

Pregrado

Carrera: Administración y Gestión Comercial

Asignatura (UIC): Gestión de la Innovación Administrativa

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título en:

**Tecnólogo Superior Universitaria en Administración y Gestión
Comercial.**

**Tema: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE UNA
ESCUELA DE CAPACITACIÓN GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN
RUMIÑAHUI.**

Autor: Llulluna Buenaño Rodrigo

Alexander

Tutor: Msc. Pablo Velásquez Beltrán

Fecha: marzo 2025



Autor: Lulluna Buenaño Alexander Rodrigo

Título a obtener: Tecnólogo Superior
Universitaria en Administración y Gestión
Comercial.

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico:

rodrigo.llulluna@ister.edu.ec



Dirigido por: Villalba Bejarano

Hilbert Alexis

Título: Ingeniero en Finanzas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico:

hilberth.villalba@ister.edu.ec.

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario
Rumiñahui SANGOLQUÍ – ECUADOR
Lulluna Buenaño Rodrigo Alexander

TEMA DE LA UNIDAD CURRICULAR: Plan de negocios para la expansión de una escuela de capacitación gastronómica en el cantón Rumiñahui.



CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 25 de marzo de 2025

**MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo RODRIGO ALEXANDER LLULLUNA BUENAÑO declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE UNA ESCUELA DE CAPACITACIÓN GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI., de la Tecnología Superior Universitaria en Administración y Gestión Comercial; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

Rodrigo Alexander Lulluna Buenaño
C.I.: 1724686777

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628
www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-3

CARRERA:

TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
COMERCIAL.

AUTOR /ES:

RODRIGO ALEXANDER LLULLUNA BUENAÑO

TUTOR (METODOLÓGICO Y ACADÉMICO):

HILBERTH ALEXIS VILLABA BEJARANO

CONTACTO ESTUDIANTE:

0939018972

CORREO ELECTRÓNICO:

Alexmix97ec@outlook.com

TEMA:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE UNA ESCUELA DE
CAPACITACIÓN GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

En este plan se ha evaluado la posible expansión de la escuela de gastronomía KITCHEN SCHOOL en Quito, cantón Rumiñahui, el cual propone como objetivo ofrecer formación culinaria de calidad e innovación la cual permite fortalecer su presencia en la región. Este proyecto busca atender las necesidades de la gran demanda en cuanto a emprendimientos y turismo en la ciudad y seríamos elemento clave para el desarrollo cultural y económico de la zona.

PALABRAS CLAVE:

Emprendimiento, plan, logística, formación técnica, cocina

ABSTRACT:

This plan has evaluated the possible expansion of the kitchen school culinary school in Quito, Rumiñahui canton, which aims to offer quality and innovative culinary training that will strengthen its presence in the region. This project seeks to meet the needs of the great demand for entrepreneurship and tourism in the city and we would be a key element for the cultural and economic development of the area.

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec



The proposed expansion leverages kitchen school's expertise to offer innovative, professional culinary training tailored to students and entrepreneurs. The plan includes establishing a modern, fully equipped facility with programs designed by professional chefs, emphasizing practical skills, entrepreneurship, and flexibility through on-site and hybrid learning modalities.

PALABRAS CLAVE:

Entrepreneurship, plan, logistics, technical training, kitchen

Firma del Estudiante
Rodrigo Alexander Lulluna Buenaño
C.I.: 1724686777



SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 25 de marzo de 2025

Sres.-

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

Presente

Yo RODRIGO ALEXANDER LLULLUNA BUENAÑO, con C.I.: 1724686777 alumno de la Carrera de ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,

Firma del Estudiante
Rodrigo Alexander Llulluna Buenaño
C.I.: 1724686777

Dedicatoria

Este proyecto es el resultado del esfuerzo y sacrificio de toda mi familia. A mis padres, que renunciaron a muchas cosas para brindarme la oportunidad de estudiar y tener un logro más en la vida. A mis hermanos, por su paciencia y comprensión durante largas noches de estudio. A mi familia entera, gracias por su amor y apoyo incondicional.

A mi hijo y esposa, quienes son mi mayor inspiración y motor de vida. Su sonrisa y alegría me impulsaron a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. Espero que este logro les sirva de ejemplo y les inspire a perseguir sus propios sueños a futuro.

Agradecimientos

Este proyecto final culmina una etapa importante de mi vida, y no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de muchas personas. En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi tutor Mg. Villalba Hilbert, por su acompañamiento y paciencia en esta etapa de periodo académico compartiendo su valioso conocimiento. También cabe recalcar el agradecimiento enorme a mis padres, hermanos, esposa e hijo quienes son una motivación muy grande para superarme cada día.

Resumen:

En este plan se ha evaluado la posible expansión de la escuela de gastronomía KITCHEN SCHOOL en Quito, cantón Rumiñahui, el cual propone como objetivo ofrecer formación culinaria de calidad e innovación la cual permite fortalecer su presencia en la región. Este proyecto busca atender las necesidades de la gran demanda en cuanto a emprendimientos y turismo en la ciudad y seríamos elemento clave para el desarrollo cultural y económico de la zona.

Palabras claves:

emprendimiento, plan, logística, formación técnica, cocina, repostería, menaje, resultados.

Abstract:

This plan has evaluated the possible expansion of the KITCHEN SCHOOL culinary school in Quito, Rumiñahui canton, which aims to offer quality and innovative culinary training that will strengthen its presence in the region. This project seeks to meet the needs of the great demand for entrepreneurship and tourism in the city and we would be a key element for the cultural and economic development of the area.

The proposed expansion leverages Kitchen School's expertise to offer innovative, professional culinary training tailored to students and entrepreneurs. The plan includes establishing a modern, fully equipped facility with programs designed by professional chefs, emphasizing practical skills, entrepreneurship, and flexibility through on-site and hybrid learning modalities.

Keywords:

entrepreneurship, plan, logistics, technical training, kitchen, pastry, kitchenware, results

Contenido

Dedicatoria.....	4
1. CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	9
1.1. Identificación del proyecto y problema.....	10
1.2. Tema.....	10
1.3. Antecedentes y contextos	10
1.4. Justificación	11
1.5. Objetivos de la Investigación.....	12
1.6. Impactos	13
1.6.1. Social.....	13
1.6.2. Económico.....	14
1.6.3. Innovación Tecnológica	14
1.7. Beneficiarios	14
1.7.1 Directos	14
1.7.2. Indirectos	16
2. CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	17
2.1. Resultados esperados del estudio de mercado	17
¿Qué es estudio de mercado?.....	17
2.2. DEMANDA.....	18
2.3. Oferta.....	20
2.5. Encuestas y presentación de resultado.....	24
3. CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	31

3.1. Localización	31
3.2. Tamaño óptimo	32
3.3. Distribución	33
3.4.1. Identificación de Recursos Humanos	35
3.4.5 La Casa de la Calidad	42
4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	43
4.1.1. Misión, Visión y Valores	44
4.2. Eslogan, Logotipo	46
4.2. Análisis FODA	48
4.3.1. Tipo de empresa de acuerdo al aspecto legal	52
4.3.2. Permisos Necesarios	52
4.4. Estudio Ambiental	53
4.4.1. Licencias Ambientales	53
4.4 2. Alineación del Proyecto con el ODS (Objetivos de desarrollo sostenible)	54
5. CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO	56
5.1. Inversión Inicial	56
5.2. Capital de Trabajo	56
5.4. Costos y Gastos Administrativos:	58
5.6. Flujo de caja	61
5.7. Valor Actual Neto (VAN) y tasa Interna de Retorno (TIR)	62
5.8. Costo Beneficio	63

1. CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Identificación del proyecto y problema

El principal problema es que la escuela actualmente no tiene la capacidad suficiente para poder albergar a todos los estudiantes y así ofrecer una variedad adecuada de programas y talleres. Además de que se requieren de fondos adicionales que nos permitan construir nuevas instalaciones, adquirir equipos modernos y contratar personal docente calificado.

1.2. Tema

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE LA ESCUELA DE CAPACITACIÓN GASTRONÓMICA EN RUMIÑAHUI QUITO, ECUADOR

Código CIIU: El Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es una clasificación de las actividades económicas que desarrollan las empresas. El cual se trata de un instrumento que permite categorizar las unidades de producción según su actividad principal. El CIIU se compone de códigos alfanuméricos que se asignan a cada categoría y subcategoría de actividad económica.

Proyecto para la Expansión de la escuela de capacitación gastronómica.

1.3. Antecedentes y contextos

La escuela de capacitación gastronómica inicio en el año 2005 con la unión de tres chefs ejecutivos del hotel internacional "HILTON COLON", los cuales captaron la necesidad de personales capacitados para un correcto manejo de procesos en el momento de trabajo, tomando como Matriz la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, desde esta fecha se han realizado cambios los cuales se han enfocado a la formación de estudiantes en técnicas culinarias

y gestión de alimentos. Con unas demandas crecientes en el área de capacitación en gastronomía el proyecto ha logrado posicionarse en el mercado como una institución de referencia. La expansión de sus instalaciones en el sector de Rumiñahui responde a la necesidad de acercar a su propuesta a una mayor población de estudiantes y profesionales de la zona.

EN CONTEXTO

La gastronomía en Ecuador se ha desarrollado a pasos agigantados tanto por la cocina tradicional como por la cocina internacional y contemporánea, tanto por el interés de las corrientes gastronómicas influyentes ha desatado un incremento de emprendimientos gastronómicos como comidas tradicionales, de vanguardia, panadería especial etc.

El sector de Rumiñahui es una zona de expansión turística, residencial y comercial con mucha amplitud en comercios gastronómicos y tendencias actuales que activan las necesidades para capacitar no solo a personal para el campo hotelero, sino que también en el campo comercial gastronómico además de tener una población joven y dinámica que busca oportunidades educativas de calidad. Esta expansión contribuirá para el mejoramiento del turismo en la región.

1.4. Justificación

Este proyecto tiene por propósito satisfacer la creciente demanda de formación en gastronomía, ofreciendo un programa educativo amigable, práctico y confiable alineado a las tendencias que pide el mercado de la actualidad.

Alcanzar a todas las localidades de la ciudad de Rumiñahui para facilitar su desplazamiento, además de aportar al crecimiento económico de la localidad

al formar profesionales capacitados que puedan contribuir al desarrollo económico de la zona.

Generar un espacio de intercambio cultural para que sirva de fortalecimiento de la identidad culinaria.

1.5. Objetivos de la Investigación

Objetivo: Un objetivo o finalidad es una meta o fin último hacia el cual se dirigen las acciones o las operaciones de algún proyecto específico. Todo lo que hacemos tiene un fin, un sentido final adonde queremos llegar, que es la sumatoria de los pasos dados para alcanzarlo. Eso es un objetivo, y de nuestra capacidad para alcanzarlo o no, dependerá generalmente nuestra medida del éxito o del fracaso.

