |
| <b>Restaurante Verito</b>  | Encebollado          | 2.50   |                 | Acompañado de porción de chifle y canguil                | Sábados se vende 50 encebollados y los domingos 100                       |  |
|                            | Encebollado mixto    | 5.00   | 50 a 100        | Albacora, camarón, calamar                               |   |  |
|                            |                      |        |                 | Porción de chifle y canguil                              |   |  |
|                            | Encebollado múltiple | jul-50 |                 | Albacora, camarón, calamar, pulpo, concha                |   |  |
|                            |                      |        |                 | Porción de chifle y canguil                              |   |  |
|                            | Arroz marinero       | 7.50   | 3               | Camarón, calamar, pulpo, concha, maduro frito y aguacate |   |  |
|                            | Arroz con conchas    | 6.50   | 3               |  |   |  |
| Arroz con camarón          | 5.50                 | 5      |                 |  |   |  |
| Bandera marinera           | 8.50                 | 3      |                 |  |   |  |
|                            | Corvina apanada      | 2.50   | 20 a 40         |  | Sábado 20 corvinas apanadas y domingo de 30 a 40 corvinas aproximadamente |  |
|                            | Guatita              | 2.50   | 10 a 20         |  | Sábado 10 guatitas y domingo 20 aproximadamente                           |  |

| Establecimiento        | Producto                   | Precio | Cantidad diaria | Presentación  | Observación   |
|------------------------|----------------------------|--------|-----------------|---|---|
|                        | Yahuarlocro                | 2.50   | 8               |   |   |
|                        | Ceviche de concha          | 6.50   | 6               | Porción de chifle y arroz   |   |
|                        | Ceviche de camarón         | 5.50   | 7               | Porción de chifle y arroz   |   |
|                        | Camarones apanados         | 5.00   | 10 a 20         | Porción de arroz, papas fritas, ensalada, aguacate                          | Sábado 10 camarones apanados y domingo 20   |
|                        | Caldo de bagre             | 3.00   | 5               |   |   |
|                        | <b>Entradas</b>            |        |                 |   | Si tiene servicio a domicilio   |
|                        | Ceviche de camarón         | 6.00   | 2               | Acompañado de: en salsa roja o encurtida, chifles, canguil, tostado         | Lo que más se vende es la corvina frita, apanada, el encebollado, los camarones apanados, pollo al grill. |
|                        | Ceviche mixto              | 6.00   | 3               | Acompañado de: encurtido, chifles, canguil, tostado                         | Lo demás platos se vende dos aproximadamente los fines de semana.   |
|                        | Ceviche de pescado         | 4.50   | 2               | Acompañado de: encurtido, chifles, canguil, tostado                         |   |
|                        | Encebollado                | 2.50   | 35              | Acompañado de: chifles, canguil, tostado                                    |   |
|                        | Sopa del día               | 2.50   | 3               | A criterio del chef   |   |
|                        | <b>Platos fuertes</b>      |        |                 |   |   |
| "La Parrilla del Chef" | Churrasco de res o pollo   | 4.50   | 2               | Acompañado de: arroz, papas fritas, ensalada fresca, huevo frito            |   |
|                        | Bistec de carne            | 3.50   | 2               | Acompañado de: arroz, papa salteada, legumbres al vapor, carnes en su salsa |   |
|                        | Chuleta de chanco          | 3.50   | 2               | Acompañado de: arroz, menestra, papa frita o salteada                       |   |
|                        | Pollo apanado o al grill   | 2.50   | 10              | Acompañado de: arroz, legumbres al vapor, papa frita                        |   |
|                        | Corvina apanada o al grill | 2.50   | 25              | Acompañado de: arroz, legumbres al vapor, papa salteada                     |   |
|                        | Corvina frita              | 5.00   |                 | Acompañado de: encurtido, con concha, camarón, papa frita                   |   |
|                        | Camarones apanados         | 5.50   | 15              | Acompañado de: arroz, ensalada, papa frita, salsa                           |   |

**Análisis:**



Después de haber realizado la observación a distintos establecimientos ubicados en la parroquia, se identificó que existe una gran variedad de platillos ofertados como son platos costeños, ceviches, desayunos, almuerzos, meriendas, comida rápida como pollos asados, salchipapas, completos, entre otros. Sin embargo, los platillos más adquiridos por los consumidores son los encebollados, dado que en un promedio, se comercializan de 30 a 100 platos, seguido de los pollos asados de 40 a 45 diarios.

En relación al precio, se identifica una variedad de valores ya que depende del platillo que se ofrece, por ejemplo, los platillos más costosos son la comida costeña dado que oscilan desde \$3.00 a \$8.00, con relación a los almuerzos a \$2.75, los pollos enteros a \$19.50 o \$20.00 y demás platillos que se encuentra desde \$2.00 a \$5.00 dependiendo del lugar.

Por último, cada establecimiento brinda diferentes presentaciones y acompañantes, por ejemplo con los pollos asados brindan con una porción de papas, en los encebollados con una porción de chifle y canguil o arroz en otros casos y en la comida rápida brindan un vaso de cola.

#### ***4.4.8 Análisis de la demanda***

La demanda consiste en el número de productos que las personas estarían en capacidad de consumir en un tiempo establecido, con la finalidad de satisfacer las necesidades, que en este caso es la alimentación. Por ende, el servicio que brinda el restaurante Delicias al paso está enfocado para la población económicamente activa de la parroquia de El Quinche, esto debido a que el restaurante en cuestión pertenece a dicho lugar. Cabe mencionar que también está dirigido para los turistas que asisten diariamente a la parroquia. Sin embargo, la presente investigación va dirigida solamente para las personas que residen en el lugar dado que son clientes frecuentes y con esto permitirá conocer las necesidades y comportamiento de los mismos.

La investigación está dirigida a personas de 15 a 65 años, es decir aquellos que forman parte de la población económicamente activa de la parroquia, representando el 47,30% del

total de la población del lugar. Sin embargo, el presente proyecto se desarrolla mediante un muestreo no probabilístico, por lo cual la identificación de la demanda se consideran los datos obtenidos en las encuestas realizadas a 381 personas.

Según los datos, específicamente de la pregunta 15, el proyecto presenta un nivel de aceptación de 98,40%, es decir 375 personas encuestas están de acuerdo que se realice la ampliación del restaurante tanto física como del servicio de delivery. Por lo cual, para conocer la demanda potencial se determina la cantidad de productos demandados considerando la frecuencia de consumo en base a la pregunta 4 estableciendo la participación por frecuencia y por producto.

**Tabla 23**  
*Frecuencia de consumo*

| <b>TOTAL DEMANDA</b>      |                  |                      |                     |                        |
|---------------------------|------------------|----------------------|---------------------|------------------------|
|                           | <b>Almuerzos</b> | <b>Comida rápida</b> | <b>Encebollados</b> | <b>Pollos asaderos</b> |
| Diario                    | 68               | 8                    | 2                   | 2                      |
| De 1 a 3 veces por semana | 13               | 57                   | 8                   | 8                      |
| Solo fines de semana      | 8                | 23                   | 73                  | 1                      |
| Cada 15 días              | 4                | 6                    | 10                  | 13                     |

**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

Con lo antes obtenido, se calcula la demanda anual que presentan los platillos ofertados en el restaurante Delicias al paso, identificando una cantidad anual de 23.936 almuerzos, 12.680 comida rápida, 6.110 encebollados y 5.848 pollos asados, siendo así una demanda total de 48.574 platillos.

**Tabla 24**  
*Demanda total anual*

| <b>DEMANDA TOTAL ANUAL</b> |                  |                      |                     |                      |
|----------------------------|------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
|                            | <b>Almuerzos</b> | <b>Comida rápida</b> | <b>Encebollados</b> | <b>Pollos asados</b> |
| Diario                     | 21.405           | 2.464                | 770                 | 616                  |
| De 1 a 3 veces por semana  | 1.996            | 8.865                | 1.305               | 1.228                |
| Solo fines de semana       | 435              | 1.215                | 3.799               | 3.697                |
| Cada 15 días               | 100              | 136                  | 236                 | 307                  |
| <b>TOTAL</b>               | <b>23.936</b>    | <b>12.680</b>        | <b>6.110</b>        | <b>5.848</b>         |

**Fuente:** Encuesta – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

### Proyección de la demanda.

La proyección de la demanda representa la estimación de las ventas a través del tiempo mediante una tasa de crecimiento determina. Por lo cual, se realiza la proyección para los cinco años de vida del proyecto considerando la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de El Quinche emitido en el PDyOT de la localidad, misma que alcanza el 2.46% a través de la aplicación de la siguiente formula.

$$Dn = D\emptyset + D\emptyset * \% \Delta$$

Donde:

Dn= demanda del año actual

D $\emptyset$ = Demanda del año anterior

% $\Delta$ = tasa de crecimiento poblacional

Por ende, considerando las variables antes mencionadas se realiza la proyección de la demanda como se describe en la Tabla 25.

**Tabla 25**

*Proyección de la demanda*

| N° | Año  | Tasa de crecimiento de la población | Demanda proyectada (Expresada en cantidades) |
|----|------|-------------------------------------|--|
| 0  | 2021 | 2,46%                               | 48.574                                       |
| 1  | 2022 | 2,46%                               | 49.769                                       |
| 2  | 2023 | 2,46%                               | 50.993                                       |
| 3  | 2024 | 2,46%                               | 52.248                                       |
| 4  | 2025 | 2,46%                               | 53.533                                       |
| 5  | 2026 | 2,46%                               | 54.850                                       |

**Fuente:** Análisis de la demanda, (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2012-2025)

**Elaborado por:** Autor

#### 4.4.9 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta ayuda a identificar la cantidad de productos comercializados en el mercado permitiendo satisfacer las necesidades de los consumidores. En la parroquia de El

Quinche existen alrededor de 60 a 70 restaurantes, los cuales comercializan gran variedad de platillos ya sean costeos, del sector o comida rápida.

Sin embargo se realizó la investigación a 7 establecimiento considerando que son los más conocidos en el mercado y comercializan productos similares al que brinda el restaurante “Delicias al paso”, permitiendo recabar información sobre las cantidades ofertadas tanto diarias y anuales a través de una matriz de observación, por ende en la Tabla 26 se señala lo antes mencionado determinando una oferta total de 158699 platillos al año.

**Tabla 26**  
*Análisis de la oferta*

| <b>Establecimiento</b>     | <b>Producto</b>      | <b>Precio</b> | <b>Cantidad diaria</b> | <b>Cantidad</b> |
|----------------------------|----------------------|---------------|------------------------|-----------------|
| Cevichería El Cianse - 04  | Ceviches             | \$ 6,00       | 10                     | 3130            |
|                            | Maremos              | \$ 7,00       | 5                      | 1565            |
|                            | Encebollados         | \$ 3,00       | 35                     | 10955           |
|                            | Arroz marinero       | \$ 6,00       | 5                      | 1565            |
|                            | Cangrejos            | \$ 8,00       | 3                      | 939             |
|                            | Arroz con camarón    | \$ 7,50       | 12                     | 3756            |
|                            | Arroz con corvina    | \$ 6,50       | 15                     | 4695            |
| Restaurante “Doña Laurita” | Desayunos            | \$ 2,50       | 20                     | 6260            |
|                            | Almuerzos            | \$ 2,75       | 28                     | 8764            |
|                            | Meriendas            | \$ 2,75       | 15                     | 4695            |
| Mega Pollo Asadero         | Pollo entero         | \$ 20,00      | 35                     | 10955           |
|                            | Medio pollo          | \$ 11,50      |                        |                 |
|                            | Papi pollos          | \$ 2,50       |                        |                 |
|                            | Salchipapas          | \$ 2,00       | 15                     | 4695            |
|                            | Completas            | \$ 3,75       | 7                      | 2191            |
| La esquina de Ales         | Pollo entero         | \$ 19,50      | 45                     | 14085           |
|                            | Medio pollo          | \$ 11,00      |                        |                 |
| El Granjero Asadero        | Pollo entero         | \$ 20,00      | 27                     | 8451            |
|                            | Medio pollo          | \$ 12,00      |                        |                 |
|                            | Papi pollos          | \$ 3,00       | 10                     | 3130            |
|                            | Salchipapas          | \$ 2,00       | 8                      | 2504            |
|                            | Completas            | \$ 3,75       | 7                      | 2191            |
| Restaurante Verito         | Almuerzos            | \$ 2,75       | 20                     | 6260            |
|                            | Encebollado          | \$ 2,50       | 50 a 100               | 7950            |
|                            | Encebollado mixto    | \$ 5,00       |                        |                 |
|                            | Encebollado múltiple | \$ 7,50       |                        |                 |
|                            | Arroz marinero       | \$ 7,50       | 3                      | 939             |
|                            | Arroz con conchas    | \$ 6,50       | 3                      | 939             |
|                            | Arroz con camarón    | \$ 5,50       | 5                      | 1565            |
|                            | Bandera marinera     | \$ 8,50       | 3                      | 939             |
|                            | Corvina apanada      | \$ 2,50       | 20 a 40                | 3180            |
|                            | Guatita              | \$ 2,50       | 10 a 20                | 1590            |

| Establecimiento            | Producto                 | Precio  | Cantidad diaria | Cantidad      |  |
|----------------------------|--------------------------|---------|-----------------|---------------|--|
| "La Parrilla del Chef"     | Yahuarlocro              | \$ 2,50 | 8               | 2504          |  |
|                            | Ceviche de concha        | \$ 6,50 | 6               | 1878          |  |
|                            | Ceviche de camarón       | \$ 5,50 | 7               | 2191          |  |
|                            | Camarones apanados       | \$ 5,00 | 10 a 20         | 1060          |  |
|                            | Caldo de bagre           | \$ 3,00 | 5               | 1565          |  |
|                            | <b>Entradas</b>          |         |                 |               |  |
|                            | Ceviche de camarón       | \$ 6,00 | 2               | 626           |  |
|                            | Ceviche mixto            | \$ 6,00 | 3               | 939           |  |
|                            | Ceviche de pescado       | \$ 4,50 | 2               | 626           |  |
|                            | Encebollado              | \$ 2,50 | 35              | 10955         |  |
|                            | Sopa del día             | \$ 2,50 | 3               | 939           |  |
|                            | <b>Platos fuertes</b>    |         |                 |               |  |
|                            | Churrasco de res o pollo | \$ 4,50 | 2               | 626           |  |
|                            | Bistec de carne          | \$ 3,50 | 2               | 626           |  |
|                            | Chuleta de chancho       | \$ 3,50 | 2               | 626           |  |
| Pollo apanado o al grill   | \$ 2,50                  | 10      | 3130            |               |  |
| Corvina apanada o al grill | \$ 2,50                  | 25      | 7825            |               |  |
| Corvina frita              | \$ 5,00                  |         |                 |               |  |
| Camarones apanados         | \$ 5,50                  | 15      | 4695            |               |  |
| <b>TOTAL OFERTA</b>        |                          |         |                 | <b>158699</b> |  |

**Fuente:** Entrevistas, matriz de observación – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

### Proyección de la oferta.

La oferta consiste en el número de productos que los diferentes establecimientos producen permitiendo estimar las ventas que estas obtienen en una fecha determinada, cabe mencionar que dichos productos pueden ser iguales o similares al propuesto en el proyecto. Por lo cual, se realiza la proyección para los cinco años de vida del proyecto considerando la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de El Quinche emitido en el PDyOT de la localidad, misma que alcanza el 2.46% a través de la aplicación de la siguiente formula.

$$O_n = O_0 + O_0 * \% \Delta$$

Donde:

$O_n$ = Oferta del año actual

$O_0$ = Oferta del año anterior

$\% \Delta$ = tasa de crecimiento poblacional

Por ende en la Tabla 27 de realiza la proyección de la demanda.

**Tabla 27***Proyección de la oferta*

| N° | Año  | Tasa de crecimiento de la población | Oferta proyectada (Expresada en cantidades) |
|----|------|-------------------------------------|---|
| 0  | 2021 | 2,46%                               | 158.699                                     |
| 1  | 2022 | 2,46%                               | 162.603                                     |
| 2  | 2023 | 2,46%                               | 166.603                                     |
| 3  | 2024 | 2,46%                               | 170.701                                     |
| 4  | 2025 | 2,46%                               | 174.901                                     |
| 5  | 2026 | 2,46%                               | 179.203                                     |

**Fuente:** Análisis de la demanda, (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2012-2025)**Elaborado por:** Autor

#### **4.4.10 Demanda satisfecha**

La presente investigación se basa en un muestreo no probabilístico, lo que no permite proyectar la demanda a la población en general de la parroquia, por lo cual se identifica el nivel de aceptación que presenta el proyecto propuesto siendo este de 98,40%, es decir 375 personas, las cuales demandarían la cantidad de 48.574 platillos, de los cuales 23.936 almuerzos, 12.680 comidas rápida, 6.110 encebollados y 5.848 pollos asados, cabe mencionar que se considera diferentes frecuencias de consumo como diario, 1 a 3 veces por semana, solo fines de semana y cada 15 días. Por otro lado, también se determina la demanda insatisfecha que presenta el proyecto, sin embargo, se puede identificar que existe una demanda satisfecha dado a la existencia de varios restaurantes que comercializan productos similares o sustitutos a los comercializados en el restaurante Delicias al paso. Al ser productos alimentos se determina que dicha demanda se encuentra dentro de la demanda satisfecha no saturada, donde Pantaleón (2022) indica que “es el tipo de demanda que presenta una respuesta masiva debido a las promociones y al precio que está sujeto un determinado producto o servicio”, es decir el mercado aparenta que dichas necesidades se encuentran satisfechas, sin embargo se puede hacer crecer la demanda existente a través del uso de estrategias de marketing u ofertas especiales. Por lo cual, se realiza la proyección de la demanda satisfecha no saturada para los 5 años de vida del proyecto.

**Tabla 28**  
*Proyección de la demanda*

| Nº | Año  | Demanda proyectada<br>(Expresada en<br>cantidades) | Oferta proyectada<br>(Expresada en<br>cantidades) | Demanda satisfecha<br>no saturada |
|----|------|--|---|-----------------------------------|
| 0  | 2021 | 48.574   | 158.699   | (110.125)                         |
| 1  | 2022 | 49.769   | 162.603   | (112.834)                         |
| 2  | 2023 | 50.993   | 166.603   | (115.610)                         |
| 3  | 2024 | 52.248   | 170.701   | (118.454)                         |
| 4  | 2025 | 53.533   | 174.901   | (121.368)                         |
| 5  | 2026 | 54.850   | 179.203   | (124.353)                         |

**Fuente:** Análisis de la demanda y oferta.

**Elaborado por:** Autor

#### 4.4.11 Análisis de precios.

Los precios se encuentran ya establecidos por la propietaria del restaurante de acuerdo al platillo y considerando los precios que la competencia presenta, resultando hasta la actualidad precios cómodos para los clientes. Por lo cual, se detallan los precios de acuerdo al platillo.

- Almuerzos: \$2.50
- Comida rápida: \$1.50
- Encebollados: \$2.50
- Pollos asados: \$12.00

Para la proyección de los precios se considera la información emitida por el INEC sobre la inflación nacional a 2021 siendo este de 0.45%.

**Tabla 29**  
*Proyección de precios*

| PROYECCION DE PRECIOS |          |          |          |          |          |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| PRODUCTO              | AÑO 1    | AÑO 2    | AÑO 3    | AÑO 4    | AÑO 5    |
| Almuerzo              | \$ 2,50  | \$ 2,51  | \$ 2,52  | \$ 2,53  | \$ 2,55  |
| Comida Rápida         | \$ 1,50  | \$ 1,51  | \$ 1,51  | \$ 1,52  | \$ 1,53  |
| Encebollados          | \$ 2,50  | \$ 2,51  | \$ 2,52  | \$ 2,53  | \$ 2,55  |
| Asados                | \$ 12,00 | \$ 12,05 | \$ 12,11 | \$ 12,16 | \$ 12,22 |

**Fuente:** Entrevistas, matriz de observación – Investigación de mercado.

**Elaborado por:** Autor

#### ***4.4.12 Estrategias de comercialización***

##### **Producto**

##### ***Características***

El restaurante “Delicias al paso” ofrece a su clientela cuatro principales platos mismos que son elaborados con materia prima de calidad cumpliendo los estándares de la normativa de salubridad e higiene para garantizar que los productos cumplan con las expectativas y satisfagan las necesidades de los consumidores. Los platillos ofertados en el restaurante se detallan a continuación.

***Almuerzos:*** El menú para los almuerzos se lo realiza un día antes de su elaboración, por lo cual, durante el mes no se repite el mismo platillo. Cabe mencionar que los almuerzos son solo elaborados de lunes a viernes. En este platillo se ofrece sopa del día, segundo lleva arroz, acompañado de ensalada, menestra y pollo o carne o mariscos, y jugo.

***Comida rápida:*** dentro de este apartado se ofrece tres platos como son; papi pollo que vienen compuesto por papas, pollo broaster, ensalada y acompañado de salsas de tomate y mayonesa; salchipapas que se compone de papas, salchicha, acompañado de ensalada y salsas de tomate y mayonesa; y por último, hamburguesas consiste en el pan de hamburguesa con una capa de lechuga, tomate riñón, cebolla, carne molida acompañado de porción de papas fritas, salsas de tomate y mayonesa. Cabe mencionar que se ofrece durante toda la semana de lunes a domingo.

***Encebollados:*** consta de porción de puré de yuca, porción de albacora, cebolla paiteña finamente cortada en juliana, cilantro, caldo de pescado, acompañado de porción de canguil, chifles y tostado, y un limón. Este platillo se ofrece solo los fines de semana.



***Pollos asados:*** porción de arroz, papas fritas, ensalada, salsas de tomate, mayonesa y ají, y el pollo asado dependiendo de las porciones que desee el cliente. Se comercializa únicamente los fines de semana.

En cuanto al servicio que se brindará dentro del restaurante es venta a domicilio o conocido como delivery, el cual se caracterizará por entregar el producto en el menor tiempo posible para garantizar que el producto llegue a su domicilio con la temperatura adecuada y en las condiciones que el cliente lo solicita.

### ***Ventaja competitiva***

La ventaja competitiva del restaurante es a través de la implementación del servicio de delivery de comida en la localidad, puesto que la mayoría de la población, de acuerdo a las encuestas, desconocen que otros restaurantes de la zona brinden este tipo de servicio.

### ***Imagen que proyecta al segmento***

Los platillos que se ofrecen en el restaurante se dan a conocer por su calidad y sabor, elaborados con materia prima fresca dado que son adquiridos de manera diaria y con las normas de salubridad e higiene brindando al consumidor la seguridad al momento de adquirirlos y consumirlos.

En cuanto al servicio que se brinda en el lugar presenta un servicio oportuno, con una atención cordial, generando que el cliente se sienta como en casa. Con relación al servicio de delivery se caracterizará por entregar en el mejor tiempo posible garantizando que el producto llegue en las condiciones solicitadas y por la amabilidad que presente el conductor al momento de entregar el producto

## **Precio**

### ***Precios de lista que se van a establecer***

Los precios de los diferentes platillos que se ofrece en el restaurante se encuentran ya establecidos por parte de la propietaria considerando los años de experiencia en la venta de estos platillos y los precios ofertados en los diferentes restaurantes que se encuentran en la zona. Por lo cual, los almuerzos tienen un precio de \$2.50; la comida rápida \$1.50; los encebollados \$2.50 y los pollos asados tendrán un precio de \$12.00, estos precios hasta la actualidad han resultado ser cómodos para los clientes y generando un beneficio para el restaurante.

### ***Margen de ganancia***

De acuerdo a los costos de producción unitario considerando la implementación del presente proyecto se idéntica un margen de ganancia por producto, por ende, en el caso de los almuerzos es del 70%, comida rápida 25%, encebollados 10% y pollos asados del 73%, lo cual permite cubrir con los gastos que incurren dentro del restaurante.

### ***Forma de pago***

Los pagos serán receptados de dos formas ya sea mediante transferencia bancaria o por medio de efectivo, dado a la facilidad de su uso de estos medios de pago.

## **Plaza o canales de distribución**

### ***Lugar donde se va a comercializar***

Los productos ofertados son elaborados y comercializados en el local comercial del restaurante “delicias al paso” ubicado en barrio Iguñaro, donde los clientes podrán asistir y degustar los diferentes platillos que se ofertan en el mismo, así como realizar reclamos, sugerencias o algún requerimiento en especial que el cliente necesite.

### ***Canal de distribución***

El canal principal que tiene el restaurante es directo, dado que la venta se realiza en el local comercial donde el cliente accede al lugar y adquiere los platillos, ya sea para consumirlos en el sitio o solicitarlos para llevar.

Por otro lado, se implementa un canal de distribución de contenido digital, es decir se realizará las ventas a través de plataformas digitales como redes sociales, donde el cliente solicitará el platillo y la cantidad que necesita, así como señalando las especificaciones que requiere, y posteriormente se le realizará la entrega en el lugar indicado.

### **Promoción**

#### ***Canales de comunicación***

El restaurante cuenta con una página de Facebook en la cual se contratará el servicio de publicidad en donde se difundirá el menú que se ofrecerá de manera diaria, las promociones, descuentos, implementación de nuevos platillos o servicios, entre otros datos relevantes del establecimiento. Por otro lado, se creará una cuenta en WhatsApp Business donde los clientes podrán solicitar los pedidos a domicilio o reservar un lugar en el local comercial si lo requieren.

Se realizará publicidad en las principales emisoras de radio de la parroquia con cuña de 51" a 60", con 3 menciones diarias tres veces por semana.

#### ***Promociones .***

Las promociones a realizar en el restaurante son; 2x1 en fechas especiales como navidad, 14 de febrero, día de la madre.

En cuanto a pollos asados, se establece la promoción en dichas fechas de un pollo entero más la mitad de otro por \$18,00.

## 4.5 Estudio técnico

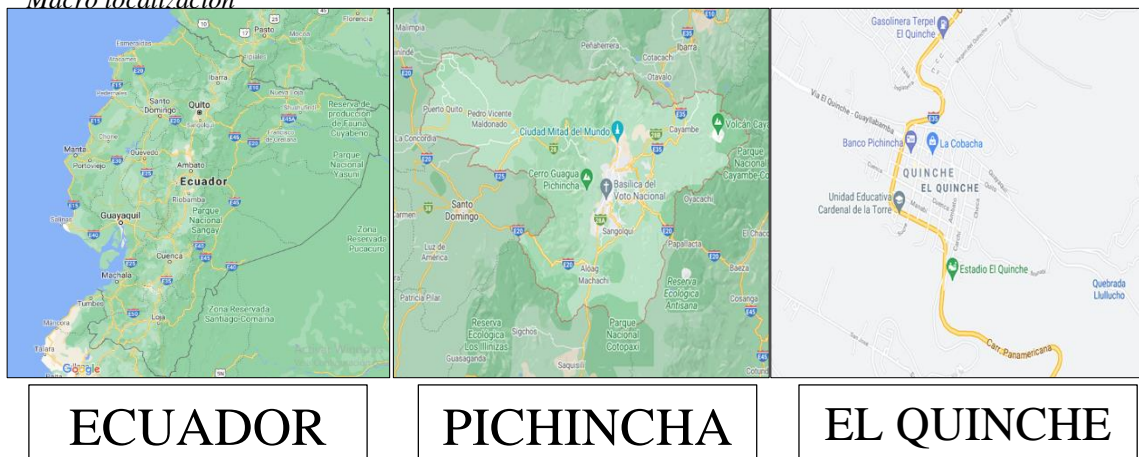
### 4.5.1 Localización del proyecto

Considerando que la presente propuesta se relaciona con el diseño de un plan de negocio para el restaurante Delicias al paso, el cual se encuentra en funcionamiento desde el 28 de febrero de 2013, por lo cual la localización del mismo se relaciona con validar su ubicación actual a través del análisis de los diferentes factores de localización que justifique que el proyecto se encuentre en un lugar estratégico.

#### Macro localización

La macro localización permite identificar de manera general la ubicación geográfica del establecimiento, por lo cual el restaurante “Delicias al paso” se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, dentro de la parroquia de El Quinche, como se puede apreciar en la Ilustración 26.

**Ilustración 26**  
*Macro localización*



**Elaborado por:** Autor

**Fuente:** Google Maps

#### *Ubicación del mercado.*

La presente propuesta de negocio está dirigida a la población de la parroquia El Quinche, mismo que se ubica en la provincia de Pichincha.

### ***a) Costos de factores de producción***

Con relación a la mano de obra, se puede identificar que en la provincia de Pichincha existe personal calificado puesto que, según datos del Censo (2010), el 6.48% de las mujeres y el 3.70% de los hombres se dedican a las actividades de servicio de comida, y con relación al sueldo que estos ocupan se relaciona con el salario básico unificado vigente en el país.

En cuanto a la materia prima e insumos necesarios para la fabricación se establece de acuerdo al análisis realizado según la información proporcionada por la propietaria, donde se establece que los costos están acorde a precios reales del mercado, dado que son iguales a las provincias aledañas.

### ***b) Costo de transporte***

La provincia de Pichincha cuenta con varias cooperativas de transporte que cubren varias rutas dentro de la provincia como Cayambe-Quito, Quito-Cayambe, Cayambe-Alóag, Quito-Mindo, El Quinche-Cayambe, El Quinche-Quito, El Quinche-Guayllabamba, Quito-Pedro Moncayo, Quito-Pedro Vicente Maldonado, Quito-Los Bancos, Quito-Mejía, entre otros. De igual manera existe cooperativas de transporte internacional que cubren rutas a todo el país.

En cuanto al costo de transporte inter cantonal oscila de entre \$1.50 a \$4.00, y en cuanto al transporte dentro de los cantones se encuentra de entre \$0.25 a \$0.30 según la unidad de transporte, por lo cual se determina que el costo para movilizarse dentro de la provincia de Pichincha es un costo moderado a comparación de otras como por ejemplo Imbabura donde el costo es menor al de Pichincha, sin embargo se puede determinar que existen varias unidades de transporte que permiten la movilidad dentro de la provincia.

### ***c) Infraestructura básica***

La provincia de pichincha cuenta una red vial correctamente implementada, cuenta con vías de acceso de 3660.00km, dividida en diferentes categorías como; red vial primaria que

son los caminos más importantes dentro de la provincia representada por la vía Alóag-Santo Domingo y autopista General Rumiñahui sumando un total de 90.52km, misma vía que presenta conectividad con la costa ecuatoriana, por ende cuenta con un alto tráfico promedio diario. También cuenta red vial secundaria que son los caminos que unen las cabeceras cantonales entre sí o con la red primaria incluyen 29 tramos sumando un 536.17 km, más de la mitad de estas vías tiene su superficie de rodaduras en mal estado siendo este tramo de 277.32km. por otro lado en cuanto a red vial terciaria que son caminos de menor importancia y que une las cabeceras parroquiales entre sí o con las vías primarias y secundarias representan un total de 603.66 km y por último red de caminos vecinales que son aquellos caminos rurales de menor importancia, se encuentran fuera de las áreas pobladas y que permiten el desarrollo agropecuario suman un total de 2429.65km. Por lo cual, en la Tabla 30 se indica la red vial provincial por categoría y estado.

**Tabla 30**  
*Red vial provincial de Pichincha*

| <b>Red vial provincial de Pichincha</b> |                 |            |                   |            |                  |            |                |            |                |              |
|---|-----------------|------------|-------------------|------------|------------------|------------|----------------|------------|----------------|--------------|
| <b>Por categoría y estado</b>           |                 |            |                   |            |                  |            |                |            |                |              |
| <b>Estado</b>                           | <b>Primaria</b> |            | <b>Secundaria</b> |            | <b>Terciaria</b> |            | <b>Vecinal</b> |            | <b>Total</b>   |              |
|   | <b>km</b>       | <b>%</b>   | <b>Km</b>         | <b>%</b>   | <b>Km</b>        | <b>%</b>   | <b>km</b>      | <b>%</b>   | <b>km</b>      | <b>%</b>     |
| Bueno                                   | 14.32           | 15.8       | 61.5              | 11.5       | 76.2             | 12.6       | 152.10         | 21.05      | <b>304.12</b>  | <b>18.03</b> |
| Regular                                 | 72.7            | 80.3       | 197.35            | 36.8       | 222.27           | 36.8       | 1766.11        | 72.69      | <b>2258.43</b> | <b>61.33</b> |
| Malo                                    | 3.5             | 3.9        | 277.32            | 51.7       | 305.19           | 50.6       | 511.44         | 6.26       | <b>1097.45</b> | <b>20.64</b> |
| <b>Total</b>                            | <b>90.52</b>    | <b>100</b> | <b>536.17</b>     | <b>100</b> | <b>603.66</b>    | <b>100</b> | <b>2429.7</b>  | <b>100</b> | <b>3660.00</b> | <b>100</b>   |

**Fuente:** (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015)

**Elaborado por:** Autor

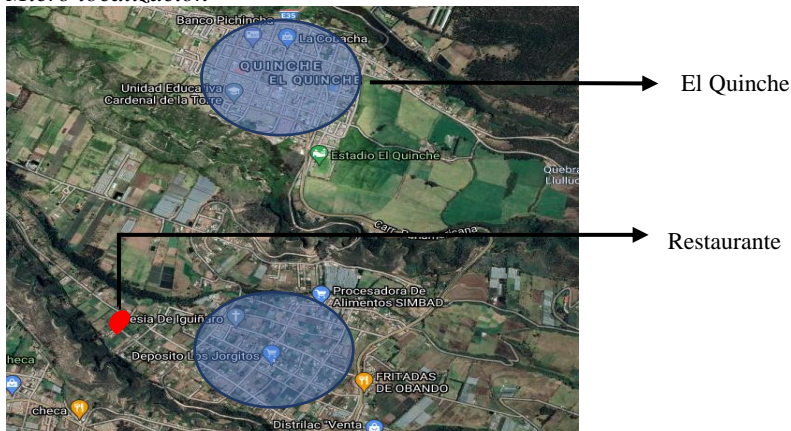
Con lo antes descrito se identifica que existe varias alternativas por donde transportar los productos, es decir, esto no requerirá incurrir en gastos adicionales, ya que las rutas de acceso facilitan la movilidad de ingreso y salida del transporte terrestre.

### **Micro localización**

La micro localización es la ubicación específica del establecimiento, es decir permite indicar el lugar exacto donde se desarrollan las actividades de producción y comercialización de los diferentes platillos. Por ende, al ser un negocio ya establecido se detalla la ubicación

actual del mismo. El restaurante “Delicias al paso”, se encuentra ubicado en la parroquia de El Quinche, en el barrio Iguñaro, específicamente en las es 10 de agosto y Colón.

**Ilustración 27**  
*Micro localización*



**Elaborado por:** Autor  
**Fuente:** Google Maps

Con el fin de justificar la ubicación actual del negocio, se analizan algunos factores, mismos que se detallan a continuación.

### ***Accesibilidad (Afluencia de pública)***

El barrio de Iguñaro pertenece a un grupo de barrios rurales que se encuentra a pocos minutos de El Quinche, por ende el restaurante Delicias al paso está ubicado a pocos metros de la zona comercial y turística de la parroquia por lo cual existe gran afluencia de público dado que es un sector turístico donde varias personas tanto nacionales como extranjeras visitan el lugar

### ***Costo de terreno o alquiler***

El restaurante cuenta con dos terrenos propios de 997.03 metros cuadrados en total valorados en \$26.400, el cual tiene una construcción de 57.10 metros cuadrados valorados en \$10.000 donde se desarrollan las actividades del restaurante.

### *Costo de servicios básicos*

El restaurante delicias al paso cuenta con todos los servicios básicos; es decir servicio de agua potable, servicio de alcantarillado, alumbrado público, servicio de internet y electricidad, por ende en la Tabla 31 se detalla los costos de los servicios más importantes para el proceso de producción y comercialización de los diferentes platillos ofertados en el restaurante.

**Tabla 31**  
*Costo de servicios básicos*

| Descripción       | Gasto mensual | Gasto anual      |
|-------------------|---------------|------------------|
| Energía eléctrica | \$ 3,35       | \$ 40,20         |
| Agua potable      | \$ 12,00      | \$ 144,00        |
| <b>TOTAL</b>      |               | <b>\$ 184,20</b> |

**Fuente:** Entrevista a la propietaria

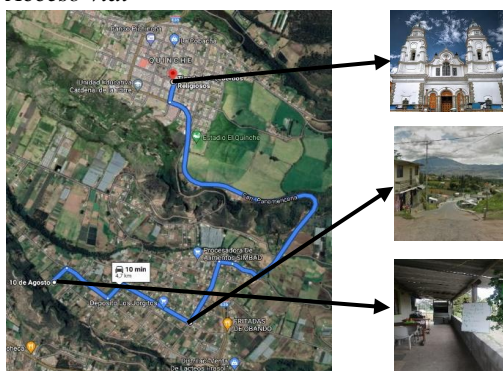
**Elaborado por:** Autor

### *Acceso Vial*

El acceso vial para llegar al restaurante “Delicias al Paso” son de orden secundario, las cuales están adecuadas para el tránsito vehicular y peatonal. Existen dos vías de acceso para llegar al establecimiento, la principal es la calle San Vicente Ferrer y por otro lado, la calle 6 de diciembre.

### **Ilustración 28**

*Acceso vial*



**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Autor



### *Atractivos turísticos*

La parroquia El Quinche representa un lugar turístico del país, donde semanalmente acuden varios turistas tanto nacionales como internacionales, dado que cuenta con varios atractivos turísticos principalmente el Santuario de la virgen de El Quinche el cual atrae a miles de feligreses a nivel nacional durante todo el año, sin embargo en el mes de noviembre es el mes con más afluencia de turistas debido a la celebración de las fiestas de la Virgen. En la Ilustración 29 se puede visualizar el santuario.

#### **Ilustración 29**

*Santuario de la virgen de El Quinche*



**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Autor

Por otro lado también cuenta con otros lugares turísticos como la antigua vía del tren se ha convertido en un atractivo para los deportistas, dado que actualmente se encuentra regenerado por completo, semanalmente existen grupos que recorren el lugar hasta llegar a la parroquia de El Quinche.

#### **Ilustración 30**

*Antigua vía del tren*



**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Autor

En cuanto al barrio Iguiñaro, también cuenta con lugares turísticos, siendo el principal la iglesia del lugar, siendo la más visitada después de la iglesia de El Quinche, dado que, por su tamaño los feligreses prefieren realizar todo tipo de evento religioso.

### **Ilustración 31**

*Iglesia del barrio Iguiñaro*



**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Autor

### ***Ubicación estratégica***

Una vez analizados los diferentes factores de ubicación relacionados con la accesibilidad del público, costo de terreno, costo de servicios básicos, acceso vial y atractivos turísticos, se puede comprobar que la ubicación actual donde se desarrollan las actividades del restaurante Delicias al paso se encuentra en un sitio estratégico dado que está cerca del mercado meta, facilitando y viabilizando el desarrollo de las actividades económicas. Por ende, en la Ilustración 32 se puede visualizar las instalaciones donde se brindan los servicios de comida.

### **Ilustración 32**

*Ubicación del restaurante Delicias al paso*



**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Autor

#### ***4.5.2 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa***

##### **Mercado (nivel de aceptación)**

El nivel de aceptación que presenta la propuesta es del 98.40%, representado por 375 personas encuestadas, las cuales, según datos obtenidos por la encuesta realizada, demandarían un total de 48.574 platillos anuales. En cuanto a la demanda por producto, los encuestados demandarían 23.936 almuerzos, 12.680 comidas rápida, 6.110 encebollados y 5.848 pollos asados.

