



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**Proyecto de factibilidad para la creación de un bar restaurante  
temático en el sector de la Rumiñahui al norte de la ciudad de  
Quito.**

**Proyecto de Modelo de Negocio previo a la obtención del título de  
Tecnóloga Superior en Administración**

**AUTORA:**

**María Cristina Jaramillo Granja**

**TUTOR:**

**MSc. Noemy Sandoval Ortiz**

**D.M. Quito, 5 de marzo del 2022**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de titulación de manera muy especial a Dios y mi familia quienes han sido el cimiento y compañía de mi caminar en la vida universitaria, por brindarme su apoyo, ser mi fortaleza y ser mi guía. Son ustedes a quienes debo todo lo que hoy día he logrado.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de manera sincera a quienes fueron parte fundamental de este camino, quienes supieron dar aliento y guía a lo largo de estos dos años de carrera. Especialmente un agradecimiento fraterno a mi tutora MSc. Noemy Sandoval quien ha dedicado su tiempo y ha compartido sus conocimientos para formarnos como profesionales de éxito en esta última etapa de preparación hacia el mundo profesional.

## **AUTORÍA**

Yo, María Cristina Jaramillo Granja autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**María Cristina Jaramillo Granja**  
**1720572559**

D.M. Quito, 5 de marzo de 2022

## **CERTIFICACIÓN**

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

**MSc. Noemy Sandoval Ortiz**  
**Tutora de Trabajo de Titulación**

D.M. Quito, 5 de marzo de 2022.

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La **MSc. Noemy Sandoval Ortiz** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. María Cristina Jaramillo Granja por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. María Cristina Jaramillo Granja realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un bar restaurante temático en el sector de la Rumiñahui al norte de la ciudad de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **MSc. Noemy Sandoval Ortiz**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Noemy Sandoval Ortiz** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. María Cristina Jaramillo Granja como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un bar restaurante temático en el sector de la Rumiñahui al norte de la ciudad de Quito.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**MSc. Noemy Sandoval Ortiz**

**María Cristina Jaramillo**

D.M. Quito, 5 de marzo de 2022

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| DEDICATORIA .....                                         | i         |
| AGRADECIMIENTO.....                                       | ii        |
| AUTORÍA.....                                              | iii       |
| CERTIFICACIÓN .....                                       | iv        |
| ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA..... | v         |
| RESUMEN.....                                              | 12        |
| 2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....                         | 13        |
| 2.1 Creación de la empresa.....                           | 13        |
| 2.2 Descripción de la empresa.....                        | 13        |
| <b>2.2.1 Importancia. ....</b>                            | <b>13</b> |
| <b>2.2.2 Características.....</b>                         | <b>14</b> |
| <b>2.2.3 Actividad.....</b>                               | <b>14</b> |
| 2.3 Tamaño de la empresa. ....                            | 15        |
| 2.4 Necesidades que satisfacer .....                      | 15        |
| <b>2.4.1 Necesidad Fisiológica. ....</b>                  | <b>16</b> |
| <b>2.4.2 Necesidad de Seguridad.....</b>                  | <b>16</b> |
| <b>2.4.3 Necesidad Social – Afiliación. ....</b>          | <b>16</b> |
| <b>2.4.4 Necesidad de Reconocimiento. ....</b>            | <b>17</b> |
| <b>2.4.5 Necesidad de Autorrealización. ....</b>          | <b>17</b> |
| 2.5 Localización de la empresa .....                      | 17        |
| 2.6 Filosofía empresarial.....                            | 18        |
| <b>2.6.1 Misión empresarial .....</b>                     | <b>18</b> |
| <b>2.6.2 Visión empresarial. ....</b>                     | <b>18</b> |
| <b>2.6.3 Objetivos Empresariales. ....</b>                | <b>19</b> |
| <b>2.6.4 Meta de la empresa. ....</b>                     | <b>19</b> |
| <b>2.6.5 Estrategias. ....</b>                            | <b>19</b> |
| <b>2.6.6 Políticas empresariales. ....</b>                | <b>20</b> |
| <b>2.6.7 ANÁLISIS FODA EMPRESARIAL.....</b>               | <b>21</b> |
| 2.7 Desarrollo organizacional.....                        | 22        |
| <b>2.7.1 Tipo de Estructura.....</b>                      | <b>22</b> |
| <b>2.7.2 Formalización.....</b>                           | <b>23</b> |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 2.7.3 Centralización – Descentralización.....             | 23 |
| 2.7.4. Integración.....                                   | 24 |
| 2.8 Organigrama empresarial.....                          | 24 |
| 2.9 Proceso de ventas <i>Chulla Vida Resto Bar</i> . .... | 29 |
| PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....     | 30 |
| 3.1 Objetivo de mercadotecnia.....                        | 30 |
| 3.2 Investigación de mercado.....                         | 30 |
| 3.2.1 Modalidad de ejecución.....                         | 31 |
| 3.2.2 Plan de Muestreo .....                              | 31 |
| Pregunta 1.....                                           | 32 |
| Pregunta 2.....                                           | 33 |
| Pregunta 3.....                                           | 34 |
| Pregunta 4.....                                           | 35 |
| Pregunta 5.....                                           | 36 |
| Pregunta 6.....                                           | 37 |
| Pregunta 7.....                                           | 38 |
| Pregunta 8.....                                           | 39 |
| Pregunta 9.....                                           | 40 |
| Pregunta 10.....                                          | 41 |
| Pregunta 11.....                                          | 42 |
| Pregunta 12.....                                          | 43 |
| 3.2.3 Análisis General. ....                              | 44 |
| 3.3 Entorno empresarial.....                              | 44 |
| 3.3.1 Micro entorno.....                                  | 44 |
| 3.3.2 Macroentorno.....                                   | 48 |
| 3.3.3 Producto y servicio.....                            | 51 |
| 3.3.4 Producto Esencial. ....                             | 51 |
| 3.3.5 Producto real. ....                                 | 51 |
| 3.3.6 Características.....                                | 52 |
| 3.3.7 Calidad.....                                        | 52 |
| 3.3.8 Estilo.....                                         | 53 |
| 3.3.9 Marca.....                                          | 53 |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4 Producto aumentado. ....                                | 53        |
| <b>3.5.1 Distintivos y Uniformes</b> .....                  | <b>54</b> |
| <b>3.5.2 Materiales de identificación.</b> .....            | <b>56</b> |
| <b>3.5.3 Canal de distribución y puntos de ventas</b> ..... | <b>58</b> |
| <b>3.5.3.1 Financiamiento.</b> .....                        | <b>59</b> |
| <b>3.5.4 Riesgo y oportunidades del negocio.</b> .....      | <b>59</b> |
| 3.6. Fijación de Precios .....                              | 60        |
| <b>3.6.1 Fijación de precios por receta estándar.</b> ..... | <b>60</b> |
| 3.7 Implementación del negocio.....                         | 63        |
| 3.8 Estudio arquitectónico .....                            | 66        |
| <b>Estructura interna del establecimiento.</b> .....        | <b>67</b> |
| 4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....                        | 68        |
| 5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....               | 71        |
| 5.1 Objetivo de área.....                                   | 71        |
| 5.2 Impacto ambiental .....                                 | 72        |
| 5.3 Impacto social.....                                     | 73        |
| 6. PROCESO FINANCIERO.....                                  | 74        |
| 6.1. Introducción.....                                      | 74        |
| 6.2 Activos Fijos.....                                      | 74        |
| 6.3. Activos diferidos .....                                | 75        |
| 6.4 Capital de trabajo.....                                 | 75        |
| 6.5 Sueldos .....                                           | 76        |
| 6.6 Depreciación activos fijos. ....                        | 77        |
| 6.7 Amortizaciones.....                                     | 78        |
| 6.8 Tabla de amortización .....                             | 78        |
| 6.9 Estructura capital .....                                | 79        |
| 6.10 Costos Fijos .....                                     | 80        |
| 6.11 Margen de Contribución.....                            | 80        |
| 6.12 Punto de Equilibrio.....                               | 81        |
| 6.13 Costo de ventas.....                                   | 82        |
| 6.14 Flujo de caja .....                                    | 82        |
| 6.15 Calculo del TIR y el VAN .....                         | 83        |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 6.15.1 VAN (Valor Actual Neto) .....       | 83 |
| 6.15.2 TIR (Tasa Interna de Retorno) ..... | 83 |
| 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....    | 85 |
| 7.1 Conclusiones .....                     | 85 |
| 7.2 Recomendaciones .....                  | 86 |
| 7.3 Referencias .....                      | 87 |
| 7.4 Anexos .....                           | 88 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, chef administrador .....    | 25 |
| Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.....     | 26 |
| Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero.....                 | 27 |
| Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista..... | 28 |
| Tabla 5. Pregunta 1 .....                                           | 32 |
| Tabla 6. Pregunta 2. ....                                           | 33 |
| Tabla 7. Pregunta 3. ....                                           | 34 |
| Tabla 8. Pregunta 4. ....                                           | 35 |
| Tabla 9. Pregunta 5. ....                                           | 36 |
| Tabla 10. Pregunta 6. ....                                          | 37 |
| Tabla 11. Pregunta 7. ....                                          | 38 |
| Tabla 12. Pregunta 8. ....                                          | 39 |
| Tabla 13. Pregunta 9. ....                                          | 40 |
| Tabla 14. Pregunta 10. ....                                         | 41 |
| Tabla 15. Pregunta 11. ....                                         | 42 |
| Tabla 16. Pregunta 12. ....                                         | 43 |
| Tabla 17 Proveedores.....                                           | 47 |
| Tabla 18. Financiamiento Anual .....                                | 59 |
| Tabla 19. Alitas con papas, receta estándar de costos.....          | 61 |
| Tabla 20. Cortes de carne con papas y ensalada .....                | 62 |
| Tabla 21. Arriendo del local.....                                   | 63 |
| Tabla 22. Equipos industriales .....                                | 63 |
| Tabla 23. Equipos de computación .....                              | 63 |
| Tabla 24. Muebles y enseres .....                                   | 64 |
| Tabla 25. Equipos industriales de seguridad.....                    | 64 |
| Tabla 26. Suministros de oficina.....                               | 65 |
| Tabla 27. Servicios básicos .....                                   | 65 |
| Tabla 28. Materiales de limpieza .....                              | 66 |
| Tabla 29. Activos Fijos. ....                                       | 74 |
| Tabla 30. Activos diferidos .....                                   | 75 |
| Tabla 31. Capital de trabajo .....                                  | 76 |
| Tabla 32. Detalles de inversión.....                                | 76 |
| Tabla 33. Sueldos. ....                                             | 77 |
| Tabla 34. Depreciación de activos fijos .....                       | 78 |
| Tabla 35. Porcentaje Amortización.....                              | 78 |
| Tabla 36. Amortización.....                                         | 79 |
| Tabla 37. Estructura de capital.....                                | 80 |
| Tabla 38. Costos fijos.....                                         | 80 |
| Tabla 39. Margen de contribución .....                              | 81 |
| Tabla 40. Punto de equilibrio.....                                  | 81 |
| Tabla 41. Ventas /costos .....                                      | 81 |
| Tabla 42. Costo de ventas. ....                                     | 82 |
| Tabla 43. Flujo de caja .....                                       | 83 |
| Tabla 44. VAN/ TIR .....                                            | 84 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 1. Pirámide de Maslow.....                             | 15 |
| Ilustración 2. Ubicación. ....                                     | 18 |
| Ilustración 3. Organigrama Empresarial .....                       | 24 |
| Ilustración 4. Mapa Proceso de Ventas .....                        | 29 |
| Ilustración 5. Pregunta 1, gráfico circular.....                   | 32 |
| Ilustración 6. Pregunta 2, gráfico circular.....                   | 33 |
| Ilustración 7. Pregunta 3, gráfico circular.....                   | 34 |
| Ilustración 8. Pregunta 4, gráfico circular.....                   | 35 |
| Ilustración 9. Pregunta 5, gráfico de barras.....                  | 36 |
| Ilustración 10. Pregunta 6, gráfico circular.....                  | 37 |
| Ilustración 11. Pregunta 7, gráfico circular.....                  | 38 |
| Ilustración 12. Pregunta 8, gráfico circular.....                  | 39 |
| Ilustración 13. Pregunta 9 , gráfico circular.....                 | 40 |
| Ilustración 14. Pregunta 10 , gráfico circular.....                | 41 |
| Ilustración 15. Pregunta 11 , gráfico circular.....                | 42 |
| Ilustración 16. Pregunta 12 , gráfico circular.....                | 43 |
| Ilustración 17. Esquema microentorno Chulla Vida Resto Bar. ....   | 45 |
| Ilustración 18. Ubicación. ....                                    | 45 |
| Ilustración 19. Esquema macroentorno Chulla Vida Resto Bar.....    | 49 |
| Ilustración 20. Diseño uniforme.....                               | 54 |
| Ilustración 21. Diseño uniforme personal del área de servicio..... | 55 |
| Ilustración 22. Imagotipo.....                                     | 56 |
| Ilustración 23. Hoja Membretada .....                              | 57 |
| Ilustración 24. Estructura del establecimiento. ....               | 67 |

**Proyecto de factibilidad para la creación de un bar restaurante temático en el sector de la Rumiñahui al norte de la ciudad de Quito.**

**María Cristina Jaramillo G.**

MSc. Noemy Sandoval

D.M. Quito 5 de marzo 2022

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigativo tiene por objeto realizar un estudio de factibilidad para la creación de un bar restaurante temática en la zona norte de Quito, se han utilizado técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación. El uso de fuentes primarias y una encuesta estructurada dan un diagnóstico de las necesidades que debe **Chulla Vida Resto Bar** satisfacer para ser un establecimiento exitoso.

En un segundo plano podremos evidenciar como el establecimiento se ha planteado políticas y estrategias internas como externas que permitan fidelizar la marca e introducirla al mercado, para esto se identificó que es necesario hacer uso de herramientas tecnológicas y de innovación además de contar con un equipo humano de profesionales con actitud de servicio.

Desde una perspectiva técnica se destacan los procesos administrativos, la normativa legal y el análisis financiero que permitieron establecer si el tamaño, la visión empresarial, el público los productos y costos van a dar liquidez a la inversión inicial propuesta, con esta respuesta afirmativa se permitió acabar la investigación con un alto índice de factibilidad.

## 2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

### 2.1 Creación de la empresa

*Chulla Vida Resto Bar* surge de la necesidad de crear un espacio de entretenimiento que abarque a diferentes públicos en un ambiente familiar, amigable y romántico en el que sus clientes disfruten de un menú variado, bebidas de tolerancia y una temática de juegos y decoración tradicionales de Quito.

Si bien las familias y amigos buscan un lugar donde reunirse en muchas ocasiones estos sitios no son aptos para menores de edad, el menú es limitado o no se expenden bebidas alcohólicas. Con estos parámetros nace la idea de un bar restaurante que tenga un ambiente familiar y confortable con una temática entretenida donde el usuario tenga opciones de entretenimiento aptas para niños, o adultos y que incluya experiencia gastronómica de sabores inigualables elaborados con productos de calidad y para un target medio.

### 2.2 Descripción de la empresa

#### 2.2.1 Importancia.

La importancia de aperturar al público un servicio alimenticio como un restaurante, que además tenga un concepto temático basado en juegos tradicionales quiteños y juegos modernos de mesa, hacen de este emprendimiento una experiencia culinaria diferente a la que brinda la competencia. Pese a ubicarse en un sector de alta demanda comercial y gastronómica su enfoque temático da al cliente una experiencia de entretenimiento diferente.

*Chulla Vida Resto Bar* da un valor agregado al disfrute de sus usuarios, con un menú variado con altos estándares de calidad, y un ambiente confortable que motive a los comensales permanecer y volver al Resto Bar a disfrutar de su reunión o velada satisfaciendo las necesidades del público.

### 2.2.2 Características.

*Responsabilidad social:* **Chulla Vida Resto Bar** tomando en cuenta las experiencias adquiridas durante la pandemia contará con las prácticas de manufactura necesarias en la elaboración de alimentos, y protocolos de sanidad que permitan a su clientela estar segura del ambiente que les rodea. Respecto al excedente de productos o comida será recaudado para donación en causas humanitarias. Otro factor importante es que a mediano plazo se integre a nómina al menos una persona discapacitada.

*Investigación e innovación:* **Chulla Vida Resto Bar** cuenta con personal profesional que busca innovar el menú periódicamente acorde a la vanguardia gastronómica, manteniendo su calidad. En el ámbito administrativo y logístico se investigan las aplicaciones, plataformas digitales y sistemas de facturación modernos para servir al cliente con mayor eficiencia.

*Responsabilidad ambiental:* **Chulla Vida Resto Bar** en su interés por ayudar al planeta a frenar la contaminación maneja políticas de reducción de residuos y buen manejo de los mismos separando los desechos comunes de los orgánicos, usando plásticos biodegradables, y auspiciando e involucrándose en campañas activas sobre temáticas ecológicas.

*Profesionales apasionados con su trabajo:* el amor, dedicación y responsabilidad que caracteriza a **Chulla Vida Resto Bar** en la preparación de su comida, bebidas, la atención al cliente y un ambiente acogedor, marcan el trato al cliente y se valora la calidad al mejor precio con personal capacitado.

### 2.2.3 Actividad.

**Chulla Vida Resto Bar** específicamente se encarga de la venta de comida rápida y bebidas en bares y restaurantes incluso para llevar.

### 2.3 Tamaño de la empresa.

**Chulla Vida Resto Bar** como microempresa tendrá tres áreas de trabajo: área administrativa, área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente
- Administrador- chef.
- Ayudante de cocina.
- Cajero
- Mesero/a

### 2.4 Necesidades que satisfacer

**Ilustración 1. Pirámide de Maslow.**



**Nota:** Esta gráfica Pedro, H. d. (23 de Julio de 2021). En la revista *20 Minutos*, explica las necesidades humanas según la pirámide de Maslow.

#### 2.4.1 Necesidad Fisiológica.

**Chulla Vida Resto Bar** en primera instancia se encarga de satisfacer las necesidades básicas de alimentación y bebida que poseen todos los seres humanos.

#### 2.4.2 Necesidad de Seguridad.

Para solventar esta necesidad es importante los cuidados en los físicos y la integridad del cliente mediante seguridad privada, cámaras y derecho de admisión, en un entorno seguro y tranquilo.

En lo que respecta a seguridad sanitaria y salud se cumplirán protocolos de seguridad buenas prácticas de manufactura. Por último, la seguridad económica de las y los trabajadores de **Chulla Vida Resto Bar** tendrá respaldo de la empresa mediante un contrato que garantice sus derechos y obligaciones garantizando su estabilidad y amparándolos en el código de trabajo vigente en el país.

#### 2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.

**Chulla Vida Resto Bar** es más que solo un servicio de alimentación o de diversión, como empresa cuenta con todos los elementos que permiten a sus colaboradores sentirse parte de un equipo humano y laboral de calidad y calidez con el cual se identifiquen y sean valoradas sus aptitudes y actitudes, pudiendo expresar sus emociones, ideas y sugerencias a sus superiores para ser tomadas en cuenta en las decisiones laborales.

Es importante la relación del personal con los clientes y entre colaboradores por lo cual **Chulla Vida Resto Bar** brindará un ambiente laboral agradable que se vea reflejado en el trato y servicio que se ofrece al cliente y manteniendo una relación de confianza, respeto y amistad al igual que con sus proveedores con quienes mantiene una buena comunicación. Sus clientes encuentran un espacio de esparcimiento en el que pueden compartir un momento de calidad e incluso **Chulla Vida Resto Bar** ofrece paquetes de celebración de aniversario, cumpleaños, navidad, etc. para incentivar a los clientes a reunirse en el establecimiento con sus seres queridos.

