



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar-Restaurant con temática mexicana en el sur de Quito.”

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Gastronomía

AUTOR:

Chusín Cañar Christian Andrés

TUTOR:

MSc. Sonia Guerrero

D.M. Quito, 04 de febrero 2021

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a: A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial de mi vida, el cual me supo guiar por el buen camino y darme las fuerzas necesarias para salir adelante y no desmayar. Por los triunfos y momentos difíciles que fueron superados a lo largo de la carrera.

A mis padres Rosario y Fabián quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me llevaron a cumplir hoy el mayor de mis sueños, y por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

A mi hermano Edgar quien con su cariño y apoyo incondicional estuvo en todo mi proceso estudiantil, porque con sus oraciones consejos y palabras de aliento ayudaron a forjar en mí una mejor persona.

A mis dos hermosos hijos Paulita y Agustín, quienes fueron el motor, mi norte y las personas por las cuales siempre quiero salir adelante.

A toda mi familia en general, ya que formaron parte de este proceso muy duro y supieron elegir las palabras correctas para guiarme, para no desmayar y no abandonar mis sueños.

A mis amigos Dean, Majo, Kevin, Wilson, por apoyarme cuando más los necesite, por extenderme su mano en los momentos difíciles y por el cariño brindado cada día, de verdad millón gracias amigos casi hermanos, siempre están presentes en mis pensamiento y corazón.

AGRADECIMIENTO

Cada paso que damos en el camino que decidimos emprender trae muchos reconocimientos. Primero dar gracias a Dios por permitirme alcanzar un logro en mi vida, y agregar que nada de esto hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de mis padres y hermano a quienes quiero decir GRACIAS por confiar y creer siempre en mí, dar gracias a toda mi familia e hijos, que siempre estuvieron en los momentos que más necesite de ellos en este camino, tan largo llenos de obstáculos los cuales han sido superados gracias a cada uno de ellos. Este es el comienzo de muchos otros caminos que culminaré con éxito.

AUTORIA

Yo, Christian Andrés Chusín Cañar, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Christian Andrés Chusín Cañar

D.M. Quito, 04 de febrero del 2021

MSc Sonia Guerrero.
Director de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

MSc. Sonia Guerrero.

D.M. Quito, 04 de febrero del 2021

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: El **MSc. Sonia Guerrero** y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y el Sr. Chusín Cañar Christian Andrés por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurante con temática mexicana, en el sur de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la MSc. Sonia Guerrero.

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

TERCERA: Los comparecientes, MSc. Sonia Guerrero en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Chusín Cañar Christian Andrés, 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 con temática mexicana, en el sur 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 Sonia Guerrero

Christian Chusín

D.M. Quito, 04 de febrero del 2021

Índice	
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIA	iv
CERTIFICACIÓN.....	vi
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vii
RESUMEN	8
Capítulo I.....	9
INTRODUCCION.....	9
1.1 NATURALEZA DEL PROYECTO	9
1.2 MARKETING	10
1.2 ADMINISTRACION, PRODUCCION Y SERVICIO.....	10
1.4 Contabilidad y Finanzas	11
CAPÍTULO II.....	12
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	12
2.1 Creación de la empresa.....	12
2.2 Descripción de la empresa	12
2.1.1 Importancia.....	12
2.1.2 Características.....	13
2.1.3 Actividad.....	13
2.3 Tamaño de la empresa.....	13
2.4 Necesidades que satisfacer	14
a. Necesidad Fisiológica.....	14
b. Necesidad de Seguridad.....	14
c. Necesidad Social – Afiliación.....	15
d. Necesidad de Reconocimiento.....	15
e. Necesidad de Autorrealización.....	15
2.5 Localización de la empresa.....	15
2.6 Filosofía empresarial	16
2.6.1 Misión.....	16
2.6.2 Visión 2021.....	16
2.6.3 Objetivos.....	16
2.6.4 Meta.....	17
2.6.5 Estrategias.....	17

2.6.6 Políticas.....	17
2.6.7 FODA. 18	
2.7 Desarrollo organizacional.....	19
2.7.1 Tipo de Estructura.....	19
2.7.2 Formalización.	20
2.7.3 Centralización – Descentralización.	20
2.7.4 Integración.	21
2.8Organigrama empresarial	21
CAPÍTULO III.....	27
3.PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	27
3.1Objetivo de mercadotecnia	27
3.2Investigación de mercado	27
3.2.1Modalidad.....	27
3.3.1Tamaño de la muestra.....	27
3.1Análisis de las encuestas.....	29
Pregunta 1.....	29
Pregunta 2.....	30
Pregunta 3.....	31
Pregunta 4.....	32
Pregunta 5.....	33
Pregunta 6.....	34
Pregunta 7.....	35
Pregunta 8.....	36
Pregunta 9.....	37
Pregunta 10.....	38
Pregunta 11.....	39
Pregunta 12.....	40
3.1.1Análisis General.	41
3.2Entorno empresarial.....	41
3.2.1 Microentorno.	41
3.2.2 Macroentorno.....	45
3.6 Producto y servicio	47
3.6.1 Producto Esencial.	48
3.6.2 Producto real.	48
3.6.3 Características.....	48
3.6.4 Calidad.....	49

3.6.5 Estilo.....	49
3.7 Marca.....	50
3.7.1 Producto aumentado.	50
3.8 Plan de introducción al mercado.....	50
3.8.1 Distintivos y Uniformes.....	50
3.8.2 Materiales de identificación.....	54
3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas	58
3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio	60
3.9 Fijación de Precios.....	61
3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.....	61
3.10 Implementación del negocio.....	66
3.11 Estudio arquitectónico	71
Estructura interna del establecimiento.....	71
Capítulo IV	72
4.PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	72
5.PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	77
5.1 Objetivo de área.....	77
5.2 Impacto ambiental.	77
5.3 Impacto social.....	79
CAPÍTULO VI	80
6. Proceso financiero	80
6.1.Introducción.....	80
6.2.Inversiones.....	80
6.3. Activos diferidos	80
6.4. Capital de trabajo.....	81
6.5. Sueldos	82
Depreciación activos fijos.	82
6.6. Amortizaciones.....	83
6.7. Estructura capital	83
6.8. Tabla de amortización	84
6.9. Punto de equilibrio	85
6.10 Flujo de ventas.....	86
6.11. Flujo de caja	87
6.12. Cálculo del TIR y el VAN.....	87
6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)	87
6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	88

7. Conclusiones.....	89
7.1 Recomendaciones	90
Referencias	91
Anexos.....	94

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Pirámide de Maslow	14
Ilustración 2 DM QUITO	15
Ilustración 3 Organigrama empresarial Ruruchik Food	21
Ilustración 4 Pregunta 1, gráfico circular	29
Ilustración 5 Esquema de porcentajes pregunta 2	30
Ilustración 6 Pregunta 3, gráfico circular	31
Ilustración 7 Pregunta 4, gráfico circular	32
Ilustración 8 Pregunta 5, gráfico circular	33
Ilustración 9 Pregunta 6, gráfico circular	34
Ilustración 10 Pregunta 7, gráfico circular	35
Ilustración 11 Pregunta 8, gráfico circular	36
Ilustración 12 Pregunta 9, gráfico circular	37
Ilustración 13 Pregunta 10, gráfico circular	38
Ilustración 14 Pregunta 11, gráfico circular	39
Ilustración 15 Pregunta 12, Gráfico circular	40
Ilustración 16 Esquema microentorno Ruruchik Mexican Food	41
Ilustración 17 Mapa referencial	42
Ilustración 18 Macroentorno Ruruchik Mexican Food	45
Ilustración 19 Diseño uniforme chef administrador	51
Ilustración 20 Diseño uniforme ayudante de cocina	52
Ilustración 21 Diseño uniforme personal del área de servicio	53
Ilustración 22 Imagotipo Rruchik Mexican Food	54
Ilustración 23 Logotipo Ruruchik	55
Ilustración 24 Isotipo Ruruchik	56
Ilustración 25 Anverso tarjeta de presentación	57
Ilustración 26 Hoja membretada	58

Índice de Tablas

Tabla 1 Méritos a considerar Gerente Chef.....	23
Tabla 2 Méritos a considerar Ayudante de cocina	24
Tabla 3 Méritos aspectos a considerar, mesero.....	25
Tabla 4 Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista	26
Tabla 5 Marque el rango de su edad:	29
Tabla 6 ¿Conoce el barrio la Gatazo?	30
Tabla 7 ¿Visita establecimientos de comida en el barrio La Gatazo?	31
Tabla 8¿Con cuántas personas suele frecuentar establecimientos de comida?	32
Tabla 9 ¿Qué tipo de comida consume con frecuencia?	33
Tabla 10 ¿Con qué frecuencia consume comida rápida?	34
Tabla 11¿Qué características del servicio le interesaría más?.....	35
Tabla 12 ¿Tiene conocimiento sobre comida típica mexicana?	36
Tabla 13 Marque las opciones de comida típica mexicana que ha consumido:	37
Tabla 14 Usted prefiere:	38
Tabla 15 Tiene conocimiento de establecimientos en el Sur del D.M Quito que elaboren este tipo de productos?	39
Tabla 16 Le gustaría visitar un lugar de comida típica mexicana en el sector sur del DMQ?	40
Tabla 17 Proveedores.....	44
Tabla 18 Financiamiento publicidad	60
Tabla 19 Entrada, receta estándar de costos.....	63
Tabla 20 Plato fuerte, receta estándar de costos.....	64
Tabla 21 Postre, receta estándar de costos	65
Tabla 22 Arriendo del local.....	66
Tabla 23 Equipos industriales	66
Tabla 24 Equipos de computación	67
Tabla 25 Muebles y enseres	68
Tabla 26Equipos industriales de seguridad	69
Tabla 27 Suministros de oficina.....	69
Tabla 28 Servicios básicos	70
Tabla 29 Materiales de limpieza	70
Tabla 30 Inversiones	80
Tabla 31 Activos diferidos	81
Tabla 32 Capital de trabajo.	81
Tabla 33 Sueldos	82
Tabla 34 Decimos	82
Tabla 35 Total de sueldo Anual	82
Tabla 36 DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	83
Tabla 37Amortizaciones	83
Tabla 38 Tabla de amortización	84
Tabla 39 Datos para el punto de equilibrio	85
Tabla 40 Margen de contribución	85
Tabla 41 Punto de Equilibrio	85
Tabla 42 Proyección de ventas.....	85
Tabla 43 Flujo de ventas	86
Tabla 44 Flujo de Caja	87
Tabla 45 TIR/VAN	88

Índice de Anexos

Anexo 1 encuesta.....	94
Anexo 2 Plano arquitectónico del establecimiento.....	97
Anexo 3 lugar del establecimiento.....	97
Anexo 4 lugar del establecimiento.....	98
Anexo 5 proformas materiales de oficina.....	98
Anexo 6 proforma muebles y enseres.....	99
Anexo 7 proforma equipos de computación.....	99
Anexo 8 Proforma equipos de seguridad.....	100

“Proyecto de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurant con temática mexicana en el sur de Quito.”

Chusín Cañar Christian Andrés

MSc. Sonia Guerrero

D.M. Quito 25 de marzo, 2020

RESUMEN

En el Ecuador cada día aumenta la demanda por la gastronomía mexicana, lo que permite crear oportunidades de negocio para satisfacer esta necesidad. Para efectos de publicidad y comunicación se pretende el uso de redes sociales y promociones especiales por apertura, lo cual representaría un ahorro considerable en publicidad en medios tradicionales.

En este documento se consignan los datos obtenidos con el objetivo de la creación de un nuevo restaurant denominado Ruruchik Mexican Food, asentados en el sector sur del D. M de Quito, en la Cdla. La Gatazo, se enfocará en la gastronomía mexicana, con una oferta variada para que los clientes puedan disfrutar de un agradable ambiente, comida y servicio de excelente calidad.

La empresa se ubicará en un sector urbano con crecimiento acelerado, tránsito de gente, y cerca están ubicados locales comerciales los cuales en su mayoría sirven como abastecimiento.