Por otro lado, se analiza la demanda insatisfecha, según los datos identificados en el estudio de mercado el proyecto presenta una demanda satisfecha no saturada dado que forma parte de productos alimenticios y la población los adquiere considerando su calidad, precio y publicidad establecida, por lo cual dicha demanda es de 110.125, donde se pretende, a través de estrategias de comercialización, crear una nueva demanda.

##### **Tecnología (Maquinaria: capacidad producción)**

Dentro del restaurante delicias al paso, para la producción de cada platillo, se utiliza maquinaria industrial ya que facilitan el proceso productivo, para ello, se establece la capacidad considerando la principal maquinaria utilizada en cada uno de ellos.

En cuanto a los pollos asados, se utiliza el horno industrial mismo que presenta una capacidad de producción de 8 pollos diarios, considerando que el restaurante solo se comercializa este platillo los fines de semana se determina una capacidad mensual de 64 pollos, es decir un total de 768 pollos al año.

Para la producción del resto de alimentos es necesario la utilización de cocinas industriales de tres quemadores, esta maquinaria tiene la capacidad de producir 60 almuerzos diarios, considerando que este platillo solo se realiza de lunes a viernes se determina una capacidad de 1200 mensual, es decir 14400 platillos anuales. De la misma manera para los encebollados diariamente la capacidad de producción es de 80 platillos, al ser un platillo que

se elabora solo los fines de semana, la capacidad mensual es de 640 encebollados, es decir 7680 unidades producidas al año.

Por último, con relación a la comida rápida, la freidora de papas tiene una capacidad diaria de producción de 60 platillos de comida rápida, al mes 1800 platillos y anualmente tiene la capacidad de producir 21600 platillos.

Por ende, al identificar que para la ampliación del restaurante se adquirirá nueva maquinaria, es decir, 1 horno industrial, 1 cocina industrial y 1 freidora por lo cual tendría una producción total de 91.200 unidades al año considerando también la maquinaria que actualmente dispone, como se demuestra en la Tabla 32.

**Tabla 32**  
*Capacidad de la tecnología*

| <b>Cantidad</b> | <b>Descripción</b> | <b>Diario</b> | <b>Mensual</b> | <b>Anual</b>  |        |
|-----------------|--------------------|---------------|----------------|---------------|--------|
| 2               | Horno industrial   | 40            | 320            | 3.840         |        |
| 2               | Cocina industrial  | Almuerzos     | 120            | 2.400         | 28.800 |
|                 |                    | Encebollados  | 160            | 1.280         | 15.360 |
| 2               | Freidora           | 120           | 3.600          | 43.200        |        |
| <b>TOTAL</b>    |                    | <b>440</b>    | <b>7.600</b>   | <b>91.200</b> |        |

**Fuente:** Estudio técnico.

**Elaborado por:** Autor

### **Disponibilidad de recursos: Materia prima, Insumos**

Para la elaboración de cada platillo fue necesario analizar toda la materia prima fundamental para la producción de los alimentos, mismos que son arroz, albacora, tomates, papas, yuca, pollos, entre otros, mismos que serán adquiridos a comerciantes de la localidad.

En cuanto a la disponibilidad de recursos se establece que la materia prima e insumos necesarios para la elaboración de los diferentes platillos es de fácil acceso y se dispone durante todo el año, dado que el Ecuador al ser un país netamente agrícola tiene la ventaja de producir todo el año, por ende se puede determinar que, en cuanto a materia prima e insumos, se podrá elaborar la cantidad de platillos que se necesite para cubrir la demanda.

## Financiamiento

La inversión inicial necesaria para la implementación del presente proyecto es de \$34.336,58, mismo que será financiado mediante el aporte de la propietaria del restaurante representando el 42% del total de la inversión y el 58% a través de un crédito bancario realizado en BanEcuador, se consideró dicho banco dado a las facilidades y tasas de interés que este brinda.

La inversión estará destinada el 36% para la inversión fija y el 64% para el capital de trabajo, donde este último, no permite cubrir la capacidad de producción que tiene la inversión fija, dado que se cuenta con un limitado capital permitiendo producir 42.360 unidades al año, de los cuales 5.100 son pollos asados, 20.874 almuerzos, 5.328 encebollados y 11.058 comida rápida, se obtuvo dichos valores al considerar el costo de producción de los distintos platillos ofertados en el restaurante y demás gastos tanto administrativos como de venta que permiten el desenvolvimiento del restaurante.

## Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el tamaño de producción que dispone la empresa, es decir representa el total de productos que el establecimiento está en condiciones de producir en un tiempo determinado el cual permitirá cubrir parte del mercado. Por ende, después de realizar el análisis de los factores principales se identificó la capacidad de producción de cada uno de ellos, como se detalla a continuación.

**Tabla 33**  
*Capacidad de los factores*

| <b>FACTOR</b>              | <b>CAPACIDAD</b> |
|----------------------------|------------------|
| Mercado                    | 110.125 unidades |
| Tecnología                 | 91.200 unidades  |
| Disponibilidad de recursos | Todo el año      |
| Financiamiento             | 42.360 unidades  |

**Fuente:** Entrevista con la propietaria.

**Elaborado por:** Autor

Por lo cual, se identifica que la capacidad de la empresa se basa en el financiamiento dado que este permite producir solamente 42.360 representando el 46% de la capacidad que

presenta la tecnología necesaria para la producción de los diferentes platillos y permitiendo crear una nueva demanda del 38% de la demanda satisfecha no satura a través de herramienta de marketing.

Al ser un emprendimiento ya establecido, actualmente el restaurante presenta una producción anual de 18.720 unidades, como se visualiza en la Tabla 34, cabe mencionar que posee 1 horno industrial, 1 cocina industrial y una freidora de papas, representado 41% de la capacidad que presentan los activos fijos disponibles.

**Tabla 34**

*Capacidad instalada actual*

| <b>Descripción</b> | <b>Diario</b> | <b>Mensual</b> | <b>Anual</b>  |
|--------------------|---------------|----------------|---------------|
| Asadero            | 10            | 80             | 960           |
| Almuerzos          | 50            | 1.000          | 12.000        |
| Encebollados       | 40            | 320            | 3.840         |
| Comida rápida      | 20            | 160            | 1.920         |
| <b>TOTAL</b>       | <b>120</b>    | <b>1.560</b>   | <b>18.720</b> |

**Fuente:** Entrevista con la propietaria.

**Elaborado por:** Autor

Sin embargo, con el presente proyecto se pretende realizar la ampliación del restaurante tanto física como de la maquinaria para la producción, por lo cual, se dispondrá, como ya se mencionó anteriormente, una capacidad de 42.360 unidades, considerando que el 64% del financiamiento se encuentra destinado para el capital de trabajo, mismo que permite producir dicha cantidad de platillos. Por lo cual, se establece la cantidad por producto considerando la frecuencia de producción tanto diario, mensual como anual y el porcentaje de participación anual de cada platillo dentro de la preferencia de los consumidores, como se detalla en la Tabla 35.

**Tabla 35**

*Capacidad instalada*

| <b>Descripción</b>   | <b>Participación</b> | <b>Diario</b> | <b>Mensual</b> | <b>Anual</b>  |
|----------------------|----------------------|---------------|----------------|---------------|
| <b>Asadero</b>       | 12%                  | 53            | 425            | 5.100         |
| <b>Almuerzos</b>     | 49%                  | 87            | 1.740          | 20.874        |
| <b>Encebollados</b>  | 13%                  | 56            | 444            | 5.328         |
| <b>Comida rápida</b> | 26%                  | 31            | 921            | 11.058        |
| <b>TOTAL</b>         |                      | <b>226</b>    | <b>3.530</b>   | <b>42.360</b> |

**Fuente:** Estudio de mercado, estudio técnico.

**Elaborado por:** Autor

### 4.5.3 Ingeniería del proyecto

Establecer la ingeniería del proyecto permite identificar la manera en cómo se encuentra distribuida la planta donde se va desarrollar las actividades del restaurante Delicias al paso, y cómo será la ampliación del mismo.

#### **Distribución de la planta**

##### *Planta actual*

Las instalaciones donde actualmente se desarrolla las actividades de producción y comercialización de los diferentes platillos que se ofrecen en el restaurante Delicias al paso cuentan con un área de construcción de 46.64m<sup>2</sup>, misma que se encuentra distribuida por 2 áreas principales y demás espacios necesarios para garantizar el desempeño de los trabajadores y brindar un buen servicio al consumidor. En la Tabla 36, se describen las áreas y espacios que dispone el establecimiento.

**Tabla 36**

*Distribución de las áreas de la infraestructura actual*

| <b>Áreas</b>           | <b>M2</b>            |
|------------------------|----------------------|
| Comercial              | 27,24 m <sup>2</sup> |
| Producción             | 12,60 m <sup>2</sup> |
| Almacenamiento         | 2,54 m <sup>2</sup>  |
| Área de asado de pollo | 2,43 m <sup>2</sup>  |
| Baño                   | 1,83 m <sup>2</sup>  |

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

##### *Planta propuesta*

En el presente proyecto se propone realizar la ampliación física del restaurante Delicias al paso, por lo cual se establece un aumento en la construcción de 94.13m<sup>2</sup>, por ende, se determina un total de instalación considerando la actual con la propuesta de 132.85m<sup>2</sup>. Se agregará áreas que permitan abastecer a la demanda como es el área de preproducción donde se realice la preparación de los alimentos antes de la elaboración de cada uno de los platillos, agrandar el baño para disponer baños unisex, ampliar las áreas de producción y comercialización tanto el comedor interno como el externo situando un sitio para caja y, por

último, establecer un área más amplia para el asadero de pollos, así como disponer un parqueadero de vehículos para los clientes. En la Tabla 37, se describen las áreas y espacios que dispondrá el restaurante.

**Tabla 37**  
*Distribución de las áreas de la infraestructura con la ampliación*

| Áreas                  | M2       |
|------------------------|----------|
| Comercial              | 56,35 m2 |
| Producción             | 18,67 m2 |
| Preproducción          | 8,61 m2  |
| Almacenamiento         | 5,88 m2  |
| Área de asado de pollo | 4,03 m2  |
| Baño                   | 8,00 m2  |
| Estacionamiento        | 31,31 m2 |

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

### Diseño planimétrico de la planta

El diseño planimétrico representa de manera gráfica la división de las instalaciones y espacios que dispone actualmente el restaurante, así como el restaurante con las ampliación propuesta.

**Ilustración 33**  
*Plano y diseño planimétrico de la planta actual*



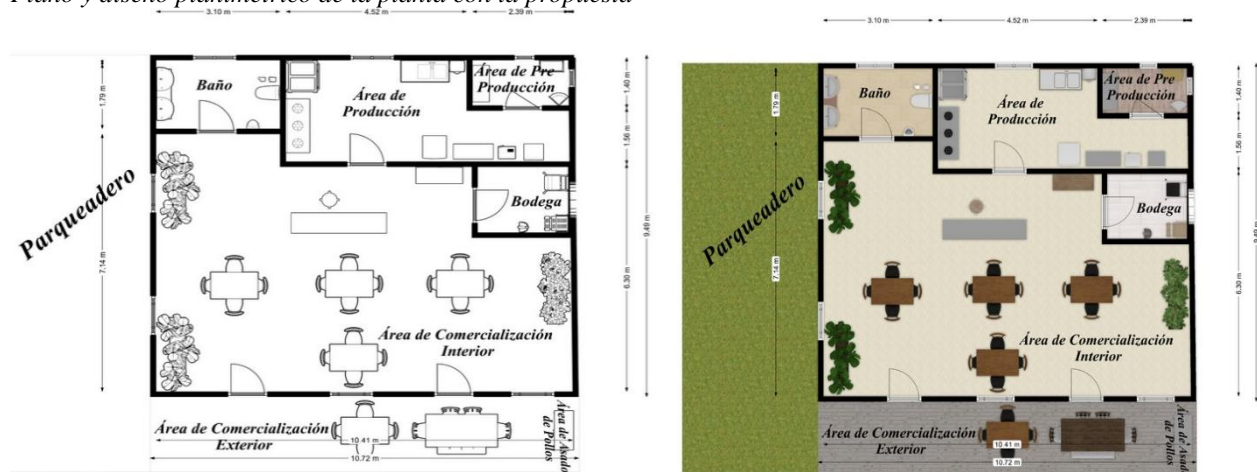
**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** ARQ. DAYANA GUERRON



### Ilustración 34

Plano y diseño planimétrico de la planta con la propuesta



Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: ARQ. DAYANA GUERRON

### Requerimientos por áreas

Cada una de las áreas identificadas anteriormente requieren de algunos aspectos e instalaciones indispensable que deben contar cada una de las zonas de trabajo de la planta, por lo cual se detalla cada uno de los requerimientos necesarios.

Para el área de producción se requiere instalación de agua para ambos lavabos, conexiones eléctricas en cada pared para que la maquinaria pueda funcionar, instalaciones de gas, mesas prefabricadas con acero inoxidable que servirán de soporte para realizar cualquier tarea en la cocina.

De igual manera para el área de las baterías sanitarias y de preproducción de alimentos es necesario instalaciones eléctricas, agua y de ventilación esto debido a que dentro de estos lugares se concentra una mezcla de olores y es necesario que este todo el tiempo en constante ventilación.

#### **4.5.4 Identificación y descripción de los procesos**

##### **Caracterización y diseño del producto/servicio**

En el restaurante Delicias al paso existe una variedad de platos que satisfacen los gustos de cada cliente, una de las características principales de los alimentos que se ofrece en este establecimiento es la calidad y sabor que estos presentan. Uno de los platillos que se ofrece en el restaurante y presenta mayor demanda son los almuerzos dado que cuentan con un plato de entrada, un plato fuerte, jugo y el postre del día, cabe mencionar que cada uno de los platos antes mencionados son planificados una semana antes con el fin de que no se repitan durante la semana o el mes.

Por otro lado, también se ofertan otros platillos como son encebollados los cuales se comercializan los fines de semana y que consta de porción de puré de yuca, porción de albacora, cebolla paiteña finamente cortada en juliana, cilantro, caldo de pescado, acompañado de porción de canguil, chifles y tostado, y un limón, de igual manera pollos asados que está compuesto por porción de arroz, papas fritas, ensalada, salsas de tomate, mayonesa y ají, y el pollo asado dependiendo de las porciones que desee el cliente, y por último, comida rápida que se ofrecen: papi pollo que se compone de papas, pollo broaster y ensalada, acompañado de salsas de tomate y mayonesa; salchipapas que incluye papas, salchicha acompañado de ensalada y salsas de tomate y mayonesa, y hamburguesas, mismas que consisten en el pan de hamburguesa con una capa de lechuga, tomate riñón, cebolla, carne molida acompañado de porción de papas fritas, salsas de tomate y mayonesa.

En cuanto al servicio a ofrecer será un servicio personalizado, con personal de producción expertos en la elaboración de los diferentes platillos ofertados, y con experiencia en atención al cliente, a través de los estándares de calidad y puntualidad, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores

El modelo de negocios que tiene este establecimiento se llama Delivery, consiste en llevar la comida que ofrece el restaurante a la puerta de la casa de los clientes cuando estos no pueden acercarse al establecimiento. El alcance que tiene el servicio de Delivery tiene dos enfoques, el primero, consiste en entregar sin algún costo la comida siempre y cuando el

cliente se encuentre a 2 kilómetros del restaurante y segundo, consiste en entregar los alimentos solicitados fuera del rango del restaurante con un costo adicional de la carrera mínima.

### **Descripción del proceso productivo o prestación del servicio**

Para comenzar con el proceso operativo es importante para el restaurante tener una directriz que seguir, para empezar, la encargada de la cocina tendrá que elaborar un menú semanal para los almuerzos que se servirán en el establecimiento y para ello previamente tendrá que hacer un conteo físico de la materia prima que está en la estantería y hacer una lista de la nueva materia prima que se necesitará para hacer los menús. Una vez que ya se haya determinado el menú semanal se emitirá una orden de compra para la materia prima, se procederá a escoger a los proveedores y se comprará la mercadería para su posterior almacenamiento.

Al momento de empezar con el proceso productivo se deberá realizar una limpieza y desinfección de toda el área de trabajo, una vez concluido este proceso, la encargada de la cocina podrá comenzar con la preproducción y producción de los alimentos, es decir, se cocinará lo que está establecido en el menú semanal. Al momento de terminar la cocción de los alimentos se empezará a atender a los clientes dentro del establecimiento y también con el servicio del Delivery.

#### ***4.5.5 Estructura organizativa y administrativa***

##### **Misión**

Delicias al paso es negocio restaurantero que brinda a sus clientes un servicio rápido, oportuno y cálido. Con un excelente servicio de Delivery en toda la zona y/o a sus alrededores, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con alimentos de la más alta calidad y preparados por personal altamente calificado.

## **Visión**

Para el año 2025, ser un negocio restaurantero reconocido en la zona y sus alrededores, dominando el servicio restaurantero y el servicio de Delivery a través de productos de excelencia y satisfaciendo las necesidades gastronómicas de nuestros clientes.

## **Políticas**

- Revisar semanalmente el registro de la materia prima que se ha sido utilizada para la producción de los platillos en el restaurante, esto con el afán de realizar una nueva lista de materia prima que va a ser necesaria para la siguiente semana.
- Registrar obligatoriamente la nueva materia prima para conocer cuál es el stock en los estantes para una mejor rotación de los productos.
- Hacer rotar toda la materia prima que no se utilizó durante el transcurso de la semana y utilizarla al principio de la siguiente semana.
- Mantener periódicamente la limpieza y desinfección del área de trabajo, alimentos y máquinas que se utilizan para la producción de los alimentos.
- Aplicar buenas prácticas de manufactura al momento de producir los alimentos que se va a ofrecer a los clientes.
- Aplicar las medidas de bioseguridad en el momento que un cliente ingrese al restaurante.
- Brindar trato justo y atento a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos.
- El personal de producción deberá disponer de equipo adecuado para la manipulación de los alimentos como; guantes, mascarilla y gorro de cocina.
- Todo el personal del restaurante deberá portar el uniforme todos los días.

## **Valores**

**Responsabilidad:** asumir las obligaciones que deberá cumplir dentro del establecimiento, dando su mejor esfuerzo para cumplir con cada una de las necesidades del restaurante.

**Compromiso:** comprometer a los colaboradores con la misión y la visión del restaurante para brindar un servicio de calidad a los clientes.

**Trabajo en equipo:** crear compañerismo dentro del restaurante para que de esta manera exista una buena organización y así cumplir juntos las metas que se propuso en el establecimiento.

**Humildad y agradecimiento:** entender que ningún negocio es perfecto, saber reconocer que siempre se puede mejorar día a día y tener la determinación para conseguirlo. Aceptar que sin nuestros clientes nuestro trabajo no tendría objeto, por ello, agradecer al cliente por depositar su confianza en el restaurante.

**Innovación:** anticipar creativamente con nuevas estrategias de trabajo y ventas para superar las expectativas de nuestros clientes y de esta manera también obtener mejores beneficios para el restaurante.

**Amabilidad y cortesía:** exigir un trato cálido y educado hacia nuestros clientes por parte de nuestros colaboradores, creando así un ambiente agradable entre los colaboradores y nuestros clientes.

### **Marca e imagen corporativa**

**Ilustración 35**  
*Imagen corporativa*



**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Autor

El nombre DELICIAS AL PASO se dio porque al inicio de sus actividades el restaurante tenía una ubicación muy diferente a la actual, dicho lugar era muy transitado y todos los habitantes de la parroquia se servían un platillo y al terminar seguían su trayecto hasta su destino final.

Es así que se le nombra al restaurante de esta manera. El nombre es corto, fácil de recordar y pronunciar, es muy descriptivo en el tipo de producto que ofrece al público.

Delicias al paso es un restaurante que se ha consolidado por la variedad de sus productos, uno de ellos son los pollos asados que se ofrece desde hace ya varios años.

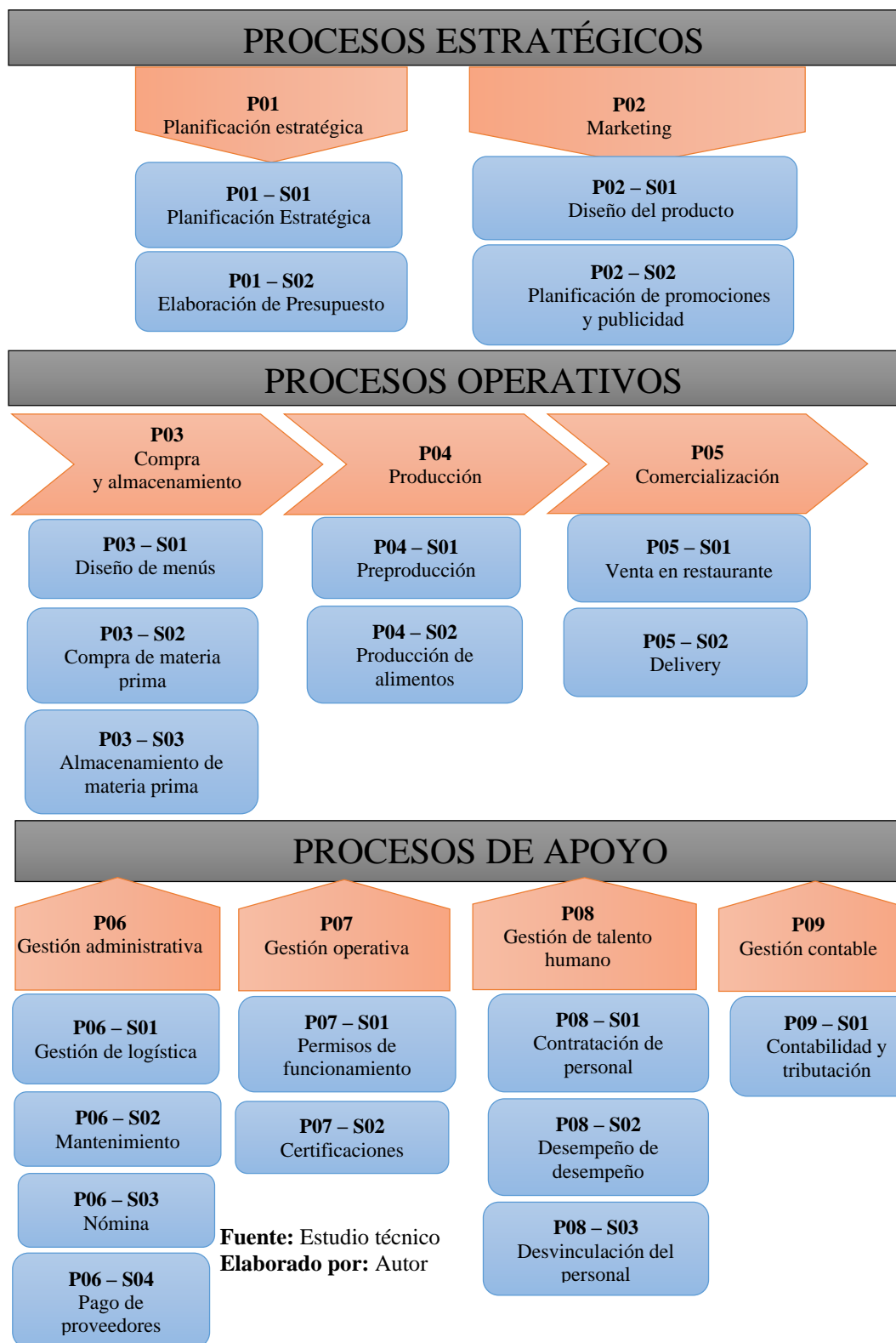
El color anaranjado en el logotipo representa el fuego que envuelve al pollo para llegar al asado deseado, por otro lado, el contorno negro que envuelve al nombre del restaurante representa al carbón que se utiliza como combustible asar los pollos y así conseguir un producto de calidad.

### **Mapa de procesos**

El mapa de procesos es una representación gráfica de cada uno de los procesos que se deben desarrollar dentro de un restaurante, considerando los procesos estratégicos, operativos y de soporte, generando una cadena de valor que permita satisfacer las necesidades el consumidor.

A continuación, se describe el mapa de procesos donde se detalla los procesos con sus respectivos subprocesos.

**Ilustración 36**  
*Mapa de procesos*



SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

## Flujograma de actividades

El flujograma de actividades es una representación gráfica de los procesos que se desempeñan en el restaurante, donde se señala a través de una secuencia lógica las diferentes actividades a desarrollar dentro de los procesos operativos, los cuales se visualizan en las ilustraciones a continuación.

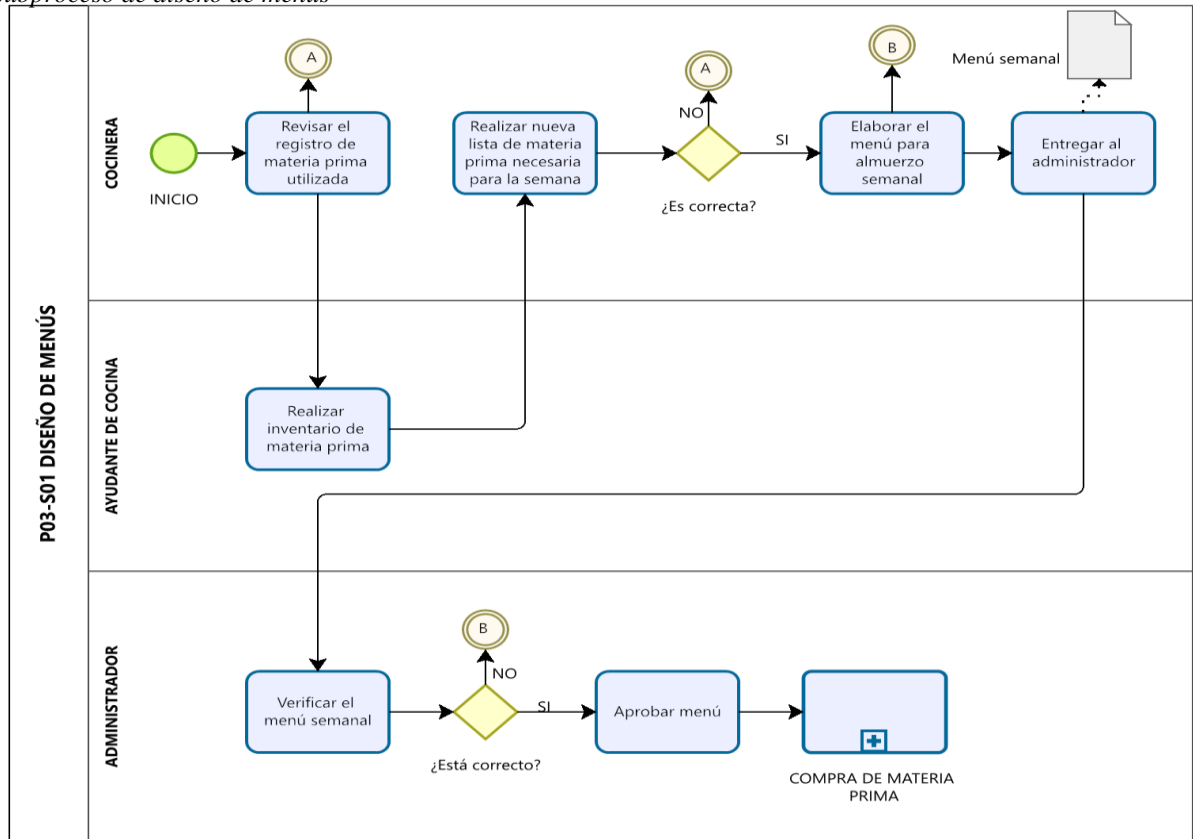
### *Compra y almacenamiento*

El proceso de compra y almacenamiento consiste diseñar los menús semanales, adquirir la materia prima necesaria y a su vez el almacenamiento de los mismos en bodega, el cual cuenta con subprocesos como se detalla en las siguientes ilustraciones.

### *Diseño de menús*

#### **Ilustración 37**

#### *Subproceso de diseño de menús*



**Fuente:** Bizage Modeler

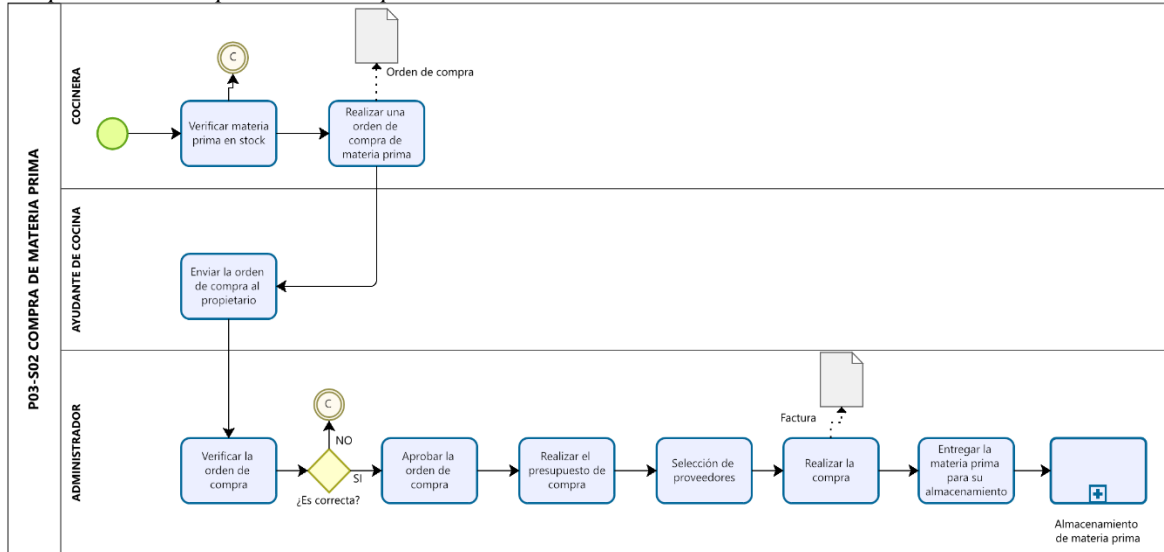
**Elaborado por:** Autor



## Compra de materia prima

### Ilustración 38

#### Subproceso de compra de materia prima



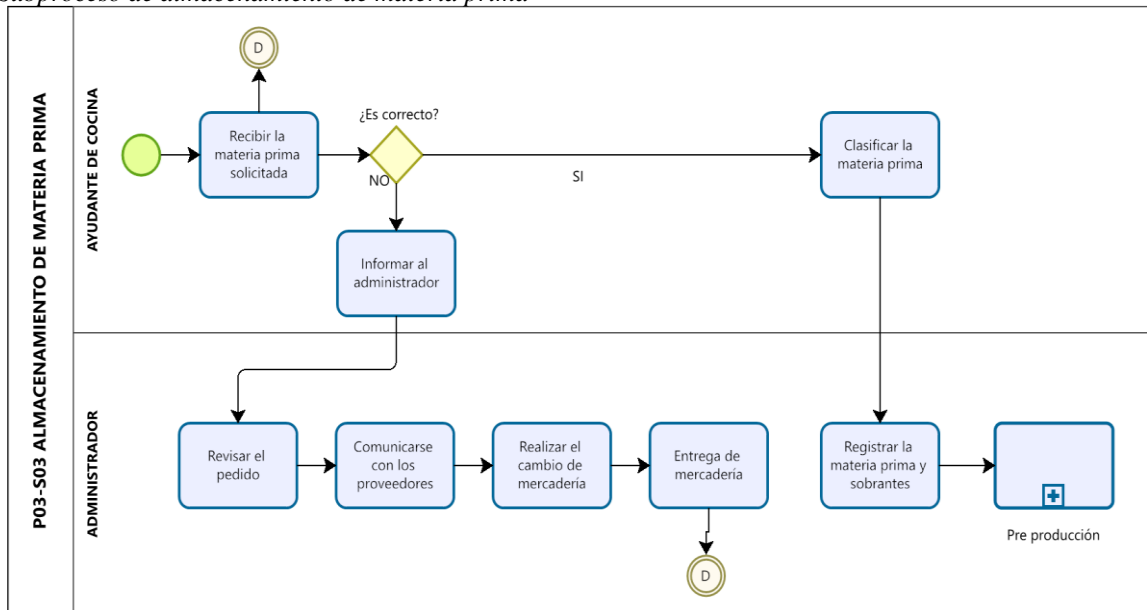
Fuente: Bizage Modeler

Elaborado por: Autor

## Almacenamiento de materia prima

### Ilustración 39

#### Subproceso de almacenamiento de materia prima



Fuente: Bizage Modeler

Elaborado por: Autor

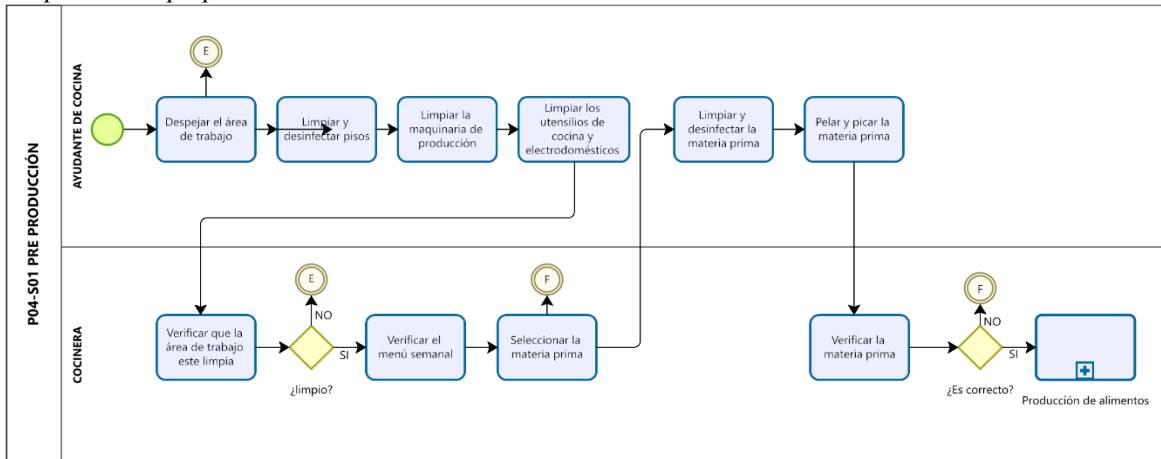
## Producción

El proceso de producción está relacionado con la elaboración de los platillos ofertados en el restaurante. Los subprocesos se detallan en las siguientes ilustraciones.

## Preproducción

### Ilustración 40

#### Subproceso de preproducción



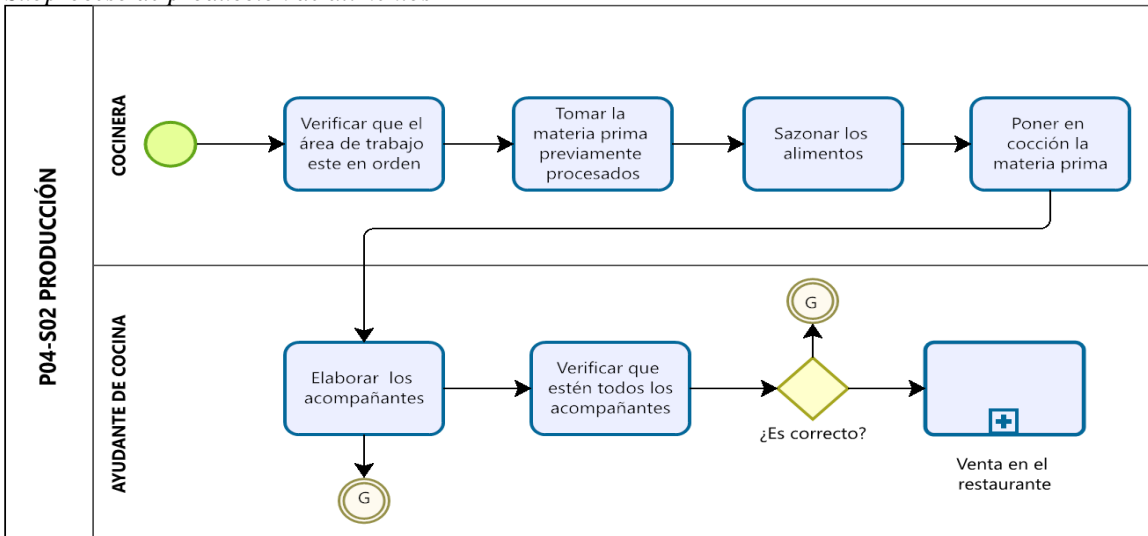
Fuente: Bizage Modeler

Elaborado por: Autor

## Producción de alimentos

### Ilustración 41

#### Subproceso de producción de alimentos



Fuente: Bizage Modeler

Elaborado por: Autor

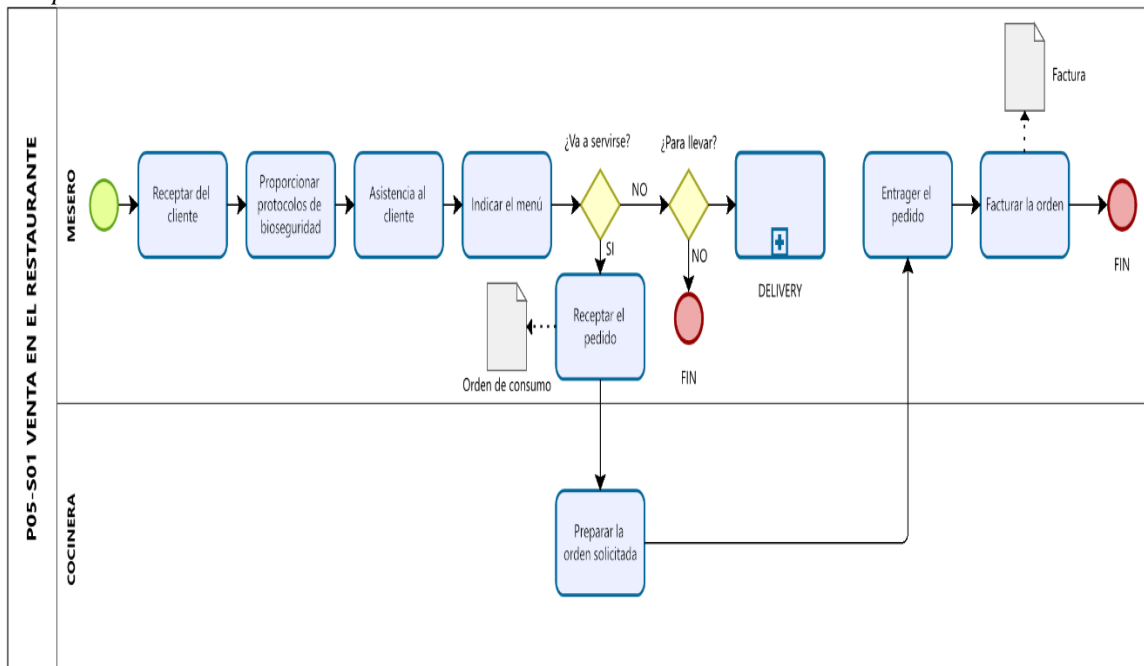
## Comercialización

El proceso de comercialización consiste en la venta del producto al consumidor final tanto en la venta directa a través del local comercial establecido por la empresa, como en la venta de delivery que consiste en la venta por internet y ser entregado en el lugar donde el cliente lo requiera, por ende se establece subprocesos.

