



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
RESTAURANTE CON ESPACIOS EXCLUSIVOS PARA DIÁLOGOS  
EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE QUITO**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en  
Administración de Empresas y Negocios

**Autor**

José Andrés Rubianes Latorre

**Tutor(a)**

MSc. María Fernanda Becerra

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, José Andrés Rubianes Latorre, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE CON ESPACIOS EXCLUSIVOS PARA DIÁLOGOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE QUITO”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 01 días del mes de agosto de 2022, firmo conforme:

Autor: José André Rubianes Latorre

Firma:



Número de Cédula: 1717127508

Dirección: Las Casas

Correo Electrónico: joselw2q@gmail.com

Teléfono: 0982301370

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE CON ESPACIOS EXCLUSIVOS PARA DIÁLOGOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE QUITO”** presentado por José Andrés Rubianes Latorre, para optar por el Título Licenciado en Administración de Empresas y Negocios.

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 08 de agosto del 2022

.....  
MSc. María Fernanda Becerra

**TUTORA**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 08 de agosto del 2022



José Andrés Rubianes Latorre

1717127508

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE CON ESPACIOS EXCLUSIVOS PARA DIÁLOGOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 08 de agosto de 2022

.....  
Lic. Carlos Borja

LECTOR 1

.....  
Dr. Jorge Guadalupe

LECTOR 2

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto principalmente a Dios, él mismo que marchó al frente de mí y estuvo conmigo en todo el camino.

A quien sintió cada tarea y cada examen como si fuera suyo, Mi Madre. Y a quien poco a poco con sus consejos me hizo amar esta carrera, Mi Padre.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme dado una familia maravillosa, quienes siempre han creído en mí y me han enseñado a nunca darme por vencido.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PORTADA</b> .....	<b>1</b>
<b>AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN</b> .....	<b>ii</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN TRIBUNAL</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>Objetivo General</b> .....	<b>2</b>
<b>Objetivos Específicos</b> .....	<b>2</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>3</b>
<b>1. ÁREA DE MARKETING</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2 DEFINICIÓN DEL SERVICIO</b> .....	<b>3</b>
1.2.2 Aspectos innovadores que proporciona. ....	4
<b>1.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO</b> .....	<b>4</b>
1.3.1 Qué mercado se va a tocar en general .....	4
1.3.1.1 Categorización de sujetos .....	5
1.3.1.2 Estudio de segmentación .....	6
1.3.1.3 Plan de muestreo.....	8
1.3.1.5 Diseño y recopilación de información .....	10
1.3.1.6 Análisis e Interpretación .....	12
1.3.2 Demanda potencial .....	21



<b>1.4</b>	<b>ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE.....</b>	<b>23</b>
1.4.1	Análisis del microambiente.....	23
1.4.2	Análisis del macro ambiente.....	24
1.4.3	Proyección de la oferta.....	26
1.4.4	Demanda Potencial Insatisfecha.....	26
<b>1.5</b>	<b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ.....</b>	<b>27</b>
1.6	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR.....	28
1.7	SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	28
<b>CAPITULO II.....</b>		<b>30</b>
<b>2.</b>	<b>ÁREA DE OPERACIONES.....</b>	<b>30</b>
<b>2.1</b>	<b>OBJETIVO DEL ESTUDIO DE OPERACIONES.....</b>	<b>30</b>
<b>2.2</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....</b>	<b>30</b>
2.2.1	Descripción del proceso de transformación del servicio.....	30
2.2.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	33
2.2.3	Tecnología por aplicar.....	40
<b>2.3</b>	<b>FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....</b>	<b>40</b>
2.3.1	Ritmo de cocción.....	40
2.3.2	Nivel de inventario promedio.....	42
<b>2.4</b>	<b>CAPACIDAD OPERATIVA.....</b>	<b>46</b>
2.4.1	Capacidad operativa futura.....	46
<b>2.5</b>	<b>DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....</b>	<b>47</b>
2.5.1	Especificaciones de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	47
<b>2.6</b>	<b>CALIDAD.....</b>	<b>49</b>
2.6.1	Método de control de calidad.....	49
<b>2.7</b>	<b>NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN..</b>	<b>49</b>
2.7.1	Seguridad e higiene ocupacional.....	49
<b>CAPITULO III.....</b>		<b>51</b>
<b>3.</b>	<b>ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....</b>	<b>51</b>
<b>3.1</b>	<b>OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2</b>	<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....</b>	<b>51</b>
3.2.1	Visión de la empresa.....	51
3.2.2	Misión de la empresa.....	51
3.2.3	Objetivos y estrategias.....	52

<b>3.3</b>	<b>ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....</b>	<b>53</b>
3.3.1	Organización interna .....	53
3.3.2	Descripción de puestos .....	56
<b>3.4</b>	<b>CONTROL DE GESTIÓN .....</b>	<b>61</b>
3.4.1	Indicador de gestión .....	61
<b>3.5</b>	<b>NECESIDADES DE PERSONAL .....</b>	<b>61</b>
<b>CAPITULO IV .....</b>		<b>62</b>
<b>4.</b>	<b>ÁREA JURÍDICO LEGAL.....</b>	<b>62</b>
<b>4.1</b>	<b>OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL.....</b>	<b>62</b>
<b>4.2</b>	<b>DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA .....</b>	<b>62</b>
<b>4.3</b>	<b>REGISTRO DE MARCA .....</b>	<b>64</b>
<b>4.4</b>	<b>PERMISOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN RESTAURANTE Y DOCUMENTOS LEGALES .....</b>	<b>66</b>
<b>CAPITULO V.....</b>		<b>67</b>
<b>5.</b>	<b>ÁREA FINANCIERA.....</b>	<b>67</b>
<b>5.1</b>	<b>OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>67</b>
<b>5.2</b>	<b>PLAN DE INVERSIONES .....</b>	<b>67</b>
<b>5.3</b>	<b>PLAN DE FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>70</b>
5.3.1	Forma de financiamiento .....	70
<b>5.4</b>	<b>CALCULO DE COSTOS Y GASTOS .....</b>	<b>70</b>
5.4.1	Detalle de costos.....	70
5.4.2	Proyección de costos .....	73
5.4.3	Detalle de gastos.....	74
5.4.4	Proyección de gastos .....	75
5.4.5	Mano de obra.....	76
5.4.6	Depreciación.....	77
5.4.7	Proyección de la depreciación .....	77
<b>5.5</b>	<b>CALCULO DE INGRESOS .....</b>	<b>78</b>
5.5.1	Proyección de ingresos .....	78
<b>5.6</b>	<b>FLUJO DE CAJA.....</b>	<b>79</b>
<b>5.7</b>	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO .....</b>	<b>81</b>
<b>5.8</b>	<b>ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>83</b>

<b>5.9</b>	<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>84</b>
5.9.1	Indicadores .....	84
5.9.2	Valor actual neto .....	84
5.9.3	Tasa interna de retorno .....	85
5.9.4	Beneficio costo .....	86
5.9.5	Periodo de recuperación .....	86
	<b>Bibliografía .....</b>	<b>88</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Características y Beneficios del servicio.....	3
<b>Tabla 2</b> Categorización de sujetos.....	5
<b>Tabla 3</b> Dimensión conductual.....	6
<b>Tabla 4</b> Dimensión Geográfica .....	7
<b>Tabla 5</b> Métodos de recopilación .....	9
<b>Tabla 6</b> Precio promedio .....	22
<b>Tabla 7</b> Demanda potencial.....	23
<b>Tabla 8</b> Análisis PESTEL .....	25
<b>Tabla 9</b> Proyección de la Oferta.....	26
<b>Tabla 10</b> Proyección de la demanda Insatisfecha.....	27
<b>Tabla 11</b> Promoción y publicidad .....	27
<b>Tabla 12</b> Canal de Distribución.....	28
<b>Tabla 13</b> Encuesta de Satisfacción .....	28
<b>Tabla 14</b> Muebles y Equipos del área de cocina .....	34
<b>Tabla 15</b> Muebles y equipos área restaurante .....	37
<b>Tabla 16</b> Tiempo del servicio.....	41
<b>Tabla 17</b> Número de Trabajadores .....	42
<b>Tabla 18</b> Inventario Mensual y Anual.....	42
<b>Tabla 19</b> Productos Sustitutos .....	45
<b>Tabla 20</b> Capacidad futura .....	47
<b>Tabla 21</b> Materias primas y Grado de sustitución.....	48
<b>Tabla 22</b> Matriz FODA .....	52
<b>Tabla 23</b> Perfil del puesto de Gerente .....	57
<b>Tabla 24</b> Perfil del puesto de Vendedor .....	57
<b>Tabla 25</b> Perfil del puesto de Cajero .....	58
<b>Tabla 26</b> Perfil del puesto de Mesero.....	58
<b>Tabla 27</b> Perfil del puesto de chef.....	59
<b>Tabla 28</b> Perfil del puesto de Souschef .....	60
<b>Tabla 29</b> Perfil del puesto de Lava platos .....	60
<b>Tabla 30</b> Indicadores de gestión.....	61
<b>Tabla 31</b> Plan de inversión (Activos Fijos).....	67
<b>Tabla 32</b> Plan de inversión (Activos Diferidos).....	68

<b>Tabla 33</b> Plan de inversión (Capital de Trabajo) .....	69
<b>Tabla 34</b> Plan de inversión .....	69
<b>Tabla 35</b> Plan de Financiamiento .....	70
<b>Tabla 36</b> Detalle de Costos .....	71
<b>Tabla 37</b> Proyección de costos .....	73
<b>Tabla 38</b> Detalle de gastos .....	74
<b>Tabla 39</b> Proyección de Gastos .....	75
<b>Tabla 40</b> Roles de Pago .....	76
<b>Tabla 41</b> Mano de Obra.....	76
<b>Tabla 42</b> Depreciación Anual.....	77
<b>Tabla 43</b> Proyección de Depreciaciones .....	78
<b>Tabla 44</b> Proyección de ingresos.....	79
<b>Tabla 45</b> Flujo de Caja .....	80
<b>Tabla 46</b> Cantidad de Equilibrio .....	82
<b>Tabla 47</b> Ingreso de Equilibrio.....	82
<b>Tabla 48</b> Punto de Equilibrio .....	82
<b>Tabla 49</b> Estado de Resultados .....	84
<b>Tabla 50</b> Valor Actual Neto .....	85
<b>Tabla 51</b> Tasa Interna de Retorno .....	85
<b>Tabla 52</b> Ingresos operacionales proyectados .....	86
<b>Tabla 53</b> Egresos operacionales proyectados.....	86
<b>Tabla 54</b> Relación beneficio costo .....	86
<b>Tabla 55</b> Periodo de Recuperación.....	87

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Dimension geográfica (mapa).....	7
<b>Gráfico 2</b> Encuesta, Pregunta 1 .....	13
<b>Gráfico 3</b> Encuesta, Pregunta 2 .....	14
<b>Gráfico 4</b> Encuesta, Pregunta 3 .....	15
<b>Gráfico 5</b> Encuesta, Pregunta 4 .....	16
<b>Gráfico 6</b> Encuesta, Pregunta 5 .....	17
<b>Gráfico 7</b> Encuesta, Pregunta 6 .....	17
<b>Gráfico 8</b> Encuesta, Pregunta 7 .....	18
<b>Gráfico 9</b> Encuesta, Pregunta 8 .....	19
<b>Gráfico 10</b> Encuesta, Pregunta 9 .....	20
<b>Gráfico 11</b> Encuesta Pregunta 10 .....	21
<b>Gráfico 12</b> Las 5 Fuerzas de Porter .....	24
<b>Gráfico 13</b> Mapa de Procesos .....	30
<b>Gráfico 14</b> Simbología diagrama de flujo .....	31
<b>Gráfico 15</b> Diagrama de flujo del Macroproceso Gestión del Servicio .....	32
<b>Gráfico 16</b> Flujograma de Gestión de Abastecimiento .....	32
<b>Gráfico 17</b> Plano de Planta Baja .....	33
<b>Gráfico 18</b> Plano Piso 1 .....	34
<b>Gráfico 19</b> Objetivos estratégicos .....	53
<b>Gráfico 20</b> Organigrama Estructural .....	54
<b>Gráfico 21</b> Organigrama Funcional.....	55
<b>Gráfico 22</b> Sinergia entre Organigrama Funcional y Estructural.....	56
<b>Gráfico 23</b> Punto de Equilibrio .....	83

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
RESTAURANTE CON ESPACIOS EXCLUSIVOS PARA DIÁLOGOS  
EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE QUITO**

**Autor**

José Andrés Rubianes Latorre

**Tutor(a)**

MSc. María Fernanda Becerra

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente documento reside en ejecutar un plan de negocio para la implementación de un restaurante con espacios exclusivos para diálogos empresariales en la ciudad de Quito. Siendo el objetivo, brindar un servicio a empresarios y emprendedores que deseen realizar reuniones de negocios en un sitio exclusivo, donde se pueda ofertar una buena comida, una buena música, un buen ambiente y las facilidades para mantener un diálogo o una comunicación directa sin interrupciones y con todas las herramientas necesarias para poder sellar una alianza estratégica con clientes internos y externos. Se identifica las características del servicio a ofertar, el mercado objetivo, la demanda insatisfecha, la segmentación de mercado, la ubicación del punto de venta, se detalla las funciones y actividades que deben cumplir cada uno de los colaboradores. En el área financiera, se proyecta el plan de inversión y la recuperación de este capital será en dos años, se determina la forma de financiamiento, se realiza el cálculo de costos y gastos, se identifica el punto de equilibrio. El TIR del proyecto es 88,95% y el Beneficio Costo de 0,67 ctvs. por cada dólar invertido. Demostrando de esta manera que el negocio es viable

**DESCRIPTORES:** Restaurante, Administración, Gestión.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
RESTAURANTE CON ESPACIOS EXCLUSIVOS PARA DIÁLOGOS  
EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE QUITO**

**Autor**

José Andrés Rubianes Latorre

**Tutora:**

MSc. María Fernanda Becerra

**ABSTRACT**

The purpose of this document is to execute a business plan for the implementation of a restaurant with exclusive spaces for business dialogues in the city of Quito. The objective is to provide a service to businessmen and entrepreneurs who wish to hold business meetings in an exclusive place, where they can offer good food, good music, a good atmosphere, and facilities to maintain a dialogue or direct communication without interruptions and with all the necessary tools to seal a strategic alliance with internal and external customers. The characteristics of the service to be offered, the target market, the unsatisfied demand, the market segmentation, the location of the point of sale, and the functions and activities to be performed by each of the collaborators are identified. In the financial area, the investment plan is projected, and the recovery of this capital will be in two years, the financing method is determined, costs and expenses are calculated, and the break-even point is identified. The IRR of the project is 88.95% and the Cost Benefit is 0.67 ctvs. for each dollar invested. Thus, demonstrating that the business is viable.

**KEYWORDS:** Restaurant, Administration, Management.



## INTRODUCCIÓN

Get Your Business, es un restaurante que brinda un servicio a empresarios, microempresarios y emprendedores que deseen realizar reuniones de negocios con sus clientes internos y externos.

Es un lugar con buen ambiente y que ofrece las facilidades para mantener un diálogo o una comunicación directa sin interrupciones y con todas las herramientas necesarias para realizar alianzas estratégicas sin ninguna interrupción y con toda la privacidad que necesite el cliente.

En el proyecto, se realiza un análisis mercadológico, el cual permite identificar las características del servicio a ofertar, el mercado objetivo, la demanda insatisfecha, la segmentación de mercado y la ubicación del punto de venta. Con estos datos y características del mercado, se identifica la capacidad de producción, el proceso operativo óptimo para el funcionamiento del servicio y control de calidad.

Se detalla también la filosofía empresarial, las funciones y actividades que deben cumplir cada uno de los colaboradores. Se detalla cada uno de los pasos a cumplir en la conformación de este emprendimiento, además de las normativas, políticas y requisitos que la ley exige para el funcionamiento y apertura de este negocio.

En el área financiera, se proyecta el plan de inversión, la recuperación del capital invertido, se determina la forma de financiamiento, se realiza el cálculo de costos y gastos, se trabaja con el flujo de caja, se identifica el punto de equilibrio, se calcula en valor neto, se proyecta los ingresos, se determina el tiempo de retorno de la inversión y la obtención de beneficios, como son la ganancia para obtener en un determinado tiempo.

## **Objetivo General**

Implementar un restaurante con el servicio y la infraestructura que permita a las empresas y microempresas utilizar espacios exclusivos para realizar reuniones empresariales, reuniones de trabajo, sellar una venta y el desarrollo de diálogos empresariales para alianzas estratégicas en la ciudad de Quito, sin la necesidad de cerrar sus puertas al público.

## **Objetivos Específicos**

Determinar el servicio que se va a ofertar, establecer por medio de una encuesta cual es el mercado potencial, la demanda insatisfecha y la segmentación de mercado del restaurante Get Your Business.

Determinar la capacidad productiva y gestionar el proceso operativo óptimo para el mejor funcionamiento de Get Your Business mediante el control de estándares de calidad en los procedimientos del servicio.

Determinar la filosofía de Get Your Business como es la Visión y Misión, enumerar los puestos de la organización con las diferentes funciones que serán cumplidas por cada uno de los colaboradores considerando sus tareas y gestiones que deberán realizar para llegar a las metas empresariales necesarias para el desarrollo del servicio en bien de nuestros clientes.

Definir la forma jurídica, la marca y los documentos legales de acuerdo con las políticas, normas y reglamentos en la que la ley se ampara para el funcionamiento y creación de una empresa en la ciudad de Quito.

Analizar la distribución financiera y económica del proyecto logrando identificar la inversión, ingresos brutos, costos y gastos de manera orgánica, controlando mediante el uso de indicadores financieros y viendo la viabilidad del proyecto.

## CAPITULO I

### 1. ÁREA DE MARKETING

#### 1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Determinar el servicio que se va a ofertar, establecer por medio de una encuesta cual es el mercado potencial, la demanda insatisfecha y la segmentación de mercado del restaurante Get Your Business.

#### 1.2 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

##### 1.2.1 Especificación del Servicio

Get Your Business, es un restaurante con áreas dedicadas para reuniones empresariales, reuniones de trabajo, sellar ventas y mucho más, servicio personalizado, que ofrece la capacidad de manejar el sonido ambiental sin perder la elegancia, donde se podrá realizar alianzas estratégicas sin ninguna interrupción y con toda la privacidad que necesite el cliente.

Es un lugar donde le permite tener un parqueadero amplio y seguro para acudir a estrechar la mano con los clientes, planificar las estrategias de trabajo mientras se disfruta de una excelente comida.

#### *Tabla 1*

*Características y Beneficios del servicio*

<b>CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO</b>	<b>BENEFICIOS PARA EL CLIENTE</b>
<b>CONTROL DEL SONIDO EN EL ESPACIO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concentración de dialogo sin interrupción.</li></ul>
<b>ASISTENTE VIRTUAL “ALEXA” EN CADA ÁREA.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El cliente controla la música y la iluminación de acuerdo con su requerimiento.</li></ul>

<b>PROYECTORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente podrá hacer uso de la pantalla acuerdo con sus necesidades.</li> </ul>
<b>ESPACIOS PRIVADOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas con disponibilidad de hasta doce personas en mesas redondas.</li> </ul>
<b>ANULACIÓN DE RUIDO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora la comunicación entre los asistentes.</li> </ul>
<b>CONEXIÓN WIFI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conectividad</li> </ul>
<b>MUEBLES DE MADERA RECICLADA CENTROS GIRATORIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comodidad, seguridad y sensación de protección al medio ambiente.</li> </ul>
<b>EXQUISITA COMIDA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de la preparación de los alimentos</li> <li>• Satisfacción</li> </ul>
<b>ATENCIÓN PERSONALIZADA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ahorro de tiempo</li> <li>• Sentirse a gusto con el servicio</li> </ul>
<b>PARQUEADERO PRIVADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad y tranquilidad para el cliente</li> </ul>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del servicio

### **1.2.2 Aspectos innovadores que proporciona.**

Tomando en consideración los diferentes competidores que existen en el mercado y la innovación que se ha realizado a lo largo del tiempo, se determina que el valor agregado es el espacio independiente con características exclusivas donde nuestro cliente se permitirá realizar alianzas estratégicas y dialogar sin la interrupción de la música no deseada, ya que será exclusiva para ese espacio con el volumen acorde al requerimiento del cliente, mientras disfruta de alimentos de calidad.

## **1.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO**

### **1.3.1 Qué mercado se va a tocar en general**

Podemos decir que el mercado que se va a tocar en general se establece en el centro norte de la ciudad de Quito, son personas económicamente activas de 18 a 65 años con empresas o emprendimientos que dispongan de capital de trabajo para invertir en reuniones empresariales, planificar estrategias de trabajo y sellar ventas mientras disfrutan de una excelente comida.

Los clientes de “Get Your Business” especialmente para este servicio buscan exclusividad, un buen trabajo por parte de los colaboradores, calidad en los alimentos, excelente atención y buen sabor, siendo esta parte esencial para poder darle una imagen a su marca. El espacio, la música, el volumen, y la preparación se ajustan a la necesidad de cada cliente.