El establecimiento contará con 4 colaboradores necesarios para manejar y brindar un buen servicio en el establecimiento, que ayudará a mantener los costos de operaciones bajos.

CAPÍTULO I

INTRODUCCION

1.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

Ruruchik Mexican Food plantea ser una microempresa destinada a la comercialización de comida y bebida, buscando excelencia y calidad en los productos, así como también que satisfaga las expectativas a los posibles consumidores, de esta manera especializarse en la gastronomía mexicana la cual tiene diferentes platillos. De acuerdo a la investigación de campo realizada para identificar la viabilidad del presente proyecto.

El negocio estará ubicado en el sector de La Gatazo al sur del D.M de Quito, específicamente en calle Huigra y Toacazo, zona de gran concurrencia de gente ya que existen micro mercados, supermercados y todo tipo de productos y servicios, pero ninguno ofrece gastronomía mexicana, por lo que se convierte en lugar idóneo para la apertura del restaurante.

De igual manera, se contará con todos los permisos de funcionamiento y cumplirá con todos los haberes del personal, para en un futuro, no tener problemas legales de constitución empresarial ni con las instituciones estatales que amparan al trabajador.

Así mismo, el restaurante ha determinado objetivos, misión, visión y estrategias para lograr posicionarse a mediano plazo en el mercado de alimentos y bebidas y a la vez, ha establecido una cultura organizacional será compartida con los colaboradores del establecimiento con el objetivo de lograr crecimiento personal y profesional de cada uno de ellos.

1.2 MARKETING

Se realizó un plan de investigación de mercado en el cual se utilizó herramientas para conocer la oferta y demanda en el sector que se planea ubicar el establecimiento, por lo que se concluye que el proyecto es factible para ser ejecutado, ya que las personas encuestadas están interesadas en el producto y servicio próximo a comercializar por parte de Ruruchik Mexican Food.

También se ha determinado cual es el entorno empresarial del restaurante, delimitando un listado básico de proveedores, teniendo en cuenta la competencia directa e indirecta, establecer a qué tipo de clientes estará dirigido el producto y las fuerzas del macroentorno que pueden ser aprovechadas como oportunidades para el crecimiento empresarial y afrontar las amenazas o riesgos de manera oportuna y segura.

Para que la marca tenga aceptación y se quede grabada en la mente de los consumidores se ha fijado formas de identificación de la misma, creando publicidad a través de redes sociales, flayers, tarjetas de presentación, Entre otros, teniendo en cuenta las tendencias que vuelvan al producto más llamativo hacia el cliente.

1.2 ADMINISTRACION, PRODUCCION Y SERVICIO.

Respecto a los productos que se ofrecerán en el establecimiento, se han fijado políticas de precios pensando en la situación socio-económica en lugar donde se va desarrollar el proyecto, lo cual ha permitido identificar el target de los futuros consumidores de Ruruchik Mexican Food.

El establecimiento funcionará con un número de empleados apropiado a las instalaciones del mismo, los cuales serán divididos en las diferentes áreas del negocio, como cocina, servicio y barra, tendrán actividades específicas lo que permitirá al cliente sentirse satisfecho con un producto y servicio de calidad.

De igual manera, una forma de atraer clientes es la creación y fijación de promociones sobre los productos próximos a ofrecer, por lo que en el establecimiento se pondrá en práctica esta estrategia de marketing, pero sin dejar de lado, la sustentabilidad, es decir, no afectando su economía.

1.4 Contabilidad y Finanzas

Respecto a las finanzas, en el establecimiento se ha fijado la inversión total de los equipos, utensilios, inmuebles y gastos varios necesarios para la creación del restaurante, esto ayudará a tener una visión económica sobre lo que podría representar el proyecto de aquí a cinco años y mediante la estandarización de los platos que se va vender poder realizar un cálculo de ventas para ser sustentables monetariamente a lo largo de ese periodo de tiempo.

Esta planificación económica ayudará a sentar las bases de cómo se deberá manejar la producción y el servicio de los platos a ofrecer, analizando el rendimiento mínimo del restaurante que prevea el pago de los futuros haberes y pagos de inversión de Ruruchik Mexican Food el porcentaje de utilidad que se obtendrá de las ventas, las cuales serán reinvertidas en el establecimiento.

CAPÍTULO II

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Ruruchik Mexican Food nace con el fin de perseguir una pasión, y a su vez crear una microempresa la cual está basada en la cultura gastronómica mexicana, que tiene como fin fomentar y promover su gastronomía, de esta manera encontrar clientes los cuales se sientan identificados, para que puedan conocer su cocina tradicional puesto que representa la identidad de su sociedad que es rica en historia y cultura. Por otro lado, la gastronomía mexicana es privilegiada, ya se encuentran diferentes platillos los cuales se los puede disfrutar en familia y amigos, los colaboradores de Ruruchik Mexican Food se especializarán en la elaboración de la gastronomía mexicana con la correcta aplicación de técnicas y métodos de cocción, para ofrecer platos de calidad y presentación impecable con precios accesibles.

2.2 Descripción de la empresa

2.1.1 Importancia.

La cocina mexicana está tomando una gran importancia, no solo por cubrir una necesidad o un capricho dentro de la cultura, ya que a los ojos de todo el mundo los platillos mexicanos son manifestaciones culturales propias de sus pueblos, y es un importante elemento de identidad, ya que forma parte de un legado y de un patrimonio riquísimo de miles de años de cocina de las diferentes regiones de México, que juntas forman lo que es la gastronomía mexicana. (Mondragon, 2015)

De esta manera la cocina mexicana se acopla a la agricultura ecuatoriana ya que la mayoría de materia prima que se usa en su gastronomía se produce en el Ecuador, de esta manera fomentar el uso de productos nacionales, sin perder su esencia.

2.1.2 Características.

Responsabilidad ambiental: Ruruchick Mexican Food entiende que la creación de conciencia ambiental es necesaria para poder reducir la contaminación, en este sentido lo podemos lograr usando productos biodegradables y así reducir el impacto del negocio sobre el medio ambiente.

Responsabilidad social: Ruruchick Mexican Food busca crear un impacto sociocultural, así poder cambiar la forma de pensar de los clientes y las personas en general, dándoles a conocer un producto saludable elaborado de manera correcta siguiendo los protocolos de bioseguridad.

2.1.3 Actividad.

Ruruchick Mexican Food es un establecimiento de servicio, es de tercera categoría, de acuerdo con el reglamento turístico de alimentos y bebidas. (Ministerio de Turismo, 2018), de esta manera se enfoca a un target medio, donde se servirá comida mexicana de calidad a precios accesibles.

2.3 Tamaño de la empresa.

Ruruchick Mexican Food es una microempresa ya que contará con menos de 15 empleados como indica la cámara de comercio de Quito, el establecimiento contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva (encargada de compras, administración general y cooperación estratégica), área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente chef.
- Ayudante de cocina.
- Mesero.
- Recepcionista/cajero.

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1 Pirámide de Maslow



Katherine Acosta.(2014) Piramide de Maslow

a. Necesidad Fisiológica.

Se satisfacen las necesidades más básicas como alimentarse e hidratarse, al ser una microempresa dedicada a la producción de alimentos y bebidas la empresa puede satisfacer esta necesidad sin ningún inconveniente.

b. Necesidad de Seguridad.

La empresa garantizará la seguridad física, familiar y de salud de todos sus clientes aplicando las respectivas normas de bioseguridad en todo momento, con el fin de que el producto final llegue de forma inocua al consumidor y así lograr su fidelización.

Por otra parte, los colaboradores tendrán conocimientos en BPM y HCCP para garantizar la seguridad en toda la cadena de producción.

c. Necesidad Social – Afiliación.

Propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades de cada trabajador sean consideradas por igual sintiéndose así parte de un solo grupo, Ruruchik Mexican Food buscara siempre construir relaciones de confianza con sus clientes y colaboradores, mediante una comunicación efectiva.

d. Necesidad de Reconocimiento.

Mediante el estudio de la gastronomía mexicana, la empresa emprende acciones para el fortalecimiento de un patrimonio cultural inmaterial de su cultura, el cual se puede impactar positivamente en la vida económica de la empresa, entregando un producto de calidad a precios accesibles.

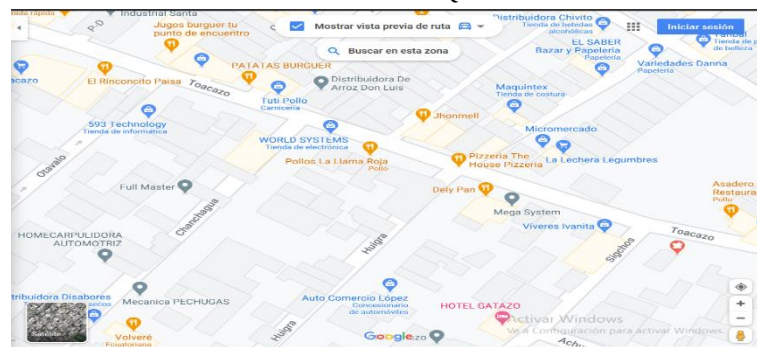
e. Necesidad de Autorrealización.

Que Ruruchik Mexican Food mediante su gastronomía los clientes encuentren una experiencia personal para el crecimiento de su cultura gastronómica degustando platillos tradicionales mexicanos estando en Ecuador, ya que la gastronomía nos invita a conocer otros países sin necesidad de viajar.

2.5 Localización de la empresa

Ruruchik Mexican Food estará ubicado en D.M Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el sur de la ciudad, barrio La Gatazo, calles Huigra y Toacaso. (maps g. , 2020)

Ilustración 2 DM QUITO



Google maps (2020). Sector La Gatazo

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión.

Nuestra misión es ofrecer al consumidor un servicio de calidad que se desarrolle en un ambiente propicio para degustar los mejores platos de la gastronomía mexicana para satisfacer los paladares de los consumidores.

2.6.2 Visión.

Establecerse como empresa líder en la elaboración y comercialización de comida mexicana en sector sur del D.M Quito, brindando un producto acorde a la necesidad del cliente y mejorando mediante la calidad de nuestros productos en los próximos 3 a 4 años.

2.6.3 Objetivos.

General

Crear un restaurante con temática típica mexicana en el sector de La Gatazo en el sur del D. M de Quito con productos de calidad y excelente servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes.

Específicos.

- * Dar a conocer las costumbres, tradiciones y gastronomía mexicana.
- * Brindar a los clientes la oportunidad de disfrutar y crear un ambiente familiar en el cual podrán interrelacionarse (Ruruchik – cliente y cliente- Ruruchik).
- * Contar con un equipo de trabajo multidisciplinario capacitados en las diversas áreas, profesional, capaz y apasionado por la gastronomía.

2.6.4 Meta.

Obtener resultados dentro de los primeros 3 años a partir de su apertura formando una empresa funcional, y con liquidez de esta manera llegar a generar ingresos que ayude a cubrir necesidades mismas de la empresa y lograr una constante rentabilidad.

2.6.5 Estrategias.

- Ofrecer un servicio de calidad para que los clientes potenciales se sientan importantes al recordar sus preferencias al momento de realizar sus pedidos.
- Crear un menú llamativo y accesible, el cual se pueda manejar mediante plataformas digitales en base a las preferencias estudiadas a los clientes que conste tanto de alimentos, snacks y bebidas.
- Elaboración de páginas web y redes sociales en las cuales se puedan observar los productos que se relacionen la empresa con el cliente.

2.6.6 Políticas.

Los trabajadores.

- * Los trabajadores no pueden entrar a trabajar bajo los efectos del alcohol o de sustancias psicotrópicas.
- * Llevar y tener implacable su uniforme de trabajo dentro y fuera de las instalaciones.
- * Cuidar de su aseo y presentación personal.
- * Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas.
- * Tener un trato amable con los clientes y proveedores.

- * Respetar y considerar a sus compañeros de trabajo.
- * Todas las actividades deben ajustarse al plan previsto por el chef-gerente.

La empresa.