### Venta en el restaurante

#### Ilustración 42

##### Subproceso de venta en el restaurante



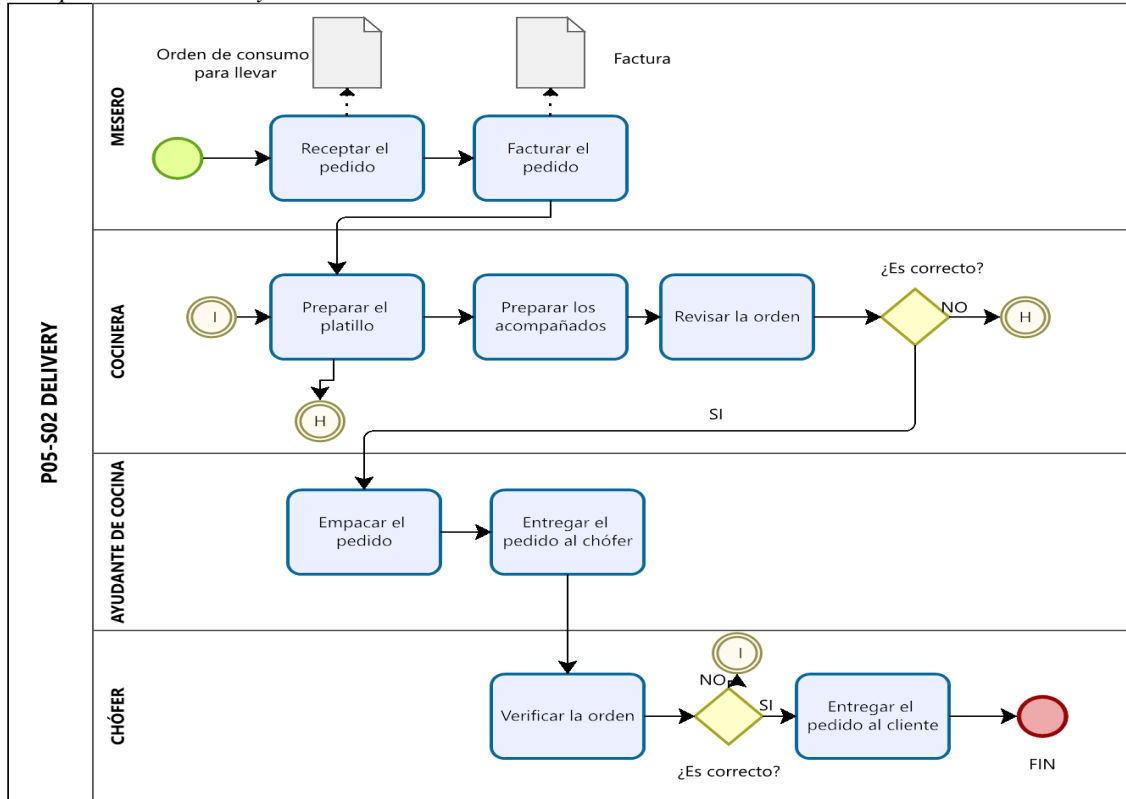
Fuente: Bizage Modeler

Elaborado por: Autor

Delivery

**Ilustración 43**

*Subproceso de delivery*



Fuente: Bizage Modeler

Elaborado por: Autor

**Descripción del diagrama de flujo**

**Tabla 38**

*Descripción de flujograma del subproceso diseño de menús*

| Proceso  | Compra y almacenamiento   | P03                |
|--|---|--------------------|
| Subproceso   | Diseño de menús   | S01                |
| ACTIVIDAD  | DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD   | RESPONSABLE        |
| Revisar del registro de la materia prima utilizada                   | Se revisará en primer lugar, el registro de la materia prima para conocer qué se utilizó en la semana.  | COCINERA           |
| Realizar inventario de la materia prima                              | Una vez revisado el registro de la materia prima con la que cuenta el área de la cocina, se constatará físicamente la materia prima sobrante. | AYUDANTE DE COCINA |
| Realizar nueva lista de materia prima que se necesita para la semana | Se procederá a realizar una nueva lista de materia prima que se necesitará para el transcurso de la semana.                                   | COCINERA           |

|   |   |               |
|---|---|---------------|
| Elaborar el menú para almuerzos semanales | Una vez conocido toda la materia prima que existe y que se adquirirá pronto, se procese a realizar el menú semanal que se trabajará para los almuerzos que se ofrece en el restaurante. | COCINERA      |
| Entregar al administrador                 | El menú realizado se entrega al administrador para su revisión y autorización   | COCINERA      |
| Verificar el menú semanal                 | Se revisará el menú semanal para verificar que no se repita durante la semana o mes   | ADMINISTRADOR |
| Aprobar el menú                           | Una vez verificado se estable en caso de no estar correcto se devuelve a la cocina para que realice nuevamente, en caso de estar correcto se aprueba el menú                            | ADMINISTRADOR |

**Fuente:** Flujogramas de procesos

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 39**

*Descripción de flujograma del subproceso compra de materia prima*

| <b>Proceso</b>                                   | <b>Compra y almacenamiento</b>   | <b>P03</b>         |
|--|--|--------------------|
| <b>Subproceso</b>                                | <b>Compra de materia prima</b>   | <b>S02</b>         |
| <b>ACTIVIDAD</b>                                 | <b>DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD</b>   | <b>RESPONSABLE</b> |
| Verificar materia prima en stock                 | Se verifica la materia prima en bodega para conocer cual hace falta y en qué cantidad se necesita  | COCINERA           |
| Realizar una orden de compra de la materia prima | Una vez recibida la nueva lista de la materia prima, se procederá a emitir una orden de compra para enviar al propietario del restaurante                | COCINERA           |
| Enviar la orden de compra al propietario         | Se procede a enviar la orden de compra al propietario del restaurante para que adquiera la materia prima   | AYUDANTE DE COCINA |
| Verificar la orden de compra                     | Se verificará la cantidad de materia prima que se necesita en el área de la cocina   | AYUDANTE DE COCINA |
| Aprobar la orden de compra                       | Se aprobará la orden de compra siempre que ya no exista en el stock.   | ADMINISTRADOR      |
| Realizar un presupuesto de compra                | Se procederá a realizar un presupuesto de compra para cada materia prima   | ADMINISTRADOR      |
| Seleccionar el proveedor                         | Se seleccionará a tres proveedores de cada materia prima con el fin de observar si la materia prima cumple con los requerimientos de la orden de compra. | ADMINISTRADOR      |
| Realizar la compra                               | Se procederá a seleccionar la mejor materia prima para la producción de alimentos, una vez seleccionado la materia prima se procede a cancelar.          | ADMINISTRADOR      |
| Entregar la compra para su almacenamiento        | Se procede a entregar la materia prima al ayudante de cocina para que el continúe con el proceso de almacenamiento.                                      | ADMINISTRADOR      |

**Fuente:** Flujogramas de procesos

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 40***Descripción de flujograma del subproceso almacenamiento de materia prima*

| <b>Proceso</b>                        | <b>Compra y almacenamiento</b>  | <b>P03</b>         |
|---------------------------------------|---|--------------------|
| <b>Subproceso</b>                     | Almacenamiento de materia prima   | S03                |
| <b>ACTIVIDAD</b>                      | <b>DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD</b>  | <b>RESPONSABLE</b> |
| Recibir la materia prima solicitada   | Se recibirá la materia prima por parte del propietario y verificar si es correcto.  | AYUDANTE DE COCINA |
| Informar al administrador             | En caso de que no esté correcta la materia prima o la cantidad solicitada se informará al administrador para su respectivo cambio                     | AYUDANTE DE COCINA |
| Revisar el pedido                     | Se revisará nuevamente el pedido para identificar donde existe la equivocación  | ADMINISTRADOR      |
| Comunicar a los proveedores           | Se pondrá en contacto con los proveedores para informar sobre la situación identificada   | ADMINISTRADOR      |
| Realizar el cambio de mercadería      | Se realizará el cambio de mercadería solicitando la cantidad y el tipo de material que se requiere  | ADMINISTRADOR      |
| Entrega de mercadería                 | Una vez realizado el cambio, se realiza la entrega de mercadería para su almacenamiento   | ADMINISTRADOR      |
| Clasificar la materia prima           | En caso de que el pedido este correcto, se procederá a escoger y clasificar cada una de la materia prima.   | AYUDANTE DE COCINA |
| Almacenar la nueva materia prima      | Cuando ya se haya clasificado se procede a colocar la materia prima en cada uno de los estantes que se tiene asignado.                                | AYUDANTE DE COCINA |
| Registrar la materia prima y sobrante | Se realizará un registro de la materia prima nueva y la que está en el registro anterior. Con el fin de hacer rotar a la materia prima más perecible. | ADMINISTRADOR      |

**Fuente:** Flujogramas de procesos**Elaborado por:** Autor**Tabla 41***Descripción de flujograma del subproceso preproducción*

| <b>Proceso</b>                      | <b>Producción</b>   | <b>P04</b>         |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| <b>Subproceso</b>                   | Preproducción   | S01                |
| <b>ACTIVIDAD</b>                    | <b>DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD</b>  | <b>RESPONSABLE</b> |
| Despejar el área de trabajo         | Se despejará el área de trabajo con el fin de no entorpecer el trabajo de limpieza que se pretende realizar.  | AYUDANTE DE COCINA |
| Limpiar y desinfectar pisos         | Finalmente se procederá a barrer y trapear y aplicar una solución desinfectante en todo el restaurante una vez que haya finalizado el día laboral.  | AYUDANTE DE COCINA |
| Limpiar la maquinaria de producción | Se comenzará con la limpieza de las cocinas industriales retirando hornillas, base de las ollas y lavando cada una de ellas, a continuación se procede a limpiar la cocina con agua hirviendo para retirar todo tipo de grasas que se han impregnado durante el proceso de producción de los alimentos, al final poner en su base solución desinfectante. | AYUDANTE DE COCINA |

|   |  |                    |
|---|--|--------------------|
|   | Se procederá a retirar todo tipo de congelado del refrigerador, retirar cada uno de los soportes del refrigerador y congelador para lavarlos y desinfectarlos, una vez concluido este proceso se pondrá en los refrigeradores una solución desinfectante.  |                    |
| Limpiar los utensilios de cocina y electrodomésticos culinarios     | Se procederá con la limpieza de todos los utensilios de cocina que se utilizó durante el transcurso del día.<br>Se limpiará licuadoras, microondas, hornos, exprimidores y se finalizará poniendo en cada electrodoméstico una solución desinfectante.     | AYUDANTE DE COCINA |
| Verificar de la limpieza del área de trabajo                        | Se procederá a constatar físicamente toda el área de trabajo que se limpió durante todo este proceso.  | COCINERA           |
| Verificar el menú semanal para seleccionar la materia prima del día | En primer lugar, se verificará el menú del día para que de esta manera sepa cuál va a ser la orden del día con respecto a la preparación de los alimentos.   | COCINERA           |
| Selección de materia prima  | Con base en el menú del día, acercarse a los estantes donde se encuentra toda la materia prima y seleccionar lo indicado en el menú y registrar lo que se utilizara.   | COCINERA           |
| Limpieza y desinfección de materia prima                            | Se procederá con la limpieza de la materia prima que se adquirió al inicio del proceso de compra de la materia prima. Con el fin de cuidar a la clientela.   | AYUDANTE DE COCINA |
| Pelar y picar verduras  | Con la materia prima lista, se procederá a cortar y picar todas las verduras y proteínas. De esta manera se dejará preparado solo para cocinar.  | AYUDANTE DE COCINA |
| Verificar la materia prima  | Se procede a verificar la materia prima necesaria para la producción y que se encuentren picados correctamente, en caso de no estar correcto se procede a seleccionar nuevamente la materia prima, en caso de si estarlo se dirige al siguiente subproceso | COCINERA           |

**Fuente:** Flujogramas de procesos

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 42**

*Descripción de flujograma del subproceso producción de alimentos*

| <b>Proceso</b>                                 | <b>Producción</b>  | <b>P04</b>         |
|--|--|--------------------|
| <b>Subproceso</b>                              | Producción de alimentos  | S02                |
| <b>ACTIVIDAD</b>                               | <b>DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD</b>   | <b>RESPONSABLE</b> |
| Verificar que el área de trabajo esté en orden | Se verificará que el área de trabajo esté limpio y libre para poder empezar con la preparación de los alimentos. | COCINERA           |
| Tomar la materia prima previamente procesados  | Se procederá a tomar todos los vegetales y demás materia prima que previamente ya se proceso                     | COCINERA           |

|   |  |                    |
|---|--|--------------------|
| Sazonar los alimentos   | Una vez que se haya cumplido el tiempo de cocción se sazonara para con los condimentos necesarios para alcanzar los sabores característicos del restaurante.   | COCINERA           |
| Poner en cocción la materia prima para preparar los alimentos | Una vez que se cuente con toda la materia prima preprocesada se procederá a integrar todo en las ollas para su posterior cocción.  | COCINERA           |
| Elaborar los acompañantes                                     | Se procede a elaborar los acompañantes de cada uno de los platillos como ají y ensaladas.  | AYUDANTE DE COCINA |
| Verificar que estén todos los acompañantes                    | Se procede a verificar que se encuentren elaborados todos los acompañantes y en la cantidad suficiente, en caso de no estar correcto se volverá a elaborar, y si lo esta se sigue al siguiente subproceso. | AYUDANTE DE COCINA |

**Fuente:** Flujogramas de procesos

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 43**

*Descripción de flujograma del subproceso venta en el restaurante*

| Proceso                                 | Comercialización   | P05         |
|---|--|-------------|
| Subproceso                              | Venta en restaurante   | S01         |
| ACTIVIDAD                               | DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD  | RESPONSABLE |
| Receptar al cliente                     | El cliente llegara al restaurante buscando el servicio de alimentación.  | MESERO      |
| Proporcionar protocolos de bioseguridad | Una vez que el cliente ingrese al restaurante se procederá a aplicar los protocolos de bioseguridad que existe actualmente en todo negocio, es decir, se le hará lavar las manos, se le aplicara alcohol en las manos y se desinfectara su ropa  | MESERO      |
| Asistir a los clientes                  | Se le ubicará en una mesa del restaurante y se procederá a tomar su orden con toda la amabilidad posible.  | MESERO      |
| Indicar el menú                         | Se procede a entregar el menú al cliente para que este seleccione que tipo de platillo requiere y la cantidad.   | MESERO      |
| Receptar el pedido                      | Una vez identificado que el cliente va a servirse en el lugar se procede a receptar el pedido de comida por parte del cliente al mesero se procederá a llenar una orden de consumo y mandarla al área de la cocina para que procedan con su preparación. En caso de no se solicita al cliente si el pedido es para llegar, en dicho caso se realiza un pedido delivery, si no se finaliza. | MESERO      |
| Preparar el platillo que solicito       | Con la orden de consumo en el área de la cocina se procederá a emplantillar el platillo que solicito el cliente y se entregará al mesero para que lo sirva.  | COCINERA    |
| Entregar del platillo                   | Se retirará el platillo del área de la cocina y se llevara hasta la mesa en la que se encuentra el cliente, se servirá y se preguntara si hay algo más en lo que se lo pueda ayudar.   | MESERO      |



|                      |   |        |
|----------------------|---|--------|
| Facturar de la orden | Cuando el cliente ya haya terminado el platillo que solicito se entregara la factura con el valor que debe cancelar en la caja. | MESERO |
|----------------------|---|--------|

**Fuente:** Flujogramas de procesos

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 44**

*Descripción de flujograma del subproceso de delivery*

| Proceso                                    | Comercialización   | P05                |
|--|--|--------------------|
| Subproceso                                 | Delivery   | S02                |
| ACTIVIDAD                                  | DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD  | RESPONSABLE        |
| Receptar el pedido                         | Se captará vía WhatsApp un platillo que se encuentra en el catálogo de la aplicación WhatsApp business y se hará una orden de consumo.   | MESERO             |
| Facturar de la orden                       | Cuando el cliente ya haya terminado el platillo que solicito se entregara la factura con el valor que debe cancelar en la caja.  | MESERO             |
| Preparar del platillo                      | Con la orden de consumo en el área de la cocina se procederá a preparar el platillo que solicito el cliente.   | COCINERA           |
| Preparar de acompañados                    | Se procederá a preparar salsas, ensaladas porciones extras, jugos y utensilios plásticos que se entrega con el pedido vía WhatsApp business.   | COCINERA           |
| Revisar la orden                           | Se revisa la orden para que cumpla con los requerimientos del cliente, en caso de no estar correcto se procede a preparar el platillo nuevamente   | COCINERA           |
| Empacar                                    | Una vez preparado el platillo en conjunto con el acompañado se procederá a empacar en platillos desechables y se enfundará para su posterior entrega.  | AYUDANTE DE COCINA |
| Entregar del pedido al chofer del delivery | Se entregará el pedido que solicito el cliente mediante la aplicación WhatsApp business y se le indicara la ubicación a donde se tiene que trasladar con los alimentos.  | AYUDANTE DE COCINA |
| Verificar la orden                         | El chofer verificará la orden con la factura, una vez confirmado se procede a la siguiente actividad caso contrario se regresa a producción  | CHOFER             |
| Entregar del pedido al cliente             | Una vez que el chofer haya llegado al lugar donde se deberá entregar el pedido, deberá comunicarse con el cliente para que salga a recibir su pedido.<br>Cuando el cliente haya comprobado que si es su pedido el chofer deberá entregar la factura con el valor del consumo y cobrara la factura. | CHOFER             |

**Fuente:** Flujogramas de procesos

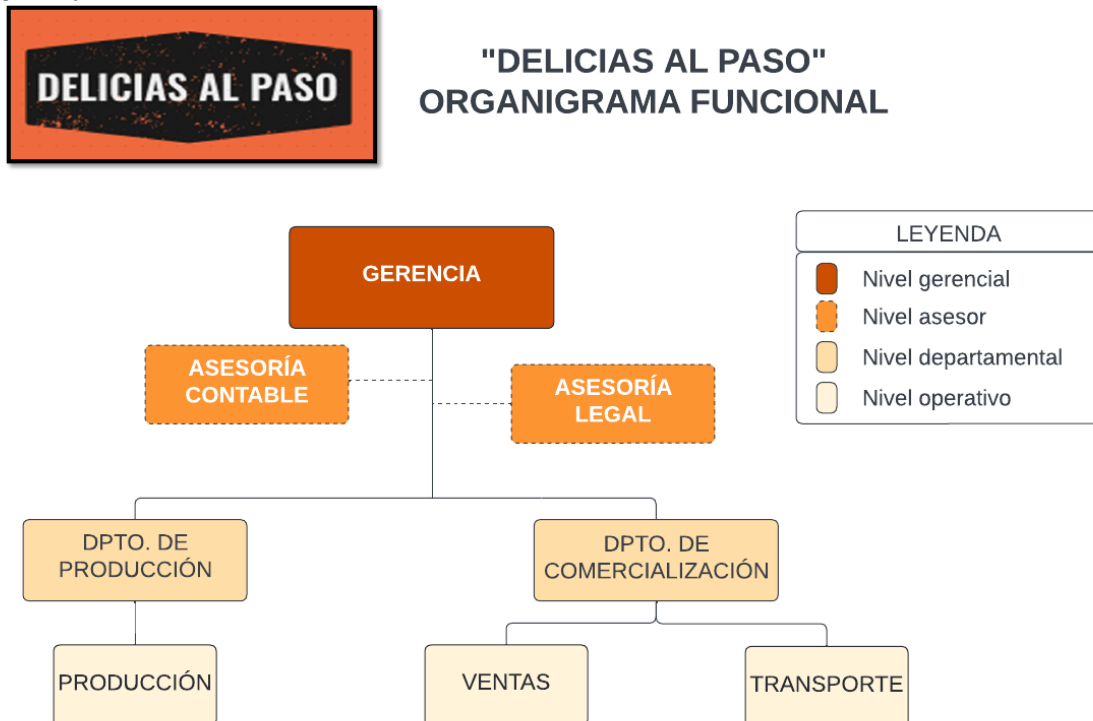
**Elaborado por:** Autor

## Organigrama

El organigrama es un instrumento administrativo que permite determinar la estructura organizacional del restaurante a través de una representación gráfica. Por ende, para el restaurante se establece un organigrama funcional, dado que la estructura se establece de acuerdo a las funciones que debe cumplir cada miembro del restaurante, permitiendo dividir las actividades y dar a conocer al personal de una manera eficiente evitando confusiones al momento de ejercer las tareas.

Actualmente el restaurante solo cuenta con una cocinara que es la propietaria del lugar y un ayudante quien ayuda en cocina y mesero del lugar, sin embargo la propuesta se establece la contratación de un ayudante y un chofer, para lo cual se diseña el siguiente organigrama funcional.

**Ilustración 44**  
*Organigrama funcional*



**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Autor


## **Manual de funciones**

El manual de funciones es una herramienta administrativa que ayuda en el desenvolvimiento de las diferentes actividades de la empresa, dado que estipula las políticas para la contratación del personal, así como la descripción del puesto, objetivo, el perfil que se requiere para el cargo y las diferentes funciones que el personal necesario para la empresa debe cumplir.

El personal que requiere la empresa para su funcionamiento es: Administrador, un Asesor Contable, cocinera, ayudantes mismos que realizarán funciones de venta y un chofer, en las siguientes tablas se puede visualizar los diferentes manuales.

Para el desarrollo del manual de funciones se basa en la Normas de Control Interno (2014), la cual detalla que la gerencia, siendo está la máxima autoridad debe establecer la delegación de funciones y responsabilidades de acuerdo al cargo teniendo el mayor cuidado al momento de delimitar así como procurar establecer la rotación de tareas evitando la dependencia del cargo y generando posibles riesgos por acciones irregulares. Por otro lado, se debe determinar el perfil que se requiere para que tenga conocimientos del cargo y pueda desempeñar las funciones correctamente.

**Tabla 45**  
Manual de funciones – Administrador

|  |  |                        |                     |
|--|--|------------------------|---------------------|
|   | <b>MANUAL DE FUNCIONES</b>   |                        | <b>Codificación</b> |
|  |  |                        | <b>Versión</b>      |
|  |  |                        | 1                   |
|  |  |                        | <b>Fecha</b>        |
|  |  | 27 de julio del 2021   |                     |
| <b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>  |  |                        |                     |
| <b>Nombre del cargo:</b>   | Administrador y propietario  |                        |                     |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  |  |                        |                     |
| Ser el representante legal del restaurante además de coordinar las actividades del restaurante de una manera eficiente optimizando recursos. |  |                        |                     |
| <b>PERFIL DEL PUESTO</b>   |  |                        |                     |
| <b>ESTUDIOS:</b>   | Instrucción de tercer nivel en carreras de la rama administrativa.                   |                        |                     |
| <b>EXPERIENCIA</b>   | Experiencia mínima de dos años en el manejo de un restaurante                        |                        |                     |
| <b>CONOCIMIENTOS</b>   | Manejo de recursos tecnológicos o de computación, contabilidad y comercialización.   |                        |                     |
| <b>CUALIDADES</b>  | Capacidad de reconocer oportunidades, liderazgo y capacidad de trabajar bajo presión |                        |                     |
| <b>FUNCIONES</b>   |  |                        |                     |
| Representante legal del restaurante  |  |                        |                     |
| Supervisar y controlar a los colaboradores que laboran en el restaurante.  |  |                        |                     |
| Realizar presupuestos de compra para la materia prima  |  |                        |                     |
| Velar por el cumplimiento de las políticas y valores del restaurante   |  |                        |                     |
| Negociar con los proveedores   |  |                        |                     |
| Llevar las cuentas del restaurante   |  |                        |                     |
| Autorizar órdenes de compra  |  |                        |                     |
| Pagar mensualmente la nómina del restaurante   |  |                        |                     |
| <b>Elaborado por:</b>  | <b>Recibido por:</b>   | <b>Autorizado por:</b> |                     |

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Autor

**Tabla 46**  
*Manual de funciones – Asesor contable*

|  |  |                        |                      |
|--|--|------------------------|----------------------|
|                         | <h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1>                                 |                        | <b>Codificación</b>  |
|  |  |                        | <b>Versión</b>       |
|  |  |                        | <b>Fecha</b>         |
|  |  |                        | 27 de julio del 2021 |
| <b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>  |  |                        |                      |
| <b>Nombre del cargo:</b>   | Asesor contable  |                        |                      |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  |  |                        |                      |
| Medir y analizar la situación económica del restaurante con el fin de mejorar la gestión del propietario |  |                        |                      |
| <b>PERFIL DEL PUESTO</b>   |  |                        |                      |
| <b>ESTUDIOS:</b>   | Instrucción de tercer nivel en carreras de la rama contable. |                        |                      |
| <b>EXPERIENCIA</b>   | Experiencia mínima de dos años en cargos similares.          |                        |                      |
| <b>CONOCIMIENTOS</b>   | Contabilidad y normativa tributaria actual.                  |                        |                      |
| <b>FUNCIONES</b>   |  |                        |                      |
| Ofrecer asesoramiento contable al propietario y ayudar en la toma de decisiones.                         |  |                        |                      |
| Asesoría permanente en temas tributarios.  |  |                        |                      |
| Cumplimiento de la normativa tributaria.   |  |                        |                      |
| Anotación de los ingresos y gastos mensuales en el libro respectivo.                                     |  |                        |                      |
| Servicio de pago de impuestos.   |  |                        |                      |
| Elaboración de declaración correspondientes.   |  |                        |                      |
| <b>Elaborado por:</b>  | <b>Recibido por:</b>   | <b>Autorizado por:</b> |                      |

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Autor

**Tabla 47**  
*Manual de funciones –Cocinera*

|   |   |                        |                     |
|---|---|------------------------|---------------------|
|    | <b>MANUAL DE FUNCIONES</b>  |                        | <b>Codificación</b> |
|   |   |                        | <b>Versión</b>      |
|   |   |                        | 1                   |
|   |   |                        | <b>Fecha</b>        |
|   |   | 27 de julio del 2021   |                     |
| <b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>   |   |                        |                     |
| <b>Nombre del cargo:</b>  | Cocinera  |                        |                     |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>   |   |                        |                     |
| Ser la encargada de la preparación de todos los platillos que se ofrecerán dentro del restaurante y que se enviarán al servicio del Delivery. |   |                        |                     |
| <b>PERFIL DEL PUESTO</b>  |   |                        |                     |
| <b>ESTUDIOS:</b>  | Profesional de la cocina  |                        |                     |
| <b>EXPERIENCIA</b>  | Experiencia mínima de tres años en el manejo del área de la cocina                          |                        |                     |
| <b>CONOCIMIENTOS</b>  | Manejo y preparación de alimentos, tener conocimientos de higiene y calidad en el servicio. |                        |                     |
| <b>CUALIDADES</b>   | Cocinar platillos que sean del gusto de los clientes.                                       |                        |                     |
| <b>FUNCIONES</b>  |   |                        |                     |
| Realizar los menús semanales de los almuerzos   |   |                        |                     |
| Controlar el uso de la materia prima  |   |                        |                     |
| Realizar la producción de los platillos   |   |                        |                     |
| Asignar funciones de trabajo al ayudante de cocina 1 y 2  |   |                        |                     |
| Velar por la higiene de la zona de trabajo  |   |                        |                     |
| Montar o servir los platillos   |   |                        |                     |
| <b>Elaborado por:</b>   | <b>Recibido por:</b>  | <b>Autorizado por:</b> |                     |

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Autor

**Tabla 48**  
*Manual de funciones – Ayudante de cocina 1*

|   |                              |  |                        |
|---|------------------------------|--|------------------------|
|    | <h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1> |  | <b>Codificación</b>    |
|   |                              |  | <b>Versión</b>         |
|   |                              |  | 1                      |
|   |                              |  | <b>Fecha</b>           |
|   |                              | 27 de julio del 2021   |                        |
| <b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>   |                              |  |                        |
| <b>Nombre del cargo:</b>  |                              | Ayudante de cocina   |                        |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>   |                              |  |                        |
| Atender las necesidades de la cocinera y apoyar en la preparación de los platillos. |                              |  |                        |
| <b>PERFIL DEL PUESTO</b>  |                              |  |                        |
| <b>ESTUDIOS:</b>  |                              | Instrucción básica.  |                        |
| <b>EXPERIENCIA</b>  |                              | Experiencia mínima de dos años en el área de la cocina   |                        |
| <b>CONOCIMIENTOS</b>  |                              | Manipulación de alimentos, de la materia prima y de utensilios de la cocina, higiene del restaurante |                        |
| <b>CUALIDADES</b>   |                              | Ser una persona funcional, que labore bajo presión, rapidez.   |                        |
| <b>FUNCIONES</b>  |                              |  |                        |
| Ser un soporte cuando la cocinera lo necesite                                       |                              |  |                        |
| Realizar el proceso de la preproducción de los alimentos                            |                              |  |                        |
| Mantener aseada el área de trabajo  |                              |  |                        |
| Almacenar la materia prima  |                              |  |                        |
| Empacar los platillos   |                              |  |                        |
| Lavar los utensilios de cocina  |                              |  |                        |
| Reportar la falta de materia prima  |                              |  |                        |
| Tener limpias las maquinas del área de la cocina                                    |                              |  |                        |
| <b>Elaborado por:</b>   |                              | <b>Recibido por:</b>   | <b>Autorizado por:</b> |

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Autor


**Tabla 49**  
*Manual de funciones – Ayudante de cocina 2*

|  |   |                        |                     |
|--|---|------------------------|---------------------|
|                                 | <b>MANUAL DE FUNCIONES</b>  |                        | <b>Codificación</b> |
|  |   |                        | <b>Versión</b>      |
|  |   |                        | 1                   |
|  |   |                        | <b>Fecha</b>        |
|  |   | 27 de julio del 2021   |                     |
| <b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>  |   |                        |                     |
| <b>Nombre del cargo:</b>   | Ayudante de cocina 2  |                        |                     |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  |   |                        |                     |
| Atender las necesidades de la cocinera y apoyar en la preparación de los platillos. Además de atender las mesas. |   |                        |                     |
| <b>PERFIL DEL PUESTO</b>   |   |                        |                     |
| <b>ESTUDIOS:</b>   | Título de bachiller   |                        |                     |
| <b>EXPERIENCIA</b>   | Experiencia mínima de dos años en el área de la cocina y de mesero  |                        |                     |
| <b>CONOCIMIENTOS</b>   | Manipulación de alimentos, de la materia prima y de utensilios de la cocina, higiene del restaurante, trato de los clientes |                        |                     |
| <b>CUALIDADES</b>  | Ser una persona funcional, que labore bajo presión, rapidez.  |                        |                     |
| <b>FUNCIONES</b>   |   |                        |                     |
| Ser un soporte cuando la cocinera lo necesite  |   |                        |                     |
| Realizar el proceso de la reproducción de los alimentos  |   |                        |                     |
| Mantener aseada el área de trabajo   |   |                        |                     |
| Empacar los platillos  |   |                        |                     |
| Lavar los utensilios de cocina   |   |                        |                     |
| Atender a los clientes que llegan al restaurante   |   |                        |                     |
| Mantener limpias las mesas   |   |                        |                     |
| Cobrar cuando el cliente haya terminado.   |   |                        |                     |
| <b>Elaborado por:</b>  | <b>Recibido por:</b>  | <b>Autorizado por:</b> |                     |

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Autor



**Tabla 50**  
Manual de funciones – Chofer

|   |   |                        |                     |
|---|---|------------------------|---------------------|
|                          | <b>MANUAL DE FUNCIONES</b>                                  |                        | <b>Codificación</b> |
|   |   |                        | <b>Versión</b>      |
|   |   |                        | 1                   |
|   |   |                        | <b>Fecha</b>        |
|   |   | 27 de julio del 2021   |                     |
| <b>DESCRIPCION DEL PUESTO</b>   |   |                        |                     |
| <b>Nombre del cargo:</b>  | Chofer  |                        |                     |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>   |   |                        |                     |
| Ser el responsable de llegar a los clientes con el platillo que ordeno a través del servicio de delivery. |   |                        |                     |
| <b>PERFIL DEL PUESTO</b>  |   |                        |                     |
| <b>ESTUDIOS:</b>  | Título de bachiller   |                        |                     |
| <b>EXPERIENCIA</b>  | Experiencia mínima de dos años en el área de la cocina      |                        |                     |
| <b>CONOCIMIENTOS</b>  | Manejo de recursos automovilísticos, trato con los clientes |                        |                     |
| <b>CUALIDADES</b>   | Sentido de ubicación en el área donde trabaja.              |                        |                     |
| <b>FUNCIONES</b>  |   |                        |                     |
| Manejar la motocicleta para llevar los pedidos  |   |                        |                     |
| Entregar el servicio del Delivery   |   |                        |                     |
| Cobrar por el servicio del Delivery   |   |                        |                     |
| Mantener la motocicleta en óptimas condiciones para trabajar  |   |                        |                     |
| Entregar las facturas a los clientes después de cada compra   |   |                        |                     |
| Entregar el pago por el servicio del delivery al propietario  |   |                        |                     |
| <b>Elaborado por:</b>   | <b>Recibido por:</b>  | <b>Autorizado por:</b> |                     |

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** Autor

#### 4.5.6 Constitución legal del restaurante

El restaurante Delicias al paso se encuentra constituido desde el año 2013, mismo que legalmente fue creado como persona natural, dado que fue fundado por una sola persona, en

este caso la propietaria Sra. Ana Ramírez bajo el Régimen Impositivo Simplificado (RISE), mismo que constituye un régimen de incorporación voluntaria donde las declaraciones de impuestos tanto de IVA e Impuesto a la renta son reemplazos por cuotas mensuales, sin embargo en el año 2022 se crea un nuevo régimen llamado Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocio Populares (RIMPE), en el cual los contribuyentes que hasta el 31 de diciembre de 2021 pertenecían al Régimen Impositivo Simplificado (RISE), Régimen Impositivo para Microempresas (RIM) y Régimen General, hoy forman parte automáticamente del RIMPE.

Dicho régimen está compuesto por dos tipos de contribuyentes el negocio popular que son aquellos que dispongan dentro de un periodo tributario ingresos hasta \$20.000 y emprendedores que obtengan ingresos brutos desde \$20.001 a \$300.000, por ende se identifica que el restaurante Delicias al paso para el 2022 forma parte del RIMPE negocio popular, sin embargo de acuerdo a las proyecciones realizadas con la implementación del presente proyecto formaría parte como emprendedor.

Los emprendedores sujetos a RIMPE deben emitir facturas, notas de crédito, notas de débito, retenciones y liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios. Preferiblemente con facturación electrónica. La principal diferencia con el segmento de negocios populares es que los valores de impuestos se incrementan conforme tengan mayores ingresos. Además tienen más obligaciones respecto del IVA y retenciones. El impuesto a la renta debe declararse y pagarse en función de la tabla emitida por los organismos de control tributario que incluye un impuesto mínimo mensual más un porcentaje de los ingresos brutos y el IVA debe declararse y pagarse de manera semestral incluyendo los ingresos del régimen RIMPE y los que no estén sujetos a este régimen

### **Requisitos legales para pertenecer al RIMPE**

Para poder constituirse legalmente el restaurante Delicias al paso debió cumplir con cada uno de los requisitos de inscripción que a continuación se presentan:

- Ser persona natural.
- Presentar original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono de los últimos 3 meses.
- No practicar ninguna de las actividades catalogadas como restringidas.
- RIMPE para negocios populares:
  - Personas naturales: Ingresos brutos anuales de hasta USD \$20.000, al 31 de diciembre de 2021.
- RIMPE para emprendedores:
  - Personas naturales o jurídicas: Ingresos brutos anuales desde USD \$20.001 a USD \$300.000 (menos descuentos y devoluciones), al 31 de diciembre de 2021.

## **4.6 Estudio financiero**

### **4.6.1 Situación Económica Actual**

El emprendimiento se encuentra actualmente en funcionamiento, por tal motivo cuenta con información financiera ya establecida relacionada con activos, pasivos y demás información que permite realizar una proyección de la situación económica del restaurante.

#### **Activos Fijos**

El restaurante al momento de iniciar sus actividades ha invertido en varios activos fijos como maquinaria, muebles y enseres, menaje de cocina, herramientas, edificaciones y terreno, lo cuales permiten brindar los servicios de alimentación que este ofrece. Por lo cual, en los siguientes literales se detalla cada uno de ellos.

**Menaje de cocina:** Representa todos los materiales de cocina que son utilizados en el proceso de producción.

**Tabla 51**  
*Menaje de cocina*

| Cantidad     | Nombre              | Costo unitario  | Costo total     |
|--------------|---------------------|-----------------|-----------------|
| 2            | Ollas               | \$35,00         | \$70,00         |
| 1            | Paila               | \$90,00         | \$90,00         |
| 6            | Juegos de cubiertos | \$1,67          | \$10,00         |
| 6            | Vajilla tendida     | \$0,83          | \$5,00          |
| 6            | Vajilla sopera      | \$0,83          | \$5,00          |
| <b>TOTAL</b> |                     | <b>\$128,33</b> | <b>\$180,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

**Maquinaria y equipo:** Son aquellos bienes que producir los diferentes platillos ofertados en el restaurante, es decir son aquellos que permiten la transformación de materia prima en producto terminado, el establecimiento necesita no necesita gran cantidad de dado que el proceso de producción es tanto manual como industrial, por lo cual en la Tabla 52 de detallan los activos que presenta el negocio.

**Tabla 52**  
*Maquinaria y equipos*

| Cantidad     | Nombre            | Costo unitario  | Costo total     |
|--------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 1            | Cocina industrial | \$45,00         | \$45,00         |
| 1            | Salchi papera     | \$80,00         | \$80,00         |
| 1            | Horno industrial  | \$350,00        | \$350,00        |
| 1            | Refrigerador      | \$350,00        | \$350,00        |
| 1            | Microondas        | \$80,00         | \$80,00         |
| <b>TOTAL</b> |                   | <b>\$905,00</b> | <b>\$905,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

**Muebles y enseres:** son aquellos bienes que permiten el desenvolvimiento del negocio, por lo cual cada una de las áreas del establecimiento dispone de este tipo de activo.

**Tabla 53**  
*Muebles y enseres*

| Cantidad     | Nombre                    | Costo unitario  | Costo total     |
|--------------|---------------------------|-----------------|-----------------|
| 4            | Mesas de madera           | \$25,00         | \$100,00        |
| 16           | Sillas                    | \$5,00          | \$80,00         |
| 1            | Mueble de madera          | \$30,00         | \$30,00         |
| 1            | Colgante de platos mueble | \$40,00         | \$40,00         |
| <b>TOTAL</b> |                           | <b>\$100,00</b> | <b>\$250,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

**Herramientas:** representan aquellos bienes fueron adquiridos para hacer uso de ella y no para ponerla a la venta.

**Tabla 54**

*Herramientas*

| Cantidad     | Nombre          | Costo unitario | Costo total    |
|--------------|-----------------|----------------|----------------|
| 3            | Java de cola    | \$8,00         | \$24,00        |
| 3            | Java de cerveza | \$15,00        | \$45,00        |
| <b>TOTAL</b> |                 | <b>\$23,00</b> | <b>\$69,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

**Edificaciones:** representan las instalaciones que cuenta el establecimiento donde se realizan las diferentes actividades tanto de producción como de venta.

**Tabla 55**

*Edificaciones*

| Cantidad     | Nombre      | Costo unitario     | Costo total        |
|--------------|-------------|--------------------|--------------------|
| 1            | Edificación | \$10.000,00        | \$10.000,00        |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>\$10.000,00</b> | <b>\$10.000,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

**Terreno:** es un bien no depreciable que dispone la empresa, donde se encuentran las instalaciones del restaurante.

**Tabla 56**

*Terrenos*

| Cantidad     | Nombre  | Costo unitario     | Costo total        |
|--------------|---------|--------------------|--------------------|
| 1            | Terreno | \$26.400,00        | \$26.400,00        |
| <b>TOTAL</b> |         | <b>\$26.400,00</b> | <b>\$26.400,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

**Depreciaciones:** La depreciación representa la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste o deterioro del paso del tiempo. Por lo cual, las depreciaciones se determinan de acuerdo lo dispuesto por el Servicio de Rentas Internas; por otro lado, los valores de rescate fueron determinados de acuerdo al uso que se les da a los activos. Cabe mencionar que la fecha de compra de los productos fue el año 2015.