### 1.3.1.1 Categorización de sujetos

La categorización es el método que se utiliza para detallar cuáles serán las cualidades que son de interés para ubicar a cualquier sujeto que en el futuro se vuelva un posible cliente. (Cazau, 2004)

**Tabla 2**

*Categorización de sujetos*

CATEGORÍA	SUJETO
¿QUIÉN COMPRA?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresarios, Emprendedores con necesidades de negociar y cerrar convenios.</li> </ul>
¿QUIÉN USA?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes internos o externos de una empresa o emprendimiento.</li> </ul>
¿QUIÉN DECIDE?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líderes y jefes departamentales del área de negocios y administrativa.</li> </ul>
¿QUIÉN INFLUYE?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El análisis de la situación actual del negocio.</li> </ul>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### 1.3.1.2 Estudio de segmentación

**Tabla 3**

*Dimensión conductual*

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>TIPO DE NECESIDAD:</b>	SOCIAL
<b>TIPO DE COMPRA:</b>	COMPARACIÓN
<b>RELACIÓN CON LA MARCA:</b>	SI
<b>ACTITUD FRENTE AL SERVICIO:</b>	POSITIVA

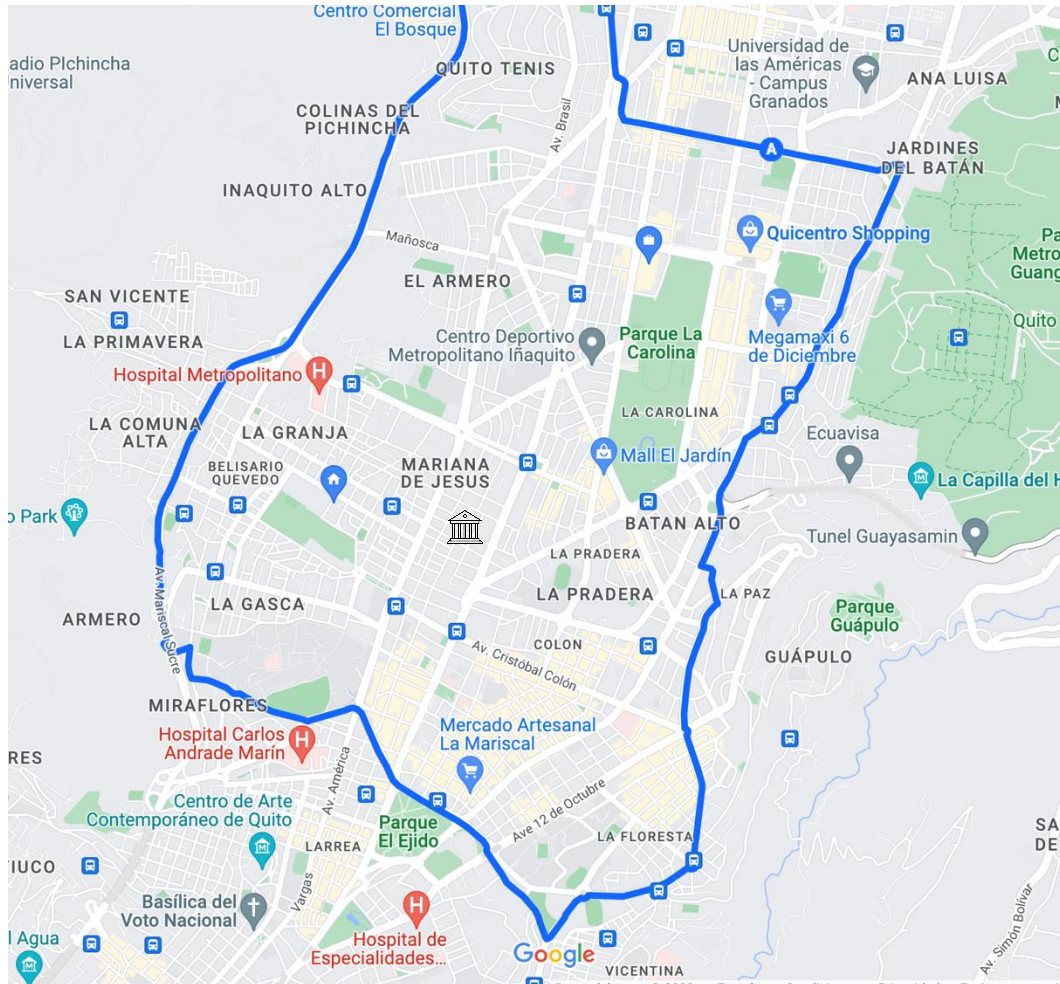
Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Get Your Business, se ubica en el mercado geográficamente en Ecuador, en la región Sierra, en la provincia de Pichincha, en el cantón Quito, en la ciudad con el mismo nombre, en la zona Centro-Norte, delimitada al oriente por Av. Eloy Alfaro, Av. 6 diciembre, calle Wimper y Av. Coruña; al sur Av. Ladrón de Guevara, Av. Patria, Av. Pérez Guerrero y Av. Universitaria; al occidente Av. Mariscal Sucre; al norte Av. Edmundo Carvajal y Av. Gaspar de Villareal.

## Gráfico 1

### Dimensión geográfica (mapa)



Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Google Maps

### Tabla 4

#### Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N.º HABITANTES
PAÍS	ECUADOR	17.960.869 (INEC, 2022)
REGIÓN	SIERRA	7.847.136 (INEC, 2022)
PROVINCIA	PICHINCHA	3.228.233 (Statista, 2021)
CIUDAD	QUITO	2.781.641 (Focal, 2021)

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

En Quito existen 2.781.641 habitantes de las cuales el 71,1% equivalente a 1.977.747 se encuentran en edad de trabajar, de la población en edad de trabajar el 66,6% equivalente a 1.317.0179 es económicamente activas, de los cuales el 94.6% equivalente a 1.246.052 tiene estabilizada laboral. (INEC, 2022)

### 1.3.1.3 Plan de muestreo

Se identificó que 1.246.052 es el universo de sujetos más cercano a ser evaluado, sin embargo, no se logró corroborar la cantidad poblacional de la delimitación geográfica (dirigirse a la ilustración 1), por lo que en ambos casos utilizaremos la fórmula de población Infinita. Ya que la misma es utilizada en poblaciones mayores a 500 mil o cuando se desconoce la cantidad poblacional.

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_2 \times P \times Q}{e_2}$$

n= TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z= NIVEL DE CONFIANZA 95% = 1,96

P= PROBABILIDAD DE OCURRENCIA 50%

Q= PROBABILIDAD DE NO OCURRENCIA 50%,

e= ERROR DE LA MUESTRA (5%)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16 \approx 385$$



### 1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

*Tabla 5*

*Métodos de recopilación*

**Objetivo específico: determinar el servicio que se va a ofertar y establecer por medio de una encuesta cual es el mercado potencial, la demanda insatisfecha y la segmentación de mercado de Get Your Business.**

<b>NECESIDADES DE INFORMACIÓN</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>PRODUCTOS SUSTITUTOS</b>	Primaria	Consumidores	Encuesta
<b>PRECIOS DE SERVICIO</b>	Primaria	Consumidores	Encuesta
<b>IDENTIFICAR EL MERCADO POTENCIAL</b>	Primaria	Consumidores	Encuesta
<b>DETERMINAR EL TIPO DE COMIDA A OFERTAR</b>	Primaria	Consumidores	Encuesta
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	Primaria	Consumidores	Encuesta
<b>DISEÑO DE INTERIORES</b>	Secundaria	Un profesional	Consultoría
<b>COMPETIDORES DIRECTOS</b>	Secundaria	Locales de la competencia	Observación de campo e internet
<b>MANEJO DEL SONIDO</b>	Secundaria	Investigación propia	Internet, libros
<b>TIPO DE PUBLICIDAD A APLICAR</b>	Secundaria	Investigación propia	Internet, libros
<b>CAPACITACIÓN PERMANENTE DEL</b>	Secundaria	Investigación propia	Internet, libros

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### **1.3.1.5 Diseño y recopilación de información**

La encuesta es la técnica más eficiente de conseguir información de los clientes, permitiendo conocer mediante las siguientes preguntas el nicho de mercado, la demanda y el modo de comercialización para el mejoramiento del servicio. La siguiente encuesta se realiza por motivos únicamente educativos.

#### **Instrucciones**

Lea la pregunta y encierre en un círculo o subraya una respuesta.

1. ¿Género del encuestado?

- A. Femenino
- B. Masculino
- C. Otro

2. ¿Edad del encuestado?

- A. Entre 18 y 30 años
- B. Entre 31 y 40 años
- C. Entre 41 y 50 años
- D. Entre 51 y 65 años

3. ¿Usted come en lugares fuera de casa? (Restaurantes, puestos de comida, entre otros)

- A. Si
- B. No

Si su respuesta es “SI” continuar con la encuesta, si su respuesta es “NO” suspenda la encuesta, muchas gracias.

4. ¿Qué tipo de comida busca cuando come fuera de casa?

- A. Comida rápida (Pizza, Hamburguesa, entre otros)
- B. Mariscos
- C. Carnes (Parrilladas, cortes grandes y pequeños, entre otros)
- D. Pastas (tallarín, lasaña, ravioles, entre otros)
- E. Almuerzos ejecutivos

5. ¿Qué tipo de lugares prefiere para comer fuera de casa?

- A. Restaurantes
- B. Puestos de comida informales
- C. Camiones de comida
- D. Patios de comida
- E. Asadero de pollos

Si su respuesta es “Restaurantes” continuar con la encuesta, caso contrario suspenda la encuesta, muchas gracias.

6. ¿Al momento de ir a comer en un Restaurante que es más importante para usted?

- A. Servicio del personal
- B. Sabor de la comida
- C. Cantidad de la comida
- D. Parqueadero

7. ¿Por cuál de estos motivos le gustaría a usted consumir en un restaurante?

- A. Reuniones de negocios
- B. Reuniones de trabajo
- C. Establecer relaciones comerciales
- D. Eventos sociales
- E. Eventos Familiares
- F. Ninguna

Si su respuesta es “Ninguna” suspenda la encuesta, muchas gracias. Caso contrario continúe por favor.

8. ¿Le gustaría a usted reunirse con sus clientes internos o externos en un lugar donde mantener un dialogo NO sea una dificultad, mientras disfruta de un excelente servicio y de comida de calidad?

- A. Si
- B. No

Si su respuesta es “SI” continuar con la encuesta, si su respuesta es “NO” suspenda la encuesta, muchas gracias.

9. ¿Con que frecuencia se reúne con sus cliente internos o externos en un restaurante?

- A. 1 vez al día
- B. 1 vez a por semana
- C. 1 vez por mes

10. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a invertir por persona, para reunirse con sus clientes internos o externos en un lugar donde pueda mantener un dialogo, mientras disfruta de un excelente servicio con comida de calidad?

- A. De \$12 a \$16
- B. De \$16 a \$20
- C. De \$20 a \$24
- D. De \$24 a \$28
- E. De \$28 a \$32

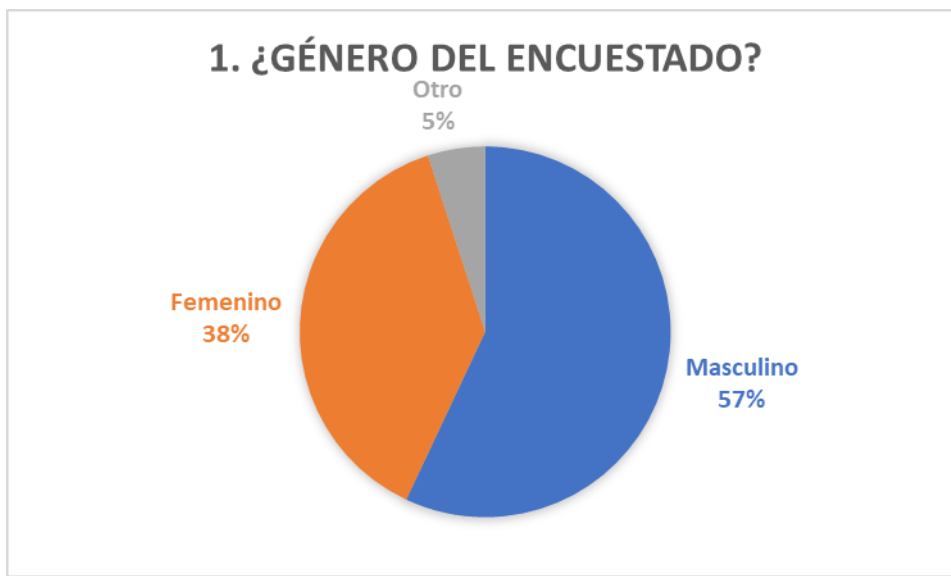
#### **1.3.1.6 Análisis e Interpretación**

El previo análisis determino que la muestra es de 385 encuestados.

Como se puede observar en la ilustración 2, del 100% de los encuestados el 57% de los encuestados equivalentes a 219 son hombres, el 38% de los encuestados equivalentes a 146 son mujeres, el 5% se identifica con otro género.

**Gráfico 2**

*Encuesta, Pregunta 1*



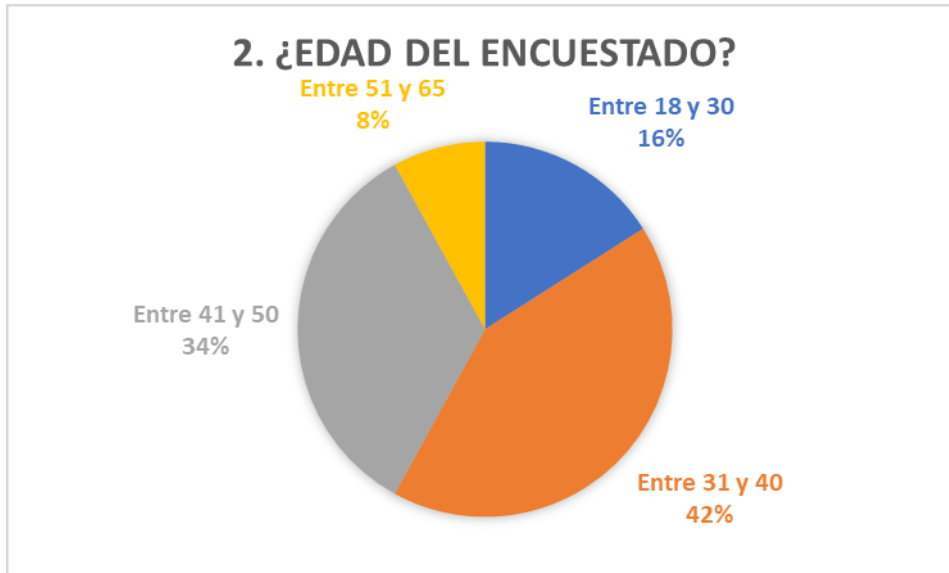
Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

Del 100% de los encuestados, el 42% equivalentes a 162 personas tienen entre 31 y 40 años, el 34% equivalentes a 131 personas tienen entre 41 y 50 años, el 16% equivalentes a 62 personas tienen entre 18 y 30 años y el 8% equivalentes a 31 personas tienen entre 51 y 65 años.

### Gráfico 3

#### Encuesta, Pregunta 2



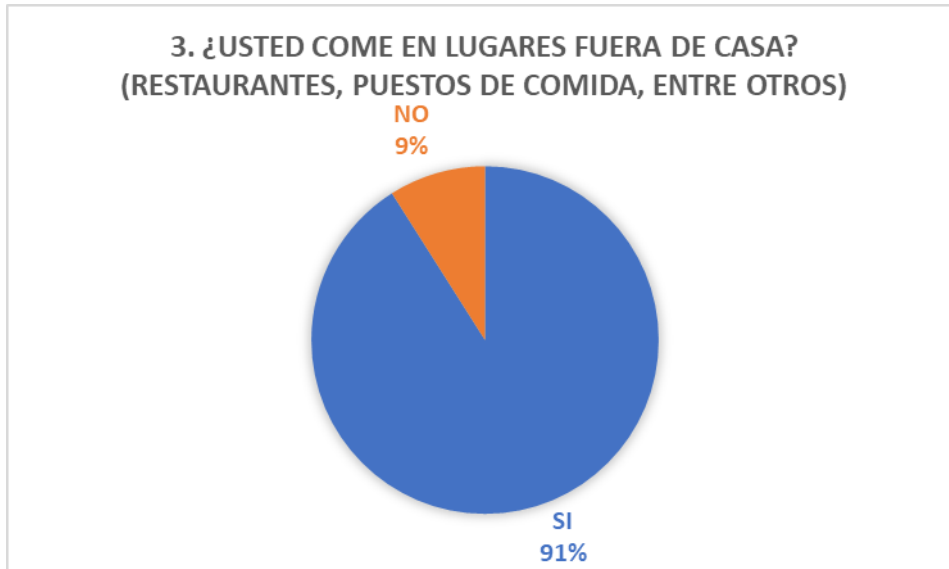
Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

Del 100% de los encuestados, el 91% equivalentes a 350 personas comen en lugares fuera de casa, convirtiéndose en el posible mercado de Get Your Business, pero el 9% no lo hacen. Esta pregunta ayuda a la segmentación, ya que, las personas que respondieron “SI” continúan con la encuesta, pero si respondieron “NO” suspenden la encuesta.

#### Gráfico 4

##### Encuesta, Pregunta 3



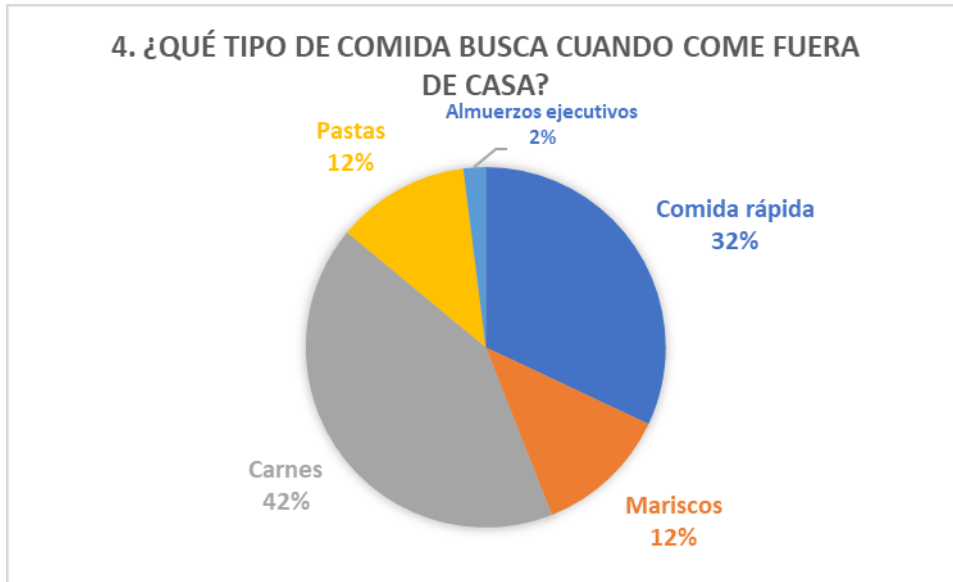
Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

De las 350 personas que comen en lugares fuera de casa, el 2% equivalentes a 7 personas buscan almuerzos ejecutivos, el 12% equivalentes a 42 personas buscan mariscos, también el 12% equivalentes a 42 personas buscan pastas, el 32% equivalentes a 112 personas buscan comida rápida y el 42% equivalentes a 147 personas buscan cortes de carne cuando comen fuera de casa.

### Gráfico 5

#### Encuesta, Pregunta 4



Elaborado por: José Rubianes

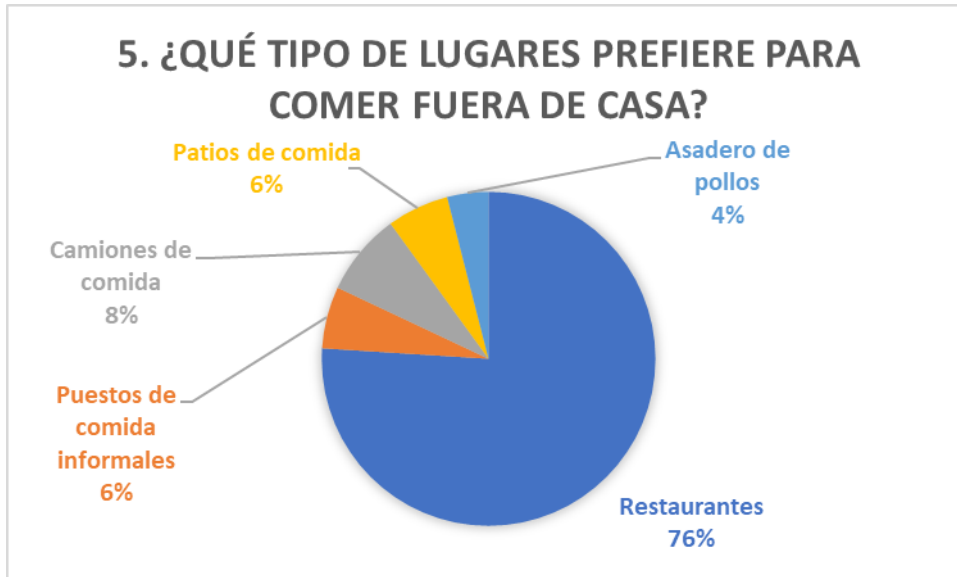
Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

De las 350 personas que comen en lugares fuera de casa, el 4% equivalentes 14 personas prefieren comer en asaderos de pollo, el 6% equivalentes a 21 personas prefieren comer en puestos de comida informales, también el 6% equivalentes a 21 personas prefieren comer en patios de comida, el 8% equivalentes a 28 personas prefieren comer en camiones de comida y el 76% equivalentes a 266 personas prefieren comer en restaurantes cuando comen fuera de casa, convirtiéndose en el posible mercado de Get Your Business. Esta pregunta ayuda a la segmentación, ya que, las personas que respondieron “Restaurantes” continúan con la encuesta, caso contrario suspenden la encuesta.



### Gráfico 6

Encuesta, Pregunta 5



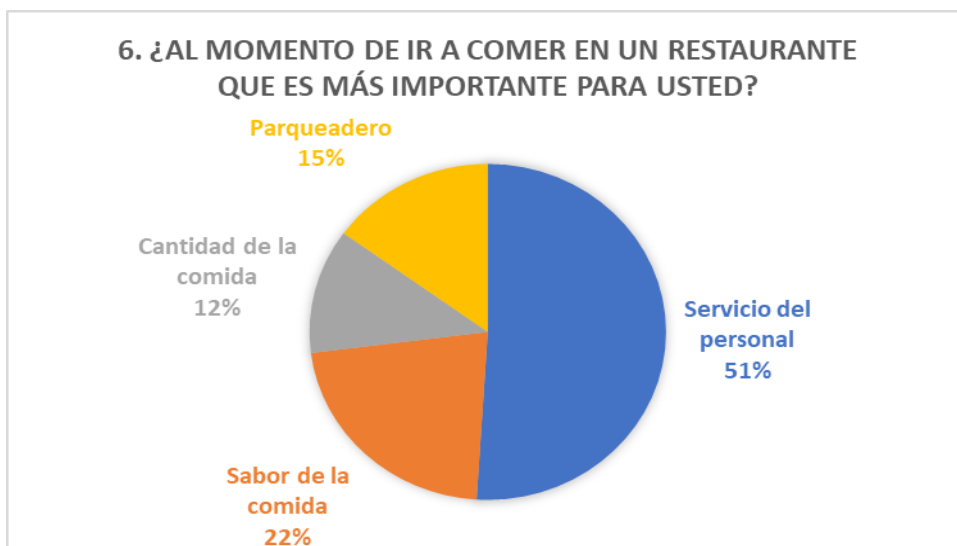
Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

De las 266 personas que comen en restaurantes, para el 51% equivalentes 136 personas es más importante el servicio del personal, para el 22% equivalentes 59 personas es más importante el sabor de la comida, para el 15% equivalentes 40 personas es más importante el parqueadero, para el 12% equivalentes 40 personas es más importante la cantidad de la comida.