#### **2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.**

La finalidad de ***Chulla Vida Resto Bar*** como empresa es lograr reconocimiento en el medio gastronómico, con el respeto, fama y valor que le otorgan sus clientes y competencia a su trabajo. Mediante la investigación y al estar siempre a la vanguardia mantendrá el reconocimiento en la comunidad culinaria.

Para sus consumidores ***Chulla Vida Resto Bar*** se encarga de validar la identidad y el estatus del comensal quien escoge el establecimiento por que comparte su estatus social, valores o es parte del mismo medio. Cumplimos con la necesidad complacencia del usuario placer y entretenimiento en un solo lugar.

#### **2.4.5 Necesidad de Autorrealización.**

***Chulla Vida Resto Bar*** como parte de su crecimiento empresarial buscará ser líder en su área, arriesgándose a ofrecer nuevas y diferentes experiencias al cliente, enfocándose en los detalles, la calidad y el servicio con valores. Fomentará el desarrollo personal y laboral de sus colaboradores para que se sienta realizados en las labores que desempeñan.

### **2.5 Localización de la empresa**

***Chulla Vida Resto Bar*** estará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el norte de la ciudad, sector la Rumiñahui.

### Ilustración 2. Ubicación.



Nota: Esta ilustración muestra el sector donde se ubicará el bar restaurante Google Maps (2022).

## 2.6 Filosofía empresarial

### 2.6.1 Misión empresarial

Somos un bar restaurante que brinda a sus clientes una experiencia gastronómica y coctelera caracterizada por la calidad de sus productos y excelencia en el servicio, está dirigido a familias, amigos o parejas que gusten disfrutar de un ambiente acogedor con decoración tradicional quiteña, los juegos tradicionales, de mesa e interactivos.

### 2.6.2 Visión empresarial.

En cinco años seremos un bar restaurante reconocido en el cantón, por la experiencia que ofrece a sus clientes, siendo referentes en innovación gastronómica y ambientes temáticos de entretenimiento en miras a la apertura de futuras sucursales en diferentes puntos de la capital.

### 2.6.3 Objetivos Empresariales.

- ✓ Buscar la satisfacción del cliente desde la innovación y desarrollo con un ambiente y gastronomía de excelencia para el relax y disfrute.
- ✓ Contar con personal calificado y proveedores responsables.
- ✓ Ser un negocio de características y estrategias flexibles que pueda modificar su estructura en casos de contingencia como la pandemia.

### 2.6.4 Meta de la empresa.

Tener un bar restaurante con una temática de Quito colonial y juegos tradicionales de mesa e interactivos típicos de la cultura de la ciudadanía quiteña que llame la atención y brinde entretenimiento a familias, grupos de amigos, o parejas cuando busquen donde compartir un momento ameno. **Chulla Vida Resto Bar** busca tener un estado de liquidez en el plazo de dos años a partir de la apertura, siendo un negocio rentable que pueda cubrir sus gastos y obligaciones contraídas con proveedores y colaboradores

### 2.6.5 Estrategias.

- Realizar un estudio de mercado para conocer el segmento de clientes que se atenderá con el fin de impulsar campañas publicitarias con impacto, reforzando nuestra cartera de clientes en base a la atención personalizada y fidelización.
- Realizar campañas publicitarias en redes sociales de manera periódica con el fin de tener presencia en estos medios.
- Mantener la imagen del bar restaurante mediante el estricto derecho de admisión para lograr un ambiente seguro y agradable.
- Crear espacios con juegos tradicionales y modernos entretenidos que puedan ser utilizados a partir de los 7 años en adelante y que creen en el cliente la necesidad de permanecer y consumir en el establecimiento.
- Tener una buena relación con los proveedores acordando precios y variedad de productos de acuerdo al volumen de compra semanal para economizar y cumplir con un menú variado, de calidad e innovador.

### **2.6.6 Políticas empresariales.**

#### ***Los trabajadores.***

- \* Contar con las dosis completas de vacunación del COVID-19.
- \* Usar de manera permanente la mascarilla, lavarse las manos y realizar todo el proceso de desinfección al ingresar al Resto-Bar.
- \* Cumplir con los horarios y rotación de turnos acordados con puntualidad y responsabilidad.
- \* Hacer un buen uso de su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- \* No se puede comer, beber o fumar delante de los clientes ni en la empresa.
- \* Cumplir a cabalidad las tareas asignadas de acuerdo al puesto.
- \* Cumplir con los protocolos y buenas prácticas de manufactura en la cadena de almacenaje, preparación y servicio de bebidas y alimentos.
- \* No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- \* Atender al cliente de la mejor manera posible intentando cumplir con todas sus necesidades de forma eficiente y cordial.
- \* Es obligación de todos los empleados informar cualquier tipo de anomalía o problema de manera inmediata a sus superiores.

#### ***La empresa.***

- Brindar todas las herramientas e insumos de desinfección e higiene.
- \* Dar seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- \* Cumplir con sus obligaciones tributarias, jurídicas, sociales y económicas con los empleados, proveedores y estado.
- \* Mantener al personal calificado y motivado
- \* Brindar un trato justo tanto a sus empleados como a sus clientes.
- \* Conocer mediante sistemas informáticos la situación de pedidos, envíos, funciones y todos los planes operativos que se lleven a cabo.
- \* Innovar e implementar tecnologías y sistemas que faciliten procesos, producción, control de calidad y facturación de la empresa.

## 2.6.7 ANÁLISIS FODA EMPRESARIAL

### ***Fortalezas.***

- \* Calidad de los productos y en la atención al cliente.
- \* Temática atractiva e innovadora.
- \* Empleados y altos mandos capacitados y motivados con sus labores
- \* Diversificación de producto (menú variado) y servicios (música en vivo, juegos de mesa, decoración llamativa)
- \* Ser una microempresa enfocada en suplir una necesidad básica como la alimentación.

### ***Oportunidades.***

- \* Poca competencia en cuanto a locales con temática marcada a los alrededores de la empresa.
- \* La gran cantidad de personas que acuden al sector, sobre todo los fines de semana.
- \* Existen empresas, colegios y familiar que viven cerca al sector.
- \* Capacidad a mediano y largo plazo de crear otras sucursales.

### ***Debilidades.***

- \* Poco conocimiento sobre este mercado y sus innovaciones.
- \* Alto costo de alquiler en bienes inmuebles del sector.

### ***Amenazas.***

- \* Por disposiciones del gobierno central existen permanentes cambios en los aforos y horarios por pandemia
- \* La creciente competencia en el sector que se ha vuelto un punto de la ciudad muy comercial en los últimos cinco años.
- \* Inestabilidad y crisis económica a nivel país como efecto post pandemia.
- \* Bajo nivel adquisitivo actual por parte de los comensales.
- \* Sector con una gran variedad de restaurantes y oferta gastronómica.

## 2.7 Desarrollo organizacional

### 2.7.1 Tipo de Estructura.

#### **Diferenciación.**

En *Chulla Vida Resto Bar* la comunicación será de tipo horizontal, los empleados tendrán la facilidad de comunicarse directamente con sus altos mandos sean estos la gerencia o el administrador del bar restaurante quienes serán los encargados de delegar funciones y a la vez controlar y supervisar los procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

Con este tipo de organización la microempresa busca incentivar a la colaboración y autonomía de los empleados en la resolución de problemas menores de la cotidianidad, los colaboradores podrán agilizar sus procesos, plantear nuevas ideas y desarrollar sus capacidades que suman al desarrollo general de la empresa.

La organización será de tipo horizontal y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

#### ***Nivel Gerencial.***

- Propietario/a
- Chef-Administrador/a

#### ***Nivel Operativo.***

- Ayudante de Cocina
- Cajero/a
- Mesero/a

### 2.7.2 Formalización.

La empresa se registrará de manera legal en base a la creación de un manual de procesos, de la implementación de políticas, y estrategias acordes a la jurisdicción vigente respecto de la empresa hacia el empleado y con el estado. Se cumplirán con los requerimientos cantonales, gubernamentales y turísticos para su funcionamiento legal, exigidos por los entes de control en los que se incluye:

- RUC
- LUAE
- Permiso del ARCSA
- Permiso de funcionamiento de la Gobernación
- Permiso de funcionamiento Min. De Turismo
- Bomberos

### 2.7.3 Centralización – Descentralización.

Chulla Vida Resto Bar dentro de sus capacidades y planes operativos desarrollará como actividades principales la producción y distribución de alimentos y bebidas, elaboradas en base a los manuales de procesos instaurados por sus directivos y las buenas prácticas de manufactura. Esto se llevará a cabo en un ambiente temático de entretenimiento y recreación para la satisfacción de los clientes.

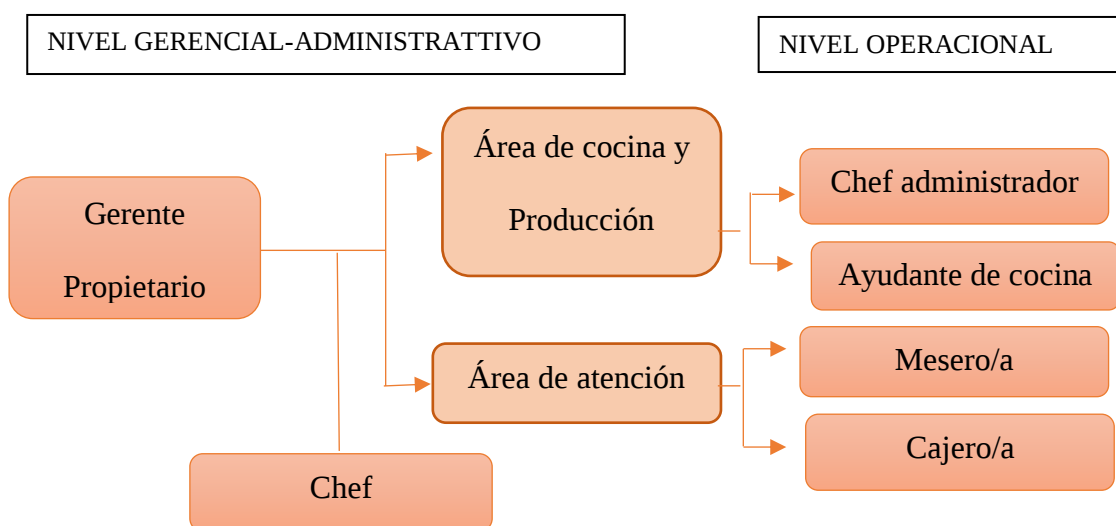
El o la propietaria, y el administrador se encargarán de descentralizar funciones delegando a sus colaboradores el cumplimiento de actividades específicas e inherentes al cargo. Con esta descentralización los empleados podrán ser parte activa de las decisiones y soluciones empresariales que lleven a **Chulla Vida Resto Bar** a un reconocimiento en el medio gastronómico.

#### 2.7.4. Integración.

*Chulla Vida Resto Bar* integra para su funcionamiento organizacional varios sistemas informáticos que mantengan un sistema de gestión para los procesos de compras, ventas, producción y distribución, Esto permitirá llevar un control completo de entradas y salidas de productos en cada una de las áreas, para el reabastecimiento apropiado que cada encargado debe mantener.

### 2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama Empresarial



**Nota:** Esta ilustración es una representación gráfica de los niveles organizativos de la microempresa. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

## Funciones del personal

### PUESTO DE ADMINISTRADOR CHEF

**Empresa** Chulla Vida Resto Bar

**Unidad Administrativa** Área Ejecutiva

#### Misión del Puesto

Supervisar las funciones de los empleados para lograr el cumplimiento general de las actividades en todas las áreas. Encargarse del abastecimiento, y control de productos e insumos, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa al igual que solventar las dudas y quejas de los clientes y colaboradores.

**Denominación del puesto** Administrador Chef

**Rol del puesto** Controlar, administrar y supervisar los procesos de producción, venta y distribución de alimentos y bebidas.

**Remuneración** \$550

### Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, chef administrador

| Instrucción formal                                                                                                                                                  | Experiencia                                                       | Capacitación                                                                                                                                                                                                              | Competencias del puesto                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Tecnólogo en Gastronomía o superior.</li> <li>Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia Inglés.</li> </ul> | Al menos 2 años de experiencia en el cargo de Administrador-Chef. | <ul style="list-style-type: none"> <li>BPM</li> <li>Certificación del ARCSA.</li> <li>Protocolo de servicio.</li> <li>Administración de restaurantes</li> <li>Dominio de procesos contables, manejo de kardex.</li> </ul> | Puntualidad, respeto, análisis de problemas, análisis numérico. atención al cliente, creatividad, comunicación, tolerancia al estrés, liderazgo, iniciativa, responsabilidad, planificación y organización. |

**Nota:** Esta tabla hace referencia a las cualidades ha ser tomadas en cuenta para el cargo de chef administrador. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

### PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA CHEF

**Empresa** Chulla Vida Resto Bar  
**Unidad Administrativa** Área de producción y almacenamiento

#### Misión del Puesto

Mantener el orden y aseo dentro de la cocina la cocina. Realizar mise en place. Ayudar al chef en las actividades delegadas.

**Denominación del puesto** Ayudante de cocina  
**Rol del puesto** Apoyo en el proceso de producción, almacenamiento y limpieza en el área de frío y cocina  
**Remuneración** \$425

#### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.**

| Instrucción formal                                  | Experiencia                                       | Capacitación                                                                                                                         | Competencias del puesto                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estudiante de Tecnología en Gastronomía o superior. | Mínimo 6 meses en el cargo de ayudante de cocina. | Procesamiento de alimentos y bebidas.<br>Conocimiento en cocina en cuanto a elaboración de comida rápida y coctelería.<br>Normas BPM | Adaptabilidad, creatividad, respeto, comunicación, compromiso, puntualidad, capacidad de escucha, trabajo en equipo, responsabilidad. |

**Nota:** Hace referencia a los aspectos ha ser tomados en cuenta para el cargo de ayudante de cocina. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

### PUESTO DE AYUDANTE DE MESERO

**Empresa** Chulla Vida Resto Bar

**Unidad Administrativa** Área de Servicio

#### Misión del Puesto

Prestar una atención eficiente y ágil al cliente durante su estancia en el establecimiento, hacer una toma correcta de órdenes, servir el plato en los tiempos determinados, conocer el menú y las especialidades para brindar una atención personalizada.

**Denominación del puesto** Mesero/a

**Rol del puesto** Mantener una comunicación asertiva con el área de cocina, atención al cliente brindando un servicio de calidad y calidez al cliente durante su estancia

**Remuneración** \$425

#### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero.**

| Instrucción formal                                                                    | Experiencia                      | Capacitación                                                                                                                                                                   | Competencias del puesto                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mínimo bachiller de preferencia estudiante de gastronomía en curso o carreras afines. | Al menos 6 meses de experiencia. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protocolos de servicio.</li> <li>• Experiencia en atención al cliente.</li> <li>• Toma de comandas.</li> <li>• Facturación</li> </ul> | Análisis de problemas, comunicación, compromiso, respeto, puntualidad, capacidad de escucha. solidaridad, iniciativa, integridad, sociabilidad, responsabilidad. |

**Nota:** Hace referencia a los méritos ha ser tomados en cuenta para el cargo de mesero. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

### PUESTO DE AYUDANTE DE MESERO

**Empresa** Chulla Vida Resto Bar

**Unidad Administrativa** Área de Servicio

#### Misión del Puesto

Encargado de facturación, cobro y cierre de caja, mantener la agenda al día con reservaciones, y asignación de mesas, encargada de la utilización de los juegos de mesa, manejo de redes sociales y atención al cliente

**Denominación del puesto** Cajero – recepcionista

**Rol del puesto** Hacer uso del sistema de cobro en efectivo y tarjeta, realización de reservas y control de juegos.

**Remuneración** \$425

#### Méritos aspectos a considerar

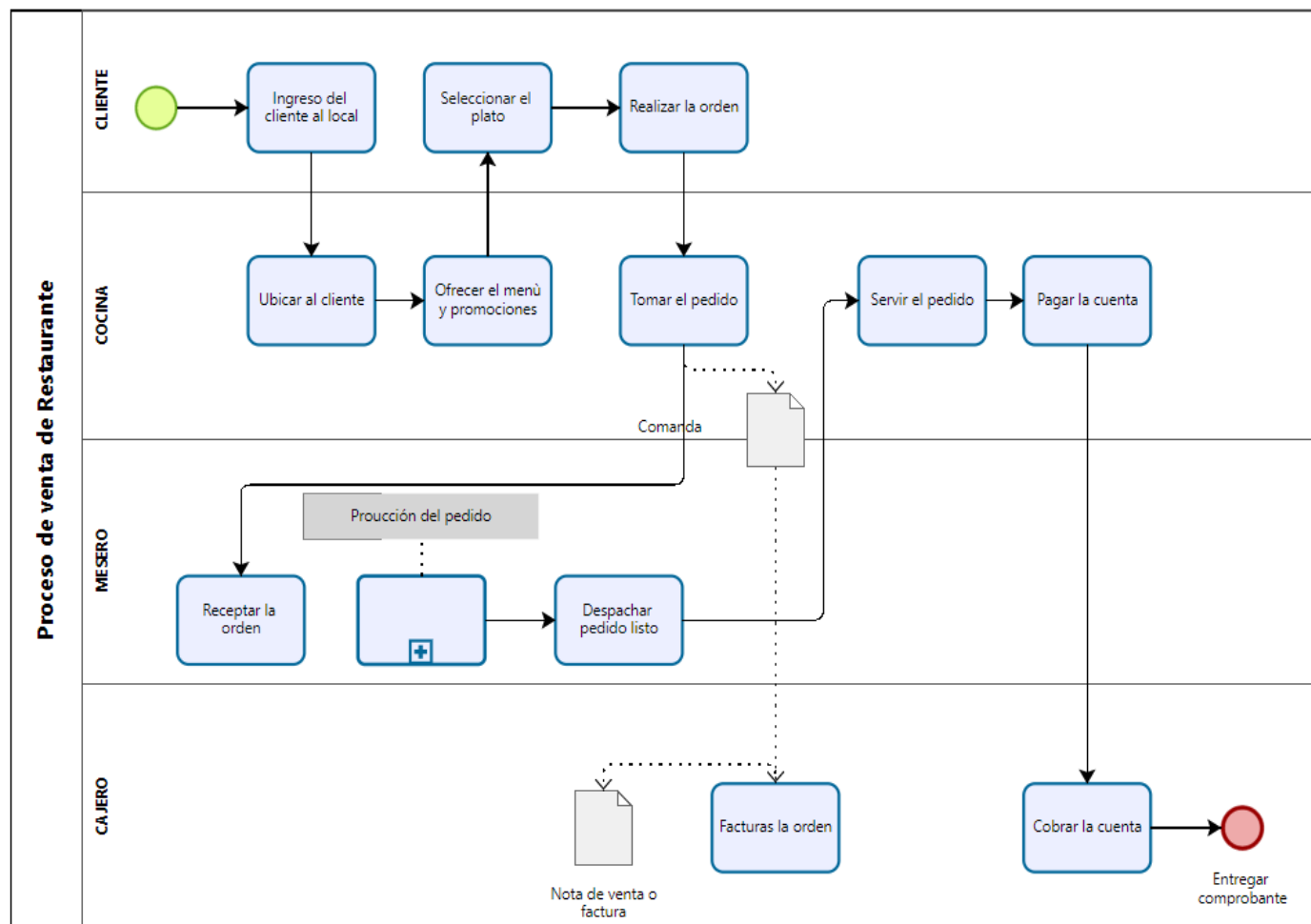
**Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista.**

| Instrucción formal                                                                                                                                                                         | Experiencia                    | Capacitación                                                                                                                                                                                        | Competencias del puesto                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Tecnólogo superior en administración o contabilidad.</li> <li>Al menos un idioma fluido a parte del idioma nativo, de preferencia inglés</li> </ul> | Al menos 1 año de experiencia. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Atención al cliente.</li> <li>Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación.</li> <li>Cobranza y manejo de dinero.</li> <li>Facturación</li> </ul> | Análisis de problemas, análisis numérico, atención al cliente, respeto, comunicación, puntualidad, compromiso, trabajo bajo presión, capacidad de escucha, integridad, sociabilidad, honestidad, trabajo en equipo, responsabilidad. |

**Nota:** Hace referencia a los méritos ha ser tomados en cuenta para el cargo de cajero, recepcionista. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

## 2.9 Proceso de ventas *Chulla Vida Resto Bar*.

Ilustración 4. Mapa Proceso de Ventas



**Nota:** Esta ilustración muestra el proceso de ventas de Chulla Vida Resto Bar. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

### 3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

#### 3.1 Objetivo de mercadotecnia

Imponer la marca comercial de ***Chulla Vida Resto Bar*** en el imaginario del consumidor mediante campañas del marketing digital con el uso de redes sociales y plataformas digitales, además de pautas en radio, volanteo, y boca a boca. Promoviendo los productos y servicios que oferta, para aumentar las ventas y fidelizar al cliente.