**Tabla 57***Depreciaciones muebles y enseres*

| <b>Muebles y enseres</b>    | <b>\$ 250,00</b>     |                     |                               |                    |
|-----------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Valor de rescate</b>     | \$ 100,00            |                     |                               |                    |
| <b>Años de depreciación</b> | 10                   |                     |                               |                    |
| <b>Año</b>                  | <b>Saldo inicial</b> | <b>Depreciación</b> | <b>Depreciación acumulada</b> | <b>Saldo final</b> |
| <b>2015</b>                 | \$ 250,00            | \$ 15,00            | \$ 15,00                      | \$ 235,00          |
| <b>2016</b>                 | \$ 235,00            | \$ 15,00            | \$ 30,00                      | \$ 220,00          |
| <b>2017</b>                 | \$ 220,00            | \$ 15,00            | \$ 45,00                      | \$ 205,00          |
| <b>2018</b>                 | \$ 205,00            | \$ 15,00            | \$ 60,00                      | \$ 190,00          |
| <b>2019</b>                 | \$ 190,00            | \$ 15,00            | \$ 75,00                      | \$ 175,00          |
| <b>2020</b>                 | \$ 175,00            | \$ 15,00            | \$ 90,00                      | \$ 160,00          |
| <b>2021</b>                 | \$ 160,00            | \$ 15,00            | \$ 105,00                     | \$ 145,00          |
| <b>2022</b>                 | \$ 145,00            | \$ 15,00            | \$ 120,00                     | \$ 130,00          |
| <b>2023</b>                 | \$ 130,00            | \$ 15,00            | \$ 135,00                     | \$ 115,00          |
| <b>2024</b>                 | \$ 115,00            | \$ 15,00            | \$ 150,00                     | \$ 100,00          |

Fuente: "Estudio técnico"

Elaborado por: Autor

**Tabla 58***Depreciaciones menaje de cocina*

| <b>Menaje de oficina</b>    | <b>\$ 180,00</b>     |                     |                               |                    |
|-----------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Valor de rescate</b>     | \$ 80,00             |                     |                               |                    |
| <b>Años de depreciación</b> | 10                   |                     |                               |                    |
| <b>Año</b>                  | <b>Saldo inicial</b> | <b>Depreciación</b> | <b>Depreciación acumulada</b> | <b>Saldo final</b> |
| <b>2015</b>                 | \$ 180,00            | \$ 10,00            | \$ 10,00                      | \$ 170,00          |
| <b>2016</b>                 | \$ 170,00            | \$ 10,00            | \$ 20,00                      | \$ 160,00          |
| <b>2017</b>                 | \$ 160,00            | \$ 10,00            | \$ 30,00                      | \$ 150,00          |
| <b>2018</b>                 | \$ 150,00            | \$ 10,00            | \$ 40,00                      | \$ 140,00          |
| <b>2019</b>                 | \$ 140,00            | \$ 10,00            | \$ 50,00                      | \$ 130,00          |
| <b>2020</b>                 | \$ 130,00            | \$ 10,00            | \$ 60,00                      | \$ 120,00          |
| <b>2021</b>                 | \$ 120,00            | \$ 10,00            | \$ 70,00                      | \$ 110,00          |
| <b>2022</b>                 | \$ 110,00            | \$ 10,00            | \$ 80,00                      | \$ 100,00          |
| <b>2023</b>                 | \$ 100,00            | \$ 10,00            | \$ 90,00                      | \$ 90,00           |
| <b>2024</b>                 | \$ 90,00             | \$ 10,00            | \$ 100,00                     | \$ 80,00           |

Fuente: "Estudio técnico"

Elaborado por: Autor

**Tabla 59***Depreciaciones maquinaria*

| <b>Maquinaria</b>           | <b>\$ 905,00</b>     |                     |                               |                    |
|-----------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Valor de rescate</b>     | \$ 300,00            |                     |                               |                    |
| <b>Años de depreciación</b> | 10                   |                     |                               |                    |
| <b>Año</b>                  | <b>Saldo inicial</b> | <b>Depreciación</b> | <b>Depreciación acumulada</b> | <b>Saldo final</b> |
| <b>2015</b>                 | \$ 905,00            | \$ 60,50            | \$ 60,50                      | \$ 844,50          |
| <b>2016</b>                 | \$ 844,50            | \$ 60,50            | \$ 121,00                     | \$ 784,00          |
| <b>2017</b>                 | \$ 784,00            | \$ 60,50            | \$ 181,50                     | \$ 723,50          |
| <b>2018</b>                 | \$ 723,50            | \$ 60,50            | \$ 242,00                     | \$ 663,00          |

|             |           |          |           |           |
|-------------|-----------|----------|-----------|-----------|
| <b>2019</b> | \$ 663,00 | \$ 60,50 | \$ 302,50 | \$ 602,50 |
| <b>2020</b> | \$ 602,50 | \$ 60,50 | \$ 363,00 | \$ 542,00 |
| <b>2021</b> | \$ 542,00 | \$ 60,50 | \$ 423,50 | \$ 481,50 |
| <b>2022</b> | \$ 481,50 | \$ 60,50 | \$ 484,00 | \$ 421,00 |
| <b>2023</b> | \$ 421,00 | \$ 60,50 | \$ 544,50 | \$ 360,50 |
| <b>2024</b> | \$ 360,50 | \$ 60,50 | \$ 605,00 | \$ 300,00 |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

**Tabla 60**

*Depreciaciones edificaciones*

|                             |                      |                     |                               |                    |
|-----------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Edificaciones</b>        | <b>\$ 10.000,00</b>  |                     |                               |                    |
| <b>Valor de rescate</b>     | \$ 5.000,00          |                     |                               |                    |
| <b>Años de depreciación</b> | 20                   |                     |                               |                    |
| <b>Año</b>                  | <b>Saldo inicial</b> | <b>Depreciación</b> | <b>Depreciación acumulada</b> | <b>Saldo final</b> |
| <b>2015</b>                 | \$ 10.000,00         | \$ 250,00           | \$ 250,00                     | \$ 9.750,00        |
| <b>2016</b>                 | \$ 9.750,00          | \$ 250,00           | \$ 500,00                     | \$ 9.500,00        |
| <b>2017</b>                 | \$ 9.500,00          | \$ 250,00           | \$ 750,00                     | \$ 9.250,00        |
| <b>2018</b>                 | \$ 9.250,00          | \$ 250,00           | \$ 1.000,00                   | \$ 9.000,00        |
| <b>2019</b>                 | \$ 9.000,00          | \$ 250,00           | \$ 1.250,00                   | \$ 8.750,00        |
| <b>2020</b>                 | \$ 8.750,00          | \$ 250,00           | \$ 1.500,00                   | \$ 8.500,00        |
| <b>2021</b>                 | \$ 8.500,00          | \$ 250,00           | \$ 1.750,00                   | \$ 8.250,00        |
| <b>2022</b>                 | \$ 8.250,00          | \$ 250,00           | \$ 2.000,00                   | \$ 8.000,00        |
| <b>2023</b>                 | \$ 8.000,00          | \$ 250,00           | \$ 2.250,00                   | \$ 7.750,00        |
| <b>2024</b>                 | \$ 7.750,00          | \$ 250,00           | \$ 2.500,00                   | \$ 7.500,00        |
| <b>2025</b>                 | \$ 7.500,00          | \$ 250,00           | \$ 2.750,00                   | \$ 7.250,00        |
| <b>2026</b>                 | \$ 7.250,00          | \$ 250,00           | \$ 3.000,00                   | \$ 7.000,00        |
| <b>2027</b>                 | \$ 7.000,00          | \$ 250,00           | \$ 3.250,00                   | \$ 6.750,00        |
| <b>2028</b>                 | \$ 6.750,00          | \$ 250,00           | \$ 3.500,00                   | \$ 6.500,00        |
| <b>2029</b>                 | \$ 6.500,00          | \$ 250,00           | \$ 3.750,00                   | \$ 6.250,00        |
| <b>2030</b>                 | \$ 6.250,00          | \$ 250,00           | \$ 4.000,00                   | \$ 6.000,00        |
| <b>2031</b>                 | \$ 6.000,00          | \$ 250,00           | \$ 4.250,00                   | \$ 5.750,00        |
| <b>2032</b>                 | \$ 5.750,00          | \$ 250,00           | \$ 4.500,00                   | \$ 5.500,00        |
| <b>2033</b>                 | \$ 5.500,00          | \$ 250,00           | \$ 4.750,00                   | \$ 5.250,00        |
| <b>2034</b>                 | \$ 5.250,00          | \$ 250,00           | \$ 5.000,00                   | \$ 5.000,00        |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

**Tabla 61**

*Depreciaciones herramientas*

|                             |                      |                     |                               |                    |
|-----------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Herramientas</b>         | <b>\$ 69,00</b>      |                     |                               |                    |
| <b>Valor de rescate</b>     | \$ 40,00             |                     |                               |                    |
| <b>Años de depreciación</b> | 10                   |                     |                               |                    |
| <b>Año</b>                  | <b>Saldo inicial</b> | <b>Depreciación</b> | <b>Depreciación acumulada</b> | <b>Saldo final</b> |
| <b>2015</b>                 | \$ 69,00             | \$ 2,90             | \$ 2,90                       | \$ 66,10           |
| <b>2016</b>                 | \$ 66,10             | \$ 2,90             | \$ 5,80                       | \$ 63,20           |

|             |          |         |          |          |
|-------------|----------|---------|----------|----------|
| <b>2017</b> | \$ 63,20 | \$ 2,90 | \$ 8,70  | \$ 60,30 |
| <b>2018</b> | \$ 60,30 | \$ 2,90 | \$ 11,60 | \$ 57,40 |
| <b>2019</b> | \$ 57,40 | \$ 2,90 | \$ 14,50 | \$ 54,50 |
| <b>2020</b> | \$ 54,50 | \$ 2,90 | \$ 17,40 | \$ 51,60 |
| <b>2021</b> | \$ 51,60 | \$ 2,90 | \$ 20,30 | \$ 48,70 |
| <b>2022</b> | \$ 48,70 | \$ 2,90 | \$ 23,20 | \$ 45,80 |
| <b>2023</b> | \$ 45,80 | \$ 2,90 | \$ 26,10 | \$ 42,90 |
| <b>2024</b> | \$ 42,90 | \$ 2,90 | \$ 29,00 | \$ 40,00 |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

## **Resumen de activo**

Una vez identificados los activos que dispone la empresa, en la Tabla 62 se realiza un resumen de los mismos con su respectivo valor.

**Tabla 62**

*Resumen de activos*

| <b>Nombre</b>                     | <b>Costo total</b> |
|-----------------------------------|--------------------|
| Menaje de cocina                  | \$180,00           |
| Maquinaria y equipo de producción | \$905,00           |
| Muebles y enseres                 | \$250,00           |
| Herramientas                      | \$69,00            |
| Edificaciones                     | \$10.000,00        |
| Terreno                           | \$26.400,00        |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>\$37.804,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

## **Costos y gastos**

### ***Costo de producción***

El restaurante encuentra en funcionamiento desde el año 2013 hasta el 2020, en el cual debió cerrar su establecimiento debido a la pandemia, sin embargo en el 2021 se restableció sus actividades. Por ende, se conoce datos que permiten determinar el costo de producción de cada uno de los platillos ofertados en el establecimiento. Con la información proporcionada por la propietaria del restaurante se identificó los ingredientes y cantidades de cada menú permitiendo determinar costo unitario de cada uno de ellos a través de los tres elementos del costo.



## *Materia prima*

La materia prima representa todos los materiales principales utilizados en la producción y que son fácil de cuantificar. Por lo cual, en las siguientes tablas se detallan la materia prima utilizada en cada uno de los platillos ofertados en el restaurante Delicias al Paso.

### *Almuerzos*

**Tabla 63**  
*Materia prima - Almuerzos*

| <b>Detalle</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|----------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| <b>SOPA</b>    |                 |                       |                            |                          |
| Papas          | 1 @             |                       | \$ 4,00                    | \$ 208,00                |
| Costilla       | 15 lb           | \$ 1,70               | \$ 25,50                   | \$ 1.326,00              |
| Apio           | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Pimientos      | 1 lb            | \$0,50                | \$0,50                     | \$26,00                  |
| Cebolla        | 1 lb            | \$0,50                | \$0,50                     | \$26,00                  |
| Aliños         | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Col            | 1 lb            | \$1,70                | \$1,70                     | \$88,40                  |
| Remolacha      | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Brócoli        | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Zanahoria      | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Vainita        | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Coliflor       | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Alverja        | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| <b>SEGUNDO</b> |                 |                       |                            |                          |
| Arroz          | 20 lb           |                       | \$ 35,00                   | \$ 1.820,00              |
| Chuleta        | 5 lb            | \$ 2,25               | \$ 11,25                   | \$ 585,00                |
| Carne suave    | 5 lb            | \$ 2,25               | \$ 11,25                   | \$ 585,00                |
| Cuero          | 5 lb            | \$ 2,00               | \$ 10,00                   | \$ 520,00                |
| Costilla       | 5 lb            | \$ 1,70               | \$ 8,50                    | \$ 442,00                |
| Apio           | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Pimientos      | 1 lb            | \$0,50                | \$0,50                     | \$26,00                  |
| Cebolla        | 1 lb            | \$0,50                | \$0,50                     | \$26,00                  |
| Aliños         | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Remolacha      | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Pepinillo      | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Tomate         | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Col morada     | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Choclo         | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Alverja        | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| Lechuga        | 1 lb            | \$1,00                | \$1,00                     | \$52,00                  |
| <b>JUGO</b>    |                 |                       |                            |                          |
| Naranja        | 3 lb            | \$ 1,00               | \$ 3,00                    | \$ 156,00                |
| Mora           | 3 lb            | \$ 1,00               | \$ 3,00                    | \$ 156,00                |
| Tomate         | 3 lb            | \$ 1,00               | \$ 3,00                    | \$ 156,00                |

|  |      |         |                  |                    |
|--|------|---------|------------------|--------------------|
| Maracuyá                               | 3 lb | \$ 1,00 | \$ 3,00          | \$ 156,00          |
| Guayaba                                | 3 lb | \$ 1,00 | \$ 3,00          | \$ 156,00          |
| Piña                                   | 3 lb | \$ 1,00 | \$ 3,00          | \$ 156,00          |
| Naranja                                | 3 lb | \$ 1,00 | \$ 3,00          | \$ 156,00          |
| Limonos                                | 3 lb | \$ 1,00 | \$ 3,00          | \$ 156,00          |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>             |      |         | <b>\$ 150,20</b> | <b>\$ 7.810,40</b> |
| <b>Costo de materia prima unitario</b> |      |         |                  | <b>\$ 0,65</b>     |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Encebollado*

**Tabla 64**

*Materia prima – Encebollados*

| Detalle                    | Cantidad | Costo unitario | Costo total semanal | Costo total Anual  |
|----------------------------|----------|----------------|---------------------|--------------------|
| Albacora                   | 15 lb    | \$ 2,10        | \$ 31,50            | \$ 1.638,00        |
| Verde                      | 10 lb    | \$ 1,00        | \$ 10,00            | \$ 520,00          |
| Yuca                       | 30 lb    | \$ 1,00        | \$ 30,00            | \$ 1.560,00        |
| Cebolla                    | 3        | \$1,00         | \$ 3,00             | \$156,00           |
| Apio                       | 1        | \$1,00         | \$ 1,00             | \$52,00            |
| Cangil                     | 1        | \$0,80         | \$ 0,80             | \$41,60            |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b> |          |                | <b>\$ 76,30</b>     | <b>\$ 3.967,60</b> |
| <b>Costo unitario</b>      |          |                |                     | <b>\$ 1,03</b>     |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Pollos Asados*

**Tabla 65**

*Materia prima – Pollos asados*

| Detalle                    | Cantidad | Costo unitario | Costo total semanal | Costo total Anual |
|----------------------------|----------|----------------|---------------------|-------------------|
| Pollos                     | 20 u     | \$ 4,00        | \$ 80,00            | \$ 4.160,00       |
| Arroz                      | 12 lb    | \$ 0,50        | \$ 6,00             | \$ 312,00         |
| Papas                      | 35 lb    | \$ 0,25        | \$ 8,75             | \$ 455,00         |
| Lechuga                    | 3        | \$1,00         | \$3,00              | \$156,00          |
| Zanahoria                  | 3        | \$1,00         | \$3,00              | \$156,00          |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b> |          |                | <b>\$ 100,75</b>    | <b>\$5.239,00</b> |
| <b>Costo unitario</b>      |          |                |                     | <b>\$ 5,46</b>    |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Comida Rápida*

**Tabla 66**

*Materia prima – Comida Rápida*

| Detalle | Cantidad | Costo unitario | Costo total semanal | Costo total Anual |
|---------|----------|----------------|---------------------|-------------------|
| Pollos  | 4 U      | \$ 4,00        | \$ 16,00            | \$ 832,00         |

|                            |       |         |                 |                    |
|----------------------------|-------|---------|-----------------|--------------------|
| Salchicha                  | 3 lb  | \$ 1,00 | \$ 3,00         | \$ 156,00          |
| Papas                      | 20 lb |         | \$ 3,50         | \$ 182,00          |
| Pan de hamburguesa         | 3     | \$ 3,80 | \$ 11,40        | \$ 592,80          |
| Carne molida               | 3 lb  | \$ 1,50 | \$ 4,50         | \$ 234,00          |
| Tomate                     | 1     | \$1,00  | \$1,00          | \$52,00            |
| Zanahoria                  | 1     | \$1,00  | \$1,00          | \$52,00            |
| Lechuga                    | 2     | \$0,50  | \$1,00          | \$52,00            |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b> |       |         | <b>\$ 41,40</b> | <b>\$ 2.152,80</b> |
| <b>Costo unitario</b>      |       |         |                 | <b>\$ 1,12</b>     |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Mano de obra*

La mano de obra se refiere al talento humano que se encuentra directamente relacionado con la producción de los platillos ofertados en el restaurante. Por ende, para el cálculo de mano de obra se considera el personal ya existente en el lugar, cabe detallar que el personal de producción también realiza actividades de comercialización, por lo cual el sueldo es distribuido para las dos áreas considerando el porcentaje de participación en cada una de ellas. Por otro lado, actualmente no se encuentran registrados en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, por esta razón no se les otorga los beneficios sociales.

**Tabla 67**

*Distribución de la mano de obra directa.*

| <b>Cargo</b>                     | <b>Sueldo</b> |                   |
|----------------------------------|---------------|-------------------|
| COCINERA                         | 250,00        |                   |
| Ayudante de cocina 1             | 212,50        |                   |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>462,50</b> |                   |
|                                  | <b>COCINA</b> | <b>AYUDANTE 1</b> |
| <b>Actividades de producción</b> | <b>50%</b>    | <b>50%</b>        |
| Almuerzos                        | 30%           | 25%               |
| Comida rápida                    | 20%           | 5%                |
| Encebollados                     | 15%           | 20%               |
| Pollo Asados                     | 35%           | 50%               |
| <b>Actividades de venta</b>      | <b>50%</b>    | <b>50%</b>        |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>100%</b>   | <b>100%</b>       |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

Una vez identificada la distribución de la mano de obra considerando el porcentaje de participación en cada una de las áreas y en la producción de los platillos ofertados se realiza el cálculo de la mano de obra.

**Tabla 68**

*Mano de obra.*

| <b>DISTRIBUCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA</b> |                 |                   |                 |                   |                       |
|--|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------------|
| <b>Detalle</b>                           | <b>Cocina</b>   | <b>Ayudante 1</b> | <b>Mensual</b>  | <b>Anual</b>      | <b>Costo Unitario</b> |
| Almuerzo                                 | \$75,00         | \$53,13           | \$128,13        | \$1.537,50        | \$ 0,13               |
| Comida rápida                            | \$50,00         | \$10,63           | \$60,63         | \$727,50          | \$ 0,38               |
| Encebollados                             | \$37,50         | \$42,50           | \$80,00         | \$960,00          | \$ 0,25               |
| Pollos asados                            | \$87,50         | \$106,25          | \$193,75        | \$2.325,00        | \$ 2,42               |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>\$250,00</b> | <b>\$212,50</b>   | <b>\$462,50</b> | <b>\$5.550,00</b> |                       |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Costos indirectos de fabricación*

Los costos indirectos de fabricación representan aquellos costos, que están relacionados con la producción de manera indirecta y en algunos casos es difícil su cuantificación. Por ende, se realiza la identificación de cada uno de los costos que intervienen en los platillos ofertados en el restaurante.

### *Almuerzos*

**Tabla 69**

*Costos Indirectos de Fabricación - Almuerzos*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| GAS                            | 1               | \$ 1,60               | \$ 1,60                    | \$ 83,20                 |
| Energía eléctrica              |                 | \$ 1,24               |                            | \$ 14,85                 |
| Agua                           |                 | \$ 2,10               |                            | \$ 25,20                 |
| Achiote                        | 2               | \$ 2,00               | \$ 4,00                    | \$ 208,00                |
| Aceite                         | 4               | \$ 12,00              | \$ 48,00                   | \$ 2.496,00              |
| Sal                            | 2 lb            | \$ 0,70               | \$ 1,40                    | \$ 72,80                 |
| Azúcar                         | 8 lb            | \$ 0,50               | \$ 4,00                    | \$ 208,00                |
| Envases                        | 2               | \$ 25,00              | \$ 50,00                   | \$ 2.600,00              |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |                 |                       | <b>\$ 109,00</b>           | <b>\$ 5.708,05</b>       |
| <b>Costo unitario</b>          |                 |                       |                            | <b>\$ 0,48</b>           |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Encebollado*

**Tabla 70***Costos Indirectos de Fabricación – Encebollados*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| GAS                            | 1               | \$ 1,60               | \$ 1,60                    | \$ 83,20                 |
| Energía eléctrica              |                 | \$ 1,24               |                            | \$ 14,85                 |
| Agua                           |                 | \$ 2,10               |                            | \$ 25,20                 |
| Sal                            | 1               | \$ 0,70               | \$ 0,70                    | \$ 36,40                 |
| Especias                       | 3               | \$ 0,50               | \$ 1,50                    | \$ 78,00                 |
| Envases                        | 1               | \$ 25,00              | \$ 25,00                   | \$ 1.300,00              |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |                 |                       | <b>\$ 28,80</b>            | <b>\$ 1.537,65</b>       |
| <b>Costo unitario</b>          |                 |                       |                            | <b>\$ 0,40</b>           |

**Fuente:** “Estudio técnico”**Elaborado por:** Autor*Pollos Asados***Tabla 71***Costos Indirectos de Fabricación – Pollos asados*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| Carbón                         | 1               | \$ 1,50               | \$ 1,50                    | \$ 78,00                 |
| Energía eléctrica              |                 | \$ 1,24               |                            | \$ 14,85                 |
| AGUA                           |                 | \$ 2,10               |                            | \$ 25,20                 |
| Galón de salsa de tomate       | 1               | \$ 3,50               | \$ 3,50                    | \$ 182,00                |
| Galón de mayonesa              | 1               | \$ 5,00               | \$ 5,00                    | \$ 260,00                |
| Envases                        | 1               |                       | \$ 25,00                   | \$ 1.300,00              |
| Aceite                         | 3               | \$ 12,00              | \$ 36,00                   | \$ 1.872,00              |
| Sal                            | 1               | \$ 0,70               | \$ 0,70                    | \$ 36,40                 |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |                 |                       | <b>\$71,70</b>             | <b>\$3.768,45</b>        |
| <b>Costo unitario</b>          |                 |                       |                            | <b>\$ 3,93</b>           |

**Fuente:** “Estudio técnico”**Elaborado por:** Autor*Comida Rápida***Tabla 72***Costos Indirectos de Fabricación – Comida Rápida*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| GAS                            | 1               | \$ 1,60               | \$ 1,60                    | \$ 83,20                 |
| Energía eléctrica              |                 | \$ 1,24               |                            | \$ 14,85                 |
| AGUA                           |                 | \$ 2,10               |                            | \$ 25,20                 |
| Galón salsa de tomate          | 1               | \$ 3,50               | \$ 3,50                    | \$ 42,00                 |
| Galón mayonesa                 | 1               | \$ 5,00               | \$ 5,00                    | \$ 60,00                 |
| Envase                         | 1               | \$ 10,00              | \$ 10,00                   | \$ 120,00                |
| Aceite                         | 1               | \$ 12,00              | \$ 12,00                   | \$ 144,00                |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |                 |                       | <b>\$ 20,10</b>            | <b>\$ 489,25</b>         |
| <b>Costo unitario</b>          |                 |                       |                            | <b>\$ 0,25</b>           |

**Fuente:** “Estudio técnico”**Elaborado por:** Autor

Luego de establecer los costos de producción de los 4 platillos que se comercializa en el restaurante a través de los tres elementos del costo se puede identificar que en el caso de la comida rápida presenta una pérdida dado que el costo es mayor al precio de venta, por lo cual se realiza un detalle resumido de los costos tanto totales como unitarios de cada platillo.

**Tabla 73**  
*Costo de producción total y unitario*

| <b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>       |                    |                      |                     |                    |
|----------------------------------|--------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| <b>ELEMENTOS DEL COSTO</b>       | <b>Almuerzo</b>    | <b>Comida rápida</b> | <b>Encebollados</b> | <b>Asados</b>      |
| Materia prima directa            | \$7.810,40         | \$2.152,80           | \$3.967,60          | \$5.239,00         |
| Mano de obra directa             | \$1.537,50         | \$727,50             | \$960,00            | \$2.325,00         |
| Costos indirectos de fabricación | \$5.708,05         | \$489,3              | \$1.537,65          | \$3.768,45         |
| <b>COSTO TOTAL</b>               | <b>\$15.055,95</b> | <b>\$3.369,55</b>    | <b>\$6.465,25</b>   | <b>\$11.332,45</b> |
| <b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>          | 12000 u            | 1920 u               | 3840 u              | 960 u              |
| <b>COSTO UNITARIO</b>            | <b>\$1,25</b>      | <b>\$1,75</b>        | <b>\$1,68</b>       | <b>\$11,80</b>     |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Costos de bebida de terceros*

Con relación a las bebidas de terceros se considera la capacidad que presenta la empresa y los datos emitidos por la propietaria sobre el promedio de venta mensual que presenta el establecimiento. Por otro lado, los precios serán de acuerdo a lo que el proveedor lo establece.

**Tabla 74**  
*Costos de bebidas de terceros*

| <b>Detalle</b> | <b>Cant. Mensual</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor mensual</b> |
|----------------|----------------------|-----------------------|----------------------|
| Gaseosas       |                      |                       | \$ -                 |
| Personales     | 24                   | \$ 0,30               | \$ 7,20              |
| 1 litro        | 12                   | \$ 0,75               | \$ 9,00              |
| 3 litros       | 12                   | \$ 2,00               | \$ 24,00             |
| Aguas          | 24                   | \$ 0,35               | \$ 8,40              |
| Jugos          | 12                   | \$ 0,45               | \$ 5,40              |
| <b>TOTAL</b>   | <b>84</b>            | <b>\$ 3,85</b>        | <b>\$ 54,00</b>      |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### ***Gastos de venta***

Los gastos de venta consiste en egresos relacionados con la comercialización del producto dado que a través de estos rubros se puede dar a conocer el producto al público, así como llegar el mismo hasta el consumidor final. Actualmente el restaurante solo presenta gastos de suministros de aseo y de bioseguridad, así como sueldos y servicios básicos, cabe mencionar que no se realiza publicidad pagada dado que la propietaria es quien publica imágenes o promociones en la página web que tiene el establecimiento.

*Personal de venta:* considerando que la empresa cuenta con solo dos trabajadores, estos realizan las actividades tanto de producción y venta del producto por lo cual el sueldo es dividido para las dos actividades. Por otro lado, cabe mencionar que la propietaria no cancela los beneficios sociales a los trabajadores dado que no se encuentran inscritos en el Instituto de Seguridad Social.

**Tabla 75**

*Sueldo personal del área de venta*

| <b>Cargo</b> | <b>Área</b>    | <b>Sueldo</b> | <b>Total Anual</b> |
|--------------|----------------|---------------|--------------------|
| Cajero       | Área de ventas | 250,00        | 3000,00            |
| Mesero       | Área de ventas | 212,50        | 2550,00            |
| <b>TOTAL</b> |                | <b>462,50</b> | <b>5550,00</b>     |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Servicios básicos:* Representan aquellos servicios públicos necesarios para el desenvolvimiento del negocio. En la Tabla 71 se detalla los que dispone el restaurante.

**Tabla 76**

*Servicios básicos del área de venta*

| <b>Detalle</b>    | <b>Valor mensual</b> | <b>Valor anual</b> |
|-------------------|----------------------|--------------------|
| Energía eléctrica | \$ 3,30              | \$ 39,60           |
| Agua              | \$ 3,60              | \$ 43,20           |
| <b>TOTAL</b>      | <b>\$ 6,90</b>       | <b>\$ 82,80</b>    |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Suministros de aseo y limpieza:* Dado que es un establecimiento de alimentación debe regirse a las normas sanitarias por que el establecimiento debe encontrarse en las mejores

condiciones higiénicas por ende debe disponer de material de aseo y limpieza tanto para el área de producción como de comercialización para evitar daños en la salud del cliente.

**Tabla 77**

*Suministros de aseo y limpieza del área de ventas*

| <b>Detalle</b>            | <b>Cant. Mensual</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor anual</b> |
|---------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| Desinfectante             | 1                    | \$10,00               | \$120,00           |
| Cloro                     | 1                    | \$6,40                | \$76,80            |
| Jabón líquido para platos | 2                    | \$30,00               | \$360,00           |
| Detergente                | 1                    | \$3,50                | \$42,00            |
| Escoba                    | 2                    | \$5,00                | \$60,00            |
| Recogedor                 | 2                    | \$5,00                | \$60,00            |
| Trapeador                 | 2                    | \$5,00                | \$60,00            |
| Guantes                   | 4                    | \$7,50                | \$90,00            |
| Papel higiénico           | 2                    | \$18,60               | \$223,20           |
| Limpiadores               | 2                    | \$5,00                | \$60,00            |
| Bolde para trapear        | 2                    | \$4,00                | \$48,00            |
| <b>TOTAL</b>              |                      | <b>\$100,00</b>       | <b>\$1.200,00</b>  |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Suministros de bioseguridad:* debido a la situación actual del país debido a la pandemia COVID 19 se consideran los materiales de bioseguridad para la protección de los trabajadores tanto en la manipulación de los alimentos como en la atención al cliente.

**Tabla 78**

*Suministros de bioseguridad del área de ventas*

| <b>Detalle</b>  | <b>Cant. Anual</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor anual</b> |
|-----------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| Gel antiséptico | 2                  | \$19,00               | \$228,00           |
| Alcohol         | 1                  | \$9,00                | \$108,00           |
| Mascarillas     | 1                  | \$2,00                | \$24,00            |
| <b>TOTAL</b>    |                    | <b>\$30,00</b>        | <b>\$360,00</b>    |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### ***Gastos Financieros***

El restaurante posee un crédito por el valor de \$12.000,00 a una tasa de interés del 14.50% con un plazo de 6 años, el mismo fue otorgado en el año 2020, por lo cual para realizar la proyección se establece que ya fue cancelado dos años. Por lo cual en la Tabla 74 se detalla la tabla de amortización.



**Tabla 79***Tabla de amortización crédito actual*

| <b>Trimestre</b> | <b>CUOTA</b>       | <b>INTERESES</b>  | <b>AMORTIZACIÓN</b> | <b>SALDO FINAL</b> |
|------------------|--------------------|-------------------|---------------------|--------------------|
|                  |                    |                   |                     | \$ 12.000,00       |
| 2020             | \$3.128,25         | \$1.740,00        | \$1.388,25          | \$10.611,75        |
| 2021             | \$3.128,25         | \$1.538,70        | \$1.589,55          | \$9.022,19         |
| 2022             | \$3.128,25         | \$1.308,22        | \$1.820,04          | \$7.202,16         |
| 2023             | \$3.128,25         | \$1.044,31        | \$2.083,94          | \$5.118,21         |
| 2024             | \$3.128,25         | \$742,14          | \$2.386,11          | \$2.732,10         |
| 2025             | \$3.128,25         | \$396,15          | \$2.732,10          | \$0,00             |
| <b>TOTAL</b>     | <b>\$18.769,53</b> | <b>\$6.769,53</b> | <b>\$12.000,00</b>  |                    |

**Fuente:** “Estudio técnico”**Elaborado por:** Autor

### **Resumen de costos y gastos**

Una vez detallados los costos y gastos que actualmente incurre el restaurante se realiza un resumen de los datos, mismos que permitirán determinar el capital de trabajo necesario para el desenvolvimiento del establecimiento.

**Tabla 80***Resumen costos y gastos*

| <b>Rubro</b>                      | <b>Valor</b>       |
|-----------------------------------|--------------------|
| Materia prima                     | \$19.169,80        |
| Mano de obra                      | \$5.550,00         |
| Costos Indirectos                 | \$11.503,40        |
| Costos de bebidas de terceros     | \$648,00           |
| <b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b> | <b>\$36.871,20</b> |
| Gastos de venta                   | \$7.192,80         |
| Gastos financieros                | \$1.308,22         |
| <b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>    | <b>\$8.501,02</b>  |
| <b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>      | <b>\$45.372,22</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”**Elaborado por:** Autor

### **Capital de trabajo**

Para determinar el capital de trabajo de la situación actual se considera 2 meses dado que, a pesar que, el restaurante Delicias al paso al encontrarse ya en el mercado cuenta con un target de clientes, esto no permite cubrir con todas sus obligaciones debido a la situación que atravesó por la pandemia Covid-19 y al incremento de la competencia en el sector ha ocasionado la disminución en sus ventas, por lo que se considera que es un tiempo prudente

para que el establecimiento pueda autofinanciarse y poder cubrir correctamente las obligaciones que dispone. Para el cálculo del mismo se considera la siguiente fórmula.

$$CT = \frac{CGA}{12 \text{ meses}} * n$$

CT: Capital de trabajo

CGA: Costos y gastos anuales proyectados para el primer año

N= número de meses de desfase

$$CT = \frac{45.372,22 + 1820,04}{12 \text{ meses}} * 2$$

$$CT = \$7.865,38$$

Cabe mencionar que para la determinación del capital de trabajo también se considera el pago del capital del crédito que dispone actualmente el restaurante.

### **Ingresos**

Para la determinación de los ingresos se considera la información proporcionada por la propietaria del restaurante, quien establece que el restaurante vende en promedio 1560 platillos al mes, donde 80 son pollos asados, 1000 almuerzos, 320 encebollados y 160 platos de comida rápida.

Y con relación a las bebidas de terceros, se ha comercializado en promedio 84 bebidas mensuales entre gaseosas de diferentes tamaños, aguas y jugos.

### ***Presupuesto de venta***

Para la determinación de los ingresos percibidos por la venta de los diferentes platillos se considera la producción según la capacidad instalada actual del restaurante, así como los precios proyectados considerando la inflación a Julio de 2021. Cabe mencionar que a partir

del Año 2 se realizará un incremento de su capacidad de 5% en todos los platillos. Por lo cual, el presupuesto de ventas del producto propuesto se detalla en la Tabla 76.

**Tabla 81**  
*Presupuesto de venta*

| <b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b> |                    |                    |                    |                    |                    |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Volumen de ventas</b>     | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
| Almuerzo                     | 12000 u            | 12600 u            | 13230 u            | 13892 u            | 14586 u            |
| Comida rápida                | 1920 u             | 2016 u             | 2117 u             | 2223 u             | 2334 u             |
| Encebollados                 | 3840 u             | 4032 u             | 4234 u             | 4445 u             | 4668 u             |
| Asados                       | 960 u              | 1008 u             | 1058 u             | 1111 u             | 1167 u             |
| <b>Precio unitario</b>       |                    |                    |                    |                    |                    |
| Almuerzo                     | \$ 2,50            | \$ 2,51            | \$ 2,52            | \$ 2,53            | \$ 2,55            |
| Comida rápida                | \$ 1,50            | \$ 1,51            | \$ 1,51            | \$ 1,52            | \$ 1,53            |
| Encebollados                 | \$ 2,50            | \$ 2,51            | \$ 2,52            | \$ 2,53            | \$ 2,55            |
| Asados                       | \$ 12,00           | \$ 12,05           | \$ 12,11           | \$ 12,16           | \$ 12,22           |
| <b>Ingresos totales</b>      |                    |                    |                    |                    |                    |
| Almuerzo                     | \$30.000,00        | \$31.641,75        | \$33.373,34        | \$35.199,70        | \$37.126,00        |
| Comida rápida                | \$2.880,00         | \$3.037,61         | \$3.203,84         | \$3.379,17         | \$3.564,10         |
| Encebollados                 | \$9.600,00         | \$10.125,36        | \$10.679,47        | \$11.263,90        | \$11.880,32        |
| Asados                       | \$11.520,00        | \$12.150,43        | \$12.815,36        | \$13.516,69        | \$14.256,39        |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>        | <b>\$54.000,00</b> | <b>\$56.955,15</b> | <b>\$60.072,02</b> | <b>\$63.359,46</b> | <b>\$66.826,81</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### ***Presupuesto de venta de bebidas de terceros***

Con relación a los ingresos percibidos por la venta de bebidas de terceros se considera la capacidad que presenta la empresa y los datos emitidos por la propietaria sobre el promedio de venta mensual que presenta el establecimiento. Por otro lado, los precios serán de acuerdo a lo que el proveedor lo establece. Por ende, en la Tabla 77 se proyecta los ingresos percibidos por este concepto de acuerdo la inflación anual al 2021 e incremento de la capacidad de la empresa de un 10%.

**Tabla 82**  
*Presupuesta de venta de bebida de terceros*

| <b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b> |  |  |  |  |  |
|------------------------------|--|--|--|--|--|
|------------------------------|--|--|--|--|--|

| <b>Volumen de ventas</b> | <b>AÑO 1</b>     | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
|--------------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Gaseosas</b>          |                  |                    |                    |                    |                    |
| Personales               | 288 u            | 317 u              | 348 u              | 383 u              | 422 u              |
| 1 litro                  | 144 u            | 158 u              | 174 u              | 192 u              | 211 u              |
| 3 litros                 | 144 u            | 158 u              | 174 u              | 192 u              | 211 u              |
| Aguas                    | 288 u            | 317 u              | 348 u              | 383 u              | 422 u              |
| Jugos                    | 144 u            | 158 u              | 174 u              | 192 u              | 211 u              |
| <b>Precio unitario</b>   |                  |                    |                    |                    |                    |
| <b>Gaseosas</b>          |                  |                    |                    |                    |                    |
| Personales               | \$ 0,50          | \$ 0,50            | \$ 0,50            | \$ 0,51            | \$ 0,51            |
| 1 litro                  | \$ 1,00          | \$ 1,00            | \$ 1,01            | \$ 1,01            | \$ 1,02            |
| 3 litros                 | \$ 3,00          | \$ 3,01            | \$ 3,03            | \$ 3,04            | \$ 3,05            |
| Aguas                    | \$ 0,50          | \$ 0,50            | \$ 0,50            | \$ 0,51            | \$ 0,51            |
| Jugos                    | \$ 0,75          | \$ 0,75            | \$ 0,76            | \$ 0,76            | \$ 0,76            |
| <b>Ingresos totales</b>  |                  |                    |                    |                    |                    |
| <b>Gaseosas</b>          |                  |                    |                    |                    |                    |
| Personales               | \$ 144,00        | \$ 159,11          | \$ 175,81          | \$ 194,26          | \$ 214,65          |
| 1 litro                  | \$ 144,00        | \$ 159,11          | \$ 175,81          | \$ 194,26          | \$ 214,65          |
| 3 litros                 | \$ 432,00        | \$ 477,34          | \$ 527,44          | \$ 582,79          | \$ 643,95          |
| Aguas                    | \$ 144,00        | \$ 159,11          | \$ 175,81          | \$ 194,26          | \$ 214,65          |
| Jugos                    | \$ 108,00        | \$ 119,33          | \$ 131,86          | \$ 145,70          | \$ 160,99          |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>    | <b>\$ 972,00</b> | <b>\$ 1.074,01</b> | <b>\$ 1.186,73</b> | <b>\$ 1.311,28</b> | <b>\$ 1.448,89</b> |

Fuente: "Estudio técnico"

Elaborado por: Autor

## Costos y gastos

### *Presupuesto de costo de venta*

Para determina el presupuesto de costo de venta de los diferentes platillos ofertados en el restaurante se consideran los costos unitarios proyectados de cada una de las presentaciones anteriormente determinados, así como de acuerdo a la capacidad de producción que presenta el establecimiento. Por lo cual, en la Tabla 78 se proyecta para 5 años tomando la inflación del 0,45%, el incremento del costo de mano de obra del 2,25% y el incremento de capacidad del 5% en todos los platillos.