1.5.1. Objetivo General

Expandir la oferta educativa de KITCHEN SCHOOL al cantón Rumiñahui en quito, estableciendo una nueva sede que brinde formación de alta calidad orientada a satisfacer las necesidades de profesionales, emprendedores.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Diseñar programas educativos que se adapten a la practicidad y la vanguardia adaptándonos al mercado local, que se incluya las técnicas y bases gastronómicas en cocina, reposterías, cursos cortos específicos.
- Equipar las instalaciones con tecnología de punta para el óptimo aprendizaje asegurando una (enseñanza- aprendizaje) de

calidad.

- Fortalecer alianzas con el sector turístico y gastronómico de la zona para priorizar ofertas de empleo a nuestros estudiantes.

1.6. Impactos

1.6.1. Social

- Formación de calidad; con la expansión nos permitirá alcanzar a residentes de Rumiñahui y sus alrededores a nuestra educación gastronómica sin necesidad que viajen por largos tramos
- Integraremos a la comunidad por medio de talleres, festivales, demostraciones gratuitas que promuevan el amor por la cultura gastronómica y así marcar la identidad y pertenencia.
- Se generará empleo directos e indirectos y así beneficiaremos a diversas familias de la zona y dinamizaremos el mercado laboral general.

1.6.2. Económico

- Generaremos empleo ya que crearemos empleo oportunidades laborales con en la construcción y adecuación de nuestras instalaciones como también operarios de la escuela como profesores, personal administrativo y demás.
- Estimularemos el emprendimiento al capacitar estudiantes con nuestro conocimiento se incentivará a crear nuevos negocios como catering, pastelerías, procesadores de alimentos.

1.6.3. Innovación Tecnológica

- Modalidades de aprendizaje híbridas incorporaremos plataformas digitales donde se avanzará con la educación continua y mejora la calidad de la formación en cuanto a materias administrativas que nuestros alumnos deben saber.
- Aprendizaje de calidad ya que anexaremos con las diferentes alianzas con institutos internacionales para dar soporte al aprendizaje obtenido.

1.7. Beneficiarios

1.7.1 Directos

- **Estudiantes:** Jóvenes y adultos que se interesan por el apasionante mundo de la gastronomía y personal que necesita capacitarse para una oportunidad de trabajo.
- **Docentes y personal administrativo:** Chef con amplia

trayectoria que nos ayudan a impartir experiencia a nuestros alumnos.
Personal administrativo el cual nos ayudara al buen funcionamiento de la escuela gastronómica

- **Proveedores locales:** Los cuales nos abastecerán de insumos de toda índole beneficiando a la productividad de la zona

1.7.2. Indirectos

- **Familiares de los estudiantes:** Tras mejorar las posibilidades laborales del estudiante experimentan un crecimiento de calidad de vida.
- **Sector gastronómico local:** Se beneficiarán por la proliferación creciente de estudiantes y movimiento en el sector.
- **Comunidad:** Se beneficiará por el dinamismo económico en el sector generado por la institución contribuyendo así al desarrollo económico.
- **Cultura y turismo:** Aportamos y fomentamos la identidad gastronómica y

potenciará el atractivo turístico de la zona.

2. CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Resultados esperados del estudio de mercado

¿Qué es estudio de mercado?

Es un proceso sistemático para recopilar, analizar e interpretar información sobre el mercado objetivo, los consumidores, la competencia y el entorno en la que opera su negocio su propósito principal es identificar oportunidades, evaluar la viabilidad de un producto o servicio y diseñar estrategias efectivas para satisfacer las necesidades del mercado. Un estudio de mercado ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas sobre aspectos clave. (Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de Marketing. Pearson.)

¿Que son los resultados esperados del estudio de mercado?

Los resultados esperados de un estudio de mercado son las proyecciones o conclusiones clave obtenidas tras analizar la información recopilada sobre consumidores, competencia, entorno y tendencias del mercado. Estos resultados sirven como guía para la toma de decisiones estratégicas en la planificación y ejecución de proyectos.

Entre los principales resultados esperados se encuentran:

- Identificación de la demanda potencial: Estimación del interés y disposición del mercado objetivo hacia el producto o servicio ofrecido.
- Conocimiento del entorno competitivo comprensión de las fortalezas y las debilidades de los competidores directos e indirectos

- Segmentación del mercado definición de los grupos específicos dentro del mercado objetivo basándose en características demográficas, geográficas o psicográficas.

(Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de Marketing. Pearson.)

A continuación, detallo la aplicación en nuestro plan de negocio “Kitchen School”

- **Identificación de la demanda potencial:** Implicaría estudiar sobre cuantas personas estarían interesadas en inscribirse en los programas educativos que ofrecemos se recopilaría datos sobre el mercado objetivo como son de población, socioeconómicos intereses educativos, culturales.

- **Conocimiento del entorno competitivo:** Esto nos ayuda a comprender las fortalezas debilidades y oportunidades del mercado local. Este análisis ayudara a posicionar la escuela de gastronomía de manera efectiva y nos ayudara a diseñar estrategias que nos permita destacar entre la competencia.

- **Segmentación del mercado:** Nos ayuda a dividir el mercado objetivo en grupos con características y comportamientos similares, nos permite desarrollar estrategias de marketing los cuales nos ayudaran a promocionar nuestra escuela de igual manera podemos ofertar la malla educativa la cual se puede ajustar de acuerdo a la necesidad del cliente.

2.2. DEMANDA

¿Qué es demanda?

La demanda es un concepto fundamental en economía que se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios, durante un período de tiempo determinado. En términos sencillos, la demanda describe la relación entre el precio de un producto y la cantidad que los consumidores desean adquirir.

(Mankiw, N. G. (2021). Principios de economía (9ª ed.). Cengage Learning)

Importancia de la demanda: La importancia de la demanda radica en su papel crucial en la determinación de los precios, la asignación de recursos y la actividad económica en general. Ayuda a las empresas a estimar las ventas potenciales de sus productos o servicios en un mercado específico. Al comprender el nivel de demanda, las compañías pueden evaluar cuántas unidades es probable que vendan y planificar su producción e inventario. (Alicia Raeburn,2025)

A continuación, se detalla la demanda del proyecto:

La demanda para la expansión de una escuela de capacitación gastronómica en el cantón Rumiñahui va depender de diversos factores. Es por eso que se debe realizar un estudio de mercado para así poder identificar el público objetivo ya que esto nos ayudara a determinar los potenciales clientes como pueden ser estudiantes, profesionales o aficionados a la gastronomía, analizar la competencia con esto llegaremos a conocer cuantas escuelas de gastronomía existen en los alrededores de Rumiñahui y cuales son su ofertas educativas con esto podemos evaluar sus fortalezas, debilidades, precios y cuáles son sus programas educativos finalmente analizaremos las tendencias

gastronómicas, tendencias culinarias actuales y futuras que puedan ser de interés para los potenciales clientes. Esto nos permitirá diseñar programas de capacitación innovadores, creativos y relevantes que respondan a las demandas del mercado laboral y a las preferencias de los consumidores. Es crucial evaluar la demanda potencial a través de encuestas y entrevistas, considerando factores demográficos, económicos y culturales.

2.3. Oferta

La oferta de un proyecto detalla una propuesta a un futuro cliente potencial, en donde se incluirá objetivos, alcance, presupuesto, cronograma y los recursos necesarios que se utilizaran dentro del proyecto. (Equipo editorial de IONOS, 2023)

Importancia de la oferta

Es importante ya que nos ayuda a determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta es un elemento esencial en cualquier actividad comercial, ya que proporciona claridad, protección legal, herramientas de negociación y puede ser una ventaja competitiva. Una oferta bien elaborada y presentada puede ser la clave para cerrar un trato exitoso y establecer relaciones comerciales duraderas.

(Álvaro Basagoiti, 2023)

A continuación, se detalla la oferta del proyecto:

Se propone una oferta educativa que abarque diversos niveles y modalidades, respondiendo a las necesidades y expectativas de un público,

dentro de la oferta podemos encontrar carreras técnicas, cursos básicos y avanzados, talleres prácticos, programas personalizados, clases magistrales, talleres y degustaciones. Las modalidades que se pueden escoger son presencial, semipresencial, en línea e híbridas. También se contará con facilidades de pago como pueden ser tarifas accesibles o opciones de financiamiento esto eso puedo influenciar.

La combinación de todos estos elementos nos permitirá crear una oferta educativa atractiva, accesible y diferenciada.

2.4. Ficha de observación

Las fichas de observación son instrumentos metodológicos cruciales en la investigación científica, las cuales están diseñadas para la recolección sistemática de datos observacionales. Las fichas de observación son instrumentos metodológicos cruciales en la investigación científica, diseñadas para la recolección sistemática de datos observacionales. Estas fichas permiten documentar de manera estructurada las interacciones, comportamientos y eventos relevantes para las variables de estudio.

(Milagros Soto, 2014)

A continuación, se presenta las fichas de observa relacionadas al proyecto:

Tabla

Figura 1

Competidor A	Línea de productos	Precio Promedio	Ubicación	Acceso	Calidad de Servicios	Seguridad
Ennas	Cocina Profesional	2,500	Buena	Buena	Buena	Regular
	Barismo	970				
	Coctelería	850				

Nota. Creado por Llulluna Alexander

- **Fortalezas:**

- Ofrece una gran variedad de cursos, formación profesional y cursos en Línea.

- Esta academia cuenta con todo incluido es decir ingredientes y materiales para las clases.

- Cuenta con convenios y alianzas para prácticas y bolsas de empleo.

- **Desafíos:**

- La academia no cuenta con la publicidad necesaria ya que no es muy conocida.

- Cuenta con parqueadero, pero no con un guardia.

- Los precios no son muy accesibles para la población.

Figura 2

Competidor B	Línea de productos	Precio Promedio	Ubicación	Acceso	Calidad de Servicios	Seguridad
I cook valle	Pastelería	200	Regular	Regular	Buena	Regular
	Repostería	180				
	Cocina Nacional	320				

Nota. Creado por Llulluna Alexander

- **Fortalezas:**

- Los precios son accesibles para el público.
- Según las reseñas en su página web ofrece un muy buen servicio.
- Cuenta con certificaciones avaladas por la Asociación de Chefs del

Ecuador.

- **Debilidades:**

- Aunque la academia se encuentra en una vía concurrida, el rotulo no tiene visibilidad y no llama la atención.

-No cuenta con los espacios necesarios de paqueo.

-No cuenta con todo incluido muchas de las veces los estudiantes deben llevar sus materiales e ingredientes para las clases.

