



**TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO EN TECNÓLOGO SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN**

**RESTAURANTE TEMÁTICO PARA PERSONAS
CON DIABETES EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO “DAMOL
RESTAURANTE”**

PROPONENTES

**DANIEL ALEJANDRO ORBES ORTEGA
LISETH ANDREA MOROCHO ARÉVALO**

ASESORA:

MGT. LADY ELIZABETH RAMÍREZ DÍAZ

QUITO - ECUADOR

ABRIL 2024

**RESTAURANTE TEMÁTICO PARA PERSONAS CON
DIABETES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
“DAMOL RESTAURANTE”**

PROPONENTE

**LISETH ANDREA MOROCHO AREVALO
DANIEL ALEJANDRO ORBES ORTEGA**

APROBADO POR:

Firma: _____
Evaluador 1

Firma: _____
Evaluador 2

Firma: _____
Directora de Trabajo de Titulación
Mgt. Lady Elizabeth Ramírez Díaz

Firma: _____
Director Académico
Mgt. Fausto Ibarra

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN POR TUTOR

Señora Magíster
Lady Ramírez Díaz
Vicerrector Académico

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación; **RESTAURANTE TEMÁTICO PARA PERSONAS CON DIABETES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “DAMOL RESTAURANT”**, realizado por los estudiantes: Daniel Alejandro Orbes Ortega y Liseth Andrea Morocho Arévalo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por tanto se aprueba la presentación del mismo.

Quito, abril de 2023

f)

Mgt. Lady Ramírez Díaz

Director de Trabajo de Titulación

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Daniel Alejandro Orbes Ortega en conjunto con Liseth Andrea Morocho Arévalo declaramos ser autores del presente trabajo de titulación: **RESTAURANTE TEMÁTICO PARA PERSONAS CON DIABETES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “Damol Restaurant”**, por tanto; eximo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad “ITSEP” y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Yo, Daniel Alejandro Orbes Ortega, identificado con C.C. N° 175025711-3; Yo, Liseth Andrea Morocho Arévalo, identificada con C.C. N° 1717225062 Autores del presente trabajo de titulación, presentado y aprobado en el año 2024 como requisito para optar al título de Administración; autorizó a la Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad para que, con fines académicos, se utilice esta producción intelectual, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de titulación en la página Web del Instituto, en su Centro de Documentación y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad

- Permite la consulta y reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato físico como digital desde CD, internet, intranet, o en cualquier formato conocido o por conocer.

Daniel Alejandro Orbes Ortega
C.C.:

Liseth Andrea Morocho Arévalo
C.C.:1717225062

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron de alguna manera a la realización de este trabajo de tesis. Sus esfuerzos, apoyo y orientación fueron fundamentales para llevar a cabo este proyecto con éxito.

En primer lugar, quiero agradecer a mi tutora de tesis, Msg. Lady Elizabeth Ramírez Díaz, por su guía profesional, paciencia y dedicación a lo largo de este proceso. Su mentora y sabiduría fueron fundamentales para finalizar esta investigación.

No puedo dejar de reconocer el apoyo incondicional de mi familia durante todo este proceso. Su amor, ánimo y comprensión fueron mi fuente de inspiración y motivación.

Finalmente, quiero expresar mi gratitud a todas las personas que participaron en esta investigación, ya sea proporcionando datos, participando en entrevistas o simplemente brindando su apoyo emocional.

Este trabajo no habría sido posible sin la colaboración y el apoyo de todos ustedes. Estoy sinceramente agradecida por su contribución a este proyecto y por ser parte de este importante logro en mi vida académica.

Gracias!

Liseth Morocho

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a mi mentora, Lady Ramírez, cuya guía experta, paciencia y apoyo fueron fundamentales para la realización de esta tesis. Su sabiduría y su aliento constante han sido una fuente de inspiración y han enriquecido enormemente mi experiencia académica. Este logro no solo representa un hito personal, sino también el fruto de las horas dedicadas y el conocimiento compartido por ella.

Daniel

DEDICATORIA

A mi esposo

Por ser mi compañero de vida, mi mejor amigo y mi fuente constante de amor y apoyo. Gracias por tu paciencia, motivación y sacrificio mientras emprendía este desafío académico. Tu amor incondicional y tu fortaleza han sido mi mayor inspiración.

A mis hijos,

Por ser mi luz en los días más oscuros, mi razón para perseverar y mi mayor alegría. A pesar de los sacrificios y el tiempo que he dedicado a este proyecto, ustedes han sido mi motor para seguir adelante. Espero que este logro les inspire a perseguir sus propios sueños con pasión y determinación.

A mis padres,

Por su amor incondicional, su aliento constante y su ejemplo de trabajo arduo y honrado. Gracias por creer en mí, por alentarme en cada paso y por ser mi inspiración para perseguir mis sueños.

Que esta tesis sea un pequeño tributo para ustedes, que han sido parte fundamental de mi camino académico.

Gracias infinitas.

Liseth Morocho

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi querida familia, cuyo amor incondicional y apoyo constante han sido el faro que ha iluminado mi camino durante este viaje académico. A mis padres, por su sabiduría y paciencia, por enseñarme que el conocimiento es la llave del futuro y por creer en mí incluso cuando las metas parecían lejanas. A mis hermanos, por su comprensión y ánimo, por las risas que aliviaron mis momentos de estrés y por ser mis cómplices en cada paso que he dado.

Daniel

Índice de Contenidos

i.	Introducción.:	13
ii.	Definición del Tema.....	14
iii.	Justificación del Tema.....	15
iv.	Objetivo General	16
CAPÍTULO I		19
ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO.....		19
1.1.	Giro del Negocio	19
1.1.1	Análisis del Sector de Actividad Económica – Servicios	19
1.1.2.	Análisis del Sector Empresarial.....	22
1.1.3.	Identificación de la oportunidad de negocio	24
1.2.	Gestión y organización empresarial.....	27
1.2.1	Nombre o razón social.....	27
1.2.2	Forma jurídica de la empresa.....	27
1.2.3	Descripción del equipo emprendedor y directivo	27
1.2.4	Impuestos, permisos y licencias.	28
1.2.5	Organigrama funcional.....	31
1.2.6	Perfiles de puestos de trabajo.	32
1.3.	Orientación estratégica del negocio.....	36
1.3.1	Misión	36
1.3.2	Visión.....	36
1.3.3	Valores	36
1.3.4	Políticas generales:	37
1.3.5	Análisis FODA del proyecto	38
1.3.6	Estrategias de desarrollo del negocio en consecuencia con análisis FODA.....	38
1.3.7	Objetivos estratégicos del negocio	39
1.3.8	Alianzas estratégicas	40
CAPÍTULO II		43
ANÁLISIS DEL MERCADO.....		43
2.1.	Análisis de la demanda.....	43
2.2.	Tamaño de la muestra.....	43
2.3.	Análisis de la encuesta aplicada	44
2.4.	Análisis de la oferta.....	51

2.5. Plan de marketing.....	51
2.5.1 Producto/servicio:.....	51
2.5.2 Precio	54
2.5.3 Promoción, imagen y marca corporativa	57
2.5.4 Plaza	63
2.6. Posibilidades del negocio desde el punto de vista del mercado.	64
Ventaja competitiva.	64
CAPÍTULO III.....	65
ASPECTOS TÉCNICOS DEL NEGOCIO.....	65
3.1. Procesos de producción/servicios, control de la calidad.	65
3.1.1. Proceso de Servicio	65
3.1.2. Proceso de producción:.....	66
3.1.3. Proceso para fidelización de clientes:	69
3.2 Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	72
3.3. Diseño de las instalaciones.	72
3.4. Análisis y calificación de proveedores (materias primas, insumos, producto final, equipos, etc.).	73
3.5 Ubicación del negocio. Macro y micro localización.....	74
3.5.1 Macro localización	74
3.5.2 Micro localización.....	74
3.6 Matriz de impacto y mitigación.....	75
CAPÍTULO IV.....	76
ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	76
5.1. Estructuración económica del negocio	76
5.1.1. Plan de inversiones	77
5.1.2. Presupuesto de ingresos.....	77
5.1.3. Presupuesto de costos	78
5.1.4. Presupuesto de gastos	79
5.1.5. Punto de equilibrio	80
5.1.6. Flujo de caja	80
4.2.1 Índices Financieros.....	81
4.2.1.2.VAN Y TIR.....	81
4.2.3. Análisis del costo / beneficio.....	83
CRONOGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	84
CONCLUSIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	87

ANEXOS 89

INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla1. 11

Tabla 1: Modelo de negocios CANVAS 26

Tabla2. Matriz de impuestos, permisos y licencias 28

Tabla3. Perfiles de puestos de trabajo 32

Tabla4. Precios de menú 54

Tabla5. Ventaja competitiva 64

Tabla6. Proceso de servicio. 65

Tabla7. Proceso de producción. 67

Tabla8. Proceso de fidelización de clientes..... 69

Tabla9. Calificación de proveedores. 73

Tabla10. Matriz de impacto y mitigación 75

Figura1. Organigrama funcional 31

Figura2. FODA 38

Elaborado por: Autores 38

Figura3. Edad de las personas encuestadas. 44

Elaborado por: Autores (2024)..... 44

Figura4. Género de las personas encuestadas..... 45

Figura5. : Diabetes de las personas encuestadas. 45

Figura6. : Ingresos económicos de las personas encuestadas. 46

Figura7. Dieta de las personas encuestadas..... 46

Figura8. Dieta preferida de las personas encuestadas..... 47

Figura9. Opciones gastronómicas de las personas encuestadas..... 48

Figura10. Alimentarse fuera de casa de las personas encuestadas..... 48

Figura11. Factores para comer fuera de las personas encuestadas. 49

Figura12. Nuevas propuestas económicas de las personas encuestadas. 49

Figura13. Nuevas propuestas gastronómicas le gustaría experimentar de las personas encuestadas. 58

Figura14. Sugencias de las personas encuestadas. 51

Figura15. Logotipo Damol Restaurant..... 58

Figura16. Construcción logotipo..... 59

Figura17. Construcción logotipo..... 59

Figura18.	Construcción logotipo.....	59
Figura19.	Construcción logotipo.....	60
Figura20.	Construcción logotipo.....	60
Figura21.	Construcción logotipo.....	61
Figura22.	Menú.....	62
Figura23.	Uniformes.....	62
Figura24.	Tarjeta de presentación.....	63
Figura25.	Volantes.....	63
Figura26.	Diagrama de flujo proceso de servicio.....	66
Figura27.	Diagrama de flujo proceso de produccion.....	69
Figura28.	Diagrama de flujo proceso de fidelización.....	72
Figura29.	Diseño de instalaciones.....	73
Figura30.	Macro localización.....	74
Figura31.	Macro localización.....	75
Figura32.	Plan de inversiones.....	77
Figura33.	Presupuestos de ingresos.....	77
Figura34.	Plan de inversiones.....	78
Figura35.	Presupuestos de costos.....	78
Figura36.	Presupuestos de costos.....	78
Figura37.	Presupuestos de gastos.....	79
Figura38.	Egresos.....	79
Figura39.	Punto de equilibrio.....	80
Figura40.	Flujo neto de efectivo.....	81
Figura41.	VAN y TIR.....	82
Figura42.	PRI.....	83
Figura43.	Análisis costo beneficio.....	84
Figura44.	Ejecución del proyecto.....	84

i. Introducción.:

La contemporaneidad nos sumerge en una era donde la diversidad de estilos de vida y las demandas de bienestar individual han alcanzado una importancia crucial. Dentro de este marco, la diabetes emerge como una condición de salud de creciente prevalencia, impactando significativamente la calidad de vida de un segmento considerable de la población. El Distrito Metropolitano de Quito, en sintonía con las tendencias globales, enfrenta el desafío de proporcionar opciones gastronómicas que no solo satisfagan las necesidades nutricionales específicas de quienes viven con diabetes, sino que también contribuyan a la mejora de su bienestar general.

La diabetes, una enfermedad crónica caracterizada por la alteración en la regulación de la glucosa en la sangre, demanda un enfoque integral para su manejo efectivo. Entre los aspectos fundamentales que influyen directamente en la salud de las personas con diabetes, la alimentación se destaca como un componente esencial. La disponibilidad limitada de opciones gastronómicas adaptadas a las necesidades específicas de este grupo poblacional en el Distrito Metropolitano de Quito resalta la urgencia de innovar en el ámbito de la restauración, convirtiendo esta necesidad en una oportunidad para la creación de un "Restaurante Temático para Personas con Diabetes".

En el presente proyecto se propone explorar, analizar y proponer la implementación de un "Restaurante Temático para Personas con Diabetes", específicamente diseñado para satisfacer las necesidades nutricionales de las personas con diabetes en el contexto urbano de Quito. Más allá de ser un espacio gastronómico convencional, este restaurante temático buscará convertirse en un punto de encuentro donde la salud, la nutrición y la experiencia culinaria se fusionen para proporcionar a las personas con diabetes un entorno seguro, inclusivo y delicioso.

El objetivo principal de esta investigación es no solo conceptualizar el diseño y operación de un "Restaurante Temático para Personas con Diabetes" en el Distrito

Metropolitano de Quito, sino también evaluar su viabilidad, impacto social y potencial contribución a la mejora de la calidad de vida de este grupo poblacional. A través de un enfoque interdisciplinario que abarca aspectos de la nutrición, la gastronomía y la salud pública, se buscará establecer un modelo que no solo atienda las necesidades físicas, sino que también promueva la concientización y la integración social de las personas con diabetes en la vida cotidiana de la ciudad.

La creación de un "Restaurante Temático para Personas con Diabetes" se presenta como una iniciativa innovadora que no solo busca llenar un vacío en la oferta gastronómica local, sino también influir positivamente en la percepción social de la diabetes y contribuir a la creación de entornos más saludables y comprensivos en el Distrito Metropolitano de Quito.

ii. Definición del Tema

El concepto de un "Restaurante Temático para personas con Diabetes" implica la creación de un espacio gastronómico diseñado para satisfacer las necesidades nutricionales de las personas con diabetes. Este establecimiento se destaca por ofrecer un menú cuidadosamente elaborado, basado en criterios nutricionales específicos, que garantice opciones deliciosas y equilibradas para los comensales diabéticos.

El restaurante no solo se centrará en proporcionar platillos adaptados a las restricciones dietéticas de la diabetes, sino que también ofrecerá información detallada sobre la composición nutricional de cada plato. Se promoverá la educación alimentaria, brindando a los clientes las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas sobre su dieta.

Además, el ambiente del restaurante estará diseñado para crear una experiencia única y acogedora, eliminando estigmas asociados con la alimentación específica para diabéticos. Se buscará ofrecer un espacio inclusivo que promueva un

estilo de vida saludable y que atraiga tanto a personas con diabetes como a aquellos que deseen adoptar hábitos alimenticios más conscientes.

El "Restaurante Temático para personas con Diabetes" no solo se posicionará como una opción gastronómica especializada, sino también como un referente en la promoción de la salud y la inclusión de la sociedad del Distrito Metropolitano de Quito.

iii. Justificación del Tema

La creación de un restaurante temático para personas con diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito responde a la creciente necesidad de ofrecer opciones gastronómicas adaptadas a las exigencias específicas de esta población. La diabetes, una enfermedad crónica en constante aumento, requiere un enfoque integral que incluya no solo el tratamiento médico, sino también una alimentación balanceada y saludable.