#### 3.2 Investigación de mercado

***Chulla Vida Resto Bar*** aplicará para su investigación material primario o fuentes documentales, investigación de campo mediante la observación e informes que permitan investigar el mercado en el que va a penetrar la marca. En lo gastronómico se contará con la participación directa de a un chef que conoce el tema a plenitud, también investigó exhaustivamente en recetas y menús ya elaborados.

La observación permitió un acercamiento al sector en el que se establecerá para conocer el entorno. Mediante una encuesta estructurada en línea se conocieron necesidades, preferencias y opiniones del público al que está dirigida esta microempresa. Se realizaron pruebas de cocina con el chef de ***Chulla Vida Resto Bar*** para establecer el menú, los costos, e identificar productos y proveedores.

### 3.2.1 Modalidad de ejecución.

La recolección de datos e investigación se llevó a cabo de manera híbrida si bien un primer acercamiento al sector y se visitó a la competencia, la encuesta se llevó a cabo de manera virtual en ella se presentaron 10 preguntas cerradas mediante un formulario virtual a los moradores del sector por temas de prevención sanitaria.

### 3.2.2 Plan de Muestreo

Para esta investigación se ha delimitado una muestra específica, tomando en cuenta que la población del cantón Quito en proyección para el año 2020 son 2.781.641 millones de habitantes se ha buscado segmentar por parroquia, así tomamos a Quito Urbano que comprende varios barrios del cantón entre ellos “La Rumiñahui” en este caso son 1.607.734 de habitantes entre edades jóvenes y adultas llegando a una muestra final de 384 encuestados en base a la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

#### Fórmula

$$n = \frac{1'607'734 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (1'607'734 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1'544'067,73}{4020,2929}$$

$$n = 384$$

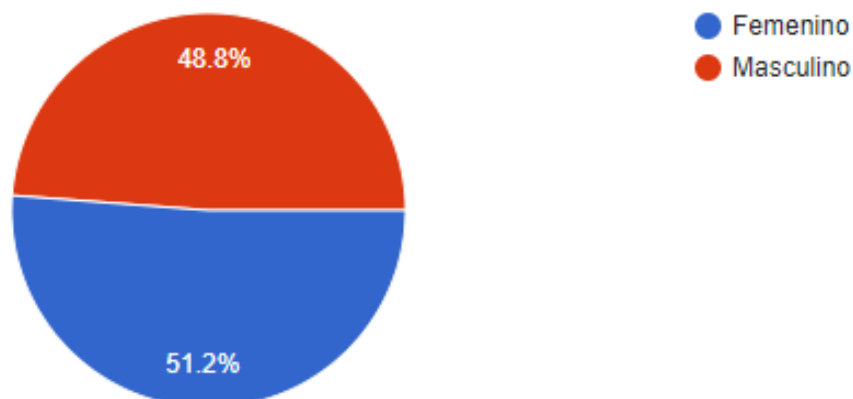
### Pregunta 1.

**Tabla 5. Pregunta 1**

| ¿A qué género pertenece? |      |
|--------------------------|------|
| RESPUESTA                | %    |
| Femenino                 | 51.2 |
| Masculino                | 48.8 |

**Nota:** Esta tabla muestra las respuestas de la pregunta 1 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 5. Pregunta 1, gráfico circular.**



**Nota:** Gráfico de autoría propia para diagramación de resultados arrojados por la encuesta.

**Análisis:** En un primer acercamiento al posible futuro público que asistirá al establecimiento, arroja como resultado que se identifican dentro del género femenino el 51,2% es decir que la mayoría de personas interesadas en conocer más sobre el estudio y tener un acercamiento han sido las mujeres

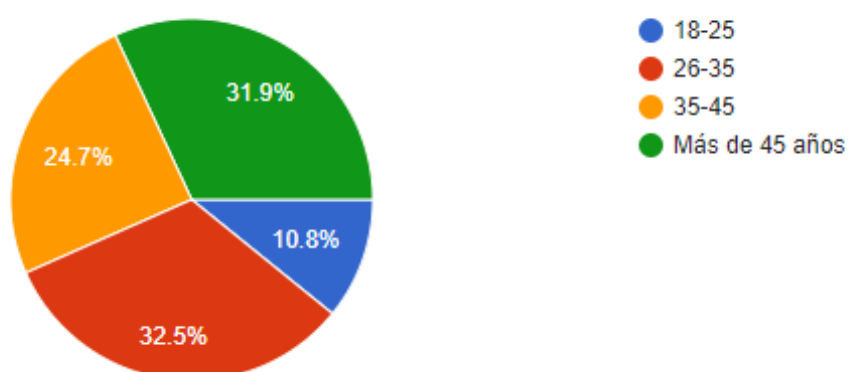
## Pregunta 2.

Tabla 6. Pregunta 2.

| Elija el rango de edad al que pertenece. |             |
|------------------------------------------|-------------|
| RESPUESTA                                | %           |
| 18-25                                    | 10.8        |
| 26-35                                    | 32.5        |
| 35-45                                    | 24.7        |
| Más de 45 años                           | 31.9        |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>100%</b> |

**Nota:** Esta tabla muestra las respuestas de la pregunta 2 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

Ilustración 6. Pregunta 2, gráfico circular



**Nota:** Hace referencia a las respuestas obtenidas en la pregunta 2. Gráfico elaborado por la autora año 2022.

**Análisis:** En base a las encuestas planteadas se puede comprender que el bar restaurante está direccionado a un rango de edad de entre 26y 35 años. Este rango de edad comprende a un grupo activo económicamente que tiene un poder adquisitivo moderado. Es decir que se puede posicionar en un target medio y alto. En esta edad de la adultez se conoce también que existe un mayor consumo de bebidas alcohólicas y comida rápida.

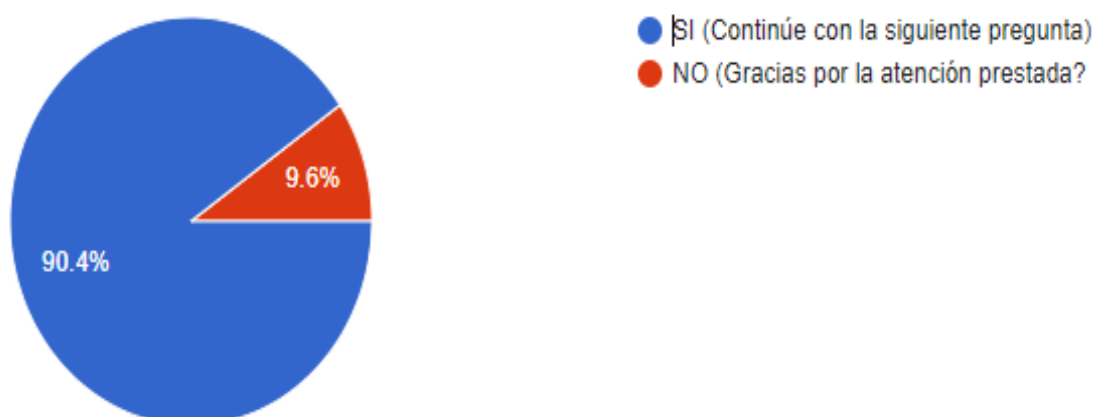
### Pregunta 3.

**Tabla 7. Pregunta 3.**

| ¿Consume usted comida rápida o bebidas alcohólicas? |             |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| RESPUESTA                                           | %           |
| Si (continúe con la entrevista)                     | 90.4        |
| No (gracias por la atención prestada)               | 9.6         |
| <b>TOTAL</b>                                        | <b>100%</b> |

**Nota:** Esta tabla muestra las respuesta a las opciones planteadas en la pregunta 3 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 7. Pregunta 3, gráfico circular**



**Nota:** Hace referencia a las repuestas obtenidas en la pregunta 3 de la encuesta . Gráfico elaborado por la autora año 2022.

**Análisis:** Las encuestas realizadas arrojaron como resultado un alto índice que la población del sector de la Rumiñahui si consume comida rápida y licores, considero que al ser este un barrio comercial, se considera en la actualidad y post pandemia como un lugar con variedad de sitios para comida y bares. Estos se convierten en clientes potenciales para el giro de negocio y menú que se presentará e incluso se pueden añadir plato para quienes tengan gustos diferentes a la mayoría.

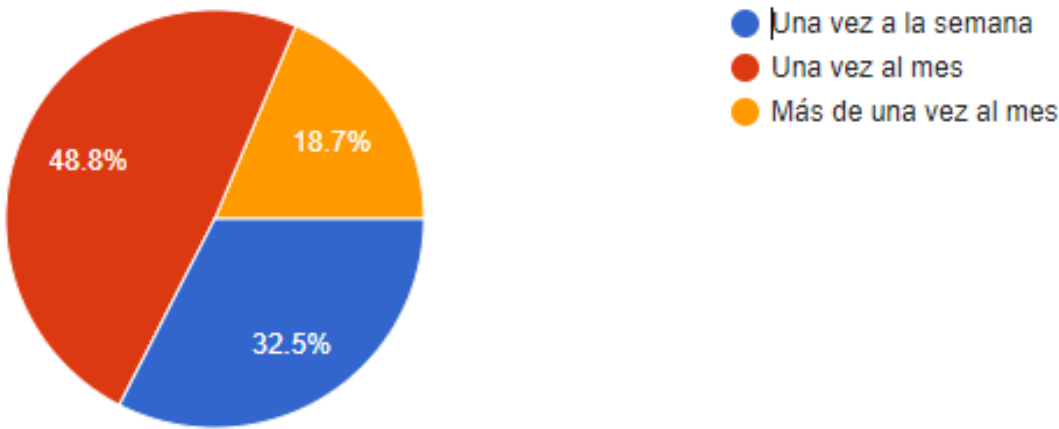
Pregunta 4.

Tabla 8. Pregunta 4.

| ¿Cada cuánto tiempo usted acude a un bar restaurante? |      |
|-------------------------------------------------------|------|
| RESPUESTA                                             | %    |
| Una vez a la semana                                   | 35.5 |
| Una vez al mes                                        | 18.7 |
| Más de una vez al mes                                 | 48.8 |
| TOTAL                                                 | 100% |

**Nota:**La tabla N° 8 muestra las respuesta de la pregunta 4 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

Ilustración 8. Pregunta 4, gráfico circular



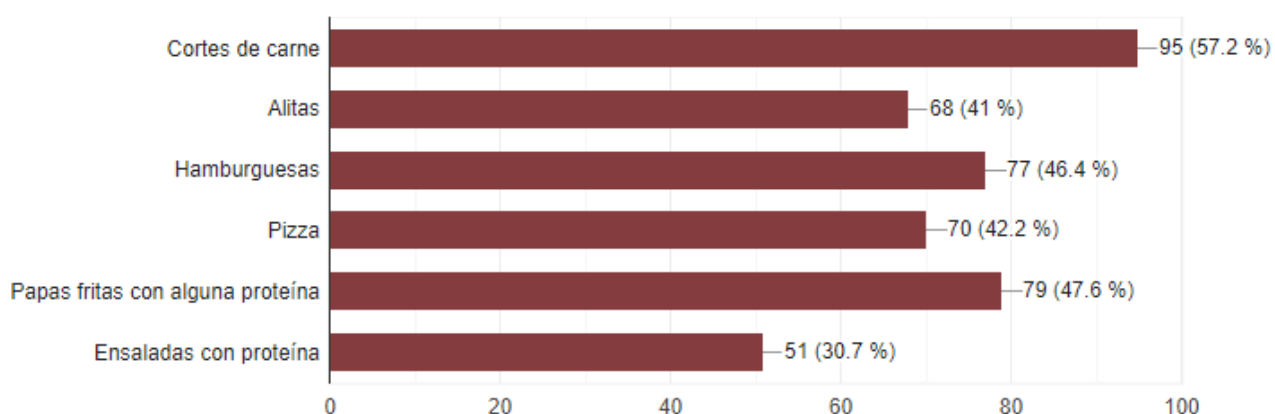
**Nota:**Esta ilustración grafica los resultados obtenidos en las respuestas de la pregunta 4 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** En las encuestas realizadas se puede apreciar que entre las personas que acuden una vez a la semana y quienes lo hacen una vez al mes están el 61. % de los encuestados por lo cual se puede considerar que la clientela es recurrente en estos tipos de negocios, dando una buena línea base sobre la gran cartera de clientes que se puede potencializar.

**Pregunta 5.****Tabla 9. Pregunta 5.**

| ¿Elija 3 platos de su preferencia? |            |
|------------------------------------|------------|
| RESPUESTA                          | %          |
| Cortes de carne                    | 95         |
| Alitas                             | 68         |
| Hamburguesas                       | 77         |
| Pizza                              | 70         |
| Papas fritas con proteína          | 79         |
| Ensaladas con proteína             | 51         |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>166</b> |

**Nota:** Esta tabla muestra de forma esquemática la respuesta de la pregunta 5 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 9. Pregunta 5, gráfico de barras**

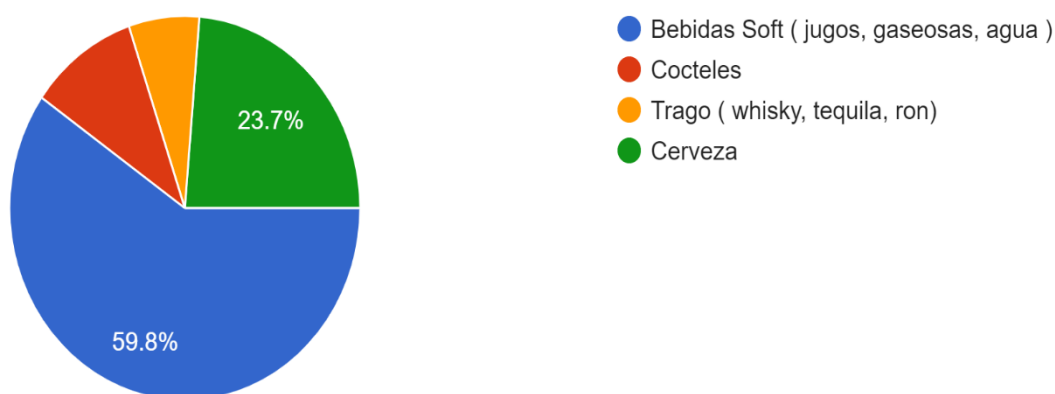
**Nota:** Estas barras se refieren a los porcentajes obtenidos en la respuesta de la pregunta 5 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** De acuerdo a las respuestas emitidas por los clientes potenciales del sector de “La Rumiñahui” los tres platos predilectos que se deberían considerar en el menú están en primer lugar los cortes de carne, en segundo lugar, las papas fritas con cualquier proteína, y en tercer lugar las hamburguesas.

**Pregunta 6.****Tabla 10. Pregunta 6.**

| ¿Escoja cuál de estas bebidas prefiere consumir? |            |
|--------------------------------------------------|------------|
| RESPUESTA                                        | N°         |
| Bebidas Soft                                     | 59.8       |
| Cocteles                                         | 10.1       |
| Trago                                            | 6.5        |
| Cerveza                                          | 23.7       |
| <b>TOTAL</b>                                     | <b>166</b> |

**Nota:** Esta tabla muestra las respuestas de la pregunta 6 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 10. Pregunta 6, gráfico circular**

**Nota:** La ilustración grafica las respuestas obtenidas en la pregunta 6 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** En base a las respuestas obtenidas mediante la encuesta pese a ser considerado un bar restaurante la gente mostró su preferencia por un alto índice de diferencia hacia las bebidas *soft* como jugos, gaseosas, o agua, en un segundo lugar está la cerveza y por último los licores fuertes o cocteles.

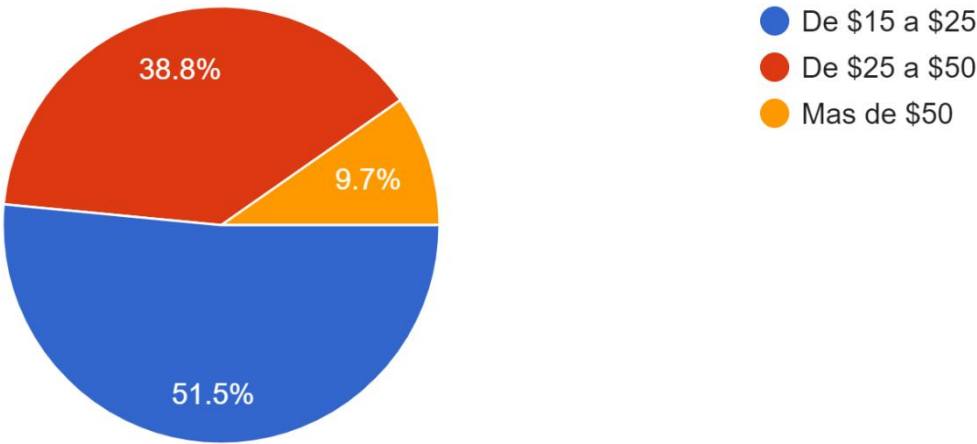
Pregunta 7.