Tabla 3

Competidor C	Línea de productos	Precio Promedio	Ubicación	Acceso	Calidad de Servicios	Seguridad
Universitario Rumiñahui	Gastronomía	200	Regular	Buena	Buena	Buena
		180				
		320				

Nota. Creado por Llulluna Alexander

- **Fortalezas:**

-La calidad de los servicios es muy buena, tanto la atención al cliente como la infraestructura.

-Cuenta con una seguridad buena ya que cuenta con guardias y parqueaderos privados tanto para docentes y estudiantes.

-El Universitario Rumiñahui es muy conocido.

- **Debilidades:**

- No se encuentra en una zona céntrica.
- Los precios no son muy accesibles.
- Los estudiantes deben llevar sus ingredientes y materiales.

2.5. Encuestas y presentación de resultado

2.5.1. Encuesta

Las encuestas son un tipo de instrumentos de recopilación de información, que consisten en un conjunto prediseñado de preguntas normalizadas, dirigidas a una muestra socialmente representativa de individuos, con el fin de conocer sus opiniones o visiones respecto de alguna problemática o asunto que les afecta. es un procedimiento de investigación cuantitativa en la que el investigador recopila información mediante el cuestionario previamente diseñado (Gilberto Farías, 2024)

A continuación, se presenta la encuesta del proyecto:

1. ¿Estás interesado en inscribirte en un curso de cocina?

- Sí
- No
- Tal vez

2. ¿Cuál de las siguientes especialidades de cocina te interesa más?

- Alta Cocina
- Cocina Saludable
- Cocina Internacional
- Repostería

3. ¿Qué factor influiría más en tu decisión de inscribirte en un curso?

- Bolsa de trabajo
- Infraestructura
- Precio
- Ubicación
- Docentes

4. ¿Qué formato de clases prefieres?

- Presencial
- Online
- Híbrido

5. ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en un curso de cocina?

- Menos de 500 USD
- 500-1000 USD
- Más de 1000 USD

6. ¿Cuál es tu horario preferido para tomar un curso?

- Mañana
- Tarde
- Noche
- Fines de semana

7. ¿Qué tipo de certificación te gustaría obtener al finalizar el curso?

- Título Técnico
- Diplomado

- Participación

8. ¿Cómo te enteraste de nuestros cursos?

- Publicidad
- Redes Sociales
- Eventos
- Amigos/Familiares

9. ¿Te interesaría recibir una beca para el curso?

- Sí
- No
- Tal vez

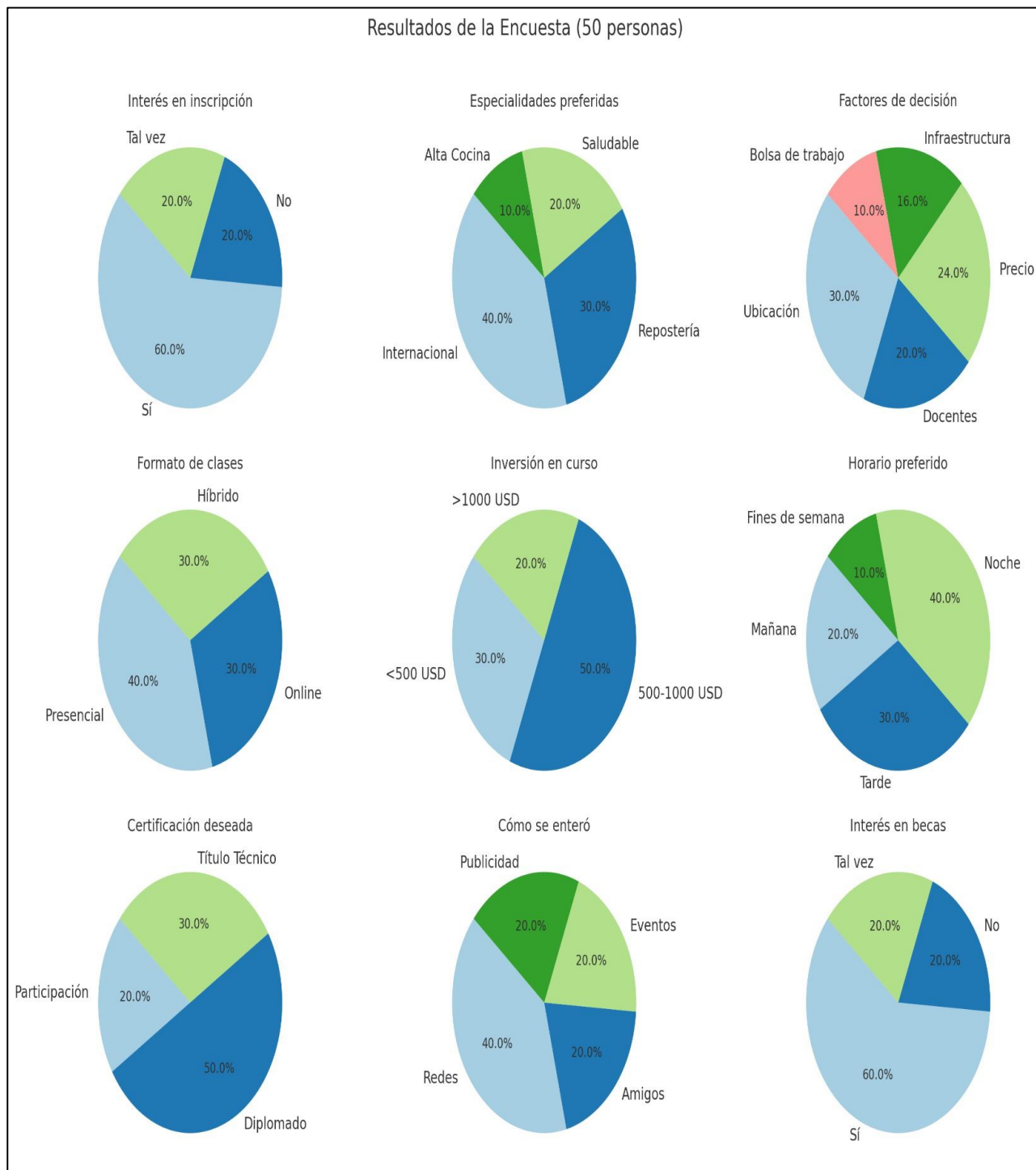
10. ¿Algún comentario o sugerencia adicional?

- (Espacio abierto para comentarios)

2.5.2. Presentación de Resultados:

La presentación de resultados, de forma general, corresponde al apartado Resultados de nuestra tesis, artículo u otro producto de investigación en el que estemos trabajando; por ejemplo, congresos o comunicaciones. Como su nombre indica, esta sección consiste en presentar los resultados, esto es, se busca exponer y describir aquello que has investigado; y debes hacerlo de la forma más objetiva posible, sin sobre interpretaciones, y con el objetivo exclusivo de comunicar a los lectores el producto de las técnicas de investigación que has utilizado. (UVR correctores, 2022)

A continuación, se presenta un gráfico en donde se encuentra la presentación de



resultados de la encuesta que se aplicó a 50 personas:

Figura4

Nota. Creado por Llulluna Alexander

- El 60% de los encuestados están interesados en inscribirse en algunos de los cursos.
- Las especialidades más populares ofertadas son Cocina Internacional (40%) y Pastelería (30%).
- Dentro de los factores claves para elegir inscribirse en la escuela se encuentran: Ubicación (30%) y Calidad de docentes (24%).
- El 50% de las personas encuestadas prefieren clases presenciales, mientras que el 30% híbridas.
- El 60% de las personas encuestadas estarían dispuestos a invertir entre \$500 y \$1,000 en el curso.
- El horario nocturno con el 40% es el más solicitado, ya que mencionan que en la mañana cumplen con otras actividades.
- Diplomados y títulos técnicos (40% cada uno) son las certificaciones más valoradas.
- Las redes sociales con el 40% son la principal fuente de información y promoción sobre la escuela.
- El 70% de las personas que fueron encuestadas se muestran más interesadas en becas o financiamiento.

2.5.3. Estrategias de mercado

Una estrategia de mercado es un plan de acción de la empresa para llegar

a los posibles consumidores y convertirlos en clientes de sus productos o servicios. La estrategia de mercado consiste en una planificación a largo plazo de los objetivos que la empresa quiere alcanzar. El objetivo es mejorar la competitividad de la empresa, aumentar las ventas o crear un nicho de mercado. (Melina Pereda. 2022).

Como se elabora una estrategia de Mercado:

La creación de una estrategia de mercado efectiva comienza con una investigación exhaustiva del mercado y la definición del público objetivo. Luego, se establecen objetivos claros y se seleccionan las estrategias de marketing adecuadas, las cuales deben incluir decisiones sobre el producto, precio, distribución y promoción. La implementación de la estrategia requiere la asignación de recursos y la creación de un plan de acción detallado. (Zendesk, 2023)

A continuación, se detalla la estrategia de mercado del proyecto:

La estrategia de mercado para la expansión de la escuela de capacitación gastronómica en Rumiñahui se enfocará en un sector específico de mercado, ya que identificaremos a los futuros clientes como nuestros estudiantes, profesionales, aficionados. Buscando un lugar diferenciado debido a que resaltaremos la calidad de la enseñanza, la experiencia de los instructores, la infraestructura moderna con la que cuentan la escuela, la modalidad a elección y las distintas carreras, cursos y talleres que se ofrece la escuela dependiendo lo que le guste al estudiante. El marketing digital, a través de una página web que sean de atracción, redes sociales y publicidad online, será fundamental para

atraer al público objetivo.

Propuesta valor digital:

La propuesta de valor digital describe los beneficios que una empresa ofrece a sus clientes a través de páginas web y plataformas digitales. Se trata de una herramienta de marketing que ayuda a posicionar a la empresa en el mercado a nivel mundial. La propuesta de valor digital debe ser clara, directa y convincente para explicar al público objetivo cómo el producto o servicio puede beneficiarlo a corto o largo plazo. (Diego Santos, 2021)

Propuesta de valor digital del proyecto:

La propuesta de valor digital esta enfocada en ofrecer una experiencia única de aprendizaje gastronómico. A través de una plataforma virtual fácil de usar e interactuar, los estudiantes tendrán acceso a contenido de alta calidad, que incluye videos de recetas, clases claros y concisos con chef capacitados, recursos descargables y foros de discusión interactivos. Dentro de nuestras plataformas educativas se puede encontrar información detallada acerca de los docentes los cuales están capacitados, información acerca de las carreras que ofrece la escuela, cursos y talleres que ofertamos, en cada uno existirá información super clara. Contaremos con un icono de sugerencias en el cual los estudiantes y la comunidad en general podrá escribir sus sugerencias, inconvenientes los cuales nos ayudarán a mejorar y brindar un mejor servicio. Buscamos construir una comunidad online activa donde los estudiantes puedan conectar, compartir experiencias y recibir apoyo personalizado desde cualquier lugar. Además, ofrecemos flexibilidad con diferentes modalidades de formación

en línea, desde clases grabadas hasta tutorías personalizadas. Nuestra presencia en todas nuestras redes sociales y el contenido de valor que compartimos, como artículos, blogs, videos y tutoriales de recetas, complementaran la experiencia de aprendizaje y la pasión por la gastronomía.