- * La empresa respetará y reconoce los principios de derechos humanos reconocidos internacionalmente.
- * La empresa garantizará el cumplimiento de brindar regularmente capacitación, orientación y comunicación a los empleados.
- * Establecer altos estándares de calidad para realizar negocios con los proveedores de manera legal y ética cumpliendo las políticas.
- * La empresa se preocupará por la inclusión para valorar, comprender y respetar la diversidad.

2.6.7 FODA.

Fortalezas.

Posibilidad de ofrecer precios competitivos
 Equipo de trabajo competente, capacitado y motivado.
 Servicios exclusivos, auténticos y eficientes.
 Identidad culinaria.

Oportunidades.

Tendencia de los consumidores a buscar nuevas experiencia y sensaciones en la gastronomía mexicana.
 Horarios laborables impiden a la clientela comer en casa.

Poca oferta de este tipo de concepto.
Aprovechar la variedad gastronómica mexicana.

Debilidades.

El espacio físico reducido del restaurante.
Nuevo servicio en mercado.
Capacidad financiera limitada.
Surgimiento de nuevos competidores.

Amenazas.

La Emergencia Sanitaria a nivel nacional y mundial.
Incertidumbre en la aceptación del producto por parte del cliente al momento de conocer nuevos tipos de gastronomía.
Competencia en el mercado, ya que a su alrededor existen locales de comida rápida (salchipapas).
Inestabilidad política, social y económica del país.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura.

Diferenciación.

En Ruruchik Mexican Food la distribución será lineal pasando por la gerencia a los niveles más bajos de la cadena de mando, para garantizar todos los procesos.

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

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial.

- Chef propietario

Nivel Operativo.

- Ayudante de Cocina
- Mesero
- Recepcionista – cajero

2.7.2 Formalización.

La empresa se registrará al proceso de registro y concesión de licencias por parte de las autoridades nacionales, provinciales y municipales basadas en el cumplimiento de todos los ordenamientos jurídicos vigentes entre otras cosas en material de impuestos cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral.

Para lograr una operación sin interrupción la empresa cumplirá con todos los requisitos necesarios para su funcionamiento.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

Ruruchik Mexican Food fijará sus actividades en el área de producción, ya que de ello depende que el cliente quede satisfecho mediante la elaboración de alimentos de calidad para lograr posicionarse en el mercado.

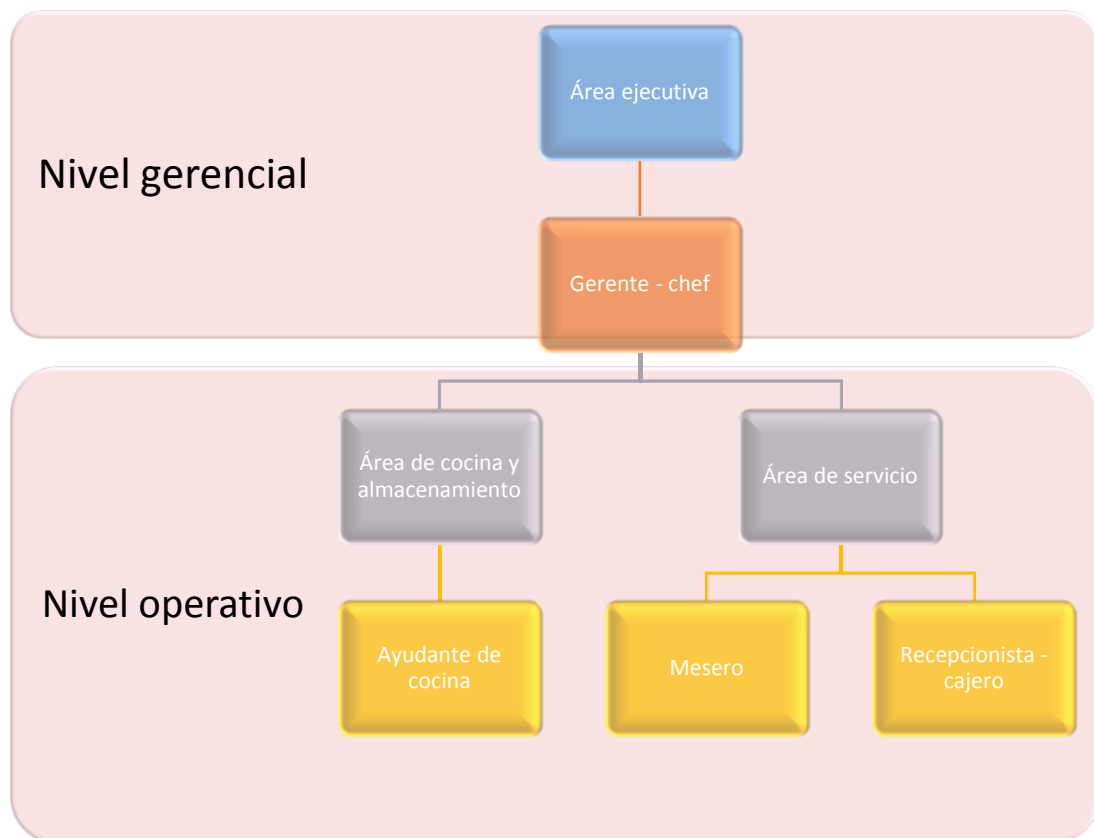
La descentralización se concentrará en la delegación de funciones a nivel de gerencia esto permitirá tomar decisiones para la capacitación de los colaboradores para ofrecer un excelente servicio a los clientes y así crecer como empresa.

2.7.4 Integración.

La integración organizacional se concentrará en impulsar los valores como la solidaridad, diversidad, respeto, pluralidad y el compromiso en la atmósfera profesional tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa.

2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial Ruruchik Food



Chusin, Ch. (2020). Organigrama empresarial Ruruchik mexican food. [Gráfico].

2.9 Funciones del personal

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

Empresa	Ruruchick Mexican Food
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Gestionar el orden de la cocina desde sus horarios, manejo de personal, tener contacto directo con los proveedores para obtener materia prima de buena calidad, ser el encargado de capacitar al personal para aumentar el conocimiento del equipo de trabajo, supervisar la cocina en la hora de servicio.
Denominación del puesto	Gerente Chef.
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución.
Remuneración	\$ 600

Tabla 1 Méritos a considerar Gerente Chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior. Manejo de Excel intermedio. Inglés intermedio.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente-Chef.	Conocimientos de nutrición. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas. Conocimiento y dominio de cocina caliente, fría. Elaboración de cartas (menú).	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Pasión por la cocina. Automotivación. Atención al cliente. Creatividad. Accesibilidad. Liderazgo y delegación. Supervisión e iniciativa. Integridad. Meticulosidad. Colaboración Presentación personal. Planificación de Responsabilidad.

Chusin, Ch. (2020). Méritos aspectos a considerar, gerente chef. [Tabla].

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Detalles generales del puesto ayudante de cocina.

Empresa	Ruruchick Food.
Unidad administrativa	Área de producción y almacenamiento
Misión del puesto	Colaborar en la conservación de materia prima y productos de usos de cocina, mantener limpios y ordenados utensilios y la cocina.
Denominación del puesto	Ayudante de cocina.
Rol del puesto	Ayudar en procesos de producción y almacenamiento de materia prima y limpieza.
Remuneración	\$ 400

Tabla 2 Méritos a considerar Ayudante de cocina

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 6 meses en el cargo de ayudante de cocina.	Apasionado a la cocina y alimentación. Conocimientos sobre procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina. Resistente, para levantar o cargar objetos pesados.	Capacidad para trabajar bajo presión durante horarios prolongados. Buena organización. Capacidad para trabajar en equipo. Enfoque flexible. Entusiasta. Habilidades de comunicación. Meticuloso con su higiene personal.

Chusin, Ch. (2020). Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina. [Tabla].

PUESTO DE MESERO

Detalles generales del puesto de mesero.

Empresa	Ruruchick mexica Food.
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Servir y velar por el disfrute de los clientes
Denominación del puesto	Mesero.
Rol del puesto	Atención al cliente, servicio a la mesa, toma de pedidos y guía del cliente durante su experiencia en el restaurante.
Remuneración	\$ 400

Tabla 3 Méritos aspectos a considerar, mesero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Educación mínima de tecnólogo en gastronomía o bachiller.	Al menos 6 meses a un año en puestos a fines experiencia comprobable.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Toma de comandas. Manejo de sistemas informáticos. Conocimiento sobre alimentos y bebidas andinos de la sierra norte ecuatoriana.	Habilidades comunicativas. Análisis de problemas. Don de gente. Orientación a las ventas. Compromiso. Ser amable pero no confianzudo. Brindar atención personalizada. Trabajo en equipo. Controlar el estrés.

Chusin, Ch. (2020). Méritos aspectos a considerar, mesero. [Tabla].

PUESTO DE CAJERO - RECEPCIONISTA

Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.

Empresa	Ruruchik Food.
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Finalizar las ventas en caja ofreciendo siempre el mejor servicio aplicar los estándares de la empresa en atención al cliente e imagen para fidelizar a los clientes.
Denominación del puesto	Cajero – recepcionista.
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, realización de reservas, asignación de mesas.
Remuneración	\$ 400

Tabla 4 Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller, con conocimientos básicos en Excel y manejo de caja.	Al menos 6 meses a un año comprobables de experiencia.	Informar a clientes. Atención al cliente. Manejo de sistemas informáticos. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero.	Responsabilidad. Resistencia a la monotonía. Orientación al cliente. Capacidad para trabajar en equipo. Buena comunicación. Organización. Dinamismo. Metódico.

Chusin, Ch. (2020). Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista. [Tabla].

CAPÍTULO III

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Con la siguiente investigación de mercado se desea conocer si la creación de un restaurante de comida mexicana tendría aceptación en la Cdla. La Gatazo y además se desea determinar la población objetiva a la cual se va a dirigir el restaurante.

3.2 Investigación de mercado

El presente estudio de mercado tiene por objetivo principal la identificación de ventajas competitivas basado en las necesidades insatisfechas del mercado y la industria, por ello se realizará una encuesta para determinar dicha información.

3.2.1 Modalidad.

Para llevar a cabo un estudio representativo, el método elegido es la encuesta de forma aleatoria. Este es un procedimiento de muestreo que asegura que la muestra refleje con exactitud la población con base en los criterios que puedan ser importantes en el estudio. La recolección de datos será a través de encuestas de forma virtual, mediante la aplicación Google Forms, consta de un número de 12 preguntas cerradas con la finalidad de tener datos fáciles de cuantificar.

3.2.2 Tamaño de la muestra

La población objetiva que se encuentran en el sector de la Gatazo del Distrito Metropolitano de Quito, y de las cuales se tomarán las muestras aleatorias para que respondan con la encuesta.

- **Diseño Muestral.**

En este caso se utilizará el muestreo probabilístico estratificado con afijación proporcional que consiste en repartir el tamaño de muestra n en forma proporcional al tamaño de los estratos de la población (Chanduvi, 2011).

El mismo tiene como variable de diseño una pregunta en la encuesta piloto, debido a que dicha pregunta tiene vital importancia, misma que permite conocer si el producto tendrá una buena acogida.

- **Cálculo de la muestra:** Se aplicará la fórmula de Arkin y Colten (Francisco E. Argote, 2009) para población finita con un nivel de confianza del 95% y error del 8%.