En la actualidad, la oferta gastronómica en la ciudad no satisface completamente las necesidades nutricionales de las personas con diabetes. La falta de opciones específicas y la limitada información nutricional disponible en muchos establecimientos dificultan que los diabéticos mantengan un control adecuado de su dieta. La ausencia de lugares dedicados exclusivamente a este grupo de personas contribuye a la marginación alimentaria y a la falta de inclusión en la sociedad.

La apertura de un restaurante temático para diabéticos se justifica no solo desde un punto de vista social y de salud, sino también como una oportunidad empresarial. Existe un mercado creciente de personas con diabetes y sus familiares que buscan alternativas culinarias que se ajusten a sus necesidades específicas. Este proyecto contribuirá no solo a mejorar la calidad de vida de los clientes, sino también a fomentar un cambio en la percepción de la gastronomía adaptada, promoviendo la inclusión y la conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable.

iv. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio integral correspondiente a la creación de un restaurante temático cuyo producto es un menú para diabéticos en el Distrito Metropolitano de Quito.

v. Objetivos Específicos

1. Determinar los aspectos de la planificación de Damol Restaurant, mediante el giro de negocio, para establecer la administración y la orientación estratégica.
2. Realizar entrevistas para comprender las preferencias alimenticias, frecuencia de consumo fuera del hogar y disposición a experimentar con nuevas propuestas gastronómicas entre las personas con diabetes.
3. Definir productos, proveedores que se encargaran de la materia prima, documentos legales, servicios gubernamentales y estándares de calidad, a través del estudio de los aspectos técnicos del manejo del restaurante.
4. Evaluar los índices financieros del plan de negocio, mediante el estudio económico que determinará la rentabilidad y factibilidad de Damol Restaurant.

vi. Metodología de la investigación

La investigación se llevará a cabo mediante la metodología inductiva, descriptiva deductiva y cualitativa que brindará información detallada de todos los aspectos relacionados con la creación del restaurante temático para personas con diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito.

Según Hernández Sampieri, R., et al (2006, p. 107) “el método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios”.

Este tipo de investigación se utiliza para procesar, analizar e interpretar los datos recolectados mediante la aplicación de encuestas.

Ander- Egg, E. (1997, p. 97) indica que el método deductivo “es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones”.

Este método permite establecer vínculos entre la teoría y la observación que nos permitirá deducir las necesidades que nos conllevan a tener esta oportunidad empresarial como beneficio económico-social donde se pueda innovar como a su vez concientizar sobre las necesidades de este grupo social y los beneficios que traería adaptarse a este tipo de alimentación.

Según, Hernández, Fernández, y Baptista (2006) señalan que la investigación descriptiva “consiste en presentar la información tal cual es, indicando cual es la situación en el momento de la investigación analizando, interpretando, imprimiendo, y evaluando lo que se desea”. La investigación descriptiva busca describir y explicar las necesidades gastronómicas para las personas diabéticas.

Taylor y Bogdan (1987), se refieren a la metodología cualitativa como un modo de encarar al mundo empírico, señalan que en su más amplio sentido es la investigación que produce datos descriptivos; las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable. La metodología cualitativa va a permitir identificar percepciones, gustos, preferencias entre otras conductas de la muestra en estudio.

Técnicas del Enfoque Cualitativo

La Observación: Consiste en estudiar “viendo” y “escuchando” los comportamientos y situaciones de un objetivo determinado.

Información Documental: Recopilación de datos, desde fuentes de información que nos explica acontecimientos.

Encuestas/Cuestionarios: Lista de preguntas realizadas a un grupo de personas con la intención de recolectar datos.

La aplicación de esta metodología permitirá obtener información completa y precisa que respalde el diseño y la implementación exitosa de un Restaurante Temático para Personas con Diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO I

ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Giro del Negocio

1.1.1 Análisis del Sector de Actividad Económica – Servicios

Servicio

Un servicio, según Kotler Bloom & Hayes, (2004), define “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente cualquier cosa, favorable o desfavorable, que una persona recibe en intercambio conjunto de atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio), que el comprador acepta, en un principio como algo que va a satisfacer sus necesidades”. . El servicio para el restaurante es esencial, ya que se determina como ventaja competitiva del negocio de esta manera retribuye un beneficio económico a la organización.

Establecimientos Gastronómicos

Un estudio de la revista Schile (2009), muestra que en los lugares de abastecimiento gastronómico sea público o privado no refleja gran interés por sus comensales a la hora entregar un servicio, no refleja importancia por las necesidades de los clientes, dentro de este sector, los diabéticos son los más desapercibidos, por ende el estudio se enfoca en regalar un espacio a los/as diabéticos/as para que no solo tengan información de lo que ingieren sino también seguridad por el lugar donde están lo cual fue bienvenido socialmente. Damol Restaurant tendrá el compromiso de que su establecimiento esté enfocado no solo a la benéfica alimentación, a su vez, se enfocará en el confort y comodidad de un grupo selecto de la sociedad, los diabéticos, dando a conocer la seguridad que brindará el lugar para sus visitantes.

El sector de restaurantes en el Distrito Metropolitano de Quito constituye una parte

significativa de la actividad económica local. Según García-Murillo y Annabi (2015), los restaurantes representan un componente esencial del sector de servicios en las ciudades, no solo como proveedores de alimentos, sino también como generadores de empleo y puntos de encuentro social. El análisis específico de este sector es crucial para comprender la dinámica que rodea la creación de un Restaurante Temático para personas con diabetes.

Tendencias en Gastronomía

El reconocimiento de la importancia de la adaptación gastronómica para personas con necesidades dietéticas especiales ha ido en aumento. Según Statista (2021), la demanda de opciones alimenticias adaptadas, incluyendo aquellas para personas con diabetes, ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsada por la creciente conciencia de la importancia de la alimentación saludable.

Nuevas Tecnologías Aplicadas en Restaurantes

Según Adell (1998), las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación son “el conjunto de dispositivos, herramientas, soportes y canales para la gestión, el tratamiento, el acceso y la distribución de la información basadas en la codificación digital y en el empleo de la electrónica y la óptica en las comunicaciones”. Las nuevas tecnologías para restaurantes han llegado a ser un boom en el incremento de ventas, transacciones y ticket promedio, llegando hasta los lugares más remotos donde sus clientes requieren realizar sus pedidos de una manera fácil. Tenemos algunos modelos de solicitar un servicio de comida, páginas web, redes sociales, aplicaciones entre otras.

Diabetes en la Industria Alimentaria

Según Mayo Clinic (2023), la diabetes es una enfermedad peligrosa que si no tomamos las debidas precauciones para cuidar la salud, puede causar graves daños en el corazón, vasos sanguíneos, ojos, riñones y los nervios. La diabetes mellitus es la tercera causa

de mortalidad general, con 5564 fallecimientos en el 2021, según datos del INEC. La causa exacta de la mayoría de los tipos de diabetes se desconoce. En todos los casos, la glucosa se acumula en el torrente sanguíneo. Esto se debe a que el páncreas no produce suficiente insulina, Ambas clases de diabetes, tipo 1 y tipo 2, pueden ser causadas por una combinación de factores genéticos y ambientales.

La revista The New York Times dice que se han realizado estudios que podrían curar la diabetes tipo 2. El Dr., Roy Taylor profesor de la Universidad Newcastle, en el Reino Unido dice “Si podemos ir más allá del mensaje, si tienes una enfermedad irreversible, a ya no tomarás medicamentos contra la diabetes, no tendrás que esperar en los consultorios médicos, no te cobran excesivamente por cargos médicos, ahí es algo sumamente motivador”.

La relación entre la diabetes y la industria alimentaria ha sido objeto de estudio. En palabras de Evert Et. al. (2019), la creación de entornos gastronómicos adaptados es esencial para el manejo efectivo de la diabetes, ya que la elección de alimentos desempeña un papel clave en el control de la enfermedad.

Un análisis de los factores económicos y socioeconómicos en Quito, como el ingreso per cápita y las tendencias demográficas, permitirá evaluar la capacidad adquisitiva y las preferencias de la población objetivo. Recursos como los informes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Ecuador proporcionan datos relevantes para esta evaluación.

Este análisis del sector de servicios, con enfoque en la creación de un Restaurante Temático para Personas con Diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito, se apoya en investigaciones académicas y datos de fuentes confiables. Proporciona una base sólida para comprender el contexto económico, social y competitivo en el que se insertará el nuevo establecimiento.

1.1.2. Análisis del Sector Empresarial

Marco Empresarial en el Distrito Metropolitano de Quito

De acuerdo al Informe de la evolución de la economía ecuatoriana 2022 y perspectiva 2023 del Banco Central del Ecuador, indica las siguientes cifras del valor agregado bruto industrial, en el sector de alojamiento y servicios de comida con un 12.2% vs -21.1% del 2020. Se observa un crecimiento sostenido en el sector del turismo y la gastronomía respaldado por políticas públicas que fomentan la inversión y el emprendimiento.

Sector de la Gastronomía

Según estudios como el de Smith y Maclaurin (2020), el sector de la gastronomía experimenta un auge, con un aumento en la demanda de experiencias gastronómicas únicas. Sin embargo, se destacan desafíos relacionados con la competencia y la adaptación a las nuevas tendencias del mercado.

Aspectos Legales y Regulatorio

El análisis del marco legal es esencial. Se debe considerar la normativa sanitaria y las regulaciones específicas para establecimientos alimentarios en Quito. La revisión de leyes y reglamentos locales conforme la Ley Orgánica del Emprendimiento e Innovación, Ley de Compañías, Reglamento General de Actividades Turísticas así como las directrices del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA , es crucial para el cumplimiento normativo.

Tecnología y Tendencias en el Sector Gastronómico

Según la Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO (2021), menciona que las nuevas formas de comunicación y tecnologías del sector gastronómico al igual que otros negocios tuvieron que adaptarse a estos cambios, a su vez, muchos de estos cambios,

dejaron marcado los diferentes negocios dándoles un nuevo aspecto y permitiéndoles tener una comodidad más factible a los clientes.

Pantallas digitales, portales web, aplicativos de delivery habrían sido premisas para este sector dejándoles con esta “innovación” ya existente para el futuro. El restaurante se adaptará desde sus inicios a las nuevas tecnologías que dejaron marcados los negocios, Damol Restaurante se acogerá a esta tendencia en el panorama tecnológico actual con el fin de marcar una distinción dentro del mercado gastronómico.

Estrategias de Marketing y Posicionamiento

Kapferer (1992) explica que; “La identidad se convierte en la única vía posible para definir lo que debe ser permanente y lo que puede evolucionar y cambiar. Por ello cuando yace una marca todo es posible, más, sin embargo, con el tiempo adquiere identidad propia lo que la conlleva a tener autonomía, presencia, firma y significado dentro del mercado”. La evolución de un negocio aun cuando se habla de un restaurante, Damol Restaurant tiene que tomar las medidas necesarias objetivas de branding para llegar a una “bolsa de clientes” las mismas que atraídas por el marketing (web, apps, etc.) serán primicia para popularizar el concepto e idea del negocio.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial

La incorporación de prácticas sostenibles y responsabilidad social puede generar una imagen positiva. Según el estudio de Carroll (1999), la responsabilidad social empresarial contribuye al éxito a largo plazo de las empresas y puede tener un impacto positivo en la percepción de la marca DAMOL Restaurant

Mediante la investigación de los diferentes factores como el marco empresarial, sector gastronómico que permiten identificar la importancia de la gastronomía en el país con cifras reales, así como reglamentos que permitirán regularizar el correcto funcionamiento se podrá

empezar con el negocio de DAMOL Restaurant.

1.1.3. Identificación de la oportunidad de negocio

La metodología de Rodrigo Varela para identificar oportunidades de negocio se basa en varios pasos clave que nos ayudarán a analizar el entorno, identificar necesidades no satisfechas y generar ideas innovadoras. Vamos a adaptar esta metodología para identificar la oportunidad de negocio de un Restaurante Temático para Personas con Diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito.

En primer lugar, realizaremos un análisis exhaustivo del entorno macroeconómico, sociocultural, tecnológico y regulatorio en el Distrito Metropolitano de Quito. Esto nos permitirá identificar tendencias relevantes que puedan afectar al sector gastronómico y a la salud en general.

A continuación, investigaremos las necesidades específicas de las personas con diabetes en términos de opciones gastronómicas saludables y adaptadas a sus requerimientos dietéticos. También analizaremos la falta de oferta en este segmento en el mercado local. Para ello, realizaremos observaciones directas en la comunidad y llevaremos a cabo entrevistas con personas con diabetes y sus familias. Esto nos ayudará a comprender mejor sus desafíos y preferencias en cuanto a la alimentación fuera del hogar.

Después, analizaremos la oferta gastronómica actual en el Distrito Metropolitano de Quito. Identificaremos las fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la competencia directa e indirecta. Esto nos permitirá conocer el panorama actual y encontrar formas de diferenciarnos.

Realizaremos un estudio de mercado detallado para evaluar la demanda potencial de un restaurante temático para personas con diabetes. Identificaremos segmentos de mercado específicos y oportunidades de diferenciación. Esto nos ayudará a entender si existe un mercado suficientemente grande y dispuesto a pagar por este tipo de servicio.

A continuación, desarrollaremos una propuesta de valor única y diferenciada para el restaurante. Destacaremos su enfoque en la salud, la innovación gastronómica y la atención personalizada a las necesidades de las personas con diabetes. Queremos ofrecer algo que no se encuentra fácilmente en el mercado y que sea atractivo para nuestro público objetivo.

Para validar la idea del restaurante temático, llevaremos a cabo pruebas piloto, eventos de degustación o encuestas de mercado. Obtendremos retroalimentación directa de clientes potenciales y ajustaremos nuestra propuesta según sea necesario. Queremos asegurarnos de que estamos ofreciendo lo que nuestro público realmente busca y necesita.

Realizaremos un análisis financiero detallado para evaluar la viabilidad económica del negocio. Consideraremos los costos de operación, las proyecciones de ingresos y el retorno de la inversión esperado. Queremos asegurarnos de que el negocio sea rentable a largo plazo.

Desarrollaremos un plan estratégico integral que incluya aspectos como ubicación, marketing, recursos humanos, proveedores y operaciones. Queremos asegurarnos de que todos los aspectos del negocio estén planificados y coordinados de manera eficiente y efectiva.

Finalmente, implementaremos el restaurante temático y lo monitoreamos de cerca. Realizaremos ajustes según sea necesario para garantizar su éxito a largo plazo. Queremos asegurarnos de que estamos brindando un servicio de calidad y satisfaciendo las necesidades de nuestro mercado objetivo.

Siguiendo esta metodología, podremos identificar de manera efectiva la oportunidad de negocio para el Restaurante Temático para Personas con Diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito. Nos aseguraremos de que sea relevante, viable y capaz de satisfacer las necesidades de nuestro mercado objetivo.