**Tabla 83**

*Presupuesto de costo de venta*

## PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTA

| <b>Volumen</b>        | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Almuerzo              | 12000 u            | 12600 u            | 13230 u            | 13892 u            | 14586 u            |
| Comida rápida         | 1920 u             | 2016 u             | 2117 u             | 2223 u             | 2334 u             |
| Encebollados          | 3840 u             | 4032 u             | 4234 u             | 4445 u             | 4668 u             |
| Asados                | 960 u              | 1008 u             | 1058 u             | 1111 u             | 1167 u             |
| <b>Costo unitario</b> |                    |                    |                    |                    |                    |
| Almuerzo              | \$1,25             | \$1,26             | \$1,27             | \$1,27             | \$1,28             |
| Comida rápida         | \$1,75             | \$1,76             | \$1,77             | \$1,78             | \$1,79             |
| Encebollados          | \$1,68             | \$1,69             | \$1,70             | \$1,71             | \$1,71             |
| Asados                | \$11,80            | \$11,86            | \$11,91            | \$11,96            | \$12,02            |
| <b>Costos totales</b> |                    |                    |                    |                    |                    |
| Almuerzo              | \$15.055,95        | \$15.879,89        | \$16.748,91        | \$17.665,50        | \$18.632,24        |
| Comida rápida         | \$3.369,55         | \$3.553,95         | \$3.748,44         | \$3.953,57         | \$4.169,93         |
| Encebollados          | \$6.465,25         | \$6.819,06         | \$7.192,23         | \$7.585,83         | \$8.000,96         |
| Asados                | \$11.332,45        | \$11.952,62        | \$12.606,73        | \$13.296,63        | \$14.024,29        |
| <b>TOTAL COSTOS</b>   | <b>\$36.223,20</b> | <b>\$38.205,51</b> | <b>\$40.296,31</b> | <b>\$42.501,53</b> | <b>\$44.827,42</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Presupuesto de costos de venta de bebidas de terceros*

Como se mencionó anteriormente el restaurante también comercializa bebidas de terceros como gaseosas, aguas y jugos, por lo cual el costo de venta esta relación con el valor de adquisición de los mismos. Por ende, en la Tabla 79 se detalla la proyección de los costos de los productos antes mencionados.

**Tabla 84**

*Presupuesto de costo de venta de bebida de terceros*

| <b>PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS</b> |              |              |              |              |              |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Volumen de ventas</b>              | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Gaseosas                              |              |              |              |              |              |
| Personales                            | 288 u        | 317 u        | 348 u        | 383 u        | 422 u        |
| 1 litro                               | 144 u        | 158 u        | 174 u        | 192 u        | 211 u        |
| 3 litros                              | 144 u        | 158 u        | 174 u        | 192 u        | 211 u        |
| Aguas                                 | 288 u        | 317 u        | 348 u        | 383 u        | 422 u        |
| Jugos                                 | 144 u        | 158 u        | 174 u        | 192 u        | 211 u        |

**Precio unitario**

## Gaseosas

|            |         |         |         |         |         |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Personales | \$ 0,30 | \$ 0,30 | \$ 0,30 | \$ 0,30 | \$ 0,31 |
| 1 litro    | \$ 0,75 | \$ 0,75 | \$ 0,76 | \$ 0,76 | \$ 0,76 |
| 3 litros   | \$ 2,00 | \$ 2,01 | \$ 2,02 | \$ 2,03 | \$ 2,04 |
| Aguas      | \$ 0,35 | \$ 0,35 | \$ 0,35 | \$ 0,35 | \$ 0,36 |
| Jugos      | \$ 0,45 | \$ 0,45 | \$ 0,45 | \$ 0,46 | \$ 0,46 |

**Ingresos totales**

## Gaseosas

|            |                  |                  |                  |                  |                  |
|------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Personales | \$ 86,40         | \$ 95,47         | \$ 105,49        | \$ 116,56        | \$ 128,79        |
| 1 litro    | \$ 108,00        | \$ 119,33        | \$ 131,86        | \$ 145,70        | \$ 160,99        |
| 3 litros   | \$ 288,00        | \$ 318,23        | \$ 351,62        | \$ 388,53        | \$ 429,30        |
| Aguas      | \$ 100,80        | \$ 111,38        | \$ 123,07        | \$ 135,98        | \$ 150,26        |
| Jugos      | \$ 64,80         | \$ 71,60         | \$ 79,12         | \$ 87,42         | \$ 96,59         |
|            | <b>\$ 648,00</b> | <b>\$ 716,01</b> | <b>\$ 791,15</b> | <b>\$ 874,18</b> | <b>\$ 965,93</b> |

Fuente: "Estudio técnico"

Elaborado por: Autor

**Gastos de venta**

Los gastos de venta representan los rubros que permiten dar a conocer el producto y hacer llegar el mismo al consumidor final. Por lo cual, en la Tabla 80 se presenta la proyección de dichos gastos considerando la inflación a julio de 2021.

**Tabla 85***Gastos de venta*

| <b>GASTOS DE VENTA</b>       |                   |                   |                   |                   |                   |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                              | <b>AÑO 1</b>      | <b>AÑO 2</b>      | <b>AÑO 3</b>      | <b>AÑO 4</b>      | <b>AÑO 5</b>      |
| Sueldos                      | \$5.550,00        | \$5.674,88        | \$5.802,56        | \$5.933,12        | \$6.066,61        |
| Servicios Básicos            | \$82,80           | \$83,17           | \$83,55           | \$83,92           | \$84,30           |
| Suministros de aseo          | \$1.200,00        | \$1.205,40        | \$1.210,82        | \$1.216,27        | \$1.221,75        |
| Suministros de bioseguridad  | \$360,00          | \$361,62          | \$363,25          | \$364,88          | \$366,52          |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b> | <b>\$7.192,80</b> | <b>\$7.325,07</b> | <b>\$7.460,18</b> | <b>\$7.598,20</b> | <b>\$7.739,18</b> |

Fuente: "Estudio técnico"

Elaborado por: Autor

### ***Gastos Financieros***

Considerando el crédito que dispone la empresa por un valor de \$15.000,00 a una tasa de 14.50%, se determina la proyección de 5 años tanto los gastos financieros como el pago del capital.

**Tabla 86**  
*Gastos financieros*

| <b>GASTOS FINANCIEROS</b> |              |              |              |              |              |              |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                           | <b>AÑO 0</b> | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Gastos Financieros        | \$ 1.308,22  | \$ 1.044,31  | \$ 742,14    | \$ 396,15    | \$ -         | \$ -         |
| Pago de capital           | \$ 1.820,04  | \$ 2.083,94  | \$ 2.386,11  | \$ 2.732,10  | \$ -         | \$ -         |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### ***Depreciaciones***

Considerando la determinación de la depreciación de cada uno de los activos fijos que dispone la empresa considerando la normativa tributaria, se detalla en la Tabla 82 tanto el gasto como la depreciación acumulada considerando que los bienes ya se cuentan depreciados varios años.

**Tabla 87**  
*Depreciación*

| <b>DEPRECIACION</b>    |              |              |              |              |              |              |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                        | <b>AÑO 0</b> | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Gasto depreciación     |              | \$ 338,40    | \$ 338,40    | \$ 338,40    | \$ 250,00    | \$ 250,00    |
| Depreciación acumulada | \$ 2.368,80  | \$ 2.707,20  | \$ 3.045,60  | \$ 3.384,00  | \$ 2.750,00  | \$ 3.000,00  |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### ***Impuesto a la Renta***

De acuerdo a la normativa tributaria el restaurante forma parte del nuevo régimen llamado RIMPE, de acuerdo a las proyecciones formaría parte de RIMPE emprendedor por lo cual para el cálculo del Impuesto a la Renta se considera la tabla emitida por el Servicio de Rentas Internas. Por otro lado, considerando que la vigencia de permanencia en este régimen es de

3 años, el establecimiento para el año 4 y 5 formaría parte del Régimen General, por lo cual en las siguientes tablas se determina el impuesto causado de cada uno de los años proyectados.

**Tabla 88**

*Cálculo del Impuesto a la Renta*

| IMPUESTO A LA RENTA<br>AÑO 1      |                  | IMPUESTO A LA RENTA<br>AÑO 2      |                  |
|-----------------------------------|------------------|-----------------------------------|------------------|
| Ingresos Totales                  | \$ 54.972,00     | Ingresos Totales                  | \$ 58.029,16     |
| (-) Límite inferior               | \$ 50.000,01     | (-) Límite inferior               | \$ 50.000,01     |
| Valor Excedente                   | \$ 4.971,99      | Valor Excedente                   | \$ 8.029,15      |
| (*) % Tipo Marginal               | 1,25%            | (*) % Tipo Marginal               | 1,25%            |
| (=) Impuesto Tipo Marginal        | \$ 62,15         | (=) Impuesto Tipo Marginal        | \$ 100,36        |
| (+) Impuesto a la fracción básica | \$ 360,00        | (+) Impuesto a la fracción básica | \$ 360,00        |
| <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>\$ 422,15</b> | <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>\$ 460,36</b> |
| (-) Retenciones                   | -                | (-) Retenciones                   | -                |
| <b>Total Impuesto</b>             | <b>\$ 422,15</b> | <b>Total Impuesto</b>             | <b>\$ 460,36</b> |

| IMPUESTO A LA RENTA<br>AÑO 3      |                  | IMPUESTO A LA RENTA<br>AÑO 4      |              |
|-----------------------------------|------------------|-----------------------------------|--------------|
| Ingresos Totales                  | \$ 61.258,75     | Utilidad                          | 13.050,68    |
| (-) Límite inferior               | \$ 50.000,01     | (-) Fracción Básica               | 11.310,01    |
| Valor Excedente                   | \$ 11.258,74     | Valor Excedente                   | 1.740,67     |
| (*) % Tipo Marginal               | 1,25%            | (*) % Imp. Frac. Excedente        | 5,00%        |
| (=) Impuesto Tipo Marginal        | \$ 140,73        | (=) Impuesto Frac. Excedente      | <b>87,03</b> |
| (+) Impuesto a la fracción básica | \$ 360,00        | (+) Impuesto a la fracción básica | -            |
| <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>\$ 500,73</b> | <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>87,03</b> |
| (-) Retenciones                   | -                | (-) Retenciones                   | -            |
| <b>Total Impuesto</b>             | <b>\$ 500,73</b> | <b>Total Impuesto</b>             | <b>87,03</b> |

| IMPUESTO A LA RENTA<br>AÑO 5 |           |
|------------------------------|-----------|
| Utilidad                     | 14.493,17 |
| (-) Fracción Básica          | 14.410,01 |
| Valor Excedente              | 83,16     |
| (*) % Imp. Frac. Excedente   | 10,00%    |
| (=) Impuesto Frac. Excedente | 8,32      |



|                                   |               |
|-----------------------------------|---------------|
| (+) Impuesto a la fracción básica | 155,00        |
| (=) <b>Impuesto Causado</b>       | <b>163,32</b> |
| (-) Retenciones                   | -             |
| <b>Total Impuesto</b>             | <b>163,32</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

En base a los datos antes determinados con relación al impuesto a la renta tomando como base la resolución tributaria, en la Tabla 84 se detalla el impuesto a la renta respectivo a cada uno de los años proyectados.

**Tabla 89**

*Impuesto a la Renta*

| <b>IMPUESTO A LA RENTA</b> |              |              |              |              |              |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                            | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Impuesto a la Renta        | \$ 422,15    | \$ 460,36    | \$ 500,73    | \$87,03      | \$163,32     |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### **Estado de Resultados**

Luego de haber realizado la proyección tanto de los ingresos como los costos y gastos que incurre el restaurante a lo largo de los 5 años proyectos, en la Tabla 85 se desarrolla el estado de resultados permitiendo identificar los beneficios económicos que obtendrá el restaurante en el transcurso del tiempo.

**Tabla 90**

*Estado de resultados sin propuesta*

| <b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b> |              |              |              |              |              |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|  | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| <b>INGRESOS</b>                        |              |              |              |              |              |
| Ventas                                 | \$54.000,00  | \$56.955,15  | \$60.072,02  | \$63.359,46  | \$66.826,81  |
| Venta de bebidas de terceros           | \$972,00     | \$1.074,01   | \$1.186,73   | \$1.311,28   | \$1.448,89   |

|   |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| (-) Costo de venta                        | \$(36.223,20)      | \$(38.205,51)      | \$(40.296,31)      | \$(42.501,53)      | \$(44.827,42)      |
| (-) Costo de venta de bebidas de terceros | \$(648,00)         | \$(716,01)         | \$(791,15)         | \$(874,18)         | \$(965,93)         |
| <b>Utilidad Bruta en ventas</b>           | <b>\$18.100,80</b> | <b>\$19.107,64</b> | <b>\$20.171,29</b> | <b>\$21.295,03</b> | <b>\$22.482,35</b> |
| (-) Gastos de ventas                      | \$(7.192,80)       | \$(7.325,07)       | \$(7.460,18)       | \$(7.598,20)       | \$(7.739,18)       |
| (-) Gastos financieros                    | \$(1.308,22)       | \$(1.044,31)       | \$(742,14)         | \$(396,15)         |                    |
| (-) Depreciación                          | \$(338,40)         | \$(338,40)         | \$(338,40)         | \$(250,00)         | \$(250,00)         |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b>        | <b>\$9.261,38</b>  | <b>\$10.399,86</b> | <b>\$11.630,57</b> | <b>\$13.050,68</b> | <b>\$14.493,17</b> |
| Impuesto a la renta                       | \$(422,15)         | \$(460,36)         | \$(500,73)         | \$(87,03)          | \$(163,32)         |
| <b>Utilidad Neta</b>                      | <b>\$8.839,23</b>  | <b>\$9.939,49</b>  | <b>\$11.129,83</b> | <b>\$12.963,64</b> | <b>\$14.329,85</b> |

Fuente: "Estudio técnico"

Elaborado por: Autor

### Estado de situación inicial

La proyección del estado de situación financiera se elabora para conocer, como su nombre lo indica, la situación económica que presentará la empresa a lo largo de los 5 años proyectados. Por ende, en la Tabla 86 se describen los rubros de activos, pasivos y patrimonio que presenta el proyecto.

**Tabla 91**

*Estado de situación financiera sin propuesta*

| <b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b> |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                                       | <b>AÑO 0</b>       | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
| <b>ACTIVOS</b>                        |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| Activos Corrientes                    | \$7.865,38         | \$15.645,12        | \$23.877,29        | \$32.999,78        | \$43.067,62        | \$57.723,75        |
| Propiedad planta y equipo.            | \$35.435,20        | \$35.096,80        | \$34.758,40        | \$34.420,00        | \$34.170,00        | \$33.920,00        |
| Maquinaria                            | \$905,00           | \$905,00           | \$905,00           | \$905,00           | \$300,00           | \$300,00           |
| Menaje de cocina                      | \$180,00           | \$180,00           | \$180,00           | \$180,00           | \$80,00            | \$80,00            |
| Muebles y enseres                     | \$250,00           | \$250,00           | \$250,00           | \$250,00           | \$100,00           | \$100,00           |
| Herramientas                          | \$69,00            | \$69,00            | \$69,00            | \$69,00            | \$40,00            | \$40,00            |
| Edificio                              | \$10.000,00        | \$10.000,00        | \$10.000,00        | \$10.000,00        | \$10.000,00        | \$10.000,00        |
| Terreno                               | \$26.400,00        | \$26.400,00        | \$26.400,00        | \$26.400,00        | \$26.400,00        | \$26.400,00        |
| (-) Depreciación de PPyE              | \$(2.368,80)       | \$(2.707,20)       | \$(3.045,60)       | \$(3.384,00)       | \$(2.750,00)       | \$(3.000,00)       |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                  | <b>\$43.300,58</b> | <b>\$50.741,92</b> | <b>\$58.635,69</b> | <b>\$67.419,78</b> | <b>\$77.237,62</b> | <b>\$91.643,75</b> |
| <b>PASIVOS</b>                        |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| Préstamos bancarios                   | \$ 9.022,19        | \$7.202,16         | \$5.118,21         | \$2.732,10         |                    |                    |
| Impuesto a la renta por pagar         | \$-                | \$422,15           | \$460,36           | \$500,73           | \$ 87,03           | \$ 163,32          |

|                                  |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>TOTAL PASIVOS PATRIMONIO</b>  | <b>\$9.022,19</b>  | <b>\$7.624,31</b>  | <b>\$5.578,58</b>  | <b>\$3.232,83</b>  | <b>\$ 87,03</b>    | <b>\$ 4,16</b>     |
| Capital suscrito                 | \$34.278,39        | \$34.278,39        | \$34.278,39        | \$34.278,39        | \$34.278,39        | \$34.278,39        |
| Utilidades retenidas             | \$-                | \$8.839,23         | \$18.778,73        | \$29.908,56        | \$42.872,20        | \$57.202,05        |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>\$34.278,39</b> | <b>\$43.117,62</b> | <b>\$53.057,11</b> | <b>\$64.186,94</b> | <b>\$77.150,59</b> | <b>\$91.480,44</b> |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> | <b>\$43.300,58</b> | <b>\$50.741,92</b> | <b>\$58.635,69</b> | <b>\$67.419,78</b> | <b>\$77.237,62</b> | <b>\$91.643,75</b> |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Flujo de caja*

El flujo de caja permite determinar la liquidez que dispondrá el restaurante a lo largo de los años proyectos, la cual permitirá cumplir las obligaciones que este dispone. Por ende, se consideran todos los ingresos y egresos que se genera a través del movimiento de efectivo a lo largo de la vida del proyecto, mismos que es detallado en la Tabla 87.

**Tabla 92**

*Flujo de caja sin propuesta*

| <b>FLUJO DE CAJA</b> |                    |                    |                    |                    |                    |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                      | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
| <b>Saldo Inicial</b> | <b>\$7.865,38</b>  | <b>\$15.645,12</b> | <b>\$23.877,29</b> | <b>\$32.999,78</b> | <b>\$43.067,62</b> |
| Ingresos             | \$54.972,00        | \$58.029,16        | \$61.258,75        | \$64.670,74        | \$68.275,70        |
| Egresos              | \$45.372,22        | \$47.290,90        | \$49.289,78        | \$51.370,06        | \$53.532,54        |
| Pago de capital      | \$1.820,04         | \$2.083,94         | \$2.386,11         | \$2.732,10         |                    |
| Impuesto a la renta  |                    | \$422,15           | \$460,36           | \$500,73           | \$87,03            |
| <b>Saldo Final</b>   | <b>\$15.645,12</b> | <b>\$23.877,29</b> | <b>\$32.999,78</b> | <b>\$43.067,62</b> | <b>\$57.723,75</b> |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### **4.6.2 Información económica con la propuesta**

La presente propuesta radica en la ampliación del restaurante Delicias al paso, por ende para elaborar la proyección de la información económica y evaluación financiera del plan de negocio se considera los datos obtenidos en el estudio de mercado y estudio técnico.

## **Inversión y capital de trabajo**

### ***Obra civil necesaria***

El restaurante cuenta con una construcción de 46.64m<sup>2</sup> donde se ejecutan las actividades de producción y venta de los diferentes platillos, sin embargo se propone realizar una ampliación en las instalaciones de 86.21m<sup>2</sup>, permitiendo obtener un área de 132.85m<sup>2</sup> donde permitirá el desarrollando del establecimiento.

**Tabla 93**

*Obra civil*

| <b>Cantidad</b> | <b>Nombre</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|-----------------|---------------|-----------------------|--------------------|
| 1               | Ampliación    | \$5.000,00            | \$5.000,00         |
| <b>TOTAL</b>    |               | <b>\$5.000,00</b>     | <b>\$5.000,00</b>  |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### ***Maquinaria y equipo***

Debido a la ampliación propuesta se identifica la necesidad de adquirir más maquinaria y enseres necesarios para poder cumplir con el correcto desenvolvimiento del restaurante. Por lo cual, se detalla cada uno de ellos en los literales posteriores.

*Menaje de cocina:* se incrementa la cantidad de enseres de cocina, así como la adquisición de materiales que no se posee actualmente y que permitirán dar un mejor servicio al consumidor.

**Tabla 94**

*Menaje de cocina*

| <b>Cantidad</b> | <b>Nombre</b>   | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|-----------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| 10              | Ollas           | \$15,00               | \$150,00           |
| 3               | Paila           | \$52,09               | \$156,28           |
| 6               | Baldes          | \$4,00                | \$24,00            |
| 10              | Cuchillos       | \$5,00                | \$50,00            |
| 50              | Vajilla tendida | \$2,50                | \$125,00           |
| 50              | Vajilla sopera  | \$2,50                | \$125,00           |
| 50              | Plato de base   | \$1,50                | \$75,00            |
| <b>TOTAL</b>    |                 | <b>\$82,59</b>        | <b>\$705,28</b>    |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Maquinaria y equipo:* de acuerdo a la ampliación se determina la adquisición de nueva maquinaria para poder cubrir parte de la demanda que presenta el restaurante.

**Tabla 95**

*Maquinaria y equipo*

| <b>Cantidad</b> | <b>Nombre</b>     | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|-----------------|-------------------|-----------------------|--------------------|
| 1               | Cocina industrial | \$350,00              | \$350,00           |
| 1               | Freidora          | \$150,00              | \$150,00           |
| 1               | Horno industrial  | \$700,00              | \$700,00           |
| 1               | Refrigerador      | \$300,00              | \$300,00           |
| 1               | Congelador        | \$250,00              | \$250,00           |
| 2               | Licadoras         | \$35,00               | \$70,00            |
| <b>TOTAL</b>    |                   | <b>\$1.785,00</b>     | <b>\$1.820,00</b>  |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Muebles y enseres:* debido al incremento de la demanda se establece la necesidad de adquirir nuevos muebles y enseres para el área de comercialización para brindar un servicio de calidad al cliente.

**Tabla 96**

*Muebles y enseres*

| <b>Cantidad</b> | <b>Nombre</b>         | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| 3               | Comedores de 4 sillas | \$75,00               | \$225,00           |
| 2               | Mesas para cocina     | \$100,00              | \$200,00           |
| 1               | Televisión            | \$600,00              | \$600,00           |
| <b>TOTAL</b>    |                       | <b>\$775,00</b>       | <b>\$1.025,00</b>  |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Equipo de oficina:* actualmente el restaurante no posee ningún equipo de oficina, sin embargo se establece que el establecimiento requiere de este tipo de equipo para agilizar el proceso de tomar la orden como de facturación.

**Tabla 97**

*Equipo de oficina*

| <b>Cantidad</b> | <b>Nombre</b>     | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|-----------------|-------------------|-----------------------|--------------------|
| 1               | Caja registradora | \$800,00              | \$800,00           |
| <b>TOTAL</b>    |                   | <b>\$800,00</b>       | <b>\$800,00</b>    |

**Fuente:** “Estudio técnico”  
**Elaborado por:** Autor

*Vehículo:* debido a la propuesta de implementación del servicio de delivery se determina la necesidad de adquirir una motocicleta con el cual se realizará la entrega a domicilio.

**Tabla 98**

*Vehículo*

| <b>Cantidad</b> | <b>Nombre</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|-----------------|---------------|-----------------------|--------------------|
| 1               | Motocicleta   | \$2.900,00            | \$2.900,00         |
| <b>TOTAL</b>    |               | <b>\$2.900,00</b>     | <b>\$2.900,00</b>  |

**Fuente:** “Estudio técnico”  
**Elaborado por:** Autor

### ***Resumen de inversión fija***

Una vez identificada la inversión fija necesaria para la implementación de la presente propuesta, en la Tabla 94 se realiza un resumen de los mismos con su respectivo valor.

**Tabla 99**

*Resumen de inversión fija*

| <b>Nombre</b>                     | <b>Costo total</b> |
|-----------------------------------|--------------------|
| Menaje de cocina                  | \$705,28           |
| Maquinaria y equipo de producción | \$1.820,00         |
| Muebles y enseres                 | \$1.025,00         |
| Equipo de computación             | \$800,00           |
| Vehículo                          | \$2.900,00         |
| Construcción                      | \$5.000,00         |
| <b>TOTAL INVERSION FIJA</b>       | <b>\$12.250,28</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”  
**Elaborado por:** Autor

### ***Costos y gastos***

*Costo de producción:* considerando los datos históricos que presenta el restaurante dado que se encuentra en funcionamiento 9 años, se conoce las cantidades que se adquiere a la semana y la cantidad de platillos que se producen con la misma, lo que permite determinar el costo de producción de acuerdo a la capacidad que presentaría la empresa si se realiza la ampliación. Por ende, se determina el costo unitario a través de los tres elementos del costo.

## *Materia prima*

La materia prima representa todos los materiales principales utilizados en la producción y que son fácil de cuantificar. Por lo cual, en las siguientes tablas se detallan la materia prima utilizada en cada uno de los platillos ofertados en el restaurante Delicias al Paso implementada la propuesta.

### *Almuerzos*

**Tabla 100**

*Materia prima - Almuerzos*

| <b>Detalle</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|----------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| <b>SOPA</b>    |                 |                       |                            |                          |
| Papas          | 50 lb           |                       | \$ 7,50                    | \$ 390,00                |
| Costilla       | 25 lb           | \$ 1,70               | \$ 42,50                   | \$ 2.210,00              |
| Apio           | 3,0 lb          | \$1,00                | \$3,00                     | \$156,00                 |
| Pimientos      | 4,0 lb          | \$0,50                | \$2,00                     | \$104,00                 |
| Cebolla        | 4,0 lb          | \$0,50                | \$2,00                     | \$104,00                 |
| Aliños         | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Col            | 4,0 lb          | \$1,70                | \$6,80                     | \$353,60                 |
| Remolacha      | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Brócoli        | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Zanahoria      | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Vainita        | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Coliflor       | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Alverja        | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| <b>SEGUNDO</b> |                 |                       |                            |                          |
| Arroz          | 60 lb           |                       | \$ 30,00                   | \$ 1.560,00              |
| Chuleta        | 10 lb           | \$ 2,25               | \$ 22,50                   | \$ 1.170,00              |
| Carne suave    | 10 lb           | \$ 2,25               | \$ 22,50                   | \$ 1.170,00              |
| Cuero          | 10 lb           | \$ 2,00               | \$ 20,00                   | \$ 1.040,00              |
| Costilla       | 10 lb           | \$ 1,70               | \$ 17,00                   | \$ 884,00                |
| Apio           | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Pimientos      | 4,0 lb          | \$0,50                | \$2,00                     | \$104,00                 |
| Cebolla        | 4,0 lb          | \$0,50                | \$2,00                     | \$104,00                 |
| Aliños         | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Remolacha      | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Pepinillo      | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Tomate         | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Col morada     | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Choclo         | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Alverja        | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| Lechuga        | 4,0 lb          | \$1,00                | \$4,00                     | \$208,00                 |
| <b>JUGO</b>    |                 |                       |                            |                          |
| Naranjilla     | 5 lb            | \$ 1,00               | \$ 5,00                    | \$ 260,00                |
| Mora           | 5 lb            | \$ 1,00               | \$ 5,00                    | \$ 260,00                |
| Tomate         | 5 lb            | \$ 1,00               | \$ 5,00                    | \$ 260,00                |
| Maracuyá       | 5 lb            | \$ 1,00               | \$ 5,00                    | \$ 260,00                |
| Guayaba        | 5 lb            | \$ 1,00               | \$ 5,00                    | \$ 260,00                |
| Piña           | 5 lb            | \$ 1,00               | \$ 5,00                    | \$ 260,00                |

|  |      |         |                  |                     |
|--|------|---------|------------------|---------------------|
| Naranja                                | 5 lb | \$ 1,00 | \$ 5,00          | \$ 260,00           |
| Limones                                | 5 lb | \$ 1,00 | \$ 5,00          | \$ 260,00           |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>             |      |         | <b>\$ 283,80</b> | <b>\$ 14.757,60</b> |
| <b>Costo de materia prima unitario</b> |      |         |                  | <b>\$ 0,71</b>      |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Encebollado*

**Tabla 101**

*Materia prima – Encebollados*

| Detalle                    | Cantidad | Costo unitario | Costo total semanal | Costo total Anual  |
|----------------------------|----------|----------------|---------------------|--------------------|
| Albacora                   | 25 lb    | \$ 2,10        | \$ 52,50            | \$ 2.730,00        |
| Verde                      | 20 lb    | \$ 1,00        | \$ 20,00            | \$ 1.040,00        |
| Yuca                       | 40 lb    | \$ 1,00        | \$ 40,00            | \$ 2.080,00        |
| Cebolla                    | 5        | \$1,00         | \$ 5,00             | \$260,00           |
| Apio                       | 3        | \$1,00         | \$ 3,00             | \$156,00           |
| Cangil                     | 3        | \$0,80         | \$ 2,40             | \$124,80           |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b> |          |                | <b>\$ 122,90</b>    | <b>\$ 6.390,80</b> |
| <b>Costo unitario</b>      |          |                |                     | <b>\$ 1,20</b>     |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Pollos Asados*

**Tabla 102**

*Materia prima – Pollos asados*

| Detalle                    | Cantidad | Costo unitario | Costo total semanal | Costo total Anual   |
|----------------------------|----------|----------------|---------------------|---------------------|
| Pollos                     | 106 u    | \$ 4,00        | \$ 424,00           | \$ 22.048,00        |
| Arroz                      | 2 @      | \$ 12,00       | \$ 24,00            | \$ 1.248,00         |
| Papas                      | 100 lb   |                | \$ 12,50            | \$650,00            |
| Lechuga                    | 10       | \$1,00         | \$10,00             | \$520,00            |
| Zanahoria                  | 10       | \$1,00         | \$10,00             | \$520,00            |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b> |          |                | <b>\$ 480,50</b>    | <b>\$ 24.986,00</b> |
| <b>Costo unitario</b>      |          |                |                     | <b>\$ 4,90</b>      |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Comida Rápida*

**Tabla 103**

*Materia prima – Comida Rápida*

| Detalle   | Cantidad | Costo unitario | Costo total semanal | Costo total Anual |
|-----------|----------|----------------|---------------------|-------------------|
| Pollos    | 6 U      | \$ 4,00        | \$ 24,00            | \$ 1.248,00       |
| Salchicha | 10 lb    | \$ 1,00        | \$ 10,00            | \$ 520,00         |
| Papas     | 50 q     |                | \$ 7,50             | \$ 390,00         |



|                            |        |         |                  |                    |
|----------------------------|--------|---------|------------------|--------------------|
| Pan de hamburguesa         | 10 fda | \$ 3,80 | \$ 38,00         | \$ 1.976,00        |
| Carne molida               | 10 lb  | \$ 1,50 | \$ 15,00         | \$ 780,00          |
| Tomate                     | 4      | \$1,00  | \$4,00           | \$208,00           |
| Zanahoria                  | 4      | \$1,00  | \$4,00           | \$208,00           |
| Lechuga                    | 4      | \$0,50  | \$2,00           | \$104,00           |
| <b>TOTAL MATERIA PRIMA</b> |        |         | <b>\$ 104,50</b> | <b>\$ 5.434,00</b> |
| <b>Costo unitario</b>      |        |         |                  | <b>\$ 0,49</b>     |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Mano de obra*

La mano de obra se refiere al talento humano que se encuentra directamente relacionado con la producción de los platillos ofertados en el restaurante. Cabe mencionar que con la ampliación se considera contratar a otro ayudante de cocina, de igual manera se propone registrar al Instituto de Seguridad Social al personal antiguo y nuevo. Por ende, se considera en la proyección del costo de mano de obra los beneficios sociales. Por lo cual, en la Tabla 99 se detalla la distribución del costo del año 1 de mano de obra para los cuatro platillos que se comercializa en el restaurante Delicias al paso.

**Tabla 104**

*Distribución de la mano de obra directa con propuesta*

| AÑO 1                |               |                     |              |                 |                   |
|----------------------|---------------|---------------------|--------------|-----------------|-------------------|
| ROL DE PAGOS         |               |                     |              |                 |                   |
| Cargo                | Sueldo        | BENEFICIOS SOCIALES |              |                 | Total provisiones |
|                      |               | XIII                | XIV          | Aporte Patronal |                   |
| Cocinera             | 430,86        | 35,91               | 35,42        | 48,04           | 119,36            |
| Ayudante de cocina 1 | 213,74        | 17,81               | 17,71        | 23,83           | 59,35             |
| Ayudante de cocina 2 | 299,23        | 24,94               | 24,79        | 33,36           | 83,09             |
| <b>Total</b>         | <b>943,82</b> | <b>78,65</b>        | <b>77,92</b> | <b>105,24</b>   | <b>261,81</b>     |

|                                  | Cocina      | Ayudante 1  | Ayudante 2  |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Actividades de producción</b> | <b>100%</b> | <b>50%</b>  | <b>70%</b>  |
| Almuerzos                        | 50%         | 70%         | 20%         |
| Comida rápida                    | 20%         | 30%         | 20%         |
| Encebollados                     | 15%         |             | 35%         |
| Pollo Asados                     | 15%         |             | 25%         |
| <b>Actividades de venta</b>      | <b>0</b>    | <b>50%</b>  | <b>30%</b>  |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

Una vez identificada la distribución de la mano de obra considerando el porcentaje de participación en cada una de las áreas y en la producción de los platillos ofertados se realiza el cálculo de la mano de obra.

**Tabla 105**

*Mano de obra.*

| Detalle       | Cocina          | Ayudante 1      | Ayudante 2      | Mensual           | Anual              | Costo unitario |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|--------------------|----------------|
| Almuerzo      | \$275,11        | \$191,16        | \$76,46         | \$542,74          | \$6.512,83         | \$ 0,31        |
| Comida rápida | \$110,04        | \$81,93         | \$76,46         | \$268,43          | \$3.221,21         | \$ 0,29        |
| Encebollados  | \$82,53         | \$0,00          | \$133,81        | \$216,35          | \$2.596,15         | \$ 0,49        |
| Pollos asados | \$82,53         | \$0,00          | \$95,58         | \$178,11          | \$2.137,36         | \$ 0,42        |
| <b>Total</b>  | <b>\$550,22</b> | <b>\$273,09</b> | <b>\$382,32</b> | <b>\$1.205,63</b> | <b>\$14.467,55</b> |                |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Costos indirectos de fabricación*

Los costos indirectos de fabricación representan aquellos costos, que están relacionados con la producción de manera indirecta y en algunos casos es difícil su cuantificación. Por ende, se realiza la identificación de cada uno de los costos que intervienen en los platillos ofertados en el restaurante.

### *Almuerzos*

**Tabla 106**

*Costos Indirectos de Fabricación - Almuerzos*

| Detalle                        | Cantidad | Costo unitario | Costo total semanal | Costo total Anual |
|--------------------------------|----------|----------------|---------------------|-------------------|
| GAS                            | 2        | \$ 1,60        | \$3,20              | \$166,40          |
| Energía eléctrica              |          | \$ 2,25        |                     | \$27,00           |
| Agua                           |          | \$3,50         |                     | \$42,00           |
| Achiote                        | 3        | \$2,00         | \$6,00              | \$312,00          |
| Aceite                         | 6        | \$12,00        | \$72,00             | \$3.744,00        |
| sal                            | 3 lb     | \$0,70         | \$2,10              | \$109,20          |
| Azúcar                         | 20 lb    | \$0,50         | \$10,00             | \$520,00          |
| Envases                        | 3        | \$25,00        | \$75,00             | \$3.900,00        |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |          |                | <b>\$168,30</b>     | <b>\$8.820,60</b> |
| <b>Costo unitario</b>          |          |                |                     | <b>\$ 0,42</b>    |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### *Encebollado*

**Tabla 107**

*Costos Indirectos de Fabricación – Encebollados*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| GAS                            | 2               | \$1,60                | \$ 3,20                    | \$166,40                 |
| Energía eléctrica              |                 | \$2,25                |                            | \$27,00                  |
| Agua                           |                 | \$3,50                |                            | \$42,00                  |
| Sal                            | 2               | \$0,70                | \$ 1,40                    | \$72,80                  |
| Especies                       | 5               | \$0,50                | \$ 2,50                    | \$130,00                 |
| Envases                        | 2               | \$25,00               | \$ 50,00                   | \$2.600,00               |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |                 |                       | <b>\$ 57,10</b>            | <b>\$ 3.038,20</b>       |
| <b>Costo unitario</b>          |                 |                       |                            | <b>\$ 0,57</b>           |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Pollos Asados*

**Tabla 108**

*Costos Indirectos de Fabricación – Pollos asados*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| Carbón                         | 5               | \$2,50                | \$12,50                    | \$650,00                 |
| Energía eléctrica              |                 | \$2,25                |                            | \$27,00                  |
| AGUA                           |                 | \$3,50                |                            | \$42,00                  |
| Galón de salsa de tomate       | 4               | \$5,00                | \$20,00                    | \$1.040,00               |
| Galón de mayonesa              | 4               | \$5,00                | \$20,00                    | \$1.040,00               |
| Envases                        | 3               | \$5,50                | \$16,50                    | \$858,00                 |
| Aceite                         | 8               | \$12,00               | \$96,00                    | \$4.992,00               |
| Sal                            | 4               | \$0,70                | \$2,80                     | \$145,60                 |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |                 |                       | <b>\$ 167,80</b>           | <b>\$ 8.794,60</b>       |
| <b>Costo unitario</b>          |                 |                       |                            | <b>\$ 1,72</b>           |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Comida Rápida*

**Tabla 109**

*Costos Indirectos de Fabricación – Comida Rápida*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Costo total semanal</b> | <b>Costo total Anual</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| GAS                            | 1               | \$1,60                | \$1,60                     | \$83,20                  |
| Energía eléctrica              |                 | \$2,25                |                            | \$27,00                  |
| AGUA                           |                 | \$3,50                |                            | \$42,00                  |
| Galón salsa de tomate          | 2               | \$8,00                | \$16,00                    | \$832,00                 |
| Galón mayonesa                 | 2               | \$8,00                | \$16,00                    | \$832,00                 |
| Envase                         | 2               | \$25,00               | \$50,00                    | \$2.600,00               |
| Aceite                         | 2               | \$12,00               | \$24,00                    | \$1.248,00               |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b> |                 |                       | <b>\$ 107,60</b>           | <b>\$ 5.664,20</b>       |
| <b>Costo unitario</b>          |                 |                       |                            | <b>\$ 0,51</b>           |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

Luego de haber identifica el costo de producción por producto, en la Tabla 100 se detallan los costos totales y unitarios identificados en el análisis anterior de cada uno de los platillos ofertados en el restaurante.