Tabla 11. Pregunta 7.

| ¿Cuánto gasta aproximadamente cuando sale a un bar o restaurante con amigos o familia? |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| RESPUESTA                                                                              | %    |
| De \$15 a \$25                                                                         | 51.5 |
| De \$25 a 50                                                                           | 38.8 |
| Más de \$50                                                                            | 9.7  |
| TOTAL                                                                                  | 100% |

**Nota:**Esta tabla muestra las respuesta de la pregunta 7 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

Ilustración 11. Pregunta 7, gráfico circular



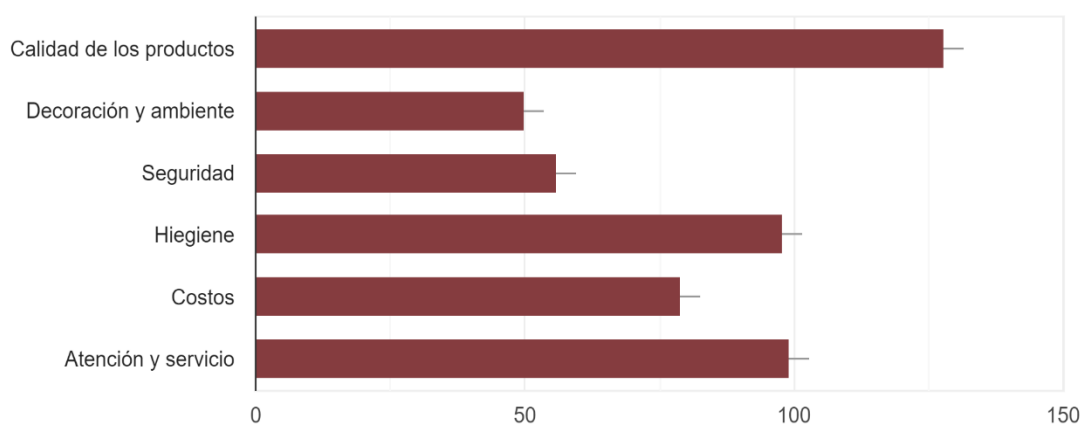
**Nota:**La ilustración circular hace referencia las respuestas obtenidas en la prgunta 7 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** La mayoría de personas que respondieron a la encuesta se encasillan en un gasto personal de \$15 a \$25 dólares por lo que se puede evidenciar que dl bar restaurante estará dirigido a un público medio, en el que la capacidad adquisitiva este acorde a nuestros precios bajos, pero usando productos de calidad

**Pregunta 8.****Tabla 12. Pregunta 8.**

| Elija 3 aspectos que serían fundamentales para visitarnos |        |
|-----------------------------------------------------------|--------|
| RESPUESTA                                                 | %      |
| Calidad de productos                                      | 77.4%  |
| Decoración y ambiente                                     | 30.04% |
| Seguridad                                                 | 33.3%  |
| Higiene                                                   | 59.5%  |
| Costos                                                    | 48.2%  |
| Atención y Servicio                                       | 60.1   |

**Nota:** Esta tabla hace referencia a las respuesta de la pregunta 8 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 12. Pregunta 8, gráfico circular**

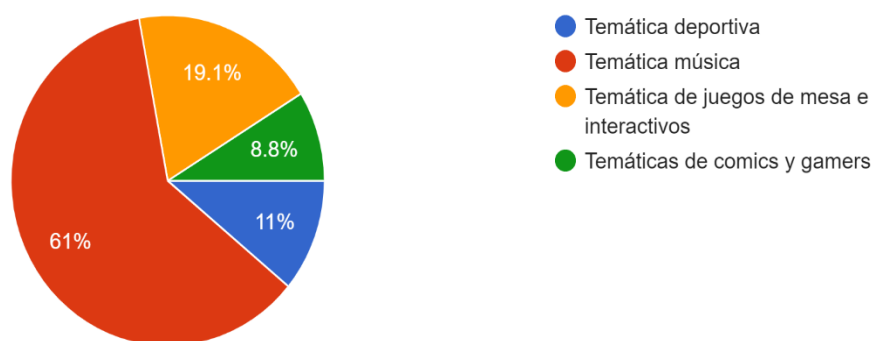
**Nota:** Hace referencia los aspectos que prefiere el usuario como respuesta a la pregunta 8 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** Los servicios a los que el público presta más su atención son en primer lugar la calidad de los productos, la higiene y la atención y el servicio exigiéndonos como empresa estar siempre atentos a estos componentes que son claves para nuestro cliente se fidelice.

**Pregunta 9.****Tabla 13. Pregunta 9.**

| ¿Respecto a la decoración y temática del bar restaurante usted preferiría una decoración de ? |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| RESPUESTA                                                                                     | %           |
| Temática deportiva                                                                            | 11          |
| Temática musical                                                                              | 61          |
| Temática de juegos                                                                            | 19.1        |
| Temática de comics                                                                            | 8.8         |
| <b>TOTAL</b>                                                                                  | <b>100%</b> |

**Nota:** Esta tabla muestra las respuestas de la pregunta 6 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 13. Pregunta 9 , gráfico circular**

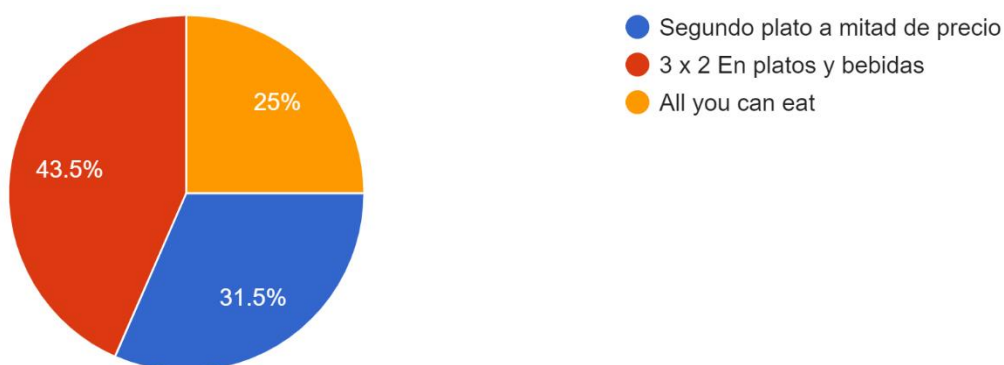
**Nota:** La ilustración 13 muestra en porcentajes el resultado obtenido en la pregunta 9 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** En base a esta pregunta se puede conocer la importancia del ambiente musical para el cliente, por lo que es indispensable que pese a que la temática se enfoque en juegos y una decoración tradicional quiteña esto se acompañe siempre de música en vivo o una buena ambientación musical.

**Pregunta 10.****Tabla 14. Pregunta 10.**

| ¿Cuál de las siguientes promociones llama más su atención ? |             |
|-------------------------------------------------------------|-------------|
| RESPUESTA                                                   | %           |
| Segundo a mitad de precio                                   | 31.6%       |
| 3X2 en platos y bebidas                                     | 43.5%       |
| <i>All you can eat</i>                                      | 25%         |
| <b>TOTAL</b>                                                | <b>100%</b> |

**Nota:** Esta tabla N°14 muestra las respuestas de la pregunta 10 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 14. Pregunta 10 , gráfico circular**

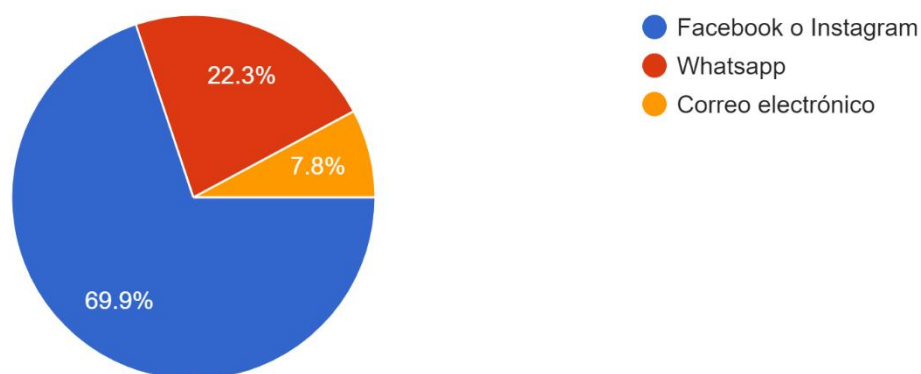
**Nota:** Esta ilustración expresa las respuestas de la pregunta 6 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022..

**Análisis:** Tomar en cuenta el tipo de ofertas que atraen más al futuro cliente es importante para poder elaborar costos en base a sus preferencias y ofrecer promociones que estén al gusto y bolsillo de los comensales consiguiendo un incremento en las ventas los días promocionales.

**Pregunta 11.****Tabla 15. Pregunta 11.**

| ¿Mediante que herramienta web le gustaría recibir publicidad o promociones del establecimiento? |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| RESPUESTA                                                                                       | %           |
| Facebook e Instagram                                                                            | 69.8%       |
| Whatsapp                                                                                        | 22.5%       |
| Correo Electrónico                                                                              | 7.7%        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                    | <b>100%</b> |

**Nota:** Esta tabla muestra las respuesta de la pregunta 11 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 15. Pregunta 11 , gráfico circular**

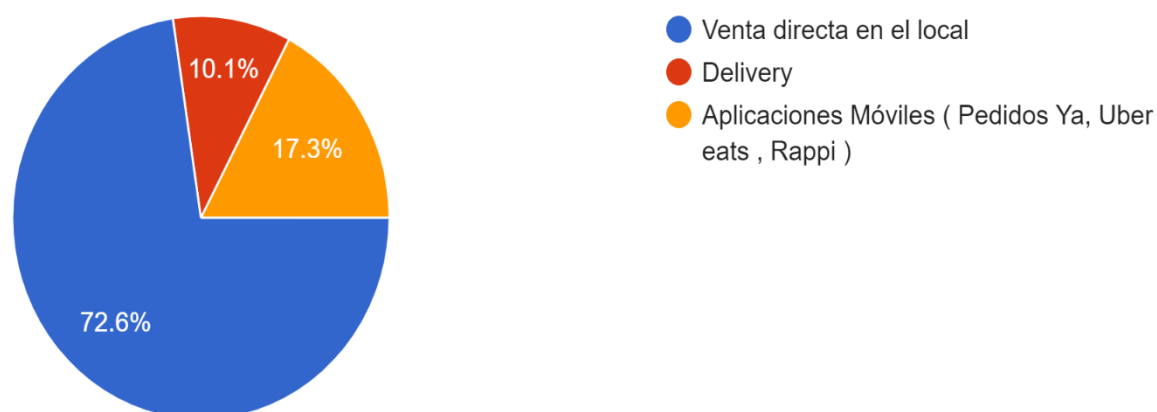
**Nota:** Hace referencia a las respuestas obtenidas de la pregunta 11 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** Es importante comprender que en base a esta pregunta será necesario crear y mantener un fan page actualizado y que cuente con elementos atractivos al cliente ya que en su mayoría la población encuestada decidió que Facebook e Instagram sean los canales de información y comunicación con el cliente.

**Pregunta 12.****Tabla 16. Pregunta 12.**

| ¿Cuál de las siguientes promociones llama más su atención? |             |
|------------------------------------------------------------|-------------|
| RESPUESTA                                                  | %           |
| Venta directa en el local                                  | 72.6%       |
| <i>Delivery</i>                                            | 10%         |
| Aplicaciones Móviles <i>Uber Eats, Rappi etc.</i>          | 17.3%       |
| <b>TOTAL</b>                                               | <b>100%</b> |

**Nota:** La tabla N° 16 muestra las respuesta de la pregunta 12 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 16. Pregunta 12 , gráfico circular**

**Nota:** Esta ilustración muestra las respuesta obtenidas en la pregunta 12 de la encuesta. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Análisis:** En la actualidad existen un sin número de aplicaciones y plataformas que se dedican al servicio a domicilio, tener en cuenta por qué medio desean adquirir los productos que Chulla Vida Resto Bar expende es importante tanto para tener una buena logística interna como para saber que canales de distribución implementar.

### 3.2.3 Análisis General.

En base a la encuesta planteada a un segmento de la población que habita en el sector de “La Rumiñahui” se puede concluir que ***Chulla Vida Resto Bar*** debe enfocarse en una clientela que oscila entre los 25 a 50 años de edad, misma que corresponde por su capacidad de adquisición a un target medio.

Se ha demostrado a la vez que la población quiteña y específicamente los moradores de este sector consumen en un alto índice las comidas rápidas, por lo que es factible crear un menú acorde a estas necesidades enfocado en los gustos y preferencias de los comensales. Es importante así mismo darles un giro a las bebidas tradicionales ya que la mayoría de encuestado afirmó que prefieren bebidas *soft*, como jugos, refrescos, y *agua* que pueden ser elaboradas de manera más llamativa.

En general la población encuestada demostró interés sobre la temática que tendrá el bar restaurante y si bien se enfocará en juegos de mesa, no se puede dejar de lado los resultados obtenidos y se debe tomar en cuenta cuán importante es para el cliente la ambientación musical.

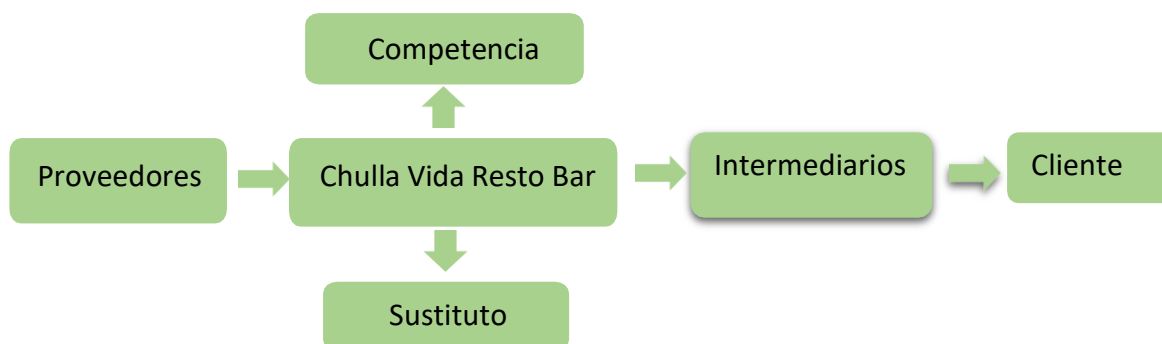
Como último punto es importante mantener capacitando al personal ya que resulta elemental para el cliente la sanidad y atención que se le presta al momento de brindar el servicio, además que se deben adquirir siempre productos de calidad que cumplan con las expectativas del cliente.

## 3.3 Entorno empresarial

### 3.3.1 Micro entorno.

Chulla Vida Resto-Bar considera dentro de su micro entorno a todo lo que le rodea y tiene un control efectivo.

**Ilustración 17. Esquema microentorno Chulla Vida Resto Bar.**



**Nota:** Hace referencia al microentorno en que se desenvuelve la empresa. Ha sido creada por la autora en el año 2022.

**Ilustración 18. Ubicación.**



**Nota:** Esta ilustración muestra el sector donde se ubicará el bar restaurante GoogleMaps (2022).

- Competencia directa.

Se realizó un recorrido por el sector de la Rumiñahui con el fin de identificar que establecimientos cercanos son competencia directa de Chulla Vida Resto-Bar, en esta actividad se encontró que existen al menos tres establecimientos en base a los siguientes parámetros, el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que expenden el resultado fue:

A lo largo de la Av. Real Audiencia entre la Av. del Maestro hasta la Capitán Alfonso Yépez está “Caminos del Sol” un bar restaurante enfocado en cerveza artesanal y comida rápida, “Arkanus” orientada en la venta de micheladas de sabores y comida rápida como salchipapas, hamburguesas y alitas, si bien su fuerte son las bebidas cuentan con un limitado menú, pero abastecen al público que los visita. Por último, esta “Stop Wings” cuenta con un menú variado, vende cocteles pero sus precios son relativamente elevados para el sector.

- Competencia indirecta.

En lo que respecta a la competencia indirecta de **Chulla Vida Resto Bar** a considerarse en el mismo perímetro antes delimitado están:

En el mismo tramo de la Av. Real Audiencia al ser un sector muy comercial se encuentran establecimientos de venta de comida china, sushi, comida mexicana y colombiana. “A Capa y Espada” un restaurante de comida rápida y *pannecooks*, que es temático en un enfoque medieval, “*Carnival*” que únicamente hamburguesas, y variedad de papas fritas.

- Sustitutos.

“A Capa y Espada” un restaurante de comida rápida y *pannecooks*, que es temático en un enfoque medieval, “*Carnival*” que únicamente hamburguesas, y variedad de papas fritas ninguno de estos establecimientos

• **Proveedores.**

Tomando en cuenta que los productos para la elaboración de alimentos y bebidas deben ser de excelente calidad para satisfacer las exigencias del consumidor Chulla Vida Resto Bar trabaja con proveedores de marcas y cadenas establecidas a nivel nacional que venden productos de primera.

**Tabla 17 Proveedores.**

| Tabla de proveedores |                                                                                                                                                   |                                                     |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Materia prima        |                                                                                                                                                   |                                                     |
| Proveedor            | Fiabilidad y beneficios                                                                                                                           | Producto                                            |
| Grupo Oro            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Varios años de experiencia en el mercado</li> <li>• Variedad de productos de calidad.</li> </ul>         | Pollos, Alitas de pollo.                            |
| Supermaxi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Establecimientos extensos.</li> </ul> | Bebidas, cortes de carne y suministros de limpieza. |
| CONDIME NSA          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega en establecimiento.</li> <li>• Pago contra entrega.</li> </ul>                                   | Aliños                                              |
| Pronaca              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de productos.</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> </ul>                                  | Embutidos y salsas.                                 |
| Mercado de la Ofelia | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos locales</li> <li>• Precios bajos</li> </ul>                                                    | Vegetales, papas.                                   |
| Licorería Eco.       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Varias sucursales</li> <li>• Pedidos en línea</li> <li>• Precios económicos al por mayor.</li> </ul>     | Vino, whisky, tequila, ron.                         |

**Nota:** Hace referencia al listado de proveedores que se usan en la empresa. Elaborado por la autora año 2022

- Intermediarios

***Chulla Vida Resto Bar*** tendrá como prioridad comercializar su comida y bebidas de forma directa, pero a la vez hará uso de plataformas digitales como *Uber Eats*, *Rappi* y *Pedidos Ya* para la comodidad de sus clientes y pro de cualquier medida que se tome en medio de la emergencia sanitaria.

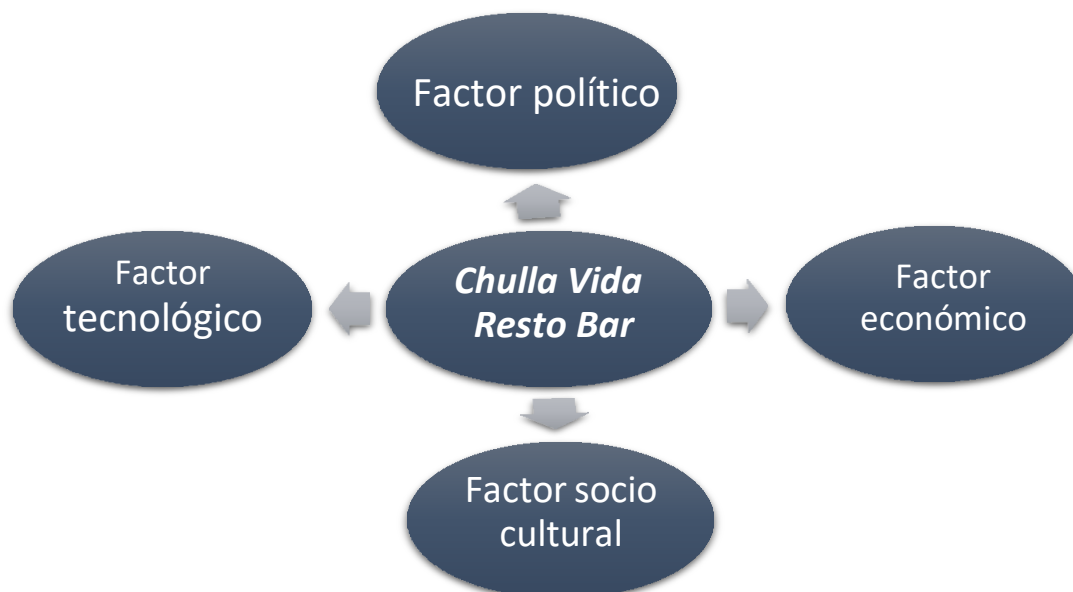
- **Clientes.**

***Chulla Vida Resto Bar*** enfoca su servicio y productos a familias, grupos de amigos, parejas del sector o cercanas a él, que deseen vivir una experiencia tanto gastronómica elaborada con productos de calidad, así como de coctelería en un ambiente llamativo e interactivo.