Tabla 1: Modelo de negocios CANVAS

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmento de mercado
<ul style="list-style-type: none"> ● Proveedores de alimentos ● Proveedores para equipamientos tecnológicos. ● Proveedores de bebidas, de vegetales, cárnicos, mariscos, congelados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicio al salón. ● Servicio de domicilio. ● Servicio para llevar. <p style="text-align: center;">Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Humano: Gerente General, Administrador, Chef Mesero, Cajera Marketing ● Físicos: oficinas, parqueadero, muebles enseres ● Técnicos: Equipamiento de cocina. ● Tecnología: hosting, dominio. ● Intelectuales: patentes y registros de marca 	<p>Restaurante temático para personas con diabetes</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Menú innovador ● Restaurant e enfocado al cuidado de la salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicio personalizado ● Personal capacitado. ● Feedback del servicio. ● Entregar información de manera permanente. <p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Web ● Redes sociales ● Mercadeo y ventas presencial. ● Correo electrónico ● Mercadeo digital 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hombre y mujeres que padezcan de diabetes. ● Hombres, mujeres y familias que gusten comer sano.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Económicos; capital de inversión; accionistas y crédito bancarios 			
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Página web ● Sueldos ● Arriendo ● Impuestos ● Permisos ● Equipamiento de cocina 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Servicio de alimentación ● Venta de menús ● Pago en efectivo ● Pago con tarjetas de debito y crédito ● Transferencias interbancarias 		

Elaborado por: Autores

1.2. Gestión y organización empresarial

1.2.1 Nombre o razón social

La razón social y nombre comercial es Damol Restaurant CIA. LTDA., ya que hace referencia a las iniciales de los nombres de propietarios de la idea de negocio.

1.2.2 Forma jurídica de la empresa

La empresa tiene como forma jurídica Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae entre dos o más socios capitalistas, y está diseñada para pequeñas, y medianas empresas, con inversión de un fondo capital de al menos 12 SBU. conforme a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

1.2.3 Descripción del equipo emprendedor y directivo

Las personas mentoras/promotoras de este proyecto son: Daniel Alejandro Orbes

Ortega y Liseth Andrea Morocho Arévalo.

Daniel Orbes Ortega, quien se caracteriza por su habilidad de correlacionar las oportunidades y conllevar el mejor aprovechamiento de las mismas, es líder debido que esclarece límites entre sus colaboradores manteniendo el debido respeto, cordialidad y formalidad lo que conlleva a lograr ambientes productivos laboralmente. Actualmente tiene 22 años, sus estudios en el Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de Productividad en la rama de Administración y Creación de Nuevos Negocios formación profesional que permite su actual filosofía y desenvolvimiento en el área administrativa.

Liseth Morocho Arévalo, quien se caracteriza por ser una mujer empoderada, emprendedora que identifica las oportunidades que se le presentan, sus características son la responsabilidad y puntualidad. Lleva una trayectoria laboral que implica plenamente la administración de negocios en una empresa privada ya que ha sido Gerente de restaurantes en Gus y KFC, experiencia que ha permitido fortalecer conocimientos y habilidades de liderazgo empresarial. En la actualidad tiene 32 años de edad y realizó sus estudios de tercer nivel en el ITSEP en la carrera de Administración de Empresas.

1.2.4 Impuestos, permisos y licencias.

Los impuestos, permisos y licencias que debe tramitar para el correcto funcionamiento se describen a continuación.

Tabla1. Matriz de impuestos, permisos y licencias

NOMBRE	ENTIDAD	REQUISITOS	COSTO
Permisos			
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	Servicio de Rentas Internas (SRI)	Formulario de inscripción para personas naturales	Este trámite es completamente gratuito

		y jurídicas. Copia de cédula del quien abre el negocio en Quito. Planilla de servicio básico.	
Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo	Ministerio de Turismo	RUC Cédula de identidad Papeleta de votación Copia del contrato de compra/venta del establecimiento con autorización para uso del nombre comercial Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento. Listado de precios de los servicios ofertados Declaración de activos fijos Inventario valorado de la empresa.	No tiene costo
ARCSA	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.	Formulario de LUAE Cedula de ciudadanía del propietario RUC Categorización del	Valor del trámite \$162.00

		ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.	
Registro Turístico en Quito Turismo	Quito Turismo	Solicitud de Registro Turístico	No tiene valor
Licencia			
Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)	Portal web del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o ventanillas de la administración zonal mas cercana.	Formulario de solicitud LUAE. Formulario de reglas técnicas de arquitectura y urbanismo para LUAE. RUC Copia de cédula Planilla de servicio básico del domicilio tributario. Número de predio del domicilio tributario. Autorización de uso de rótulo, material y medidas de este.	No tiene costo
Impuesto			
Patente Municipal	Administración Zonal del Municipio del Distrito de Quito	Formulario de inscripción para personas naturales y jurídicas. Acuerdo de Formulario de responsabilidad y uso de medios electrónicos RUC	Cuesta la primera vez \$12.70 Depende del patrimonio con que opere la actividad.

		Copia de cédula y papeleta de votación del contribuyente. Planilla de servicio básico.	
--	--	---	--

Fuente: <https://www.quito.gob.ec/>
 Elaborado por: Orbes, D. y Morocho L. 2024

1.2.5 Organigrama funcional

Para el correcto funcionamiento del Damol Restaurant, se debe establecer la estructura orgánica para determinar unas unidades de mano y el flujo de comunicación entre las unidades y departamentos de la organización, se ha diseñado un organigrama funcional conforme se describe en la figura 1.

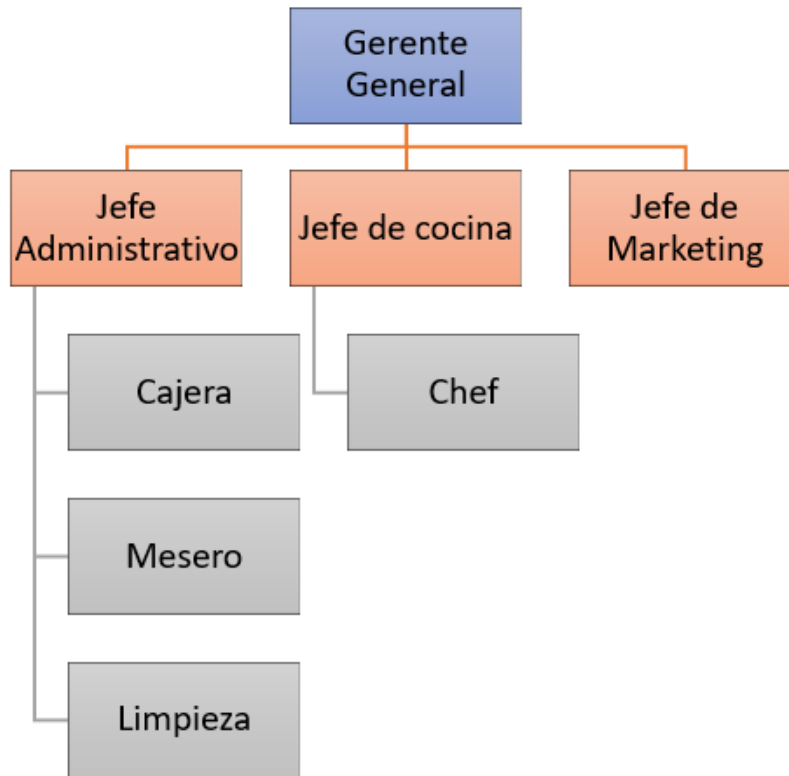


Figura1. Organigrama funcional
 Elaborado por: Autores

1.2.6 Perfiles de puestos de trabajo.

Damol restaurante determina: el Puesto, perfil, requisitos, funciones, tareas y responsabilidades a los colaboradores del establecimiento.

Tabla2. Perfiles de puestos de trabajo

Puesto/ Cargo	Perfil	Requisitos	Funciones	Tareas	Responsabilidades
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> ● Líder comunicador ● Visionario ● Trabajar en equipo ● Estratega 	Tener título de tercer nivel en Administración de empresas o afín experiencia mínima de 2 años en el puesto Conocimientos en Office	Administrar los recursos de la empresa Control de las áreas de la empresa	Firmar, representar y establecer contratos de las diferentes negociaciones controlar el correcto uso de los recursos de la empresa Dirigir y velar por el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa liderar el recurso humano de la empresa Aprobar los planes de gestión de las áreas de la empresa Asignar presupuestos	Ser representante legal Ser un buen comunicador interno y externo
Jefe Administrativo	Responsable de Operaciones Diarias Saber Liderar Trabajo	Tener título de tercer nivel en Administración de empresas o afín Experiencia	Ejecutar tareas administrativas relacionadas no participes Control de	Realizar un Plan de gestión Administrativa Asignar tareas a los miembros de la empresa Realizar un cronograma de	Velar por el cumplimiento de las tareas del personal Responsable del manejo del efectivo, tarjetas, depósitos del restaurante Velar por la

	en equipo	en el área de comida mínimo 2 años	procesos Gestión de recursos Hacer cumplir proyecciones Cumplir con responsabilidades administrativas. Administrar los recursos del restaurante	cumplimiento y evaluación de tareas Mantener informes actualizados Realizar pedidos de productos Controlar el personal Realizar cuadros de ventas Generar el Pago de nómina Realizar el proceso de selección, contratación e inducción al personal conforme las necesidades institucionales	contratación y capacitación de personal a fin a los puestos de forma transparente.
Jefe de Cocina	Delegar Operaciones de Cocina liderar Gestionar al personal de cocina sacar una comida de calidad a los clientes	Tener título de tercer nivel en Áreas Gastronómicas as experiencia en manejar personal Experiencia en planificación de menú. ser familiarizado en reglas sanitarias y seguridad	Responsable de Operaciones Diarias Innovación de menú Dirigir la cocina y su personal de una manera estratégica controlar los productos realizar inventario	Coordinar las comandas de pedidos, controlando cocción, temperaturas y calidad realizar horarios del personal de cocina. Desarrollar capacitaciones permanentes Realizar la actualización o innovación de los menús	Conllevar y realizar con efectividad el día laboral conjunto a su personal Realizar una eficiente rotación de productos Formar al personal de cocina Realizar informe semanales de su área Mantener los estándares sanitarios de la cocina

		alimentaria.			
Jefe de Marketing	Habilidad para negociar Buena presencia capacidad de planificación y organización Facilidad de comunicación Creatividad	Tener título de tercer nivel en marketing o afín Tener 1 año de experiencia en marketing/community manager	Diseñar estrategias de branding y de comercialización	Realizar un plan de marketing Realizar reportes mensuales de ventas Realizar diseños publicitarios Realizar la comercialización por medios tradicionales y digitales Gestionar la impresión de la oferta	Ser el representante comercial de la empresa
Cajera	Responsable Honesto Manejo de conflictos Orientación al Servicio al cliente facilidad de comunicación	Tener título de tecnólogo en Administración de empresas o afín Tener dos años de experiencia en atención al cliente	Manejo de Ingresos y egresos	Realizar la facturación de los clientes Abrir y cerrar caja Gestionar cambios y devoluciones. Asesorar al cliente sobre los menús. Realizar la venta sugestiva. Cumplir con las proyecciones de ventas sugestivas y complementarias.	Crear un ambiente cordial y dar la bienvenida a los clientes Recibir el pago y procesar las transacciones de manera eficaz y precisa Mantener su área de trabajo limpia y organizada
Mesero	Tener capacidad de	Ser bachiller Certificado de atención al	Conocer el menú Llevar las	Limpiar y organizar Tomar y llevar	Atender a las necesidades del clientes y/o

	<p>comunicación</p> <p>Honesto</p> <p>Respetuoso</p> <p>Disposición de servir a otros</p> <p>Saber solucionar conflictos con clientes</p>	<p>cliente</p>	<p>comandas de los clientes con rapidez y precisión</p>	<p>los pedidos de los clientes</p> <p>Llevar el pago a la cajera.</p> <p>Recibir a los clientes</p> <p>Preparar las mesas en la mañana</p> <p>Servir comidas y bebidas</p> <p>Verificar la orden</p> <p>Tomar pedidos</p>	<p>preocupaciones del mismo, como también guiarlo dentro del lugar para sus requerimientos</p> <p>Organizar y mantener limpia su área</p> <p>Saber resolver las quejas y comentarios de clientes</p> <p>Debe de ser un profesional del servicio</p>
<p>Limpieza</p>	<p>Organización</p>	<p>Ser bachiller tener experiencia de 1 a 2 años en un puesto igual o similar</p>	<p>Mantener un lugar agradable tanto para clientes interno y externos</p>	<p>Limpiar y desinfectar todas las áreas de la empresa.</p> <p>Realizar un inventario de suministros de limpieza</p> <p>Realizar orden de reposiciones de suministros</p>	<p>Mantener limpio el restaurante</p>
<p>Chef</p>	<p>Escucha efectiva atención al detalle</p> <p>creatividad</p> <p>estar atento a las tendencias gastronómicas</p>	<p>Tener título de tercer nivel en Áreas Gastronómicas o afín</p>	<p>Preparar comidas</p> <p>Elaborar de menús</p>	<p>Preparar alimentos fríos y calientes</p> <p>Certificar la calidad de los platos</p> <p>Cocinar y emplatar los platos</p> <p>Solicita el menú mensual</p> <p>Realizar orden</p>	<p>Organización y eficacia de pedidos de los comensales</p>

				de reposición de productos	
--	--	--	--	-------------------------------	--

Elaborado por: Autores

1.3. Orientación estratégica del negocio

1.3.1 Misión

Crear un espacio único y acogedor que ofrece opciones gastronómicas de calidad, innovadoras y nutritivas, con atención personalizada con el fin de satisfacer las necesidades específicas de las personas con diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito, corresponsables con el medio ambiente.

1.3.2 Visión

Ser un restaurante líder al 2029, reconocidos a nivel local por ofrecer un espacio, menú y servicio innovador, con altos estándares de calidad con el fin de generar la satisfacción de consumir productos saludables y adaptados para las personas con diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.3.3 Valores

Organización empresarial. -Mantener de forma elocuente entre los diferentes niveles de mando y subordinación las tareas presentes, llevarlas a cabo con honestidad, así como también la pertinente ética.

Experiencia del cliente. - Ofrecer un servicio personalizado, procurar que el ambiente acogedor, producto sea de calidad, para que garantizar que la visita sea inolvidable y placentera.

1.3.4 Políticas generales:

Confidencialidad:

Todo el personal debe firmar un acuerdo de confidencialidad con el fin de no reproducir, recetas, espacios y demás datos de la empresa.

Proteger la información de clientes y personal colaborador.

Política de compra:

Las compras se deben de realizar antes de las 12 pm para poder coordinar con los proveedores y despachar al día siguiente sin complicaciones.

Política de calidad de alimentos:

Se garantiza la frescura y calidad de los ingredientes utilizados.

Cumplir con las normativas sanitarias y seguridad alimentaria

Realizar cursos de BPM anualmente a todo el personal, todo el personal deberá aprobar para que su contrato sea renovado.

Política de servicio al cliente:

Se garantizará un servicio amigable y eficiente.

Atender las quejas y dar soluciones efectivas tanto para el cliente interno y externo.

Política de Seguridad laboral:

A los colaboradores se les proporciona un trabajo y sueldo seguro.

Capacitación constante para el personal de Damol Restaurante.

Política de sostenibilidad:

Se debe minimizar los desperdicios de los alimentos mediante proyecciones de venta y producto.

Ser amigables con el medio ambiente usando envases eco amigables, usando las 3 R (Reducir, Reutilizar y Reciclar)

Políticas de higiene:

Todos los colaboradores deben llevar su uniforme limpio, bien planchado, deben cuidar su imagen personal.

Las áreas de trabajo deben mantenerse limpias, así como muebles, equipos.

1.3.5 Análisis FODA del proyecto



Figura2. FODA

Elaborado por: Autores

1.3.6 Estrategias de desarrollo del negocio en consecuencia con análisis FODA

En la matriz de áreas ofensivas se pueden determinar que las fortalezas del restaurante es la innovación culinaria ya que se va a añadir un plato nuevo mensualmente con el aporte de profesionales especializados en nutrición siendo saludable para el consumo de diabéticos

y así se diversificará el menú constantemente, llegando a tener una demanda creciente de clientes que se decidan por Damol Restaurante como su mejor opción para alimentarse.