**Tabla 110**

*Costo de producción total y unitario con propuesta*

| <b>ELEMENTOS DEL COSTO</b>       | <b>Almuerzo</b>    | <b>Comida Rápida</b> | <b>Encebollados</b> | <b>Asados</b>      |
|----------------------------------|--------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| Materia prima directa            | \$14.757,60        | \$5.434,00           | \$6.390,80          | \$24.986,00        |
| Mano de obra directa             | \$6.512,83         | \$3.221,21           | \$2.596,15          | \$2.137,36         |
| Costos indirectos de fabricación | \$8.820,60         | \$5.664,20           | \$3.038,20          | \$8.794,60         |
| <b>COSTO TOTAL</b>               | <b>\$30.091,03</b> | <b>\$13.319,41</b>   | <b>\$12.025,15</b>  | <b>\$35.917,96</b> |
| <b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>          | 20874 u            | 11058 u              | 5328 u              | 5100 u             |
| <b>COSTO UNITARIO</b>            | <b>\$1,44</b>      | <b>\$1,29</b>        | <b>\$2,26</b>       | <b>\$7,04</b>      |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Costos de bebida de terceros:* con la ampliación propuesta se incrementa la capacidad de adquisición de bebida de terceros, por lo cual en la Tabla 101 se detalla el costo de cada uno de los productos.

**Tabla 111**

*Costo de bebida de terceros*

| <b>Detalle</b> | <b>Cant. Anual</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor anual</b> |
|----------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| Gaseosas       |                    |                       |                    |
| Personales     | 48                 | \$ 0,30               | \$ 14,40           |
| 1 litro        | 48                 | \$ 0,75               | \$ 36,00           |
| 3 litros       | 48                 | \$ 2,00               | \$ 96,00           |
| Aguas          | 48                 | \$ 0,35               | \$ 16,80           |
| Jugos          | 48                 | \$ 0,45               | \$ 21,60           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>240</b>         | <b>\$ 3,85</b>        | <b>\$ 184,8</b>    |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Gastos de venta:* para dar a conocer y hacer llegar el producto al consumidor, se establece el incremento del gasto de venta, dado que se contratará publicidad tanto en radio como adquirir los servicios de Community manager, gastos de flete dado que se implementa el servicio de delivery y alquiler de datafast para brindar un mejor servicio al cliente.

*Personal de venta:* se realizará la contratación de un chofer para que realice las entregas a domicilio, por otro lado el personal de producción también realizará actividades de comercialización por lo cual el sueldo es distribuido en las dos áreas.

**Tabla 112**

*Sueldo de persona del área de venta con propuesta*

| <b>ROL DE PAGOS</b> |                 |                            |                |                          |                          |                          |                        |
|---------------------|-----------------|----------------------------|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>AÑO 1</b>        |                 |                            |                |                          |                          |                          |                        |
| <b>Cargo</b>        | <b>Sueldo</b>   | <b>BENEFICIOS SOCIALES</b> |                |                          | <b>Total provisiones</b> |                          |                        |
|                     |                 | <b>XIII</b>                | <b>XIV</b>     | <b>Aporte Patronal</b>   |                          |                          |                        |
| Cajero              | \$213,74        | \$17,81                    | \$17,71        | \$23,83                  | \$59,35                  |                          |                        |
| Chofer              | \$433,24        | \$36,10                    | \$35,00        | \$48,31                  | \$119,41                 |                          |                        |
| Mesero              | \$127,50        | \$10,63                    | \$10,63        | \$14,22                  | \$35,47                  |                          |                        |
| <b>TOTAL</b>        | <b>\$774,48</b> | <b>\$64,54</b>             | <b>\$63,33</b> | <b>\$86,35</b>           | <b>\$214,23</b>          |                          |                        |
| <b>AÑO 2</b>        |                 |                            |                |                          |                          |                          |                        |
| <b>Cargo</b>        | <b>Sueldo</b>   | <b>BENEFICIOS SOCIALES</b> |                |                          |                          | <b>Total provisiones</b> |                        |
|                     |                 | <b>XIII</b>                | <b>XIV</b>     | <b>Fondos de reserva</b> | <b>Vacaciones</b>        |                          | <b>Aporte Patronal</b> |
| Cajero              | 218,54          | 18,21                      | 18,11          | 18,21                    | 9,11                     | 24,37                    | 88,00                  |
| Chofer              | 442,99          | 36,92                      | 35,79          | 36,92                    | 18,46                    | 49,39                    | 177,47                 |
| Mesero              | 130,37          | 10,86                      | 10,86          | 10,86                    | 5,43                     | 14,54                    | 52,56                  |
| <b>TOTAL</b>        | <b>791,90</b>   | <b>65,99</b>               | <b>64,76</b>   | <b>65,99</b>             | <b>33,00</b>             | <b>88,30</b>             | <b>318,03</b>          |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Gasto publicidad:* para poder llegar y dar a conocer el producto al cliente se realizará publicidad en dos medios, por lo cual se detalla en la Tabla 103.

**Tabla 113**

*Gasto publicidad del área de ventas con propuesta*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor anual</b> |
|--------------------------------|-----------------------|--------------------|
| Publicidad en radio            | \$ 100,00             | \$ 1.200,00        |
| Servicios de Community Manager | \$ 75,00              | \$ 900,00          |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>\$ 175,00</b>      | <b>\$ 2.100,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Servicios básicos:* se consideran los servicios básicos que actualmente dispone el restaurante, sin embargo se identifica la necesidad de contratar internet dado que, al disponer de servicio de delivery, es importante contar con este tipo de servicio para receptor los pedidos.

**Tabla 114**

*Servicios Básicos del área de ventas con propuesta*

| <b>Detalle</b>    | <b>Valor mensual</b> | <b>Valor anual</b> |
|-------------------|----------------------|--------------------|
| Energía Eléctrica | \$ 6,00              | \$ 72,00           |
| Agua              | \$ 6,00              | \$ 72,00           |
| Internet          | \$ 25,00             | \$ 300,00          |
| <b>TOTAL</b>      | <b>\$ 37,00</b>      | <b>\$ 444,00</b>   |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Gastos de fletes:* como ya se mencionó anteriormente, se implementará el servicio de entrega a domicilio y se adquirirá una motocicleta por lo cual es indispensable este tipo de gasto.

**Tabla 115**

*Gastos de fletes del área de ventas con propuesta*

| <b>Detalle</b> | <b>Valor mensual</b> | <b>Valor anual</b> |
|----------------|----------------------|--------------------|
| Combustible    | \$ 20,00             | \$ 240,00          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$ 20,00</b>      | <b>\$ 240,00</b>   |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Alquiler datafast:* según datos del estudio de mercado, varias personas cancelarían el producto a través de tarjetas de crédito o débito, por lo cual se contratará el servicio de datafast para llegar a ese grupo de clientes.

**Tabla 116**

*Alquiler datafast del área de ventas con propuesta*

| <b>Detalle</b>    | <b>Valor mensual</b> | <b>Valor anual</b> |
|-------------------|----------------------|--------------------|
| Alquiler datafast | \$ 50,00             | \$ 600,00          |
| <b>TOTAL</b>      | <b>\$ 50,00</b>      | <b>\$ 600,00</b>   |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Suministros de bioseguridad:* debido a la pandemia covid19, el restaurante debe disponer de materiales para garantizar el bienestar tanto del cliente como de los trabajadores.

**Tabla 117**

*Suministros de bioseguridad del área de ventas con propuesta*

| <b>Detalle</b>                         | <b>Cant. Anual</b> | <b>Valor Mensual</b> | <b>Valor anual</b> |
|--|--------------------|----------------------|--------------------|
| Gel antiséptico                        | 24                 | \$ 19,00             | \$ 228,00          |
| Alcohol                                | 24                 | \$ 9,00              | \$ 108,00          |
| Mascarillas                            | 24                 | \$ 2,00              | \$ 24,00           |
| Gorros de cocina                       | 12                 | \$ 12,00             | \$ 144,00          |
| Guantes para manipulación de alimentos | 12                 | \$ 8,00              | \$ 96,00           |
| <b>TOTAL</b>                           |                    | <b>\$ 50,00</b>      | <b>\$ 600,00</b>   |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Suministros de aseo:* para garantizar y brindar un servicio de calidad, es de suma importancia que el restaurante dispone de materiales de aseo, por ende en la Tabla 108 se detallan los necesarios para mantener en buenas condiciones el establecimiento.

**Tabla 118**

*Suministros de aseo del área de ventas con propuesta*

| <b>Detalle</b>            | <b>Cant. Mensual</b> | <b>Valor mensual</b> | <b>Valor anual</b> |
|---------------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| Desinfectante             | 2                    | \$ 20,00             | \$ 240,00          |
| Cloro                     | 2                    | \$ 12,00             | \$ 144,00          |
| Jabón líquido para platos | 4                    | \$ 30,00             | \$ 360,00          |
| Detergente                | 1                    | \$ 7,00              | \$ 84,00           |
| Escoba                    | 4                    | \$ 9,00              | \$ 108,00          |
| Recogedor                 | 4                    | \$ 8,00              | \$ 96,00           |
| Trapeador                 | 4                    | \$ 10,00             | \$ 120,00          |
| Guantes                   | 8                    | \$ 15,00             | \$ 180,00          |
| Papel higiénico           | 4                    | \$ 30,00             | \$ 360,00          |
| Limpiadores               | 4                    | \$ 5,00              | \$ 60,00           |
| Balde para trapear        | 4                    | \$ 4,00              | \$ 48,00           |
| <b>TOTAL</b>              | <b>250</b>           | <b>\$ 150,00</b>     | <b>\$ 1.800,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Gastos operativos:* debido a la ampliación del restaurante se determina que es indispensable la contratación de un administrador para que organice las diferentes actividades que se realice en el establecimiento, así como la entrega de uniformes al personal para dar una imagen más distintiva al cliente. De igual manera, se establece la necesidad de contratar los servicios contables de un profesional externo para que brinde asesoría económica al negocio, entre otros gastos.

*Uniformes:* los uniformes que utilizará el personal del restaurante contarán con distintivo con el logo de la empresa, en la Tabla 109 se detalla las prendas que se entregarán a los trabajadores.

**Tabla 119**  
*Uniformes del área operativa con propuesta*

| Detalle                 | Cant. Anual | Valor unitario  | Valor anual      |
|-------------------------|-------------|-----------------|------------------|
| Camiseta                | 4           | \$ 15,00        | \$ 60,00         |
| Pantalón                | 4           | \$ 15,00        | \$ 60,00         |
| Zapatos antideslizantes | 4           | \$ 35,00        | \$ 140,00        |
| <b>TOTAL</b>            |             | <b>\$ 65,00</b> | <b>\$ 260,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”  
**Elaborado por:** Autor

*Personal administrativo:* se establece el sueldo del administrador del restaurante, mismo que lo realizará la propietaria del mismo.

**Tabla 120**  
*Sueldo de persona del área administrativa con propuesta*

| ROL DE PAGOS  |                 |                     |              |                 |                   |                 |
|---------------|-----------------|---------------------|--------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| AÑO 1         |                 |                     |              |                 |                   |                 |
| Cargo         | Sueldo          | BENEFICIOS SOCIALES |              |                 | Total provisiones |                 |
|               |                 | XIII                | Vacaciones   | Aporte Patronal |                   |                 |
| Administrador | \$500,00        | 41,67               | 20,83        | 55,75           | 132,83            |                 |
| <b>TOTAL</b>  | <b>\$500,00</b> | <b>41,67</b>        | <b>20,83</b> | <b>55,75</b>    | <b>132,83</b>     |                 |
| AÑO 2         |                 |                     |              |                 |                   |                 |
| Cargo         | Sueldo          | BENEFICIOS SOCIALES |              |                 |                   |                 |
|               |                 | XIII                | XIV          | Fondos de       | Vacaciones        | Aporte Patronal |



|               |               |              |              |              |              |              |               | reserva |
|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------|
| Administrador | 511,25        | 42,60        | 36,21        | 42,60        | 21,30        | 57,00        | 199,73        |         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>511,25</b> | <b>42,60</b> | <b>36,21</b> | <b>42,60</b> | <b>21,30</b> | <b>57,00</b> | <b>199,73</b> |         |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Suministros de oficina:* para el desarrollo de las actividades administrativas del establecimiento se adquirirá varios suministros, mismos que son detallados en la Tabla 111.

**Tabla 121**

*Suministros de oficina del área operativa con propuesta*

| Detalle               | Cant. Anual | Valor mensual   | Valor anual      |
|-----------------------|-------------|-----------------|------------------|
| Facturero             | 12          | \$ 10,00        | \$ 120,00        |
| Esferos               | 5           | \$ 5,00         | \$ 60,00         |
| Carpetas archivadoras | 5           | \$ 3,50         | \$ 42,00         |
| Resmas de papel       | 10          | \$ 6,50         | \$ 78,00         |
| <b>TOTAL</b>          |             | <b>\$ 25,00</b> | <b>\$ 300,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Suministros de aseo:* para dar un servicio de calidad y que el trabajador se sienta en un buen ambiente de trabajo, se requerirá de material de aseo y limpieza, mismos que son descritos en la Tabla 112.

**Tabla 122**

*Suministros de aseo el área operativa con propuesta*

| Detalle            | Cant. Anual | Valor unitario | Valor anual |
|--------------------|-------------|----------------|-------------|
| Desinfectante      | 12          | \$ 4,50        | \$ 54,00    |
| Cloro              | 12          | \$ 4,50        | \$ 54,00    |
| Detergente         | 12          | \$ 4,50        | \$ 54,00    |
| Escoba             | 5           | \$ 2,50        | \$ 30,00    |
| Recogedor          | 5           | \$ 2,50        | \$ 30,00    |
| Trapeador          | 5           | \$ 2,50        | \$ 30,00    |
| Guantes            | 12          | \$ 1,25        | \$ 15,00    |
| Papel higiénico    | 24          | \$ 4,25        | \$ 51,00    |
| Limpiadores        | 10          | \$ 1,00        | \$ 12,00    |
| Balde para trapear | 2           | \$ 2,50        | \$ 30,00    |

|              |           |           |              |                  |
|--------------|-----------|-----------|--------------|------------------|
| <b>TOTAL</b> | <b>99</b> | <b>\$</b> | <b>30,00</b> | <b>\$ 360,00</b> |
|--------------|-----------|-----------|--------------|------------------|

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Servicios contables:* se contratará a un profesional contable quien brinde asesoría contable y tributaria para que el restaurante pueda cumplir con sus obligaciones.

**Tabla 123**

*Servicios contables el área operativa con propuesta*

| <b>Detalle</b>                 | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor anual</b> |
|--------------------------------|-----------------------|--------------------|
| Servicios de asesoría contable | \$ 100,00             | \$ 1.200,00        |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>\$ 100,00</b>      | <b>\$ 1.200,00</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

*Gastos Financieros:* para realizar la ampliación del restaurante se solicitará un crédito por el valor de \$20.000,00 a una tasa de 16,30% para 5 años, por lo cual en la Tabla 114 se detalla la tabla de amortización.

**Tabla 124**

*Tabla de amortización con propuesta*

| <b>Año</b>   | <b>CUOTA</b>       | <b>INTERESES</b>   | <b>AMORTIZACIÓN</b> | <b>SALDO FINAL</b> |
|--------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| <b>0</b>     |                    |                    |                     | \$ 20.000,00       |
| <b>1</b>     | \$6.150,99         | \$3.260,00         | \$2.890,99          | \$17.109,01        |
| <b>2</b>     | \$6.150,99         | \$2.788,77         | \$3.362,22          | \$13.746,79        |
| <b>3</b>     | \$6.150,99         | \$2.240,73         | \$3.910,26          | \$9.836,53         |
| <b>4</b>     | \$6.150,99         | \$1.603,35         | \$4.547,63          | \$5.288,90         |
| <b>5</b>     | \$6.150,99         | \$862,09           | \$5.288,90          | \$0,00             |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$30.754,94</b> | <b>\$10.754,94</b> | <b>\$20.000,00</b>  | <b>\$0,00</b>      |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### ***Resumen de costos y gastos***

Una vez identificado los costos y gastos que se incurrirán con la ampliación del restaurante, se realiza un resumen de los mismos, lo cual permitirá posteriormente realizar el cálculo del capital de trabajo necesario para el establecimiento.

**Tabla 125***Resumen de costos y gastos con propuesta*

| <b>Rubro</b>                      | <b>Requerimiento total del capital de trabajo</b> |
|-----------------------------------|---|
| Costo de producción               |   |
| Materia prima                     | \$51.568,40                                       |
| Mano de obra                      | \$14.467,55                                       |
| Costos Indirectos                 | \$26.317,60                                       |
| Costo de bebida de terceros       | \$2.217,60  |
| <b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b> | <b>\$94.571,15</b>                                |
| Gastos de venta                   | \$17.653,42                                       |
| Gastos operativos                 | \$9.454,00  |
| Gastos financieros                | \$4.568,22  |
| <b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>    | <b>\$31.675,64</b>                                |
| <b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>      | <b>\$126.246,79</b>                               |

**Fuente:** “Estudio técnico”**Elaborado por:** Autor

### *Capital de trabajo*

Para determinar el capital de trabajo de la propuesta se considera 2 meses dado que, a pesar de que el restaurante es conocido en el mercado y cuenta con un target de clientes no permite cubrir con las obligaciones que presenta actualmente ya que en el sector constantemente ha ido incrementando la competencia. Por lo cual, se considera que dos meses es un tiempo cauteloso que permitirá al restaurante incrementar su nivel de ventas y poder autofinanciarse para poder cubrir con sus obligaciones. Para el cálculo del mismo se considera la siguiente formula.

$$CT = \frac{CGA}{12 \text{ meses}} * n$$

CT: Capital de trabajo

CGA: Costos y gastos anuales proyectados para el primer año

N= número de meses de desface

$$CT = \frac{126.246,79 + 4711.03}{12 \text{ meses}} * 2$$

$$CT = \$21.826,30$$

Cabe mencionar que para la determinación del capital de trabajo también se considera el pago del capital de los créditos, tanto el que ya dispone como el nuevo que se adquirirá. Por otro lado, dado que el gasto de uniforme se va a entregar una vez al año no fue considerado en los costos y gastos determinados, por ende se añade al capital de trabajo total.

$$CT = \$21.826,30 + 260,00$$

$$CT = \$22.086,20$$

### ***Total inversión***

La inversión necesaria para la implementación del presente plan de negocio está compuesta por inversión fija que representa la obra civil, maquinaria y equipo necesaria para el desarrollo de las actividades de la empresa, así como del capital de trabajo que se relaciona con el activo corrientes que debe disponer para cumplir con las obligaciones hasta que el restaurante genere beneficio y pueda autofinanciarse. Por ende, en la Tabla 116 se detalla la inversión total.

**Tabla 126**

*Total de inversión con propuesta*

| <b>INVERSIÓN INICIAL</b>       |           |                  |
|--------------------------------|-----------|------------------|
| Capital de trabajo             | \$        | 22.086,30        |
| Inversión fija                 | \$        | 12.250,28        |
| <b>Total inversión inicial</b> | <b>\$</b> | <b>34.336,58</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### **Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital**

El plan de negocio será financiado a través del aporte de la propietaria y la obtención de un crédito en BanEcuador por el valor de \$20.000, a una tasa de 16.30% a un plazo de 5 años.

Por ende, en la Tabla 117 se detalla el porcentaje de participación y la inversión que se adquirirá de los dos tipos de financiamiento.

**Tabla 127**

*Fuentes de financiamiento de la propuesta*

| <b>Tipo de financiamiento</b> | <b>%</b>    | <b>Inversión</b>    |
|-------------------------------|-------------|---------------------|
| Aporte propio                 | 42%         | \$ 14.336,58        |
| Aporte financiado             | 58%         | \$ 20.000,00        |
| <b>TOTAL INVERSION</b>        | <b>100%</b> | <b>\$ 34.336,58</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

El costo de capital es calculo considerando la tasa pasiva para el caso del aporte del socio y la tasa activa que establece BanEcuador para el crédito que se adquirirá, por lo cual en la Tabla 118 se detalla el costo de capital que dispondrá el proyecto.

**Tabla 128**

*Costo de capital de la propuesta*

| <b>Tipo de financiamiento</b> | <b>Inversión</b>    | <b>%</b> | <b>Tasas</b> | <b>Valor ponderado</b> |
|-------------------------------|---------------------|----------|--------------|------------------------|
| Aporte propio                 | \$ 14.336,58        | 42%      | 5,95%        | 2,48%                  |
| Aporte financiado             | \$ 20.000,00        | 58%      | 16,30%       | 9,49%                  |
| <b>TOTAL INVERSION</b>        | <b>\$ 34.336,58</b> | 100%     |              |                        |
| <b>COSTO DE CAPITAL</b>       |                     |          |              | <b>11,98%</b>          |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

## **Ingresos**

Para proyectar los ingresos obtenidos implementando la propuesta se considera los datos obtenidos en el estudio de mercado y la capacidad instalada que presentará el restaurante. Por ende, se toma como base la producción total de 42.360 platillos al año, donde 5.100 son pollos asados, 20.874 almuerzos, 5.328 encebollados y 11.058 platos de comida rápida. Y con relación a las bebidas de terceros, se incrementa la capacidad instalada a 240 bebidas mensuales, con un total de 2.880 al año entre gaseosas de diferentes tamaños, aguas y jugos.

### ***Presupuesto de venta***

Para determinar los ingresos percibidos por la venta de los diferentes platillos se considera la producción antes mencionada, así como los precios proyectados considerando la inflación

a Julio de 2021. Cabe mencionar que a partir del Año 2 se realizará un incremento de su capacidad de 5% en todos los platillos. Por lo cual, el presupuesto de ventas del producto propuesto se detalla en la Tabla 119.

**Tabla 129**

*Presupuesto de venta con propuesta*

| <b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b> |                      |                      |                      |                      |                      |
|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>Volumen de ventas</b>     | <b>AÑO 1</b>         | <b>AÑO 2</b>         | <b>AÑO 3</b>         | <b>AÑO 4</b>         | <b>AÑO 5</b>         |
| Almuerzo                     | 20874 u              | 21918 u              | 23014 u              | 24164 u              | 25373 u              |
| Comida Rápida                | 11058 u              | 11611 u              | 12191 u              | 12801 u              | 13441 u              |
| Encebollados                 | 5328 u               | 5595 u               | 5875 u               | 6168 u               | 6477 u               |
| Asados                       | 5100 u               | 5355 u               | 5623 u               | 5904 u               | 6199 u               |
| <b>Precio unitario</b>       |                      |                      |                      |                      |                      |
| Almuerzo                     | \$ 2,50              | \$ 2,51              | \$ 2,52              | \$ 2,53              | \$ 2,55              |
| Comida Rápida                | \$ 1,50              | \$ 1,51              | \$ 1,51              | \$ 1,52              | \$ 1,53              |
| Encebollados                 | \$ 2,50              | \$ 2,51              | \$ 2,52              | \$ 2,53              | \$ 2,55              |
| Asados                       | \$ 12,00             | \$ 12,05             | \$ 12,11             | \$ 12,16             | \$ 12,22             |
| <b>Ingresos totales</b>      |                      |                      |                      |                      |                      |
| Almuerzo                     | \$ 52.185,20         | \$ 55.041,04         | \$ 58.053,16         | \$ 61.230,12         | \$ 64.580,94         |
| Comida Rápida                | \$ 16.586,51         | \$ 17.494,21         | \$ 18.451,58         | \$ 19.461,34         | \$ 20.526,36         |
| Encebollados                 | \$ 13.321,17         | \$ 14.050,17         | \$ 14.819,06         | \$ 15.630,04         | \$ 16.485,39         |
| Asados                       | \$ 61.197,35         | \$ 64.546,37         | \$ 68.078,67         | \$ 71.804,28         | \$ 75.733,76         |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>        | <b>\$ 143.290,23</b> | <b>\$ 151.131,78</b> | <b>\$ 159.402,47</b> | <b>\$ 168.125,77</b> | <b>\$ 177.326,45</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Presupuesto de venta de bebidas de terceros*

En cuanto a los ingresos provenientes de la venta de bebida de terceros se toma en consideración la capacidad que presenta el restaurante en base a la maquinaria que posee y a datos emitidos por la propietaria considerando el promedio de venta mensual que presenta actualmente, cabe mencionar que los precios de venta se encuentran estipulado por el proveedor. Por lo cual, en la Tabla 120 se proyectas ingresos provenientes de dicha actividad considerando la inflación anual a Julio de 2021 e incremento de la capacidad del 10% en dichos productos.

**Tabla 130***Presupuesto de venta de bebida de terceros con propuesta*

| <b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b> |                    |                    |                    |                    |                    |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Volumen de ventas</b>     | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
| <b>Gaseosas</b>              |                    |                    |                    |                    |                    |
| Personales                   | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| 1 litro                      | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| 3 litros                     | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| Aguas                        | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| Jugos                        | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| <b>Precio unitario</b>       |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>Gaseosas</b>              |                    |                    |                    |                    |                    |
| Personales                   | \$ 0,50            | \$ 0,50            | \$ 0,50            | \$ 0,51            | \$ 0,51            |
| 1 litro                      | \$ 1,00            | \$ 1,00            | \$ 1,01            | \$ 1,01            | \$ 1,02            |
| 3 litros                     | \$ 3,00            | \$ 3,01            | \$ 3,03            | \$ 3,04            | \$ 3,05            |
| Aguas                        | \$ 0,50            | \$ 0,50            | \$ 0,50            | \$ 0,51            | \$ 0,51            |
| Jugos                        | \$ 0,75            | \$ 0,75            | \$ 0,76            | \$ 0,76            | \$ 0,76            |
| <b>Ingresos totales</b>      |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>Gaseosas</b>              |                    |                    |                    |                    |                    |
| Personales                   | \$ 288,00          | \$ 318,23          | \$ 351,62          | \$ 388,53          | \$ 429,30          |
| 1 litro                      | \$ 576,00          | \$ 636,45          | \$ 703,25          | \$ 777,05          | \$ 858,60          |
| 3 litros                     | \$ 1.728,00        | \$ 1.909,35        | \$ 2.109,74        | \$ 2.331,16        | \$ 2.575,81        |
| Aguas                        | \$ 288,00          | \$ 318,23          | \$ 351,62          | \$ 388,53          | \$ 429,30          |
| Jugos                        | \$ 432,00          | \$ 477,34          | \$ 527,44          | \$ 582,79          | \$ 643,95          |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>        | <b>\$ 3.312,00</b> | <b>\$ 3.659,59</b> | <b>\$ 4.043,67</b> | <b>\$ 4.468,05</b> | <b>\$ 4.936,97</b> |

Fuente: "Estudio técnico"

Elaborado por: Autor

**Costos y gastos*****Presupuesto de costo de venta***

Para realizar el presupuesto de costo de venta se consideran los costos de producción unitarios anteriormente determinados y la capacidad de producción que presentará el establecimiento con la implementación del plan de negocio propuesto. Por ende, en la Tabla 121 se proyectan los costos para 5 años con relación a la inflación a Julio de 2021 siendo esta de 0.45% en el caso de los precios, el incremento del costo de mano de obra del 2.25% y el incremento del 5% en la capacidad de producción del restaurante.

**Tabla 131***Presupuesto de costo de venta con propuesta*

| <b>PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTA</b> |                    |                    |                     |                     |                     |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Volumen</b>                       | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>        | <b>AÑO 4</b>        | <b>AÑO 5</b>        |
| Almuerzo                             | 20874 u            | 21918 u            | 23014 u             | 24164 u             | 25373 u             |
| Comida rápida                        | 11058 u            | 11611 u            | 12191 u             | 12801 u             | 13441 u             |
| Encebollados                         | 5328 u             | 5595 u             | 5875 u              | 6168 u              | 6477 u              |
| Asados                               | 5100 u             | 5355 u             | 5623 u              | 5904 u              | 6199 u              |
| <b>Costo unitario</b>                |                    |                    |                     |                     |                     |
| Almuerzo                             | \$1,44             | \$1,45             | \$1,45              | \$1,46              | \$1,47              |
| Comida rápida                        | \$1,29             | \$1,30             | \$1,31              | \$1,31              | \$1,32              |
| Encebollados                         | \$2,26             | \$2,27             | \$2,28              | \$2,29              | \$2,30              |
| Asados                               | \$7,04             | \$7,07             | \$7,11              | \$7,14              | \$7,17              |
| <b>Costos totales</b>                |                    |                    |                     |                     |                     |
| Almuerzo                             | \$30.091,03        | \$31.737,76        | \$33.474,61         | \$35.306,51         | \$37.238,65         |
| Comida rápida                        | \$14.319,41        | \$15.103,04        | \$15.929,56         | \$16.801,30         | \$17.720,75         |
| Encebollados                         | \$12.025,15        | \$12.683,22        | \$13.377,31         | \$14.109,39         | \$14.881,52         |
| Asados                               | \$35.917,96        | \$37.883,57        | \$39.956,75         | \$42.143,38         | \$44.449,68         |
| <b>Total costos</b>                  | <b>\$92.353,55</b> | <b>\$97.407,60</b> | <b>\$102.738,23</b> | <b>\$108.360,58</b> | <b>\$114.290,61</b> |

**Fuente:** "Estudio técnico"**Elaborado por:** Autor***Presupuesto de costos de venta de bebidas de terceros***

Con relación a la venta de productos de terceros, más concretamente de bebidas como gaseosa de diferentes tamaños, aguas y jugos, se toma como costo de venta el valor de adquisición de los mismos a los diferentes proveedores. Por ende, en la Tabla 122 se detalla la proyección de dicho costo.

**Tabla 132***Presupuesto de costo de venta de bebidas de terceros con propuesta*

| <b>PRESUPUESTO DE VENTAS DE BEBIDAS</b> |              |              |              |              |              |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Volumen de ventas</b>                | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Gaseosas                                |              |              |              |              |              |
| Personales                              | 576 u        | 634 u        | 697 u        | 767 u        | 843 u        |
| 1 litro                                 | 576 u        | 634 u        | 697 u        | 767 u        | 843 u        |



|                         |                    |                    |                    |                    |                    |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 3 litros                | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| Aguas                   | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| Jugos                   | 576 u              | 634 u              | 697 u              | 767 u              | 843 u              |
| <b>Precio unitario</b>  |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gaseosas                |                    |                    |                    |                    |                    |
| Personales              | \$ 0,30            | \$ 0,30            | \$ 0,30            | \$ 0,30            | \$ 0,31            |
| 1 litro                 | \$ 0,75            | \$ 0,75            | \$ 0,76            | \$ 0,76            | \$ 0,76            |
| 3 litros                | \$ 2,00            | \$ 2,01            | \$ 2,02            | \$ 2,03            | \$ 2,04            |
| Aguas                   | \$ 0,35            | \$ 0,35            | \$ 0,35            | \$ 0,35            | \$ 0,36            |
| Jugos                   | \$ 0,45            | \$ 0,45            | \$ 0,45            | \$ 0,46            | \$ 0,46            |
| <b>Ingresos totales</b> |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gaseosas                |                    |                    |                    |                    |                    |
| Personales              | \$ 172,80          | \$ 190,94          | \$ 210,97          | \$ 233,12          | \$ 257,58          |
| 1 litro                 | \$ 432,00          | \$ 477,34          | \$ 527,44          | \$ 582,79          | \$ 643,95          |
| 3 litros                | \$ 1.152,00        | \$ 1.272,90        | \$ 1.406,49        | \$ 1.554,11        | \$ 1.717,21        |
| Aguas                   | \$ 201,60          | \$ 222,76          | \$ 246,14          | \$ 271,97          | \$ 300,51          |
| Jugos                   | \$ 259,20          | \$ 286,40          | \$ 316,46          | \$ 349,67          | \$ 386,37          |
|                         | <b>\$ 2.217,60</b> | <b>\$ 2.450,34</b> | <b>\$ 2.707,50</b> | <b>\$ 2.991,65</b> | <b>\$ 3.305,63</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Gastos de venta*

Para la proyección de los gastos de venta se consideran todos los rubros antes identificados que permitan dar a conocer el producto y hacer llegar el mismo al cliente. Por ende, se detalla el presupuesto de gastos de venta en la Tabla 123, cabe mencionar que la proyección es realizada en base a la inflación a julio de 2021.

**Tabla 133**

*Gastos de venta con propuesta*

| <b>GASTOS DE VENTA</b> |              |              |              |              |              |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                        | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Gasto publicidad       | \$2.100,00   | \$2.109,45   | \$2.118,94   | \$2.128,48   | \$2.138,06   |
| Sueldos                | \$9.293,70   | \$9.502,81   | \$9.716,62   | \$9.935,25   | \$10.158,79  |
| Beneficios sociales    | \$2.575,72   | \$3.821,53   | \$3.907,51   | \$3.995,43   | \$4.085,33   |
| Servicios básicos      | \$444,00     | \$446,00     | \$448,00     | \$450,02     | \$452,05     |
| Gasto fletes           | \$240,00     | \$241,08     | \$242,16     | \$243,25     | \$244,35     |
| Alquiler de datafast   | \$600,00     | \$602,70     | \$605,41     | \$608,14     | \$610,87     |

|                              |                    |                    |                    |                    |                    |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Suministros de aseo          | \$1.800,00         | \$1.808,10         | \$1.816,24         | \$1.824,41         | \$1.832,62         |
| Suministros de bioseguridad  | \$600,00           | \$602,70           | \$605,41           | \$608,14           | \$610,87           |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b> | <b>\$17.653,42</b> | <b>\$19.134,36</b> | <b>\$19.460,31</b> | <b>\$19.793,11</b> | <b>\$20.132,93</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Gastos operativos*

Para la proyección de los gastos operativos se consideran todos los rubros antes identificados que permitan el desenvolvimiento de las actividades administrativas del restaurante, considerando la inflación a julio de 2021 del 0.45% en los años posteriores. Cabe mencionar que los uniformes serán entregados cada 3 años.

**Tabla 134**

*Gastos operativos con propuesta*

| <b>GASTOS OPERACIONALES</b>         |                    |                     |                     |                     |                     |
|-------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                     | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>        | <b>AÑO 3</b>        | <b>AÑO 4</b>        | <b>AÑO 5</b>        |
| Gasto uniforme                      | \$ 260,00          |                     |                     | \$ 260,00           |                     |
| Sueldos del personal administrativo | \$ 6.000,00        | \$ 6.135,00         | \$ 6.273,04         | \$ 6.414,18         | \$ 6.558,50         |
| Beneficios sociales                 | \$ 1.594,00        | \$ 2.396,74         | \$ 2.450,67         | \$ 2.505,81         | \$ 2.562,19         |
| Suministros de oficina              | \$ 300,00          | \$ 301,35           | \$ 302,71           | \$ 304,07           | \$ 305,44           |
| Suministros de aseo                 | \$ 360,00          | \$ 361,62           | \$ 363,25           | \$ 364,88           | \$ 366,52           |
| Servicios de contador externo       | \$ 1.200,00        | \$ 1.205,40         | \$ 1.210,82         | \$ 1.216,27         | \$ 1.221,75         |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>\$ 9.714,00</b> | <b>\$ 10.400,11</b> | <b>\$ 10.600,48</b> | <b>\$ 11.065,21</b> | <b>\$ 11.014,39</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### *Gastos Financieros*

Para realizar la proyección del gasto financiero se consideran los dos créditos, tanto el crédito que posee la empresa como el que se obtendrá para realizar la ampliación del establecimiento. Por otro lado, cabe mencionar que se realiza de igual manera la proyección de la amortización del capital mismo que se trasladará al Estado de Situación Financiera.

**Tabla 135***Gastos financieros con propuesta*

| <b>GASTOS FINANCIEROS</b> |              |              |              |              |              |              |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                           | <b>AÑO 0</b> | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Gasto Financiero          |              | \$4.568,22   | \$3.833,08   | \$2.982,87   | \$1.999,51   | \$862,09     |
| Amortización crédito 1    | 9.022,19     | \$7.202,16   | \$5.118,21   | \$2.732,10   | \$0,00       | \$-          |
| Amortización crédito 2    | \$20.000,00  | \$17.109,01  | \$13.746,79  | \$9.836,53   | \$5.288,90   |              |

**Fuente:** "Estudio técnico"**Elaborado por:** Autor

### ***Depreciaciones***

En base a la normativa tributaria se realizó el cálculo de los diferentes activos fijos que presenta actualmente la empresa así como de los nuevos que se van a adquirir con la ampliación del restaurante, por ende en la Tabla 126 se detalla tanto el gasto depreciación y depreciación acumulada total.

**Tabla 136***Depreciaciones con propuesta*

| <b>DEPRECIACION</b>    |              |              |              |              |              |              |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                        | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Gasto depreciación     |              | \$ 1.153,43  | \$ 1.153,43  | \$ 1.153,43  | \$ 1.065,03  | \$ 1.065,03  |
| Depreciación acumulada | \$2.368,80   | \$ 3.522,23  | \$ 4.675,66  | \$ 5.829,08  | \$ 6.010,11  | \$ 7.075,14  |

**Fuente:** "Estudio técnico"**Elaborado por:** Autor

### ***Impuesto a la Renta***

Como ya se mencionó anteriormente el restaurante forma parte del nuevo régimen llamado RIMPE emprendedor dado que, de acuerdo a la proyección de ingresos, cuenta con valores mayores a \$20.000,00, por ende se considera la nueva tabla para el pago de impuesto a la renta del mismo. Por otro lado, la vigencia de dicho régimen es de 3 años, por lo cual en los próximos periodos formaría parte del régimen general, por tal motivo se toma la tabla que es actualizada cada año.

**Tabla 137***Cálculo del Impuesto a la Renta con propuesta*

| IMPUESTO A LA RENTA               |                 | IMPUESTO A LA RENTA               |                 |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------------------------|-----------------|
| AÑO 1                             |                 | AÑO 2                             |                 |
| Ingresos Totales                  | 146.602,23      | Ingresos Totales                  | 154.791,38      |
| (-) Límite inferior               | 100.000,01      | (-) Límite inferior               | 100.000,01      |
| Valor Excedente                   | 46.602,22       | Valor Excedente                   | 54.791,37       |
| (*) % Tipo Marginal               | 1,75%           | (*) % Tipo Marginal               | 1,75%           |
| (=) Impuesto Tipo Marginal        | 815,54          | (=) Impuesto Tipo Marginal        | 958,85          |
| (+) Impuesto a la fracción básica | 1.047,50        | (+) Impuesto a la fracción básica | 1.047,50        |
| <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>1.863,04</b> | <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>2.006,35</b> |
| (-) Retenciones                   | -               | (-) Retenciones                   | -               |
| <b>Total Impuesto</b>             | <b>1.863,04</b> | <b>Total Impuesto</b>             | <b>2.006,35</b> |

| IMPUESTO A LA RENTA               |                 | IMPUESTO A LA RENTA               |                 |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------------------------|-----------------|
| AÑO 3                             |                 | AÑO 4                             |                 |
| Ingresos Totales                  | 163.446,14      | Utilidad                          | 28.783,04       |
| (-) Límite inferior               | 100.000,01      | (-) Fracción Básica               | 21.630,01       |
| Valor Excedente                   | 63.446,13       | Valor Excedente                   | 7.153,03        |
| (*) % Tipo Marginal               | 1,75%           | (*) % Imp. Frac. Excedente        | 15,00%          |
| (=) Impuesto Tipo Marginal        | 1.110,31        | (=) Impuesto Frac. Excedente      | 1.072,95        |
| (+) Impuesto a la fracción básica | 1.047,50        | (+) Impuesto a la fracción básica | 949,00          |
| <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>2.157,81</b> | <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>1.802,31</b> |
| (-) Retenciones                   | -               | (-) Retenciones                   | -               |
| <b>Total Impuesto</b>             | <b>2.157,81</b> | <b>Total Impuesto</b>             | <b>1.802,31</b> |

| IMPUESTO A LA RENTA               |                 |
|-----------------------------------|-----------------|
| AÑO 5                             |                 |
| Utilidad                          | 31.592,75       |
| (-) Fracción Básica               | 21.630,01       |
| Valor Excedente                   | 9.962,74        |
| (*) % Imp. Frac. Excedente        | 15,00%          |
| (=) Impuesto Frac. Excedente      | 1.494,41        |
| (+) Impuesto a la fracción básica | 949,00          |
| <b>(=) Impuesto Causado</b>       | <b>2.443,41</b> |
| (-) Retenciones                   | -               |
| <b>Total Impuesto</b>             | <b>2.443,41</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”**Elaborado por:** Autor

Una vez calculados el impuesto a la renta causado por cada uno de los periodos proyectados, se realiza un resumen.