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

Dónde:

$Z = 1,96$; Área bajo la curva de la tabla normal estándar

$P = 0,5$; Probabilidad de que la frecuencia de consumo sea favorable

$Q = 0,5$; Probabilidad de que la frecuencia de consumo no sea favorable

$E = 0,08$; Error máximo admisible

$N = 4500$; Es el tamaño de la Población Objetivo

$$n = \frac{1,96^2 * 4500 * 0,5 * 0,5}{0,08^2(4500 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

N	145 personas
----------	---------------------

3.3 Análisis de las encuestas

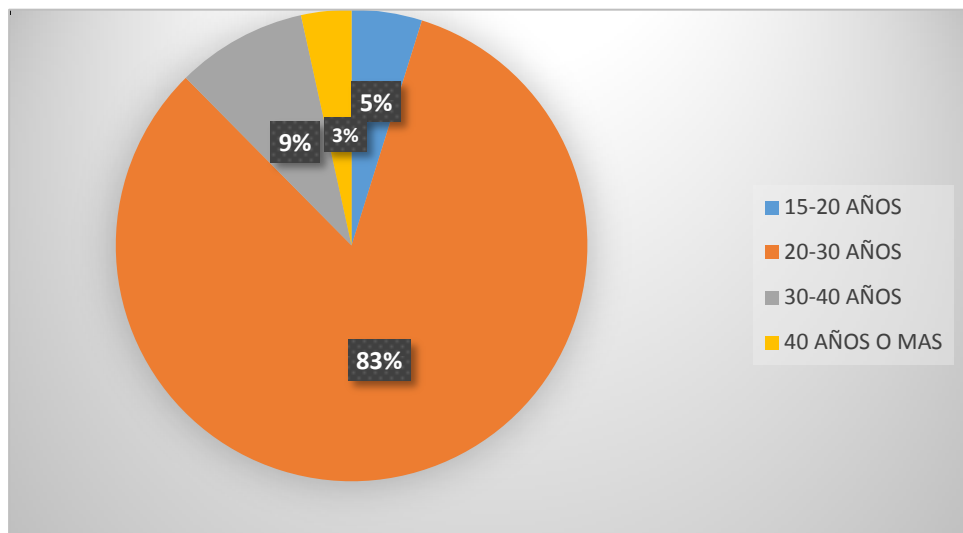
Pregunta 1.

Chusin, Ch (2020). Pregunta 1, gráfico circular. [Gráfico].

Marque el rango de su edad:		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
De 15-20 años	7	5
De 20-30 años	120	83
De 30-40 años	13	9
40 años o más	5	3
TOTAL	145	100%

Tabla 5 Marque el rango de su edad:

Ilustración 4 Pregunta 1, gráfico circular



Chusin,Ch. (2020). Marque el rango de su edad: [Tabla 5].

Análisis cuantitativo: El 83% de los encuestados manifiestan que su edad está entre los 20 a 30 años o más, el 9% tiene una edad aproximada de 30 a 40 años, el 5% oscila una edad entre y 15 a 20 años y apenas el 3% de los encuestados sobrepasan los 40 años.

Análisis cualitativo: El resultado de las encuestas nos da a conocer que nuestra futura clientela se encuentra en un rango de 20 a 30 años en su mayoría.

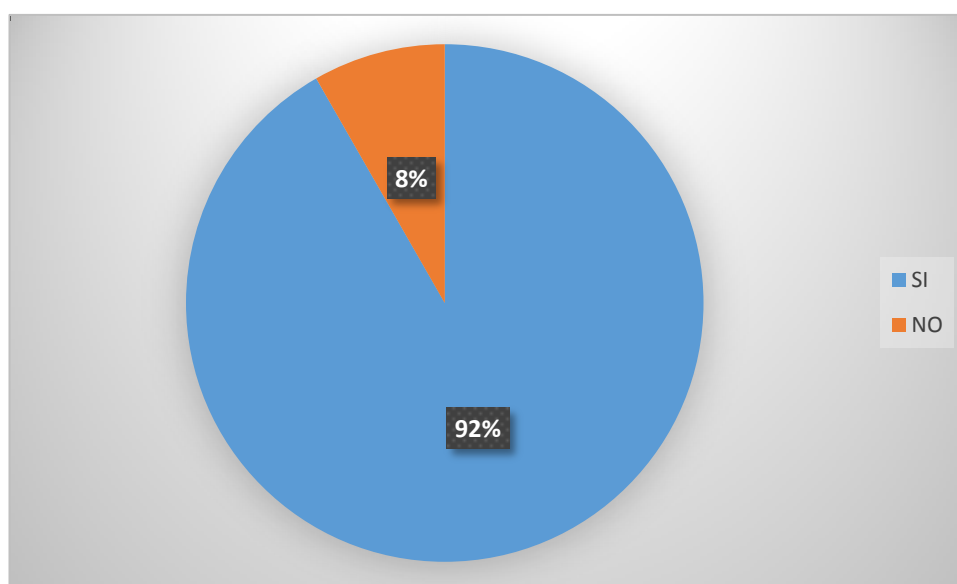
Pregunta 2.

Tabla 6 ¿Conoce el barrio la Gatazo?

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	133	92
No	12	8
TOTAL	145	100%

Chusin,Ch. (2020). ¿Conoce el barrio la Gatazo? [Tabla 6].

Ilustración 5 Esquema de porcentajes pregunta 2



Chusin, Ch (2020). Pregunta 2, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis cuantitativo: El 92 % de los encuestados manifestaron en su mayoría que conocen el barrio La Gatazo , apenas un 8% de ellos dicen no conocerlo.

Análisis cualitativo: la mayoría de los encuestados dicen conocer el sector de La Gatazo, mientras que un pequeño porcentaje no conocen el sector

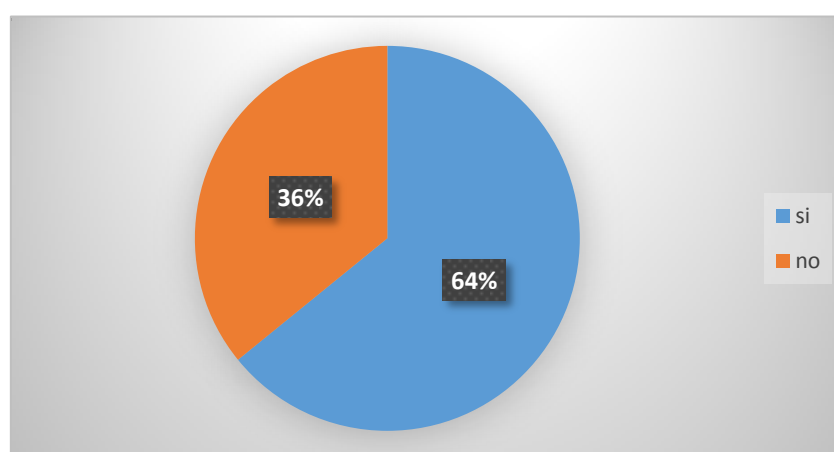
Pregunta 3.

Tabla 7 ¿Visita establecimientos de comida en el barrio La Gatazo?

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	93	64
No	52	36
TOTAL	145	100 %

Chusin,Ch. (2020). ¿ Visita establecimientos de comida en el barrio La Gatazo? [Tabla 7].

Ilustración 6 Pregunta 3, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 3, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cuantitativo: El 64 % de los encuestados manifestaron en su mayoría que consumen comida rápida en el barrio La Gatazo, apenas un 36% de ellos dicen no consumir alimentos en el sector, esto representa una clara ventaja puesto que el porcentaje de consumo es alto para el perfil gastronómico del proyecto.

Análisis Cuantitativo: La mayoría de los encuestados frecuentan el sector de La Gatazo en los cuales consumen alimentos del sector, mientras un pequeño porcentaje no consumen alimentos en el sector.

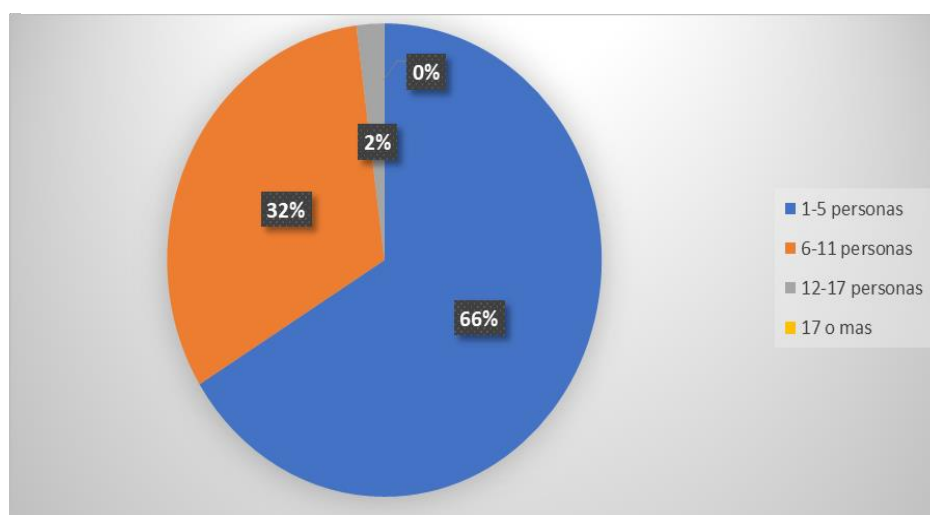
Pregunta 4.

Tabla 8: Con cuántas personas suele frecuentar establecimientos de comida?

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
De 1-5 personas	96	66
De 6-11 personas	46	32
De 12-17 personas	3	2
17 personas o más	0	0
TOTAL	145	100%

Chusin, Ch. (2020). ¿ Con cuántas personas suele frecuentar establecimientos de comida? [Tabla 8].

Ilustración 7 Pregunta 4, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 4, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cualitativo: El 66% de los encuestados manifestaron que suelen frecuentar establecimientos de comida acompañados de 1 a 5, el 46 % de 6 a 11 personas, y el 2% van a un restaurante con más de 12 persona, lo cual hace entender la cantidad de comensales no los puede contar el establecimiento.

Análisis Cualitativo: A la mayoría de personas les gusta frecuentar establecimientos de comida, suelen ir de 1 a 5 personas mientras que unos pocos superan las 12 personas.

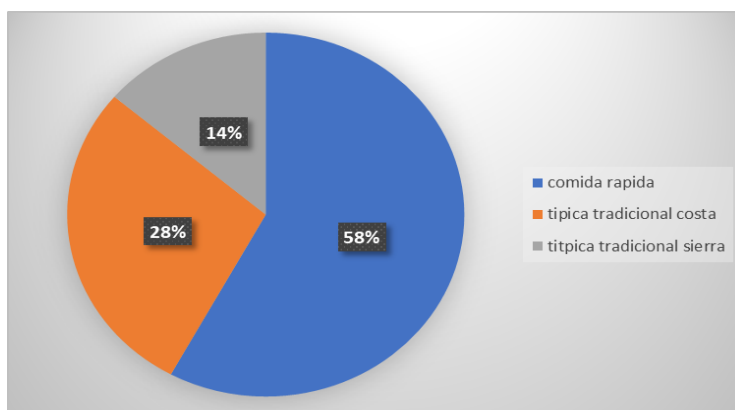
Pregunta 5.

Tabla 9 ¿Qué tipo de comida consume con frecuencia?

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Comida rapida	84	58
Típica / tradicional (costa)	41	28
Típica / tradicional (sierra)	20	14
TOTAL	145	100%

Chusin,Ch. (2020). ¿Qué tipo de comida consume con frecuencia? [Tabla 9].

Ilustración 8 Pregunta 5, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 5, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cuantitativo: El 58% de los encuestados manifestaron que tienen una inclinación por frecuentar establecimientos de comida rápida, que es la preferencia de muchos a la hora de comer ya que produce una sensación de bienestar y saciedad, y el 28 % prefieren comida tradicional costa y 14% platos de la región sierra.

Análisis Cualitativo: la mayoría de los encuestados manifestaron que prefieren consumir comida rápida, mientras un pequeño grupo de personas prefieren la comida tradicional de la costa y una minoría se inclina por la comida tradicional de la sierra, este fenómeno se debe a que la mayoría de personas trabajan o no disponen de tiempo suficiente para preparar sus alimentos, lo que lleva a tener una inclinación hacia la comida rápida y la comida tradicional costeña y así buscar otras alternativas a las cuales no consumen a diario

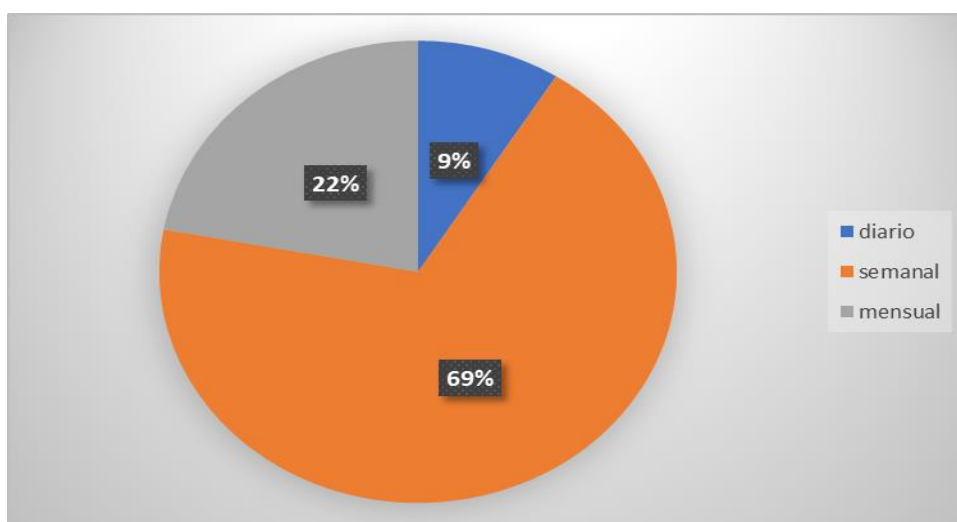
Pregunta 6.