Se crea conciencia en el personal para capacitarlos sobre este tema que es muy delicado ya que es una enfermedad grave que mucha gente no sabe o no se da cuenta lo importante que es tener una vida y alimentación saludable. (Ver anexo 1)

En la matriz de áreas defensivas se puede determinar las debilidades de Damol Restaurant, es la competencia de mercado gastronómico por lo que se debe analizar los productos y/ servicios que tiene competencia, para de esta manera poder determinar la fortalezas y debilidades de los restaurantes, esto ayudará a identificar las ventajas competitivas del mercado.

El desconocimiento sobre restaurantes que se especialicen en gastronomía saludable, dedicada a gente diabética, es una debilidad, por ende, se debe desarrollar un plan de marketing, con canales directos de comercialización como son: redes sociales, volantes, pasacalles a Damol Restaurant. Así como la determinación de los precios asequibles para el consumidor. (Ver anexo 2)

1.3.7 Objetivos estratégicos del negocio

Los objetivos estratégicos se alinean con las fortalezas identificadas, aprovechan las oportunidades del entorno, abordan las debilidades y mitigan las amenazas, contribuyendo al éxito y crecimiento continuo del Restaurante Temático para Personas con Diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito.

- Convertirse en el restaurante preferido para personas con diabetes y aquellos que buscan opciones gastronómicas saludables, posicionándose como un referente en la promoción de la alimentación consciente.
- Alcanzar y mantener un mercado significativo dentro del sector gastronómico adaptado para personas con diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito, aumentando la participación de clientes con el tiempo.

- Establecer colaboraciones estratégicas con nutricionistas, asociaciones de diabetes y otros profesionales de la salud para fortalecer la credibilidad del restaurante y ampliar su red de influencia
- Mantener la innovación constante en el menú, presentando nuevas opciones culinarias adaptadas para personas con diabetes, incorporando ingredientes locales y de temporada.
- Desarrollar y ejecutar programas de concientización comunitaria sobre la diabetes, la importancia de una dieta saludable y el papel del restaurante en apoyar un estilo de vida equilibrado.
- Brindar una experiencia del cliente excepcional, desde la reserva hasta el servicio en mesa, fomentando la lealtad y generando recomendaciones positivas.
- Construir una marca reconocible y diferenciada en el mercado gastronómico, destacando los valores de salud, innovación y compromiso con la comunidad
- Lograr una rentabilidad sostenible a largo plazo mediante la gestión eficiente de costos, estrategias de precios adecuadas y la identificación de nuevas fuentes de ingresos, como catering especializado y eventos corporativos

1.3.8 Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas pueden ser una excelente manera de impulsar el éxito de un restaurante al colaborar con otras empresas para crear sinergias mutuamente beneficiosas.

Colaboración con Proveedores Locales:

Establecer relaciones cercanas con proveedores locales de alimentos y bebidas puede garantizar ingredientes frescos y de alta calidad.

Ofrecer promociones conjuntas para destacar tanto el restaurante como los productos de los proveedores locales.

Alianzas con Empresas de Eventos:

Colaborar con empresas de organización de eventos para ofrecer servicios de catering para bodas, reuniones corporativas u otras celebraciones.

Ofrecer paquetes especiales para eventos que incluyan alimentos y servicios de catering.

Programas de Lealtad Conjuntos:

Colaborar con otros restaurantes o empresas locales para crear un programa de lealtad conjunto.

Los clientes pueden acumular puntos o beneficios al visitar cualquiera de los negocios participantes.

Alianzas con Plataformas de Entrega:

Colaborar con plataformas de entrega de alimentos para aumentar la visibilidad y la accesibilidad del restaurante.

Ofrecer promociones especiales a través de estas plataformas para atraer nuevos clientes.

Eventos y Promociones Conjuntas:

Colaboración con Empresas de Entretenimiento:

Asociarse con teatros, cines o salas de conciertos para ofrecer descuentos especiales a los clientes que muestren boletos de eventos.

Organizar noches temáticas antes o después de eventos específicos.

Alianzas con Plataformas de Reseñas y Blogs de Comida:

Trabajar con bloggers y críticos de alimentos para obtener reseñas positivas y promover el restaurante.

Ofrecer eventos exclusivos o degustaciones para influencers locales.

Programas de Beneficios con Empresas Vecinas:

Establecer programas de beneficios mutuos con negocios vecinos, como descuentos cruzados para clientes habituales.

Pueden incluir tiendas de postres, cafeterías, o cualquier otro tipo de negocio complementario.

Alianzas con Escuelas o Universidades:

Colaborar con instituciones educativas para ofrecer descuentos a estudiantes y personal.
Organizar eventos especiales para atraer a la comunidad estudiantil.

Colaboración con Organizaciones Sin Fines de Lucro:

Asociarse con organizaciones benéficas locales para organizar eventos de recaudación de fondos.

Donar un porcentaje de las ventas en ciertos días a una causa benéfica.

Al buscar alianzas estratégicas, es esencial encontrar socios cuyos valores y audiencia se alineen con los del restaurante, creando relaciones mutuamente beneficiosas. Además, la comunicación efectiva y la claridad en los términos de la colaboración son clave para el éxito de estas alianzas.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. Análisis de la demanda

Según (Kotler, Bloom & Hayes, 2004). “Los estudios de mercado permiten determinar el monto del capital inicial que se invierte en una empresa, la oferta y demanda del producto, los requerimientos administrativos, entre otros aspectos de vital importancia en el arranque de un proyecto.”

El análisis de mercado puede ser una herramienta valiosa para un restaurante especializado en alimentos para personas con diabetes, ya que no se tiene competencia en restaurantes especializados en clientes diabéticos.

2.2. Tamaño de la muestra

La fórmula que se emplea para realizar el cálculo de la muestra será la siguiente:

$$\eta = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{e^2}$$

Donde:

$$n = 1365780$$

$$Z = 1,96$$

$$P = 50\%$$

$$e = 5\%$$

$$Q = 50\%$$

$$\mathbf{n = 196}$$

2.3. Análisis de la encuesta aplicada

I. Datos Demográficos

1. Edad

Para determinar los rangos de edad sobre la pregunta se consideró los grupos sociales como son generación Z, millennials, generación X y generación baby boomers. Como resultado se obtiene que el 50% pertenecen a la generación millennials, son personas de 31 a 45 años y aquí podemos seguir por el grupo de la generación Z con el 31.3% cuyo rango de edad está entre 18 a 30 años.

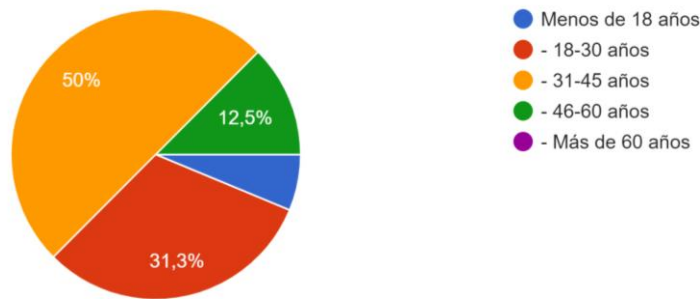


Figura3. Edad de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Dalmo Restaurante

2.- Género

El género femenino con el 62.5% es el que mayor porcentaje tiene frente al género masculino con el 37.5% entre las personas encuestadas, dando a entender que las mujeres tienden a tener esta enfermedad más que los hombres.

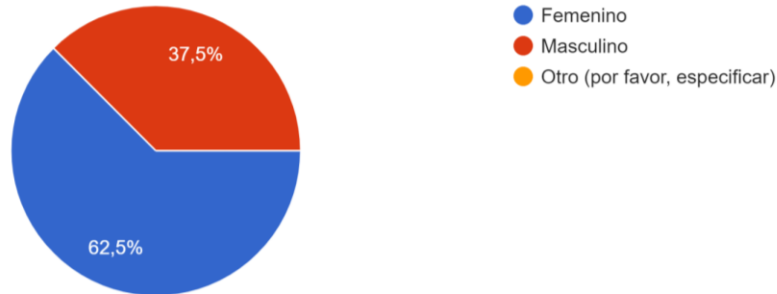


Figura4. Género de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Dalmo Restaurante

3. ¿Cuánto tiempo ha vivido con diabetes?

Estadísticamente el 7.4% de la población ecuatoriana tiene diabetes. De este porcentaje existen personas que hace menos de 1 año les diagnosticaron con esta enfermedad siendo el 81,3 % un dato bastante alto ya que en esta época se le toma más importancia a la diabetes, y el 18.8 % de los encuestados son personas más adultas que ya por su edad tienden a contraer más enfermedades.

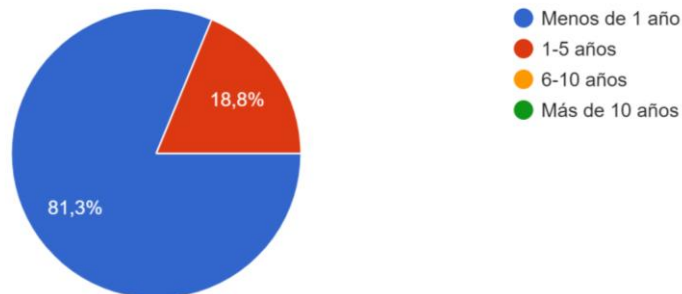


Figura5. : Diabetes de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Dalmo Restaurante

4. ¿Cuál es el ingreso promedio?

Según los encuestados el 20 % tiene un ingreso de \$500 que es la población media, el 10% se divide entre un ingreso de \$2500 y \$250, el 12.4 % está en \$800 de ingresos

mensuales, el 18 % ingresa \$550, el 4% \$300, el 2.8% \$700 y el 1.2% percibe un ingreso de \$1.200, dando a entender que las personas tienen un sueldo mensual que les permite cuidar su salud.

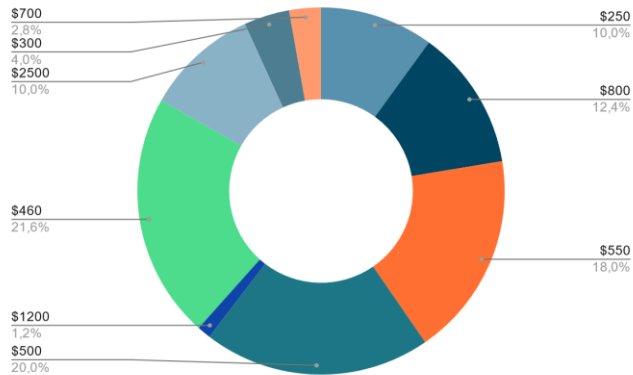


Figura6. : Ingresos económicos de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Dalmo Restaurante

II. Preferencias Alimenticias

5. ¿Qué tipo de dieta sigue actualmente para controlar su diabetes:

El 62.5 por ciento de los encuestados menciona que su dieta es baja en carbohidratos, seguido del 25 por ciento dieta en productos mediterraneos.

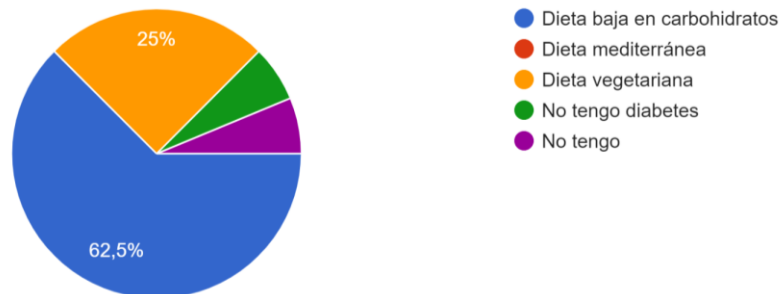


Figura7. Dieta de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Dalmo Restaurante

6. ¿Cuáles son sus platos o alimentos preferidos dentro de su dieta?

El 31.6% de los encuestados mencionan que los vegetales los alimentos preferidos, el 18% indican que el pollo es el cárnico preferido dentro de su dieta diaria, el 16% incluye a la fruta en su dieta, el 17.2% prefieren el pescado como proteína. Este indicador nos permitirá desarrollar e innovar menús relacionados con los gustos del consumidor.

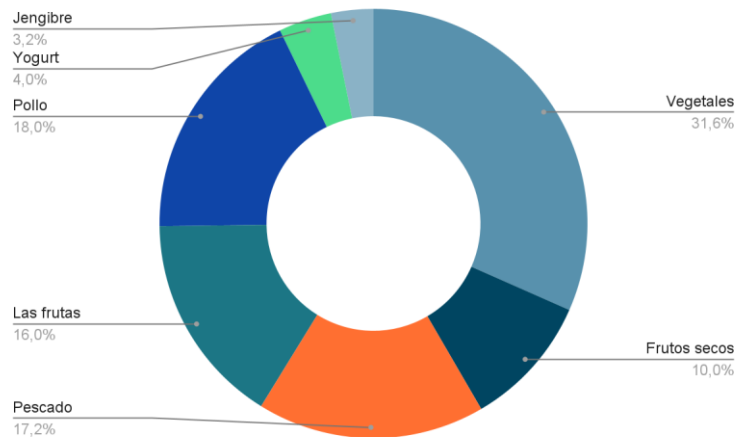


Figura8. Dieta preferida de las personas encuestadas.
Elaborado por: Autores (2024)
Fuente: Encuestas Dalmo Restaurante

7. ¿Ha experimentado dificultades al encontrar opciones gastronómicas adaptadas a sus necesidades en el Distrito Metropolitano de Quito?

En la figura 7 muestra que el 56.3% ha experimentado dificultades al encontrar opciones gastronómicas para personas con diabetes, este resultado permite identificar clientes insatisfechos quienes van a ser nuestro mercado objetivo.

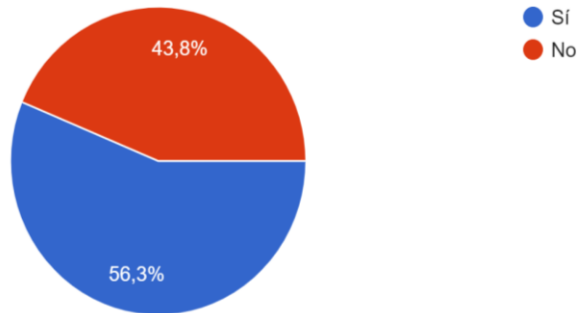


Figura9. Opciones gastronómicas de las personas encuestadas.
 Elaborado por: Autores (2024)
 Fuente: Encuestas Damol Restaurante

III. Frecuencia de Consumo fuera del hogar

8. ¿Con qué frecuencia come fuera de casa?

El 31.3% de personas encuestadas consumen más de 5 veces al mes fuera de casa, demostrando la alta demanda del consumo de alimentación en restaurantes.

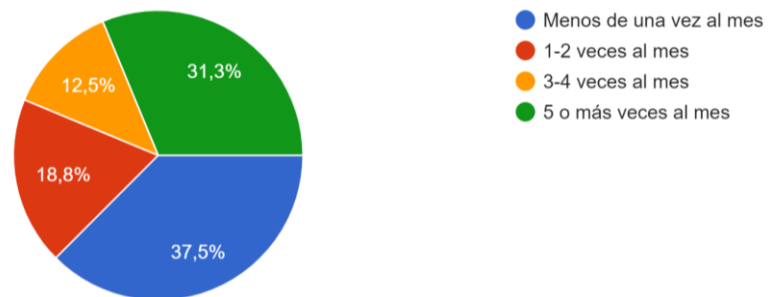


Figura10. Alimentarse fuera de casa de las personas encuestadas.
 Elaborado por: Autores (2024)
 Fuente: Encuestas Damol Restaurante

9. ¿Qué factores influyen en su decisión de elegir un lugar para comer fuera de casa?