A continuación, se adjunta el link de la página web del proyecto:

https://www.canva.com/design/DAGOcWotS9w/Q_WSCH_2e9qK8brpLUgrOw/edit?utm_content=DAGOcWotS9w&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

2. CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

Un estudio técnico es un análisis que se realiza para determinar si un proyecto de inversión es factible o no desde un punto de vista técnico. Este estudio se realiza para encontrar la manera de producir un bien o servicio, y para establecer los presupuestos de inversión y gastos. El estudio técnico es parte de un plan de negocios y se relaciona con otros estudios, como el de mercado y el financiero. (Akbar Nájera, 2019)

3.1. Localización

Analiza las diferentes alternativas de ubicación espacial del proyecto, la localización tiene por objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, lo cual debe estudiarse tanto a nivel general (macro) y a nivel específico (micro). (Fabiola Corrillo & Maribel Gutiérrez, 2020)

Figura 5

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PON DERACIÓN DEL FACTOR	ALTERNATIVAS					
		Triangulo		Sangolquí		Quito	
Ubicación Comercial	25		50		100		100
Accesible a todas las personas	10		30		40		50
Disponibilidad de materiales	15		75		45		30
Disponibles todos los servicios básicos	20		60		60		60
Disponibles transporte	20		80		100		100
Trascurre todo tipo de personas	10		20		40		50

Nota. Creado por Llulluna Alexander

Llegando a la conclusión la opción de Quito sería la más alta ya que técnicamente es la mejor calificada.

3.2. Tamaño óptimo

El tamaño óptimo de una empresa es un concepto económico que se refiere al nivel de producción en el que una empresa puede minimizar sus costos promedio totales a largo plazo y maximizar su eficiencia. En otras palabras, es el punto en el que la empresa alcanza la mayor economía de escala posible. Las empresas deben analizar cuidadosamente los factores que influyen en su tamaño óptimo para tomar decisiones estratégicas informadas sobre su crecimiento y expansión. (Jesús Alberto, 2014)

A continuación, un cuadro donde se muestra el tamaño óptimo de la empresa:

Figura 6

Factor de Crecimiento	Inicio	Expansión Moderada
I Instalaciones	1Cocina principal, 2 aulas teóricas, 1 sala de degustación	2 2 cocinas,3 aulas teóricas, 2 salas de degustación, 1 biblioteca, sala de profesores
Personal	2-3 profesores, 1 asistente de cocina, 1 administrativo	5-7 profesores, 2 asistentes de cocina, 2 administrativos, 1 encargado de marketing

Nota: Creado por Llulluna Alexander

3.3. Distribución

La distribución de espacio está definida como la disposición física de los puestos de trabajo. Como también de los componentes materiales y ubicación de las instalaciones para la atención y servicios tanto para el personal de la empresa, como para nuestros clientes. La distribución de cualquier espacio para una oficina dependerá del área total existente, de la forma del área, de todos los procesos que se van a desarrollar. Además de las relaciones tanto interpersonales como de operaciones que han de darse entre los trabajadores. (urbanwork.pe, 2023)

A continuación, se muestra las imágenes que hacen referencia a la distribución:

Figura 7



Nota. Creado por Llulluna Alexander

Figura 8



Nota. Creado por Llulluna Alexander

3.4. Ingeniería del Proyecto

3.4.1. Identificación de Recursos Humanos

La identificación de recursos humanos es el proceso de reconocer a los empleados de una empresa y sus características. Esto se realiza a través de un número de identificación único, un inventario de recursos humanos y la evaluación del desempeño. esta es una técnica que se refiere a la ubicación o localización de personas para que sean parte de la empresa y que tengan un potencial o perfil que se adapte a lo que se necesita o se espera conseguir. (Javiera Ríos, 2020)

A continuación, se presenta una tabla en donde se muestra la identificación de los recursos humanos:

Figura 9

Cargo	Descripción	Número	Salario Mensual Estimado (USD)	Código IESS (Estimado)	Beneficios de Ley (Aprox. % del Salario)
Director/a Académico/a	Lidera y gestiona el programa académico.	1	\$1,500 - \$2,500	09 (Actividades de enseñanza)	35% - 40%
Chef Instructor/a	Imparte clases prácticas y teóricas.	2-3	\$1,000 - \$1,800	09 (Actividades de enseñanza)	35% - 40%
Asistente de Cocina	Apoya a los chefs instructores.	1-2	\$450 - \$600	09 (Actividades de enseñanza)	35% - 40%
Coordinador/a de Programas	Gestiona la logística de los cursos.	1	\$600 - \$800	09 (Actividades de enseñanza)	35% - 40%
Especialista en Marketing y Ventas	Promociona la escuela y los cursos.	1	\$800 - \$1,200	62 (Actividades de publicidad)	35% - 40%
Administrativo/a	Gestiona la facturación, pagos y contabilidad.	1	\$600 - \$1,000	82 (Actividades de administración de empresas)	35% - 40%
Personal de Limpieza	Mantiene las instalaciones limpias y ordenadas.	1-2	\$425 - \$500	81 (Actividades de limpieza)	35% - 40%

Nota. Creado por Llulluna Alexander

Beneficios de Ley

Figura

10

Décimo Tercer Sueldo (USD)	Vacaciones (USD)	Fondos de Reserva (USD)	Aporte Patronal IESS (9.45%) (USD)	Total Rol de Pagos (USD)
\$166.67	\$166.67	\$166.67	\$189.00	\$2,722.34

\$125.00	\$125.00	\$125.00	\$141.75	\$2,116.75
\$41.67	\$41.67	\$41.67	\$47.25	\$672.59
\$58.33	\$58.33	\$58.33	\$66.15	\$941.14
\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$94.50	\$1,361.49
\$66.67	\$66.67	\$66.67	\$75.60	\$1,075.54
\$37.50	\$37.50	\$37.50	\$42.53	\$604.53

Nota. Creado por Llulluna Alexander

3.4.2. Identificación de Recursos Materiales.

La identificación de recursos materiales es el proceso de determinar qué recursos físicos se necesitan para llevar a cabo un proyecto. Los recursos materiales son los bienes llevar a cabo las actividades y alcanzar los objetivos del proyecto. (Ana Pérez, 2014)

A continuación, se representa una tabla donde se detalla la identificación de recursos materiales:

Figura 11

Artículo	Cantidad	Especificaciones	Precio Estimado por Unidad (USD)	Precio Total Estimado (USD)
Cocina industrial	2	6 hornillas, horno, plancha	\$2,000 - \$4,000	\$4,000 - \$8,000
Horno de convección	1	Capacidad para múltiples bandejas	\$1,500 - \$3,000	\$1,500 - \$3,000
Batidora industrial	2	Diferentes velocidades, capacidad adecuada	\$500 - \$1,000	\$1,000 - \$2,000
Procesador de alimentos	2	Multifuncional, alta potencia	\$300 - \$600	\$600 - \$1,200
Licuada industrial	2	Vaso de vidrio resistente, alta potencia	\$200 - \$400	\$400 - \$800
Mesa de trabajo de acero inoxidable	4	Amplias, con estantes inferiores	\$300 - \$600	\$1,200 - \$2,400
Fregadero industrial	2	Doble poza, con grifo industrial	\$500 - \$1,000	\$1,000 - \$2,000
Estanterías de acero inoxidable	3	Resistentes, para almacenamiento de utensilios	\$200 - \$400	\$600 - \$1,200
Utensilios de cocina básicos	Juego completo	Ollas, sartenes, cuchillos, tablas de cortar, etc.	\$500 - \$1,000	\$500 - \$1,000
Batería de cocina profesional	2 juegos	Ollas de diferentes tamaños, sartenes antiadherentes	\$300 - \$600	\$600 - \$1,200
Vajilla y cristalería	Suficiente para 24 personas	Platos, vasos, copas, cubiertos	\$500 - \$1,000	\$500 - \$1,000
Mesas y sillas	Suficiente para 24 estudiantes	Cómodas, funcionales	\$50 - \$100 (por juego)	\$1,200 - \$2,400
Pizarra o pantalla interactiva	1	Para presentaciones y clases teóricas	\$500 - \$1,000	\$500 - \$1,000
Proyector	1	Para presentaciones y clases teóricas	\$300 - \$600	\$300 - \$600
Equipo de sonido	1	Para presentaciones y clases teóricas	\$200 - \$400	\$200 - \$400
Estanterías	Suficiente para organizar los insumos	Resistentes, ajustables	\$100 - \$200	\$300 - \$600
Contenedores	Suficiente para almacenar los insumos	Herméticos, de diferentes tamaños	\$50 - \$100	\$200 - \$400

Congelador	1	Amplio, para almacenamiento de alimentos	\$800 - \$1,500	\$800 - \$1,500
Refrigerador	2	Amplios, para almacenamiento de alimentos	\$500 - \$1,000	\$1,000 - \$2,000
Equipo de oficina	1	Ordenador, impresora, teléfono	\$500 - \$1,000	\$500 - \$1,000
Mobiliario de oficina	1	Escritorio, silla, archivador	\$300 - \$600	\$300 - \$600
Material de limpieza	Suficiente	Productos de limpieza, escobas, trapeadores, etc.	\$100 - \$200	\$100 - \$200
Botiquín de primeros auxilios	1	Completo, con elementos básicos	\$50 - \$100	\$50 - \$100

Figura 11

Nota. Creado por Llulluna Alexander

3.4.4.

Proceso

Productivo

El proceso productivo es el conjunto de actividades que se realizan para crear bienes o servicios. Es un proceso planificado y sucesivo que implica la transformación de insumos en productos. El objetivo del proceso productivo es satisfacer la demanda del mercado y las necesidades de los consumidores. Para ello, las empresas utilizan recursos humanos, tecnológicos, y naturales.

A continuación se detalla el proceso productivo del proyecto:

1. Proceso de Diseño y Planificación de Cursos:

Descripción:

Este proceso implica crear un plan de estudios para cada curso, definiendo objetivos, contenidos, características, técnicas culinarias a enseñar en la escuela, recetas, y cronograma.

Se considera el nivel de los estudiantes, la especialización y las tendencias gastronómicas actuales.