### Gráfico 7

Encuesta, Pregunta 6

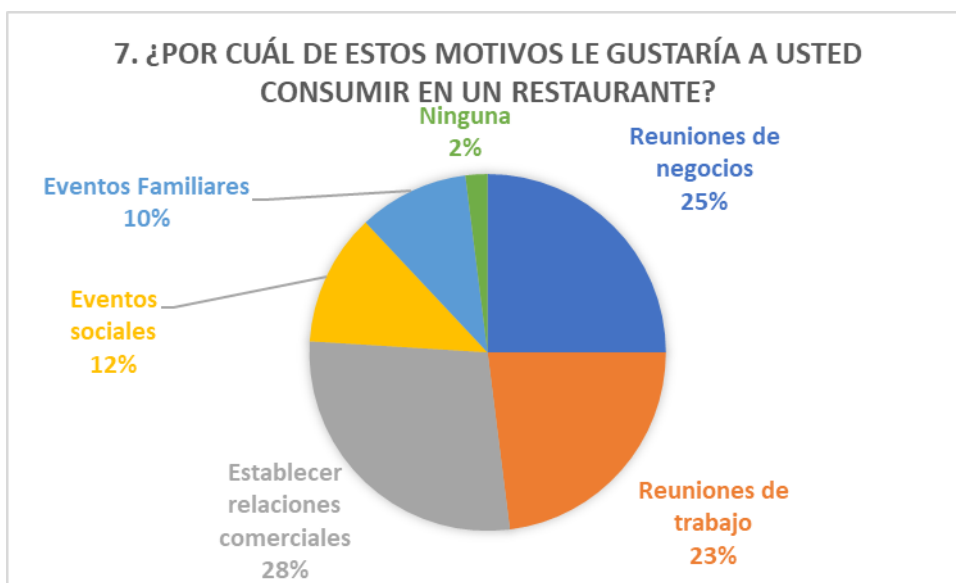


Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

De las 266 personas que comen en restaurantes, el 28% equivalentes 75 personas lo hacen para establecer relaciones comerciales, el 25% equivalentes a 67 personas lo hacen por reuniones de negocios, el 23% equivalentes a 61 personas lo hacen por reuniones de trabajo, el 12% equivalentes a 32 personas lo hacen para eventos sociales, el 10% equivalentes a 27 personas lo hacen para eventos familiares y el 2% equivalente a 5 personas lo hacen por otros motivos, Esta pregunta ayuda a la segmentación, ya que, las personas que respondieron “Ninguna” suspenden la encuesta, caso contrario continúan con la encuesta.

### Gráfico 8

Encuesta, Pregunta 7

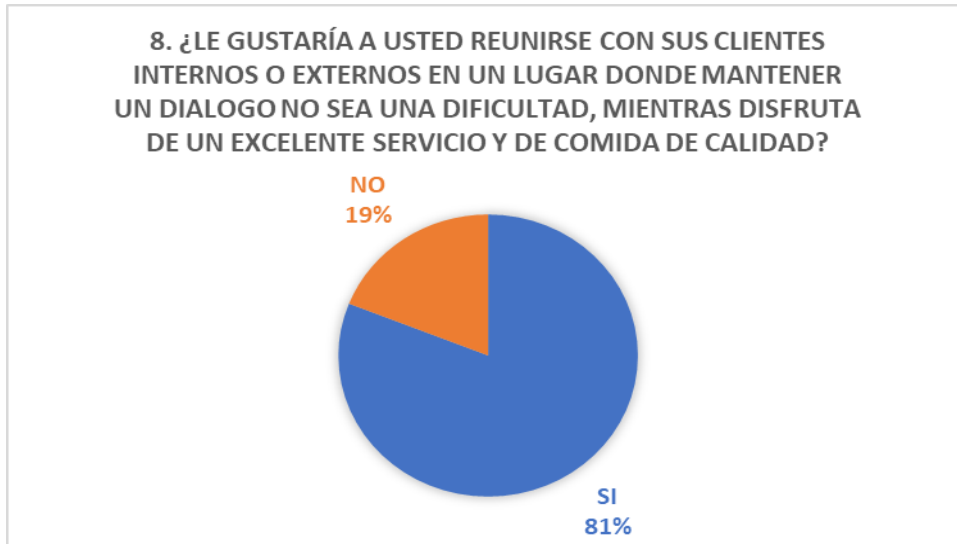


Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

De las 261 personas, el 81% equivalentes a 211 personas les gustaría reunirse con sus clientes internos o externos en un lugar donde puedan mantener un dialogo, mientras disfrutan de un excelente servicio y de comida de calidad, convirtiéndose en el posible mercado de Get Your Business, pero al 19% equivalente a 50 personas no les gustaría. Esta pregunta ayuda a la segmentación, ya que, las personas que respondieron “SI” continúan con la encuesta, pero si respondieron “NO” suspenden la encuesta.

### Gráfico 9

#### Encuesta, Pregunta 8



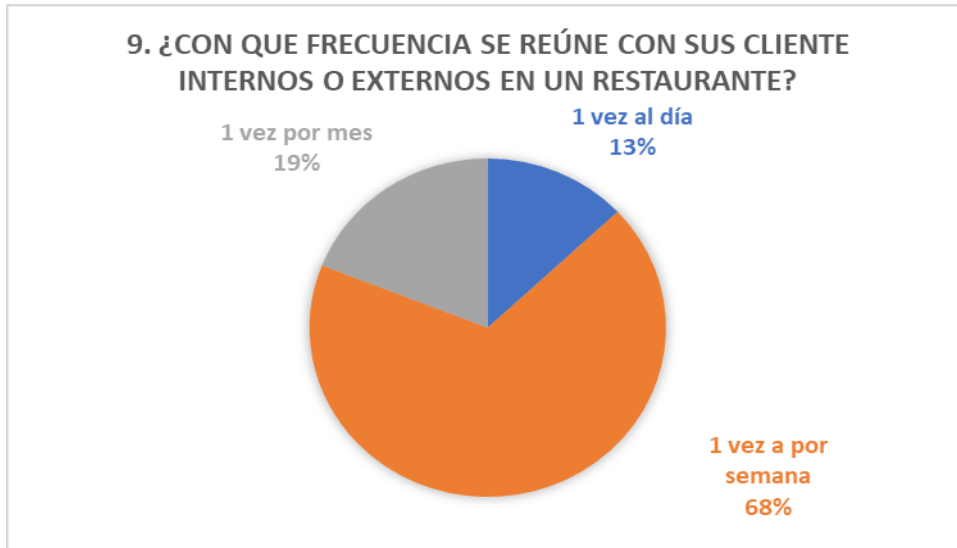
Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

De las 211 personas que les gustaría reunirse con sus clientes internos o externos en un lugar donde puedan mantener un dialogo, mientras disfrutan de un excelente servicio y de comida de calidad, el 13% equivalentes a 27 personas lo hace una vez al día, el 68% equivalentes a 144 personas lo hace una vez a la semana, el 19% equivalentes a 40 personas lo hace una vez al mes.

## Gráfico 10

### Encuesta, Pregunta 9



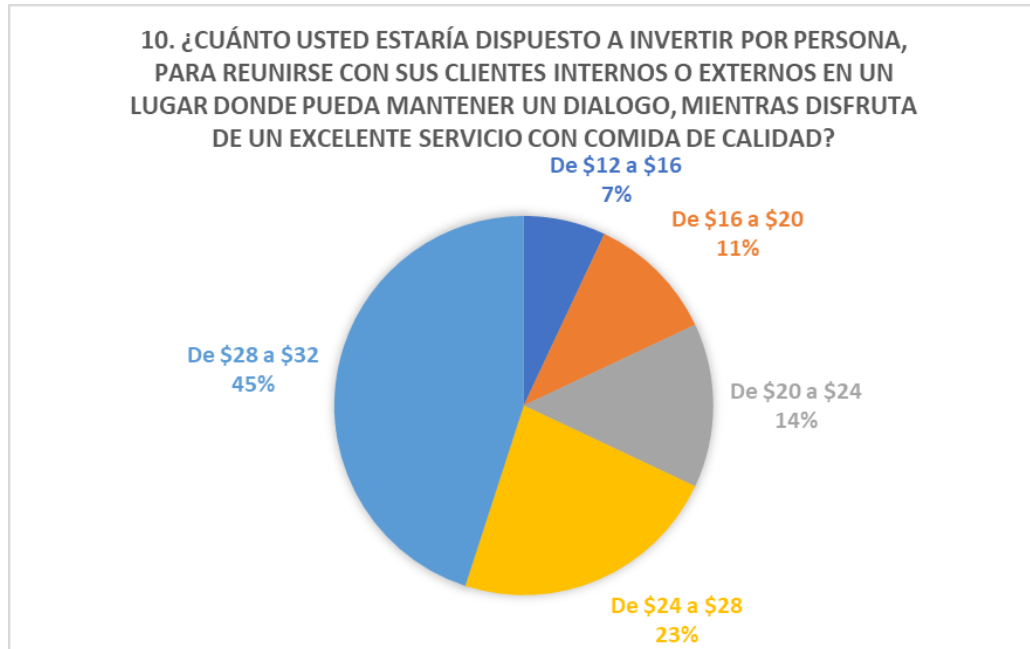
Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

De las 211 personas que les gustaría reunirse con sus clientes internos o externos en un lugar donde puedan mantener un dialogo, mientras disfrutan de un excelente servicio y de comida de calidad, el 7% equivalentes a 15 personas pagarían por el servicio de \$12 a \$16, el 11% equivalentes a 23 personas pagarían por el servicio de \$16 a \$20, el 14% equivalentes a 30 personas pagarían por el servicio de \$20 a \$24, el 23% equivalentes a 49 personas pagarían por el servicio de \$24 a \$28 y el 45% equivalentes a 95 personas pagarían por el servicio de \$28 a \$32. Lo que nos ayuda a pautar una base para los precios.

## Gráfico 11

### Encuesta Pregunta 10



Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

### 1.3.2 Demanda potencial

Es el grupo de clientes que mostraron un grado de interés en el servicio ofertado por la empresa, en este caso Get Your Business. (Malhotra, 2016)

Para calcular de la demanda se toma en cuenta la respuesta de los encuestados, de la ilustración 9 de la pregunta 8, dando a conocer que a 211 encuestados les gustaría reunirse con sus clientes internos o externos en un lugar donde puedan mantener un dialogo, mientras disfrutaran de un excelente servicio y comida de calidad.

Para la apreciación numérica de la demanda potencial se utilizará la siguiente formula:

$$Q = n \times p \times q$$

**Q = Demanda potencial.**

**n = Cantidad de consumidores en el mercado.**

La ciudad de Quito tiene 1.246.052 de habitantes económicamente activos, de los cuales obtuvimos una muestra de 385 personas, al final de la encuesta y después de pasar por la última pregunta filtro, pregunta 8, nos quedamos con una cantidad de 211 encuestados.

Para calcular el valor real de habitantes decimos que la ciudad de Quito tiene un área de 4.230 km<sup>2</sup> y una población económicamente activa de 1.246.052, la zona geográfica, ilustración 1, tiene un área de 15.24 km<sup>2</sup>. Se dividen los habitantes sobre los kilómetros cuadrados de la ciudad de Quito, y se multiplica los kilómetros cuadrados de la zona geográfica. Lo que nos da un total de 4490 habitantes económicamente activos en la zona geográfica de segmentación.

**p = Precio promedio del producto**

**Tabla 6**

*Precio promedio*

<b>Encuestados (A)</b>	<b>Rango de precio</b>	<b>Rango intermedio (B)</b>	<b>(A x B)</b>
95	\$12 - \$16	\$ 30.00	\$ 2,850.00
49	\$16 - \$20	\$ 26.00	\$ 1,274.00
30	\$20 - \$24	\$ 22.00	\$ 660.00
23	\$24 - \$28	\$ 18.00	\$ 414.00
15	\$28 - \$32	\$ 14.00	\$ 210.00

Total	\$ 5,408.00
Promedio	\$ 25.63

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis y tabulación de la encuesta

Derivando de la información de la encuesta y tomando en cuenta que es un precio provisional, se sacó el precio promedio, utilizando un punto medio en el rango de precios y eso multiplicándolo por cada uno de los encuestados que selecciono el mismo y luego se sacó un promedio. El mismo que dio \$25.63, asumiremos el inmediato superior, \$26.

**q = Cantidad promedio de consumo por individuo.**

La información de la encuesta como se puede ver en la ilustración 10, pregunta 9, los consumidores utilizarían este servicio 1 vez por semana en promedio. Lo que nos da 52 semanas al año.

$$Q = 4490 \times 26 \times 52$$

$$Q = 6.070.480$$

**Tabla 7**

*Demanda potencial*

	Año	Mes	Semana	Día
Plato	233.480,00	19.457	4.490	642
Dólares	\$ 6.070.480,00	\$ 505.882,00	\$ 116.740,00	\$ 16.692,00

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del proyecto

## **1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE**

### **1.4.1 Análisis del microambiente.**

Para analizar el microambiente se utilizará el método de las 5 fuerzas de Porter, el que sirve para identificar la capacidad competitiva del emprendimiento.

Las cinco fuerzas de Porter es uno de los sistemas más famosos su fortaleza radica en un potente examen del emprendimiento en un momento determinado, con el objetivo de determinar la posición de una empresa respecto a otra. (Porter, 2008)

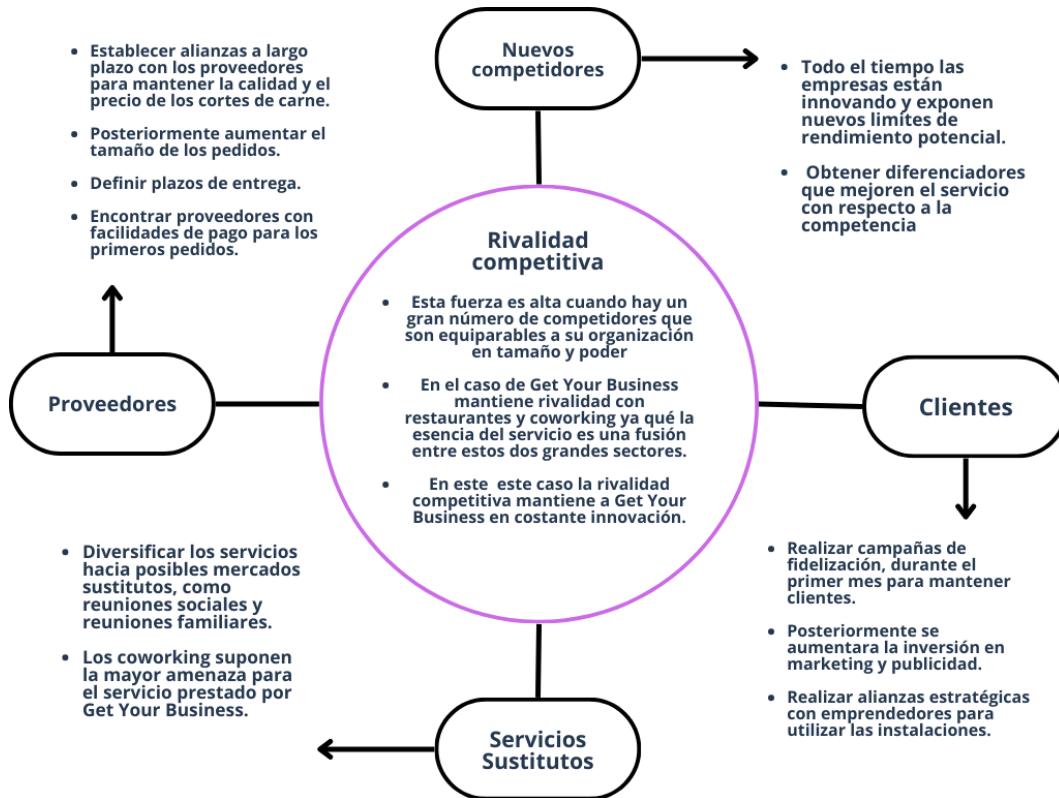
Las cinco fuerzas son las siguientes:

- Poder de negociación de los consumidores
- Poder de negociación de los proveedores
- Amenaza de competidores
- Amenaza de nuevos productos

- La rivalidad entre competidores

### Gráfico 12

#### Las 5 Fuerzas de Porter



Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: (Porter, 2008)

### 1.4.2 Análisis del macro ambiente

Para este punto del proyecto utilizaremos el análisis PESTEL el mismo que, es un instrumento de análisis estratégico utilizado en estudios administrativos.

El análisis PESTEL, político – económico – social – tecnológico – ecológico - legal, es un instrumento de orden estratégico que permite principalmente analizar el entorno de una empresa, el éxito potencial y ayuda a los directivos a tomar decisiones especializadas con respecto al producto o servicio que se está ofertando. (Frue, 2017)



**Tabla 8**

*Análisis PESTEL*

Político	La imposición de aranceles a la sociedad y prohibición a las importaciones de productos al país. Si bien es cierto que la imposición de aranceles ayuda al crecimiento del PIB en el país, aumenta el valor de los productos para su comercialización y por ende las ganancias para las Empresas. (SENAE, 2016)
	Toda compañía pretende que sus proveedores sean una extensión de la empresa, y para tal fin determinan cuál es el ROL que deben cumplir, con la convicción de la marca. (García, 2020)
Económico	Durante el feriado de Carnaval, se podrá acceder a la tarifa reducida del 8% del Impuesto al Valor Agregado (IVA), en los establecimientos que cuentan con registro de turismo, para las ventas de servicios, entre ellos los restaurantes. (Turismo, 2022)
Social	Índice de Desarrollo Humano (IDH) para el Ecuador en el año 2017 fue de 0.759 lo que le ubicó al país en con un nivel de desarrollo alto frente a otros países de la región. (Ministerio Coordinador de desarrollo social, 2017)
	De los habitantes de Ecuador el 71,1% se encuentran en edad de trabajar, de la población en edad de trabajar el 66,6% es económicamente activas, de los cuales el 94.6% tiene estabilizada laboral. (INEC, 2022)
Tecnológico	Software Enterprise Services (SES), empresa peruana que ofrece soluciones vinculadas a las tecnologías de la información, abrió una sucursal en Ecuador. Con 14 años en el mercado, esta compañía se especializa en el desarrollo de software para mayor eficiencia de los procesos empresariales, en sectores como banca, seguros, industrial y educativo. (Redacción Quito, 2020)
	El acceso a las Tecnologías de la Información Comunicación (TIC) constituye un derecho de todos los ciudadanos. (Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de información, 2020)
Ecológico	La Asamblea Nacional aprobó con 129 votos, el proyecto de Ley que busca reducir la utilización y el comercio de material

	plástico de un solo uso como bolsas, sorbetes, envases para bebidas y alimentos, los mismos que pasarán a tener un costo para el usuario.
Legal	Los bienes y servicios por los cuales no se paga el IVA, sea porque no son objeto de este impuesto o tienen tarifa 0%, generalmente son aquellos que se destinan a satisfacer necesidades básicas de la población o ayudan a incentivar la producción y el desarrollo de nuestro país. A continuación, se detallan los bienes gravados con tarifa 0%. (SRI, 2020)

Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: (Frue, 2017)

### 1.4.3 Proyección de la oferta.

De acuerdo con investigaciones realizadas existen 3.900 restaurantes en promedio en la ciudad de Quito (ARCSA, 2020) un restaurante vende un promedio de 70 platos de comida al día. La competencia directa en la zona geográfica es de 6 restaurantes que asemejan sus servicios a los de Get Your Business.

Basados en la investigación decimos que 420 platos al día es la oferta de la competencia directa, eso por 365 días del año podemos decir que la oferta directa a los servicios de Get Your Business es de 153.300 platos al año.

**Tabla 9**

*Proyección de la Oferta*

Año	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Oferta</b>	153.300	155.676	158.089	160.540	163.028

Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del proyecto

### 1.4.4 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha se comprende como la cantidad más probable de servicios similares a Get Your Business que un grupo de personas

consume en años futuros, destacando que ningún servicio actual tendrá la capacidad para satisfacer. La demanda potencial insatisfecha se calcula restando la oferta de la competencia de la demanda general en este caso nos da una demanda insatisfecha en platos de 222 al día.

**Tabla 10**

*Proyección de la demanda Insatisfecha*

	día	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Oferta de la competencia en platos	420	153300	155676	158089	160540	163028
Demanda general	642	233480	236982	240537	244145	247807
Demanda insatisfecha	222	80180	81306	82448	83605	84779

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del proyecto

## 1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ

La publicidad es cualquier representación pagada de promoción de bienes o servicios por un tutor verificado. (Armstrong, 2008)

**Tabla 11**

*Promoción y publicidad*

Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Creación página web																				
Creación Instagram																				
Creación Facebook																				
Publicación Instagram																				
Publicación Facebook																				
Campaña de fidelización																				

Elaborado por: José Rubianes

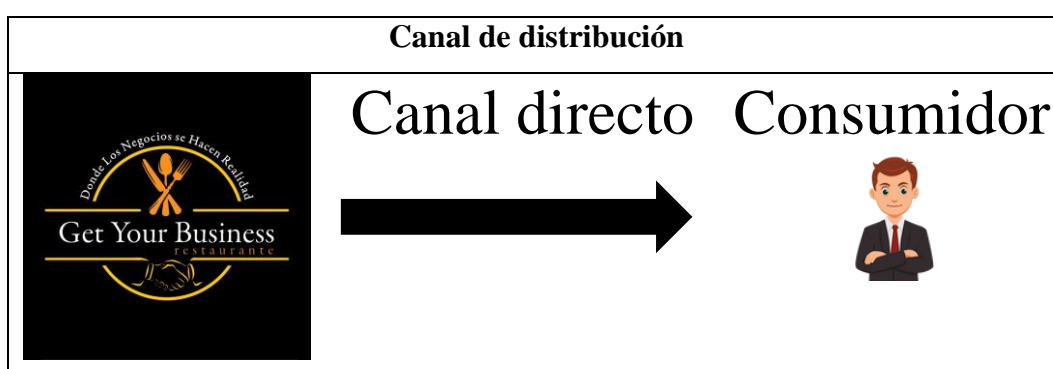
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR

El Canal de distribución de Get Your Business es directo, ya que, es la forma través de la cual el emprendimiento sitúa sus servicios en uso del consumidor final.