Chusin,Ch. (2020). ¿ Con qué frecuencia consume comida rápida? [Tabla 10].

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diario	13	9
Semanal	100	69
Mensual	32	22
TOTAL	145	100%

Tabla 10 ¿Con qué frecuencia consume comida rápida?

Ilustración 9 Pregunta 6, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 6, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cuantitativo: El 69% encuesta respondieron que visitan los establecimientos de alimentos de manera semanal, el 22% mensual y el 9% mensual. Con estas respuestas se puede tener una idea más clara sobre la cantidad de personas que el establecimiento tendrá por semana.

Análisis Cualitativo: La mayoría de los encuestados consumen comida rápida semanalmente esto ayuda a entender que se tendrá una concurrencia de personas considerable.

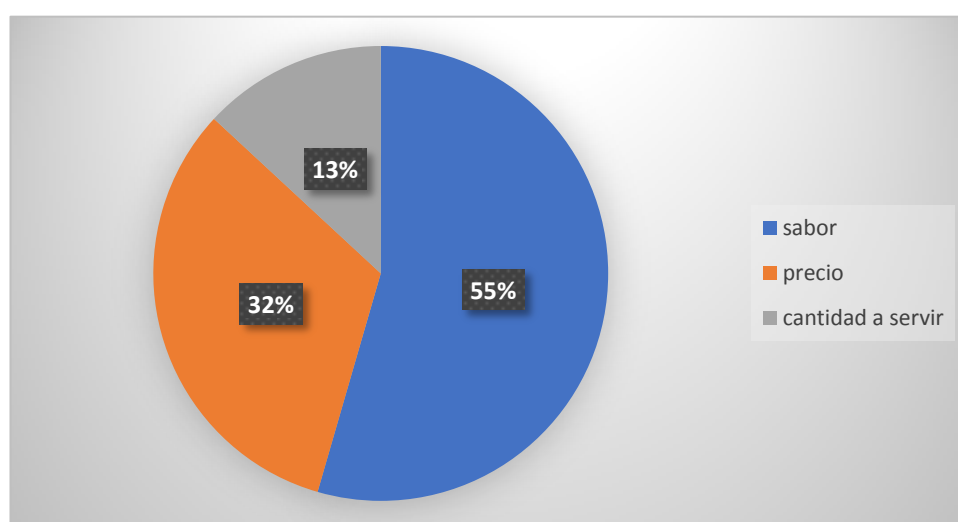
Pregunta 7.

Chusin, Ch. (2020). ¿ Qué características del servicio le interesaría más? [Tabla 11].

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sabor	80	55
Precio	46	32
Cantidad a servir	19	13
TOTAL	145	100%

Tabla 11¿Qué características del servicio le interesaría más?

Ilustración 10 Pregunta 7, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 7, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cuantitativo: El 55 % de los encuestados le interesa el sabor de los alimentos, el 32% se inclina más por el precio y el 13% por la cantidad a servirse. En conclusión las respuestas de la pregunta da a entender que que la comida y los sabores no se puede perder, ya que sus características sociales y culturales exigen tener calidad del producto y buen servicio.

Análisis Cualitativo: las personas encuestadas prefieren ante todo que los alimentos tengan un buen sabor, lo quiere decir, que se tentdrá que cumplir con lo que indica la receta para satisfacer a los clientes.

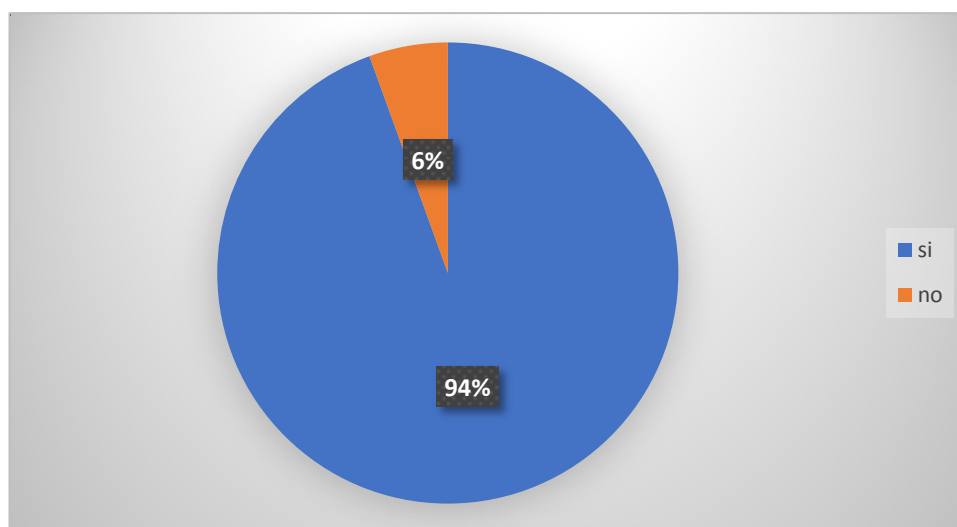
Pregunta 8.

Tabla 12 ¿Tiene conocimiento sobre comida típica mexicana?

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	136	94
No	9	6
TOTAL	145	100%

Chusin,Ch. (2020). ¿ Tiene conocimiento sobre comida tipica mexicana? [Tabla 12].

Ilustración 11 Pregunta 8, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 8, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cuantitativo: El 94 % de los encuestados respondieron que si tienen conocimiento sobre la comida mexicana, lo cual abre un camino accesible, por lo tanto se puede explotar tomando todas las medidas para tener clientes satisfechos.

Análisis Cualitativo: los encuestados manifestaron tener conocimiento sobre la gastronomía típica mexicana y un pequeño porcentaje desconocen de su gastronomía.

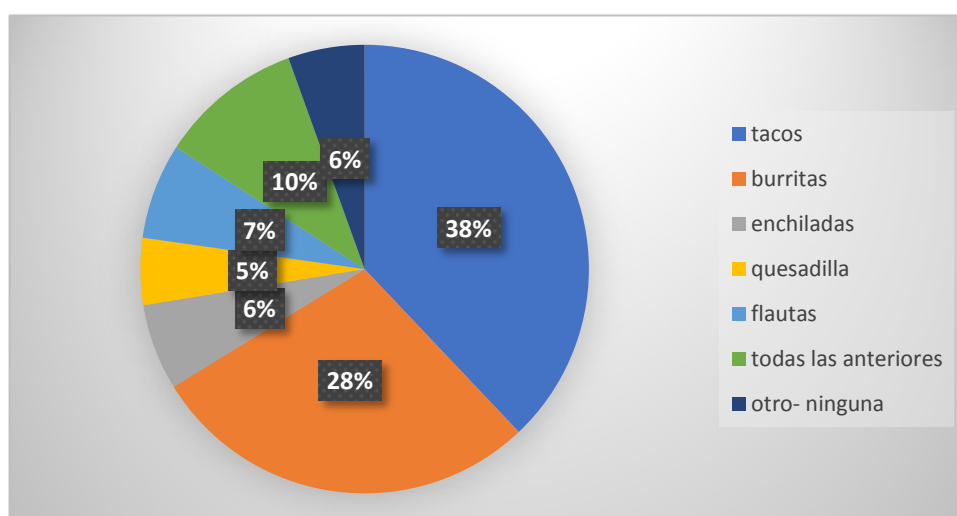
Pregunta 9.

Tabla 13 Marque las opciones de comida típica mexicana que ha consumido:

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Tacos	55	38
Burritas	41	28
Enchiladas	9	6
Quesadilla	7	5
Flautas	10	7
Todas las anteriores	15	10
Otras / ninguna	8	6
TOTAL	145	100%

Chusin,Ch. (2020). Marque las opciones de comida típica mexicana que ha consumido: [Tabla 13].

Ilustración 12 Pregunta 9, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 9, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cuantitativo: El 38% de los encuestados les gusta consumir los tacos, el 28% los burritos y el 7 % las flautas. Con estas respuestas indica que la gente tiene conocimiento de la gastronomía mexicana, y así tener una perspectiva de lo que el cliente desea consumir, teniendo como platos estrella los tacos, burritas y flautas.

Análisis Cualitativo: la mayoría de encuestados reconocen a los tacos y burritos como comida típica mexicana, los cuales serían los platos estrella del establecimiento.

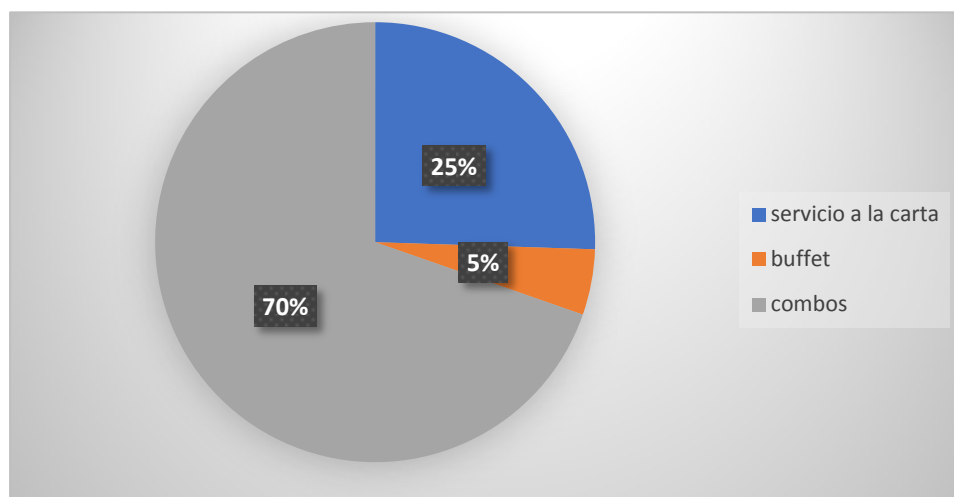
Pregunta 10.

Tabla 14 Usted prefiere:

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Servicio a la carta	36	25
Buffet	7	5
Combos	102	70
TOTAL	145	100%

Chusin,Ch. (2020). Usted prefiere: [Tabla 14].

Ilustración 13 Pregunta 10, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 10, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis cuantitativo: El 70% de los encuestados desean combos, el 25 % servicio a la carta y el 5% buffet. Estas respuestas hacen entender que los clientes prefieren varias combinaciones de platos.

Análisis Cualitativo: la mayoría de encuestados prefieren consumir combos en los cuales pueden escoger entre más variedad en el menú que se va a ofrecer.

Pregunta 11.