Se elaboran fichas técnicas de recetas, manuales de estudio, y se seleccionan los ingredientes y utensilios necesarios donde la manera de aprender del estudiante sea más fácil.

2. Proceso de Adquisición y Almacenamiento de Materias Primas:

Descripción:

Se establecerá una lista de los mejores proveedores donde lo primordial sea que todos los productos sean frescos y de una calidad buena.

Se contará con el uso de un inventario semanal, el cual nos ayude a ver que ningún producto nos falte o este dañado.

Se implementan protocolos de higiene y seguridad para el almacenamiento de alimentos, donde todos estos estén a su debida temperatura.

3. Proceso de Preparación de la Mise en Place:

Descripción:

Antes de cada clase, el personal de la escuela se encarga de la "mise en place", que consiste en la preparación previa de los ingredientes y utensilios.

Esto incluye lavar, cortar, picar, medir y organizar los ingredientes, esto con el propósito de ganar tiempo.

4. Proceso de Enseñanza y Aprendizaje:

Descripción:

Los docentes imparten las clases, explicando el fundamento teórico en

donde se fomentara la participación de los estudiantes, ayudándolos a resolver sus dudas y brindando retroalimentación.

Se realizan evaluaciones prácticas y teóricas que ayudaran a verificar el aprendizaje y la evolución académica de los estudiantes.

5. Proceso de Limpieza y Mantenimiento:

Descripción:

Se realizará una limpieza profunda de los lugares de trabajo, utensilios y áreas comunes con la finalidad de no provocar alguna contaminación cruzada.

Se aplican protocolos de desinfección para garantizar la seguridad alimentaria y prevenir la contaminación cruzada de un alimento con otro.

Se lleva a cabo un mantenimiento periódico de los equipos y utensilios de cocina con la finalidad de mantener la seguridad en cada área de trabajo.

6. Proceso de Evaluación y Mejora Continua:

Descripción:

Cada parcial se realizará una retroalimentación de los estudiantes y los docentes para identificar áreas de mejora en los cursos y procesos.

Se realizan evaluaciones constantes del plan de estudios, los materiales y los métodos de enseñanza.

Se implementan acciones de mejora continua esto con la finalidad de optimizar la calidad de los servicios y la satisfacción en cada uno de los estudiantes.

Consideraciones adicionales:

Es importante considerar que la escuela de cocina cumpla con todas las

normativas de higiene y seguridad.

La escuela debe contar con un equipo de docentes profesionales, expertos y apasionados por el ámbito gastronómico.

La escuela debe ofrecer una variedad de cursos y talleres para satisfacer las necesidades de diferentes públicos.

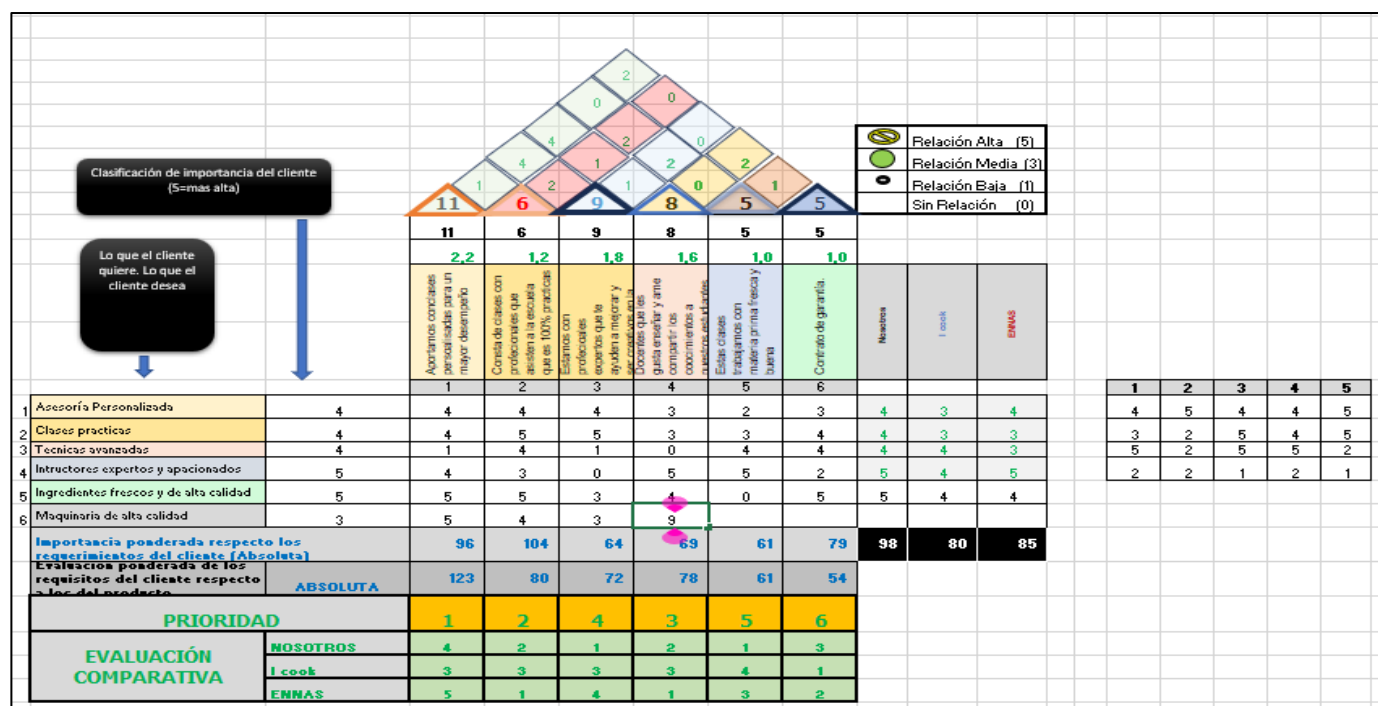
3.4.5 La Casa de la Calidad

La Casa de Calidad es una herramienta importante que se utiliza para la gestión de calidad que ayuda a alinear las necesidades del cliente con el diseño y desarrollo del producto, lo que puede resultar en un producto más competitivo y satisfactorio para las personas. (Jorge Sánchez, 2023)

A continuación, se presenta la casa de la calidad del proyecto:

Figura

12



Nota. Creado por Llulluna Alexander

Análisis Casa de la calidad:

Aquí se puede observar que la evaluación ponderada de los requisitos del cliente respecto a los del producto son buenas y como primera tenemos a la maquinaria de calidad con aportación de clases con buenas herramientas donde el aprendizaje sea más sencillo y rápido. De igual manera estamos superando a la competencia esto significa que el negocio sería factible según los números que refleja la casa de la calidad.

4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El estudio administrativo y legal es un análisis donde se puede observar si un proyecto cumple con la legislación vigente y con las necesidades de la organización. El objetivo de este estudio nos ayuda a evitar sanciones y garantizar que el proyecto se desarrolle de acuerdo con las leyes. El estudio Administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá tener en cuenta una nueva empresa para su establecimiento. (Jhon Cardona, 2019)

4.1. Direccionamiento Estratégico

Es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección. El direccionamiento estratégico es un modelo de gestión empresarial que se basa en la toma de decisiones lógicas y objetivas. Este proceso ayuda a las empresas a adaptarse a los cambios del entorno y a ser más competitivas. (Adriana Aguilera, 2010)

4.1.1. Misión, Visión y Valores

Misión:

La palabra misión viene del latín misión, que significa "la acción de ser enviado" o "encargo. La misión es el propósito o razón de ser de una persona, empresa, institución u organización. En el caso de una empresa, la misión es el objetivo principal que la define y su función dentro de la sociedad. Se expresa a través de una declaración de la misión, que es una frase o párrafo que resume la misión de la empresa. (Santander Universidades, 2024)

Misión de la empresa:

Formar profesionales de la gastronomía los cuales estarán altamente capacitados siendo creativos e innovadores, impulsando el desarrollo culinario y turístico de Rumiñahui, a través de una educación de excelencia, basada en valores, técnicas vanguardistas y la riqueza de la cocina ecuatoriana.

Visión:

La visión empresarial es la representación de cómo una organización se visualiza a largo plazo. Es una declaración que indica el rumbo que seguirá la empresa y los objetivos que quiere alcanzar. La visión empresarial es importante porque marca el plan de acción de la empresa y define su identidad. Es un factor que influye en el rendimiento del negocio y en su posición en el mercado, permite definir el camino que se debe seguir para alcanzar las metas propuestas. (Anna Pérez, 2021)

Visión de la empresa:

Contribuir al desarrollo gastronómico y turístico sostenible de Rumiñahui, formando profesionales comprometidos con la revalorización de la cocina ecuatoriana, la utilización de productos locales y la preservación del patrimonio cultural alimentario.

Valores:

Los valores de una empresa son los principios fundamentales que guían las acciones y decisiones de todos los miembros de la organización. Son las creencias y convicciones que definen la cultura de la empresa y que se reflejan en su comportamiento, tanto interno como externo. En otras palabras, los valores son como el ADN de la empresa, lo que la hace única y diferente de las demás. Son los que dan

sentido a su trabajo y los que la impulsan a alcanzar sus objetivos. (Rita Lisboa 2019)

Valores de la empresa:

-Excelencia académica: Compromiso con la calidad de la enseñanza, los materiales y los docentes para así brindar una experiencia de aprendizaje enriquecedora, innovadora y efectiva.

-Pasión por la gastronomía: Fomentar el amor por la cocina, los ingredientes, las técnicas que se utilizan y la cultura gastronómica en general.

-Creatividad e innovación: Estimular la exploración de nuevas ideas, sabores y tendencias culinarias, así como la capacidad de adaptación a los cambios en el sector de Rumiñahui.

-Profesionalismo y ética: Promover la integridad, la responsabilidad, el respeto, el trabajo en equipo y la colaboración en el ambiente de trabajo y en la relación con los clientes.

4.2. Eslogan, Logotipo

Eslogan:

Un eslogan es una frase corta y pegadiza que se utiliza en publicidad y propaganda para promocionar un producto, servicio, marca o idea. Su objetivo principal es captar la atención del público y transmitir un mensaje de forma concisa y memorable. Un buen eslogan debe ser original, creativo y fácil de recordar, además de reflejar la esencia de aquello que representa. Se utiliza en diversos medios como anuncios de televisión, radio, prensa, internet y redes sociales. (Daniela Terreros, 2020)

Eslogan de la empresa:

"Formamos chefs que transforman ingredientes en experiencias."