**Tabla 12**

*Canal de Distribución*



Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

Sistema post ventas; se realizará una encuesta a los clientes al finalizar su permanencia en el restaurante.

### Encuesta de satisfacción

**Tabla 13**

*Encuesta de Satisfacción*

1	¿Es la primera vez que nos visitas?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	
		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
2	¿Cómo calificas el servicio del mesero?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	¿Cómo calificas el ambiente del restaurante?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4	¿Cómo calificas la rapidez del servicio a la hora de traer los platillos?					
5	¿Cómo calificas el sabor de los platillos?					
6	¿En general cómo calificas la experiencia en nuestro restaurante?					

7	¿Regresaría a nuestro establecimiento?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
---	--	----	--------------------------	----	--------------------------

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 1.8 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

Como una alternativa al servicio que oferta Get Your Business el mismo que es dedicado a personas con empresas o emprendedores que deseen realizar alianzas estratégicas con sus clientes internos o externos en un lugar donde puedan mantener un dialogo, mientras disfrutan de un excelente servicio y de comida de calidad, según la encuesta en la pregunta 7, ilustración 8, podemos ver que existe un mercado para reuniones familiares y reuniones sociales que se podría explotar.

## CAPITULO II

### 2. ÁREA DE OPERACIONES

#### 2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE OPERACIONES

Determinar la capacidad productiva y gestionar el proceso operativo óptimo para el mejor funcionamiento de Get Your Business mediante el control de estándares de calidad en los procedimientos del servicio.

#### 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

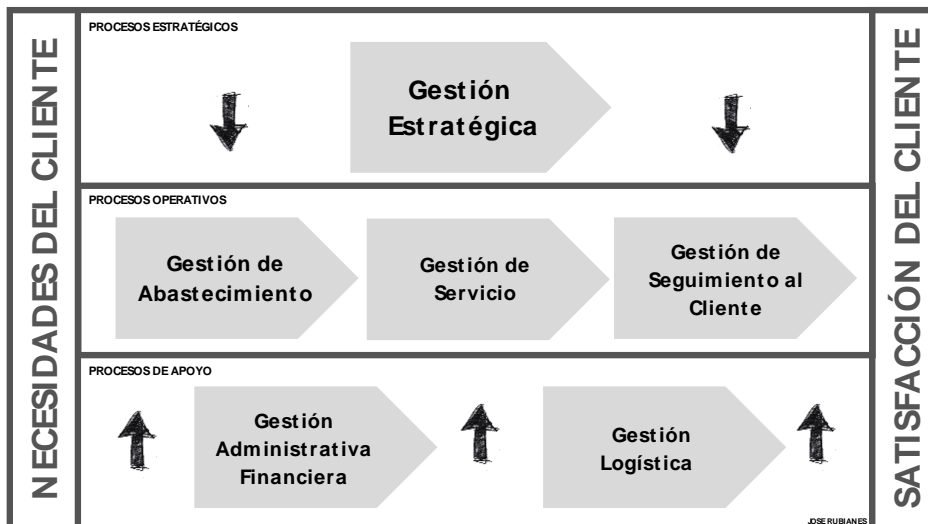
##### 2.2.1 Descripción del proceso de transformación del servicio

Un proceso es cualquier actividad o grupo de actividades en las que se transforman uno o más componentes para obtener productos o servicios para los clientes. (Krajewski, Ritzman, & Malhotra, 2008)

El mapa de procesos que converge con la planificación estratégica toma en cuenta los marco procesos principales, procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de apoyo, estos se verán reflejados en las estrategias y decisiones que provocarán un cliente satisfecho.

#### Gráfico 13

##### Mapa de Procesos

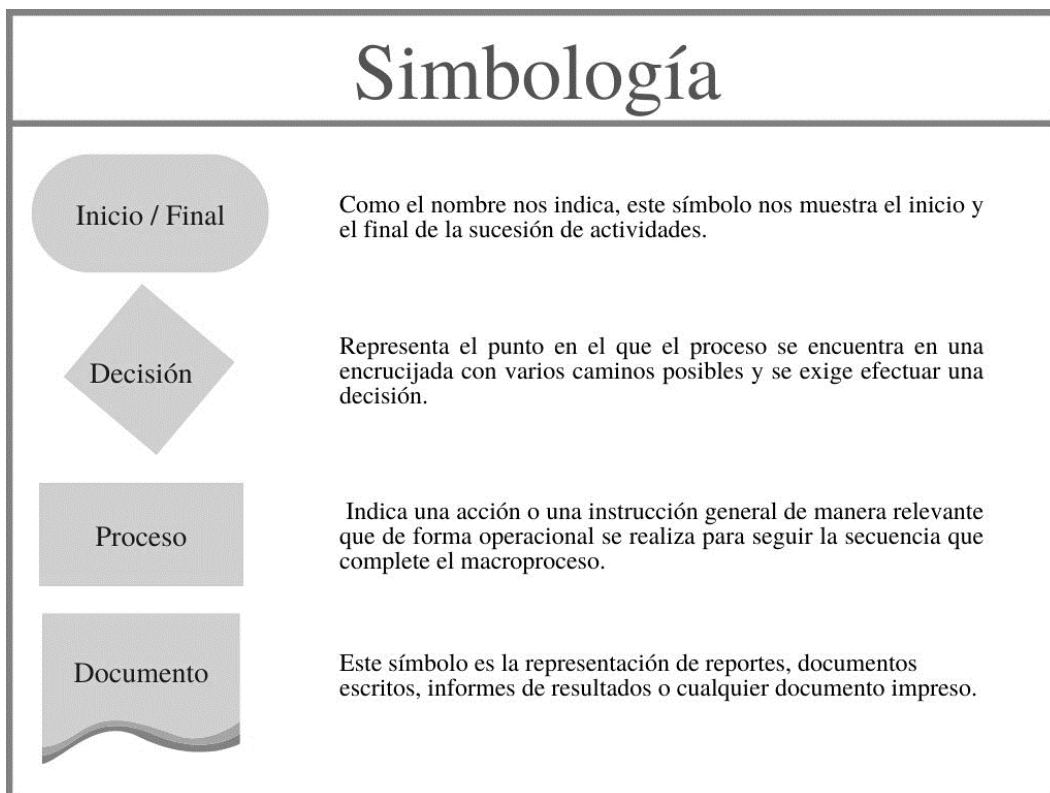


Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Se exterioriza la representación simbólica y la descripción de cada uno de los elementos utilizados para diagramar los macroprocesos mayormente significativos del mapa de procesos como son en este caso la gestión del servicio y la gestión de abastecimiento.

### **Gráfico 14**

#### *Simbología diagrama de flujo*

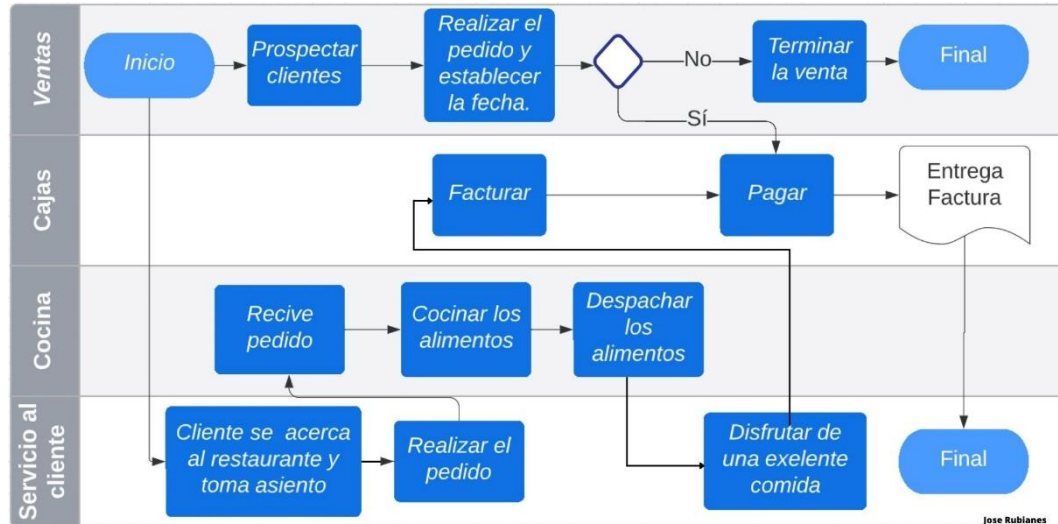


Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

El proceso de transformación del servicio, en el que los requerimientos del cliente se convierten en un plato de comida exquisito y en excelente servicio mostrando cada una de las actividades desde que el cliente entra al restaurante o desde que el vendedor prospectar el cliente hasta que el mismo se siente satisfecho, se irán detallando en el siguiente gráfico.

**Gráfico 15**

*Diagrama de flujo del Macroproceso Gestión del Servicio*

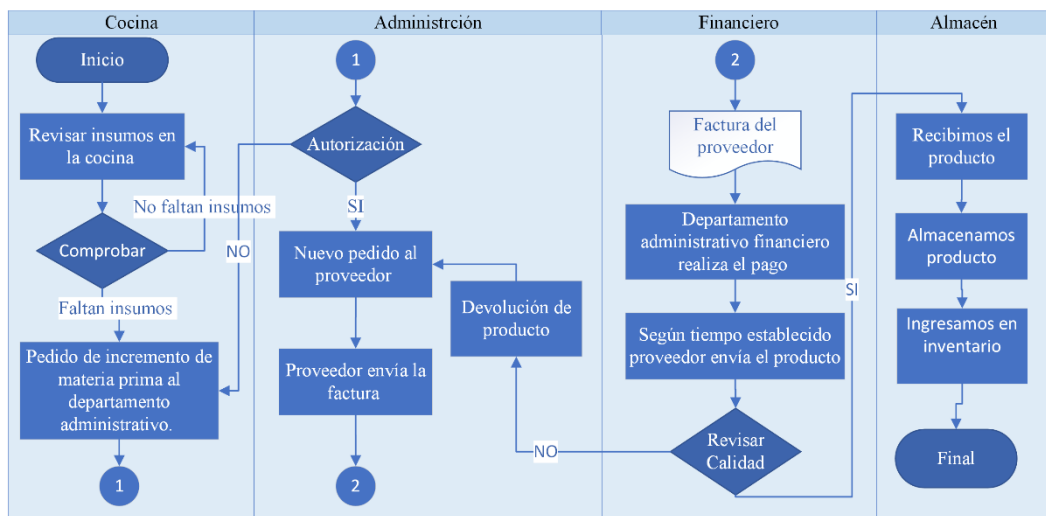


Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

El Macroprocesos de abastecimiento es uno de los más importantes dentro del emprendimiento, ya que se cumple con la satisfacción de nuestro principal departamento, en el siguiente grafico se mostrarán cada una de las actividades que se realizan.

**Gráfico 16**

*Flujograma de Gestión de Abastecimiento*



Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto



## 2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

En Get Your Business, restaurante, el espacio físico es uno de los factores más importantes ya que se convirtió en un diferenciador para el servicio que se va a otorgar, por otra parte, es importante la infraestructura, la misma que considera espacios para preparar los alimentos, cuartos fríos para almacenar los alimentos, espacios administrativos, parqueadero, espacios privados para negocios y baños.

### Gráfico 17

#### Plano de Planta Baja



Elaborado por: José Rubianes

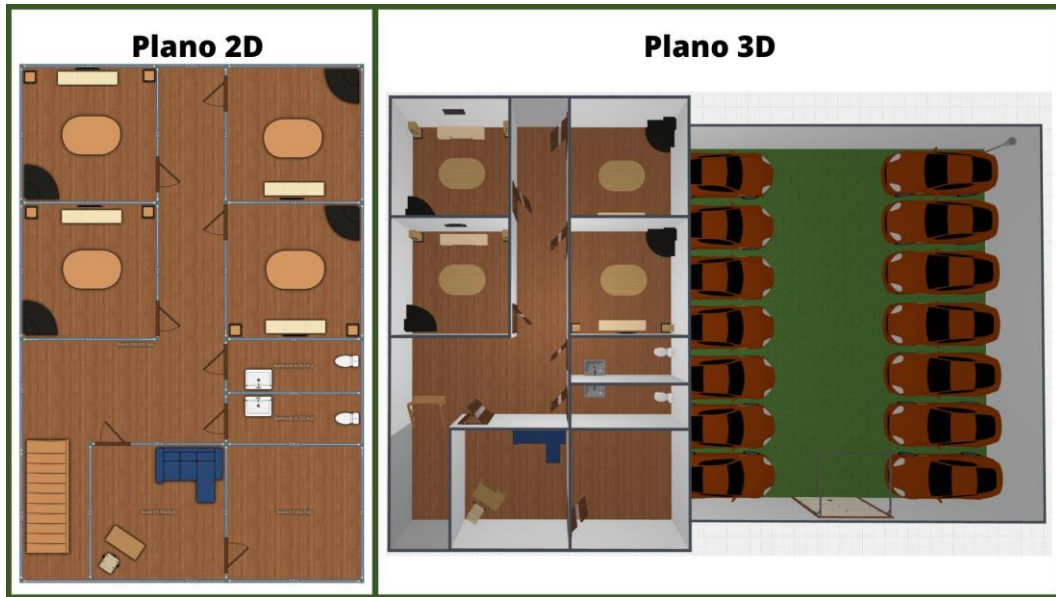
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

En la planta baja se encuentra la cocina, el cuarto frío, la alacena, la zona de restaurante para el público, el recibidor y el parqueadero.

En el plano del piso 1 podemos ver los espacios de negocios, una de las áreas más importantes ya que allí es donde se genera nuestro servicio, tenemos la oficina del gerente y una bodega donde se guardan insumos importantes como sillas, mesas, utensilios, entre otros.

### Gráfico 18

#### Plano Piso 1




Elaborado por: José Rubianes







Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Para la elaboración y adecuación de los espacios destinados para cada una de las actividades es necesario disponer de maquinaria y equipos, estos deben ser de calidad, deben ser hechos con buenos materiales y estar disponibles en el mercado a costos accesibles.


**Tabla 14**

#### Muebles y Equipos del área de cocina

Actividad	Equipo/Muebles	Características	Costo
Freír productos como papas, aros de cebolla, entre otros con una producción promedio 12kg/h.	Freidora 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Freidora doble tanque</li><li>• Roller grill RF8DS</li><li>• Fabricación francesa</li><li>• Operación eléctrica</li><li>• Potencia 3.4 kW x 2</li><li>• Acero inoxidable</li><li>• Capacidad para 8 litros</li></ul>	729,32
Cocinar los productos	Plancha industrial	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acero inoxidable</li><li>• Charola para gratinar</li></ul>	264,00

alimentos que pongan en su superficie.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Largo 1.20 m</li> <li>• Ancho 0.70 m</li> <li>• Alto 0.90 m</li> </ul>	
Refrigerar vegetales e insumos de cocina.	Refrigeradora 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensiones (mm): 2135x1382x800</li> <li>• Potencia 830 W</li> <li>• Peso Neto 210 Kg</li> <li>• Peso Bruto 220 Kg</li> </ul>	2123,54
Congelar los productos cárnicos.	Cuarto frio 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad 13,38 m<sup>3</sup></li> <li>• Consumo 1,49 kW</li> <li>• Ancho 3,21 m</li> <li>• Alto 2,49 m</li> <li>• Largo 2,21 m</li> </ul>	12320,00
Licuar frutas para jugo o verduras para salsa.	Licuadaora 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diámetro de 32 cm</li> <li>• Acero inoxidable</li> <li>• Capacidad: 12 Litros</li> <li>• Voltaje: 127 V</li> <li>• Motor de 1.5 HP</li> <li>• Peso: 21.0 kg</li> </ul>	520,80
Es el principal lugar de trabajo del Chef.	Mesa de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fabricada en acero con estructura de tubo de hierro en la parte inferior con madera melamina para mayor capacidad de carga y menor ruido</li> </ul>	135,00
Cocina los alimentos y el acompañado.	Estufa 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acero inoxidable referencia</li> <li>• Válvulas huncar</li> <li>• Entrada de gas con rancor galvanizado</li> <li>• Tres fogones con quemadores en aluminio</li> </ul>	1200,00

<p>Asa los cortes de carne y celta algunas verduras.</p>	<p>Parrilla</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funciona a gas y carbón</li> <li>• Acero inoxidable</li> <li>• 160 cm de largo</li> <li>• 120 cm de altura</li> <li>• 60 cm de profundidad</li> </ul>	<p>550,00</p>
<p>Recolecta el néctar de las frutas mayormente cítricas.</p>	<p>Exprimidor industrial</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de 60 litros por hora 15 naranjas por minuto</li> <li>• Viene con dos conos una para naranja y otro para limón.</li> </ul>	<p>265,00</p>
	<p>Lavabo</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acero inoxidable</li> <li>• 2 tanques</li> <li>• 1.8 m de largo</li> <li>• 1.2 m de altura</li> <li>• 60 cm de profundidad</li> </ul>	<p>285,00</p>
<p>Preparar ensaladas y acompañantes fríos.</p>	<p>Estación de sándwiches</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.1 m de largo</li> <li>• 1.2 m de altura</li> <li>• 7 lugares para verduras</li> <li>• Estación de trabajo de 60 cm de profundidad</li> <li>• Despensa</li> </ul>	<p>985,00</p>
<p>Se utilizan para servir, degustar y ayudar a cocinar los alimentos.</p>	<p>Utensilios de cocina</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre ellos encuentran los platos, cubiertos, vasos, tazas, instrumentos de parrilla, ensaladeras, entre otros.</li> </ul>	<p>2000,00</p>
<p>Hace tazas de café con hasta 4 presentaciones.</p>	<p>Máquina de café</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cafetera semiautomática</li> <li>• Capacidad 40 tazas de café por hora</li> <li>• Salida de agua caliente</li> <li>• Manómetro doble</li> </ul>	<p>880,00</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicador luminoso</li> <li>• Llenado automático de agua en la caldera</li> </ul>	
Extrae los olores y humo de la cocina.	<p>Extractor de aire</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acero inoxidable</li> <li>• Salida de aire directa</li> <li>• Insonorización</li> <li>• Conductos y filtros extraíbles.</li> </ul>	520,00






Elaborado por: José Rubianes



Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 15**

*Muebles y equipos área restaurante*

Actividad	Equipo/Muebles	Características	Costo
Mantener temperatura adecuada a los vinos	<p>Cava de vinos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Termostato electrónico</li> <li>• Capacidad: 110 botellas</li> <li>• Iluminación LED</li> <li>• Puertas reversibles</li> </ul>	925,00
Mantiene refrigeradas las gaseosas y toda clase de bebidas	<p>Refrigeradora de bebidas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luces internas</li> <li>• Sistema de drenaje de agua</li> <li>• Amplia capacidad de almacenamiento</li> <li>• Sistema de seguridad o candado</li> <li>• 110 V de energía</li> </ul>	1230,00
Para colocar sobre ella vajilla con comida y vasos con bebidas	<p>Mesa redonda</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fácil armado</li> <li>• Madera de buena calidad</li> <li>• Peso 8 kg</li> <li>• Resistente</li> <li>• Diseños según requerimiento</li> </ul>	999,00

Ayuda en sus actividades al administrador	<p>Computadores</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pantalla Retina 4.5K de 24 pulgadas</li> <li>• Chip M1 de Apple</li> <li>• Colores espectaculares</li> <li>• Cámara FaceTime HD</li> <li>• Sistema de sonido de seis bocinas</li> </ul>	1750,00
Para sentarse junto a la mesa	<p>Sillas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño ergonómico</li> <li>• Confortables</li> <li>• Asiento de vinilo negro</li> <li>• Silla de madera</li> <li>• Soporta 500 lb</li> <li>• Asiento acolchado de 3 cm de grosor</li> </ul>	121,98
Para realizar pagos de consumo con tarjetas de crédito o débito.	<p>Op de Datafas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrece pagos seguros</li> <li>• Protege los datos de los clientes</li> <li>• Rápido y cómodo</li> <li>• Gestiona ventas y pagos a través de servicios en línea</li> </ul>	450,00
Calcular, registrar y guardar el dinero por transacciones comerciales	<p>Caja registradora</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con pantalla de operador</li> <li>• Selector de modo</li> <li>• Impresora de tickets (facturas)</li> <li>• Seguridad de modo y cajón</li> </ul>	99,00
Ayuda con el proceso de facturación en cajas	<p>Sistema contable</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facturación Electrónica</li> <li>• 1 licencia en el Servidor</li> <li>• 1 licencia de Estación de trabajo</li> <li>• Capacitaciones</li> </ul>	700,00

Para que los clientes puedan realizar presentaciones	<b>Proyector</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Billo de 3600 lúmenes</li> <li>• Relación de alcance de 1,55 a 1,7:1</li> <li>• Altavoz de 2 vatios</li> <li>• Control remoto IR</li> <li>• Salida HDMI</li> </ul>	799,99
Pone a disposición del cliente el audio requerido	<b>Parlantes</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Audio modular</li> <li>• 30.000 W de potencia</li> <li>• Compatibles con Alexa</li> <li>• Conexión Wifi</li> <li>• Bluetooth</li> </ul>	195,99
Módulo del Audio según la necesidad del cliente	<b>Alexa</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Echo Dot (4ª generación)</li> <li>• Conexión Wi-Fi</li> <li>• Bluetooth</li> <li>• Incluye reloj</li> <li>• Compatible con la app de Alexa (asistente virtual)</li> </ul>	76,77
Para trabajar y poner equipos	<b>Escritorio</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Largo 180 cm</li> <li>• Profundidad 60cm</li> <li>• Alto 74 cm</li> <li>• Madera reciclada</li> <li>• Color marón</li> </ul>	230,00

Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Get Your Business, restaurante, debe poner a la disposición de los clientes personal capacitado tanto en la elaboración de los alimentos como en el servicio. En la siguiente tabla detallaremos el personal que se encontrará trabajando y las actividades que realiza cada uno.