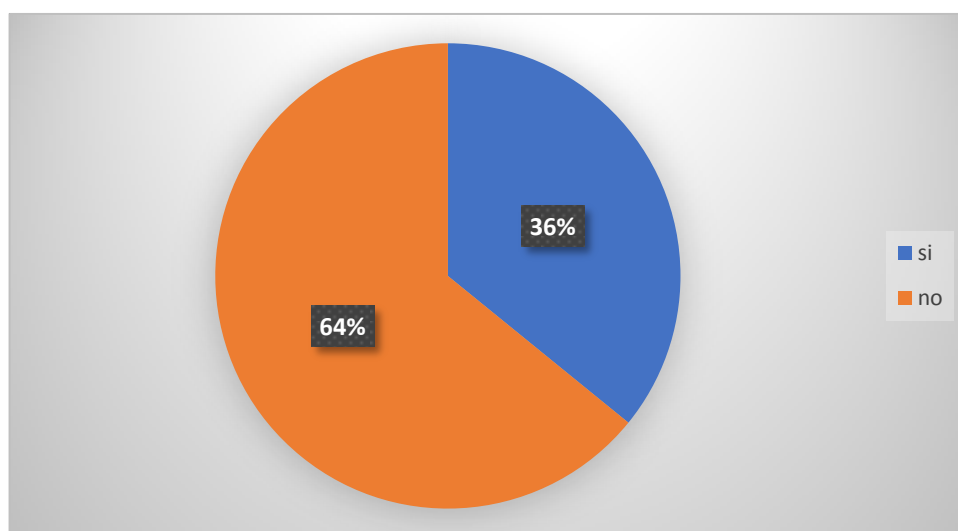
Tabla 15 Tiene conocimiento de establecimientos en el Sur del D.M Quito que elaboren este tipo de

Tiene conocimiento de establecimientos en el Sur del D.M Quito que elaboren este tipo de productos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	52	36
No	93	64
TOTAL	145	100 %

Chusin,Ch. (2020). ¿ Tiene conocimiento de establecimientos en el sur del D.M quito que elaboren este tipo de productos? [Tabla 15].

productos?

Ilustración 14 Pregunta 11, gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 11, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis cuantitativo: El 64 % de los encuestados no tienen conocimientos de este tipo de establecimientos en el sur de Quito y 36 % si tienen conocimiento de establecimientos en el sur de Quito.

Análisis Cualitativo: La mayoría de encuestados no tiene conocimiento sobre establecimientos que ofrescan comida tradicional mexicana en el sur de Quito, lo que crea una oportunidad de negocio, al no existir este tipo de gastronomía en el sector.

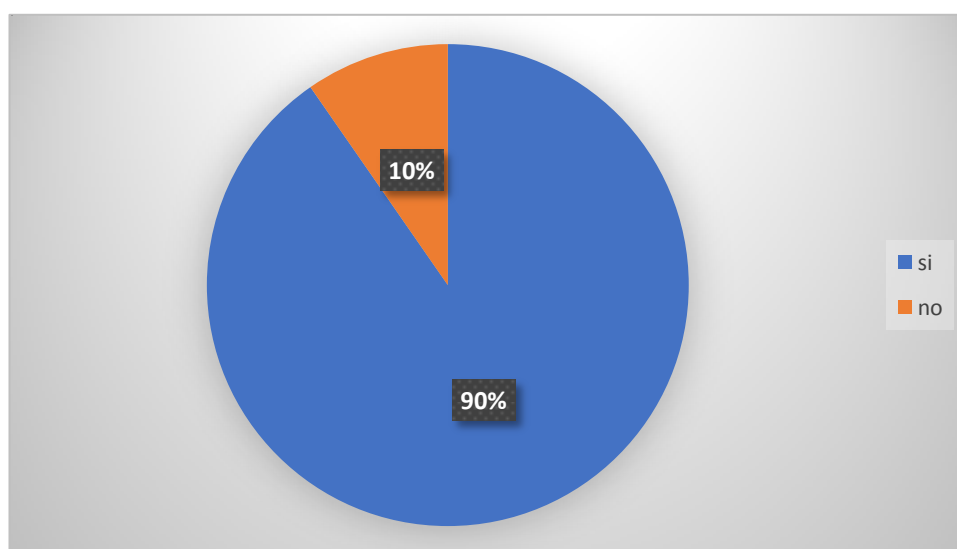
Pregunta 12.

Tabla 16 Le gustaría visitar un lugar de comida típica mexicana en el sector sur del DMQ?

Detalle		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	131	90
No	14	10
TOTAL	145	100%

Chusin,Ch. (2020). ¿Qué tipo de comida consume con frecuencia? [Tabla 16].

Ilustración 15 Pregunta 12, Gráfico circular



Chusin, Ch (2020). Pregunta 12, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis Cuantitativo: El 90 % de los encuestados contestaron que si visitarán un establecimiento de comida mexicana, y el 10 % no visitarán. Esta encuesta ayuda a comprender que existe mercado en el sector, y de esta manera mantener el enfoque en los alimentos que se pueden cocinar rápidamente.

Análisis Cualitativo: La mayoría de personas encuestadas les gustaría visitar un establecimiento de comida mexicana por el sector sur de la ciudad de Quito.

3.3.1 Análisis General.

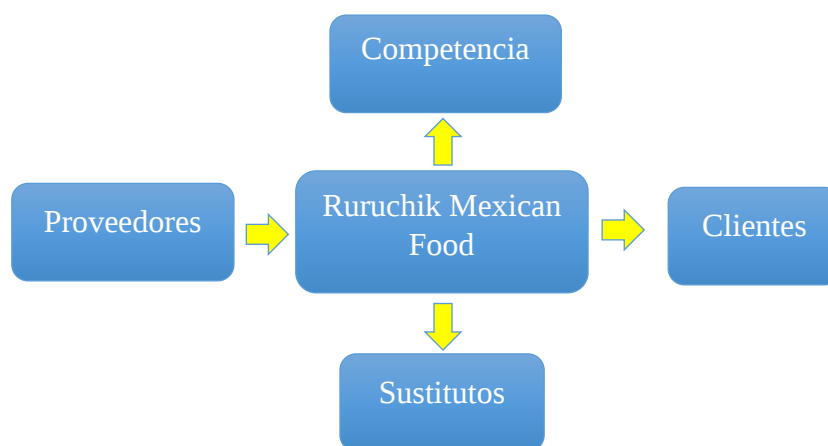
Según los datos recolectados mediante la encuesta, la microempresa de comida mexicana Ruruchik Mexican Food debe enfocarse en un mercado amplio y variado, ya que entre los consumidores potenciales se tendría a clientes en un rango de edad de un máximo de 40 años, con esto la empresa puede brindar un mejor servicio, de esta manera podrá incrementar las relaciones con los clientes, Ruruchik Mexican Food tiene oportunidad de posicionarse en el mercado al no existir este tipo de gastronomía en el sur de Quito y así aprovechar que la empresa estará ubicada en un lugar estratégico donde se puede solventar las necesidades del cliente, como indica la pregunta 11 de la encuesta, y mantenerse en el mismo ya que lo que la empresa ofrecerá es lo que buscan los posibles clientes como es el caso de la relación cantidad, precio y sabor, tomando en cuenta que una de las preguntas nos indica que la comida rápida es lo que más le interesa a los consumidores.

3.4 Entorno empresarial

3.4.1 Microentorno.

Ruruchik Mexican Food considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 16 Esquema microentorno Ruruchik Mexican Food



Chusin, Ch (2020).

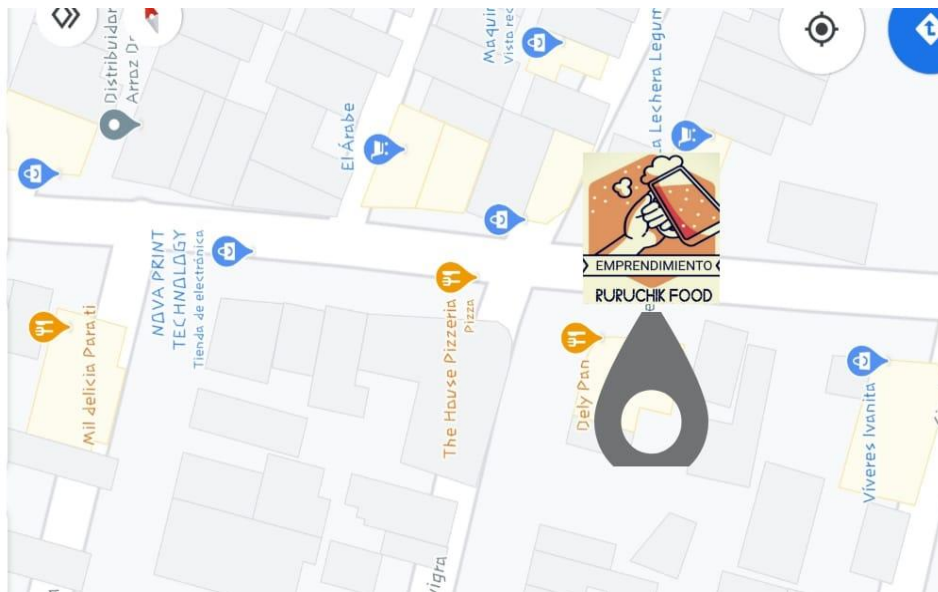
- **Competencia directa.**

Luego de realizar un recorrido en el barrio de La Gatazo se observó que la empresa no tendrá competencia directa, ya que no hay establecimientos que brinden este tipo de servicio en el sector.

- **Competencia indirecta.**

Existen varios establecimientos que brindan el servicio de venta de salchipapas establecimientos considerados como competencia indirecta, en el sector que se encuentran alrededor de la calle Toacazo donde va a funcionar el restaurante.

Ilustración 17 Mapa referencial



Google Maps. (2020). Cdla La Gatazo.

En la calle Toacazo, se encuentran 5 establecimiento de comida entres estos tenemos:

Pollos de la tri: venta de pollo broaster, papas fritas, hamburguesas y otros similares.

The House Pizzería: venta de pizza.

Rinconcito Paisa: venta de comida típica colombiana.

La cazuela: venta de comida típica / tradicional de la costa ecuatoriana

- ***Sustitutos.***

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es la cadena de almacenes Tía y almacenes Súper Pollo, estos establecimientos se encuentran ubicados en la calle Toacazo y Mulalillo. Estas cadenas de almacenes hacen las veces de sustituto al vender alimentos y bebidas preparados, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de alimentos y bebidas.

- ***Proveedores.***

Teniendo en cuenta que la satisfacción del cliente comienza cuando el proveedor entrega un producto de calidad de la misma manera la responsabilidad social es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Ruruchik Mexican Food, se ha dado prioridad en buscar proveedores de calidad.

Tabla 17 Proveedores

Detalle		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Quesos Páramo Andino	• Productos de calidad • 5 años en el mercado • Facilidades de pago (crédito) • Entrega al establecimiento	Quesos y crema agria
El Rey Plaza	• 3 años en el mercado • Productos de calidad • Facilidades de pago. • Entrega al establecimiento	Carne de res, de cerdo y pollos
Inalecsa	• Empresa líder en snacks • Facilidades de pago • Entrega en el establecimiento.	Nachos
Mercado mayorista de Quito	• Productos locales • Precios bajos • Variedad de productos	Vegetales, granos, leguminosas y papas.
Insumos de limpieza		
FEVI S. A	• Empresa con varios años de experiencia • Facilidades de pago • Entrega al establecimiento	Insumos de limpieza y desinfección
Combustibles		
Don Juan	• Empresa con varios años de experiencia • Facilidades de pago - Entrega al establecimiento	Despacho de bombonas industriales de gas.

Chusin, Ch. (2020). Proveedores. [Tabla].

- **Intermediarios.**

Ruruchik Mexican Food comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

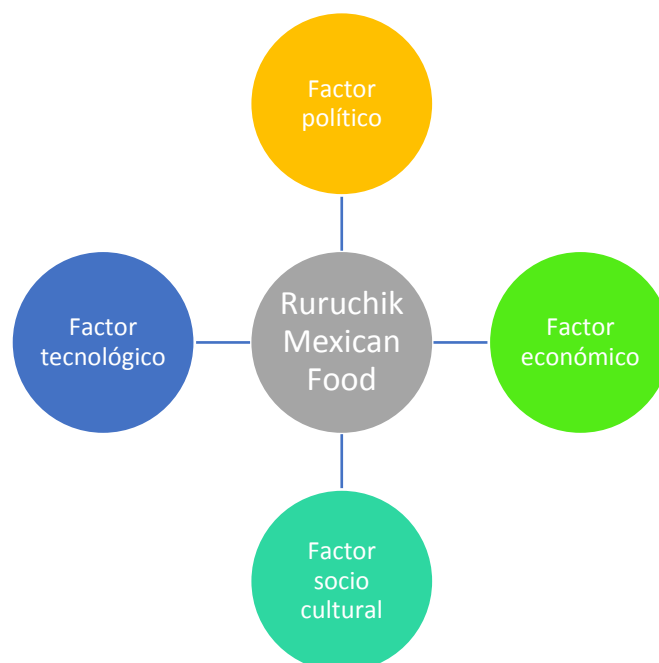
- **Clientes.**

Ruruchik Mexican Food es una empresa dirigida a clientes que desean pasar bien en un ambiente cómodo, en el cual puedan experimentar nuevos sabores de la comida mexicana, tomando en cuenta la calidad y cuidado de los detalles.