**Tabla 138**

*Impuesto a la Renta con propuesta*

| <b>IMPUESTO A LA RENTA</b> |              |              |              |              |              |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                            | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
| Impuesto a la Renta        | \$1.863,04   | \$2.006,35   | \$2.157,81   | \$1.802,31   | \$2.443,41   |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### Estado de Resultados

Una vez identificados tanto el presupuesto de venta como el cada uno de los costos y gastos que se incurren en el restaurante durante la vida del proyecto, se desarrolla el estado de resultados permitiendo identificar los beneficios económicos que se obtendría si se realiza la ampliación del establecimiento, por ende se detalla en la Tabla 129.

**Tabla 139**

*Estado de resultados con propuesta*

| <b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>    |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|   | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
| <b>INGRESOS</b>                           |                    |                    |                    |                    |                    |
| Ventas                                    | \$143.290,23       | \$151.131,78       | \$159.402,47       | \$168.125,77       | \$177.326,45       |
| Venta de bebidas de terceros              | \$3.312,00         | \$3.659,59         | \$4.043,67         | \$4.468,05         | \$4.936,97         |
| (-) Costo de venta                        | \$(92.353,55)      | \$(97.407,60)      | \$(102.738,23)     | \$(108.360,58)     | \$(114.290,61)     |
| (-) Costo de venta de bebidas de terceros | \$(2.217,60)       | \$(2.450,34)       | \$(2.707,50)       | \$(2.991,65)       | \$(3.305,63)       |
| <b>Utilidad Bruta en ventas</b>           | <b>\$52.031,08</b> | <b>\$54.933,44</b> | <b>\$58.000,41</b> | <b>\$61.241,59</b> | <b>\$64.667,19</b> |
| (-) Gastos de ventas                      | \$(17.653,42)      | \$(19.134,36)      | \$(19.460,31)      | \$(19.793,11)      | \$(20.132,93)      |
| (-) Gastos administrativos                | \$(9.714,00)       | \$(10.400,11)      | \$(10.600,48)      | \$(11.065,21)      | \$(11.014,39)      |
| (-) Gastos financiero                     | \$(4.568,22)       | \$(3.833,08)       | \$(2.982,87)       | \$(1.999,51)       | \$(862,09)         |
| (-) Depreciación                          | \$(1.153,43)       | \$(1.153,43)       | \$(1.153,43)       | \$(1.065,03)       | \$(1.065,03)       |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b>        | <b>\$18.942,01</b> | <b>\$20.412,46</b> | <b>\$23.803,33</b> | <b>\$27.318,73</b> | <b>\$31.592,75</b> |

|                      |                    |                    |                    |                    |                    |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Impuesto a la renta  | \$(1.863,04)       | \$(2.006,35)       | \$(2.157,81)       | \$(1.802,31)       | \$(2.443,41)       |
| <b>Utilidad Neta</b> | <b>\$17.078,97</b> | <b>\$18.406,11</b> | <b>\$21.645,52</b> | <b>\$25.516,43</b> | <b>\$29.149,34</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”  
**Elaborado por:** Autor

### Estado de situación financiera

Una vez identificados los activos, pasivos y patrimonio que dispone la empresa en cada uno de los periodos proyectos, se procede a desarrollar el estado de situación financiera permitiendo conocer la situación económica del restaurante.

**Tabla 140**  
*Estado de situación financiera con propuesta*

| <b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA</b> |                    |                    |                    |                     |                     |                     |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                       | <b>AÑO 0</b>       | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>        | <b>AÑO 4</b>        | <b>AÑO 5</b>        |
| <b>ACTIVOS</b>                        |                    |                    |                    |                     |                     |                     |
| Activos Corrientes                    | \$22.086,30        | \$37.470,71        | \$51.727,40        | \$68.381,44         | \$87.327,66         | \$112.894,22        |
| Propiedad planta y equipo.            | \$ 47.685,48       | \$46.532,05        | \$45.378,63        | \$44.225,20         | \$43.160,17         | \$42.095,14         |
| Maquinaria                            | \$2.725,00         | \$2.725,00         | \$2.725,00         | \$2.725,00          | \$2.120,00          | \$2.120,00          |
| Menaje de cocina                      | \$885,28           | \$885,28           | \$885,28           | \$885,28            | \$785,28            | \$785,28            |
| Muebles y enseres                     | \$1.275,00         | \$1.275,00         | \$1.275,00         | \$1.275,00          | \$1.125,00          | \$1.125,00          |
| Vehículo                              | \$2.900,00         | \$2.900,00         | \$2.900,00         | \$2.900,00          | \$2.900,00          | \$2.900,00          |
| Herramienta                           | \$69,00            | \$69,00            | \$69,00            | \$69,00             | \$40,00             | \$40,00             |
| Edificio                              | \$10.000,00        | \$15.000,00        | \$15.000,00        | \$15.000,00         | \$15.000,00         | \$15.000,00         |
| Construcción                          | \$5.000,00         |                    |                    |                     |                     |                     |
| Equipo de oficina                     | \$800,00           | \$800,00           | \$800,00           | \$800,00            | \$800,00            | \$800,00            |
| Terrenos                              | \$26.400,00        | \$26.400,00        | \$26.400,00        | \$26.400,00         | \$26.400,00         | \$26.400,00         |
| (-) Depreciación de PPyE              | \$(2.368,80)       | \$(3.522,23)       | \$(4.675,66)       | \$(5.829,08)        | \$(6.010,11)        | \$(7.075,14)        |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                  | <b>\$69.771,78</b> | <b>\$84.002,77</b> | <b>\$97.106,03</b> | <b>\$112.606,63</b> | <b>\$130.487,83</b> | <b>\$154.989,37</b> |
| <b>PASIVOS</b>                        |                    |                    |                    |                     |                     |                     |
| Préstamo bancario 1                   | \$9.022,19         | \$7.202,16         | \$5.118,21         | \$2.732,10          |                     |                     |
| Préstamo bancario 2                   | \$20.000,00        | \$17.109,01        | \$13.746,79        | \$9.836,53          | \$5.288,90          |                     |
| Impuesto a la renta por pagar         | \$-                | \$1.863,04         | \$2.006,35         | \$2.157,81          | \$1.802,31          | \$2.443,41          |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>                  | <b>\$29.022,19</b> | <b>\$26.174,21</b> | <b>\$20.871,36</b> | <b>\$14.726,44</b>  | <b>\$7.091,21</b>   | <b>\$2.443,41</b>   |
| <b>PATRIMONIO</b>                     |                    |                    |                    |                     |                     |                     |
| Capital suscrito                      | \$40.749,59        | \$40.749,59        | \$40.749,59        | \$40.749,59         | \$40.749,59         | \$40.749,59         |
| Utilidades retenidas                  | \$-                | \$17.078,97        | \$35.485,08        | \$57.130,60         | \$82.647,03         | \$111.796,36        |

|                         |                    |                    |                    |                    |                     |                     |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b> | <b>\$40.749,59</b> | <b>\$57.828,56</b> | <b>\$76.234,67</b> | <b>\$97.880,19</b> | <b>\$123.396,62</b> | <b>\$152.545,95</b> |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|

|                                  |                    |                    |                    |                     |                     |                     |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> | <b>\$69.771,78</b> | <b>\$84.002,77</b> | <b>\$97.106,03</b> | <b>\$112.606,63</b> | <b>\$130.487,83</b> | <b>\$154.989,37</b> |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### Flujo de efectivo

El flujo de efectivo es un informe de suma importancia que permite conocer las entradas y salidas de dinero que se presentará el restaurante a lo largo de los 5 años proyectados. Sin embargo para el presente plan de negocios se desarrolla el flujo de caja que se relaciona con el activo corriente que dispondrá el negocio a lo largo del tiempo y el flujo de proyecto que permite realizar la evaluación financiera a través de los diferentes los indicadores económicos que ayudará a determinar la viabilidad el plan de negocio.

### Flujo de caja

El flujo de caja es un informe económico que permite identificar la liquidez que dispondrá el restaurante para cubrir con las obligaciones que esté presente, por ende se consideran las entradas de efectivo provenientes de las dos fuentes de ingresos y salidas de dinero relacionados con los costos y gastos que se incurren en el establecimiento, mismos que son descritos en la Tabla 131.

**Tabla 141**

*Flujo de caja con propuesta*

| <b>FLUJO DE CAJA</b> |                    |                    |                    |                    |                     |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
|                      | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>        |
| <b>Saldo Inicial</b> | <b>\$22.086,30</b> | <b>\$37.470,71</b> | <b>\$51.727,40</b> | <b>\$68.381,44</b> | <b>\$87.327,66</b>  |
| Ingresos             | \$146.602,23       | \$154.791,38       | \$163.446,14       | \$172.593,82       | \$182.263,43        |
| Egresos              | \$126.506,79       | \$133.225,49       | \$138.489,38       | \$144.210,06       | \$149.605,65        |
| Pago de capital      | \$4.711,03         | \$5.446,16         | \$6.296,37         | \$7.279,73         | \$5.288,90          |
| Impuesto a la renta  |                    | \$1.863,04         | \$2.006,35         | \$2.157,81         | \$1.802,31          |
| <b>Saldo Final</b>   | <b>\$37.470,71</b> | <b>\$51.727,40</b> | <b>\$68.381,44</b> | <b>\$87.327,66</b> | <b>\$112.894,22</b> |

Fuente: “Estudio técnico”

Elaborado por: Autor

### ***Flujo del proyecto***

El flujo del proyecto representa un informe que indica los flujos netos que dispondrá el restaurante en cada periodo proyectado en base a la utilidad neta que obtiene en cada uno de los periodos, el pago del crédito sin considerar intereses, así como rubros que no representa una salida de dinero, como es el caso de las depreciaciones. Al final de la vida del proyecto, es decir en el año 5, se considera los rubros a recuperar como es el caso del capital de trabajo y el valor de rescate de los activos fijos, como se describe en la Tabla 132.

**Tabla 142**

*Flujo del proyecto con propuesta*

| <b>FLUJO DEL PROYECTO</b>      |                      |                    |                    |                    |                    |                    |
|--------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                                | <b>AÑO 0</b>         | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
| Utilidad Neta                  |                      | \$17.078,97        | \$18.406,11        | \$21.645,52        | \$25.516,43        | \$29.149,34        |
| (+) Depreciación               |                      | \$1.153,43         | \$1.153,43         | \$1.153,43         | \$1.065,03         | \$1.065,03         |
| Valor de rescate               |                      |                    |                    |                    |                    | \$42.095,14        |
| Capital de trabajo             |                      |                    |                    |                    |                    | \$22.086,30        |
| Pago de capital                |                      | \$4.711,03         | \$5.446,16         | \$6.296,37         | \$7.279,73         | \$5.288,90         |
| <b>Flujo Neto del Proyecto</b> | <b>(\$34.336,58)</b> | <b>\$13.521,37</b> | <b>\$14.113,38</b> | <b>\$16.502,57</b> | <b>\$19.301,72</b> | <b>\$89.106,91</b> |

**Fuente:** “Estudio técnico”

**Elaborado por:** Autor

### **Evaluación Financiera**

La evaluación financiera permite analizar la propuesta con respecto a su rendimiento financiero con la finalidad de demostrar la factibilidad del plan de negocio, así como medir la rentabilidad y aportar elementos de juicio permitiendo comparar el proyecto con otras alternativas en las que se podrían invertir.

#### ***Tasa de Rendimiento Medio***

La tasa de rendimiento medio (TMAR) ayuda a determinar la rentabilidad del presente plan de negocio, es decir identificando una tasa mínima aceptable para su implementación. Por lo cual, esta tasa muestra el riesgo y el costo de oportunidad que presenta la propuesta al



ser implementada en las condiciones establecidas antes de realizar otra inversión, para calcular la TMAR se utiliza la siguiente formula.

$$TMAR = ((1 + KP) * (1 + p.inf)) - 1$$

Donde:

TMAR= Tasa de rendimiento medio

KP= Costo del capital

P.Inf= promedio inflación anual

Al desconocer el promedio de la inflación se considera la inflación anual de los últimos 5 años, mismo que se detalla en la Tabla 133.

**Tabla 143**

*Promedio de inflación anual*

| AÑOS            | TASA INFLACION |
|-----------------|----------------|
| 2016            | 1,12%          |
| 2017            | -0,20%         |
| 2018            | 0,27%          |
| 2019            | -0,07%         |
| 2020            | 1,12%          |
| <b>TOTAL</b>    | <b>2,24%</b>   |
| <b>PROMEDIO</b> | <b>0,45%</b>   |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

Una vez aplicada la formula antes mencionada se obtiene una tasa de 12.48% permitiendo identificar que la inversión en dicho proyecto es factible ya que dicha TMAR es superior a la tasa emitida por el Banco Central del Ecuador siendo esta al mes de Julio del 2021 de 5,66%, es decir representa que al realizar esta inversión generaría mayores beneficios económicos.

**Tabla 144**

*Tasa de Rendimiento Medio*

| TASA DE RENDIMIENTO MEDIO   |               |
|-----------------------------|---------------|
| <b>Costo de oportunidad</b> | 11,98%        |
| <b>P. inflación</b>         | 0,45%         |
| <b>TMAR</b>                 | <b>12,48%</b> |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

### ***Tasa de descuento***

La tasa de descuento es el costo de capital que presenta la inversión inicial necesaria para la implementación del plan de negocio; es decir, es el costo que se aplica para determinar el valor presente de un pago futuro y conocer cuánto cuesta el dinero de inversión en un periodo determinado. Para el cálculo de dicha tasa de utiliza la siguiente formula.

$$TD = KP + Inf + Tlr + Aspiracion\ del\ inversionista$$

Donde:

TD= Tasa de descuento

KP= Costo del capital

Inf= inflación anual

Tlr= tasa de libre riesgo

Una vez identificados los factores necesarios para la aplicación de la formula se procede al cálculo de la tasa de descuento como se detalla en la Tabla 135.

**Tabla 145**  
*Tasa de descuento*

|                              |               |
|------------------------------|---------------|
| Inflación anual              | 0,45%         |
| Costo capital                | 11,98%        |
| Tasa libre de riesgo         | 7,78%         |
| Aspiración del inversionista | 15%           |
| <b>TASA DE DESCUENTO</b>     | <b>35,21%</b> |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

### ***Valor actual neto***

El valor actual neto representa un indicador financiero que permite identificar la rentabilidad que dispondrá el restaurante con la implementación de la propuesta. Para el cálculo de dicho indicador se actualizan los flujos de caja considerando la tasa de descuento mediante la aplicación de la siguiente formula.

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE1}{(1+i)^2} + \frac{FE1}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FE1}{(1+i)^n}$$

**Tabla 146**

*Valor actual neto*

|       | Flujo Neto del Proyecto | Flujos actualizados |
|-------|-------------------------|---------------------|
| AÑO 0 | (\$34.336,58)           |                     |
| AÑO 1 | \$13.521,37             | \$10.000,38         |
| AÑO 2 | \$14.113,38             | \$7.720,10          |
| AÑO 3 | \$16.502,57             | \$6.676,35          |
| AÑO 4 | \$19.301,72             | \$5.775,36          |
| AÑO 5 | \$89.106,91             | \$19.719,26         |
|       |                         | \$49.891,45         |
|       | <b>VAN</b>              | <b>\$15.554,86</b>  |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

Una vez calculado el valor actual neto se identificó un VAN positivo de \$15.554,86, dando como interpretación que el proyecto es factible; es decir, que el plan de negocio establecido viable.

### ***Tasa interna de retorno***

La tasa interna de retorno representa una tasa de interés o rentabilidad que dispondrá la empresa al realizar dicha inversión; por ende para el cálculo de dicha tasa se actualizan los flujos a valor presente y se iguala el VAN a cero, a través de la siguiente formula.

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE1}{(1+i)^2} + \frac{FE1}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FE1}{(1+i)^n} = 0$$

**Tabla 147**

*Tasa Interna de Retorno*

|       | Flujo Neto del Proyecto | Flujos actualizados |
|-------|-------------------------|---------------------|
| AÑO 0 | (\$34.336,58)           |                     |
| AÑO 1 | \$13.521,37             | \$10.000,38         |
| AÑO 2 | \$14.113,38             | \$7.720,10          |
| AÑO 3 | \$16.502,57             | \$6.676,35          |

|       |             |             |
|-------|-------------|-------------|
| AÑO 4 | \$19.301,72 | \$5.775,36  |
| AÑO 5 | \$89.106,91 | \$19.719,26 |
|       |             | \$49.891,45 |
|       | <b>TIR</b>  | <b>52%</b>  |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

La tasa interna de retorno del presente plan de negocio es de 52%, siendo esta superior a la tasa de descuento, por ende se establece el plan de negocio propuesto es aceptable.

### ***Período de recuperación***

El periodo de recuperación representa el tiempo que se demora la recuperación de la inversión a realizar en el presente plan de negocios que permitirá la implementación de la propuesta. Por ende, en la Tabla 138 se detalla los flujos acumulados, mismos que permitirán calcular el tiempo de recuperación.

**Tabla 148**

*Periodo de recuperación*

|                         | AÑO 0         | AÑO 1         | AÑO 2        | AÑO 3       | AÑO 4       | AÑO 5        |
|-------------------------|---------------|---------------|--------------|-------------|-------------|--------------|
| Flujo Neto del Proyecto | (\$34.336,58) | \$13.521,37   | \$14.113,38  | \$16.502,57 | \$19.301,72 | \$89.106,91  |
| Flujos acumulados       | (\$34.336,58) | (\$20.815,21) | (\$6.701,83) | \$9.800,74  | \$29.102,46 | \$118.209,37 |
| PRI                     | 0.41          |               |              |             |             |              |
| Años                    | 2 años        |               |              |             |             |              |
| Meses                   | 4 meses       |               |              |             |             |              |
| Días                    | 26 días       |               |              |             |             |              |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 4 meses y 26 días, permitiendo identificar un corto tiempo de recuperación.

### ***Punto de equilibrio***

Este indicador permite identificar la cantidad de productos y valor monetario que se debe obtener para poder cubrir con los costos y gastos que se incurren en el restaurante con la

implementación del plan de negocio sin generar beneficios ni pérdidas. Para la determinación del punto de equilibrio se considera los costos fijos así como costos variables, sin embargo al comercializar varios platillos se debe identificar la cantidad de productos de cada uno de ellos a través del porcentaje de participación dentro del restaurante.

**Tabla 149**  
*Punto de equilibrio*

|              |           |  |  |  |
|--------------|-----------|--|--|--|
| Costos fijos | 33.089,07 |  |  |  |
|--------------|-----------|--|--|--|

| DETALLE                          | Almuerzo | Comida rápida | Encebollados | Asados  |               |
|----------------------------------|----------|---------------|--------------|---------|---------------|
| Precio unitario                  | \$2,50   | \$1,50        | \$2,50       | \$12,00 |               |
| Costo unitario                   | \$1,44   | \$1,29        | \$2,26       | \$7,04  |               |
| Margen de contribución           | \$1,06   | \$0,21        | \$0,24       | \$4,96  |               |
| Porcentaje de participación      | 49%      | 26%           | 13%          | 12%     |               |
| Margen de contribución ponderado | \$0,52   | \$0,05        | \$0,03       | \$0,60  | <b>\$1,20</b> |

|                     |               |
|---------------------|---------------|
| Punto de equilibrio | <b>27.518</b> |
|---------------------|---------------|

| Producto      | PE unidades | Porcentaje de participación | PE unidades por productos | PE en dólares por producto |
|---------------|-------------|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Almuerzo      | 27.518      | 49%                         | 13.560                    | \$33.900,13                |
| Comida rápida | 27.518      | 26%                         | 7.183                     | \$10.774,79                |
| Encebollados  | 27.518      | 13%                         | 3.461                     | \$8.653,59                 |
| Asados        | 27.518      | 12%                         | 3.313                     | \$39.754,52                |
| <b>TOTAL</b>  |             |                             | <b>27.518</b>             | <b>\$93.083,03</b>         |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

Se puede identificar que se debe comercializar 27.518 unidades, de los cuales 13.560 son almuerzos, 7.183 comida rápida, 3.461 encebollados y 3.313 pollos asados para poder cubrir con los costos y gastos sin obtener beneficios ni pérdidas.

### **Análisis Costo / Beneficio**

El análisis de costos beneficio permite identificar el beneficio generado por la implementación de la propuesta con relación a los ingresos, costos y gastos obtenidos en cada uno de los periodos, para obtener dicho valor se debe aplicar la siguiente formula.

$$C/B = \frac{\Sigma \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\Sigma \text{Costos y gastos} / (1 + i)^n + \text{inversion inicial}}$$

**Tabla 150**  
*Análisis costo/beneficio*

|                            | INGRESOS     | EGRESOS      |
|----------------------------|--------------|--------------|
| <b>INVERSION</b>           | (34.336,58)  |              |
| AÑO 1                      | \$146.602,23 | \$121.795,76 |
| AÑO 2                      | \$154.791,38 | \$127.779,33 |
| AÑO 3                      | \$163.446,14 | \$132.193,01 |
| AÑO 4                      | \$172.593,82 | \$136.930,33 |
| AÑO 5                      | \$182.263,43 | \$144.316,75 |
| <hr/>                      |              |              |
| VAN INGRESOS               | \$351.200,27 |              |
| VAN EGRESOS                | \$286.365,21 |              |
| VAN EGRESOS +<br>INVERSION | \$320.701,79 |              |
| <b>COSTO/BENEFICIO</b>     | <b>1,10</b>  |              |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

De acuerdo a la Tabla 140, la relación costo/beneficio es de \$1,10, dando como resultado que por cada dólar invertido de obtenido \$0,10 adicionales, indicando que el plan de negocio es favorable dado que genera rentabilidad para la propietaria.

### **Análisis de sensibilidad**

El análisis de la sensibilidad es un indicador financiero utilizado para la toma de decisiones en las inversiones a realidad, dado que permite generar supuesto tanto pesimistas como optimistas para identificar los beneficios que podrían brindar en caso de aplicarlos en el plan de negocio. Por lo cual, en la Tabla 141 se cuatro supuestos, dos de ellos optimistas y los demás pesimistas.

**Tabla 151**  
*Análisis de sensibilidad*

|                                   | VAN           | TIR  |           |
|-----------------------------------|---------------|------|-----------|
| Información sin modificación      | \$15.554,86   | 52%  |           |
| Inversión propia aumenta en 10%   | \$8.687,55    | 43%  | Pesimista |
| Inversión propia disminuye en 10% | \$20.705,35   | 60%  | Optimista |
| Disminuye los precios en un 20%   | \$(47.214,00) | -13% | Pesimista |
| Aumento de los costos en un 15%   | \$57.011,43   | 101% | Optimista |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

A través del análisis de sensibilidad se determina que el plan de negocio propuesto presenta mayor rentabilidad al disminuir los costos de producción en un 15% o la inversión en un 10%. En cambio, si se disminuye los precios del 20% deja de ser rentable generando pérdida a la propietaria. Lo que se puede visualizar que la mejor opción sería disminuir los costos o simplemente mantener la información económica detalla en el presenta plan de negocio.

### **Resumen de la evaluación Financiera**

Realizada la evaluación financiera al presente plan de negocio se elabora un resumen de los indicadores a través de un tablero integral de comandos descrito en la Tabla 142.

**Tabla 152**  
*Resumen de indicadores*

| Indicadores              | Valor obtenido              | Valor esperado                                     | Resultado  |
|--------------------------|-----------------------------|--|------------|
| VAN                      | 15.554,86                   | >0 es ejecutable                                   | Ejecutable |
| TIR                      | 52%                         | Superior a la tasa de rendimiento medio            | Aceptable  |
| Periodo de recuperación  | 2 años, 4 meses,<br>26 días | Dentro de la vida útil del proyecto                | Factible   |
| Punto de equilibrio      | 27518 u                     | Bordea 18,77% de las ventas totales del primer año | Factible   |
| Relación costo/beneficio | 1,10                        | >1 es rentable                                     | Rentable   |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

Se puede identificar que la implementación de la presente propuesta es factible dado que a lo largo de la vida del proyecto genera beneficios para la propietaria del restaurante.

### 4.6.3 Análisis comparativo de escenarios económicos

Para realizar el análisis comparativo se realiza a través de dos rubros como es la utilidad y los flujos de efectivo proyectados, considerando los dos escenarios es decir la situación actual y la situación con la implementación de la propuesta, como se detalla en las siguientes Tablas.

**Tabla 153**

*Análisis comparativo - Utilidad*

|                                 | <b>AÑO 1</b>      | <b>AÑO 2</b>      | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Utilidad con propuesta          | \$17.078,97       | \$18.406,11       | \$21.645,52        | \$25.516,43        | \$29.149,34        |
| Utilidad sin propuesta          | \$8.839,23        | \$9.939,49        | \$11.129,83        | \$12.963,64        | \$14.329,85        |
| <b>INCREMENTO</b>               | <b>\$8.239,74</b> | <b>\$8.466,62</b> | <b>\$10.515,69</b> | <b>\$12.552,78</b> | <b>\$14.819,48</b> |
| <b>Porcentaje de incremento</b> | <b>93%</b>        | <b>85%</b>        | <b>94%</b>         | <b>97%</b>         | <b>103%</b>        |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 154**

*Análisis comparativo – Flujo de efectivo*

|  | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Saldo de flujo de efectivo con propuesta | \$37.470,71        | \$51.727,40        | \$68.381,44        | \$87.327,66        | \$112.894,22       |
| Saldo de flujo de efectivo sin propuesta | \$15.645,12        | \$23.877,29        | \$32.999,78        | \$43.067,62        | \$57.723,75        |
| <b>INCREMENTO</b>                        | <b>\$21.825,59</b> | <b>\$27.850,12</b> | <b>\$35.381,66</b> | <b>\$44.260,04</b> | <b>\$55.170,47</b> |
| <b>Porcentaje de incremento</b>          | <b>140%</b>        | <b>117%</b>        | <b>107%</b>        | <b>103%</b>        | <b>96%</b>         |

**Fuente:** “Estudio financiero”

**Elaborado por:** Autor

Se puede determinar que tanto la utilidad como los flujos de efectivo presentan un incremento significativo con la implementación de la propuesta, por lo tanto se demuestra que el plan de negocio es económicamente ejecutable. Con relación al incremento del flujo demuestra que existe la capacidad económica para afrontar las obligaciones del restaurante tanto las actividades operativas, de venta y financiamiento los cuales son incurridos para cumplir con el correcto funcionamiento del establecimiento.



#### **4.7 Conclusión de la propuesta**

Debido a la información obtenida por la propietaria se identifica que el restaurante Delicias al paso no cuenta con un modelo de negocio establecido, por lo cual se propone el desarrollo del mismo a través de modelo fabricante que se relaciona con la venta directa al consumidor y modelo delivery que consiste en la entrega de los productos a domicilio.

Por otro lado, dentro del estudio de mercado se identificó que el 98.40% de los encuestados están de acuerdo con la ampliación de las instalaciones y servicio del restaurante, permitiendo determinar la existencia de una demanda total de 48.574 unidades al año. Con relación a la oferta existente en el sector, se puede observar que existen varios restaurantes que comercializan platillos similares o sustitutos al mismo, los cuales ofertan un total de 158.699 unidades al año. Por ende, se identifica una demanda satisfecha no saturada de 110.125 unidades.

En cuanto al estudio técnico administrativo se ejecutó la evaluación de validación de la micro y macro localización para garantizar que el lugar donde se encuentra actualmente el restaurante es un sector estratégico. De acuerdo a los datos emitidos por la propietaria la empresa actualmente se encuentra en la capacidad de producir 18.720 platillos al año, sin embargo con la propuesta planteada se determina el incremento de la misma a 42.360 platillos anuales, permitiendo crear una nueva demanda dentro de la demanda satisfecha no saturada. Con relación al estudio administrativo se diseña la filosofía y estructura organizacional del restaurante así como la descripción de su constitución legal, identificando que forma parte del nuevo régimen RIMPE emprendedor como persona natural.

Finalmente, en el estudio financiero se identificó la inversión necesaria para la implementación de la propuesta, la cual asciende a \$34.336,58, el cual este compuesto por el 36% en inversión fija y 64% en capital de trabajo, mismo que fue considerado para 2 meses a pesar de ser un emprendimiento en funcionamiento y cuenta con clientes concurrentes esto no permite cubrir con las obligaciones que dispone el restaurante. En cuanto a la evaluación financiera se puede identificar que el plan de negocio generaría beneficios económicos al

propietario, dado que la evaluación financiera determina valores positivos, como son; VAN \$15.554,86, TIR 52%, periodo de recuperación 2 años, 4 meses y 26 días, punto de equilibrio 27.518 unidades y relación costo/beneficio de 1.10 demostrando que la inversión es favorable.

## **CAPÍTULO IV**

### **Validación**

#### **4.1. Introducción**

El presente proyecto se relaciona con validar el plan de negocio propuesto mediante la evaluación de cada uno de los elementos que compone el presente proyecto permitiendo generar confiabilidad en la información dado que se encuentra respaldado por profesionales expertos en el tema de investigación.

Por ende, dicha evaluación será realizada a través de una matriz de validación la contiene variables e indicadores, mismos que, bajo criterios de calificación determinados, los profesionales expertos evaluarán cada uno de ellos, permitiendo determinar si el proyecto presenta validez, poca validez o no existe validez

#### **4.2. Descripción del estudio**

La validación del proyecto consiste en evaluar todo el plan de negocio propuesto para la ampliación del restaurante “Delicias al paso” ubicado en la parroquia de El Quinche, permitiendo determinar que cada una de las variables e indicadores fueron cumplidos a lo largo del desarrollo de la investigación.

#### **4.3. Objetivo**

Validar el plan de negocios del restaurante DELICIAS AL PASO de la parroquia El Quinche, Quito, Ecuador.

#### **4.4. Equipo de trabajo**

El equipo de trabajo está conformado por profesionales expertos en el tema de investigación, quienes son; docente tutor y docentes lectores, quienes son responsables de corregir y sugerir pautas para mejorar el plan de negocio, así como validar el proyecto. Por otro lado, también forma parte el autor del trabajo quien desarrollo toda la investigación.

**Tabla 155**  
*Equipo de trabajo.*

|                                       |                                       |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Autor</b>                          | Cristian Paul Chinacalle<br>Ramírez   |
| <b>Directora del trabajo de grado</b> | Ing. Sandra Guevara                   |
| <b>Docentes expertos en el tema</b>   | Ing. Rocío León<br>Ing. Julio Andrade |

**Fuente:** RESOLUCIÓN No. 0506-HCD-FACAE-UTN-2021

**Elaborado por:** Autor

#### 4.5. Método de verificación

Para el desarrollo de la validación primeramente realiza una matriz de verificación para determinar que variables e indicadores van a ser evaluados por parte del equipo técnico, por lo cual en la siguiente tabla se presenta cada uno de ellos.

**Tabla 156**  
*Matriz de verificación.*

| VARIABLE                      | INDICADORES   | ¿SE VERIFICO? |    |
|-------------------------------|---|---------------|----|
|                               |   | SI            | NO |
| <b>DIAGNÓSTICO</b>            | ¿Se detalla claramente el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?   | X             |    |
|                               | ¿La idea de negocio planteada permite solucionar el problema identificado en el proyecto?   | X             |    |
|                               | ¿Las variables diagnósticas se encuentran sustentadas con la idea del proyecto?   | X             |    |
|                               | ¿El análisis PEST y las 5 fuerzas de PORTER y PEST permitieron diagnosticar la idea de negocio?   | X             |    |
|                               | ¿El análisis AMOFHIT permitió conocer la situación interna del restaurante Delicias al paso?  | X             |    |
| <b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> | ¿La fundamentación metodología permitió identificar los métodos y técnicas utilizados en el desarrollo de la investigación?   | X             |    |
|                               | ¿La fundamentación teórica permitió sustentar y comprender el proyecto?   | X             |    |
| <b>MODELO DE NEGOCIO</b>      | ¿Se detalla el modelo de negocio propuesto para implementar en el restaurante Delicias al paso?   | X             |    |
|                               | ¿El modelo Canvas da a conocer de forma detallada como está compuesto el modelo de negocio?   | X             |    |
| <b>ESTUDIO DE MERCADO</b>     | ¿El estudio de mercado, a través de la aplicación de las encuestas, permitió identificar la demanda que presentan los productos que comercializa el restaurante, así como determinar las estrategias de comercialización a implementar? | X             |    |
|                               | ¿En el estudio de mercado, a través de la técnica de observación permitió detallar la competencia actual existente en el mercado?   | X             |    |
|                               | ¿El análisis del Balance Demanda/Oferta permitió cuantificar la demanda insatisfecha real que presenta el mercado?  | X             |    |

| VARIABLE                               | INDICADORES  | ¿SE VERIFICO? |    |
|--|--|---------------|----|
|  |  | SI            | NO |
| ESTUDIO TÉCNICO<br>–<br>ADMINISTRATIVO | ¿Los factores de análisis de la macro y micro localización permitieron sustentar que el lugar donde se encuentra ubicado el restaurante Delicias al paso se encuentra en una zona estratégica?   | X             |    |
|  | ¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento, así como permitió identificar la capacidad instalada que dispondrá el restaurante con la ampliación?     | X             |    |
|  | ¿El mapa de procesos y flujogramas fueron desarrollados de acuerdo a los procesos y subprocesos que se desarrollan en el restaurante tanto en la producción como en la prestación de servicios permitiendo comprender de forma clara los mismos? | X             |    |
|  | ¿La filosofía institucional y estructura organizacional está diseñadas acorde a la actividad que realiza el restaurante Delicias al paso?  | X             |    |
|  | ¿Los manuales de funciones describen los requerimientos necesarios para cada puesto de trabajo, así como se encuentra realizado en base a una normativa legal ?  | X             |    |
| ESTUDIO FINANCIERO                     | ¿Las inversiones fijas y el capital de trabajo está relacionado con la propuesta que se va a implementar en el restaurante?  | X             |    |
|  | ¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?  | X             |    |
|  | ¿Se realiza una comparación económica de la situación actual con la implementación de la propuesta?  | X             |    |
|  | ¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad financiera que presenta el plan de negocio con la implementación de la propuesta dentro del restaurante Delicias al paso?   | X             |    |

**Fuente:** Validación  
**Elaborado por:** Autor

#### 4.6. Método de calificación

Para realizar la evaluación del proyecto se propone utilizar los criterios de calificación descritos en la Tabla 147, donde 10 representa el puntaje más alto y uno es el más bajo.

**Tabla 157**  
*Criterios de calificación*

| CALIFICACIÓN | INTERPRETACIÓN |
|--------------|----------------|
| 10-7         | Excelente      |
| 6-4          | Bueno          |
| 3-1          | Deficiente     |

**Fuente:** Validación  
**Elaborado por:** Autor

#### 4.7. Rango de interpretación

Para ejecutar la interpretación de los resultados se establece un rango de interpretación de acuerdo al porcentaje obtenido a través de la calificación del tutor y docentes lectores, considerando si existe validez, poca validez o no existe validez, como se señala en la Tabla 148:

**Tabla 158**

*Rango de interpretación*

| CALIFICACIÓN  | INTERPRETACIÓN    |
|---------------|-------------------|
| De 100% a 70% | VALIDEZ ALTA      |
| De 69% a 40%  | POCA VALIDEZ      |
| De 39% a 10%  | NO EXISTE VALIDEZ |

**Fuente:** Validación

**Elaborado por:** Autor

De acuerdo a los criterios de validación se establece la descripción de cada uno de ellos con su interpretación, lo cual permitirá desarrollar la interpretación general de los resultados posterior a su evaluación.

**Tabla 159**

*Criterios de validación*

| DENOMINACIÓN      | DESCRIPCIÓN   | RESULTADOS               |
|-------------------|---|--------------------------|
| VALIDEZ           | Indica que la presente propuesta es viable y aceptable, por lo cual, se establece que el proyecto no presenta riesgos significativos que impidan la puesta en marcha de la empresa.                                       | El proyecto es aceptado  |
| POCA VALIDEZ      | Significa que el proyecto presenta algunas debilidades que no generan un riesgo alto para la implementación del proyecto, necesitando mejorar diversos aspectos.  | Se sugiere mejorar       |
| NO EXISTE VALIDEZ | Revela que el proyecto genera resultados negativos, por ende, la propuesta presentada no es viable tanto técnica y/o financiera, presentando un riesgo su implementación, por lo que se recomienda rechazar la propuesta. | El proyecto es rechazado |

**Fuente:** Validación

**Elaborado por:** Autor

Por otro lado, para ejecutar e identificar el porcentaje de validez se aplica la siguiente fórmula.

$$V = \frac{\text{Calificación obtenida}}{\text{Calificación total}} \times 100$$

#### 4.8.Resultados

Los resultados serán obtenidos a base de la evaluación realizado por los expertos en el tema de investigación, para lo cual se realiza una matriz de validación en la cual se deberá asignar una calificación a cada uno de los indicadores descritos, lo que permitirá analizar si cada uno de los componentes del proyecto genera validez o no.

Tabla 160  
Matriz de validación tutor.