### **2.2.3 Tecnología por aplicar**

En Get Your Business, restaurante, el gerente estará capacitándose continuamente en los últimos avances tecnológicos dentro del ámbito administrativo y de servicio, y el encargado de cocina, el chef, se capacitará en materia de cocinas y cocción, lo que permitirá adquirir una sinergia entre todas las áreas acelerando los procesos y la preparación de los alimentos.

Generar nuevas ideas, implementar nuevos procesos, crear nuevos productos, son maneras de definir la innovación. (Thompson, 1965)

El restaurante, contara con artilugios que harán la estancia de los clientes productiva para que pueda reunirse con sus clientes internos o externos, hacer alianzas estratégicas, disfrutar de un excelente servicio y gozar de una impresionante comida de calidad.

Para el área de espacios dedicados para las reuniones de negocios se va a emplear un sistema de entretenimiento controlado por un asistente virtual que permita controlar la música ambiental dependiendo el requerimiento del cliente, también se dispondrá de Televisiones con tecnología dolby visión para una mejor visualización con respecto al ambiente.

Después de un tiempo y cuando Get Your Business lo demande se renovarán los implementos tecnológicos que harán la estancia de la cliente más productiva.

## **2.3 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES**

### **2.3.1 Ritmo de cocción**

El tiempo del servicio es de mínimo 13:30 minutos y máximo 16:30 minutos los 3 minutos de diferencia se debe a el tipo de corte que desee el cliente y el tipo de cocino del mismo. Tomando en cuenta que la parrilla tiene una capacidad de hasta 20 cortes de carne.



**Tabla 16**

*Tiempo del servicio*

No	Cargo	Actividad	Tiempo de duración
<b>Servicio</b>			
1	Mesero	Toma la orden	00:02:00
<b>Área de Cocina</b>			
2	Chef	Cocina el plato fuerte /asa el corte o cortes de carne	00:10:00
3	Souschef	Prepara el acompañante y ensalada	00:08:00
4	Lava Platos	Coloca el plato adecuado para el corte	00:00:45
<b>Servicio</b>			
5	Mesero	Sirve el plato de comida	00:00:30
<b>Cajas</b>			
5	Cajero	Cobra y entrega la factura	00:01:00

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

El pedido se realiza con reserva y previa elección de los platos de comida, los tiempos de cocina se elaboran con tal antelación como para que cuando el cliente se encuentre en el restaurante los platos se encuentren listos para la degustación.

Por otro lado, si el cliente llegara sin previo aviso al restaurante y le gustaría disponer de las áreas de negocios todo dependería de la disposición de este.

Por lo que se dispone de 4 espacios destinados para negocios, en cada uno existe una mesa redonda para 12 persona y teniendo en cuenta los tiempos muertos y que los negocios se hacen en dos posibles horas del día como son en el almuerzo y en la cena podemos decir que nuestro ritmo de producción es de 96 platos al día.

**Tabla 17**

*Número de Trabajadores*

<b>NO</b>	<b>CARGO</b>	<b>HORAS SEMANA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
1	Gerente	40	Encargado de administrar el restaurante
2	Cajero	40	Cobra y factura a los clientes
3	Chef	40	Elabora los cortes de carne
4	Souschef	40	Colabora con el chef en lo que sea necesario
5	Lava Platos	40	No tiene los platos limpios y colabora en la cocina
6	Mesero 1	40	Encargado de una de la sección 1 y toma pedidos
7	Mesero 2	40	Encargado de una de la sección 2 y toma pedidos
8	Mesero 3	40	Encargado de una de la sección 3 y toma pedidos
9	Mesero 4	40	Encargado de una de la sección 4 y toma pedidos
10	Vendedor	40	Encargado de difundir y de vender el servicio que ofrece Get Your Business

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### 2.3.2 Nivel de inventario promedio

**Tabla 18**

*Inventario Mensual y Anual*

<b>INVENTARIO MENSUAL Y ANUAL DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>LECHE Y DERIVADOS</b>					
Leche	Litro	45,00	\$0,95	\$42,75	\$513,00
Queso	kilo	15,00	\$10,00	\$150,00	\$1.800,00
Yogurt	litro	30,00	\$1,50	\$45,00	\$540,00
Crema de Leche	litro	5,00	\$2,00	\$10,00	\$120,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$14,45</b>	<b>\$247,75</b>	<b>\$2.973,00</b>
<b>CARNES Y HUEVOS</b>					
<b>Res</b>					
Lomo Fino	Kilo	30,00	\$17,49	\$524,70	\$6.296,40
Picaña	kilo	30,00	\$30,00	\$900,00	\$10.800,00
Bife de Chorizo	kilo	10,00	\$16,99	\$169,90	\$2.038,80

T Bone	kilo	10,00	\$14,99	\$149,90	\$1.798,80
Rib Eye	kilo	20,00	\$26,15	\$523,00	\$6.276,00
<b>Cerdo</b>					
Costillas	kilo	30,00	\$12,00	\$360,00	\$4.320,00
Picaña	kilo	30,00	\$26,00	\$780,00	\$9.360,00
Lomo	kilo	30,00	\$11,00	\$330,00	\$3.960,00
Chuleta	kilo	30,00	\$10,00	\$300,00	\$3.600,00
<b>Aves</b>					
Pollo	kilo	120,00	\$9,00	\$1.080,00	\$12.960,00
Pavo	kilo	60,00	\$15,00	\$900,00	\$10.800,00
<b>Embutidos</b>					
Chorizo					
Argentino	kilo	115,00	\$10,00	\$1.150,00	\$13.800,00
Morcilla	kilo	115,00	\$8,50	\$977,50	\$11.730,00
Longaniza	kilo	115,00	\$11,00	\$1.265,00	\$15.180,00
Huevos	cubeta	30,00	\$4,00	\$120,00	\$1.440,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$222,12</b>	<b>\$9.530,00</b>	<b>\$114.360,00</b>
<b>PATATAS Y LEGUMBRES</b>					
Papa Chola	libra	300,00	\$0,67	\$201,00	\$2.412,00
Frejol Negro	libra	5,00	\$1,59	\$7,95	\$95,40
Frejol Rojo	libra	5,00	\$1,79	\$8,95	\$107,40
Lenteja	libra	5,00	\$1,30	\$6,50	\$78,00
Arveja	libra	5,00	\$1,10	\$5,50	\$66,00
Habas	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Maní	libra	5,00	\$1,50	\$7,50	\$90,00
Zanahoria	libra	5,00	\$0,90	\$4,50	\$54,00
Rábano	libra	5,00	\$0,75	\$3,75	\$45,00
Espárragos	libra	5,00	\$0,50	\$2,50	\$30,00
Cebolla	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Ajo	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Remolacha	libra	5,00	\$0,95	\$4,75	\$57,00
Apio	libra	5,00	\$0,60	\$3,00	\$36,00
Espinaca	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Lechuga	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Brócoli	libra	5,00	\$1,20	\$6,00	\$72,00
Tomate	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Pepinillo	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Pimiento	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Chochos	libra	5,00	\$1,00	\$5,00	\$60,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$21,85</b>	<b>\$306,90</b>	<b>\$3.682,80</b>
<b>FRUTAS</b>					
Naranja	libra	100,00	\$0,70	\$70,00	\$840,00
Naranjilla	libra	100,00	\$0,60	\$60,00	\$720,00
Mora	libra	100,00	\$0,55	\$55,00	\$660,00
Frutilla	libra	100,00	\$0,45	\$45,00	\$540,00
Guanábana	libra	100,00	\$0,30	\$30,00	\$360,00

Guayaba	libra	100,00	\$0,28	\$28,00	\$336,00
Piña	libra	50,00	\$1,53	\$76,50	\$918,00
Papaya	libra	50,00	\$2,00	\$100,00	\$1.200,00
Tamarindo	libra	50,00	\$1,30	\$65,00	\$780,00
Limón	libra	50,00	\$0,35	\$17,50	\$210,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$8,06</b>	<b>\$547,00</b>	<b>\$6.564,00</b>
<b>ACEITES Y MANTEQUILLAS</b>					
Aceite de Girasol	litro	30,00	\$12,00	\$360,00	\$4.320,00
Aceite de Oliva	litro	30,00	\$19,00	\$570,00	\$6.840,00
Aceite de Coco	litro	30,00	\$20,00	\$600,00	\$7.200,00
Aceite de Aguacate	litro	30,00	\$25,00	\$750,00	\$9.000,00
Mantequilla con Sal	kilo	10,00	\$7,00	\$70,00	\$840,00
Mantequilla sin Sal	kilo	10,00	\$6,00	\$60,00	\$720,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$89,00</b>	<b>\$2.410,00</b>	<b>\$28.920,00</b>
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>					
Servilletas	paquete	10,00	\$1,56	\$15,60	\$187,20
Guantes	caja	10,00	\$9,00	\$90,00	\$1.080,00
Mascarillas	caja	10,00	\$15,00	\$150,00	\$1.800,00
Cofias o Gorros	caja	10,00	\$18,00	\$180,00	\$2.160,00
Gaseosas	botella	200,00	\$1,50	\$300,00	\$3.600,00
Agua sin gas	botella	200,00	\$0,85	\$170,00	\$2.040,00
Agua con gas	botella	200,00	\$1,20	\$240,00	\$2.880,00
Cervezas	jaba	40,00	\$16,00	\$640,00	\$7.680,00
Vinos Tinto	botella	90,00	\$15,00	\$1.350,00	\$16.200,00
Vinos Blanco	botella	30,00	\$15,00	\$450,00	\$5.400,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$93,11</b>	<b>\$3.585,60</b>	<b>\$43.027,20</b>
<b>SERVICIOS BÁSICOS OPERATIVOS</b>					
Agua	Litro	3.000,00	\$0,04	\$120,00	\$1.440,00
Energía Eléctrica	kilovatio	5.000,00	\$0,04	\$175,00	\$2.100,00
Internet	megas	50.000,00	\$0,00	\$50,00	\$600,00
Línea Telefónica	minutos	500,00	\$0,09	\$45,00	\$540,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$0,17</b>	<b>\$390,00</b>	<b>\$4.680,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$448,76</b>	<b>\$17.017,25</b>	<b>\$204.207,00</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Cómo podemos observar en inventario se basa en insumos de cocina, y cortes de carne de calidad que se encuentran almacenados dentro del cuarto frío, al momento después de realizar la investigación este es el inventario tentativo mensual que se requeriría para que quede Your Business pueda laburar.

**Tabla 19**

*Productos Sustitutos*

<b>PRODUCTOS SUSTITUTOS</b>			
<b>PRODUCTOS</b>	<b>SUSTITUTOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>SUSTITUTOS</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>			
<b>ACEITES</b>		<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	
Aceite de Girasol	Se sustituyen entre sí	Servilletas de papel	Servilletas de tela
Aceite de Oliva		Guantes de vinilo	Guantes de látex
Aceite de Coco		Mascarillas	Mascarillas de tela
Aceite de Aguacate		Cofias	Gorros
<b>MANTEQUILLAS</b>		Gaseosas	Jugos naturales
Mantequilla con Sal	Margarina con Sal	Agua sin gas	Ninguno
Mantequilla sin Sal	Margarina sin Sal	Agua con gas	Ninguno
<b>CARNES</b>		Cervezas	Se sustituyen entre sí
<b>CARNE DE RES</b>	Los cortes del mismo animal se sustituyen entre sí, los tipos de carne de cada animal con otro tipo de carne animal o con sustitutos vegetarianos a base de frijoles, lenteja, entre otros.	Vino Tinto	
Lomo Fino		Vino Blanco	
Picaña		<b>LECHE Y DERIVADOS</b>	
Bife de Chorizo		Leche	Leche de almendra
T Bone		Queso	Queso de chocho
Rib Eye		Yogurt	Yogurt de kéfir
<b>CARNE DE CERDO</b>		Crema de Leche	Yogurt Griego
Costillas		<b>PATATAS</b>	
Picaña		Papa Chola	Yuca
Lomo		<b>LEGUMBRES</b>	
Chuleta	Frejol Negro	Cada una de las legumbres, verduras y hortalizas se sustituyen entre sí unas a otras	
<b>CARNE DE AVE</b>	Frejol Rojo		
Pollo	Lenteja		
Pavo	Arveja		
<b>EMBUTIDOS</b>			Habas
Chorizo Argentino	Se sustituyen entre sí o con embutidos a base de soya		Maní
Morcilla			Zanahoria
Longaniza			Rábano
<b>FRUTAS</b>			Espárragos
Naranja	Cada una de las frutas se sustituyen entre sí unas a otras		Cebolla
Naranjilla		Ajo	
Mora		Remolacha	
Frutilla		Apio	
Guanábana		Espinaca	

Guayaba		Lechuga	
Piña		Brócoli	
Papaya		Tomate	
Tamarindo		Pepinillo	
Limón		Pimiento	

Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

La mayoría de los productos que utilizará Get Your Business están pensados para poder sustituirse entre ellos en caso de escases.

## 2.4 CAPACIDAD OPERATIVA

La capacidad operativa vigente de Get Your Business está limitada por el aforo del área reservada para reuniones de negocios y por el tiempo en el que los clientes utilizan dichas áreas. Como se observa en la ilustración 18, el primer piso dispone de 4 áreas utilizadas para prestar el servicio.

En cada área existe un aforo de 12 personas, y se contempla que cada área será utilizada dos veces al día, una vez en el almuerzo y otra en la cena. Ya que dichas horas son utilizadas para sellar ventas en general.

$$\textit{Capacidad operativa} = \textit{Aforo} \times \textit{Áreas de negocios} \times \textit{Veces en el día}$$

$$\textit{Capacidad operativa} = 12 \textit{ personas} \times 4 \textit{ áreas} \times 2 \textit{ comidas al día}$$

$$\textit{Capacidad operativa} = 12 \times 4 \times 2$$

$$\textit{Capacidad operativa} = 96$$

### 2.4.1 Capacidad operativa futura.

La capacidad de operativa futura le permite a Get Your Business planificar los eventos relacionados con la productividad del restaurante, medir y aproximar los ingresos y egresos que tendrá el negocio, proyectar un volumen determinado de materia prima según la capacidad y el tiempo en producir un plato de comida.

Como uno de los puntos fuertes que determina la capacidad operativa de Get Your Business son las áreas destinadas para reuniones de negocios y el tiempo que el cliente desea quedarse con su grupo.

Get Your Business planea expandir el área destinada para negocios con 1 espacio más de 12 personas cada tres años. En un futuro expandir el horario de atención, abarcando a los negocios que estén interesados en el horario de brunch.

**Tabla 20**

*Capacidad futura*

Años	Capacidad diaria	Servicios al mes	Servicios al año
2022 (actual)	96	1920	23040
2023	100	2000	24000
2024	104	2080	24960
2025	108	2160	25920
2026	112	2240	26880
2027	116	2320	27840
2028	120	2400	28800

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Para sacar la capacidad futura se dividieron las 12 personas para los 3 años en los que se va a implementar una nueva área, y eso nos dio cuatro personas diarias más, se realizó la proyección con los servicios prestados al mes únicamente con 20 días laborables, y lo mismo se realizó para los servicios al año.

## **2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN**

### **2.5.1 Especificaciones de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar**

En un restaurante el catálogo de materiales puede cambiar según la demanda y construcción de los platos ofertados, sin embargo, Get Your Business comprueba el grado de sustitución de la lista de materiales utilizados para la elaboración de los comestibles para que mantengan su sabor y los insumos para

que el servicio mantenga su presentación. Los mismos que se describirán a continuación.

**Tabla 21**

*Materias primas y Grado de sustitución*

<b>Materia prima</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Nivel de sustitución</b>
Leche	Vita leche	Medio
Queso	Alpinas	Medio
Carne de pollo	El Cordobés	Medio
Carne de pavo	El Cordobés	Medio
Carne de cerdo	El Cordobés	Medio
Carne de res	Suiza	Medio
Embutidos	El Cordobés	Medio
Huevos	El Cordobés	Medio
Patatas	El Fruton	Medio
Legumbres	El Fruton	Medio
Frutas	El Fruton	Medio
Aceite de girasol	La Favorita	Medio
Aceite de oliva	La Favorita	Medio
Mantequilla	Alpinas	Medio
Gaseosas	Coca Cola	Alto
Agua sin gas	Coca Cola	Bajo
Agua con gas	Coca Cola	Bajo
Cervezas	Cervecería Nacional	Alto
Vinos tintos	Andina Licores	Alto
Vinos blancos	Andina Licores	Alto

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Contemplando la tabla 19, se analizó el grado de sustitución que posee cada uno de los materiales utilizados para realizar la elaboración de los alimentos y se le asignó una ponderación contemplada por estas tres opciones:

Nivel de sustitución alto, productos de variedad y disponibilidad.

Nivel de sustitución medio, permiten la elaboración estable.

Nivel de sustitución bajo, materiales difíciles de cambiar.



## **2.6 CALIDAD**

### **2.6.1 Método de control de calidad**

El objetivo del control de la calidad como la unión de acciones, herramientas y mecanismos desarrollados es revelar defectos o errores y certificar que los productos o servicios se desempeñen con todas las exigencias mínimas de calidad. (Ishikawa, 2012)

En Get Your Business los métodos de control de calidad serán implementados por medio de Check-list, los mismos que se encontrarán en el área de alancen, en el área de cocina, y en el área de servicio.

El Check-list se puede interpretar de varias maneras, en el área de servicio se implementará el control de calidad por medio de una encuesta de satisfacción al cliente, como podemos observar en el punto 1.7 SEGUIMIENTO DEL CLIENTE. En el área de cocina, el Check-list estará en manera de receta, la misma que el Chef proporcionará a los empleados a su cargo. Por último, en el área de almacén, el Check-list marcará la integridad de los productos.

## **2.7 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN**

### **2.7.1 Seguridad e higiene ocupacional**

Las actividades como tratamiento oportuno, readaptación laboral, contemplación de accidentes de trabajo entre otros, al momento en el que se realizan en grupo mejoran la calidad de vida de los trabajadores. (Carrera, Rivadeneira, Navarrete, & Paredes, 2019)

Reglas de seguridad e higiene:

- Obligatoriedad en Elementos de Protección Personal, dependiendo del área de trabajo:
  - Área de Cocina: Guantes, protector de cabello, delantal, alcohol antiséptico.
  - Área de servicio: Mascarilla, alcohol antiséptico.

- No obstaculizar salidas de emergencia, extintores de incendio, botiquín y elementos eléctricos.
- No obstaculizar la visibilidad de señales de seguridad.
- No correr en áreas antideslizantes ni obstaculizar el paso.
- Reportar y cambiar son las de iluminación precaria.
- Conocer donde se encuentran las salidas de emergencia
- Mantener limpia el área de trabajo
- Lavarse las manos regularmente con agua y con jabón

En Get Your Business tratamos a nuestros colaboradores como familia porque sabemos que el trabajo es como su segundo hogar, por lo que tratamos de que su estancia sea imbatible, asegura y limpia mitigando la mayor cantidad de factores de riesgo.

## **CAPITULO III**

### **3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

Determinar la filosofía de Get Your Business como es la Visión y Misión, enumerar los puestos de la organización con las diferentes funciones que serán cumplidas por cada uno de los colaboradores considerando sus tareas y gestiones que deberán realizar para llegar a las metas empresariales necesarias para el desarrollo del servicio en bien de nuestros clientes.

#### **3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

##### **3.2.1 Visión de la empresa**

Para el 2027, ser un apoyo permanente y directo en el desarrollo de la comunicación entre aliados estratégicos, clientes y colaboradores, llegando a ser la primera opción para los empresarios y emprendedores que desean realizar diálogos para desarrollar negocios, siendo líderes en el servicio al momento de reunirse con clientes internos y externos en espacios exclusivos y cumpliendo con los requerimientos de nuestros consumidores, siendo reconocidos por esto como los mejores en nuestro servicio, ofertando calidad con la mejor comida a su alcance, siendo los primero en el mercado en la ciudad de Quito.

##### **3.2.2 Misión de la empresa**

Get Your Business restaurante, apoya de manera permanente y directa al desarrollo del diálogo en la negociación de clientes internos y externos de una empresa en espacios exclusivos ofertando un servicio de calidad con respeto, responsabilidad y puntualidad con comida exquisita al alcance de nuestros consumidores de la ciudad de Quito.

### 3.2.3 Objetivos y estrategias

#### Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, de tal manera que evalúa el entorno interno y el entorno externo de la empresa. FODA es un acrónimo de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, instauran una matriz de análisis que permite diagnosticar la situación estratégica de la empresa. (Dyson, 2004)

**Tabla 22**

*Matriz FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. Personal altamente capacitado.	1. Innovación de nuevas metodologías gastronómicas.
2. Maquinaria de punta para agilizar la entrega de comida.	2. No existen lugares que proporcionen el mismo servicio.
3. Asequibilidad a publicidad por medio de redes sociales.	3. 8% del IVA en feriados, impulsa el flujo de clientes.
4. Materia prima de primera calidad.	4. Crecimiento de la inversión extranjera en el Ecuador.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1. Limitada confiabilidad por el tipo de servicio.	1. Alto índice de desempleo
2. Poca experiencia en el giro del negocio.	2. Crisis económica.
3. Falta de promoción de los servicios para el mercado objetivo.	3. Poco presupuesto para reuniones con clientes internos y externos.
4. Buscar al cliente para vender el producto.	4. Virtualización de las reuniones empresariales.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: (Dyson, 2004)

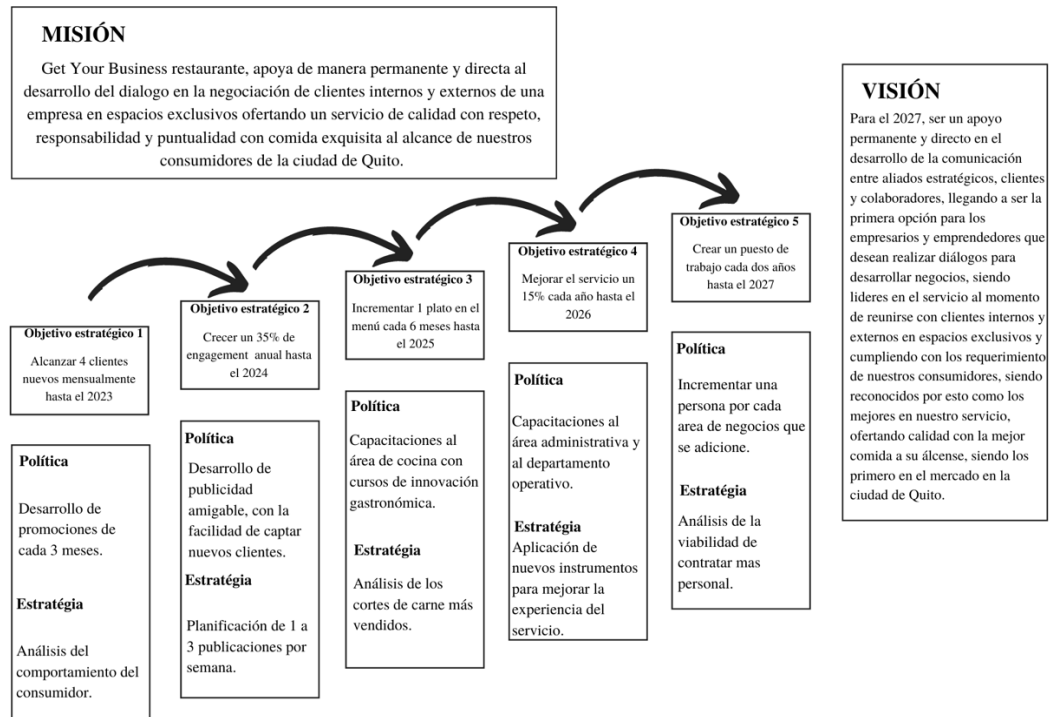
#### Planeamiento estratégico

Es un proceso que sirve para pronosticar las con secuencias que los directivos deben tomar y así desarrollar las actividades y operaciones necesarias para alcanzar el objetivo propuesto. (Goodstein, 1998).