Logotipo:

El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca. El logotipo, o también llamado simplemente logo, es definido estrictamente en el área del marketing como el diseño tipográfico, o sea, el diseño del nombre de la marca en sí. Tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución. (Significados, Equipos, 2019)

Logotipo de la empresa:**Figura 13**

Nota. Creado por Lulluna Alexander

El logotipo tiene accesorios que están relacionados con la cocina, dentro del logo también podemos observar el accesorio distintivo de las personas que estudian o trabajar en algo referente a la cocina o gastronomía que es el gorro.

Los colores son atractivos a la vista y cuenta con una buena estética, en la parte inferior podemos observar que se encuentra el nombre de la escuela.

4.2. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que ayuda a identificar los puntos fuertes y débiles de una situación, así como las oportunidades y amenazas. FODA es un acrónimo que significa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. El análisis FODA se puede aplicar en distintos ámbitos, como en el ámbito personal, en el desarrollo de productos, en el marketing, en la educación, en el trabajo comunitario y en el crecimiento personal. (Alicia Raeburn, 2024)

A continuación, se detalla el análisis FODA de la empresa:

Fortalezas:

- Docentes altamente capacitados en diversas áreas de la gastronomía.
- Oferta de programas educativos innovadores y actualizados que combina la teoría con la práctica.
- La ubicación de la escuela es estratégica ya se encuentra cerca de mercados, sitios turísticos lo que facilita que se obtenga ingredientes frescos y de calidad, además de ofrecer oportunidades de aprendizaje.

Debilidades:

- La escuela cuenta con una estrategia de marketing poco desarrollada lo que dificulta la promoción de su oferta educativa y el alcance hacia los posibles clientes.
- La escuela puede enfrentar limitaciones de presupuesto lo que impide que se pueda invertir en nuevos equipos, materiales, marketing y tecnología.

-Debido a que la escuela no cuenta con capacidad necesaria, esto impide que se pueda atender a un gran número de estudiantes.

Oportunidades:

- Establecer alianzas con productores locales, restaurantes, hoteles y empresas turísticas nos ayudan a generar oportunidades de aprendizaje, prácticas y empleo para los estudiantes.

- Ampliar la oferta de programas educativos, incluyendo cursos especializados, talleres y diplomados, puede atraer a un público más amplio y diverso lo nos ayudaría a generar nuevas fuentes de ingresos.

- Establecer acuerdos con escuelas de gastronomía en el extranjero podría abrir la oportunidad de intercambios estudiantiles y docentes.

Amenazas:

-La presencia de otras escuelas de gastronomía en la zona o la llegada de nuevas instituciones con ideas innovadoras pueden generar competencia por estudiantes y recursos.

- Los que se podrían llegar a dar en las regulaciones del sector educativo o gastronómico pueden generar costos adicionales o restricciones para la escuela.

- La aparición de nuevas tendencias gastronómicas o de los cambios en los gustos de los consumidores pueden requerir adaptaciones en la oferta y programas educativos.

4.3. Estructura organizacional y Funcional

La estructura organizacional y funcional de una empresa es un instrumento de gestión que define las funciones de cada unidad administrativa y las relaciones entre

ellas. La estructura organizacional funcional es una de las estructuras más comunes y se basa en la división de la empresa por funciones laborales. (Aprendiz de Mercadotecnia, 2021)

A continuación, se muestra un cuadro donde se explica la estructura organizacional y funcional de la empresa:

Figura 14

Directivo	Director General	Planificación estratégica, gestión general, representación institucional, toma de decisiones
	Director Académico	Diseño y supervisión de programas académicos, gestión del personal docente, evaluación de la calidad educativa
	Director Administrativo	Gestión financiera, recursos humanos, infraestructura, marketing y ventas
Académico	Coordinador de Programas	Coordinación de planes de estudio, seguimiento del progreso de los estudiantes, gestión de horarios y recursos
	Instructores/Docentes	Impartición de clases teóricas y prácticas, evaluación del aprendizaje de los estudiantes, desarrollo de material didáctico

	Chef Instructor	Demostraciones culinarias, enseñanza de técnicas de cocina, supervisión de prácticas en cocina
Administrativo	sistente Administrativo	Gestión de documentos, atención al cliente, apoyo en tareas administrativas
	Recepcionista	Atención telefónica y presencial, gestión de inscripciones, información general
	Personal de Mantenimiento	Mantenimiento de instalaciones y equipos, limpieza
Apoyo	Consejero Vocacional	Orientación a estudiantes sobre opciones de carrera, desarrollo de habilidades blandas
	Tutor	Apoyo académico a estudiantes, resolución de dudas, seguimiento del progreso

Nota: Creado por Llulluna Alexander

4.3. Estudio Legal

Un estudio legal de un proyecto es un análisis que evalúa los riesgos legales que podrían afectar su viabilidad. Este estudio permite determinar si el proyecto cumple con las leyes y regulaciones vigentes. Permite identificar, evaluar y gestionar los aspectos legales y regulatorios que pueden afectar o influir en el desarrollo, operación y éxito del proyecto. Esto nos ayudara a determinar las restricciones que podrían impedir o bien limitar el funcionamiento

del mismo. (Nicole Bocher, 2019)

4.3.1. Tipo de empresa de acuerdo al aspecto legal

El tipo de empresa de acuerdo al aspecto legal hace referencia a la estructura jurídica bajo la cual una empresa o entidad se organiza y opera de acuerdo con las leyes del país en el que está registrada. Esta clasificación determina cómo se regula la empresa en términos de responsabilidades, impuestos, derechos y obligaciones. (Universidad de Granada,2022)

Kitchen School podría ser una sociedad mercantil ya que tiene como fin generar ingresos ya que ofrece cursos gastronómicos. Esto implica que tiene una estructura empresarial con el objetivo de generar ganancias.

4.3.2. Permisos Necesarios

Los permisos de trabajo son documentos formales los cuales son emitidos por empleadores o autoridades competentes que autorizan a los trabajadores a llevar a cabo ciertas tareas específicas en el lugar de trabajo. Estos permisos son una medida de seguridad diseñada para garantizar la seguridad, minimizando el riesgo de accidentes o lesiones. (Lucía Sicre, 2023)

Kitchen School" necesitará obtener las licencias y permisos necesarios para poder operar, que pueden variar según la ubicación y el tipo de servicios ofrecidos.

Seguro: Es importante obtener un seguro de responsabilidad civil para proteger el negocio en caso de accidentes o lesiones.

Regulaciones de salud y seguridad: Las escuelas de cocina deben cumplir con las regulaciones de salud y seguridad alimentaria.

A continuación, se detalla los permisos necesarios para el funcionamiento de la empresa:

- Permiso de Funcionamiento Municipal
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Permiso de Funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Permiso de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)
- Permiso Ambiental

4.4. Estudio Ambiental

El estudio ambiental de un proyecto es un informe técnico que analiza los efectos que un proyecto puede tener en el medio ambiente. Su objetivo es identificar, predecir y controlar esos impactos para tomar decisiones que los minimicen. Es un proceso interdisciplinario que se realiza antes de que se inicie un proyecto. En él se describe el proyecto, se analizan sus posibles impactos y se proponen medidas para reducirlos. (Caycaa, 2018)

4.4.1. Licencias Ambientales

Se entiende por Licencia Ambiental la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de un proyecto, obra o actividad, que, de acuerdo con la ley y los reglamentos, pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables, o al medio ambiente, o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje. (Govco,2021)

Las licencias ambientales que se necesitarían para la empresa son

los siguientes:

- Permiso de uso de suelo
- Permiso Sanitario y uso de Residuos
- Plan de Gestión de Residuos Sólidos
- Certificación de Seguridad y Riesgo Ambiental

4.4.2. Alineación del Proyecto con el ODS (Objetivos de desarrollo sostenible)

ODS: Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Globales, son un conjunto de 17 objetivos interconectados adoptados por las Naciones Unidas en 2015 como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Estos objetivos representan un llamado universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para el año 2030. (United Nations Department of Economic and Social Affairs (UN DESA), 2022)

A continuación, se detalla los objetivos ODS en base al negocio:

ODS 4: Educación de Calidad -Relación con el proyecto:

- La escuela ofrecerá una formación gastronómica de calidad, preparando a los estudiantes con habilidades, técnicas y conocimientos especializados.
- Uso de metodologías, técnicas, recursos, materiales innovadores para mejorar la enseñanza culinaria y fomentar el aprendizaje continuo.

ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico-Relación con el proyecto:

- La expansión nos ayudara a generar nuevas oportunidades de empleo para chefs, docentes, estudiantes, personal administrativo y proveedores locales.
- Se fomentará el emprendimiento gastronómico local, para lo cual se capacitará a los estudiantes en gestión de negocios y finanzas.
- Colaboración con empresas y restaurantes que nos permita la inserción laboral de los egresados.

ODS 12: Producción y Consumo Responsable-Relación con el proyecto:

- Promoción de la gastronomía sostenible, enseñando técnicas de cocina con un menor impacto ambiental, esto mediante la implementación de las tres R dentro de la escuela.
- Uso de productos locales y reducción del desperdicio alimentario en las prácticas de cocina.
- Implementación de buenas prácticas en el manejo de residuos y uso eficiente de los recursos en la escuela.

ODS 10: Reducción de las Desigualdades -Relación con el proyecto:

- Inclusión de grupos vulnerables, ofreciendo formación a jóvenes en situación de riesgos, de bajos recursos o personas con discapacidad.
- Se ofertará programas de becas y financiamiento accesible para garantizar la equidad en el acceso a la educación gastronómica.

5. CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión Inicial:

La inversión inicial es la cantidad de dinero que se necesita para comenzar un proyecto, negocio o inversión. Es el capital semilla que se destina al inicio de una idea, con la expectativa de generar retornos futuros.

La inversión inicial es crucial para determinar si un proyecto es viable desde el punto de vista financiero. (David Torres, 2024)

A continuación, se muestra una tabla en donde se muestra detallado los valores de la inversión inicial.

Figura 15

Detalle	Valores
1.1 Inversión en activos fijos	29.050,00
1.2 Inversión en Intangibles	24.000,00
1.3 Capital de trabajo	72.463,74
(=) Total Inversión	125.513,74
(-) Financiamiento	89.114,76
(=) Inversión Neta	36.398,98

Nota. Creado por Llulluna Alexander

En la siguiente tabla podemos observar cuales son los valores de la inversión inicial tomando en cuenta que el valor de inversión en activos fijos es de 29.050,00 \$, el valor de la inversión en intangibles es de 24.000,00\$, el capital de trabajo tiene un valor de 72.463,74\$ dejando así un valor total en la inversión de 125.513,74\$, en el financiamiento tenemos un valor de 89.114,76\$ es así que en la inversión neta tenemos un valor de 36.398,98\$.