En la figura 9 se puede determinar que los factores que influyen en la decisión de los consumidores con un 43.8% es el menú adaptado para personas con diabetes, el 18.8% indican que el precio y la variedad de opciones. Estos resultados contribuyen al desarrollo

del restaurant temático para personas con diabetes

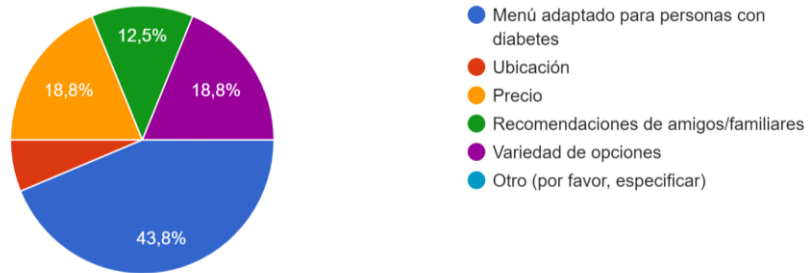


Figura11. Factores para comer fuera de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Damol Restaurante

IV. Disposición a experimentar con nuevas propuestas gastronómicas:

10. ¿Estaría dispuesto/a probar nuevas propuestas gastronómicas diseñadas específicamente para personas con diabetes?

Acorde al 100% de aceptación de las personas encuestadas desean probar nuevas propuestas gastronómicas diseñadas específicamente para personas con diabetes.

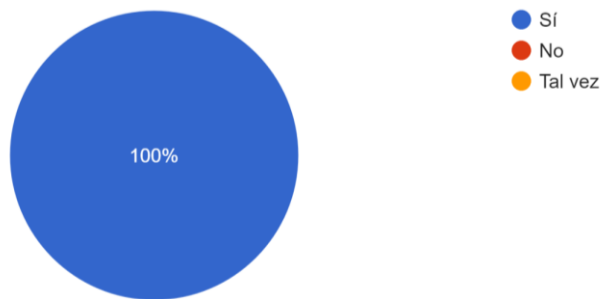


Figura12. Nuevas propuestas económicas de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Damol Restaurante

11. ¿Qué tipo de nuevas propuestas gastronómicas le gustaría experimentar?

El 39.2% de los encuestados indican que les gustaría experimentar recetas innovadoras, el 20% menciona que les gustaría experimentar nuevos platos a base de mariscos, el 17.2% está dispuesto a consumir productos dulces saludables para su condición.

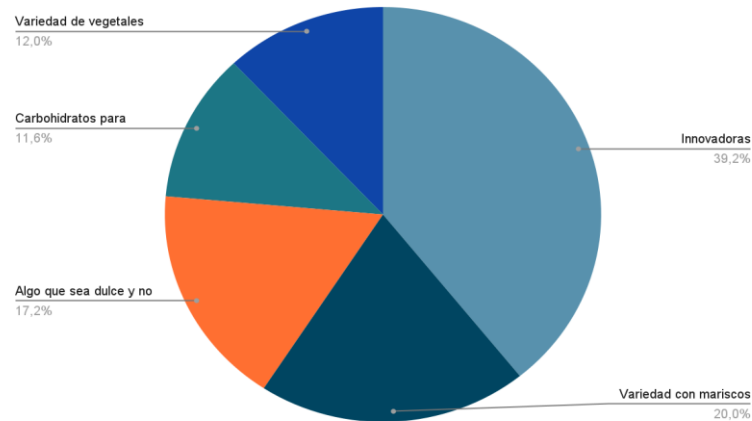


Figura13. Nuevas propuestas gastronómicas le gustaría experimentar de las personas encuestadas.

Elaborado por: Autores (2024)

Fuente: Encuestas Damol Restaurante

12. ¿Qué sugerencias tendría para mejorar la experiencia gastronómica para personas con diabetes en el Distrito Metropolitano de Quito?

El 36% de los encuestados ha sugerido recibir una atención sea personalizada, el 26% han mencionado que se desarrolle un restaurante especializado para personas diabéticas, estos factores se puede determinar como ventaja competitiva.

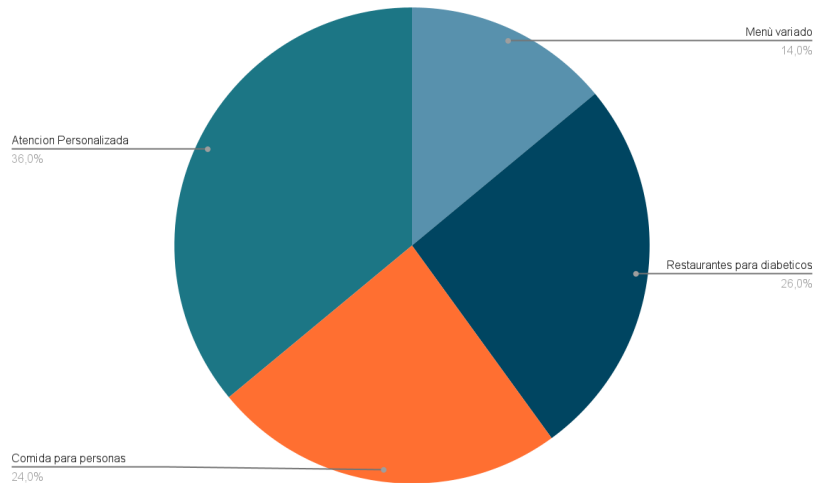


Figura14. Sugerencias de las personas encuestadas.
 Elaborado por: Autores (2024)
 Fuente: Encuestas Damol Restaurante

2.4. Análisis de la oferta

2.5. Plan de marketing

2.5.1 Producto/servicio:

Damol Restaurant, ofrecerá servicio de alimentación, bebidas y postres dedicado para el sector de personas diabéticas. Esto implica considerar especialmente las necesidades dietéticas y nutricionales de este grupo de personas. Las características claves que Damol Restaurante debe implementar en el servicio adaptado a personas diabéticas deben ser; Menú claro y detallado, esto quiere decir que debe incluir información nutricional detallada, se debe incluir el porcentaje de carbohidratos, grasas, proteínas y calorías en cada plato, esto ayuda a los clientes a calcular con precisión su ingesta de los alimentos que desean servirse y de esta manera controlan sus niveles de glucosa en sangre.

Opciones bajas de carbohidratos: ofrecer una variedad de platos bajos en carbohidratos o con carbohidratos de absorción lenta puede ser beneficioso para quienes controlan su glucemia, aquí se incluirá vegetales sin almidón, proteínas magras y fuentes

saludables de grasas.

Controlar el tamaño de porciones, sirviendo porcentajes adecuados se controla la ingesta de calorías y carbohidratos, esto es importante para mantener niveles estables de glucosa en la sangre.

Este restaurante tendrá opciones de postres y bebidas sin azúcar añadidas, esto permite a los clientes disfrutar de una experiencia gastronómica satisfactoria sin temor a sus niveles de azúcar en sangre.

Se tendrá flexibilidad en la preparación de alimentos, esto quiere decir que se ajustará la preparación del menú según las necesidades del cliente.

Al implementar estas estrategias, tomando en cuenta las necesidades de las personas diabéticas, brindándoles opciones deliciosas y saludables que les permitan disfrutar de una experiencia culinaria satisfactoria mientras mantienen un control adecuado de su enfermedad.

La tecnología va a desempeñar un papel importante en la mejora de la experiencia en Damol restaurante, se diseñará una aplicación móvil o un sitio web donde los clientes puedan realizar sus pedidos y acceder al menú, donde se observará la información nutricional detallada y filtrar las opciones según su necesidad dietética, además se desarrollará menús interactivos o códigos QR que permitan a los clientes acceder a información detallada sobre cada platillo, incluyendo contenido nutricional, ingredientes y posibles sustituciones.

EL menú que se implementará es el siguiente:

Entradas:

- 1.- Ensalada de espinacas con fresas, nueces y aderezo de vinagreta balsámica.
- 2.- Sopa de vegetales con caldo de pollo bajo en sodio.
- 3.- Brochetas de verduras a la parrilla con salsa de yogurt griego y finas hierbas.

- 4.- Gazpacho fresco de tomate, pepino y pimiento servido con pan crujiente integral.
- 5.- Rollitos de lechuga con relleno de pavo, aguacate y tomate.
- 6.- Sopa de lentejas con verduras mixtas y un toque de pimentón ahumado.

Platos Fuertes:

- 1.- Salmón al horno con costra de hierbas y guarnición de espárragos al vapor.
- 2.- Pollo a la parrilla con salsa de limón y romero, acompañado de quinoa integral y brócoli al vapor.
- 3.- Tofu salteado con vegetales mixtos y salsa de soja baja en sodio, servido sobre arroz integral.
- 4.- Filete de pescado al horno con hierbas mediterráneas y acompañado de espárragos y zanahorias asadas.
- 5.- Pechuga de pollo rellena de espinacas y queso feta, servida con una ensalada de berros y champiñones.
- 6.- Berenjenas rellenas de carne magra de res o pavo, tomate y albahaca, gratinadas con queso bajo en grasa.

Acompañamientos:

- 1.- Puré de coliflor
- 2.- Ensalada de quinoa con tomate, pepino y cilantro.
- 3.- Espárragos asados con aceite de oliva y ajo.
- 4.- Espárragos envueltos en jamón serrano y horneados.
- 5.- Puré de camote con una pizca de canela.
- 6.- Coliflor asada con especias y aceite de oliva.

Postres:

- 1.- Tarta de manzana endulzada con Stevia.
- 2.- Yogurt griego con bayas frescas y un toque de canela.
- 3.- Gelatina sin azúcar con trozos de fruta fresca.
- 4.- Compota de frutas frescas al horno con canela y nueces picadas.

5.- Tortitas de avena y plátano sin azúcar, acompañadas de salsa de yogurt griego y arándanos.

6.- Flan casero preparado con leche desnatada y edulcorante natural

Bebidas:

1.- Agua con rodajas de limón o pepino.

2.- Infusión de té verde o de hierbas sin azúcar.

3.- Agua mineral con gas y unas gotas de lima.

4.- Infusión de jengibre con limón.

5.- Batido de espinacas, piña y leche de almendras sin azúcar

6.- Agua de coco natural.

2.5.2 Precio

Para determinar el precio de venta al público se realizó el correspondiente costeo de los servicios a ser ofertados, se comparó con los precios que tiene la competencia directa de Hotel Gangotena, Terrazas de Guápulo, Zazu, Urko cocina local, El Maple, al igual se consideró la ventaja competitiva del producto que es la innovación dentro de los platillos. A continuación, se detalla en la tabla 4 los precios de venta al público.

Tabla3. Precios de menú

Productos	P.V. P
ENTRADAS	
1.- Ensalada de espinacas con fresas, nueces y aderezo de vinagreta balsámica.	\$4.99
2.- Sopa de vegetales con caldo de pollo bajo en sodio.	\$3.99
3.- Brochetas de verduras a la parrilla con salsa de yogurt griego y finas hierbas.	\$3.99

4.- Gazpacho fresco de tomate, pepino y pimiento servido con pan crujiente integral.	\$2.5
5.- Rollitos de lechuga con relleno de pavo, aguacate y tomate.	\$2.99
6.- Sopa de lentejas con verduras mixtas y un toque de pimentón ahumado.	\$3.99
PLATOS FUERTES	
1.- Salmón al horno con costra de hierbas y guarnición de espárragos al vapor.	\$10.99
2.- Pollo a la parrilla con salsa de limón y romero, acompañado de quinoa integral y brócoli al vapor.	\$8.99
3.- Tofu salteado con vegetales mixtos y salsa de soja baja en sodio, servido sobre arroz integral.	\$7.99
4.- Filete de pescado al horno con hierbas mediterráneas y acompañado de espárragos y zanahorias asadas.	\$6.99
5.- Pechuga de pollo rellena de espinacas y queso feta, servida con una ensalada de berros y champiñones.	\$5.99
6.- Berenjenas rellenas de carne magra de res o pavo, tomate y albahaca, gratinadas con queso bajo en grasa.	\$6.99
ACOMPAÑAMIENTOS	
1.- Puré de coliflor	\$3.50
2.- Ensalada de quinoa con tomate, pepino y cilantro.	\$3.25

3.- Espárragos asados con aceite de oliva y ajo.	\$ 4.50
4.- Espárragos envueltos en jamón serrano y horneados.	\$4.99
5.- Puré de camote con una pizca de canela.	\$4.50
6.- Coliflor asada con especias y aceite de oliva.	\$3.99
POSTRES	
1.- Tarta de manzana endulzada con stevia.	\$3.50
2.- Yogurt griego con bayas frescas y un toque de canela.	\$4.25
3.- Gelatina sin azúcar con trozos de fruta fresca.	\$3.99
4.- Compota de frutas frescas al horno con canela y nueces picadas.	\$4.50
5.- Tortitas de avena y plátano sin azúcar, acompañadas de salsa de yogurt griego y arándanos.	\$3.99
6.- Flan casero preparado con leche desnatada y edulcorante natural	\$2.99
BEBIDAS	
1.- Agua con rodajas de limón o pepino.	\$2.25
2.- Infusión de té verde o de hierbas sin azúcar.	\$1.99
3.- Agua mineral con gas y unas gotas de lima.	\$1.99
4.- Infusión de jengibre con limón.	\$2.25
5.- Batido de espinacas, piña y leche de almendras sin azúcar	\$3.99

6.- Agua de coco natural.	\$3.50
---------------------------	--------

2.5.3 Promoción, imagen y marca corporativa

2.5.3.1. Promoción

La promoción que realizará Damol Restaurant será mediante campañas de marketing y publicidad. Promociona y difundirá sus servicios y productos a través de su sitio web, redes sociales y plataformas virtuales.

Sitio Web: Damol Restaurant manejará su propio sitio web donde habrá información general de la empresa y productos. Al igual que la opción de compra en línea mediante la página web.

Redes sociales: Las redes sociales en la actualidad, son los mecanismo de interacción, promoción y comercialización de productos y servicios entre el consumidor y el productor convirtiéndose un medio comunicación efectivo siempre y cuando se utilicen las herramientas adecuadas según los segmentos de mercado, lo que significa, que Damol Restaurant utilizará, manejará una fan page en Facebook, Instagram y tik tok.

2.5.3.2. Imagen y marca corporativa

Nombre

El nombre Damol Restaurant ha sido elegido en base a las iniciales de los nombres de los propietarios de la idea del negocio.

Slogan

El Slogan “LO SALUDABLE TAMBIÉN ES DELICIOSO”, esto hace referencia a que Damol Restaurant cuida la salud de cada persona que ingresa a consumir los alimentos preparados estrictamente para su condición, sin dejar de tener un delicioso sabor.

Logotipo corporativo



Figura15. Logotipo Damol Restaurant
Elaborado por: Autores 2024

Manual de identidad corporativa

Un manual de identidad corporativa para un restaurante dedicado a personas con diabetes es una herramienta esencial donde se diseña las líneas maestras de la imagen de marca del establecimiento

Construcción del logotipo

El diseño de logotipo profesional implica el proceso de creación de una marca para transmitir los valores y la imagen corporativa de la empresa a través de su imagen. Un logotipo representa el primer contacto visual de un cliente potencial con su empresa.