Son los objetivos planteados por una empresa o emprendimiento para lograr una determinada meta en función de una estrategia, que a largo plazo mejorara la posición de la empresa en el mercado (Andia, 2011)

### Gráfico 19

#### Objetivos estratégicos



Elaborado por: José Rubianes  
Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

### 3.3.1 Organización interna

En Get Your Business la organización interna es un proceso por el cual se especifica los departamentos, puesto y sus respectivas funciones, utilizado de manera administrativa como declaratoria legal de la jerarquía.

La organización interna comprende, el organigrama estructural, el organigrama funcional, procedimientos internos comprendidos dentro del emprendimiento, las metas empresariales, la descripción de funciones, requisitos para los puestos y objetivos de los departamentos administrativos.

## Gráfico 20

### Organigrama Estructural



Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

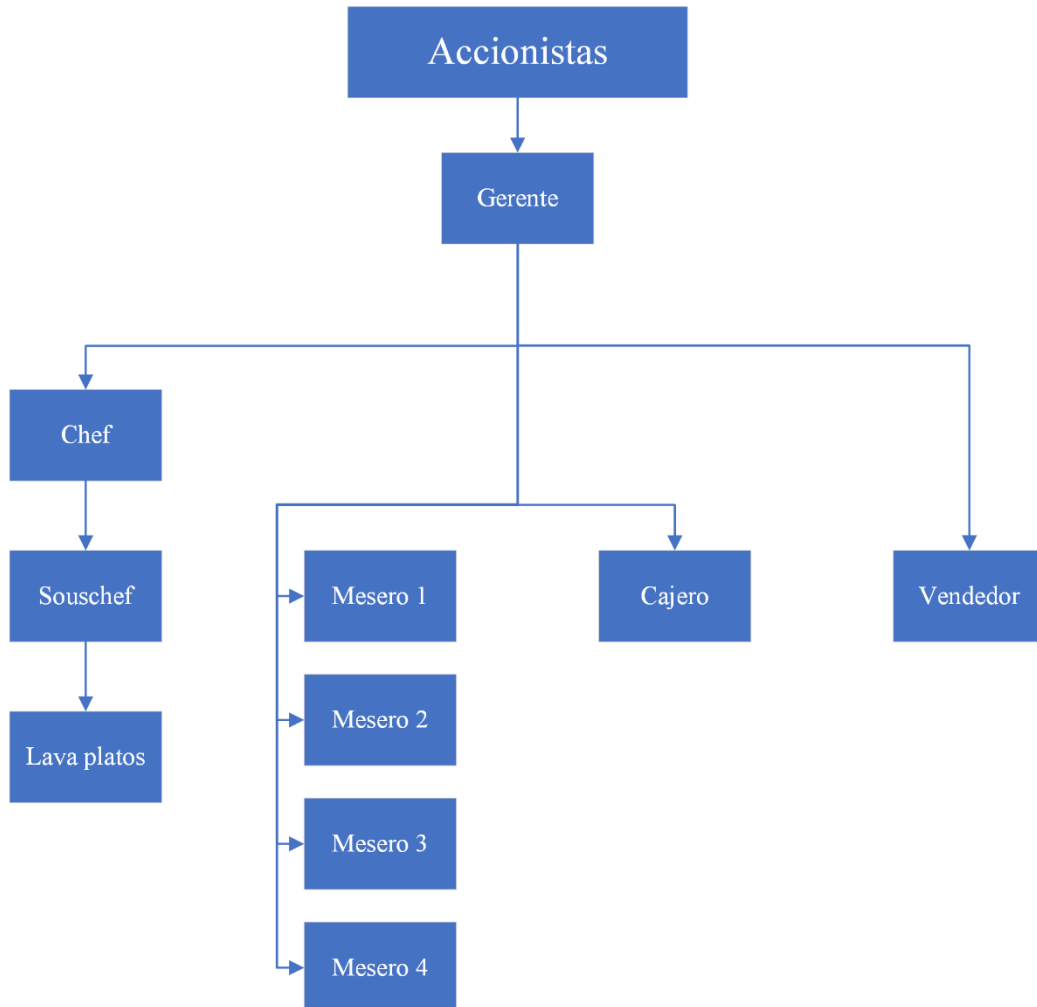
En Get Your Business el organigrama estructural esta aplicado según las actividades, tareas, procesos y procedimientos que realiza cada departamento en el emprendimiento, los mismos que han sido nombrados como:

- Junta de Accionistas (inversionistas)
- Departamento Operativo
- Departamento Administrativos
- Cocina
- Departamento Comerciales

Cada departamento dispone de una cadena de mando, de esa manera se mantiene el control y la productividad a base de resultados.

**Gráfico 21**

*Organigrama Funcional*



Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

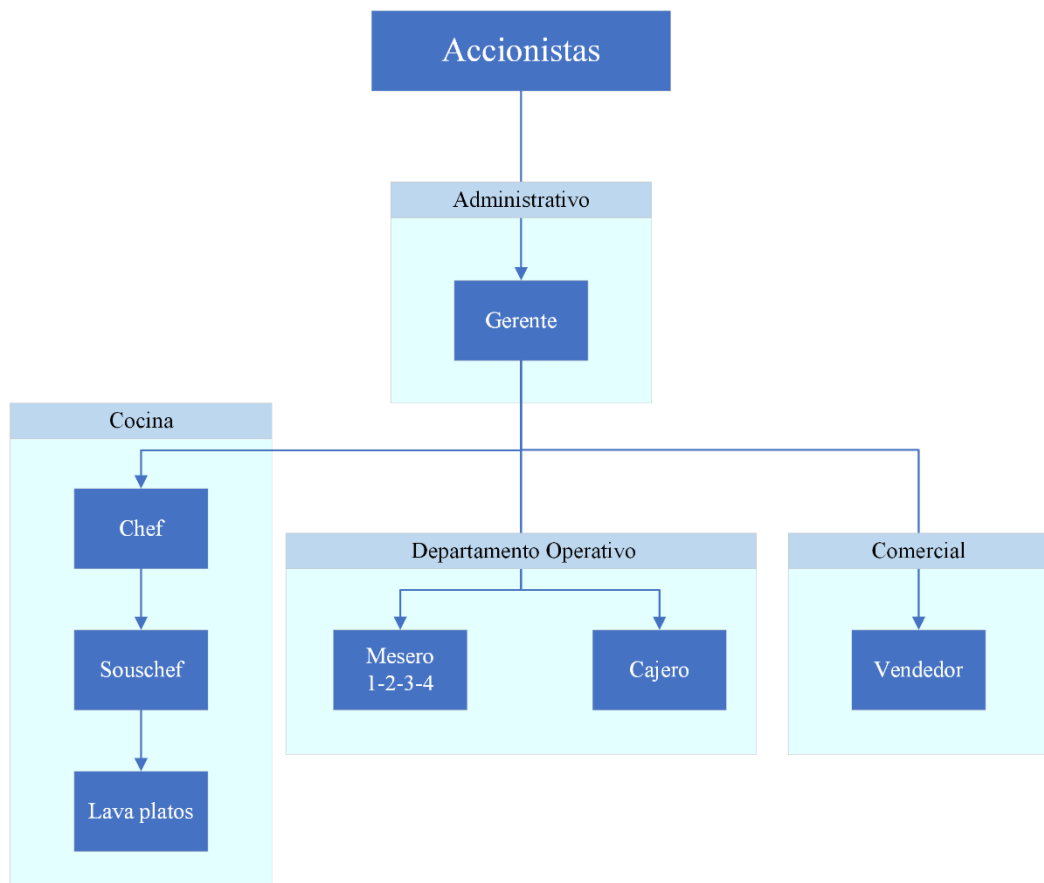
En Get Your Business el organigrama funcional esta aplicado según los puestos en el emprendimiento, los mismos que han sido nombrados como:

- Gerente
- Chef, Souchef, lava platos
- Mesero 1,2,3,4
- Cajero
- Vendedor

Cada puesto responde a un líder, de esa manera se mantiene el control y la productividad a base de resultados.

### Gráfico 22

#### *Sinergia entre Organigrama Funcional y Estructural*



Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

En la ilustración 22, podemos ver como el organigrama estructural y funcional se unen y mantiene una sinergia que permite identificar la jerarquía, que puesto pertenece a cada departamento y la cadena de mando.

### 3.3.2 Descripción de puestos

Es necesario para Get Your Business disponer de personal capacitado para poder, realizar la comida, vender y prestar el servicio de reuniones empresariales, para lo cual se crearon perfiles para cada uno de los puestos. Los requerimientos de cada puesto tienen que complementarse con las necesidades de la empresa.



**Tabla 23***Perfil del puesto de Gerente*

Información de puesto	
Puesto	Gerente
Jefe inmediato	Junta de Accionistas
Supervisa a	Cajero, Chef, Meseros y Vendedor
Descripción del puesto	
<p>Administrar con eficiencia los recursos del negocio, Capacidad para planificar, Habilidad para gestionar, Capacidad de servicio, Creatividad para el trabajo, Coordinar las operaciones diarias del restaurante y cocina, Ofrecer un servicio superior y maximizar la satisfacción de los clientes, Responder de forma eficiente y precisa a las quejas de los clientes, Evaluar la calidad de los productos, buscar nuevos proveedores, Organizar los turnos del Personal, Motivar al personal para entregar un excelente servicio, Evaluar el rendimiento del personal y ofrecer información para mejorar su productividad, Garantizar el cumplimiento de las normativas sanitarias y de seguridad, Controlar los costes operativos e identificar medidas para reducir el derroche, Crear informes detallados sobre los ingresos y gastos semanales, mensuales y anuales, Formar a los nuevos empleados y al personal habitual sobre prácticas adecuadas de servicio al cliente,</p>	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Administrador de Empresas, Marketing, Economía, Administración Hotelera, carreras afines
Experiencia	Mínimo 2 años en administración de restaurantes o locales de eventos sociales, conocimiento en alimentos y bebidas, conocimientos contables - financieros, servicio al cliente, trabajo en equipo, capacitador.
Habilidades	Servicio, liderazgo, trabajo bajo presión, organización, creatividad, planificación y controlar, manejo de personal, resolución de problemas, acción inmediata, trabajo en equipo, atención al cliente, analítico, facilidad de negociación, personalidad, paciente, amable, responsable.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 24***Perfil del puesto de Vendedor*

Información de puesto	
Puesto	Vendedor
Jefe inmediato	Gerente

Supervisa a	
Descripción del puesto	
Cumplir atender a los clientes potenciales, realizara prospectación, presentar el servicio al prospecto, crear el interés al cliente potencial y cerra la venta.	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Titulado, egresado o Cursando los últimos años de administración o afines
Experiencia	1 año en ventas de productos empresariales
Habilidades	Cortesía, amabilidad, servicio y facilidad de comunicación.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### **Tabla 25**

#### *Perfil del puesto de Cajero*

Información de puesto	
Puesto	Cajero
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	
Descripción del puesto	
Encargado o encargada de la cobranza y facturación de los servicios o platos entregados en cada una de las mesas o salones, realizara ofertar de servicios a los clientes, elaborara un informe diario de ingresos y egresos, realizara el cuadro de caja diario y entregara la información a la gerencia.	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Titulado, egresado o Cursando los últimos años de administración o afines
Experiencia	Sin experiencia
Habilidades	Proactivo, responsable, puntal, organizado.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### **Tabla 26**

#### *Perfil del puesto de Mesero*

Información de puesto
-----------------------

Puesto	Mesero
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	
Descripción del puesto	
Encargado o encargada de la cobranza y facturación de los servicios o platos entregados en cada una de las mesas o salones, realizara ofertar de servicios a los clientes, elaborara un informe diario de ingresos y egresos, realizara el cuadro de caja diario y entregara la información a la gerencia.	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Bachillerato terminado
Experiencia	Mínimo de 1 año, atendiendo mesas en eventos sociales o restaurantes
Habilidades	Atención al cliente, amabilidad, buen carácter, enfocado en el servicio.
Habilidades	Servicio, liderazgo, trabajo bajo presión, organización, planificación trabajo en equipo, atención al cliente.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### **Tabla 27**

#### *Perfil del puesto de chef*

Información de puesto	
Puesto	Chef
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	Souschef, Lava platos
Descripción del puesto	
Cocinar, preparar y decorar platillos, Desarrollar menús, Supervisar el adecuado funcionamiento en las cocinas de restaurantes, Asignar tareas al souschef, Revisar la calidad de los alimentos, Atender a clientes, otras actividades inherentes al puesto.	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Título en gastronomía con especialización en chef parrillero
Experiencia	Mínima de 2 años en parrilla, en manejo de personal, en atención a clientes, en servicio operativo, en manejo de personal.
Habilidades	Servicio, liderazgo, trabajo bajo presión, organización, planificación trabajo en equipo, atención al cliente.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 28**

*Perfil del puesto de Souschef*

Información de puesto	
Puesto	Souschef
Jefe inmediato	Chef
Supervisa a	Lava platos
Descripción del puesto	
Trabaja bajo las órdenes del Chef, prepara el material que el chef necesita, procesa los alimentos que se requieren para elaborar los platillos, es el ayudante del chef, cocina los platos asignados por el chef.	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Titulado, egresado o Cursando los últimos años de gastronomía.
Experiencia	Sin experiencia
Habilidades	Proactivo, responsable, puntal, organizado.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 29**

*Perfil del puesto de Lavaplatos*

Información de puesto	
Puesto	Lava platos
Jefe inmediato	Souschef
Supervisa a	
descripción del puesto	
Se encarga de mantener la vajilla, limpia y lista para ser utilizada de acuerdo con el requerimiento del Souschef	
Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Bachillerato terminado
Experiencia	Sin experiencia
Habilidades	Proactivo, responsable, puntal, organizado.

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Para Get Your Business, el proporcionar personal capacitado no es un impedimento para poder generar plazas de trabajo, si bien es cierto, las personas con cargos directivos deben tener experiencia y conocimientos, para los demás puestos se solicita tener habilidades y vocación de servicio.

### 3.4 CONTROL DE GESTIÓN

#### 3.4.1 Indicador de gestión

Los indicadores de gestión son la manera cuantitativa de validar el desempeño de un proceso, cuya dimensión, al ser cotejada con los elementos presupuestados, arroja estados de derivación los cuales se utilizan para felicitar o instaurar métodos correctivos. (Beltran Jaramillo, 2015)

**Tabla 30**

*Indicadores de gestión*

Área	Indicadores de gestión	Formula
Departamento Administrativo	Índice de rendimiento de costos	$\frac{\text{Costo presupuestado del trabajo}}{\text{Costo real del trabajo realizado}}$
Cocina	Tiempo de cocción	$\text{Hora de pedido} - \text{Hora de entrega}$
Departamento Operativo	Nivel de satisfacción del cliente	<i>Resultados y análisis de encuestas de satisfacción.</i>
Departamento Comerciales	Índice de eficacia en ventas	$\frac{\# \text{ de ventas realizadas} \times 100}{\# \text{ de ventas presupuestadas}}$

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### 3.5 NECESIDADES DE PERSONAL

Get Your Business, está proyectado iniciar con diez empleados a tiempo completo, cada uno de ellos iniciará con un contrato indefinido con un periodo de prueba de 3 meses, pago del fondo de reserva, 15 días de vacaciones, licencia por paternidad, licencia por maternidad, pago de utilidades, un buen ambiente laboral, cumplimiento del horario, seguridad laboral.

## CAPITULO IV

### 4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

#### 4.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

Definir la forma jurídica, la marca y los documentos legales de acuerdo con las políticas, normas y reglamentos en la que la ley se ampara para el funcionamiento y creación de una empresa en la ciudad de Quito.

#### 4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Get Your Business se constituirá como empresa según la Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), este tipo de compañía puede ser constituida por una o varias personas sean estas naturales o jurídicas como el beneficio de este tipo de compañías es que el trámite resulta ser ágil, no requiere de un capital mínimo y como su nombre lo indica simplificado. (Simple SAS, 2020)

La S.A.S se constituye en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y no en el Registro Mercantil, es perfecta para emprender o prosperar un negocio de manera regulada, dispone de iguales beneficios que la Sociedad Anónima o la Compañía Limitada y pueden dedicarse a cualquier tipo de actividad económica, excepto actividades reguladas por una legislación específica, como: seguros, mercado de valores, medicina prepagada, etc.

Según (Portal unico de tramites ciudadanos, 2022) para la constitución electrónica el interesado debe:

1. *Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)*
2. *Seleccionar la opción “PORTAL DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA DE COMPAÑÍAS”.*
3. *Presionar la opción “CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA. Luego, seleccionar CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA SAS”.*

4. *Ingresar su usuario y contraseña (si no dispone crearse un usuario y contraseña).*
5. *Seleccionar la reserva de denominación que desea utilizar en el proceso de constitución.*
6. *Responda el cuestionario de legalidad.*
7. *Ingresar la información en el formulario “SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS SAS”. La información se divide en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital, Representantes Legales, Contrato y nombramientos, Anexos de legalidad y Generación de Inscripciones.*
8. *Por cada registro, adjuntar los documentos habilitantes requeridos por el sistema.*
9. *El sistema generará el contrato o acto unilateral de constitución, el o los nombramientos y el anexo de legalidad, según la información ingresada en la solicitud.*
10. *Revise los documentos generados por el sistema y fírmelos electrónicamente.*
11. *Aceptar condiciones del proceso electrónico y presione el botón “CONSTITUIR COMPAÑÍA” De esta manera el sistema generará automáticamente las inscripciones de los documentos.*
12. *Finalmente, una vez inscritos los documentos en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, usted recibirá una notificación con la confirmación de la constitución exitosa de su compañía. El proceso de inscripción es automático. En la notificación usted recibirá adjunta la siguiente documentación generada en formato PDF:*
  - *Contrato o Acto Unilateral*
  - *Anexo de Legalidad*
  - *Nombramientos generados*

*13. Recuerde que a partir de la inscripción de la compañía, usted tendrá 30 días para Actualizar información general y Presentar balance inicial.*

*14. Adicionalmente, el Sistema le preguntará si desea realizar la solicitud de inscripción del RUC de forma virtual hacia el SRI.*

El RUC es la herramienta que registra e identifica a los contribuyentes con fines impositivos y suministrar los datos a la Administración Tributaria y corresponde al número de identificación definido para todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que deben pagar impuestos. (SRI, 2015)

### **4.3 REGISTRO DE MARCA**

Una marca es un símbolo que diferencia un servicio de otros. Puede estar personificada por una palabra, números, un logotipo, un sonido, un olor, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020)

Según (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020) el proceso para registrar una marca se detalla a continuación:

*1.- Ingresar en la página del SENADI: [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)*

*2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS*

*3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL*

*4.- llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)*

*5.- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.*

*6.- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.*

*7.- Ingrese con su usuario y contraseña*

*8.- Ingrese a la opción PAGOS*



- 9.- Opción *TRAMITES NO EN LINEA*
- 10.- Opción *GENERAR COMPROBANTE*
- 11.- *Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)*
- 12.- *Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE*
- 13.- *Imprima el comprobante*
- 14.- *Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea ([Manual de uso](#))*
- 15.- *Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)*
- 16.- *Envíe vía mail a la siguiente dirección [foneticoquito@senadi.gob.ec](mailto:foneticoquito@senadi.gob.ec), así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.*
- 17.- *Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.*
- TRAMITE PARA EL REGISTRO DE LA MARCA*
- 18.- *Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.*
- 19.- *Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña*
- 20.- Opción *REGISTRO*
- 21.- *Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS*
- 22.- *Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca*
- 23.- *Después de haber ingresado los datos*
- 24.- Botón *GUARDAR*
- 25.- Botón *VISTA PREVIA*
- 26.- Botón *GENERAR COMPROBANTE DE PAGO*, que tiene un costo de \$208,00
- 27.- *Cancele en el Banco del Pacífico*
- 28.- *Icono INICIO DE PROCESO.*

#### **4.4 PERMISOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN RESTAURANTE Y DOCUMENTOS LEGALES**

Para las personas naturales o jurídicas que hayan inscrito el RUC en el SRI, cuya actividad económica tiene que ver con venta de comida o servicios de alimentación en general, deberán obtener los siguientes permisos de funcionamiento:

- Patente municipal
- Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)
- Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento)
- Permiso de Funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)
- Registro de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización)
- Registro turístico en Quito Turismo (según categorización)

## CAPITULO V

### 5. ÁREA FINANCIERA

#### 5.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO

Analizar la distribución financiera y económica del proyecto logrando identificar la inversión, ingresos brutos, costos y gastos de manera orgánica, controlando mediante el uso de indicadores financieros y viendo la viabilidad del proyecto.