### 3.3.2 Macroentorno

Los macro entornos son los factores en los que no se tiene control directo y que pueden influir en la normalidad del funcionamiento de ***Chulla Vida Resto Bar***

**Ilustración 19. Esquema macroentorno Chulla Vida Resto Bar.**



**Nota:** Esta ilustración muestra el macroentorno empresarial. Elaborado por la autora año 2022

- Factor Político.

En Ecuador los gobiernos mediante sus instituciones de control se han establecido políticas para regular los establecimientos que expenden alimentos y bebidas. En Quito la AMT, el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Gobierno, los bomberos, el ARCSA y el Ministerio de Salud son los encargados de proporcionar los permisos de funcionamiento y sanidad para el adecuado funcionamiento de los establecimientos.

En la actualidad dentro de los factores políticos que rigen como país están las disposiciones del COE tanto nacional como cantonal, estos tienen la potestad política desde los inicios de la pandemia de regular los horarios, aforos y establecimientos que pueden laborar en medio la pandemia.

- Factor Económico.

La crisis económica que azota al Ecuador como consecuencia de la pandemia ha afectado la capacidad adquisitiva de la población. En el caso de los restaurantes y bares se han sufrido consecuencias graves como el despido del personal o incluso el cierre. En este sentido y pensando en el bienestar económico como empresa y hacia sus colaboradores se contratará al personal estrictamente necesario y se harán las adquisiciones necesarias para no desperdiciar productos ni hacer gastos innecesarios.

- Factor Sociocultural.

El aspecto sociocultural en **Chulla Vida Resto Bar** se ve reflejado en la decoración y ambiente que tienen un toque quiteño ya que se enfoca en juegos tradicionales y objetos que evocan las costumbres de la sociedad quiteña. El menú también cuenta con bebidas y platos emblemáticos de la cultura Quiteña, como son el canelazo y la chicha, además de mini empanadas de morocho y viento entre otros que caracterizan la sociedad de donde va a ubicarse.

- Factor Tecnológico.

La evolución tecnológica ha creado herramientas como sistemas, plataformas, y dispositivos, en **Chulla Vida Resto Bar** se hará uso de estas tecnologías como apoyo tanto como maquinaria especializada para la producción de alimentos y materias primas como en servicios y atención al cliente con facturación digital, inventarios.

Mediante plataformas se harán adquisiciones, en aplicativos móviles como *Uber Eats, Pedidos Ya, Rappi*, para la logística de entregas a domicilio y las redes sociales para publicidad, reservar y atención al cliente satisfaciendo las necesidades de los consumidores y la empresa.

### 3.3.3 Producto y servicio

Chulla ***Chulla Vida Resto Bar*** es un restaurante dedicado a la elaboración de comida rápida, cortes de carne, bebidas de moderación y cocteles. Estos se elaborarán con productos de calidad y bajo las buenas prácticas de manufactura acompañado siempre de la innovación. Como establecimiento y marca se caracterizará por una atención al cliente de primera, su estricto derecho de admisión y la facilidad que tiene el cliente de acceder al producto sea en el restaurante, *delivery o pick up*

### 3.3.4 Producto Esencial.

En la actualidad los negocios deben enfocarse crear una experiencia de calidad para sus clientes, especialmente las empresas que brindan servicios hoteleros, de alimentación y entretenimiento deben tomar en cuenta que hoy en día los clientes de restaurantes no buscan solamente asistir a un establecimiento solo a alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, con un servicio cálido y productos de primera que cumplan respecto a sus expectativas sintiéndose relajados, a gusto en un ambiente llamativo y seguro .

Chulla Vida Resto-Bar tiene como producto esencial los cortes de carne y las alitas, sus clientes podrán degustar de salsas artesanales e innovadores en sus platillos además de ser preparados por profesionales. Como bebida predilecta está la cerveza por lo que habrá variedad entre cerveza nacional y artesanal.

### 3.3.5 Producto real.

***Chulla Vida Resto Bar*** en su menú contará con productos cárnicos, comida rápida como alitas, hamburguesas, bebidas *soft*, como jugos o gaseosos, cerveza y cocteles específicamente:

- Los cortes de carne bife, *Rib-eye steak*, *T-bone steak* acompañados de ensalada fresca y papas fritas, salteadas o puré.

- Alitas con 8 salsas distintas, acompañado de papas Cecilia salteada que le dé un toque especial y tradicional.
- La cerveza sea en su versión original o michelada con producto nacional, internacional y artesanal para acompañar los platos fuertes o aperitivos.

### **3.3.6 Características.**

***Chulla Vida Resto Bar*** se caracteriza por la planificación previa a la elaboración de sus platos y bebidas, y por la motivación y capacitación a su personal. El compromiso que tiene para con sus clientes radica ser cuidadosos en todos los detalles desde la creación de un menú variado de calidad e innovador que será preparado por un Chef y bartender que con su profesionalismo cumplan las expectativas de los clientes. El ambiente también estará acorde a la sociedad quiteña su cultura, gustos y tradiciones.

El servicio se definirá por un trato personalizado creando una experiencia de primera de inicio a fin en la visita al establecimiento, enfocándonos en satisfacer sus necesidades creando en el cliente la necesidad de volver a consumir nuestros productos y regresar a compartir con amigos, familia o pareja en el resto bar.

### **3.3.7 Calidad.**

La calidad de los productos es un factor trascendente en los establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación por lo que en “Chulla Vida Resto-Bar” la elaboración de los productos se realiza tomando en cuenta las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura). A la par se toman medidas de bioseguridad e higiene que serán medidas en bases a los siguientes indicadores:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.

- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

### 3.3.8 Estilo.

***Chulla Vida Resto Bar*** tiene un estilo temático y tradicional de la quiteñidad, fusionado con la comida rápida, cortes de carne, y coctelería en un ambiente de juegos tradicionales, de mesa e interactivos. El local contará con una decoración que transporte a sus clientes a un Quito antiguo, con paisajes de lugares emblemáticos en sus paredes y con un menú que llame la atención por los nombres de los platos autóctonos.

### 3.3.9 Marca.

***Chulla Vida Resto Bar*** nace de una frase quiteña compuesta de la quechua chulla y castellano vida, en la que chulla significa uno, único y al unirse a la palabra vida en el vocablo criollo de los quiteños significa que la vida es una y hay que disfrutar. Con este nombre se da sentido a la temática que adoptará este bar restaurante, que brindará al usuario una experiencia única en su vida rodeado de las tradiciones y costumbres quiteñas, pero contrastada con una gastronomía moderna e innovadora que posea elementos autóctonos.

## 3.4 Producto aumentado.

***Chulla Vida Resto Bar*** se diferencia de su competencia por tener un concepto temático de juegos, por su gastronomía elaborada de manera artesanal y saludables, sus usuarios podrán degustar de salsas artesanales sin ningún conservante, a diferencia de la competencia que en su mayoría trabaja con salsas ya elaboradas de marcas reconocidas. Hará uso de productos orgánicos incentivando el consumo directo del productor al consumidor. El uso de sistemas de ventas POS también es importante porque hará que sea una experiencia personalizada y digital desde las reservaciones de mesa, pedir la orden y eficiencia de cobro.

### 3.5.1 Distintivos y Uniformes

#### Área de Cocina.

El chef administrador y el ayudante de cocina usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

#### Ilustración 20. Diseño uniforme

Chef administrador y ayudante de cocina

- \* Chaqueta negra con logo de la empresa
- \* Faldón blanco
- \* Pantalón negro de cocina.
- \* Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- \* Toca de chef tipo champiñón
- \* Medias negras largas



**Nota:** Representa los uniformes a ser usados por el personal de cocina.

### Personal del área de servicio.

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

#### Ilustración 21. Diseño uniforme personaldel área de servicio.

Mesero y cajero – recepcionista.

- \* Camisa blanca.
- \* Delantal de servicio color negro con logotipo de la empresa
- \* Pantalón negro de vestir
- \* Zapatos negros limpios.
- \* Medias negras largas.



**Nota:** Representa los uniformes a ser usados por el personal de servicio.

### 3.5.2 Materiales de identificación.

Imagotipo.

**Ilustración 22. Imagotipo**



**Nota:** Representa el logo de la marca a usarse en Chulla Vida Resto Bar.

#### **Elementos a destacar:**

- Los cubiertos que denotan que es un establecimiento donde se expende comida.
- El logotipo del establecimiento Chulla Vida Resto Bar tiene una tipografía muy clásica.

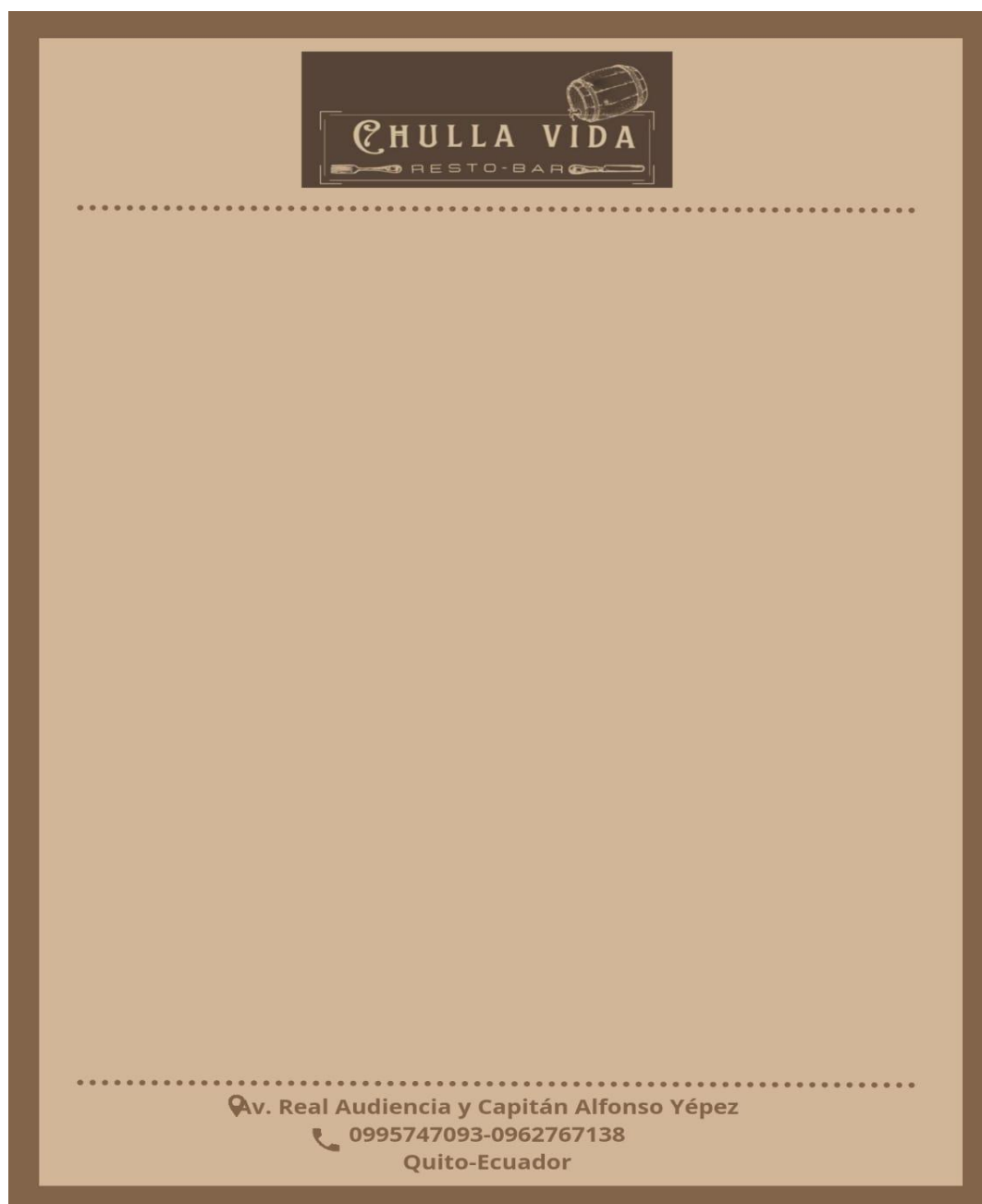
#### **Los colores usados:**

- Color beige es un color que representa calma, y elegancia
- Color café grisáceo, este color muestra seguridad y fiabilidad
- El Isotipo permite identificar la categoría del establecimiento que es y a que se dedica al contar con el barril de cerveza y los cubiertos.

**Hoja membretada.**

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usaren asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación.

**Ilustración 23. Hoja Membretada**



**Nota:** Es la ilustración de la hoja membretada de la empresa. Realizada por la autora año 2022

### 3.5.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de ***Chulla Vida Resto Bar*** será en la ciudad de Quito, en la Av. Real Audiencia y calle Capitán Alfonso Yépez, y tendrá como segunda opción están las plataformas digitales como *Uber Eats*, *Rappi* y *Pedidos Ya*.

- **Promoción.**

- ✓ El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- ✓ Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes.

- **Contacto**

- ✓ E-mail.
- ✓ WhatsApp.
- ✓ Facebook.

- **Correspondencia.**

- ✓ A través de mail corporativo.

- **Negociación.**

- ✓ Directa en el establecimiento con cita previa.
- ✓ A través de videoconferencia. (Zoom)
- ✓ Vía telefónica.

### 3.5.3.1 Financiamiento.

**Tabla 18. Financiamiento Anual**

| ITEM                        | CANTIDAD            | ANUAL        |
|-----------------------------|---------------------|--------------|
| Hojas Membretadas           | 1000 unidades       | \$45         |
| Publicidad Facebook         | 3 veces al mes      | \$108        |
| Volantes                    | 1000 unidades       | \$18         |
| Uniformes Chef              | 2 juegos completos  | \$200        |
| Uniformes Mesero/<br>Cajero | 4 juegos Completos  | \$200        |
|                             | <b>TOTAL, ANUAL</b> | <b>\$571</b> |

**Nota:** Se refiere al gasto financiero anual de la empresa, realizado mediante autorización propia.

### 3.5.4 Riesgo y oportunidades del negocio.

*Chulla Vida Resto Bar* se presenta como una oportunidad de negocio que nace en medio de una crisis sanitaria pero que cuenta con herramientas tecnológicas siendo estas las redes sociales, plataformas digitales y aplicaciones móviles para afianzarse en el mercado local como una empresa líder en el ámbito recreativo y alimenticio que facilite la accesibilidad de sus usuarios para adquirir los productos que expende.

Las medidas tomadas por las autoridades municipales y nacionales durante la pandemia vuelven riesgoso el emprender cualquier negocio en el país por la economía en declive, en un sector como es la Real Audiencia existe mucha competencia los locales de comida y bares se han instalado en este sector desde hace tres años asemejándose a la zona de la Foch, esto puede resultar un factor en contra de cualquier negocio que se piense colocar en esta zona por lo que es importante diferenciarse del resto de establecimiento.

### 3.6. Fijación de Precios

#### 3.6.1 Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados para un solo PAX (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el plato, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:

- Cortes de carne, papas fritas y ensalada.
- Alitas en diferentes salsas con papas fritas.
- Cervezas
- Alitas con papas.

Tabla 19. Alitas con papas, receta estándar de costos.

|    |                         | FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN |                         |         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|---------|
|                                                                                     |                         | RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS   |                         |         |
| NOMBRE DEL PLATO:                                                                   | Alitas con papas fritas |                             | Código: 001             |         |
| FECHA DE ACTUALIZACIÓN:                                                             | 9/02/2022               |                             | Chef: Juan Carlos Muñoz |         |
| INGREDIENTE                                                                         | MEDIDA                  | COSTO (KG)                  | CANTIDAD                | TOTAL   |
| Alas de pollo                                                                       | G                       | \$3.50                      | 455                     | \$1.75  |
| Papa chola                                                                          | G                       | \$0.75                      | 250                     | \$0.20  |
| Sal                                                                                 | G                       | \$0.60                      | 8                       | \$0.05  |
| Comino                                                                              | G                       | \$4.00                      | 5                       | \$0.02  |
| Pimienta                                                                            | G                       | \$5.50                      | 5                       | \$0.03  |
| Paprika                                                                             | G                       | \$5.60                      | 5                       | \$0.03  |
| Salsa                                                                               | L                       | \$12.00                     | 50                      | \$0.15  |
| Apio                                                                                | Atado                   | \$0.70                      | 1                       | \$0.07  |
| Zanahoria                                                                           | G                       | \$0.50                      | 30                      | \$0.03  |
| Huevo                                                                               | G                       | \$3.50                      | 1                       | \$0.10  |
| Harina                                                                              | G                       | \$0.39                      | 50                      | \$0.04  |
| FOTOGRAFÍA                                                                          |                         |                             | Total bruto             | \$2.44  |
|  |                         |                             | 10% imprevistos         | \$0.24  |
|                                                                                     |                         |                             | Total neto              | \$2.68  |
|                                                                                     |                         |                             | Gasto de fab. 15%       | \$0.402 |
|                                                                                     |                         |                             | Factor costo 33,33%     | \$0.893 |
|                                                                                     |                         |                             | M.O. 45%                | \$1.02  |
|                                                                                     |                         |                             | G. Admin 12%            | \$0.321 |
|                                                                                     |                         |                             | 45% utilidad            | \$1.206 |
|                                                                                     |                         |                             | Subtotal                | \$6.522 |
|                                                                                     |                         |                             | 12% IVA                 | \$0.782 |
|                                                                                     |                         |                             | 10% servicio            | \$0.652 |
|                                                                                     |                         |                             | Total                   | \$7.956 |

**Nota:** Hace referencia a la receta estándar con gastos y utilidades de la elaboración de alitas

Tabla 20. Cortes de carne con papas y ensalada

|    |                                      | FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN |                            |                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------|
|                                                                                     |                                      | RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS   |                            |                 |
| <b>NOMBRE DEL PLATO:</b>                                                            | Cortes de carne con papas y ensalada |                             | <b>Código:</b> 002         |                 |
| <b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>                                                      | 09/02/2022                           |                             | <b>Chef:</b> Jorge Rojas   |                 |
| INGREDIENTE                                                                         | MEDIDA                               | COSTO (KG)                  | CANTIDAD                   | TOTAL           |
| Corte de Carne                                                                      | g                                    | \$7.00                      | 454                        | \$3.50          |
| Papa Chola                                                                          | g                                    | \$0.75                      | 250                        | \$0.20          |
| Lechuga                                                                             | g                                    | \$1.49                      | 50                         | \$0.07          |
| Tomate riñón                                                                        | g                                    | \$1,00                      | 250                        | \$0.25          |
| Cebolla Perla                                                                       | g                                    | \$1.30                      | 20                         | \$0.03          |
| Choclo dulce                                                                        | g                                    | \$1.50                      | 5                          | \$0.01          |
| Sal                                                                                 | g                                    | \$0.60                      | 5                          | \$0.003         |
| Pimienta                                                                            | g                                    | \$1.60                      | 5                          | \$0.008         |
| <b>FOTOGRAFÍA</b>                                                                   |                                      |                             | <b>Total bruto</b>         | <b>\$4.058</b>  |
|  |                                      |                             | <b>10% imprevistos</b>     | <b>\$0.405</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>Total neto</b>          | <b>\$4.463</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>Gasto de fab. 15%</b>   | <b>\$0.669</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>Factor costo 33,33%</b> | <b>\$1.487</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>M.O. 45%</b>            | <b>\$2.008</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>G. Admin 12%</b>        | <b>\$0.535</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>45% utilidad</b>        | <b>\$2.008</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>Subtotal</b>            | <b>\$11.17</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>12% IVA</b>             | <b>\$1.3404</b> |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>10% servicio</b>        | <b>\$1.117</b>  |
|                                                                                     |                                      |                             | <b>Total</b>               | <b>\$13.627</b> |

**Nota:** Hace referencia a la receta estándar con gastos y utilidades de la elaboración de cortes de carne

### 3.7 Implementación del negocio

- Arriendo del local.