El logotipo de Damol Restaurante se encuentra construido en base a colores cálidos y atractivos, fresco, elegante, sencillo y firme. Se conforma de la palabra “Damol” que busca transmitir y proyectar la mejor forma de alimentarse saludablemente sin dejar de lado lo delicioso de un platillo.



Figura16. Construcción logotipo
Elaborado por: Autores 2024

El isotipo siendo el elemento gráfico, está representado por: hojas de árbol de oliva con su fruto dando a entender lo saludable que es la temática principal del restaurante



Figura17. Construcción logotipo
Elaborado por: Autores 2024

Hojas de árbol de oliva con su fruto dando a entender lo saludable que es la temática principal del restaurante.



Figura18. Construcción logotipo
Elaborado por: Autores 2024

Nombre del restaurante conjugado por las iniciales de los propietarios del proyecto.



Figura19. Construcción logotipo
Elaborado por: Autores 2024

La campanita significa que el servicio de Damol Restaurant es impactante en rapidez, tener una comida deliciosa y a la vez en menor tiempo es tener la mejor experiencia para los comensales.

Tipografía

La tipografía utilizada es la siguiente:

- 1) 'amol => Embassy BT



Figura20. Construcción logotipo
Elaborado por: Autores 2024

- 2) RESTAURANTE => Freestyle Script

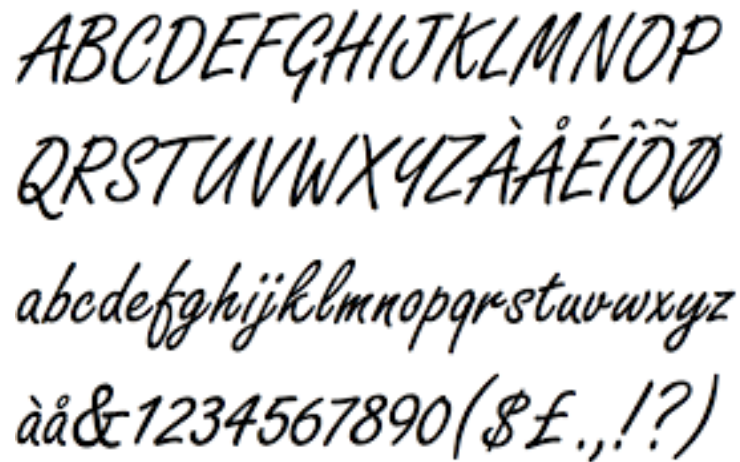


Figura21. Construcción logotipo
 Elaborado por: Autores 2024

Cromática

Contrastes en base a conceptos naturales (naturalidad en base a la comida que se ofrece al comensal) La elección de los colores en bases teóricos a la colorimetría por combinación en opuestos donde se esconde el verde como principal a su opuesto siendo el rojo, ambos en colores cálidos y tenues.

Fondo => #460f12

Tipografía => #460f12

Aplicación de la marca

La podrá aplicar : Tarjetas de presentación , uniformes, volantes, menús.



Figura22. Menú
Elaborado por: Autores 2024

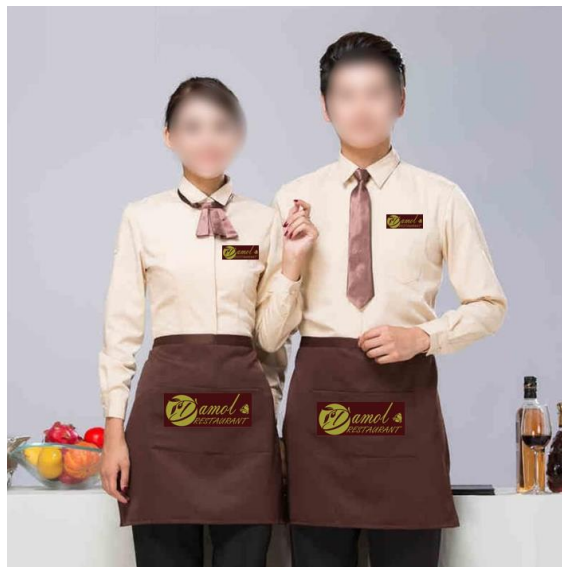


Figura23. Uniformes
Elaborado por: Autores 2024



Figura24. Tarjeta de presentación
Elaborado por: Autores 2024

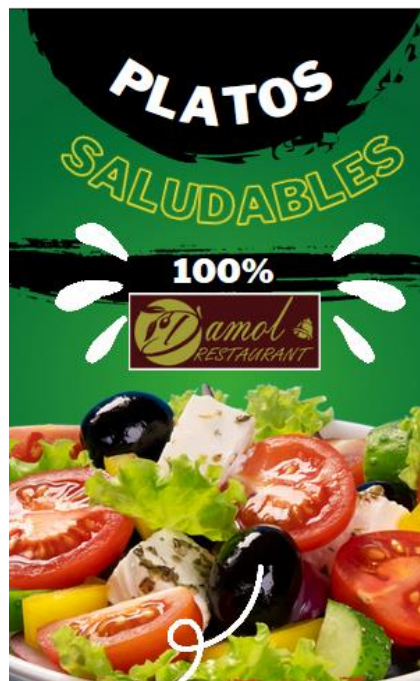


Figura25. Volantes
Elaborado por: Autores 2024

2.5.4 Plaza

La ubicación donde el restaurante se encuentra localizado es de gran afluencia de comensales locales, regionales e internacionales. Es importante mencionar que en el sector Eugenio Espejo existen restaurantes que ofrecen sus productos y servicios a nivel local y regional. Sin embargo la diferenciación sobre el producto del restaurante permite manejar de mejor manera la competencia.

a) Canales de comercialización/distribución

Directa (productor-consumidor): Damol Restaurant ofrecerá sus productos de manera física y digital en las cuales el cliente podrá comprar sus productos y servicios sin intermediarios.

2.6. Posibilidades del negocio desde el punto de vista del mercado.

Ventaja competitiva.

La ventaja competitiva de Damol Restaurant, es la innovación de la oferta mediante la innovación culinaria para personas con diabetes, dando seguridad a cada uno de sus clientes que sus platillos son frescos y elaborados estrictamente para su condición. El restaurante está 100% especializado en personas diabéticas, teniendo un menú amplio saludable que incluye postres y bebidas. La competencia ofrece ciertos platillos para gente con diabetes, no están enfocados solo en esta área.

Tabla4. Ventaja competitiva

Necesidades del mercado	Damol restaurant	Gangotena Restaurant	Hasta la vuelta señor
Facilidades de pago tecnológico	X	X	X
Innovación culinaria para personas con diabetes	X		
Seguridad Alimentaria para personas con diabetes	X		
Experiencias vivenciales	X	X	X
Servicios completos de menú para personas con diabetes.	X		

CAPÍTULO III

ASPECTOS TÉCNICOS DEL NEGOCIO

3.1. Procesos de producción/servicios, control de la calidad.

A continuación, se detallan los procesos importantes que permitirá que Damol Restaurant el desarrollo y estandarización de procedimientos para asegurar la calidad.

3.1.1. Proceso de Servicio

Este proceso de ventas para el servicio del restaurante temático no solo se centra en la calidad de la comida, sino también en la atención personalizada, la educación nutricional y la creación de experiencias memorables para los clientes con diabetes.

Tabla5. Proceso de servicio.

Actividad	Responsable	Documentos	Tipos de documentos
Dar la bienvenida personalizada	Mesero		Entrada
Brindar información sobre las opciones del menú y asesoría nutricional.	Mesero	Menú	Entrada
Realizar una venta sugestiva y complementaria	Mesero	Menú	Entrada
Tomar el pedido del cliente	Mesero	Orden de pedido	Entrada
Confirmar el pedido	Mesero	Orden de pedido	Entrada
Entregar el pedido	Mesero		
Realizar una atención continua durante el consumo	Mesero	Orden de pedido	Entrada

para asegurarse de la satisfacción del cliente.			
Generar la Facturación	Cajera	Factura	Salida
Dar la despedida al cliente invitándolo a volver.	Mesero		Salida

Diagrama de Flujo de servicio

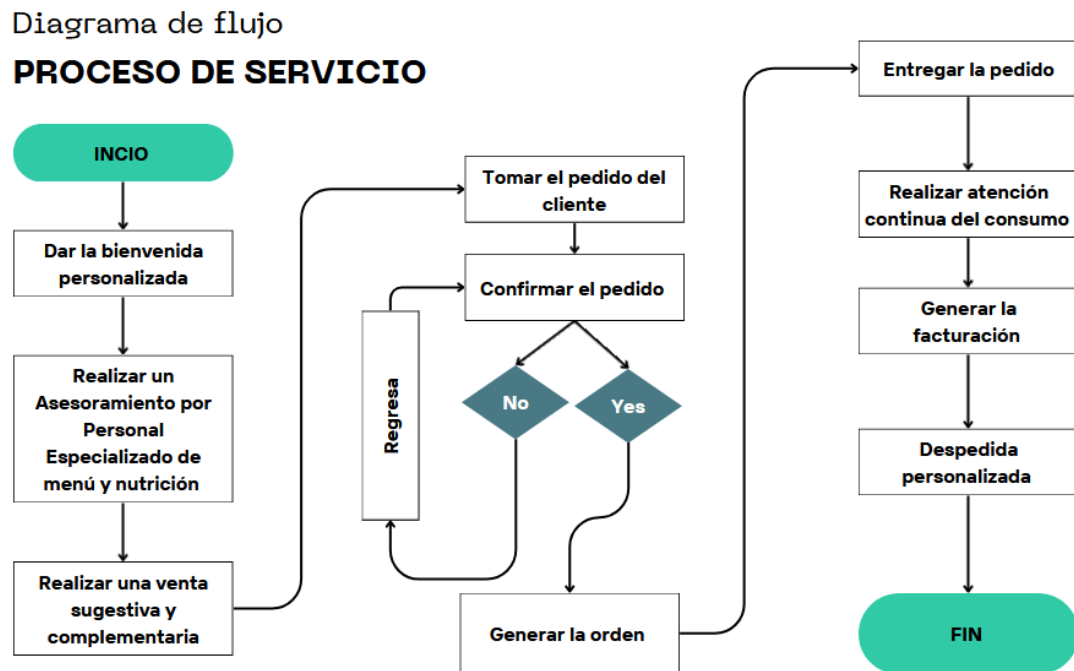


Figura26. Diagrama de flujo proceso de servicio
Elaborado por: Autores 2024

3.1.2. Proceso de producción:

Este proceso de producción se centra en la calidad, personalización y salud, asegurando la entrega de platillos deliciosos y adaptados para personas con diabetes en el Restaurante Temático en el Distrito Metropolitano de Quito

Tabla6. Proceso de producción.

Actividad	Responsable	Descripción	Tipos de documentos
Abastecer los ingredientes	Jefe de cocina	Plan de adquisición de ingredientes frescos, saludables y de alta calidad	Entrada
Realizar el Almacenamiento y Gestión de Inventario	Chef	Inventario de productos	Entrada
Preparar la Estación de Trabajo	Chef	Mise en place	Entrada
Desarrollar la Personalización de Platos	Jefe de cocina	Capacitación sobre las necesidades específicas de personas con diabetes, utilizando alternativas saludables y ajustando porciones y niveles de azúcar según sea necesario	Entrada
Realizar la Cocción y Elaboración de platos	Chef	Recetas	salida
Realizar el Control de calidad	Jefe de cocina	Controles de calidad rigurosos durante todas las etapas de la producción, asegurando que cada platillo cumpla con los estándares establecidos en términos de sabor, presentación y salud	enterada

Desarrollar del Emplatado	Chef	Presentación de los platillos, asegurando que sean visualmente atractivos y apetitosos, lo que contribuye a la experiencia gastronómica general	salida
Realizar el Empaque para Llevar y Entrega	chef/ mesero	Implementar prácticas seguras y eficientes de empaque para llevar, asegurando que los platillos mantengan su calidad durante el transporte y la entrega, si se ofrece este servicio	salida
Realizar la Evaluación de Platillos y Feedback Interno	Mesero / cajera	Realizar evaluaciones regulares de platillos internamente, recopilando Feedback del personal de cocina para identificar áreas de mejora y ajustar el menú según las tendencias y preferencias del cliente	Entrada

Diagrama de Flujo del proceso de producción

DIAGRAMA DE FLUJO

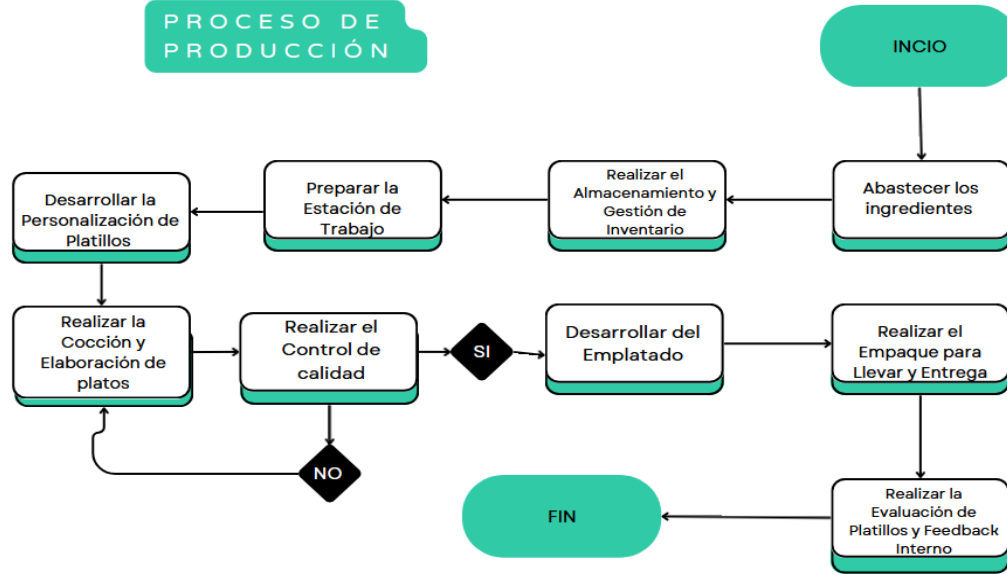


Figura27. Diagrama de flujo proceso de producción

Elaborado por: Autores 2024

3.1.3. Proceso para fidelización de clientes:

El Proceso de fidelización se enfoca en construir relaciones duraderas, ofreciendo experiencias personalizadas y recompensando la lealtad de los clientes en el Restaurante Temático para Personas con Diabetes.

Tabla7. Proceso de fidelización de clientes.