5.2. Capital de Trabajo:

El capital de trabajo, el cual es el dinero que tiene disponible para llevar a cabo las operaciones cotidianas, afecta muchos aspectos de su negocio, desde pagar a los empleados y proveedores hasta planificar un crecimiento sostenible a largo plazo. En resumen, es el dinero que tiene disponible para cumplir con sus obligaciones actuales a corto plazo y es un excelente indicador de la salud de un negocio. (Alexandra Ortiz,2022)

Figura 16

Detalle	Valor mensual
Costos	16.388,58
Gastos Adm y Ventas	7.766,00
Total costo y gastos (mensuales)	24.154,58
Total Capital de trabajo previsto	72.463,74

Nota: Creado por Llulluna Alexander

Con este cuadro podemos concluir que el 23 % representa a los costos mientras que el 32% hace referencia a los gastos administrativos y ventas.

5.3. Identificación de Ingresos:

El reconocimiento de ingresos es un aspecto de la contabilidad de ejercicio que estipula cuándo y cómo las empresas «reconocen» o registran sus ingresos. Este principio exige que las empresas reconozcan los ingresos cuando se devenguen (contabilidad de ejercicio) y no cuando se reciba el pago (contabilidad de caja). Las empresas adoptan esta práctica contable porque aporta transparencia y previsibilidad a las prácticas contables. (Raffino,2022)

Figura 17

# Item	Detalle Producto / Servicio	Proyección mensual			Anual
		Cantidad	P. Unitario	Mensual	
1	Curso Pastelería Básica	12	50,00	600,00	7.200,00
2	Coctelería Profesional	10	165,00	1.650,00	19.800,00
3	Curso Arreglos Frutales	7	50,00	350,00	4.200,00
4	Chef Profesional	20	635,00	12.700,00	152.400,00
5	Curso Chocolatería	18	45,00	810,00	9.720,00
6	Curso Panadería Ecuatoriana	10	70,00	700,00	8.400,00
7	Cocina Ecuatoriana	15	245,00	3.675,00	44.100,00
8	Curso Montaje de Platos	17	35,00	595,00	7.140,00
9	Cocina Práctica desde cero	15	355,00	5.325,00	63.900,00
10	Curso Galletería Básica	10	55,00	550,00	6.600,00
	Total			16,388,58	196.662,26

Nota. Creado por Llulluna Alexander

En esta tabla podemos observar cuales son los cursos que se ofrecen dentro de la escuela gastronómica, además de cuál es su precio y cuál es el valor mensual y anual dentro de esto podemos observar que el valor total mensual es de 16.388,58 mientras que el valor anual tenemos 196.662,26.

5.4. Costos y Gastos Administrativos:

Los gastos de administración son aquellos que están asociados con la gestión y el mantenimiento de una empresa u organización. En otras palabras, son los gastos relacionados con la administración de recursos humanos, contabilidad, servicios legales, gestión de proveedores, tecnología de la información, entre otros. (Clara, 2023)

Figura 18

# Item	Detalle Productos y/o servicios	Costo del producto / Servicio (Costo unitario)		Proyección mensual	Costo Total costo	Cantidad	C. mensual	Anual
		Materiales	Mano de obra					
1	Curso Pastelería Básica	25,00	11,37		36,37	12,00	436,44	5.237,28
2	Coctelería Profesional	100,00	11,37		111,37	10,00	1.113,70	13.364,40
3	Curso Arreglos Frutales	25,00	11,37		36,37	7,00	254,59	3.055,08
4	Chef Profesional	330,00	11,37		341,37	20,00	6.827,40	81.928,80
5	Curso Chocolatería	25,00	11,37		36,37	18,00	654,66	7.855,92
6	Curso Panadería Ecuatoriana	35,00	11,37		46,37	10,00	463,70	5.564,40
7	Cocina Ecuatoriana	150,00	11,37		161,37	15,00	2.420,55	29.046,60
8	Curso Montaje de Platos	20,00	11,37		31,37	17,00	533,29	6.399,48
9	Cocina Práctica desde cero	210,00	11,37		221,37	15,00	3.320,55	39.846,60
10	Curso Galletería Básica	25,00	11,37		36,37	10,00	363,70	4.364,40

Nota. Creado por Llulluna Alexander

En el cuadro podemos observar que el costo de mano de obra es

de

11,37.

Figura 19

Item	Rubro	V Mensual	Anual
1	Arriendo	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
2	Sueldo y Salarios	\$ 4.200,00	\$ 50.400,00
3	Mantenimiento	\$ 50,00	\$ 600,00
4	Servicios Básicos	\$ 250,00	\$ 3.000,00
5	Internet	\$ 60,00	\$ 720,00
6	Imprevistos (10%)	\$ 706,00	\$ 8.472,00
	Totales	\$ 7.766,00	\$ 93.192,00

Nota. Creado por Llulluna Alexander

En el siguiente cuadro podemos observar cuales son los gastos administrativos tomando en cuenta que se tendrá gastos como arriendo, sueldo y salarios, mantenimiento, servicios básicos, internet e imprevistos dando un valor mensual de 7.766,00\$ y un valor anual de 93.192,00\$.

5.5. Financiamiento:

El financiamiento o financiación es el proceso de viabilizar y mantener en marcha un proyecto, negocio o emprendimiento específico, mediante la asignación de recursos capitales (dinero o crédito) para el mismo. Dicho más fácilmente, financiar es asignar recursos capitales a una iniciativa determinada. (Equipo Editorial,2020)

Figura**20**

Monto a financiar:	89.114,76
Tasa:	12%
Nro. Años (Máximo 5 años)	5
Total periodos	60
Periodos de gracia	0
Total periodos a amortizar	60
Valor dividendo	\$ 1.982,31
Valor Intereses	29.823,76

Detalle de la amortización

Concepto	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Totales
Pago Capital	13.838,65	15.593,74	17.571,42	19.799,91	22.311,04	89.114,76
Pago Interes	9.949,05	8.193,96	6.216,29	3.987,79	1.476,67	29.823,76
Dividendo	23.787,70	23.787,70	23.787,70	23.787,70	23.787,70	118.938,51

Nota. Creado por Llulluna Alexander

5.6. Flujo de caja:

El flujo de caja es uno de los indicadores más importantes, ya que brinda información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez del negocio. Esta labor en la empresa es llevada a cabo por el Controller Financiero, y su importancia radica en el control del estado de flujo de efectivo. (Mariam Kiziryan, 2024)

Figura 21

Concepto	(+/-)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Totales
Ingresos	+		323.460,00	323.460,00	323.460,00	323.460,00	323.460,00	1.617.300,00
Costo de Venta	-		196.662,96	196.662,96	196.662,96	196.662,96	196.662,96	983.314,80
Gastos de Administración y Ventas	-		93.192,00	93.192,00	93.192,00	93.192,00	93.192,00	465.960,00
Depreciaciones y amortizaciones	-		11.287,00	5.287,00	5.287,00	4.387,00	4.387,00	30.635,00
Gastos financieros	-		9.949,05	8.193,96	6.216,29	3.987,79	1.476,67	29.823,76
Impuestos - Utilidades	-		7.122,07	8.285,33	8.581,98	9.051,26	9.427,93	42.468,57
Ganancias netas	=		5.246,92	11.838,75	13.519,77	16.178,99	18.313,45	65.097,88
Depreciaciones y amortizaciones	+		11.287,00	5.287,00	5.287,00	4.387,00	4.387,00	30.635,00
Costos de inversión	-	125.513,74						125.513,74
Préstamo	+	89.114,76	-	-	-	-	-	89.114,76
Pago de capital	-		13.838,65	15.593,74	17.571,42	19.799,91	22.311,04	89.114,76
Recuperación del capital de trabajo	+		-	-	-	-	72.463,74	72.463,74
Valor de liquidación de activos	+		-	-	-	-	-	-
Flujo de caja Neto	=	(36.398,98)	2.695,27	1.532,01	1.235,35	766,08	72.853,15	42.682,88
Flujo de caja acumulado	=	(36.398,98)	(33.703,72)	(32.171,71)	(30.936,35)	(30.170,27)	42.682,88	

Nota. Creado por Llulluna Alexander

5.7. Valor Actual Neto (VAN) y tasa Interna de Retorno (TIR)

Valor Actual Neto: Dicho de una manera más sencilla, el VAN es una herramienta financiera utilizada para evaluar la rentabilidad de una inversión o proyecto.

Esta técnica calcula el valor presente de todos los flujos de efectivo futuros (tanto ingresos como egresos) relacionados con la inversión, descontados a una tasa de interés específica. (Víctor Morales, 2014)

Tasa Interna de Retorno: La TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. Realizando el cálculo de la tasa interna de rentabilidad de diferentes

proyectos se facilita la toma de decisiones sobre la inversión a realizar. (Jose Fernández, 2023)

Figura

22

Tasa de descuento =	12%	Tasa mínima para aceptar el proyecto
VAN =	\$ 9.933,81	Valor Actual Neto 11.536,46
TIR =	17,98%	Tasa Interna de retorno 22%
COSTO BENEFICIO =	\$ 1,27	1,36

Nota. Creado por Llulluna Alexander

Con esta tabla podemos concluir que tenemos una tasa de descuento del 12%, un valor VAN de 9.933,81\$, mientras que en el TIR tenemos un valor de 17,98%.

5.8. Costo Beneficio:

El análisis de costo-beneficio es el proceso de analizar las decisiones de un negocio. Cuando una decisión está bajo consideración, el costo de una opción es restado del beneficio del mismo. Al realizar un análisis de costo-beneficio, la administración puede decidir si una inversión vale la pena o no para el negocio. (Shopify Staff, 2024)

A continuación, se detalla el costo beneficio del proyecto:

El costo beneficio del proyecto según lo que nos indica la tabla es de \$1.27

Conclusiones

El proyecto de la expansión de la escuela de gastronomía ha demostrado ser una iniciativa exitosa para promover la educación gastronómica y el desarrollo de habilidades culinarias en la comunidad.

La demanda de cursos y talleres de gastronomía cada vez es más fuerte, lo que refleja el gran interés de la sociedad por la gastronomía y la alimentación saludable.

La escuela de cocina ayudado a la formación de profesionales altamente capacitados en el sector gastronómico, quienes están generando un impacto positivo en el ámbito industrial.

La escuela de cocina se ha convertido en un referente en la formación gastronómica, gracias a la calidad de sus programas innovadores, la experiencia y calidad de cada docente y la excelente infraestructura con la que cuenta.

Recomendaciones

Recomendaciones sobre la Gestión Académica:

Innovación en la Metodología de Enseñanza: Incorporar tecnologías y herramientas digitales en el aula para hacer las clases más interactivas y dinámicas.

Fomentar el aprendizaje práctico y experiencial, con actividades como visitas a mercados y productores locales. Implementar un sistema de evaluación continua para medir el progreso de los estudiantes y adaptar la enseñanza.