**Tabla 21. Arriendo del local.**

| ARRIENDO DEL LOCAL |                |            |
|--------------------|----------------|------------|
| Pago Mensual       | Pago Semestral | Pago Anual |
| \$400              | \$2400         | \$4800     |

**Nota:** Hace referencia al arriendo, mensual, semestral y anual del local. Autoría propia.

- Equipos industriales.

**Tabla 22. Equipos industriales**

| EQUIPOS INDUSTRIALES          |          |             |                  |
|-------------------------------|----------|-------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN                   | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL         |
| Freidora doble con termostato | 1        | \$199.00    | \$199.00         |
| Cocina Industrial             | 1        | \$120.00    | \$120.00         |
| Refrigerador Mabe 370 Lt      | 1        | \$569.00    | \$569.00         |
| Campana de olores Tekaj       | 1        | \$277.00    | \$277.00         |
| Parilla a gas                 | 1        | \$250.00    | \$250.00         |
| Frigorífico Electrolux 145t   | 1        | \$283.00    | \$283.00         |
| Licuada Oster 600W            | 2        | \$78.00     | \$156.00         |
| Tanque de gas                 | 3        | \$38.00     | \$76.00          |
| Balanza digital               | 2        | \$14.00     | \$28.00          |
| <b>TOTAL</b>                  |          |             | <b>\$1958.00</b> |

**Nota:** Hace referencia al requerimiento de equipos industriales. Autoría propia.

(Ver anexos 1-3)

- Equipos de computación.

**Tabla 23. Equipos de computación**

| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN |          |             |                 |
|------------------------|----------|-------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN            | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL        |
| Laptop HP Core I5      | 1        | \$399.00    | \$399.00        |
| Impresora Térmica 58mm | 1        | \$54.99     | \$54.99         |
| Tablet RCA             | 2        | \$65.00     | \$130.00        |
| Proyector              | 1        | \$260       | \$260           |
| <b>TOTAL</b>           |          |             | <b>\$610.00</b> |

**Nota:** Hace referencia a los equipos de computación y sus costos. Autoría propia.

(Ver anexo 3 – 4)

- Muebles y enseres.

**Tabla 24. Muebles y enseres**

| <b>MUEBLES Y ENSERES</b>     |                 |                    |                  |
|------------------------------|-----------------|--------------------|------------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>           | <b>CANTIDAD</b> | <b>V. UNITARIO</b> | <b>V. TOTAL</b>  |
| Juego mesa y sillas pino     | 10              | \$130.00           | \$1300           |
| Barra de Madera              | 1               | \$95.00            | \$95.00          |
| Tv de 43"                    | 2               | \$440.00           | \$880.00         |
| Mesa de acero inoxidable     | 1               | \$130.00           | \$130.00         |
| Microondas                   | 1               | \$80.00            | \$80.00          |
| Vaso 8 ½ onz                 | 40              | \$0.95             | \$38.00          |
| Tabla de picar grande        | 2               | \$25.00            | \$50.00          |
| Set de chuchillos 8 piezas   | 2               | \$16.00            | \$32.00          |
| Recipientes acero inoxidable | 5               | \$5.00             | \$25.00          |
| Ollas aluminio               | 5               | \$5.00             | \$25.00          |
| Cubiertos Juego 17 personas  | 1               | \$68.00            | \$68.00          |
| Sartenes de acero inoxidable | 5               | \$15.00            | \$90.00          |
| Vajilla platos planos        | 24              | \$0.85             | \$20.40          |
| <b>TOTAL</b>                 |                 |                    | <b>\$2833.40</b> |

**Nota:** Hace referencia a la adquisición de muebles y enseres. Autoría propia.

(Ver anexo 4 – 6)

- Equipos industriales de seguridad.

**Tabla 25. Equipos industriales de seguridad**

| <b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>                                      |                 |                    |                 |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>                                                            | <b>CANTIDAD</b> | <b>V. UNITARIO</b> | <b>V. TOTAL</b> |
| Extintor (polvo seco) 10 Lb                                                   | 1               | \$22.00            | \$22.00         |
| Bomba de mano desinfectante                                                   | 2               | \$2.00             | \$4.00          |
| Detector de gas GLP                                                           | 1               | \$15.00            | \$15.00         |
| Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo) | 6               | \$1.25             | \$7.50          |
| <b>TOTAL</b>                                                                  |                 |                    | <b>\$70.50</b>  |

**Nota:** La tabla N.º 25 se refiere al listado de equipos industriales. Autoría propia

(Ver anexo 7 – 8)

- Suministros de oficina.

**Tabla 26. Suministros de oficina.**

| <b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>         |                 |                    |                 |
|---------------------------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>                    | <b>CANTIDAD</b> | <b>V. UNITARIO</b> | <b>V. TOTAL</b> |
| Papel bond, 1 resma                   | 10              | \$3.50             | \$35.00         |
| Grapadora                             | 1               | \$6.00             | \$6.00          |
| Grapas (caja)                         | 10              | \$1.90             | \$19.00         |
| Caja 3 resaltadores                   | 12              | \$0.55             | \$6.60          |
| Esferos BIC (rojo, azul, negro) cajas | 3               | \$2.40             | \$7.20          |
| Perforadora industrial                | 1               | \$30.00            | \$30.00         |
| Facturero                             | 10              | \$10.00            | \$100.00        |
| Carpeta de cartón                     | 50              | \$0.16             | \$8.00          |
| Tijera                                | 1               | \$3.00             | \$3.00          |
| <b>TOTAL, ANUAL</b>                   |                 |                    | <b>\$214.80</b> |

**Nota:** Hace referencia a los suministros de oficina que se requieren. Autoría propia.

(Ver anexo 8-9)

- Servicios básicos.

**Tabla 27. Servicios básicos**

| <b>SERVICIOS BÁSICOS</b> |                     |
|--------------------------|---------------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>       | <b>Pago Mensual</b> |
| Agua                     | \$25.00             |
| Luz                      | \$50.00             |
| Teléfono                 | \$15.00             |
| Internet                 | \$35.00             |
| <b>TOTAL</b>             | <b>\$125.00</b>     |
| <b>TOTAL, ANUAL</b>      | <b>\$1500.00</b>    |

**Nota:** Hace referencia a los gastos de servicios básicos mensual y anual. Autoría Propia.

- Materiales de limpieza.

**Tabla 28. Materiales de limpieza**

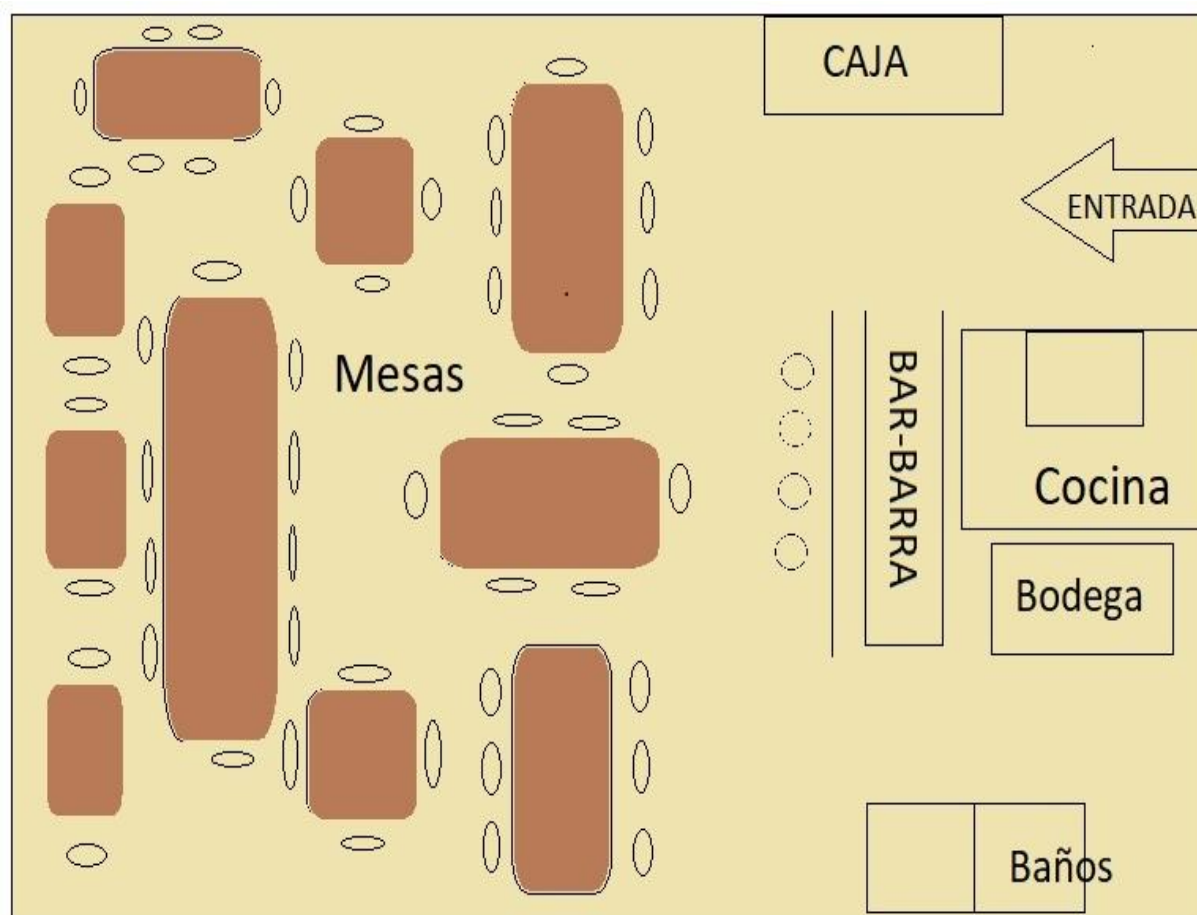
| <b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>            |                 |                    |                 |
|------------------------------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>                       | <b>CANTIDAD</b> | <b>V. UNITARIO</b> | <b>V. TOTAL</b> |
| Escoba de cerda pequeña                  | 2               | \$3.50             | \$7.00          |
| Trapeador                                | 2               | \$4.00             | \$8.00          |
| Cloro 1 Gal                              | 1               | \$4.95             | \$4.95          |
| Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal   | 1               | \$16.00            | \$16.00         |
| Fibra/lustre                             | 3               | \$0.90             | \$2.70          |
| Esponja lavaplatos                       | 8               | \$0.63             | \$5.04          |
| Fundas basura industriales (10 unidades) | 3               | \$1.75             | \$5.25          |
| Lavavajillas líquido 500ml               | 3               | \$1.80             | \$5.40          |
| Pala                                     | 1               | \$2.50             | \$2.50          |
| Jabón líquido manos 1 Gal                | 1               | \$7.50             | \$7.50          |
| Papel higiénico jumbo 200 metros         | 4               | \$3.00             | \$12.00         |
| Toalla de papel                          | 6               | \$0.95             | \$5.70          |
| Alcohol antiséptico gel 1 Gal            | 1               | \$9.50             | \$9.50          |
| <b>TOTAL</b>                             |                 |                    | \$91.54         |
| <b>TOTAL ANUAL</b>                       |                 |                    | \$1098.48       |

**Nota:** Hace referencia a los suministros de limpieza que se requieren. Autoría propia.

(Ver anexo 9-11)

### 3.8 Estudio arquitectónico

Al ser un local alquilado se toma en cuenta de manera funcional los espacios en que se colocarán las diferentes áreas siendo estas cocina, mesas, barra, caja y baños. La cocina debe contar 20 metros cuadrados aproximadamente, el espacio para mesas debe estar acorde al aforo permitido por las entidades de control y acorde a la comodidad de los usuarios. Se debe aprovechar los espacios para tener espacios cómodos, bien equipados y funcionales.

**Estructura interna del establecimiento.****Ilustración 24. Estructura del establecimiento.**

**Nota:** Representa el mapa de la estructura del establecimiento. Autoría Propia

## 4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Es importante para dar formalidad a la empresa, realizar los trámites y permisos pertinentes para su correcto funcionamiento.

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Para legalizar Chulla Vida Resto Bar el primer paso es sacar el RUC en el Servicio de Rentas (SRI) para lo que se debe tener los siguientes documentos:

- ✓ Cédula de identidad (Presentación)
- ✓ Certificado de votación (Presentación)
- ✓ Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de luz o agua)
- ✓ Escritura pública de constitución en caso de ser una empresa consolidada en la Súper Intendencia de Compañías, en este caso no al ser considerado microempresa.
- ✓ Nombramiento del representante legal
- ✓ Nombre Comercial
- ✓ Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

- **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso el Municipio de Quito y los requisitos son:

- ✓ Formulario de solicitud para registro de patente
- ✓ Copia de cédula de identidad
- ✓ Copia de certificado de votación
- ✓ Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y declaraciones en caso de renovación.
- ✓ Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual

- ✓ Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente).

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

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- ✓ Ingresar a la página web del IESS [www.iesse.gob.ec](http://www.iesse.gob.ec).
- ✓ Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- ✓ Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- ✓ Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- ✓ Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- ✓ Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

- **ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria)**

El ARCSA es el organismo encargado de otorgar los permisos de funcionamiento a establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria en este caso es aplicable por ser una microempresa enfocada en la elaboración de comida y bebida.

Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- ✓ Ingresar al portal ARCSA [permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec](http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec), y crear un usuario y contraseña.
- ✓ Tener la categorización del Ministerio de Turismo (MINTUR )
- ✓ Llenar el formulario adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento en este caso RUC y categorización.
- ✓ Cancelar el valor correspondiente entre \$52-\$360 para poder imprimir el permiso.

- **Permisos Gobernación-Intendencia**

Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- ✓ Ingresar al portal de ministerio del ministerio de gobierno en la página [hsitmint.ministeriodegobierno.gob.ec](http://hsitmint.ministeriodegobierno.gob.ec), y crear un usuario y contraseña.
- ✓ Registrar el establecimiento y generar el trámite de nuevo permiso.
- ✓ Adjuntar RUC, uso de suelo, patente, permiso de bomberos.
- ✓ Cancelar el valor correspondiente entre \$50 para poder imprimir el permiso.

## 5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### 5.1 Objetivo de área

El sector alimenticio y de entretenimiento cumple principalmente con objetivos servicio y producción, estos deben cumplir con normas de calidad, un espacio físico adecuado que cuente con un ambiente seguro y de sanidad que den confort al usuario. Este tipo de establecimientos cumplen también con los objetivos fisiológicos que son esenciales en el diario vivir de todos los seres humano y se acercan a los objetivos sociales al ser un lugar ideal para el encuentro entre amigos o familiares y compartir un momento. ***Chulla Vida Resto Bar*** busca cumplir con la calidad y el servicio de valor agregado para el consumidor.

Es importante para los establecimientos de restauración dar valor al Medio Ambiente y su protección, como microempresa y en compromiso con el entorno se establecerán protocolos y políticas propias de la empresa, además de cumplir con las disposiciones ambientales legales para actuar de manera responsable con el ambiente

Existen diversos mecanismos para reducir el impacto ambiental como el correcto manejo de los residuos sólidos, la reducción en el flujo de desechos el gasto moderado de agua e incluso impulsando la alimentación ecológica y confort acústico.

## 5.2 Impacto ambiental

### Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar *Chulla Vida Resto Bar*

Los problemas medioambientales que como restaurante y bar puede provocar *Chulla Vida Resto Bar* al ambiente son:

- **Mal manejo de residuos.** - La mala gestión en la división de los desechos y el exceso de desperdicios pueden crear plagas. No saber distinguir los tipos de residuo que se generan siendo estos orgánicos, reciclables y grasos crean una acumulación de basura e incluso puede llegar a ser contaminante si entre estos hay productos químicos y de limpieza.
- **Contaminación de Aguas.** - El uso de jabones y productos químicos como los desengrasantes, residuos de alimentos, y aceite. El derroche de agua.
- **Daño acústico por ruidos.** - Mala acústica del establecimiento, efecto coctel por el ruido reverberante de la música, los cubiertos y el hablar de la gente.

### Medidas para contrarrestar los impactos generados por *Chulla Vida Resto Bar*.

- Se debe separar en contenedores identificados por colores los desechos orgánicos, y grasos.
- Usar empaques amigables con el ambiente o biodegradables para envíos a domicilio y vajilla de loza en el establecimiento
- Cambiar las fundas plásticas por papel, eliminar sorbetes.
- Reciclar es aceite quemado para vender a empresas que lo procesen en productos nuevos como jabones.
- Reducir, reciclar y reutilizar.
- Usar señalética en baños y cocina para uso adecuado de agua.

### 5.3 Impacto social

En lo que respecta al compromiso que ***Chulla Vida Resto Bar*** tiene con la comunidad cercana y la sociedad desde una perspectiva nacionalista buscará proveedores directos para una economía popular y sostenible, la contratación de personal será una oportunidad de desarrollo a jóvenes estudiantes universitarios de Quito para que amplíen su experiencia y aporten ideas innovadoras , teniendo en cuenta que los empleados deben estar en igualdad por género y con factibilidad de incluir personas con discapacidades. . Los excedentes de alimentos y producción se entregarán a personas en estado vulnerable o fundaciones.

## 6. PROCESO FINANCIERO

### 6.1. Introducción

Este capítulo tiene por objetivo presentar un informe detallado del área financiera de la empresa para analizar si existe o no la viabilidad económica de

***Chulla Vida Resto Bar***

### 6.2 Activos Fijos

Los activos fijos o también denominados cuentas de activo no corriente son todos los activos, bienes y derechos duraderos que posea una empresa, tangibles o intangibles, esenciales en su funcionamiento y que tiene como fin ser explotados por la empresa y que no se podrán convertir en activos líquidos por lo menos durante el primer año. Estos pueden ser bienes inmuebles, equipamiento, herramientas, etc. (Retos Directivos,2020). ***Chulla Vida Resto Bar*** suma un total de activos fijos de: \$5471.90 (*Ver tabla 29*).

**Tabla 29. Activos Fijos.**

| ACTIVOS FIJOS           |                  |
|-------------------------|------------------|
| Edificios               | \$0              |
| Autos                   | \$0              |
| Muebles y enseres       | \$2833.40        |
| Equipos de Computación  | \$610.00         |
| Equipos Ind./ seguridad | \$2028,50        |
| <b>Total</b>            | <b>\$5471.90</b> |

**Nota:** Hace referencia a los activos fijos que tiene la empresa. Autoría propia.

### 6.3. Activos diferidos

Los activos diferidos son los pagos que realiza una empresa para su creación, seguros, o intereses que se realizan por anticipado (Sosa,2020). Estos activos pueden ser el pago de trámites de la inscripción de la compañía, permisos de funcionamiento municipales como la Licencia única de actividad económica LUAE que es gratuita, la patente que oscila entre \$17 a \$25 dólares. El permiso de funcionamiento de la gobernación \$50 como restaurantes, el permiso del Ministerio de Turismo \$52.00 dando un valor aproximado de \$120 dólares. (Ver tabla 30).