Actividad	Responsable	Documentos	Tipos de documentos
Desarrollar un Programa de Lealtad	Administrador	Programa de descuentos especiales, ofertas exclusivas o membresías que	entrada

		proporcionen beneficios adicionales.	
Realizar un Registro de Clientes	Mesero	registro en el programa de lealtad proporcionando información básica, preferencias alimenticias y detalles de contacto para personalizar ofertas y comunicaciones	Entrada
Crear Ofertas Personalizadas	Cajero	enviar ofertas y promociones personalizadas que se alineen con las preferencias individuales de los clientes, como descuentos en platillos favoritos o eventos exclusivos	Salida
Enviar tarjetas para la Celebración de Cumpleaños	Jefe de Marketing	Enviar mensajes de felicitación y ofertas especiales para celebrar los cumpleaños de los clientes	Salida
Propiciar Eventos Especiales para Clientes Leales	Administrador / jefe de marketing	planificación y organización de eventos exclusivos, degustaciones especiales o cenas temáticas para clientes leales	Entrada
Aplicar Encuestas de Satisfacción	Administrador	encuestas de satisfacción para recopilar Feedback, entender las	Entrada

		preferencias cambiantes y demostrar el compromiso del restaurante con la mejora continua	
Generar una Comunicación Personalizada	Jefe de Marketing/ Administrador	book de productos proporcionando actualizaciones sobre nuevos platillos, eventos y recordatorios sobre ofertas exclusivas.	Salida
Generar Comunicación Activa en Redes Sociales	Jefe de Marketing	Responder comentarios, compartiendo historias detrás de escena y destacando la participación de clientes, creando una comunidad en línea	Salida
Desarrollar la Escucha Activa y Respuesta a Problemas	Cajera/ mesera/ Administrador	Bitácora de solución de problemas e inquietudes de los clientes	Entrada

Diagrama de Flujo proceso de Fidelización del cliente

Diagrama del proceso FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

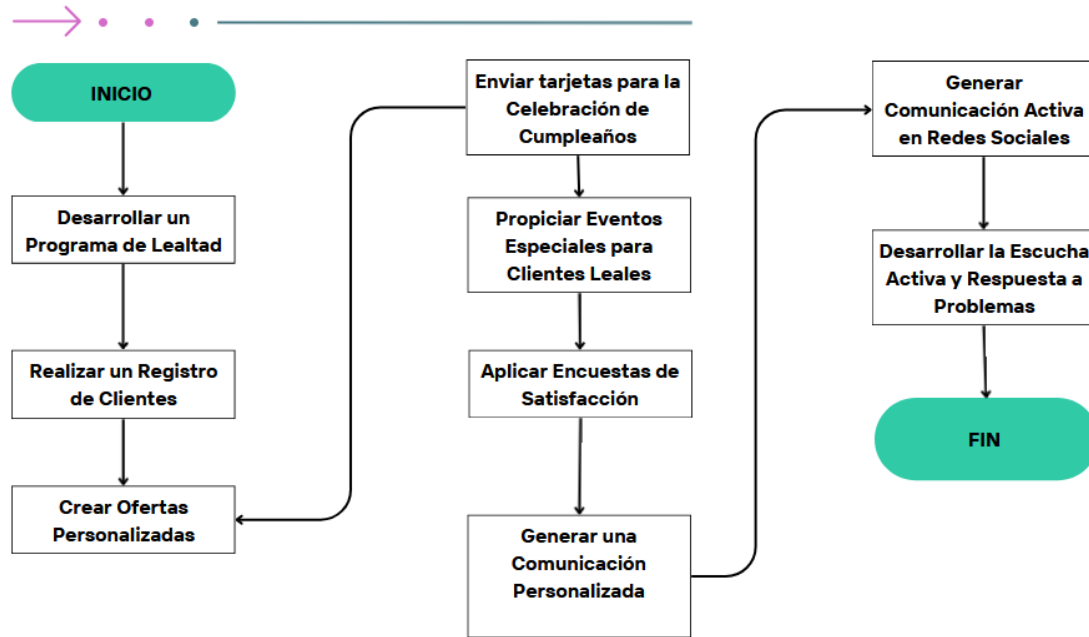


Figura28. Diagrama de flujo proceso de fidelización

Elaborado por: Autores 2024

3.2 Determinación de la capacidad instalada del negocio

El restaurant contará con un área de 200 m² el cual cumple con los requerimientos necesarios, según el espacio y medidas necesarias expuestas en la ordenanza 059, del Distrito Metropolitano de Quito, con una capacidad de 50 personas.

3.3. Diseño de las instalaciones.

Se muestra en la figura 27 los planos del restaurante, donde se puede observar los ambientes de: producción, administración, salón, servicios higiénicos.

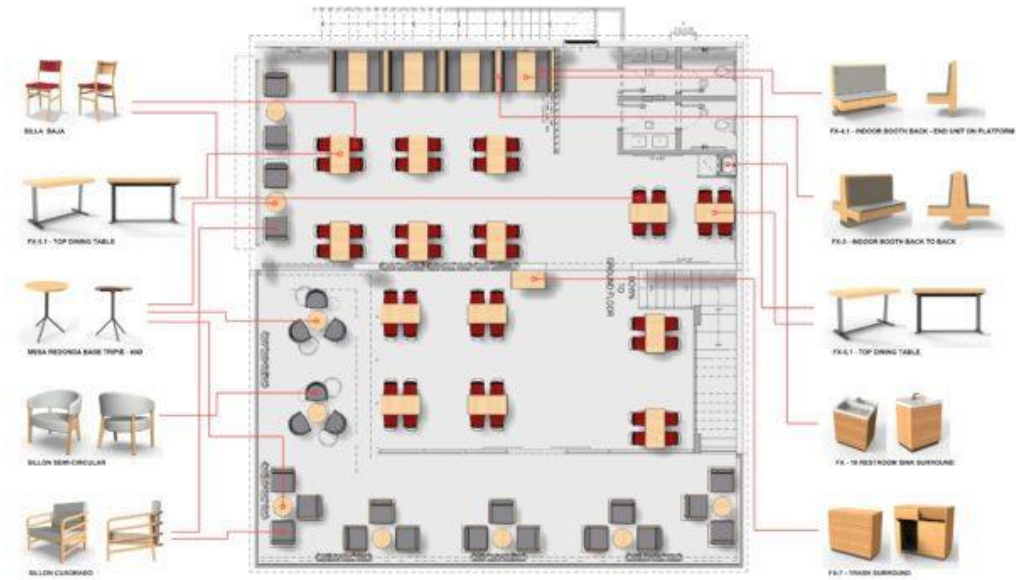


Figura 29. Diseño de instalaciones.
Elaborado por: Autores 2024

3.4. Análisis y calificación de proveedores (materias primas, insumos, producto final, equipos, etc.).

Para Damol restaurante es importante contar con proveedores confiables y comprometidos con la calidad y la sostenibilidad, esenciales para ofrecer una experiencia gastronómica excepcional a sus clientes con diabetes.

Se calificará a los proveedores de acuerdo a la puntuación de que se detalla en la tabla 9

Tabla 8. Calificación de proveedores.

Proveedores	Servicio o Producto	FACTORES DE CALIFICACIÓN		
		Calidad	tiempo de entrega	Precio
Tesalia	Bebidas	Alta	2 veces por semana	x mayorista
Ice man	Congelados	x	4 veces por semana	x mayorista
La Huerta	Vegetales	x	Todos los días	x mayorista

Pronaca	Cárnicos	x	Todos los días	x mayorista
Netlife	Internet	Alta	x	x mayorista
La favorita	Producto Varios	Alta	Según pedido	x mayorista

3.5 Ubicación del negocio. Macro y micro localización.

3.5.1 Macro localización

El restaurante se encontrará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, en la figura 30, se muestra la ubicación de la ciudad.



Figura30. Macro localización.

Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Quito/@-0.1862502,-78.595697,11z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x91d59a4002427c9f:0x44b991e158ef5572!8m2!3d-0.1806532!4d-78.4678382!16zL20vMDFkdHEx?entry=ttu>

3.5.2 Micro localización

Damol Restaurante estará ubicado en las calles Venezuela y Sucre en el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito, cerca de la Plaza Grande.

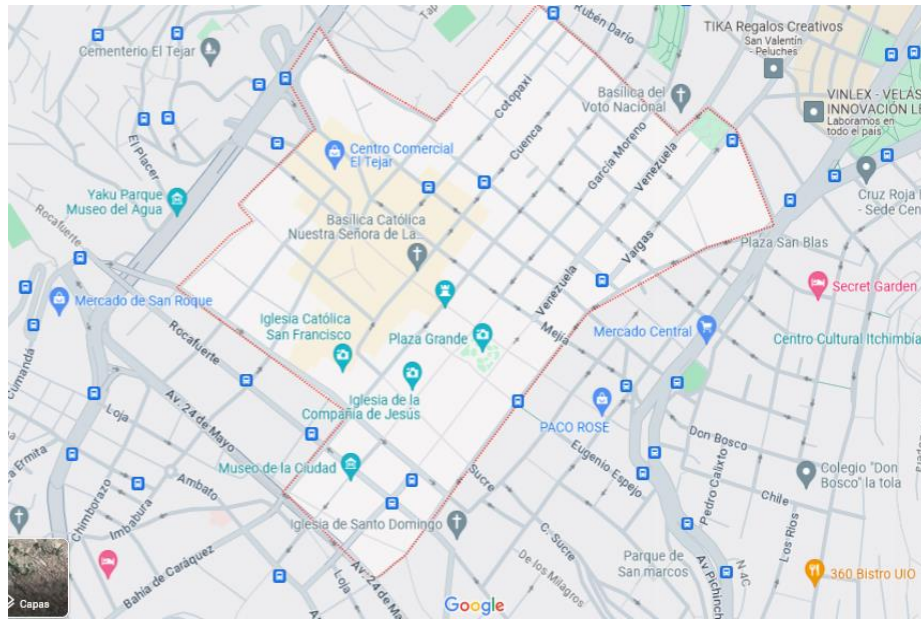


Figura31. Macro localización.

Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Quito/@-0.1862502,-78.595697,11z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x91d59a4002427c9f:0x44b991e158ef5572!8m2!3d-0.1806532!4d-78.4678382!16zL20vMDFkdHEx?entry=ttu>

3.6 Matriz de impacto y mitigación

A continuación, se detalla cómo se evaluarán los factores de impacto directo que se involucran con la empresa.

Nivel	Puntuación
Alto	3
Medio	2
Bajo	1

Matriz de impacto y mitigación

Factor	Ámbito	Puntuación	Medidas de mitigación
Cierre de vías	Social	2	Uso de vías alternas
Contaminación ambiental	Ambiental	3	Manejo de residuos
Pérdida de utensilios de cocina	organizacional	3	reposición de utensilios
Educación alimentaria	Social	2	Información nutricional clara
Reducción del riesgo de complicaciones	Social	3	Entrenamiento del personal

Responsabilidad social	Social	1	apoyar a pequeños productores
Estabilidad laboral	Organizacional	2	Respetar y valorar al trabajador

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. Estructuración económica del negocio

Diseñar la estructura económica de un restaurante para personas con diabetes implica considerar varios aspectos, desde la selección de ingredientes hasta la gestión de costos y precios. Para la selección de ingredientes saludables es muy importante priorizar fresca, bajos en carbohidratos y grasas saturadas. Optar por carnes magras, pescado, aves de corral, vegetales frescos y opciones bajas en azúcar.

Crear un menú balanceado, equilibrado que ofrece opciones variadas, en la cual también se controle las porciones para cada plato y así evitamos desperdicios y de esta manera controlar costos de producción.

Los proveedores son una parte importante para el correcto manejo de valores ya que debemos cuidar materia prima siendo confiables, frescos y de costos accesibles que nos otorgan descuentos por volumen y compra constante.

Capacitar al equipo de cocina y servicio sobre las necesidades dietéticas de las personas con diabetes, así como sobre las mejores prácticas para preparar y servir alimentos saludables.

Se analiza un análisis detallado de los costos de ingredientes y gastos operativos, esto determinó los precios ya establecidos en el menú.

5.1.1. Plan de inversiones

El plan de inversión es el capital que se tiene para iniciar a levantar el restaurante, en este caso capital en efectivo es de \$30000 y en equipos se tiene \$7800, un total de \$37.800 que se va a invertir en este proyecto.

El financiamiento de las partes se realiza con crédito bancario y \$10000 de los accionistas del restaurante.

PLAN DE INVERSIONES				
Rubros	INVERSIÓN DEL PROYECTO	%	FINANCIAMIENTO	
			Credito bancario	Aporte social
Capital de Trabajo	\$30.000,00	79%	\$20.000,00	\$10.000,00
Activos	\$7.800,00	21%	\$7.800,00	\$0,00
Total	\$37.800,00	100%	\$27.800,00	\$10.000,00

Figura32. Plan de inversiones

Realizado por: Autores 2024

5.1.2. Presupuesto de ingresos

Se ha escogido 3 de los mejores platos para realizar el presupuesto de ingreso económico, dando un resultado favorable, ya que según las encuestas la mayor cantidad de personas escogieron estos ingredientes para ser consumidos.

	DIARIOS	PUV	TOTAL	SEMANAL	PUV	TOTAL	MENSUAL	PUV	TOTAL	ANUAL	PUV	TOTAL
ENSALADAS VARIAS	40,00	4,99	199,60	240	4,99	1.197,60	960	4,99	4.790,40	11520	4,99	57.484,80
SALMÓN AL HORNO	30,00	10,99	329,70	180	10,99	1.978,20	720	10,99	7.912,80	8640	10,99	94.953,60
POLLO A LA PARRILLA	25	8,99	224,75	150	8,99	1.348,50	600	8,99	5.394,00	7200	8,99	64.728,00
			754,05			4.524,30			18.097,20	27360	24,97	217.166,40
											8.32333333	

Figura33. Presupuestos de ingresos

Realizado por: Autores 2024

El incremento anual para las empresas de este tipo, según el INEC es del 3%, proyectando esta cantidad para 5 años se obtiene los siguientes resultados:

PRESUPUESTO DE INGRESOS - RESTAURANT						
Tipo de Productos	Rubros	2024	2025	2026	2027	2028
	PLATOS	217.166,40	217.817,90	218.471,35	219.126,77	219.784,15
	TOTAL:	231.537,60	232.232,21	232.928,91	233.627,70	234.328,58

Figura34. Plan de inversiones

Realizado por: Autores 2024

5.1.3. Presupuesto de costos

Los costos de producción invertidos en el proyecto son adecuados tomando en cuenta la frescura de ingredientes, con los proveedores indicados para garantizar productos de calidad a los mejores precios.