Promover la sostenibilidad con programas de reciclaje uso de ingredientes locales.

Impulsar el emprendimiento con cursos pequeños pero directos donde los estudiantes se capaciten de acuerdo a lo que ellos necesiten aprender

Bibliografía

Fernández, J. R. (2024, mayo 3). 7 consejos prácticos para gestionar tu flujo de caja. Sage Advice España; Sage. <https://www.sage.com/es-es/blog/7-consejos-practicos-para-gestionar-tu-flujo-de-caja-infografia/>

Arias, A. S. (2015, mayo 27). *¿Qué es la ley de oferta y demanda? Explicación, gráfica y ejemplo.* Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>

Bigelow, S. J., Pratt, M. K., & Tucci, L. (2025, enero 10). Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). ComputerWeekly.es; TechTarget. <https://www.computerweekly.com/es/definicion/Analisis-FODA-fortalezas-oportunidades-debilidades-y-analisis-de-amenazas-o-SWOT>

López, J. S. (2023, julio 23). Casa de Calidad: La herramienta clave para satisfacer a tus clientes. LinkedIn.com. <https://es.linkedin.com/pulse/casa-de-calidad-la-herramienta-clave-para-satisfacer-s%C3%A1nchez-l%C3%B3pez>

Pursell, S. (2024, septiembre 5). *Guía del marketing de productos: cómo comercializar un producto en 2024.* Hubspot.es.

<https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-de-productos>

Anexos

Anexo 1

1.1 Detalle de activos fijos

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	Terrenos	Inmuebles	Maquinaria	Muebles	Vehiculos	Eq. Computo	Otros 1	Totales
1	2	Cocina Industrial 6 hornillas, horno y pl	4.000,00	8.000,00			8.000,00					8.000,00
2	1	Horno de Convección	1.500,00	1.500,00			1.500,00					1.500,00
3	2	Batidora Industrial	500,00	1.000,00			500,00					500,00
4	4	Mesa de trabajo de acero	300,00	1.200,00				1.200,00				1.200,00
5	2	Proyectores	600,00	1.200,00						1.200		1.200,00
6	1	Cogelador	1.500,00	1.500,00			1.500,00					1.500,00
7	3	Licudoras Industriales	750,00	2.250,00			2.250,00					2.250,00
8	4	Estanterías	100,00	400,00				100				100,00
9	3	Pizarras	60,00	180,00				60,00				60,00
10	35	Sillas para alumnos	10,00	350,00				10,00				10,00
11	5	Mesas para alumnos	150,00	750,00				750,00				750,00
12	2	Equipo de sonido	250,00	500,00				500,00				500,00
13	1	Impresora	1.500,00	1.500,00						1.500,00		1.500,00
14	3	Vajilla y cristalería para 24 personas	460,00	1.380,00							1.380,00	1.380,00
15	10	Utensillos de cocina (cuchillos,cucharas	500,00	5.000,00							5.000,00	5.000,00
16	2	Campana Extractora	2.500,00	5.000,00			2.500,00					2.500,00
17	2	Fregadero Industrial	500,00	1.000,00				1.000,00				1.000,00
18	1	Botiquín de primeros auxilios	100,00	100,00							100,00	100,00
Totales				32.810,00	-	-	16.250,00	3.620,00	-	2.700,00	6.480,00	29.050,00

1.2 Detalle de intangibles

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	G. Constitución	Preoperativos	Software	Otros 1	Otros 2	Otros 3	Otros 4	Totales
1	1	Marca Registrada	5000	5.000,00			5.000,00					5.000,00
2	2	Licencias y Permisos	3000	6.000,00	6.000,00							6.000,00
3	2	Pagina Web	2500	5.000,00			5.000,00					5.000,00
4	1	Patentes	6000	6.000,00		6.000,00						6.000,00
5	1	Base de datos	2000	2.000,00			2.000,00					2.000,00
6												
7												
Totales				24.000,00	6.000,00	6.000,00	12.000,00					24.000,00

Nota. Detalles activos fijos y activos intangibles

Anexo 2

Nro. Cuota	C. Inicial	Interés	Capital	Dividendo	C. Final
0	89.114,76	-	-	-	89.114,76
1	89.114,76	891,15	1.091,16	1.982,31	88.023,59
2	88.023,59	880,24	1.102,07	1.982,31	86.921,52
3	86.921,52	869,22	1.113,09	1.982,31	85.808,43
4	85.808,43	858,08	1.124,22	1.982,31	84.684,20
5	84.684,20	846,84	1.135,47	1.982,31	83.548,74
6	83.548,74	835,49	1.146,82	1.982,31	82.401,92
7	82.401,92	824,02	1.158,29	1.982,31	81.243,63
8	81.243,63	812,44	1.169,87	1.982,31	80.073,76
9	80.073,76	800,74	1.181,57	1.982,31	78.892,18
10	78.892,18	788,92	1.193,39	1.982,31	77.698,80
11	77.698,80	776,99	1.205,32	1.982,31	76.493,48
12	76.493,48	764,93	1.217,37	1.982,31	75.276,10
13	75.276,10	752,76	1.229,55	1.982,31	74.046,56
14	74.046,56	740,47	1.241,84	1.982,31	72.804,71
15	72.804,71	728,05	1.254,26	1.982,31	71.550,45
16	71.550,45	715,50	1.266,80	1.982,31	70.283,65
17	70.283,65	702,84	1.279,47	1.982,31	69.004,18
18	69.004,18	690,04	1.292,27	1.982,31	67.711,91
19	67.711,91	677,12	1.305,19	1.982,31	66.406,72
20	66.406,72	664,07	1.318,24	1.982,31	65.088,48
21	65.088,48	650,88	1.331,42	1.982,31	63.757,05
22	63.757,05	637,57	1.344,74	1.982,31	62.412,32
23	62.412,32	624,12	1.358,19	1.982,31	61.054,13
24	61.054,13	610,54	1.371,77	1.982,31	59.682,36
25	59.682,36	596,82	1.385,48	1.982,31	58.296,88
26	58.296,88	582,97	1.399,34	1.982,31	56.897,54
27	56.897,54	568,98	1.413,33	1.982,31	55.484,21
28	55.484,21	554,84	1.427,47	1.982,31	54.056,74
29	54.056,74	540,57	1.441,74	1.982,31	52.615,00
30	52.615,00	526,15	1.456,16	1.982,31	51.158,84
31	51.158,84	511,59	1.470,72	1.982,31	49.688,12
32	49.688,12	496,88	1.485,43	1.982,31	48.202,69
33	48.202,69	482,03	1.500,28	1.982,31	46.702,41
34	46.702,41	467,02	1.515,28	1.982,31	45.187,13
35	45.187,13	451,87	1.530,44	1.982,31	43.656,69
36	43.656,69	436,57	1.545,74	1.982,31	42.110,95
37	42.110,95	421,11	1.561,20	1.982,31	40.549,75
38	40.549,75	405,50	1.576,81	1.982,31	38.972,94
39	38.972,94	389,73	1.592,58	1.982,31	37.380,36
40	37.380,36	373,80	1.608,50	1.982,31	35.771,85
41	35.771,85	357,72	1.624,59	1.982,31	34.147,26
42	34.147,26	341,47	1.640,84	1.982,31	32.506,43
43	32.506,43	325,06	1.657,24	1.982,31	30.849,18
44	30.849,18	308,49	1.673,82	1.982,31	29.175,37
45	29.175,37	291,75	1.690,55	1.982,31	27.484,81
46	27.484,81	274,85	1.707,46	1.982,31	25.777,35
47	25.777,35	257,77	1.724,54	1.982,31	24.052,82
48	24.052,82	240,53	1.741,78	1.982,31	22.311,04
49	22.311,04	223,11	1.759,20	1.982,31	20.551,84
50	20.551,84	205,52	1.776,79	1.982,31	18.775,05
51	18.775,05	187,75	1.794,56	1.982,31	16.980,49
52	16.980,49	169,80	1.812,50	1.982,31	15.167,99
53	15.167,99	151,68	1.830,63	1.982,31	13.337,36
54	13.337,36	133,37	1.848,93	1.982,31	11.488,42
55	11.488,42	114,88	1.867,42	1.982,31	9.621,00
56	9.621,00	96,21	1.886,10	1.982,31	7.734,90
57	7.734,90	77,35	1.904,96	1.982,31	5.829,94
58	5.829,94	58,30	1.924,01	1.982,31	3.905,93
59	3.905,93	39,06	1.943,25	1.982,31	1.962,68
60	1.962,68	19,63	1.962,68	1.982,31	0,00
Totales		29.823,76	89.114,76	118.938,51	

Nota. Tabla de Amortización

Anexo

3

	<u>Año 0</u>	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
ACTIVO CORRIENTE	72.463,74	75.159,01	76.691,02	77.926,37	78.692,45	79.081,86
Caja - bancos	-	2.695,27	4.227,28	5.462,63	6.228,71	79.081,86
Cuentas por cobrar	-					
INVENTARIOS	-					
Otros activos corrientes	72.463,74	72.463,74	72.463,74	72.463,74	72.463,74	
ACTIVO NO CORRIENTE	53.050,00	41.763,00	36.476,00	31.189,00	26.802,00	22.415,00
ACTIVOS FIJOS	29.050,00	29.050,00	29.050,00	29.050,00	29.050,00	29.050,00
ACTIVOS INTANGIBLES	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00
(-) DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-	(11.287,00)	(16.574,00)	(21.861,00)	(26.248,00)	(30.635,00)
OTROS ACTIVOS	-					
TOTAL ACTIVOS	125.513,74	116.922,01	113.167,02	109.115,37	105.494,45	101.496,86

PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES (HASTA A 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES LABORALES POR PAGAR		-				
OBLIGACIONES FISCALES POR PAGAR		-				
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	89.114,76	75.276,10	59.682,36	42.110,95	22.311,04	0,00
CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (MÁS DE 1 AÑO)	89.114,76	75.276,10	59.682,36	42.110,95	22.311,04	0,00
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	89.114,76	75.276,10	59.682,36	42.110,95	22.311,04	0,00

PATRIMONIO	36.398,98	41.645,91	53.484,65	67.004,42	83.183,42	101.496,86
CAPITAL (APORTES)	36.398,98	36.398,98	36.398,98	36.398,98	36.398,98	36.398,98
RESULTADOS ACUMULADOS			5.246,92	17.085,67	30.605,44	46.784,43
RESULTADOS DEL PERÍODO	-	5.246,92	11.838,75	13.519,77	16.178,99	18.313,45

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	125.513,74	116.922,01	113.167,02	109.115,37	105.494,45	101.496,86
----------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Nota. Balance General