#### 5.2 PLAN DE INVERSIONES

Es el periodo del proyecto en el que los recursos de valor se ponen a disposición de los emprendedores para iniciar las actividades productivas, operaciones empresariales y a la obtención de beneficios. (Orozco, 2016)

**Tabla 31**

*Plan de inversión (Activos Fijos)*

PLAN INVERSIÓN					
DESCRIPCIÓN	#	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL (USD)	TOTAL (USD)
					\$ 24.642,66
	1	Freidora	\$ 729,32	\$ 729,32	
	1	Plancha industrial	\$ 264,00	\$ 264,00	
	1	Refrigeradora	\$ 2.123,54	\$ 2.123,54	
	1	Cuarto frio	\$ 12.320,00	\$ 12.320,00	
	1	Licuadaora	\$ 520,80	\$ 520,80	
<b>Maquinaria y Equipos</b>	1	Estufa	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
	1	Parrilla	\$ 550,00	\$ 550,00	
	1	Exprimidor industrial	\$ 265,00	\$ 265,00	
	1	Lavabo	\$ 285,00	\$ 285,00	
	1	Estación de sándwiches	\$ 985,00	\$ 985,00	
	2	Utensilios de cocina	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	
	1	Máquina de café	\$ 880,00	\$ 880,00	
	1	Extractor de aire	\$ 520,00	\$ 520,00	
<b>Muebles y Enseres</b>					\$ 17.872,96

	1	Cava de vinos	\$ 925,00	\$ 925,00	
	1	Refrigeradora de bebidas	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	
	4	Mesa redonda	\$ 999,00	\$ 3.996,00	
	1	Mesa de trabajo	\$ 135,00	\$ 135,00	
	48	Sillas	\$ 120,98	\$ 5.807,04	
	2	Sillas giratorias	\$ 121,98	\$ 243,96	
	1	Escritorio de oficina	\$ 230,00	\$ 230,00	
	4	Proyector	\$ 799,99	\$ 3.199,96	
	8	Parlantes	\$ 195,99	\$ 1.567,92	
	4	Alexa	\$ 76,77	\$ 307,08	
	3	Extintores	\$ 17,00	\$ 51,00	
	4	Cilindro de gas	\$ 45,00	\$ 180,00	
					<b>\$ 2.550,00</b>
<b>Equipos de Computación</b>	1	Computador de escritorio	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	
	1	Sistema contable	\$ 700,00	\$ 700,00	
	2	Regulador	\$ 50,00	\$ 100,00	
					<b>\$ 609,00</b>
<b>Equipos de Oficina</b>	1	Teléfono inalámbrico	\$ 60,00	\$ 60,00	
	1	Caja registradora	\$ 99,00	\$ 99,00	
	1	Op de Datafas	\$ 450,00	\$ 450,00	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>					<b>\$ 45.674,62</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 32**

*Plan de inversión (Activos Diferidos)*

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>#</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>SUBTOTAL (USD)</b>	<b>TOTAL (USD)</b>
					<b>\$ 30.000,00</b>
<b>Instalaciones</b>	1	Adecuaciones	\$30.000,00	\$30.000,00	
					<b>\$ 1.820,00</b>
<b>Costos de Constitución</b>	1	Constitución S.A.S	\$20,00	\$20,00	
	1	Permisos de funcionamiento	\$400,00	\$400,00	
	1	Registro de marca	\$400,00	\$400,00	
	1	Gastos notariales	\$1.000,00	\$1.000,00	
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>					<b>\$ 31.820,00</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 33**

*Plan de inversión (Capital de Trabajo)*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>VALOR TRIMESTRAL</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			
Materia Prima Directa	\$	13.041,65	\$ 39.124,95
Mano de Obra Directa	\$	6.625,89	\$ 19.877,68
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Materia Prima Indirecta	\$	3.585,60	\$ 10.756,80
Materiales de Limpieza	\$	19,30	\$ 57,90
Servicios Básicos (Agua/Luz) Producción	\$	390,00	\$ 1.170,00
<b>GASTOS</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Suministros de Oficina	\$	29,10	\$ 87,30
Sueldos y Salarios	\$	3.795,47	\$ 11.386,41
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$	58,80	\$ 176,40
Servicios Internet	\$	40,00	\$ 120,00
Gasto arriendo	\$	1.200,00	\$ 3.600,00
<b>GASTOS DE VENTA</b>			
Publicidad	\$	300,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>3.718,82</b>	<b>\$ 87.257,44</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 34**

*Plan de inversión*

<b>PLAN INVERSIÓN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL (USD)</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 45.674,62</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 31.820,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 87.257,44</b>
<b>TOTAL PLAN DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 164.752,06</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

### 5.3.1 Forma de financiamiento

El plan de financiamiento se interpreta como la manera que el emprendedor utiliza para captar recursos hacia el proyecto, Get Your Business. Se creará una sociedad simplificada con el aporte de 3 principales socios, la misma que contará con la siguiente distribución de recursos.

**Tabla 35**

*Plan de Financiamiento*

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	% SOCIOS	TOTAL USD	%
<b>Recursos Propios</b>				
<b>Aportación de Socios</b>			<b>164.752,06</b>	<b>100%</b>
Socio 1	56.015,70	34,00%		
Socio 2	54.368,18	33,00%		
Socio 3	54.368,18	33,00%		
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>164.752,06</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Los recursos para utilizar en el proyecto no siempre son de valor monetario, estos pueden ser sabiduría, experiencia, materiales, técnicos, entre otros, los mismos que se identificaran al momento de valorar el porcentaje de acciones.

## 5.4 CALCULO DE COSTOS Y GASTOS

### 5.4.1 Detalle de costos

Get Your Business interpreta a los costos como el valor que se va a invertir para realizar el producto o prestar el servicio, de esta manera podemos apreciar el detalle de los valores que se necesitan para empezar a cocinar y mantener abastecido el inventario.

**Tabla 36***Detalle de Costos*

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTOS UNITARIOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>LECHE Y DERIVADOS</b>					
Leche	Litro	45	\$0,95	\$42,75	\$513,00
Queso	kilo	15	\$10,00	\$150,00	\$1.800,00
Yogurt	litro	30	\$1,50	\$45,00	\$540,00
Crema de Leche	litro	5	\$2,00	\$10,00	\$120,00
<b>CARNES</b>					
<b>Res</b>					
Lomo Fino	Kilo	30	\$17,49	\$524,70	\$6.296,40
Picaña	kilo	30	\$30,00	\$900,00	\$10.800,00
Bife de Chorizo	kilo	10	\$16,99	\$169,90	\$2.038,80
T Bone	kilo	10	\$14,99	\$149,90	\$1.798,80
Rib Eye	kilo	20	\$26,15	\$523,00	\$6.276,00
<b>Cerdo</b>					
Costillas	kilo	30	\$12,00	\$360,00	\$4.320,00
Picaña	kilo	30	\$26,00	\$780,00	\$9.360,00
Lomo	kilo	30	\$11,00	\$330,00	\$3.960,00
Chuleta	kilo	30	\$10,00	\$300,00	\$3.600,00
<b>Aves</b>					
Pollo	kilo	120	\$9,00	\$1.080,00	\$12.960,00
Pavo	kilo	60	\$15,00	\$900,00	\$10.800,00
<b>ENBUTIDOS</b>					
Chorizo Argentino	kilo	115	\$10,00	\$1.150,00	\$13.800,00
Morcilla	kilo	115	\$8,50	\$977,50	\$11.730,00
Longaniza	kilo	115	\$11,00	\$1.265,00	\$15.180,00
Huevos	cubeta	30	\$4,00	\$120,00	\$1.440,00
<b>PATATAS Y LEGUMBRES</b>					
Papa Chola	libra	300	\$0,67	\$201,00	\$2.412,00
Frejol Negro	libra	5	\$1,59	\$7,95	\$95,40
Frejol Rojo	libra	5	\$1,79	\$8,95	\$107,40
Lenteja	libra	5	\$1,30	\$6,50	\$78,00
Arveja	libra	5	\$1,10	\$5,50	\$66,00
Habas	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Maní	libra	5	\$1,50	\$7,50	\$90,00
Zanahoria	libra	5	\$0,90	\$4,50	\$54,00
Rábano	libra	5	\$0,75	\$3,75	\$45,00
espárragos	libra	5	\$0,50	\$2,50	\$30,00
Cebolla	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Ajo	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00
Remolacha	libra	5	\$0,95	\$4,75	\$57,00
Apio	libra	5	\$0,60	\$3,00	\$36,00

Espinaca	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00	
Lechuga	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00	
brócoli	libra	5	\$1,20	\$6,00	\$72,00	
Tomate	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00	
Pepinillo	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00	
Pimiento	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00	
Chochos	libra	5	\$1,00	\$5,00	\$60,00	
<b>FRUTAS</b>						
Naranja	libra	100	\$0,70	\$70,00	\$840,00	
Naranjilla	libra	100	\$0,60	\$60,00	\$720,00	
Mora	libra	100	\$0,55	\$55,00	\$660,00	
Frutilla	libra	100	\$0,45	\$45,00	\$540,00	
Guanábana	libra	100	\$0,30	\$30,00	\$360,00	
Guayaba	libra	100	\$0,28	\$28,00	\$336,00	
Piña	libra	50	\$1,53	\$76,50	\$918,00	
Papaya	libra	50	\$2,00	\$100,00	\$1.200,00	
Tamarindo	libra	50	\$1,30	\$65,00	\$780,00	
limón	libra	50	\$0,35	\$17,50	\$210,00	
<b>ACEITES Y MANTEQUILLAS</b>						
Aceite de Girasol	litro	30	\$12,00	\$360,00	\$4.320,00	
Aceite de Oliva	litro	30	\$19,00	\$570,00	\$6.840,00	
Aceite de Coco	litro	30	\$20,00	\$600,00	\$7.200,00	
Aceite de Aguacate	litro	30	\$25,00	\$750,00	\$9.000,00	
Mantequilla con Sal	kilo	10	\$7,00	\$70,00	\$840,00	
Mantequilla sin Sal	kilo	10	\$6,00	\$60,00	\$720,00	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$355,48</b>	<b>\$13.041,65</b>	<b>\$156.499,80</b>
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>						
Servilletas	paquete	10	\$1,56	\$15,60	\$187,20	
Guantes	caja	10	\$9,00	\$90,00	\$1.080,00	
Mascarillas	caja	10	\$15,00	\$150,00	\$1.800,00	
Cofias o Gorros	caja	10	\$18,00	\$180,00	\$2.160,00	
Gaseosas	botella	200	\$1,50	\$300,00	\$3.600,00	
Agua sin gas	botella	200	\$0,85	\$170,00	\$2.040,00	
Agua con gas	botella	200	\$1,20	\$240,00	\$2.880,00	
Cervezas	jaba	40	\$16,00	\$640,00	\$7.680,00	
Vinos Tinto	botella	90	\$15,00	\$1.350,00	\$16.200,00	
Vinos Blanco	botella	30	\$15,00	\$450,00	\$5.400,00	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$93,11</b>	<b>\$3.585,60</b>	<b>\$43.027,20</b>
<b>SERVICIOS BÁSICOS OPERATIVOS</b>						
Agua	Litro	3000	\$0,04	\$120,00	\$1.440,00	
Energía eléctrica	kilovatios	5000	\$0,04	\$175,00	\$2.100,00	
Internet	megas	50000	\$0,00	\$50,00	\$600,00	
línea Telefónica	minutos	500	\$0,09	\$45,00	\$540,00	
			<b>Subtotal</b>	<b>\$0,17</b>	<b>\$390,00</b>	<b>\$4.680,00</b>
<b>MANO DE OBRA</b>						



Chef	unidad	1	\$1.536,12	\$1.536,12	\$18.433,40
Souschef	unidad	1	\$910,83	\$910,83	\$10.929,90
Lava Platos	unidad	1	\$785,77	\$785,77	\$9.429,20
Mesero	unidad	4	\$848,30	\$3.393,18	\$40.718,20
		<b>Subtotal</b>	<b>\$4.081,00</b>	<b>\$6.625,89</b>	<b>\$79.510,70</b>
<b>DEPRESIACIONES OPERATIVAS</b>					
Maquinaria y equipos	unidad	1	\$24.642,66	\$205,36	\$2.464,27
		<b>Subtotal</b>	<b>\$24.642,66</b>	<b>\$205,36</b>	<b>\$2.464,27</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$4.529,76</b>	<b>\$23.848,50</b>	<b>\$286.181,97</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### 5.4.2 Proyección de costos

En Get Your Business, la proyección de costos muestra lo que se va a cubrir durante del año 1 año al año 5 y nos entrega un pronóstico de los que se necesitar para producir durante este tiempo.

**Tabla 37**

*Proyección de costos*

CONCEPTO	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>\$156.499,80</b>	<b>\$159.629,80</b>	<b>\$162.822,39</b>	<b>\$166.078,84</b>	<b>\$169.400,42</b>
Leche y derivados	\$2.973,00	\$3.032,46	\$3.093,11	\$3.154,97	\$3.218,07
Carnes y Huevos	\$114.360,00	\$116.647,20	\$118.980,14	\$121.359,75	\$123.786,94
Patatas y Legumbres	\$3.682,80	\$3.756,46	\$3.831,59	\$3.908,22	\$3.986,38
Frutas	\$6.564,00	\$6.695,28	\$6.829,19	\$6.965,77	\$7.105,08
Aceites y Mantequillas	\$1.787,30	\$1.823,04	\$1.859,50	\$1.896,69	\$1.934,63
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	<b>\$43.027,20</b>	<b>\$43.887,74</b>	<b>\$44.765,50</b>	<b>\$45.660,81</b>	<b>\$46.574,03</b>
<b>SERVICIOS BASICOS OPERATIVOS</b>	<b>\$4.680,00</b>	<b>\$4.773,60</b>	<b>\$4.869,07</b>	<b>\$4.966,45</b>	<b>\$5.065,78</b>
<b>MANO DE OBRA</b>	<b>\$79.510,70</b>	<b>\$81.100,91</b>	<b>\$82.722,93</b>	<b>\$84.377,39</b>	<b>\$86.064,94</b>
<b>DEPRECIACIONES OPERATIVAS</b>	<b>\$2.464,27</b>	<b>\$2.513,55</b>	<b>\$2.563,82</b>	<b>\$2.615,10</b>	<b>\$2.667,40</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$286.181,97</b>	<b>\$291.905,61</b>	<b>\$297.743,72</b>	<b>\$303.698,59</b>	<b>\$309.772,56</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### 5.4.3 Detalle de gastos

El gasto es el consumo de un bien o servicio, que se realiza a través de una transacción económica mediante un pago monetario, siempre y cuando sea administrativo o este fuera de los egresos necesarios de producción u operación de un bien o servicio. (Zuñiga-Jara, Soria, & Sjoberg, 2011)

**Tabla 38**

*Detalle de gastos*

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTOS UNITARIOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>Suministros de Oficina</b>					
Resma papel Bond	Unidad	3	4,50	\$13,50	\$162,00
Esferos	Unidad	3	0,35	\$1,05	\$12,60
Lápices	Unidad	8	0,25	\$2,00	\$24,00
Corrector	Unidad	1	0,80	\$0,80	\$9,60
Borradores	Unidad	4	0,25	\$1,00	\$12,00
Grapadora	Unidad	1	5,00	\$5,00	\$60,00
Perforadora	Unidad	1	5,00	\$5,00	\$60,00
Tijeras	Unidad	1	0,75	\$0,75	\$9,00
<b>Sueldos y Salarios</b>					
Gerente	Unidad	1	\$1.911,29	\$1.911,29	\$22.935,50
Cajero	Unidad	1	\$1.035,88	\$1.035,88	\$12.430,60
Vendedor	Unidad	1	\$848,30	\$848,30	\$10.179,55
<b>Gasto Servicios Básicos (Administrativos)</b>					
Internet	Unidad	1	\$40,00	\$40,00	\$480,00
Luz	KW	600	0,08	\$48,00	\$576,00
Agua	m3	20	0,54	\$10,80	\$129,60
<b>Depreciaciones</b>					
Muebles y Enseres	Años	1	10%	\$148,94	\$1.787,30
Equipos de Oficina	Años	1	10%	\$5,08	\$60,90
Equipos de Computo	Años	1	33%	\$70,83	\$849,92
<b>Gasto arriendo</b>					
Arriendo	Unidad	1	\$1.200,00	\$1.200,00	\$14.400,00
			<b>Subtotal</b>	<b>\$5.053,52</b>	<b>\$5.348,21</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Creación página web	Unidad	1	\$16,67	\$16,67	\$200,00
Creación Instagram	Publicación	8	\$2,08	\$16,67	\$200,00
Creación Facebook	publicación	8	\$2,08	\$16,67	\$200,00

Campaña de fidelización	Cena para dos	4	\$62,50	\$250,00	\$3.000,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$83,33</b>	<b>\$300,00</b>	<b>\$3.600,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$5.136,86</b>	<b>\$5.648,21</b>	<b>\$67.778,56</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

#### 5.4.4 Proyección de gastos

La proyección de gastos es un documento que prevé el consumo de elementos, administrativos o comerciales, dando la facultad a Get Your Business para aplicar las estrategias necesarias y cumplir el presupuesto, de esta manera mantiene estables los egresos necesarios que no son de producción u operación.

**Tabla 39**

*Proyección de Gastos*

CONCEPTO	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Suministros de Oficina	\$349,20	\$356,18	\$363,31	\$370,57	\$377,99
Sueldos y Salarios	\$45.545,65	\$46.456,56	\$47.385,69	\$48.333,41	\$49.300,08
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$705,60	\$719,71	\$734,11	\$748,79	\$763,76
Servicios Internet	\$480,00	\$489,60	\$499,39	\$509,38	\$519,57
Depreciación muebles y enseres	\$1.787,30	\$1.787,30	\$1.787,30	\$1.787,30	\$1.787,30
Depreciación equipos de oficina	\$60,90	\$60,90	\$60,90	\$60,90	\$60,90
Depreciación equipos de computo	\$849,92	\$849,92	\$849,92	\$0,00	\$0,00
Gasto arriendo	\$14.400,00	\$14.688,00	\$14.981,76	\$15.281,40	\$15.587,02
<b>TOTAL</b>	<b>\$64.178,56</b>	<b>\$65.408,17</b>	<b>\$66.662,37</b>	<b>\$67.091,74</b>	<b>\$68.396,61</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Publicidad	\$3.600,00	\$3.672,00	\$3.745,44	\$3.820,35	\$3.896,76
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.600,00</b>	<b>\$3.672,00</b>	<b>\$3.745,44</b>	<b>\$3.820,35</b>	<b>\$3.896,76</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$67.778,56</b>	<b>\$69.080,17</b>	<b>\$70.407,81</b>	<b>\$70.912,09</b>	<b>\$72.293,37</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### 5.4.5 Mano de obra

En Get Your Business consta como la suma de los sueldos y salarios.

**Tabla 40**

*Roles de Pago*

#	Cargo	No. D.T.	Sueldo Base	Décimo 3er Sueldo	Décimo 4to. Sueldo	TOTAL INGRESOS	Aportes IESS 9,45%	NETO POR RECIBIR
1	Gerente	30	\$1,500.00	\$125.00	\$35.42	<b>\$1,660.42</b>	\$141.75	<b>\$1,518.67</b>
2	Cajero	30	\$800.00	\$66.67	\$35.42	<b>\$902.08</b>	\$75.60	<b>\$826.48</b>
3	Chef	30	\$1,200.00	\$100.00	\$35.42	<b>\$1,335.42</b>	\$113.40	<b>\$1,222.02</b>
4	Souschef	30	\$700.00	\$58.33	\$35.42	<b>\$793.75</b>	\$66.15	<b>\$727.60</b>
5	Lava Platos	30	\$600.00	\$50.00	\$35.42	<b>\$685.42</b>	\$56.70	<b>\$628.72</b>
6	Mesero 1	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	<b>\$739.58</b>	\$61.43	<b>\$678.16</b>
7	Mesero 2	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	<b>\$739.58</b>	\$61.43	<b>\$678.16</b>
8	Mesero 3	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	<b>\$739.58</b>	\$61.43	<b>\$678.16</b>
9	Mesero 4	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	<b>\$739.58</b>	\$61.43	<b>\$678.16</b>
10	Vendedor	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	<b>\$739.58</b>	\$61.43	<b>\$678.16</b>
Total			<b>\$8,050.00</b>	<b>\$670.83</b>	<b>\$354.17</b>	<b>\$9,075.00</b>	<b>\$760.73</b>	<b>\$8,314.28</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 41**

*Mano de Obra*

#	Cargo	No. D.T.	Sueldo Base	Décimo 3er Sueldo	Décimo 4to. Sueldo	Aportes IESS	Vacaciones	MANO DE OBRA
1	Gerente	30	\$1,500.00	\$125.00	\$35.42	\$167.25	\$83.63	\$1,911.29
2	Cajero	30	\$800.00	\$66.67	\$35.42	\$89.20	\$44.60	\$1,035.88
3	Chef	30	\$1,200.00	\$100.00	\$35.42	\$133.80	\$66.90	\$1,536.12
4	Souschef	30	\$700.00	\$58.33	\$35.42	\$78.05	\$39.03	\$910.83
5	Lava Platos	30	\$600.00	\$50.00	\$35.42	\$66.90	\$33.45	\$785.77
6	Mesero 1	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	\$72.48	\$36.24	\$848.30
7	Mesero 2	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	\$72.48	\$36.24	\$848.30
8	Mesero 3	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	\$72.48	\$36.24	\$848.30
9	Mesero 4	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	\$72.48	\$36.24	\$848.30
10	Vendedor	30	\$650.00	\$54.17	\$35.42	\$72.48	\$36.24	\$848.30
Total			<b>\$8,050.00</b>	<b>\$670.83</b>	<b>\$354.17</b>	<b>\$897.58</b>	<b>\$448.79</b>	<b>\$10,421.36</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

En este apartado se ha decidido realizar dos tablas, como podemos observar en la tabla 40, Rolde pagos, son las cantidades que los empleados resabiarían netos después de descuentos y con todos los veneficios de ley, pero como podemos observar en la tabla 41, Mano de Obra, son los valores que a Get Your Business le va a costar mantener a los empleados con todos los beneficios de ley.