**Tabla 30. Activos diferidos**

| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>   |                 |
|----------------------------|-----------------|
| Permisos de Funcionamiento | \$120           |
| Trámites de constitución   | \$0             |
| <b>Total</b>               | <b>\$120,00</b> |

**Nota:** Hace referencia a los activos diferidos que constan en la empresa. Autoría propia.

### 6.4 Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad o magnitud contable refiriéndonos a los recursos económicos que posee una empresa como patrimonio para afrontar a corto y largo plazo los gastos económicos de la actividad que realiza en el día a día (Westreicher, 2020).

En lo que concierne a **Chulla Vida Resto Bar**, mensualmente gastará en materia prima \$250,00; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$125,00; de sueldos y salarios de \$2.134,00, gastos de publicidad de \$14,25 y rubros como limpiezas o suministros de oficina. Dando un total de gasto mensual de \$2.521,25. Este valor fue multiplicado por 3 meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$10.701,095 (Ver tabla31).

**Tabla 31. Capital de trabajo**

| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>    | <b>3 MESES</b>   | <b>12 MESES</b> |
|------------------------------|------------------|-----------------|
| Sueldos                      | 6402,05          | 25608,2         |
| Servicios básicos            | 375              | 1500            |
| Material oficina             | 53,7             | 214,8           |
| Material limpieza            | 274,62           | 1098,48         |
| Servicio auto                | 0                | 0               |
| Alquiler local               | 1200             | 4800            |
| Publicidad                   | 42,75            | 171             |
| Adquisición de materia prima | 750              | 3000            |
| Gastos financieros           | 210              | 840,00          |
| <b>TOTAL INVERSIÓN</b>       | <b>10701,095</b> | <b>42804,38</b> |

**Nota:** Hace referencia a los activos diferidos que constan en la empresa. Autoría propia.

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 3 meses de la empresa es de \$14.900,02. (Ver tabla 32).

**Tabla 32. Detalles de inversión**

| <b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b> |                 |
|----------------------------|-----------------|
| Activo fijo                | 5471,9          |
| Activo diferido            | 120             |
| Capital de trabajo /3m     | 9.308,12        |
| <b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>  | <b>14900,02</b> |

**Nota:** La tabla N° 32 se refiere al detalle de inversión de la empresa. Autoría propia.

## 6.5 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (Ver tabla 33).

Tabla 33. Sueldos.

| PERSONAL           | SUELDOS     | ANNUAL       | IESS EMP.      | IESS EMPRESA   | GASTO ANUAL    |
|--------------------|-------------|--------------|----------------|----------------|----------------|
| Gerente chef       | 550         | 6600         | 623,7          | 801,9          | 6778,2         |
| Ayudante de cocina | 425         | 5100         | 481,95         | 619,65         | 5237,7         |
| Mesero             | 425         | 5100         | 481,95         | 619,65         | 5237,7         |
| Cajero             | 425         | 5100         | 481,95         | 619,65         | 5237,7         |
| <b>TOTAL</b>       | <b>1825</b> | <b>21900</b> | <b>2069,55</b> | <b>2660,85</b> | <b>22491,3</b> |

**Nota:** Hace referencia al total de gasto mensual y anual de sueldos de la empresa. Autoría propia.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$22.491,30 anual.

### 6.6 Depreciación activos fijos.

La depreciación se refiere a la disminución del valor cualquier activo fijo en base al uso y desgaste. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes y según DerechoEcuador.com (2018) se establece en el Art.6 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI) de la siguiente manera:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual

En la tabla 34, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$ 689,50.

**Tabla 34. Depreciación de activos fijos**

| <b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>       |        |                       |                     |
|-----------------------------------------|--------|-----------------------|---------------------|
|                                         |        | <b>% DEPRECIACIÓN</b> | <b>DEPRECIACIÓN</b> |
| Equipos Industriales                    | 2028,5 | 10%                   | 202,85              |
| Edificio                                | 0      | 20%                   | 0                   |
| Vehículos                               | 0      | 5%                    | 0                   |
| Equipos de Computación                  | 610    | 33,33%                | 203,313             |
| Muebles y Enseres                       | 2833,4 | 10%                   | 283,34              |
| <b>TOTAL DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b> |        |                       | <b>689,50</b>       |

**Nota:** Esta tabla representa la depreciación de activos fijos de la empresa. Autoría propia

## 6.7 Amortizaciones

En términos económico la amortización es la disminución del valor de un activo o pasivo (Pedroza,2016). La amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$24,00, ya que el monto por constitución equivale a \$120,00 (Ver tabla 35.)

**Tabla 35. Porcentaje Amortización**

| <b>AMORTIZACIONES</b>                |       |     |      |
|--------------------------------------|-------|-----|------|
| <b>PORCENTAJE AMORTIZACIÓN</b>       |       |     |      |
| Gastos de Constitución de la empresa | \$120 | 20% | \$24 |

**Nota:** Esta tabla explica el porcentaje de amortización de la empresa. Autoría propia

## 6.8 Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$6000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 36).

Tabla 36. Amortización

| TABLA DE AMORTIZACIÓN |           |                 |                 |          |
|-----------------------|-----------|-----------------|-----------------|----------|
| <b>MONTO</b>          | 6000      |                 |                 |          |
| <b>TASA</b>           | 14%       |                 |                 |          |
| <b>PLAZO</b>          | 5         |                 |                 |          |
| PERIODO               | DIVIDENDO | PAGO<br>INTERÉS | PAGO<br>CAPITAL | SALDO    |
| 0                     | -         | -               | -               | 6000     |
| 1                     | 1747,70   | 840,00          | 907,70          | 5.092,30 |
| 2                     | 1747,70   | 712,92          | 1.034,78        | 4.057,52 |
| 3                     | 1747,70   | 568,05          | 1.179,65        | 2.877,87 |
| 4                     | 1747,70   | 402,90          | 1.344,80        | 1.533,07 |
| 5                     | 1747,70   | 214,63          | 1.533,07        | 0,00     |

**Nota:** Esta tabla representa la amortización de la empresa. Autoría propia

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 6000, llegando al año 5, el pago de interés de 214,63 y a su vez el pago capital de \$1533,07, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

## 6.9 Estructura capital

La estructura capital según el blog Generamás (s.f) es el financiamiento que la empresa recibe a un largo plazo por una entidad bancaria o un inversionista y puede ser el capital contable o preferente y la deuda subordinada o a largo plazo, pero combinado con el capital propio para así financiar sus operaciones.

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$4.701,95 que equivale a una estructura del 44%; costo 13% con una tasa de descuento de 5,7 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$6000 con una estructura del 56% , el costo es del 14 % que otorga el 7,8% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$10.701,01 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,6% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 37.*)

**Tabla 37. Estructura de capital.**

| <b>ESTRUCTURA DEL CAPITAL</b> |                |             |       |              |             |
|-------------------------------|----------------|-------------|-------|--------------|-------------|
|                               |                | Estructura  | Costo | TD           |             |
| Capital Propio                | 4701,095       | 44%         | 13%   | 5,7%         |             |
| Capital Financiero            | 6000           | 56%         | 14%   | 7,8%         |             |
| <b>TOTAL INVERSIÓN</b>        | <b>10701,1</b> | <b>100%</b> |       | <b>13,6%</b> | <b>TMAR</b> |

**Nota:** Esta tabla representa la estructura del capital empresarial. Autoría propia

### 6.10 Costos Fijos

En la siguiente tabla N°38, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Peñaloza, 2008). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$2.909,01 (*Ver tabla 38*)

**Tabla 38. Costos fijos**

| <b>Costos Fijo</b> |                |
|--------------------|----------------|
| Materia prima      | 250            |
| Arriendo           | 400            |
| Sueldos            | 2134,01        |
| Servicios Básicos  | 125            |
| Total              | <b>2909,01</b> |

**Nota:** Esta tabla muestra los costos fijos de la empresa. Autoría propia

### 6.11 Margen de Contribución

El margen de contribución, este la diferencia entre el volumen de las ventas que tiene una empresa y los costos variables aquí no se considera a los costos fijos (Conexión ESAN, 2017). Para ejemplificar en **Chulla Vida Resto Bar** se tomaremos en cuenta en base a la encuesta realizada como plato más vendido el corte de carne. El valor del plato es \$11,07, el valor del costo sería \$4,05 por lo que el margen de contribución será de \$7,12 (*Ver tabla 39*).

**Tabla 39. Margen de contribución**

|                        |         |                               |
|------------------------|---------|-------------------------------|
| <b>Precio consulta</b> | \$4.05  |                               |
| <b>Costo consulta</b>  | \$11.17 |                               |
| <b>Ganancia</b>        | \$7.12  | <b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b> |

**Nota:** Esta tabla evidencia el margen de contribución de la empresa. Autoría propia

## 6.12 Punto de Equilibrio

Para cualquier empresa que se esté constituyendo es trascendental desde una perspectiva técnica conocer el punto de equilibrio o punto muerto que es el nivel mínimo de ventas que debe cumplir una empresa para que se igualen los costes con el ingreso total que percibe y así no tener pérdidas, en esta instancia la ganancia o benéfica aun es nula (Arias,2020).

En la tabla 40, se puede observar que se debera realizar 409 ventas mensuales, es decir 11 diarias el negocio tendrá su punto de equilibrio , pero no se obtendrán ganancias y en la tabla 41 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 750 ventas mensuales.

**Tabla 40. Punto de equilibrio**

|                            | <b>NÚMERO</b> | <b>VALOR</b> | <b>TOTAL</b> |
|----------------------------|---------------|--------------|--------------|
| <b>VENTA</b>               | 409           | \$11,17      | \$4563,70    |
| <b>COSTO</b>               | 409           | \$4,05       | \$1654,70    |
| <b>GASTO</b>               |               |              | \$2909,01    |
| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b> |               |              | <b>0</b>     |

**Nota:** Esta tabla evidencia el punto de equilibrio de la empresa. Autoría propia

**Tabla 41. Ventas /costos**

| <b>VENTAS PROYECTADAS</b> |              |              |               |
|---------------------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>NÚMERO</b>             | <b>VALOR</b> | <b>TOTAL</b> |               |
| 750                       | \$8377,50    | \$100530,00  | <b>VENTAS</b> |
| 750                       | \$3037,50    | \$36450,00   | <b>COSTO</b>  |

**Nota:** En esta tabla se detallan en N° de ventas y costos. Autoría propia.

### 6.13 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N°42 contempla que un periodo de 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, habrá una utilidad neta de \$21558,27.

**Tabla 42. Costo de ventas.**

| COSTO DE VENTAS             |   |           |           |           |           |           |
|-----------------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                             | 0 | 1         | 2         | 3         | 4         | 5         |
| VENTAS                      |   | 100530,00 | 103555,95 | 106672,99 | 109883,84 | 113191,35 |
| COSTO DE VENTAS             |   | 36450,00  | 37547,15  | 38677,31  | 39841,50  | 41040,73  |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS    |   | 64080,00  | 66008,81  | 67995,67  | 70042,34  | 72150,62  |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS      |   | 25608,20  | 26379,01  | 27173,01  | 27990,92  | 28833,45  |
| SERVICIOS BÁSICOS           |   | 1500,00   | 1545,15   | 1591,66   | 1639,57   | 1688,92   |
| MATERIAL OFIC. Y LIMPIEZA   |   | 214,80    | 221,27    | 227,93    | 234,79    | 241,85    |
| ALQUILER AUTO               |   | 1098,48   | 1131,54   | 1165,60   | 1200,69   | 1236,83   |
| ALQUILER                    |   | 0,00      | 0,00      | 0,00      | 0,00      | 0,00      |
| PUBLICIDAD                  |   | 4800,00   | 4944,48   | 5093,31   | 5246,62   | 5404,54   |
| DEPRECIACIONES              |   | 689,50    | 689,50    | 689,50    | 689,50    | 689,50    |
| AMORTIZACIONES              |   | 24,00     | 24,00     | 24,00     | 24,00     | 24,00     |
| UTILIDAD OPERATIVA          |   | 30145,02  | 31073,86  | 32030,66  | 33016,26  | 34031,52  |
| GASTOS FINANCIEROS          |   | 840,00    | 712,92    | 568,05    | 402,90    | 214,63    |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS |   | 29305,02  | 30360,94  | 31462,61  | 32613,36  | 33816,89  |
| BASE IMPOSITIVA             |   | 10623,07  | 11005,84  | 11405,19  | 11822,34  | 12258,62  |
| UTILIDAD NETA               |   | 18681,95  | 19355,10  | 20057,41  | 20791,01  | 21558,27  |

**Nota:** Esta tabla contiene los costos de ventas que maneja la empresa. Autoría propia

### 6.14 Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la salida y entrada de neta de dinero de una empresa en tiempos determinados, en base a esto se conoce la capacidad de pago y el estado de una empresa, además de ser posible medir la liquidez (Kiziryan,2015) Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$18.487,75, mientras que para el quinto año esta aumentará a \$20.738,70 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (Ver tabla 43).

Tabla 43. Flujo de caja

| FLUJO DE CAJA           |           |           |           |           |           |           |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                         | 0         | 1         | 2         | 3         | 4         | 5         |
| Utilidad operativa      |           | 30145,02  | 31073,86  | 32030,66  | 33016,26  | 34031,52  |
| Depreciación            |           | 689,50    | 689,50    | 689,50    | 689,50    | 689,50    |
| Amortización            |           | 24,00     | 24,00     | 24,00     | 24,00     | 24,00     |
| - Base impositiva       |           | 10623,07  | 11005,84  | 11405,19  | 11822,34  | 12258,62  |
| - Gastos financieros    |           | 840,00    | 712,92    | 568,05    | 402,90    | 214,63    |
| - Pago capital          |           | 907,70    | 1.034,78  | 1.179,65  | 1.344,80  | 1.533,07  |
| + Valor de salvamento   |           |           |           |           |           | 0         |
| + Capital de trabajo    |           |           |           |           |           | 0         |
| - Reposición de activos |           |           |           | 0         |           |           |
| = Flujo neto de caja    | -42804,38 | 18.487,75 | 19.033,82 | 19.591,27 | 20.159,72 | 20.738,70 |

**Nota:** Esta tabla muestra el flujo de caja de la empresa. Autoría propia

### 6.15 Calculo del TIR y el VAN

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

#### 6.15.1 VAN (Valor Actual Neto)

El VAN o Valor Actual Neto permite analizar si un proyecto es o no factible, por lo cual este rubro debe ser mayor a cero, también indicará que en cinco años se puede recuperar la inversión. Las empresas usan el VAN para homogeneizar los flujos de caja neta (Pérez, 2021). El VAN en la empresa es de \$25.831,76; por lo tanto, el negocio es factible.

#### 6.15.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), evidencia al interés o lo tasa en la que se recuperará la inversión inicial en un periodo de tiempo, cuanto este sea más ínfimo más rentabilidad habrá (Pérez 2021). TIR debe ser mayor a la tasa mínima de aceptable de rendimiento, que también se conoce como el costo de capital o TMAR.

Este indicador se forma de índice inflacionarios más el premio al riesgo y que indica la rentabilidad mínima que se ansía tener es decir que indica la tasa mínima que los emprendedores o gerentes deben tener en cuenta para iniciar un proyecto. En este caso el TIR de la empresa posee un valor de 34,99% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 21,33% con el TMAR (*Ver tabla 44*).

**Tabla 7. VAN/ TIR**

| <b>CALCULO DEL TIR Y EL VAN</b> |           |
|---------------------------------|-----------|
| VAN                             | 25.831,76 |
| TIR                             | 34,99%    |
| TMAR                            | 13,66%    |

**Nota:** Esta tabla contiene el cálculo del VAN y TIR empresarial. Autoría propia

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- En conclusión, ***Chulla Vida Resto Bar***, tendrá un enfoque temático que satisfaga todas las necesidades de sus clientes brindándoles una experiencia a lo largo de su estadía en el establecimiento para fidelizarlos.
- Se puede concluir que ***Chulla Vida Resto Bar*** mantendrá una relación horizontal con sus colaboradores y generará espacios laborales de respeto y un ambiente laboral propicio para el desarrollo laboral y personal.
- Se concluye que el uso de sistemas tecnológicos y herramientas web son fundamentales para la promoción y el crecimiento del bar restaurantes, por lo que esto permitirá estar a la vanguardia y facilitará los proceso como ventas, pagos y servicio a domicilio.
- En base el estudio de mercado se puede concluir que los clientes potenciales buscan un espacio donde prime la comida rápida que sea de calidad, y con medidas de higienes en consecuencia a lo vivido tras la pandemia. Un lugar que brinde confort y seguridad a sus usuarios para compartir en familia y con amigos de un momento de dispersión.
- Si bien los factores económicos y políticos han marcado el crecimiento del país podemos concluir que teniendo estrategias de prevención y ampliando los canales de ventas se puede evitar que estos factores afecten el desarrollo de actividades o el nivel de ventas a alcanzar.
- En el sentido financiero con este trabajo investigativo se puede concluir que es un proyecto factible que puede alcanzar en cinco años la reposición de la inversión inicial que son \$10701,0, siempre y cuando se logren ventas diarias de 11 platos de mayor demanda.

## 7.2 Recomendaciones

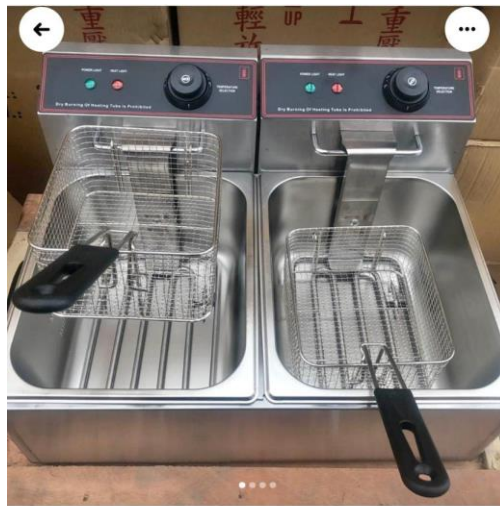
- En base al estudio realizado y las respuestas arrojadas en la encuesta se recomienda promocionar la temática de juegos y la decoración con los potenciales clientes, sin dejar de lado la importancia de una buena acústica, música en vivo y ambientación que fue un elemento que resaltó al momento de elegir el concepto que el público prefiere al acudir a un establecimiento como el planteado.
- Se deberá contratar profesional con experiencia y referencias que cumplan con un alto nivel de responsabilidad y liderazgo para poder mantener una estructura horizontal en el manejo del establecimiento. Además, se deben cumplir y respetar todas las políticas y normas planteadas por parte del área ejecutiva y operativa.
- Se deberán adquirir programas y equipos modernos para cumplir con las expectativas tecnológicas de los clientes, además de contratar de manera externa un experto en redes sociales y publicidad web para crear una marca y estar a la vanguardia en el mundo digital. Lo que agilizará procesos y ahorra tiempo y dinero.
- Los proveedores deben ofrecer productos de primera, y se deberá comprar cada quince días con precios y cantidades al por mayor para mantener la calidad y los precios de los platos, especialmente los cortes de carne que son la primera opción de los clientes potenciales.
- Se deberán crear campañas publicitarias y promociones en los días en los platos de mayor demanda y en días de mayor afluencia, para poder cumplir la meta diaria de ventas y obtener las ganancias esperadas.