3.4.2 Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Ruruchik Mexican Food no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 18 Macroentorno Ruruchik Mexican Food



Chusin, Ch. (2020). Esquema macroentorno Ruruchik Mexican Food. [Gráfico].

- **Factor Político.**

En el D.M de Quito los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por Municipio Metropolitano De Quito, mediante la ordenanza 283 se requiere contar con una licencia metropolitana de funcionamiento. La cual habilita a personas naturales y jurídicas a la ejecución de actividades económicas en el D.M de Quito.

Para adquirir la licencia de funcionamiento se debe seguir diferentes parámetros los cuales exige la agencia de control.

Patente municipal, licencia única de actividades económicas, permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior, permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), registró de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo (según la categorización del establecimiento) y registro turístico en Quito Turismo. Cumpliendo con todos los requisitos y parámetros establecidos la empresa puede entrar en funcionamiento.

- **Factor Económico.**

En la actualidad el Ecuador está pasando por una recesión económica derivada de la pandemia de COVID-19 y su consecuente cuarentena, por esta razón la situación que atraviesa el país, producto de la pandemia se ha emprendido el proyecto “Propuestas de reactivación económica ante el COVID-19 en Ecuador” para aportar a la discusión nacional sobre las perspectivas económicas, y los impactos sociales y económicos de la emergencia, así como a la toma de decisiones en política pública. Actualmente el porcentaje de pobreza en el Ecuador es del 25%, y según el estudio realizado por los expertos de la UTPL determina podría incrementarse hasta el 27% o 29%; si los ingresos de los hogares disminuyen en un 5% o 10%, respectivamente, debido a la crisis económica provocada por la pandemia. Aun así, se considera que realizar una estimación precisa sobre el impacto social y económico de la pandemia es complejo, debido a que se desconoce su tiempo de duración. (UTPL, 2020).

Una vez aclarada esta situación, Ruruchik Mexican Food está sujeto al desarrollo económico del país, por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios esto dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador.

- **Factor Sociocultural.**

El D.M de Quito actualmente presenta un proceso cultural importante, ya que tiene diversidad en su población, ya sean ciudadanos ecuatorianos como extranjeros, esto ayuda a tener un mundo gastronómico variado que vaya a la par de las exigencias de todos los clientes.

- **Factor Tecnológico.**

En el Ecuador tras el COVID-19 la tecnología enfocada al área de restaurantes es amplia, y va desde maquinaria industrial para desinfección hasta nuevos métodos de venta y socialización con los clientes, dando paso a la digitalización de aplicaciones móviles, para organización y administración de restaurantes que permiten optimizar el trabajo desde reservas hasta toma de pedidos.

Sin mencionar que existen empresas nacionales dedicadas al diseño de aplicaciones personalizadas, según las necesidades que el negocio requiriera, esto representa un claro beneficio en un mundo cada vez más digitalizado.

3.6 Producto y servicio

Rurchik Mexican Food es un restaurante dedicado a fomentar la gastronomía mexicana basada en la conservación y valorización de su comida típica – tradicional, la cual es rica en expresión cultural e identidad. Ruruchik Mexican Food, se enfoca en la producción y elaboración de alimentos y bebidas promoviendo la innovación bajo estrictos procesos de producción que se acatan a técnicas y métodos de cocción, bioseguridad y seguridad alimentaria.

Con respecto a los servicios que presta el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen servicio a la mesa y reservas, pero también delivery (entrega a domicilio) y takeaway (servicio para llevar).

3.6.1 Producto Esencial.

En Ruruchik Mexican Food busca que sus clientes tengan un producto y servicio de calidad en un ambiente de calidad, para vivir una experiencia única en un ambiente acogedor, seguro y agradable de la misma manera degustar comida típica mexicana que a su vez lo lleve a conocer un nuevo tipo de gastronomía innovadora y preparada con ingredientes de calidad.

3.6.2 Producto real.

Ruruchik Mexican Food manejará una gran variedad de platillos típicos mexicanos con una esencia tradicional entre los que están:

- Quesadillas, una entrada tradicional en la gastronomía mexicana, la cual puede ser de tortillas de maíz o trigo, que tiene como ingrediente principal el queso que puede ser acompañada con carnes, embutidos, vegetales, etc. Cabe recalcar que en algunos lugares de México se consume sin queso.
- Tacos, son el corazón de la gastronomía mexicana tiene diferentes presentaciones, lo cual lo hace versátil, ya que pueden ser grasos o picantes según los gustos del consumidor.
- Churros, un postre que se puede disfrutar de manera perfecta entre familia una excusa para deleitarse de dulce, ya que es acompañado con manjar de leche y bañado en azúcar.

3.6.3 Características.

Ruruchik Mexican Food supervisa cada proceso de producción para brindar rigurosos procesos de calidad, bioseguridad e inocuidad para que el cliente tenga productos de primera, de la misma manera el área de servicio está dispuestos a ayudar al cliente, y así tenga una experiencia agradable dentro del establecimiento, de la misma manera a

contando con una ardua labor investigativa que permitió conocer y valorizar la gastronomía mexicana.

3.6.4 Calidad.

Se tiene en cuenta todas las acciones y procedimientos que garantizan la excelencia en productos y procesos, que se valoran en función a las expectativas del cliente, y se verifica durante todas las etapas de producción, de esta manera la gestión de establecimiento se basa en un plan de participación de todo el equipo, que será el primer paso para llevar a cabo la gestión de calidad del establecimiento con este fin se han adoptado, y diseñados manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de valor de la materia prima
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos
- Sistema de almacenamiento (FIFO)
- Tiempos de cocción por producto
- Limpieza y desinfección de áreas, superficies, batería de cocina y maquinaria
- Análisis de puntos críticos de control
- ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos)
- Alimentos potencialmente peligrosos
- Tipos y medios de contaminación

3.6.5 Estilo.

Ruruchik Mexican Food está enfocada en una temática definida de las regiones de México, para destacar y valorizar cada región y sacar de ellas lo más representativo siendo este un lugar cómodo y acogedor, los productos a ofrecer son platos típicos de la gastronomía mexicana, la propuesta está basada en la búsqueda de la implementación de un bar – restaurante temático que se enfoque en la cultura y tradición mexicana. Ruruchik Mexican Food, está enfocado a grupos familiares o personas que estén dispuestos a conocer y vivir una experiencia inolvidable.

El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano” o “emplatado”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

3.7 Marca.

Ruruchik es un término quechua que traducido al español significa emprendedor, este nombre fue elegido, ya que en momentos difíciles deben buscar soluciones y emprender en algún ámbito para no estancarnos, Ruruchik como establecimiento busca conservar nuestras raíces, ya que compartir productos similares entre Ecuador y México y de esta manera sentirse orgullosos de las costumbres y tradiciones las cuales se identifican como país.

3.7.1 Producto aumentado.

Lo que diferencia a Ruruchik Mexican Food de la competencia es su concepto y estilo innovador, que busca dar a conocer nuevas culturas y maneras de vivir la gastronomía, haciéndola al mismo tiempo vanguardista, atrevida y accesible al bolsillo del consumidor ecuatoriano promedio. En Ruruchik Mexican Food el dinero no es un impedimento para disfrutar de ambiente y comida de calidad.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Área de Cocina.

El chef administrador y el ayudante de cocina utilizarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos y colores relacionados al mismo, dichos uniformes constarán de:

- Chef administrador.

Ilustración 19 Diseño uniforme chef administrador



Chusin, Ch. (2020). Diseño uniforme chef administrador. [Ilustración].

- Chaqueta negra de mangas largas con detalles rojos con amarillos y los sellos distintivos de la empresa.
- Faldón negro con detalles amarillos con rojos horizontales.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina.
- Toga de chef.

- Ayudante de cocina.

Ilustración 20 Diseño uniforme ayudante de cocina



Chusin, Ch. (2020). Diseño uniforme ayudante de cocina. [Ilustración].

- Chaqueta negra de mangas cortas con detalles blancos y los sellos distintivos de la empresa bordados.
- Faldón negro llano.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina.
- Champiñón con los sellos distintivos de la empresa.

Personal del área de servicio.

- Mesero y cajero – recepcionista.

Ilustración 21 Diseño uniforme personal del área de servicio



Chusin, Ch. (2020). Diseño uniforme, personal del área de servicio. [Ilustración].

- Camisa gris con detalles en azul oscuro.
- Delantal de servicio color negro con detalles en blanco y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro.
- Zapatos negros.

3.8.2 Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 22 Imagotipo Rruchik Mexican Food



Chusin, Ch. (2020). Imagotipo *Rruchik Mexican Food*

Elementos a destacar:

- El arco símbolo representativo al sol con figuras autóctonas azteca.
- El sombrero representativo a los jinetes mexicanos conocidos como charros, con los colores representativos de la bandera mexicana.
- Colores usados:
 - Tono de amarillo mostaza y negro café el arco.

- Tono amarillo claro para el sombrero con franjas verdes, rojas y celeste, círculos blancos y triángulos negros que ayudan a resaltar el sombrero.

Logotipo.

Ilustración 23 Logotipo Ruruchik



Chusin, Ch. (2020). Logotipo Ruruchik. [Ilustración].

Elementos a destacar:

- Tipo de letra: la letra es de la autoría, la fuente base tiene un tamaño de 50.32 puntos, que pueden regularse según el uso. Se eligió esta fuente por lo tradicional del diseño.
- Colores usados: El relleno del logotipo tiene un color verde oscuro, que hace referencia a los nopales y plantas de agave que son representativos del país. El borde es negro y sirve simplemente para marcar la forma de la letra.

Isotipo.

Este isotipo es un extracto del imagotipo de la empresa y servirá como una representación gráfica más sencilla que ayude a la rápida identificación de la marca.

Ilustración 24 Isotipo Ruruchik



Chusin, Ch. (2020). Isotipo Ruruchik. [Ilustración].

Tarjetas de presentación.

En el anverso pueden apreciarse elementos como el sombrero representativo mexicano, nachos y un recipiente con guacamole. En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, y se pueden observar elementos como el logotipo y distintivos de la empresa.

Ilustración 25 Anverso tarjeta de presentación

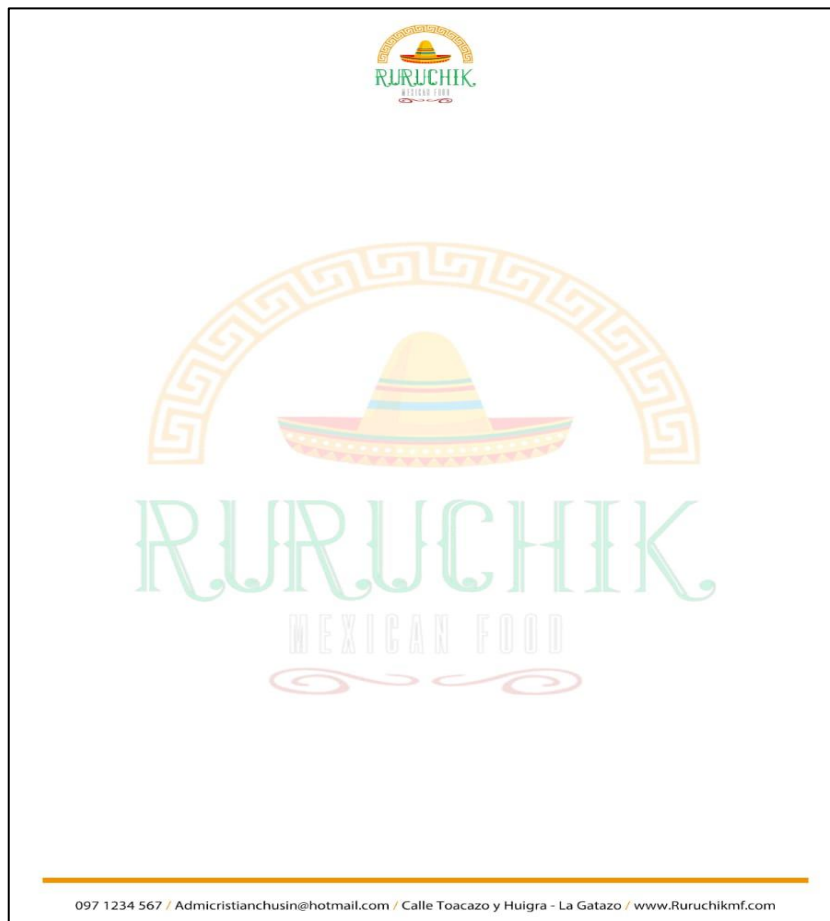


Chusin, Ch. (2020). Reverso tarjeta de presentación. [Ilustración].