Tomando como ejemplo los platos mejor postulados por los clientes se invertirá en materia prima según la siguiente imagen:

PRESUPUESTO DE COSTOS - RESTAURANT						
Tipo de Productos	Rubros	2024	2025	2026	2027	2028
	PLATOS	96.480,00	96.769,44	97.059,75	97.350,93	97.642,98
	TOTAL:	96.480,00	96.769,44	97.059,75	97.350,93	97.642,98

Figura35. Presupuestos de costos

Realizado por: Autores 2024

	DIARIOS	PC	TOTAL	SEMANAL	PC	TOTAL	MENSUAL	PC	TOTAL	ANUAL	PC	TOTAL
ENSALADA ESPINACAS CON FRESA	50,00	2,00	100,00	300	2,00	600,00	1200	2,00	2.400,00	14400	2,00	28.800,00
SALMÓN AL HORNO	30,00	4,5	135,00	180	4,5	810,00	720	4,5	3.240,00	8640	4,5	38.880,00
POLLO A LA PARRILLA	25	4	100,00	150	4	600,00	600	4	2.400,00	7200	4	28.800,00
			335,00			2.010,00			8.040,00			96.480,00

Figura36. Presupuestos de costos

Realizado por: Autores 2024

5.1.4. Presupuesto de gastos

Los gastos son todas las inversiones económicas que el restaurante va a solventar para su correcto funcionamiento, tanto operativo como administrativo, en las siguientes tablas veremos cual es la inversión en mano de obra, utensilios, publicidad entre otros:

GASTOS OPERACIONALES					
Gastos	2024	2025	2026	2027	2028
	\$ 29.745,55	\$ 25.697,03	\$ 25.925,04	\$ 25.480,20	\$ 25.259,58
Sueldos y Salarios	\$ 18.720,00	\$ 18.770,00	\$ 18.820,00	\$ 18.870,00	\$ 18.920,00
Servicios Básicos	\$ 940,75	\$ 963,31	\$ 986,41	\$ 1.010,06	\$ 1.034,29
Suministros de Oficina	\$ 200,00	\$ 204,80	\$ 209,71	\$ 214,74	\$ 219,89
Alquiler de Local	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.650,00	\$ 3.650,00	\$ 3.650,00
Gasto de Marketing	\$ 1.500,00	\$ 900,00	\$ 1.000,00	\$ 1.100,00	\$ 800,00
Gasto de Depreciación	\$ 1.258,92	\$ 1.258,92	\$ 1.258,92	\$ 635,40	\$ 635,40
Gastos Financieros	\$ 3.525,88	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Figura37. Presupuestos de gastos
Realizado por: Autores 2024

En la siguiente imagen se verifica que anualmente hay un crecimiento de gastos, ya como la venta va incrementó el gasto de igual manera:

TOTAL EGRESOS					
AÑO	2024	2025	2026	2027	2028
COSTOS	\$ 96.480	\$ 96.769	\$ 97.060	\$ 97.351	\$ 97.643
GASTOS	\$ 29.745,55	\$ 25.697,03	\$ 25.925,04	\$ 25.480,20	\$ 25.259,58
TOTAL EGRES	\$ 126.225,55	\$ 122.466,47	\$ 122.984,79	\$ 122.831,13	\$ 122.902,56

Figura38. Egresos
Realizado por: Autores 2024

5.1.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de un restaurante es el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos fijos y variables, para alcanzar un equilibrio entre los ingresos y los gastos, es decir, donde los ingresos totales sean iguales a los costos totales. Este punto es crucial porque marca el nivel mínimo de ventas que el restaurante debe alcanzar para evitar pérdidas y generar ganancias.

El punto de equilibrio anual es de 10000 anuales para tener equilibrio en la rentabilidad del negocio.

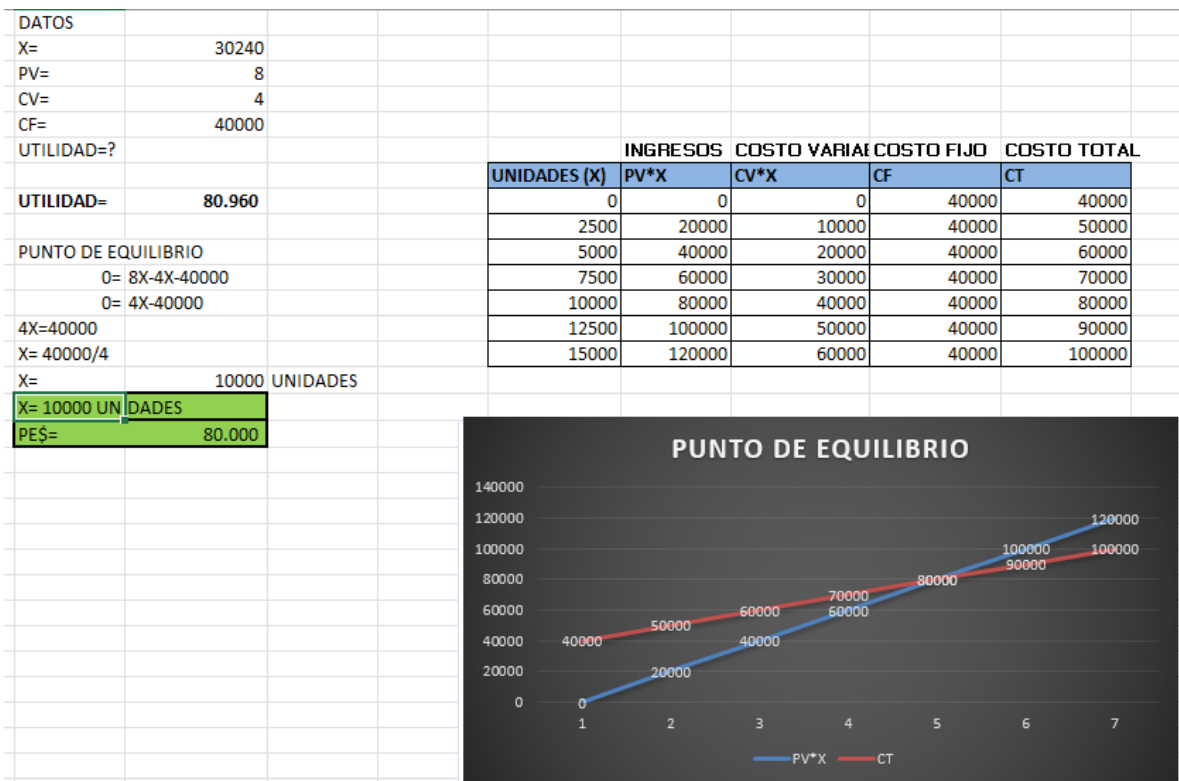


Figura39. Punto de equilibrio

Realizado por: Autores 2024

5.1.6. Flujo de caja

El flujo de caja permite monitorear y proyectar los ingresos y gastos de efectivo durante un periodo de tiempo determinado.

Es importante actualizar el flujo de caja regularmente con datos reales para realizar un buen seguimiento de la salud financiera.

FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO A 5 AÑOS					
AÑO	2024	2025	2026	2027	2028
TOTAL INGRESOS	231.537,60	232.232,21	232.928,91	233.627,70	234.328,58
TOTAL EGRESOS	96.480,00	96.769,44	97.059,75	97.350,93	97.642,98
FLUJO NETO DE EFECTIVO	135.057,60	135.462,77	135.869,16	136.276,77	136.685,60

Figura40. Flujo neto de efectivo

Realizado por: Autores 2024

4.2.1 Índices Financieros

4.2.1.2.VAN Y TIR

El valor actual neto y la Tasa de retorno son analizadas para evaluar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto. El VAN es una medida de valor presente de los flujos de efectivo futuros generados por una inversión, descontados a una tasa de interés específica, un VAN positivo indica que el valor presente de los flujos de efectivo es mayor que la inversión inicial y, por lo tanto, el proyecto vendría a ser rentable. Para calcular el VAN se suman los flujos de efectivo futuros descontados y se resta la inversión inicial. Si el VAN es mayor que cero, el proyecto es rentable.

La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto de inversión sea igual a cero. En otras palabras, es la tasa de rendimiento que el proyecto genera. Una TIR mayor que la tasa de descuento mínima requerida indica que el proyecto es rentable o viceversa.

Para calcular la TIR, se busca la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, utilizando métodos como la iteración o la interpolación.

Para Damol, este análisis puede ser útil para evaluar la inversión inicial en la apertura del restaurante y los flujos de efectivo esperados a lo largo del tiempo. Consideramos los ingresos por ventas, los costos operativos, los gastos de capital y otros factores relevantes para determinar si este proyecto es financieramente viable y rentable a largo plazo.

AÑO	FNE	FACTOR $(1+r)^n$	VALOR ACTUAL CON $i= 15\%$
0	(37.800,00)	1	(37.800,00)
1	135.057,60	1,15	117.441,39
2	135.462,77	1,3225	102.429,32
3	135.869,16	1,520875	89.336,18
4	136.276,77	1,74900625	77.916,68
5	136.685,60	2,011357188	67.956,90
TIR=	357,41%	VAN 1=	417.280,47

TASA DESCUENTO	
% Inflación promedio	3%
Tasa interés activa de los bancos	12%
TASA DESCUENTO	15%

Figura41. VAN y TIR

Realizado por: Autores 2024

4.2.1.7. Período de recuperación de la inversión

El PRI es una métrica importante en el análisis financiero que indica el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial mediante los flujos de efectivo generados por esta inversión:

PERIODOS						
	0	1	2	3	4	5
FNE	(37.800,00)	135.057,60	135.462,77	135.869,16	136.276,77	136.685,60

AÑO	FNE	FA
0	(37.800,00)	
1	135.057,60	135.057,60
2	135.462,77	270.520,37
3	135.869,16	406.389,53
4	136.276,77	542.666,30
5	136.685,60	679.351,90

PRI= # AÑOS ANTES COMPLETAR LA INVERSIÓN+ (INVERSIÓN-ΣFLUJOS ANTES.COMPLETAR.INVERSION)/(F.N.E.SIGUIENTE)

PRI =	0	35.800,00	0,27	AÑOS
PRI=			3,180865053	
PRI=	-		0,180865053	5,425951594
	0 AÑOS, 3 MESES Y 5 DIAS			
PRI=	2 AÑOS, 5 MESES Y 23 DIAS			

Figura42. PRI

Realizado por: Autores 2024

4.2.3. Análisis del costo / beneficio

El análisis costo-beneficio implica evaluar todos los costos como los beneficios asociados con la apertura y operación del negocio.

Una vez evaluado los costos y beneficios asociados con el restaurante, se determinará si los beneficios potenciales superan los costos. Esto ayuda a tomar decisiones sobre la viabilidad y rentabilidad del negocio.

En Damol podemos ver que por cada dólar invertido se tendrá una ganancia de 0.40ctvs.

AÑO	INGRESOS	(1+i)^n	VALOR ACTUAL
1	135057,6	1,15	117441,3913
2	135462,773	1,3225	102429,3178
3	135869,161	1,520875	89336,17892
4	136276,769	1,74900625	77916,68475
5	136685,599	2,01135719	67956,89983
		VAI	455.080,47
AÑO	EGRESOS	(1+i)^n	VALOR ACTUAL
1	96480	1,15	83895,65217
2	96769,44	1,3225	73171,59924
3	97059,7483	1,520875	63818,36004
4	97350,9276	1,74900625	55660,7088
5	97642,9803	2,01135719	48545,81819
		VAC	325.092
	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	1,40	

Figura43. Análisis costo beneficio

Realizado por: Autores 2024

CRONOGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Figura44. Ejecución del proyecto

N°	DETALLE	TIEMPO																				
		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				
1	Manual de estilo y metodología	█																				
2	Metodología de la investigación.		█																			
3	Desarrollo de la idea de negocio.			█																		
4	Desarrollo del trabajo. Administración y				█	█	█	█														

	planificación del negocio.																		
5	Desarrollo del trabajo. Estudio de mercado																		
6	Desarrollo del trabajo. Aspectos técnicos del negocio																		
7	Desarrollo del trabajo. Estudio económico y evaluación financiera																		
8	Desarrollo del trabajo. Impacto del negocio.																		
9	Revisión final.																		

CONCLUSIONES

- La determinación de los aspectos de planificación de Damol Restaurante, a través de un cambio en el modelo de negocio, es crucial para establecer una administración efectiva y orientada estratégica que maximice el éxito a largo plazo del restaurante.
- El giro de negocio implica una adaptación al entorno cambiante del mercado y las necesidades de los clientes. Al identificar estos aspectos, el restaurante puede ajustar su enfoque para satisfacer mejor las demandas del mercado y mantener su relevancia y competitividad.
- Realizar entrevistas permitió obtener información detallada sobre preferencias alimenticias de las personas con diabetes, por este motivo ha permitido desarrollar un menú que sea saludable, delicioso y adecuado para sus necesidades dietéticas específicas.
- El proceso de estudio técnico permite identificar los productos necesarios para el menú del restaurante y los proveedores confiables que suministran la materia prima de alta calidad. Esta selección es esencial para garantizar la consistencia en la calidad de los platos y satisfacción del cliente.
- También implicó identificar y asegurar la documentación legal necesaria para la operación del restaurante, requeridas por las autoridades nacionales, así se asegura el cumplimiento normativo y evita problemas legales a futuro.
- El estudio económico proporcionó una evaluación detallada de los ingresos y egresos previstos del restaurante, lo que permitió tener puntos claves para la viabilidad del negocio a largo plazo. El análisis de índices financieros ayuda a identificar posibles riesgos y desafíos que podrían afectar la rentabilidad del restaurante.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria » Emisión de Permisos de Funcionamiento. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 19 de diciembre de 2022, de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Asencio Soriano, Emily Viviana, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Estrategias de Marketing para Fortalecer el Posicionamiento del Restaurante de Gastronomía Italiana Cuccaris, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena (2018) (<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5158>)
- Babativa Amaya, María Alejandra, Peña Ruiz, Diana Patricia; Corporación Universitaria Minuto de Dios; UNIMINUTO(2021)
- Banco Central del Ecuador. (2022), Informe de evolución de la economía ecuatoriana en el 2022 y perspectivas 2023
https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2022pers2023.pdf
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295
- Evert, A. B., Dennison, M., Gardner, C. D., Garvey, W. T., Lau, K. H. K., MacLeod, J., ... & Yancy, W. S. (2019). Nutrition therapy for adults with diabetes or prediabetes: a consensus report. *Diabetes Care*, 42(5), 731-754
- Fielweb Evolución Jurídica, Suplemento del Registro Oficial No. 151. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.
- García-Murillo, M., & Annabi, H. (2015). Impact of E-commerce on the Restaurant
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Industry: An Overview. *Journal of Applied Business Research*, 31(5), 1895-1902.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Ecuador.
(<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>)
- Kotler Bloom & Hayes, P. P. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales.

España: Paidós.

- Kotler, P., Bloom, P. & Hayes, T. (2004). El marketing de servicios profesionales. México: Editorial: Paidos.
- Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- LUAE.(s/f). Gob.ec. Recuperado el 19 de diciembre de 2022, de: <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicioactividades-economicas-luae>.
- Mirta Crovetto M., Ricardo Uauy, Ana Paula Martins, Jean Claude Moubarac, Carlos
- Monteiro, Scielo, Revista Médica de Chile.: Disponibilidad de Productos Alimentarios Listo para el Consumo en los Hogares de Chile y su Impacto sobre la Calidad de Dieta (2006 - 2009)
- Smith, J., & Maclaurin, T. (2020). Trends in the Restaurant Industry: A Comprehensive Review. Journal of Culinary Science & Technology, 18(5), 391-409.
- Solorzano, Juan C & Parrales, María L. Branding Posicionamiento de Marca en el Mercado Ecuatoriano
- Statista. (2021). Health and wellness food market share worldwide from 2016 to 2022. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/281535/global-health-and-wellness-food-market-share/>
- Trámite y requisitos para obtener la Patente Municipal. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 19 de diciembre de 2022, de <https://www.gob.ec/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE ÁREAS OFENSIVAS (escala 1-5)

Oportunidades Fortalezas	Demanda creciente	Colaboraciones estratégicas	Tendencia a los estilos de vida saludables	Nuevas tendencias tecnológicas	TOTAL
Conciencia Nutricional	4	3	5	5	17
Innovación Culinaria	5	5	5	5	20
Ubicación Estratégica	3	3	2	3	11
Profesionales Especializados	5	3	4	5	17
Diversificación del Menú	5	4	5	4	18
TOTAL					

ANEXO 2 MATRIZ DE ÁREAS DEFENSIVAS

Amenaza	Cambios de preferencias del consumidor.	Impacto económico	Cambio en la regulaciones sanitarias	Resistencia de nuevos conceptos	TOTAL
Debilidad					
Desconocimientos del concepto	4	3	2	5	14
Competencias del Mercado Gastronómico	5	5	2	5	17
Posible Estigma Asociado	5	5	1	3	14
TOTAL	14	13	5	13	