#### 5.4.6 Depreciación

La depreciación es uno de los factores principales que distingue la contabilidad que se define de un proceso de distribución de costos que tiene un efecto directo en la utilidad, así como también posee un efecto en la estructura financiera de la empresa; entre distintos periodos contables que se beneficia con uso del activo. (Charles, Gary, & John, 2000)

**Tabla 42**

*Depreciación Anual*

ACTIVO FIJO	Años Vida Útil	Valor	%	VALOR DEP. AÑO 1°
Maquinaria y Equipo	10	\$ 24.642,66	10%	\$ 2.464,27
Muebles y Enseres	10	\$ 17.872,96	10%	\$ 1.787,30
Equipo de Computo	3	\$ 2.550,00	33,33%	\$ 849,92
Equipos de Oficina	10	\$ 609,00	10%	\$ 60,90

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

#### 5.4.7 Proyección de la depreciación

Como podemos observar a la tabla 43, se realiza una proyección de las depreciaciones para poder prever dicho valor y guardarlo para cuando pase el tiempo de duración de la depreciación se logra realizar la compra de nuevos activos fijos y así renovarlos.

**Tabla 43**

*Proyección de Depreciaciones*

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	VALOR DEP. AÑO 1°	VALOR DEP. AÑO 2	VALOR DEP. AÑO 3°	VALOR DEP. AÑO 4	VALOR DEP. AÑO 5	VALOR DEP. AÑO 6	VALOR DEP. AÑO 7	VALOR DEP. AÑO 8	VALOR DEP. AÑO 9	VALOR DEP. AÑO 10
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 24,642.66	10%	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27	\$ 2,464.27
MUEBLES Y ENSERES	\$ 17,872.96	10%	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30	\$ 1,787.30
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2,550.00	33.33%	\$ 849.92	\$ 849.92	\$ 849.92							
EQUIPO DE OFICINA	\$ 609.00	10%	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90	\$ 60.90
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>			<b>5,162.38</b>	<b>5,162.38</b>	<b>5,162.38</b>	<b>4,312.46</b>	<b>4,312.46</b>	<b>4,312.46</b>	<b>4,312.46</b>	<b>4,312.46</b>	<b>4,312.46</b>	<b>4,312.46</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 5.5 CALCULO DE INGRESOS

### 5.5.1 Proyección de ingresos

La proyección de ingresos muestra lo que se va a generar del año 1 año al año 5 y da una idea de las estrategias a tomar para mejorar esos ingresos en los años siguientes. Y como podemos ver en el cálculo de ingresos, Get Your Business, llega a su objetivo para los años prospectados.

**Tabla 44**

*Proyección de ingresos*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de venta	<b>\$25,00</b>	<b>\$25,00</b>	<b>\$25,00</b>	<b>\$25,00</b>	<b>\$25,00</b>
Cantidad Diaria	<b>96</b>	<b>99</b>	<b>102</b>	<b>105</b>	<b>108</b>
Cantidad Mensual	<b>1920</b>	<b>1980</b>	<b>2040</b>	<b>2100</b>	<b>2160</b>
Cantidad Anual	<b>23040</b>	<b>23760</b>	<b>24480</b>	<b>25200</b>	<b>25920</b>
<b>INGRESOS BRUTOS</b>	<b>\$576.000,00</b>	<b>\$594.000,00</b>	<b>\$612.000,00</b>	<b>\$630.000,00</b>	<b>\$648.000,00</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Nota:** La proyección de ingresos fue realizada con el escenario con mayor probabilidad de ser favorable.

## 5.6 FLUJO DE CAJA

El flujo de Caja está compuesto de varios estados financieros que detallan los diferentes aspectos del ingreso y egreso de efectivo desde panoramas diferentes. Lo que nos permite tener una visión clara de lo que está sucediendo con el efectivo en un proyecto o empresa, y disponer de un mayor control operacional y financiero de manera integral. (Villareal, 2013)

**Tabla 45***Flujo de Caja*

## Get Your Business

### FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Recuperación por ventas	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 594.000,00	\$ 612.000,00	\$ 630.000,00	\$ 648.000,00
<b>B EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Pago a proveedores directos	\$ 156.499,80	\$ 159.629,80	\$ 162.822,39	\$ 166.078,84	\$ 169.400,42	\$ 172.731,86
Pago a proveedores indirectos	\$ 43.027,20	\$ 43.887,74	\$ 44.765,50	\$ 45.660,81	\$ 46.574,03	\$ 47.506,27
Mano de obra directa	\$ 79.510,70	\$ 81.100,91	\$ 82.722,93	\$ 84.377,39	\$ 86.064,94	\$ 87.788,69
Gastos de ventas	\$ 3.600,00	\$ 3.672,00	\$ 3.745,44	\$ 3.820,35	\$ 3.896,76	\$ 3.974,27
Gastos de administración	\$ 64.178,56	\$ 65.408,17	\$ 66.662,37	\$ 67.991,74	\$ 69.396,61	\$ 70.888,58
Costos indirectos	\$ 4.680,00	\$ 4.773,60	\$ 4.869,07	\$ 4.966,45	\$ 5.065,78	\$ 5.167,11
<b>C FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	\$ 224.503,74	\$ 235.527,78	\$ 246.412,29	\$ 258.004,42	\$ 268.601,47	\$ 278.800,00
<b>D INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Aportes de capital	\$ 164.752,06					
<b>E EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago de participación de utilidades	\$ 33.305,92	\$ 34.952,13	\$ 36.577,27	\$ 38.308,40	\$ 39.890,11	\$ 41.511,22
Pago de impuestos (Renta 25%)	\$ 47.183,39	\$ 49.515,52	\$ 51.817,80	\$ 54.270,23	\$ 56.510,99	\$ 58.833,76
<b>F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	\$ 164.752,06	-\$ 80.489,31	-\$ 84.467,66	-\$ 88.395,07	-\$ 92.578,63	-\$ 96.401,10



G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-\$ 164.752,06	\$ 144.014,43	\$ 151.060,12	\$ 158.017,22	\$ 165.425,79	\$ 172.200,37
H	Depreciaciones		\$ 5.162,38	\$ 5.162,38	\$ 5.162,38	\$ 4.312,46	\$ 4.312,46
I	Amortización de capital		\$ 2.365,00	\$ 2.790,70	\$ 2.824,19	\$ 2.858,08	\$ 2.892,38
J	SALDO FINAL DE CAJA (G+H-I)	-\$ 164.752,06	\$ 146.811,81	\$ 153.431,80	\$ 160.355,41	\$ 166.880,17	\$ 173.620,46

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 5.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio representa un punto de partida para señalar cuantas unidades deben venderse si una compañía opera sin pérdidas, es establecido por medio de un cálculo que sirve para definir el momento de los ingresos de una empresa que permiten cubrir los gastos fijos y variables. (Contreras , 2021)

**Tabla 46**

*Cantidad de Equilibrio*

$$\begin{aligned} Q_e &= \text{Cantidad de Equilibrio} \\ Q_e &= \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Prec. Vta. Unit} - \text{Costo Variable Unit}} = \frac{\$ 67.778,56}{\$ 12,58} = 5388 \text{ Platos} \\ Q_e &= 5388 \text{ Platos de comida} \end{aligned}$$

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 47**

*Ingreso de Equilibrio*

$$\begin{aligned} I_e &= \text{Ingreso de Equilibrio} \\ I_e &= \text{Cantidad de equilibrio} \times \text{Precio Venta Unit} = \$ 134.706,77 \\ I_e &= \$ 134.706,77 \text{ dólares} \end{aligned}$$

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 48**

*Punto de Equilibrio*

Cantidad	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
0	67778,56	0	67778,56	0,00
1000	80199,6524	25000	67778,56	12421,09
2000	92620,7449	50000	67778,56	24842,18
3000	105041,837	75000	67778,56	37263,28
4000	117462,93	100000	67778,56	49684,37
5388	134706,769	134706,77	67778,56	66928,21
6000	142305,115	150000	67778,56	74526,55
7000	154726,207	175000	67778,56	86947,65
8000	167147,3	200000	67778,56	99368,74
9000	179568,392	225000	67778,56	111789,83
10000	191989,484	250000	67778,56	124210,92
11000	204410,577	275000	67778,56	136632,02
12000	216831,669	300000	67778,56	149053,11
13000	229252,762	325000	67778,56	161474,20
14000	241673,854	350000	67778,56	173895,29
15000	254094,947	375000	67778,56	186316,39

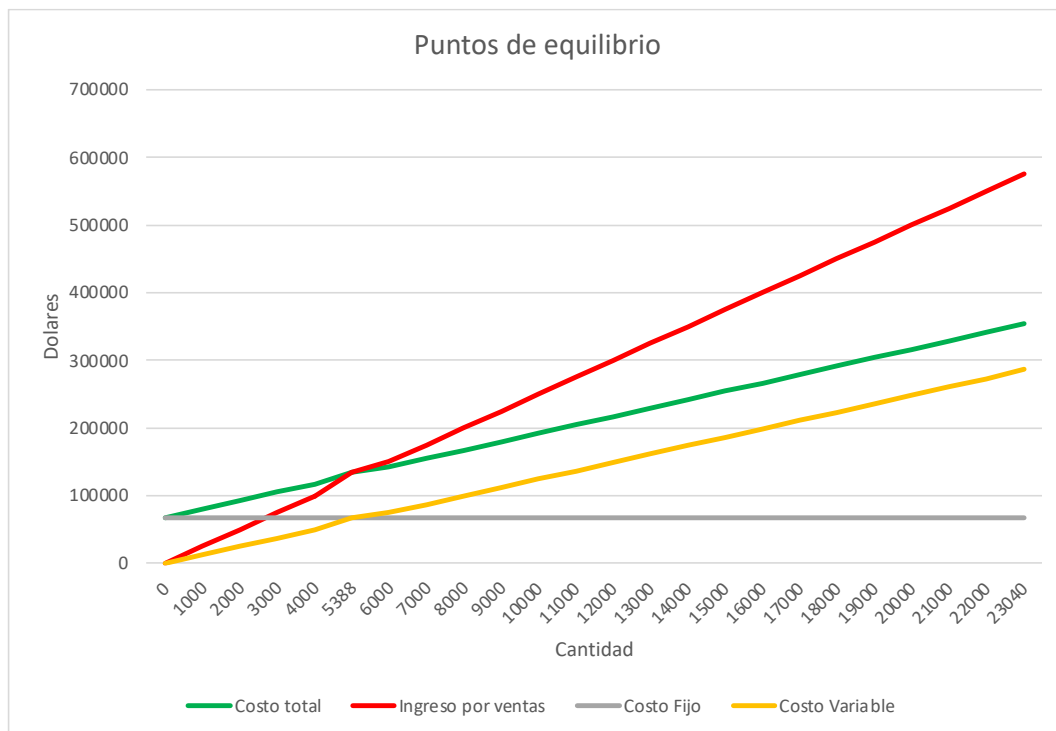
16000	266516,039	400000	67778,56	198737,48
17000	278937,132	425000	67778,56	211158,57
18000	291358,224	450000	67778,56	223579,66
19000	303779,317	475000	67778,56	236000,76
20000	316200,409	500000	67778,56	248421,85
21000	328621,501	525000	67778,56	260842,94
22000	341042,594	550000	67778,56	273264,03
23040	353960,53	576000	67778,56	286181,97

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### Gráfico 23

#### Punto de Equilibrio



Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## 5.8 ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

El estado de resultados también llamado estado de pérdidas y ganancias, sirve para visualizar la utilidad del ejercicio o periodo, misma que nos da la oportunidad de percibir el estado de la empresa y su desarrollo en el mercado.

**Tabla 49**

*Estado de Resultados*

<b>Get Your Business</b>					
<b>Estado de Resultados</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	\$576,000.00	\$594,000.00	\$612,000.00	\$630,000.00	\$648,000.00
(-) COSTO DE VENTAS	\$286,181.97	\$291,905.61	\$297,743.72	\$303,698.59	\$309,772.56
(=) <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$289,818.03</b>	<b>\$302,094.39</b>	<b>\$314,256.28</b>	<b>\$326,301.41</b>	<b>\$338,227.44</b>
(-) <b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$67,778.56</b>	<b>\$69,080.17</b>	<b>\$70,407.81</b>	<b>\$70,912.09</b>	<b>\$72,293.37</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$64,178.56	\$65,408.17	\$66,662.37	\$67,091.74	\$68,396.61
GASTOS DE VENTAS	\$3,600.00	\$3,672.00	\$3,745.44	\$3,820.35	\$3,896.76
(=) <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$222,039.47</b>	<b>\$233,014.22</b>	<b>\$243,848.47</b>	<b>\$255,389.32</b>	<b>\$265,934.07</b>
(-) 15% Participación trabajadores	\$33,305.92	\$34,952.13	\$36,577.27	\$38,308.40	\$39,890.11
(=) <b>UTILIDAD POST PARTICIPACION TRABAJADORES</b>	<b>\$188,733.55</b>	<b>\$198,062.09</b>	<b>\$207,271.20</b>	<b>\$217,080.92</b>	<b>\$226,043.96</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$47,183.39	\$49,515.52	\$51,817.80	\$54,270.23	\$56,510.99
(=) <b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$141,550.16</b>	<b>\$148,546.57</b>	<b>\$155,453.40</b>	<b>\$162,810.69</b>	<b>\$169,532.97</b>

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

## **5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **5.9.1 Indicadores**

Los indicadores financieros, exponen datos importantes para administrar de manera eficiente una empresa, muestran la viabilidad de un proyecto, evalúa la actividad financiera y su desarrollo, para detectar algún incidente y poder solucionarlo de manera eficaz. (Valencia, 2014)

### **5.9.2 Valor actual neto**

El valor actual neto consiste en hallar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, refiriéndose a la actualización de los flujos positivos y negativos ocasionados por una inversión por el cual se

determina un criterio financiero; la tasa que se implementa para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa. (Jiménez, Espinoza, & Fonseca, 2007)

**Tabla 50**

*Valor Actual Neto*

VAN = -164.752,06	+	$\frac{146.811,81}{(1+0,1323)^1}$	+	$\frac{153.431,80}{(1+0,1323)^2}$	+	$\frac{160.355,41}{(1+0,1323)^3}$	+	$\frac{166.880,17}{(1+0,1323)^4}$	+	$\frac{173.620,46}{(1+0,1323)^5}$
VAN = -164.752,06		$\frac{146.811,81}{1,132}$	+	$\frac{153.431,80}{1,282}$	+	$\frac{160.355,41}{1,452}$	+	$\frac{166.880,17}{1,644}$	+	$\frac{173.620,46}{1,861}$
VAN = -171.295,45	+	129658,05	+	119671,95	+	110458,49	+	101521,66	+	93281,03
VAN =		<b>\$389.894,69</b>								

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

### 5.9.3 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno consiste en el rendimiento de un proyecto donde representa la tasa de interés más alta de un productor donde se podría pagar sin perder dinero, por lo que la inversión detalla la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficio sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativa. (Herrera, Velasco, Denen, & Radulovich, 1994)

**Tabla 51**

*Tasa Interna de Retorno*

Tasa Interna de Retorno (TIR)	<b>88,95%</b>
-------------------------------	---------------

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

#### 5.9.4 Beneficio costo

El Análisis beneficio costo es una estimación de la ganancia que existe por cada dólar invertido, lo que provoca un análisis sistemático de los pros y contras que determinan la fiabilidad de distintas actividades dentro del proyecto.

**Tabla 52**

*Ingresos operacionales proyectados*

INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
\$576.000,00	\$594.000,00	\$612.000,00	\$630.000,00	\$648.000,00	
1,132	1,282	1,452	1,644	1,861	
\$508.699,11	\$463.301,21	\$421.567,28	\$383.260,90	\$348.150,86	\$2.124.979,36

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 53**

*Egresos operacionales proyectados*

EGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
\$351.496,26	\$358.472,22	\$365.587,71	\$371.995,58	\$379.398,53	
1,132	1,282	1,452	1,644	1,861	
310426,80	\$279.596,99	\$251.829,77	\$226.303,75	\$203.839,39	\$1.271.996,69

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

**Tabla 54**

*Relación beneficio costo*

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1,67
--------------------------	------

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

#### 5.9.5 Periodo de recuperación

Es conocido como el indicador que mide en qué periodo de tiempo se recuperará el total de la inversión, el periodo de recuperación nos indica con exactitud la fecha en la que se devolverá la inversión inicial. (Ruiz & Duarte, 2015)

**Tabla 55**

*Periodo de Recuperación*

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</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>
Flujo neto de caja	-164752,06	146811,81	153431,80	160355,41	166880,17	173620,46
(1+i) <sup>n</sup>		1,132	1,282	1,452	1,644	1,861
FNC actualizado	-164752,06	129658,047	119671,95	110458,49	101521,66	93281,03
FNC actualizado acumulado	-164752,06	-35094,01	84577,94	195036,43	296558,09	389839,12

Elaborado por: José Rubianes

Fuente: Análisis e investigación del Proyecto

Con un escenario prometedor, Get Your Business, cumplirá con el periodo de recuperación de la inversión en el segundo año, como se puede observar en la tabla 55.

## Bibliografía

- Cazau, P. (3 de Noviembre de 2004). *Apuntes sobre Metodologías de La Investigación*. (U. P. Durango, Ed.) Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2880797.pdf>
- INEC. (20 de Mayo de 2022). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Contador poblacional: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Statista. (2 de Julio de 2021). *Research Department*. Obtenido de Número de habitantes por provincia: <https://es.statista.com/estadisticas/1191532/numero-de-personas-en-ecuador-por-provincia/#:~:text=En%20el%20mismo%20periodo%2C%20la,3%2C%20millones%20de%20habitantes>
- Focal. (Agosto de 2021). Obtenido de Focal Red: <https://www.focal.red/es/brasil>
- INEC. (15 de Enero de 2022). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Mercado Laboral: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Mercado_Laboral.pdf)
- Porter, M. (2008). *Ser Competitivo de Michael E. Porter* (novena ed.). Boston: Business Review.
- Malhotra. (2016). *Investigación de Mercados*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- ARCSA. (Julio de 2020). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de Gobierno del Ecuador : <https://www.controlsanitario.gob.ec/mas-de-3-800-establecimientos-de-alimentos-han-sido-controlados-por-arcsa-en-quito/>
- Armstrong, K. y. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Frue, K. (2017). *The Quick Guide to PESTEL Analysis*. Obtenido de PESTLE Analysis: <https://pestleanalysis.com/pestel-framework/>
- Turismo, E. M. (1 de Marzo de 2022). *Gobierno del Ecuador*. Obtenido de La Tarifa Reducida: <https://www.turismo.gob.ec/recordatorio-la-tarifa-reducida-del-iva-del-8-en-el-feriado-de-carnaval-aplica-solo-para-el-sector-turistico/>
- Ministerio Coordinador de desarrollo social. (2017). *Informe de desarrollo social*. Obtenido de [http://www.todaunavida.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/03/libro\\_social-2007-2017.pdf](http://www.todaunavida.gob.ec/wpcontent/uploads/2017/03/libro_social-2007-2017.pdf)
- SRI. (27 de Noviembre de 2020). *Guía tributaria IVA*. Obtenido de SRI: <file:///C:/Users/HP/Downloads/GUIA-IVA-2015.pdf>
- Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de información. (Marzo de 2020). *Ecuador continúa creciendo en tecnología*. Obtenido de Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/>
- Redacción Quito. (Noviembre de 2020). *Firma de tecnología se expande hacia Ecuador*. Obtenido de Redacción Quito: <https://www.revistalideres.ec/lideres/firma-tecnologia-expande-ecuador-ses.html>



- SENAE. (2016). *Informe de gestión SENAE*. Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/2016/nov/m\\_InformeGestion.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/2016/nov/m_InformeGestion.pdf)
- García, J. M. (Abril de 2020). *Universidad de Cataluña*. Obtenido de [http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/676/1/TM\\_GarciaBrunori.pdf](http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/676/1/TM_GarciaBrunori.pdf)
- Krajewski, L., Ritzman, L., & Malhotra, M. (2008). *Administración de Operaciones, Procesos y Cadenas de Valor*. Mexico: Pearson Educacion.
- Thompson, V. (1965). *Bureaucracy and innovation* (Vol. 5). Administrative Science Quarterly.
- Ishikawa, K. (2012). *Introducción al control de calidad* (Vol. 1). México: Diaz de santos.
- Carrera, E., Rivadeneira, C., Navarrete, E., & Paredes, A. (2019). *Salud y Seguridad Ocupacional*. Guayaquil: Ediciones Grupo Compás .
- Portal unico de tramites ciudadanos. (14 de enero de 2022). *Gob.ec*. Obtenido de Constitución de sociedades por acciones simplificadas: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
- Simple SAS. (2020). *Simple SAS*. Obtenido de <https://sasecuador.com/>
- SRI. (29 de junio de 2015). *Registro Unico del Contribuyente*. Obtenido de SRI.gob: <https://www.sri.gob.ec/RUC#:~:text=Es%20un%20instrumento%20que%20tiene,u%20ocasional%20en%20el%20Ecuador>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (enero de 2020). *Derechos intelectuales.gob*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Dyson, R. (2004). *Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick*. European journal of operational research .
- Goodstein, L. (1998). *Planeación estratégica aplicada*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Andía, W. (2011). *Planeamiento estratégico en el sector público*. Peru: El saber Editores.
- Beltran Jaramillo, J. M. (2015). *Indicadores de Gestion Herramientas para lograr la competitividad*. España: 3R Editores.
- Orozco, J. (2016). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogota: Eco ediciones.
- Charles, T. H., Gary, L. S., & John, A. E. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera*. México: Person.
- Contreras , J. A. (2021). Punto de equilibrio: qué es y cómo calcularlo. *Pequeñas empresas, ventas*.
- Jiménez, F., Espinoza, C. L., & Fonseca, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Herrera, F., Velasco, C., Denen, H., & Radulovich, R. (1994). *Fundamentos de Análisis económico*. Turrialba: CATIE.
- Ruiz, M., & Duarte, T. (2015). *Los Proyectos De Desarrollo: La Inversión Pública Y La Inversión Privada*. Scientia Et Technica.
- Zuñiga-Jara, S., Soria, K., & Sjoberg, O. (2011). *Costo Del Capital Y Evaluación De Proyectos En Latinoamérica: Una Clarificación*. Ecuador: Innovar.
- Valencia, W. (2014). *Indicador De Rentabilidad De Proyectos: El Valor Actual Neto (VAN) O El Valor Económico Agregado (EVA)*. Industrial Data.
- Villareal, J. (2013). *Ingeniería Económica*. Colombia: Delfin Ltda.