### 7.3 Referencias

- Directivos, R. (9 de Junio de 2020). *EAE Business Scholl*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>
- Enrique, A. (2020). Punto de Equilibrio . *Economipedia* .
- *ESAN Graduate Scholl Business*. (15 de Mayo de 2017). Obtenido de Decisiones empresariales a partir del análisis del margen de contribución.: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/decisiones-empresariales-a-partir-del-analisis-del-margen-de-contribucion#:~:text=El%20margen%20de%20contribuci%C3%B3n%20de,sin%20considerar%20los%20costos%20fijos.>
- Galán, J. (2020). Capital de Trabajo. *Economipedia.com*.
- *Generamás*. (s.f.). Obtenido de <https://generamas.com/definiciones/estructura-de-capital/>
- *GoogleMaps*. (2022). Obtenido de <https://goo.gl/maps/CnzF3Fo2gQg2dKrQ9>
- Kiziryan, M. (2015). Flujo de Caja. *Economipedia* .
- Pedro, H. (23 de Julio de 2021). *20 Minutos*. Obtenido de <https://www.20minutos.es/salud/actualidad/que-es-la-piramide-de-maslow-la-popular-teoria-que-explica-la-jerarquia-de-las-necesidades-humanas-4763541/>
- Pérez, A. (24 de Abril de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/van-y-tir-dos-herramientas-para-la-viabilidad-y-rentabilidad-de-una-inversion#:~:text=Las%20siglas%20VAN%20corresponden%20al,en%20recuperar%20su%20inversi%C3%B3n%20inicial.>
- Sosa, L. (29 de abril de 2020). *Contador Contando*. Obtenido de <https://contadorcontado.com/2020/04/29/activos-diferidos-y-sus-caracteristicas/>
- Steven, P. (2016). Amortización. *Economipedia*.

## 7.4 Anexos

### Anexos 1



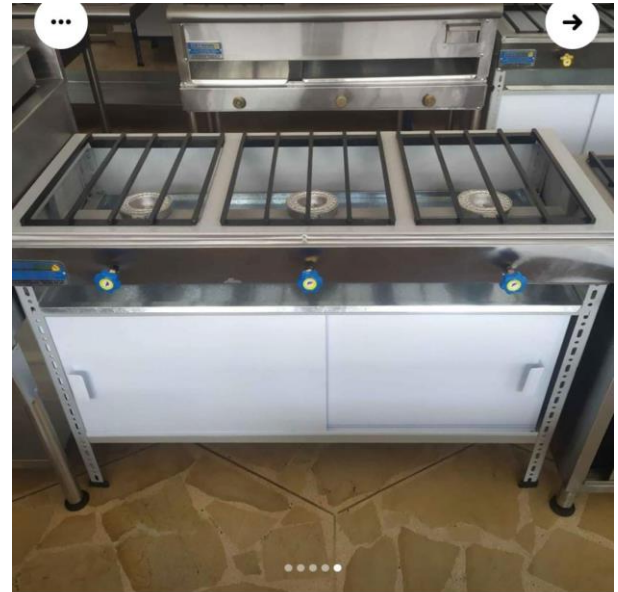
**Freidora Eléctrica Doble Tanque 6 Lt**  
\$199

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue disponible?

Enviar



**Cocinas económicas**  
\$120

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

#EnamórateDe:

indurama

REFRIGERADORA  
RI-478CR

PRECIO EN EFECTIVO

**569**

54.53  
12 CUOTAS CON  
TARJETA DE  
CREDITO

CS  
COMERCIAL SOLIS

REFRI RI475 Q2 CR INVER FRONT 370 LITROS

#EnamórateDe:

teka

CAMPANA DE OLORES  
DB8 70 INOX

PRECIO EN EFECTIVO

**277**

26.55  
12 CUOTAS CON  
TARJETA DE  
CREDITO

CS  
COMERCIAL SOLIS

## Anexo 2



**Parrilla a gas**  
\$250



[Ver detalles de este producto](#)



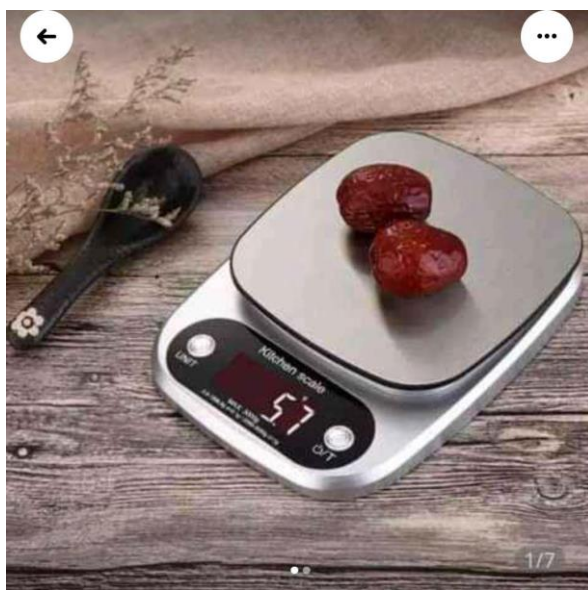
**BLSTBESTE**  
**PRECIO 90**  
**OSTER**  
**CON REAVERSA**  
**600W**  
**TRITURADOR DE HIELO**  
**DSCTO EN EFECTIVO 78**



**38\$**  
**Venta de cilindros**  
**de gas**

PhotoGrid

## Anexo 3



**Balanza digital de cocina inoxidable**  
\$14



**laptops 🤖 precios de locura 🎉**  
GRATIS

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Majo. ¿Sigue disponible?

Enviar

**RCA**



**\$65,00**

DIGITAL



**TABLET RCA VOYAGER III, 7", QUAD CORE, 16GB, BLUETOOTH, DOBLE CÁMARA**

Tableta PC táctil RCA Voyager de 7 pulgadas con procesador Quad-Core de 1,2 GHz 1 G de memoria 16 GB de disco duro, con cámara web, Wifi, Bluetooth, sistema operativo Android 6.0 Marshmallow, color Negro



**Impresora térmica 58mm**  
**USB+Bluetooth boletas / tickets / Facturas**  
\$55

## Anexo 4



**Proyector xoppox 901 full HD nativo, 7500 lumenes wifi y Bluetooth espectacular brillo y definición.**

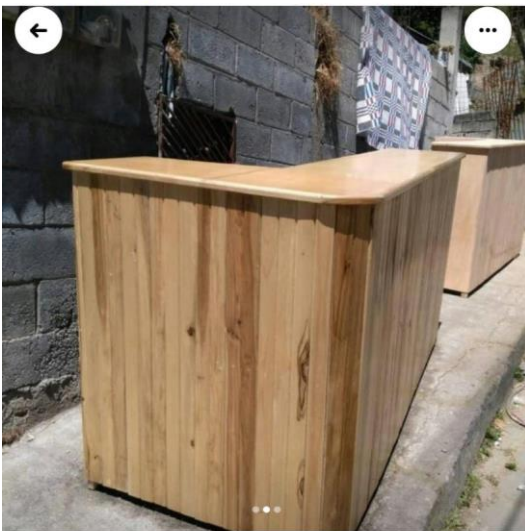
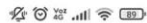
\$260 · Disponibles

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Carlos. ¿Sigue disponible?

Enviar

9:34



**Barras en madera**

\$95

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar



**Juegos de sala**

\$130

Publicado hace más de una semana en Calderón, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar

サテ

SĀBISUTECH

Tv Tcl 43 4k Android

43P615

\$440

Buscar filmes, Tv y mucho más.

43"

NETFLIX

YouTube

Spotify

Amazon

Play Store

Google Play

@sabisutechec

@sabisutech

0995811562

0984801337

ENTREGA A DOMICILIO

## Anexo 5



**! Mesas de acero inoxidable !**  
\$130 · Disponibles

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar



**MICROONDAS INNOVA 20 LITROS**  
**BLANCO, NEGRO Y SILVER**  
**CON FACTURA Y GARANTÍA**  
\$80

**Aquí Hogar** **ENVÍOS A DOMICILIO**

**VASO AV LISO LEXINGTON JUGOS**

Capacidad: 8 1/2 oz / 2  
Alto: 11.7 cm, 4.6 pulgs  
Diámetro: 6.5 cm

**PRECIO POR UNIDAD \$1.06 USD** **PRECIO POR MAYOR \$0.95 USD**



**TABLA DE PICAR - PLÁSTICO RESISTENTE**  
**1cm de Grosor**  
**COLORES DISPONIBLE AMARILLO-ROJO Y VERDE**  
\$25

## Anexo 6



**Bowl de Acero Inoxidable - Entrega a domicilio sin recargo: [hidden information]**  
GRATIS

Publicado hace más de una semana en Loja, Loja

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigues estando disponible?

Enviar



★ **SUPER OFERTA** ★ **Juego de cuchillos Tramontina 8 piezas**  
\$16

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigues estando disponible?

Enviar



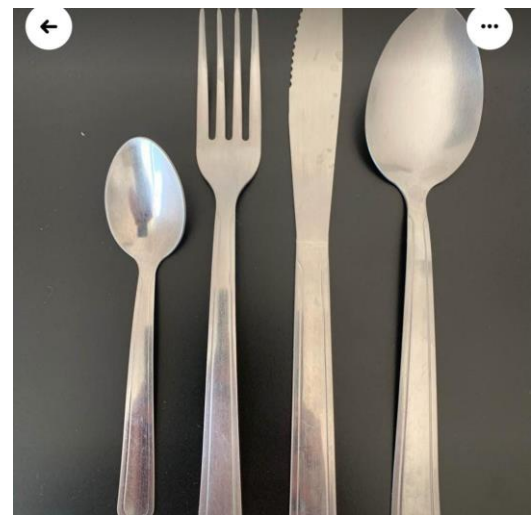
**Juego de ollas umco x5 promoción**  
\$25

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

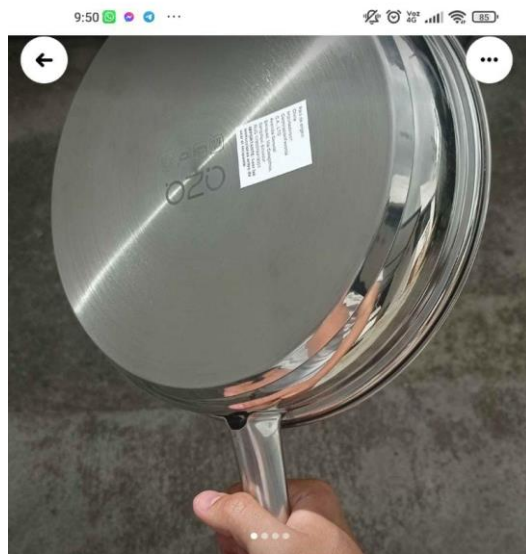
Hola. ¿Sigues estando disponible?

Enviar



**Juego de cubiertos Tramontina 68 piezas**  
\$30

## Anexo 7



**Sartén de Acero inoxidable nuevo  
24cm**  
\$15

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

**Aqihogar**  
Plato melamine

Hacemos envíos a nivel nacional  
Escribenos al whatsapp directamente... Ver más

4 FEB. A LAS 15:15



**Bombas para desinfección**  
\$2

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Holguer Ramiro. ¿Sigue disponible?

Enviar

**APROVECHE \$22**

**SEÑALITICA +EXTINTOR**

**LIDERES EN SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS**

**CONOCOTO - QUITO**

0998647747-0983149800

## Anexo 8

**RESMA PAPEL  
BOND XEROX**



**\$ 3.50**

**MUNDO.NET - SANGOLQUÍ**  
 **0984951627**

**MAVIJU\***  
Experiencia garantizada



**DETECTOR  
DE GAS**  
ILI30002

**Detector sensor de gas GLP**  
\$15

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Diana. ¿Sigue disponible?

**Enviar**

**GRAPADORAS GRANDES MARCA EAGLE**

**\$6.00**

Contactos en Quito  
al  
**0995904715**



**R/E IMPORTADORA**  
Repuestos y Herramientas

**TOTAL**  
Carbons One-Stop Total Station

Clavos 10mm  
Para Grapadora 1000Pcs

**\$ 1,90**



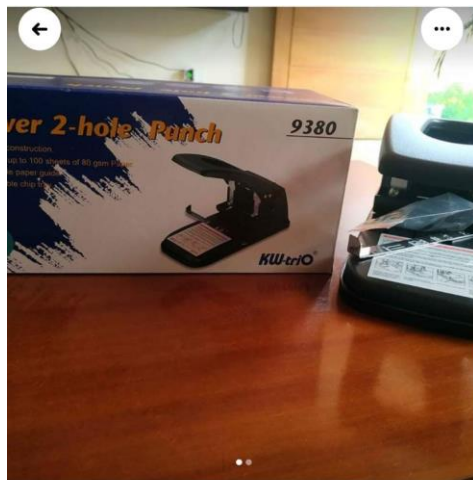

**VISA** **MARCA** **AMERICAN EXPRESS** **Interbank**

Aplica Restricciones

 **096 290 4971**

 **AV. 6 DE DICIEMBRE E ISAAC BARRERA**

## Anexo 9



**Perforada industrial KW-triO**  
\$30

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Andrea. ¿Sigue disponible?

Enviar



**SEÑALETICA DE BIOSEGURIDAD  
PREVENCIÓN COVID**  
\$5

**ESFEROS BIC**

**GRAN**

**2.40**

**LIQUIDACIÓN**

DESDE 1 CAJA

0992439247

Ibarra-Imbabura



**Resaltadores Pelikan flash**  
\$1

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Nadia. ¿Sigue disponible?

Enviar

## Anexo 10



### Vendo carpetas de cartón

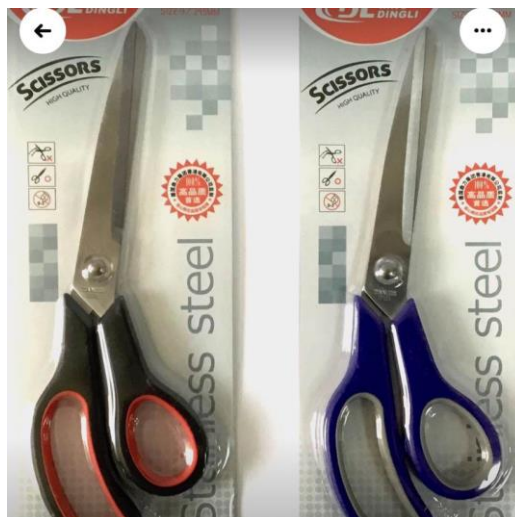
\$8

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar



### Tijeras

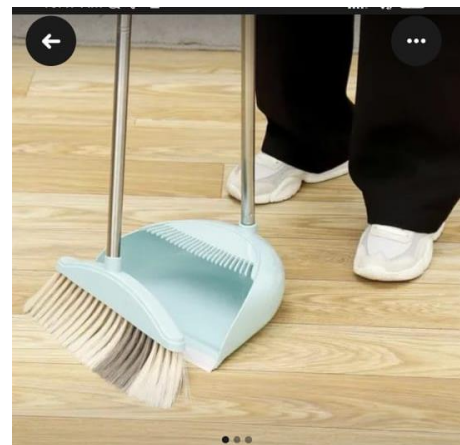
\$3

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar



### KIT DE ASEO ESCOBA CON RECOGEDOR

\$10

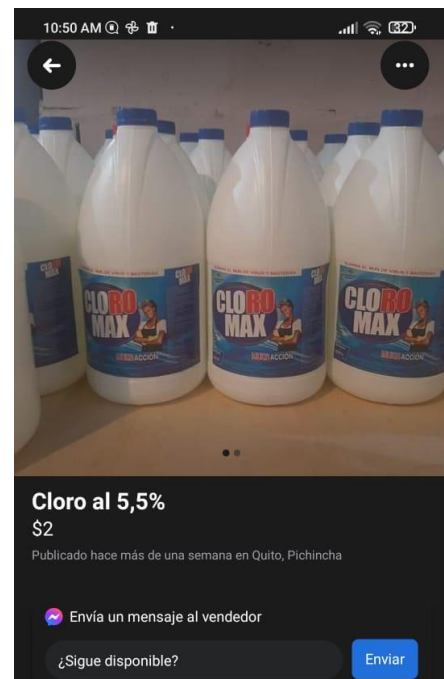
Publicado hace 18 horas en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar

## Anexo 11



## Anexo 12



**Distribución y Servicio**

**FUNDAS DE BASURA**

- Fundas plásticas color negro
- Resistentes y económicas

Pequeña: 23x28 cm  
Industrial: 30x45 cm

**Presentaciones:**  
Paquete x 10 fundas

**Por la compra de 10 GRATIS 1 Paquete**

**JABÓN LÍQUIDO**

LIMPIA · DESINFECTA Y HUMECTA TUS MANOS

**\$4,50**

**NUEVO**

0984139149/0992949099

**Kallary**

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar

10:55 AM

**Lavavajilla Liquido**

**\$6**

Publicado hace más de una semana en Quito, Pichincha

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?

Enviar

## Anexo 13





## PAPELES INDUSTRIALES

LIMPIÓN TOALLA

| METRAJE    | UNIDAD   | POR MAYOR      |
|------------|----------|----------------|
| 100 METROS | \$ 3,00  | (X 12) \$30,00 |
| 150 METROS | \$ 3,90  | (X 9) \$32,00  |
| 300 METROS | \$ 6,90  | (X 6) \$39,00  |
| 600 METROS | \$ 12,00 | (X 4) \$45,00  |



## Anexo 14



Tecnológico  
Internacional  
Universitario

**MED**  
Modalidad de  
Estudios a Distancia

---

### Estudio de factibilidad para la creación de un bar restaurante temático.

Señor (ita/a): El objetivo de la presente encuesta es recolectar datos que sirvan para la creación de un bar restaurante temático en la zona de la Rumiñahui, el análisis determinará sus gustos y preferencias por lo que solicitamos su sinceridad al responder cada una de las preguntas.

---

Género \*

☐ Femenino

☐ Masculino

---

Elija el rango de edad al que pertenece \*

☐ 18-25

☐ 26-35

☐ 35-45

☐ Más de 45 años

---

¿Consume usted comida rápida o bebidas alcohólicas? \*

☐ SI (Continúe con la siguiente pregunta)

☐ NO (Gracias por la atención prestada?)

¿Cada cuánto tiempo acude usted a un restaurante o bar ? \*

- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Una vez al mes
- ☐ Más de una vez al mes

Elija 3 platos de su preferencia \*

- ☐ Cortes de carne
- ☐ Alitas
- ☐ Hamburguesas
- ☐ Pizza
- ☐ Papas fritas con alguna proteína
- ☐ Ensaladas con proteína

Escoja cuál de estas bebidas prefiere consumir? \*

- ☐ Bebidas Soft ( jugos, gaseosas, agua )
- ☐ Cocteles
- ☐ Trago ( whisky, tequila, ron)
- ☐ Cerveza

¿Cuánto gasta aproximadamente cuando sale a un bar o restaurante con amigos o familia?

- ☐ De \$15 a \$25
- ☐ De \$25 a \$50
- ☐ Mas de \$50

Elija 3 aspectos que considere fundamentales al momento de elegir un bar restaurante

- ☐ Calidad de los productos
- ☐ Decoración y ambiente
- ☐ Seguridad
- ☐ Higiene
- ☐ Costos
- ☐ Atención y servicio

Respecto a la decoración y temática del bar restaurante usted preferiría una decoración de?

- ☐ Temática deportiva
- ☐ Temática música
- ☐ Temática de juegos de mesa e interactivos
- ☐ Temáticas de comics y gamers

¿Cuál de las siguientes promociones llama más su atención ?

- ☐ Segundo plato a mitad de precio
- ☐ 3 x 2 En platos y bebidas
- ☐ All you can eat

¿Mediante que herramienta web le gustaría recibir publicidad o promociones del establecimiento ? \*

- ☐ Facebook o Instagram
- ☐ Whatsapp
- ☐ Correo electrónico

¿Qué opción preferiría para consumir nuestros productos?

- ☐ Venta directa en el local
- ☐ Delivery
- ☐ Aplicaciones Móviles ( Pedidos Ya, Uber eats , Rappi )