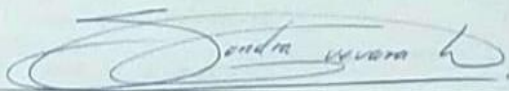
| MATRIZ DE VALIDACIÓN   |                        |   |                           |              |            |               |
|--|------------------------|---|---------------------------|--------------|------------|---------------|
| TEMA:  |                        |   |                           |              |            |               |
| "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACION DEL RESTAURANTE "DELICIAS AL PASO" DE LA PARROQUIA EL QUINCHE, PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR" |                        |   |                           |              |            |               |
| Nombre tutor:  |                        |   | MSc. Sandra Guevara López |              |            |               |
| Nº   | Variable               | Indicadores   | Ponderación               | Calificación | Resultados | Observaciones |
| 1  | Diagnóstico            | ¿Se detalla claramente el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?   | 2%                        | 9            | 0,18       |               |
| 2  |                        | ¿La idea de negocio plateada permite solucionar el problema identificado en el proyecto?  | 2%                        | 8            | 0,16       |               |
| 3  |                        | ¿Las variables diagnósticas se encuentran sustentadas con la idea del proyecto?   | 2%                        | 8            | 0,16       |               |
| 4  |                        | ¿El análisis PEST y las 5 fuerzas de PORTER y PEST permitieron diagnosticar la idea de negocio?   | 2%                        | 9            | 0,18       |               |
| 5  | Fundamentación teórica | ¿El análisis AMOFHIT permitió conocer la situación interna del restaurante Delicias al paso?  | 2%                        | 9            | 0,18       |               |
| 6  |                        | ¿La fundamentación metodológica permitió identificar los métodos y técnicas utilizados en el desarrollo de la investigación?  | 5%                        | 10           | 0,5        |               |
| 7  | Modelo de negocio      | ¿La fundamentación teórica permitió sustentar y comprender el proyecto?   | 5%                        | 10           | 0,5        |               |
| 8  |                        | ¿Se detalla el modelo de negocio propuesto para implementar en el restaurante Delicias al paso?   | 5%                        | 9            | 0,45       |               |
| 10   | Estudio de mercado     | ¿El modelo Canvas da a conocer de forma detallada como está compuesto el modelo de negocio?   | 5%                        | 9            | 0,45       |               |
| 11   |                        | ¿El estudio de mercado, a través de la aplicación de las encuestas, permitió identificar la demanda que presentan los productos que comercializa el restaurante, así como determinar las estrategias de comercialización a implementar? | 5%                        | 9            | 0,45       |               |
|  |                        | ¿En el estudio de mercado, a través de la técnica de observación permitió detallar la competencia actual existente en el mercado?   | 5%                        | 9            | 0,45       |               |

|                   |                                  |  |             |            |             |
|-------------------|----------------------------------|--|-------------|------------|-------------|
| 12                |                                  | ¿El análisis del Balance Demanda/Ofería permitió cuantificar la demanda insatisfecha real que presenta el mercado?   | 5%          | 9          | 0,45        |
| 13                |                                  | ¿Los factores de análisis de la macro y micro localización permitieron sustentar que el lugar donde se encuentra ubicado el restaurante Delicias al paso se encuentra en una zona estratégica?   | 5%          | 10         | 0,5         |
| 14                |                                  | ¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento, así como permitió identificar la capacidad instalada que dispondrá el restaurante con la ampliación?     | 5%          | 9          | 0,45        |
| 15                | Estudio técnico - administrativo | ¿El mapa de procesos y flujogramas fueron desarrollados de acuerdo a los procesos y subprocesos que se desarrollan en el restaurante tanto en la producción como en la prestación de servicios permitiendo comprender de forma clara los mismos? | 5%          | 9          | 0,45        |
| 16                |                                  | ¿La filosofía institucional y estructura organizacional está diseñadas acorde a la actividad que realiza el restaurante Delicias al paso?  | 5%          | 9          | 0,45        |
| 17                |                                  | ¿Los manuales de funciones describen los requerimientos necesarios para cada puesto de trabajo, así como se encuentra realizado en base a una normativa legal ?  | 5%          | 9          | 0,45        |
| 18                |                                  | ¿Las inversiones fijas y el capital de trabajo está relacionado con la propuesta que se va a implementar en el restaurante?  | 5%          | 9          | 0,45        |
| 19                |                                  | ¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?  | 10%         | 9          | 0,9         |
|                   | Estudio financiero               | ¿Se realiza una comparación económica de la situación actual con la implementación de la propuesta?  | 5%          | 9          | 0,45        |
| 20                |                                  | ¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad financiera que presenta el plan de negocio con la implementación de la propuesta dentro del restaurante Delicias al paso?   | 10%         | 9          | 0,9         |
| <b>Resultados</b> |                                  |  | <b>100%</b> | <b>190</b> | <b>9,11</b> |

Fecha

28 de julio de 2022

Firma




Elaborado por: Autor



**Tabla 161**  
Matriz de validación Oponente 1.


| MATRIZ DE VALIDACIÓN   |   |   |             |                 |            |               |
|--|---|---|-------------|-----------------|------------|---------------|
| TEMA:  |   |   |             |                 |            |               |
| “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACION DEL RESTAURANTE “DELICIAS AL PASO” DE LA PARROQUIA EL QUINCHE, PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR” |   |   |             |                 |            |               |
| Nombre Oponente 1:   |   |   |             | MSc. Rocío León |            |               |
| N°   | Variable                                | Indicadores   | Ponderación | Calificación    | Resultados | Observaciones |
| 1  | <b>Diagnóstico</b>                      | ¿Se detalla claramente el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?   | 2%          | 9               | 0,18       |               |
| 2  |   | ¿La idea de negocio planteada permite solucionar el problema identificado en el proyecto?   | 2%          | 8               | 0,16       |               |
| 3  |   | ¿Las variables diagnósticas se encuentran sustentadas con la idea del proyecto?   | 2%          | 8               | 0,16       |               |
| 4  |   | ¿El análisis PEST y las 5 fuerzas de PORTER y PEST permitieron diagnosticar la idea de negocio?   | 2%          | 9               | 0,18       |               |
| 5  | <b>Fundamentación teórica</b>           | ¿La fundamentación metodológica permitió identificar los métodos y técnicas utilizados en el desarrollo de la investigación?  | 5%          | 10              | 0,5        |               |
| 6  |   | ¿La fundamentación teórica permitió sustentar y comprender el proyecto?   | 5%          | 10              | 0,5        |               |
| 7  | <b>Modelo de negocio</b>                | ¿Se detalla el modelo de negocio propuesto para implementar en el restaurante Delicias al paso?   | 5%          | 8               | 0,16       |               |
| 8  |   | ¿El modelo Canvas da a conocer de forma detallada como está compuesto el modelo de negocio?   | 5%          | 9               | 0,45       |               |
| 10   | <b>Estudio de mercado</b>               | ¿El estudio de mercado, a través de la aplicación de las encuestas, permitió identificar la demanda que presentan los productos que comercializa el restaurante, así como determinar las estrategias de comercialización a implementar? | 5%          | 8               | 0,16       |               |
| 11   |   | ¿En el estudio de mercado, a través de la técnica de observación permitió detallar la competencia actual existente en el mercado?   | 5%          | 9               | 0,45       |               |
| 12   |   | ¿El análisis del Balance Demanda/Oferta permitió cuantificar la demanda insatisfecha real que presenta el mercado?  | 5%          | 9               | 0,45       |               |
| 13   | <b>Estudio técnico - administrativo</b> | ¿Los factores de análisis de la macro y micro localización permitieron sustentar que el lugar donde se encuentra ubicado el restaurante Delicias al paso se encuentra en una zona estratégica?  | 5%          | 10              | 0,5        |               |
| 14   |   | ¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento, así como permitió identificar la capacidad instalada  | 5%          | 9               | 0,45       |               |

|    |  |  |     |      |
|----|--|--|-----|------|
|    | que dispondrá el restaurante con la ampliación?  |  |     |      |
| 15 | ¿El mapa de procesos y flujogramas fueron desarrollados de acuerdo a los procesos y subprocesos que se desarrollan en el restaurante tanto en la producción como en la prestación de servicios permitiendo comprender de forma clara los mismos? | 5%   | 9   | 0,45 |
| 16 | ¿La filosofía institucional y estructura organizacional está diseñadas acorde a la actividad que realiza el restaurante Delicias al paso?  | 5%   | 9   | 0,45 |
| 17 | ¿Los manuales de funciones describen los requerimientos necesarios para cada puesto de trabajo, así como se encuentra realizado en base a una normativa legal ?  | 5%   | 9   | 0,45 |
| 18 | ¿Las inversiones fijas y el capital de trabajo está relacionado con la propuesta que se va a implementar en el restaurante?  | 5%   | 9   | 0,45 |
| 19 | ¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?  | 10%  | 9   | 0,9  |
|    | <b>Estudio financiero</b>  |  |     |      |
|    | ¿Se realiza una comparación económica de la situación actual con la implementación de la propuesta?  | 5%   | 9   | 0,45 |
| 20 | ¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad financiera que presenta el plan de negocio con la implementación de la propuesta dentro del restaurante Delicias al paso?   | 10%  | 8   | 0,8  |
|    | <b>Resultados</b>  | 100%   | 187 | 8,91 |
|    | <b>Fecha</b>   | 29 de Julio de 2022  |     |      |
|    | <b>Firma</b>   |  |     |      |

**Elaborado por:** Autor

Tabla 162  
Matriz de validación Oponente 2.

| MATRIZ DE VALIDACIÓN   |                                  |   |             |                    |            |               |
|--|----------------------------------|---|-------------|--------------------|------------|---------------|
| TEMA:  |                                  |   |             |                    |            |               |
| "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACION DEL RESTAURANTE "DELICIAS AL PASO" DE LA PARROQUIA EL QUINCHE, PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR" |                                  |   |             |                    |            |               |
| Nombre Oponente 2:   |                                  |   |             | MSc. Julio Andrade |            |               |
| Nº   | Variable                         | Indicadores   | Ponderación | Calificación       | Resultados | Observaciones |
| 1  | Diagnóstico                      | ¿Se detalla claramente el problema que se pretende resolver con la implementación del proyecto?   | 2%          | 7                  |            |               |
| 2  |                                  | ¿La idea de negocio plateada permite solucionar el problema identificado en el proyecto?  | 2%          | 7                  |            |               |
| 3  |                                  | ¿Las variables diagnósticas se encuentran sustentadas con la idea del proyecto?   | 2%          | 7                  |            |               |
|  |                                  | ¿El análisis PEST y las 5 fuerzas de PORTER y PEST permitieron diagnosticar la idea de negocio?   | 2%          | 7                  |            |               |
| 4  |                                  | ¿El análisis AMOFHIT permitió conocer la situación interna del restaurante Delicias al paso?  | 2%          | 7                  |            |               |
| 5  | Fundamentación teórica           | ¿La fundamentación metodología permitió identificar los métodos y técnicas utilizados en el desarrollo de la investigación?   | 5%          | 7                  |            |               |
| 6  |                                  | ¿La fundamentación teórica permitió sustentar y comprender el proyecto?   | 5%          | 7                  |            |               |
| 7  | Modelo de negocio                | ¿Se detalla el modelo de negocio propuesto para implementar en el restaurante Delicias al paso?   | 5%          | 7                  |            |               |
| 8  |                                  | ¿El modelo Canvas da a conocer de forma detallada como está compuesto el modelo de negocio?   | 5%          | 7                  |            |               |
| 10   | Estudio de mercado               | ¿El estudio de mercado, a través de la aplicación de las encuestas, permitió identificar la demanda que presentan los productos que comercializa el restaurante, así como determinar las estrategias de comercialización a implementar? | 5%          | 7                  |            |               |
| 11   |                                  | ¿En el estudio de mercado, a través de la técnica de observación permitió detallar la competencia actual existente en el mercado?   | 5%          | 7                  |            |               |
| 12   |                                  | ¿El análisis del Balance Demanda/Oferza permitió cuantificar la demanda insatisfecha real que presenta el mercado?  | 5%          | 7                  |            |               |
| 13   |                                  | ¿Los factores de análisis de la macro y micro localización permitieron sustentar que el lugar donde se encuentra ubicado el restaurante Delicias al paso se encuentra en una zona estratégica?  | 5%          | 7                  |            |               |
| 14   | Estudio técnico - administrativo | ¿El tamaño óptimo de la empresa se determinó en base a factores como: mercado, tecnología, disponibilidad de recursos y financiamiento, así como permitió identificar la capacidad instalada  | 5%          | 7                  |            |               |

|                             |  |      |  |
|-----------------------------|--|------|--|
|                             | que dispondrá el restaurante con la ampliación?  |      |  |
| 15                          | ¿El mapa de procesos y flujogramas fueron desarrollados de acuerdo a los procesos y subprocesos que se desarrollan en el restaurante tanto en la producción como en la prestación de servicios permitiendo comprender de forma clara los mismos? | 5%   | 7  |
| 16                          | ¿La filosofía institucional y estructura organizacional está diseñadas acorde a la actividad que realiza el restaurante Delicias al paso?  | 5%   | 7  |
| 17                          | ¿Los manuales de funciones describen los requerimientos necesarios para cada puesto de trabajo, así como se encuentra realizado en base a una normativa legal ?  | 5%   | 7  |
| 18                          | ¿Las inversiones fijas y el capital de trabajo está relacionado con la propuesta que se va a implementar en el restaurante?  | 5%   | 7  |
| 19                          | ¿Los estados financieros expresan la situación económica y los resultados previstos de manera razonable para la ejecución del proyecto?  | 10%  | 7  |
|                             | <b>Estudio financiero</b>  |      |  |
|                             | ¿Se realiza una comparación económica de la situación actual con la implementación de la propuesta?  | 5%   | 7  |
| 20                          | ¿La evaluación financiera expresa de forma clara la factibilidad financiera que presenta el plan de negocio con la implementación de la propuesta dentro del restaurante Delicias al paso?   | 10%  | 7  |
|                             | <b>Resultados</b>  | 100% |  |
|                             | <b>Fecha</b>   |      | 9 Noviembre 2022   |
|                             | <b>Firma</b>   |      |  |
| <b>Elaborado por: Autor</b> |  |      |  |

Posterior a la evaluación se realiza un resumen de las calificaciones por cada uno de los capítulos desarrollados en el plan de negocio, lo cual permitirá establecer la validez del proyecto.

**Tabla 163**  
Resultados totales.

| MATRIZ DE VALIDACIÓN       |                                  |             |                     |                 |                    |             |               |
|----------------------------|----------------------------------|-------------|---------------------|-----------------|--------------------|-------------|---------------|
| PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO |                                  |             |                     |                 |                    |             |               |
| Capítulo                   | Factores a Validar               | %           | Mgs. Sandra Guevara | Mgs. Rocío León | Mgs. Julio Andrade | Promedio    | Observaciones |
| I                          | Diagnóstico                      | 5%          | 0.86                | 0.86            | 0.70               | 0,81        |               |
| II                         | Fundamentación teórica           | 10%         | 1.00                | 1.00            | 0.70               | 0,90        |               |
| III                        | Propuesta                        |             |                     |                 |                    | -           |               |
|                            | Modelo de negocio                | 20%         | 0.90                | 0.85            | 0.70               | 0,82        |               |
|                            | Estudio de mercado               | 15%         | 1.35                | 1.30            | 1.05               | 1,23        |               |
|                            | Estudio técnico – administrativo | 25%         | 2.30                | 2.30            | 1.75               | 2,12        |               |
|                            | Estudio financiero               | 25%         | 2.7                 | 2.60            | 2.10               | 2,47        |               |
|                            | <b>TOTAL</b>                     | <b>100%</b> | <b>9.11</b>         | <b>8.91</b>     | <b>7.00</b>        | <b>8,34</b> |               |

**Fuente:** Validación

**Elaborado por:** Autor

$$V = \frac{8.34}{10} \times 100$$

$$V = 83.4\%$$

#### 4.9. Análisis:

El presente plan de negocio relacionado con la ampliación del restaurante “Delicias al paso” ubicado en la parroquia El Quinche indica ser un proyecto con alta validez, dado que según los resultados obtenidos a través de la evaluación realizada por los docentes técnicos, el proyecto presenta un porcentaje de 83,4% de validez considerando los criterios establecidos en el presente capítulo, por ende refleja que el plan de negocios puede ser ejecutado sin ningún inconveniente dado que los estudios realizados presentan claridad en su información.

## Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

- De acuerdo al diagnóstico situacional realizado en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia Pichincha se identifica que el restaurante Delicias al paso se encuentra en lugar estratégico dado que el sector es turístico, y a lo largo del año asisten varios turistas tanto nacionales como internacionales, sin embargo el restaurante, debido a la situación que atravesó el país por la pandemia COVID 19, presentó pérdidas económicas y actualmente ha reducido su nivel de ventas. Por otro lado, se establece que la administración del lugar es de forma empírica, es decir en base al conocimiento de la propietaria.
- El desarrollo de la fundamentación metodológica y teórica permitió determinar las técnicas y procedimientos que ayudaron al desarrollo de la investigación, así como sustentar el proyecto a través de términos relevantes que proporcionen una mejor orientación y comprensión de la investigación.
- A través del desarrollo de la propuesta se puede determinar que la implementación del plan de negocio relacionado con la ampliación del restaurante “Delicias al paso” es factible, dado que genera mayor rentabilidad y flujo de efectivo a comparación de la situación actual que presenta la empresa, así como a través de la evaluación financiera se determina que la inversión a realizar genera mayores beneficios económicos al propietario.
- Los datos obtenidos en la validación del proyecto, realizado por el grupo de docentes técnicos, establecen que el plan de negocio presenta una alta validez, indicando que es viable su ejecución y con un nivel alto de aplicación.

## **Recomendaciones**

- Se recomienda que la propietaria del restaurante Delicias al paso implemente el modelo de negocio, así como la cultura y estructura organizacional dado que permitirá al establecimiento tener una identidad propia.
- Se recomienda revisar la fundamentación metodológica y teórica para conocer y comprender de mejor manera la investigación realizada en el plan de negocio.
- Se recomienda implementar el plan de negocio en el restaurante Delicias al paso tomando en consideración la evaluación financiera dado que la propuesta de ampliación del establecimiento genera mejores resultados económicos al propietario.

## Bibliografía

López Parra, M. E., Aceves López, J. N., Pella, A., & Puerta, C. (2018). Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. *Profesores investigadores de tiempo completo y Profesores auxiliares del Instituto Tecnológico de Sonora* , 1-9.

Ackerman, S. E. (2013). *Metodología de la investigación*. BUENOS AIRES: ediciones del aula taller.

Acuerdo Ministerial N° 00126-2020. (2020). *DECLÁRESE EL ESTADO DE EMERGENCIA SANITARIA EN TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS DEL SISTEMA NACIONAL DE SALUD, EN LOS SERVICIOS DE LABORATORIO, UNIDADES DE EPIDEMIOLOGÍA Y CONTROL, AMBULANCIAS AÉREAS, SERVICIOS DE MÉDICOS Y PARAMÉDICOS, HOSPITALIZACIÓN Y CONSUL*. Quito: Registro Oficial - Órgano de la República del Ecuador.

Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-249. (30 de NOVIEMBRE de 2020). *Abg. Andrés Isch Pérez*. Ministerio De Trabajo: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/11/ACUERDO-MDT-2020-249-SBU-2021-SFGG.pdf>

Aguilar, A. U. (14 de Abril de 2019). *Tamaño del proyecto* . Wix.com: <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto#:~:text=El%20tama%C3%B1o%20del%20proyecto%20es,un%20periodo%20de%20tiempo%20espec%C3%ADfico>.

Álvarez Vásquez, C. A. (2019). *Las ideas de negocios, el emprendimiento y el marketing digital*. 3Ciencias.

ÁLVAREZ, B. C. (7 de NOVIEMBRE de 2013). *EL IMPARABLE AUMENTO DE LA POBLACIÓN MUNDIAL*. otro mund oes posible:



<https://www.otromundoesposible.net/el-imparable-aumento-de-la-poblacion-mundial/>

Añez, J. (2017). *¿Qué es un Estudio Financiero de un proyecto?* Web y empresas : <https://www.webyempresas.com/estudio-financiero/>

Arias, A. S. (2015). *Producto interior bruto (PIB)*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>

Atucha, A. J., & Gualdoni, P. (2018). *El funcionamiento de los mercados*. Argentina: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

Banco Central del Ecuador . (Octubre de 2020). *Producto Interno Bruto anual* . Banco Central del Ecuador : <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=6>

Banco Central del Ecuador. (Octubre de 2020). *REPORTE MENSUAL DE INFLACIÓN*. Banco Central Del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202010.pdf>

Banco Central del Ecuador. (DICIEMBRE de 2020). *TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO DICIEMBRE 2020*. Banco Central Del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Bastis Consultores. (Mayo de 06 de 2020). *Tipos de Investifación y su importancia*. Online-Tesis: <https://online-tesis.com/tipos-de-investigacion-y-su>



- Código de Trabajo . (2005). *Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005*. Quito.
- CONEVAL 2006-2018. (2018). *Medición y análisis de la pobreza en México. Memorias del CONEVAL 2006-2018*. México: CONEVAL.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Registro Oficial 449*. Ciudad Alfaro, Montecristi, Ecuador.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.  
<https://elibro.net/es/ereader/utnorte/69169?page=129>
- Cruz, M. J. (2013). HÁBITOS ALIMENTARIOS Y ACTIVIDAD FÍSICA Y SU RELACIÓN CON EL SOBREPESO Y OBESIDAD EN LOS TRABAJADORES DE LAS ESTACIONES DEL TERMINAL MARÍTIMO ONSHORE Y OFFSHORE DE ESMERALDAS DE OCP. (*tesis de licenciatura*). PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, QUITO.
- Dávila, C. C. (08 de Marzo de 2022). *¿Qué es la inflación? ¿Qué mide y para qué sirve?*  
BBVA: <https://www.bbva.com/es/pe/la-inflacion-que-mide-y-para-que-sirve/>
- Davila, G. G. (2014). *Metodología de la Investigación*. MEXICO: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- De Jesús-Mora, J. E., Salcido Vega, T. G., & Zamorano Armenta, D. (2018). ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL SERVICIO DE INTERNET POR CABLE EMPRESARIAL DE 1024 KBPS. *Ra Ximhai*, 295-309.
- Decreto Presidencial N° 1017. (2020). *Acuerdo Presidencial N° 1017 - Ministerio de Defensa Nacional*. Quito.

Dihigo, J. G. (2016). *metodología de la investigación para administradores*. BOGOTA: EDICIONES DE LA U.

Editorial Grudemi. (2018). *Misión*. Enciclopedia Económica:  
<https://enciclopediaeconomica.com/mision/>

Ekos. (2019). Mipymes representan el 99% de negocios en Ecuador. *Ekos negocios*.

El Universo. (7 de Julio de 2020). *Estas son las tasas de interés publicadas por el Banco Central para julio*. El Universo:  
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/06/nota/7897569/tasas-interes-prestamos-ecuador-banco-central-julio>

Elizalde, L. (2019). *Los estados financieros y las políticas contables*. Quito: Escuela Superior Politécnica del Chimborazo.

Emprendedores . (28 de Julio de 2021). *¿Qué significa modelo de negocio?* Modelo de negocio, modelo de ingresos, plan de negocio... no es lo mismo:  
<https://www.emprendedores.es/estrategia/que-significa-modelo-de-negocio/#:~:text=Un%20modelo%20de%20negocio%20es,forma%20vas%20a%20generar%20ingresos>.

Enciclopedia económica. (2019). *Muestreo no probabilístico*. Estadísticas :  
<https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-no-probabilistico/>

Escuela marketing astronomico. (20 de marzo de 2014). *Nuevas tecnologías en restaurantes ¿Cómo ayudan a subir las ventas en hostelería?* Escuela marketin gastronomico:  
<https://escuelamarketingastronomico.net/nuevas-tecnologias-en-restaurantes-como-ayudan-a-subir-las-ventas-en-hosteleria/>

- Espinosa, R. (2016). *Matriz de análisis DAFO (FODA)*. Blog Roberto Espinosa : <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Espinoza, S. (2018). *Objetivos y Generalidades Del Estudio Técnico* . Scribd: <https://es.scribd.com/doc/144739699/Objetivos-y-generalidades-del-estudio-tecnico>
- ESPOL. (2021). *Investigadores de la ESPOL elaboran informes económicos para el sector de entretenimiento de Guayaquil* . Escuela Superior Politécnica del Litoral: <https://www.espol.edu.ec/es/noticias/investigadores-de-la-espol-elaboran-informes-econ%C3%B3micos-para-el-sector-de-entretenimiento>
- Fajado, M., & Soto, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala: Ediciones UTMACH.
- Feijoo Jaramillo , I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala - Ecuador: UTMACH 2018.
- Feijoo Jaramillo , I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial* . Machala: Editorial UTMACH, 2018.
- Gallardo Echenique, E. (2017). *Metodología de la investigación*. Universidad Continental : Huancayo.
- Garay, C. (2020). *Metodología de la investigación cuantitativa - Técnicas e instrumentos de investigación*. Panamá: Universidad de Panamá.
- Godos Guaman Karen Lisseth, R. C. (2019). *“Estudio de factibilidad para la ampliación del multimarket "la finca" ubicado en el barrio la victoria, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura"[ingeniería en contabilidad y auditoría, Universidad Técnica del Norte]*. Repositorio digital.

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10150/2/02%20ICA%201629%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

González, N. (2021). *¿Qué es un logo y cómo crear uno para mi empresa?* Marketeroshoy: [https://marketerosdehoy.com/disenio-web/que-es-un-logo-crear-logo/#%C2%BFQue\\_es\\_un\\_logo](https://marketerosdehoy.com/disenio-web/que-es-un-logo-crear-logo/#%C2%BFQue_es_un_logo)

Gonzalo Mas-Bagà, M. R. (2020). *Lanzamiento de una cadena de restaurantes enfocada a delivery*. Barcelona : Grau en Enginyeria en Tecnologies Industrials. <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/189321/tfg-masbaga-rumeu-finaldigital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Granda, A. O. (17 de mayo de 2006). *PLAN PARCIAL DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LAS PARROQUIAS ORIENTALES: PUEMBO, PIFO, TABABELA, YARUQUI, CHECA, EL QUINCHE Y GUAYLLABAMBA*. biblio.flacsoandes.edu.ec: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/47959.pdf>

Guerrero López, V. Y., & Santacruz Coneo, A. J. (2016). *Estudio de mercados, administrativos y legales, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches (Santander)*. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.

Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo . *ALERTA*, 76-79.

Hintelholher, R. M. (2015). Identidad y diferenciación entre método y metodología. *Estudios políticos* , 81-103.

Huancani, W. R. (2018). *La importancia del manual de funciones y procedimientos en la estructura de las empresas*. La Paz - Bolivia : Universidad Mayor de San Andrés.

INEC. (2010). *CENSO 2010*. QUITO.

- INEC. (Septiembre de 2020). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU), septiembre 2020*. Ecuador en cifras: <https://cutt.ly/jhml6bn>
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). *Suplemento del Registro Oficial No. 151 , 28 de Febrero 2020*. Quito: ASAMBLEA NACIONAL REPÚBLICA DEL ECUADOR.
- López Parra, E., González Navarro, N., Osobampo, S., Cano, A., & Gálvez Chang , R. (2008). Estudio Técnico.... Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión . *Profesores Investigadores de tiempo completo y Profesores auxiliares del Instituto Tecnológico de Sonora*, 1-10.
- López, P. L. (2014). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 69-74.
- Luna, G. F. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Mexico: Instituto Politécnico Nacional. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/72668?page=28>
- Mantín, J. (15 de Mayo de 2017). *ESTUDIA TU ENTORNO CON UN PEST-EL*. Cerem : <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Martínes Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Análisis del entorno*. Madrid: Díaz De Santos.
- Martínez, H. (2018). *Metodología dela investigación*. México: Cengage Learning Editores, S.A de C.V. <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- MDT - Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2019-394. (2020). *Expedir la norma que fija el salario básico unificado del trabajador en general para el año 2020*. Ministerio de trabajo: <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/acuerdo-ministerial-nro-mdt-2019-394-sueldo-basico-unificado-2020/>

- Meire, A. (4 de Junio de 2018). *Diagrama de flujo (flujograma) de proceso*. Qualiex: <https://blogdelacalidad.com/diagrama-de-flujo-flujograma-de-proceso/>
- Mendez, P. d. (2018). *Estudio del sistema administrativo de la empresa AVI Construcciones, ubicada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha*. Quito: Escuela Politécnica Nacional .
- Meza, J. (2017). *Evaluación Financiera de Proyectos (ECOFE)*. . Bogotá.
- Miranda, T. T. (2020). En defensa del método histórico-lógico desde la Lógica como ciencia. *Revista Cubana de Educación Superior*, 1-12.
- Moreno, J. (06 de Enero de 2022). *¿Qué es un plan de negocios y para qué sirve?* Hubspot - Marketing : <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- Naranjo, B. A. (2021). *Análisis de la restauración en Quito - Ecuador tras el impacto de la COVID -19*. Quito: Universidad De los Hemisferios.
- Neill, D. A., & Cortez , L. (2018). *Proceso y fundamentos de la investigación científica*. Ediciones UTMACH: Machala.
- Nhamo, G., Dube , K., & Chikodzi, D. (2020). Restaurants and COVID-19: A Focus on Sustainability and Recovery Pathways. In *Counting the Cost of COVID-19 on the Global Tourism Industry*. <https://doi.org/10.1007/978->
- Normas de Control Interno de la Contraloría General del Estado. (2014). *NORMAS DE CONTROL INTERNO PARA LAS ENTIDADES, ORGANISMOS DEL SECTOR PÚBLICO Y PERSONAS JURÍDICAS DE DERECHO PRIVADO QUE DISPONGAN DE RECURSOS PÚBLICOS*. CONTRALORIA GENERAL DEL ESTADO.



- Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados. (2016). *Resolución 67 Registro Oficial Suplemento 681*. ARCSA.
- Ochoa, C. (19 de Febrero de 2015). *El muestreo: qué es y por qué funciona* . netquest: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-que-es-porque-funciona>
- Ojeda, P. C. (2020). *Universo, población y muestra*. Curso Taller .
- OMS-OPS. (11 de Marzo de 2020). *La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia*. OPS: <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- ORTIZ, M. M. ( 2015). *POBLACIÓN EN EL ESPACIO RURAL Y URBANO CON BASE EN EL CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO Y SU IMPACTO EN EL TERRITORIO [tesis de ingeniería, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador]*. repositorio digital, QUITO. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10728/TESIS-PUCE-Tapia%20Ortiz%20Miriam.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Packer, M. (2018). *La ciencia de la investigación cualitativa*. Bogotá: Universidad de los Andes. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/118338?page=34>.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Pantaleón, E. R. (6 de Febrero de 2022). *Revista educativa CursosOnlineWeb.com*. Clases de demanda: <https://cursosonlineweb.com/demanda.html>
- Parra Alvíz, M., Rubio Guerrero, G., & López Posada, L. M. (2017). *Emprendimiento y creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa*. Ecoe Ediciones.

Pistone, L. (3 de Noviembre de 2020). *El estudio financiero de un proyecto* . Evaluación y gestión de proyectos : <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf>

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial . (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Rural El Quinche*. DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO: GLOBAL CONSTRUCTORA CÍA. LTDA.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2012-2025). *PDYOT, EL QUINCHE*. QUITO.

Plan Nacional de Desarrollo. (2017-2021).

Porter, M. E. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia* . Harvard Business Review.

QuestionPro. (2021). *¿Qué es el muestreo por conveniencia?* QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>

Remuzgo, F. (2005). *Diagnóstico Situacional de la Empresa*. <http://geco.mineroartesanal.com>: [http://geco.mineroartesanal.com/wiki/download\\_wiki\\_attachment.php?attId=371](http://geco.mineroartesanal.com/wiki/download_wiki_attachment.php?attId=371)

Rodríguez , A., & Pérez, J. A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 8-9.

Rojas, F. (14 de Noviembre de 2017). *Formulación de proyectos*. Mailxmail.com: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/localizacion-proyecto>

Roncancio, G. (2020). *¿Qué son los objetivos estratégicos y cómo crearlos?* . Pensemos:  
[https://gestion.pensemos.com/que-son-los-objetivos-estrategicos-y-como-crearlos-  
algunos-ejemplos](https://gestion.pensemos.com/que-son-los-objetivos-estrategicos-y-como-crearlos-algunos-ejemplos)

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. DF Mexico: McGRAW-HILL.

Sánchez Machado, I. R., Ledesma Martínez, Z. M., Suárez González, M., Penichet Cortiza, M. A., Barrios Castillo, G. Y., Díaz González, Y., Pons García, R. C., González Morera, T., Fernández Martín, R., Lloret Feijóo, M., Herrera Gonzáles, L., Cancio Díaz, Y., Duffus Miranda, D., Escobar Díaz, Z., Manso Gómez, Y., & González Martínez, P. P. (2015). *Manual para la formulación y evaluación de proyectos de inversión con criterio económico*. Cuba: Editorial Feijóo.  
<https://elibro.net/es/ereader/utnorte/124320?page=12>

Sandoval, D. A. (2010). *Estudio y propuesta de ordenamiento territorial para el desarrollo del turismo religioso y cultural en la parroquia de El Quinche*. Quito: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.

*Servicio Ecuatoriano de Normalización*. (2018). Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país:  
[https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-  
popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/](https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/)

Silva, D. d. (12 de Agosto de 2020). *Valores de una empresa: ¿cómo definirlos para ser marcantes?* Blog Zendesk: [https://www.zendesk.com.mx/blog/valores-de-una-  
empresa/](https://www.zendesk.com.mx/blog/valores-de-una-empresa/)

Silva, O. (2016). *Proyecto de trabajo de grado - Tipos de investigación*. Barquisimeto - Venezuela: Universidad Fermin Toroo .

Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. "*Contribuciones a la Economía*", 1-16.

Tenencia Política de la Parroquia de El Quinche. (Abril de 2022). Cantidad de restaurantes en la localidad. (C. Chinacalle, Entrevistador)

Thompson, I. (Agosto de 2017). *Tipos de Organigramas*. PromonegocioS.net: <https://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

Torres, W. (24 de Septiembre de 2020). *Riesgo país de Ecuador repunta por juicios a ministro de Finanzas*. Primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-incertidumbre-richard-martinez/>

Ucha, A. P. (2018). *Visión de una empresa*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/vision-de-una-empresa.html>

Ucha, A. P. (2019). *5 fuerzas de Porter*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>

Valencia, J. P. (2020). *Efectos percibidos del método analítico en la formación de psicólogos de una universidad de Medellín (Colombia)*. Medellín: UNIVERSIDAD EAFIT ESCUELA DE HUMANIDADES PSICOLOGÍA.

Varela, R. (14 de Agosto de 2019). *Inversión Inicial*. numdea: <https://numdea.com/inversion-inicial.html>

Vásquez, L. (2007). *preparación y evaluación de proyectos*. guatemala: Universidad Galileo.

Veintimilla, A. (7 de Febrero de 2018). *Los restaurantes se adaptan a la tecnología*.  
ELCOMERCIO.COM: [https://www.elcomercio.com/sabores/restaurantes-  
tecnologia-quito-ecuador-madrid.html](https://www.elcomercio.com/sabores/restaurantes-tecnologia-quito-ecuador-madrid.html)

Villarán, K. W. (2009). *Plan de Negocios - Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc, 2009.

Yumisaca, M. M. (2019). *Estrategia de comercialización y su incidencia en las ventas de la ferretería la esperanza de la ciudad de Riobamba 2017*. Riobamba: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.

## ANEXO

Anexo 1 Entrevista a la Sra. Ana Ramírez, propietaria del restaurante Delicias al paso



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**ENTREVISTA**

**Introducción:** En la Universidad Técnica del Norte (UTN) se desarrolla una investigación para recopilar información y llevar a cabo un Plan de negocios para la ampliación del restaurante “Delicias al Paso” de la parroquia El Quinche, Provincia de Pichincha, Ecuador. Sus criterios acerca de este tema serán de suma importancia para el desarrollo de la misma. Se solicita su cooperación con la mayor objetividad posible.

**Objetivo:** Recopilar información acerca de la situación actual del restaurante “Delicias al Paso” de la parroquia El Quinche con relación a la administración, marketing, operaciones, finanzas, recursos humanos, informática y comunicaciones, tecnología.

**Entrevista a la señora Ana Ramírez. Propietaria del restaurante “Delicias al Paso”**

### CUESTIONARIO

**1. ¿Cómo es actualmente la administración del restaurante?**

La administración del restaurante está a cargo de la dueña, que en este caso sería mi persona.

**2. ¿Dentro del restaurante existe una segregación de funciones y cuenta con un manual de funciones?**

Dentro del establecimiento no se cuenta con un manual de funciones, cada empleado es multifuncional, tampoco se detalla los procesos para cada actividad que se debe realizar. Todos realizan las tareas que se tiene previsto.

**3. ¿El restaurante cuenta con misión y visión establecidas? Cuales son**

El restaurante no tiene misión y visión establecidas. Se ha deseado implementar pero no se ha tenido el suficiente conocimiento para realizarlo.

**4. ¿A través de qué medios digitales se da a conocer los diferentes platillos que ofrece el restaurante?**

La publicidad siempre se ha realizado a través de las redes sociales como son WhatsApp y Facebook, donde se publica diariamente los platillos que se ofrece.

**5. ¿Ha pensado en otra manera de hacer publicidad sobre el restaurante?**

Sí. He pensado en contratar los servicios de una imprenta para que se impriman flyers o volantes con publicidad del restaurante y así poder llegar a más gente.

**6. ¿Qué tipo de platillos ofrece el restaurante?**

De lunes a viernes se ofrece almuerzos y los fines de semana pollos asados, encebollados, comida rápida.

**7. ¿Cómo se realiza el proceso para la preparación de los almuerzos?**

El proceso para preparar los almuerzos inicia un día antes, ahí se plantea un menú y al día siguiente me acerco donde los proveedores a adquirir la materia prima necesaria para ese día de trabajo. Después en el área de la cocina se realiza la preparación con la ayuda de un empleado, este proceso se tarda aproximadamente 4 horas.

**8. ¿Cómo se realiza el proceso para la preparación de los platillos de fin de semana?**

El proceso para la preparación de estos platillos inicia los días viernes, ya que llegan los proveedores al restaurante con la materia prima, por ejemplo los pollos en ese momento que se adquieren se pesan y a continuación se prepara para el sábado que se asan.

**9. ¿Qué precio actualmente maneja para los diferentes platillos que se ofrecen?**

Los precios que manejo para cada platillo son:

Pollos asados (\$12.-00)

Tilapias fritas (\$4.00)

Almuerzos (\$2.50)

Comida rápida (\$1.50)

Encebollados (\$2.50)

**10. ¿Cómo lleva actualmente los registros contables?**

Actualmente llevo un registro de ventas diarias para saber lo que se produjo en el día.

**11. ¿A qué régimen pertenece actualmente?**

Pertenecía al RISE, pero recientemente desapareció lo que me facilitaba dar solo notas de venta cuando el cliente solicitaba y no declaraba solo pagaba una cuota. Ahora entrego facturas pero de igual forma solo cuando solicitan.

**12. ¿Qué afectaciones tuvo el restaurante por la pandemia?**

Bueno como es de conocimiento la pandemia dejó grandes afectaciones, para la situación del restaurante fue demasiado mala, puesto que cerró sus puertas en un inicio por lo que se perdió clientela y de igual manera ganancia, sin embargo cuando se volvió a abrir el restaurante las ventas ya no fueron como antes, se vende pero no es como se realizaba antes de la pandemia.

**13. Actualmente, ¿Cómo se encuentran económicamente?**

En la actualidad la situación económica del restaurante no es la que desearía, diariamente se vende bien pero no llega a cumplir la meta que tengo prevista.

**14. ¿Qué personal labora dentro del restaurante?**

Las personas que laboramos son dos ayudantes de cocina y la cocinera, que en este caso es mi persona.

**15. ¿Qué horario de trabajo tiene el personal?**

El horario de trabajo es de 9am a 1pm.

**16. ¿Cuenta con equipos informáticos dentro del restaurante que optimicen el trabajo?**

No. Dentro del restaurante no cuento con equipos informáticos puesto que no son tan necesarios.

**17. ¿Cuenta con equipos industriales dentro del restaurante? ¿Cuáles son?**

Si. Dentro del restaurante cuento con varios equipos industriales como neveras, refrigeradores, licuadoras, cocinas industriales, freidoras y varios utensilios de cocina, planeo reemplazar algunas máquinas obsoletas por otras más nuevas.

**MUCHAS GRACIAS!!**



**Anexo 2** Entrevista a la Sra. Ana Ramírez propietaria del restaurante *Delicias al paso*



**Anexo 3** Levantamiento de información de la oferta