Hoja membretada.

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

Ilustración 26 Hoja membretada



Chusin, Ch. (2020).

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta física de Ruruchik Mexican Food es su establecimiento ubicado en el sur del D.M de Quito en la Cdla. La Gatazo, entre las calles Huigra y Toacazo.

- **Promoción.**

- * El principal y más accesible por la pandemia que estamos cruzando es la promoción por redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp business.
- * Una vez el negocio esté mejor posicionado se optará por la entrega de flyers publicitarios en los cuales el cliente conocerá los productos.

- **Contacto.**

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.
- * Twitter.
- * Instagram.

- **Correspondencia.**

- * A través de mail corporativo.

- **Negociación.**

- * Directa en el establecimiento.
- * A través de videoconferencia.
- * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 18 Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$6.00
Publicidad Facebook	8 veces por mes	\$25.00
Publicidad Twitter	5 vez por mes	\$15.00
Publicidad Instagram	8 veces por mes	\$25.00
TOTAL		\$71.00
TOTAL, ANUAL		\$852.00

Chusin, Ch. (2020). Proveedores. [Tabla].

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo de emprender y aportar con capital, patrimonio y tiempo es más allá que un sueño, es conseguir un beneficio que se logra con tiempo en que el establecimiento esté en mercado, para lograr el objetivo esperado que es el posicionamiento de la marca.

De la misma manera el riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Ruruchik Mexican Food sino el sector turístico y de restauración en general es la Emergencia Nacional por COVID -19.

Con esto el establecimiento corre riesgo de contagios de colaboradores, ya que tienen contacto directo con los clientes, esto hace que estén expuestos, y con esto sería buscar un remplazo en su tiempo de recuperación (confinamiento).

Los restaurantes deben tener especial cuidado tanto en el proceso de producción, desde la compra de la materia prima hasta el servicio del producto final.

La oportunidad más grande es reinventarse en un mercado donde las exigencias son mayores, para esto se debe posicionar en un mercado digital ocupando estrategias de marketing digital, donde tener presencia en el mundo digital permite al negocio ser encontrado con más facilidad, además de tener un alcance publicitario más amplio y ofrecer otro tipo de servicios como por ejemplo, pagos realizados a través de banca virtual

o móvil esto conlleva al desarrollo de nuevas aplicaciones que ayudan a optimizar los procesos, ya sea en toma de pedidos, logística para abastecimiento de insumos. De esta manera existe una reducción de costos y la minimización de pérdidas.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas presentadas a continuación, fueron calculadas 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:

- Quesadillas de res
- Flautas de pollo con queso.
- Churros

- **Entrada, quesadillas de res.**

Tabla 19 Entrada, receta estándar de costos

			RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL PLATO:	Quesadillas de res		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:			Chef: Christian Chusín	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Tortillas de trigo	gr	2,50	30	0,08
Aceite de oliva	ml	2,99	15	0,04
Sal	ml	0,49	5	0,00
Pimienta	gr	1,93	2	0,00
Agua	gr	0,59	100	0,06
Pulpa de res	gr	2,25	90	0,20
Ajo	gr	1,10	3	0,00
Aguacate	gr	0,30	50	0,02
Cebolla	gr	0,80	50	0,04
Vinagre	ml	1,99	5	0,01
Tomate	gr	1,00	30	0,03
FOTO:			Total, Bruto	0,49
			10 % Imprevisto	0,05
			Costo Neto	0,53
			Gasto de fabr. 15%	0,08
			Factor Costo 33,33%	0,18
			M.O. 45%	0,24
			G. Adm. 12%	0,06
			45 % Utilidad	0,24
			Sub total	1,34
			12 % I.V.A.	0,16
			10 % Servicio	0,00
			Total	1,50

Chusin, Ch. (2020). Entrada, receta estándar de costos, [Tabla].

- **Plato fuerte, Flautas de pollo y queso.**

Tabla 20 Plato fuerte, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Flautas de pollo		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:			Chef: Christian Chusín	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
tortillas de maíz	Gr	2,50	60	0,15
cebolla perla	Gr	1,00	45	0,05
Sal	Gr	0,49	15	0,01
ajo	Gr	1,10	5	0,01
pimienta	Gr	1,93	2	0,00
pechuga de pollo	Gr	2,25	100	0,23
jamón	Gr	3,39	10	0,03
queso mozzarella	Gr	5,00	80	0,40
tomate	Gr	1,00	25	0,03
cebolla paiteña	Gr	1,00	45	0,05
ají	Gr	2,00	15	0,03
limón	Ml	1,00	25	0,03
aceite de oliva	Ml	2,99	250	0,75
FOTO:			Total, Bruto	1,74
			10 % Imprevisto	0,17
			Costo Neto	1,92
			Gasto de fabr. 15%	0,29
			Factor Costo 33,33%	0,64
			M.O. 45%	0,86
			G. Adm. 12%	0,23
			45 % Utilidad	0,86
			Sub total	4,80
			12 % I.V.A.	0,58
			10 % Servicio	0,00
			Total	5,38

Chusin, Ch. (2020). Plato fuerte, receta estándar de costos. [Tabla].

- Postre, churros.

Tabla 21 Postre, receta estándar de costos

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Churros		Código: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:			Chef: Christian Chusín	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Harina	Gr	2,08	90	0,19
Sal	Gr	0,49	0,5	0,00
agua	Ml	0,25	150	0,04
Azúcar	Gr	2,20	60	0,13
aceite	Ml	1,30	4	0,01
FOTO:			Total, Bruto	0,36
			10 % Imprevisto	0,04
			Costo Neto	0,40
			Gasto de fabr. 15%	0,06
			Factor Costo 33,33%	0,13
			M.O. 45%	0,18
			G. Adm. 12%	0,05
			45 % Utilidad	0,18
			Sub total	1,00
			12 % I.V.A.	0,12
			10 % Servicio	0,00
			Total	1,12

Chusin, Ch. (2020). Postre, receta estándar de costos. [Tabla].

3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 22 Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$500	\$3000	\$6.000

Chusin, Ch. (2020). Arriendo del local. [Tabla].

- **Equipos industriales.**

Tabla 23 Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Freidora + plancha	1	\$475	\$475
Cocina industrial 4 quemadores + horno incluido	1	\$400	\$400
Refrigerador Indurama Ri530	1	\$587.63	\$587.63
Mesa de trabajo + Congelador	1	\$790	\$790
Licuada Oster 60W	1	\$84.55	\$84.55
Campana extractora con filtro	1	\$260	\$260
Lava platos más trampa de grasa	1	\$500	\$500
Centralita de gas 2 tanques	1	\$187	\$187
Tanques industriales de gas 5kg	2	\$98	\$196
Balanza digital	1	\$45.00	\$45.00
TOTAL			\$3.525.18

Chusin, CH. (2020). Equipos industriales. [Tabla].

- **Equipos de computación.**

Tabla 24 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Netbook Lenovo	2	\$370	\$740
Impresora y scanner Epson	1	\$326	\$326
Datafast alámbrico	1	\$240	\$240
TOTAL			\$1.306

Chusin, Ch. (2020). Equipos de computación. [Tabla].

- **Muebles y enseres.**

Tabla 25 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Archivador de acero color negro	1	\$64	\$64
Taburete counter	1	\$50	\$50
Juego de mesas y sillas, 4 Puestos	6	\$328	\$1968
Estantería metálica	2	\$100	\$200
Mesa de acero inoxidable pequeña 1.00*1.00	1	\$70	\$70
Plato cuadrado tendido	40	\$1.25	\$50.00
Plato para postre	40	\$1.96	\$78.40
Góndolas para lasagna	40	\$1.35	\$54.00
Vaso 325ml	40	\$0.99	\$39.60
Jarra de vidrio 1L	5	\$1.98	\$9.9
Juego de cubiertos 101 piezas	2	\$50	\$100
Tabla de picar grande	3	\$15	\$45
Set de chuchillos (5 piezas)	2	\$32	\$32
Regleta imán para cuchillos	1	\$23	\$23
Juego cuchareta, espumadera, cucharón, espátula	2	\$5.43	\$10.86
Gaveta industrial	6	\$10.50	\$63
Set de ollas indalum	1	\$14.99	\$59.96
Tamiz de acero inoxidable	2	\$2.50	\$5.00
Batidora con pedestal Hamilton beach	1	\$65.00	\$65.00
Maquina laminadora de tortillas	1	\$200.00	\$200.00
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	4	\$30.00	\$120.00
Juego de sartenes Tramontina, 3 piezas	4	\$18.00	\$72.00
Juego de Pirex PROREX	1	\$25	\$25
Recipientes para alimentos	10	\$6.00	\$60
TOTAL			\$3.464.72

Chusin, Ch. (2020). Muebles y enseres. [Tabla].

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 26 Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor	2	\$35	\$70
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18	\$18
Dispensador de alcohol y jabón líquido	7	\$6.99	\$48.93
Detector de humo	2	\$10.89	\$21.78
Detector de gas GLP	2	\$16.97	\$33.94
Rótulos de señalética	6	\$3.50	\$21
TOTAL			\$213.65

Chusin, Ch. (2020). Equipos industriales de seguridad. [Tabla].

- **Suministros de oficina.**

Tabla 27 Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, resmas	3	\$3.50	\$10.50
Grapadora	1	\$2.60	\$2.60
Grapas (caja)	3	\$1.60	\$4.80
Resaltadores	3	\$0.75	\$2.25
Esferos Big caja 24 unidades	1	\$5.50	\$5.50
Perforadora	1	\$4.73	\$4.73
Libreta	2	\$2.50	\$5.00
Carpeta de cartón 25 unidades	1	\$0.20	\$5
Tijera	1	\$1.00	\$1.00
TOTAL			\$143.03
TOTAL, ANUAL			\$1716.36

Chusin, Ch. (2020). Equipos industriales de seguridad. [Tabla].

- **Servicios básicos.**

Tabla 28 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$50.00
Luz	\$60.00
Teléfono	\$25.00
Internet	\$25.00
TOTAL	\$160.00
TOTAL, ANUAL	\$1920

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 29 Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	4	\$2.99	\$11.96
Trapeador	2	\$15	\$30.00
Cloro 1 Gal	1	\$3.95	\$3.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$11.48	\$11.48
Fibra/lustre	5	\$0.92	\$4.60
Esponja lavaplatos	5	\$1.40	\$7.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.16	\$2.32
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.29	\$2.58
Pala	2	\$2.69	\$5.38
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	2	\$1.99	\$3.98
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$105.74
TOTAL, ANUAL			\$1268.98

Chusin, Ch. (2020). Materiales de limpieza. [Tabla].

3.11 Estudio arquitectónico

El diseño del establecimiento es un instrumento de marketing e influye positivamente en las ventas. Los clientes de un restaurante ya no esperan solo encontrar buena comida, sino que buscan vivir una experiencia, en la que el interiorismo del restaurante cobra una especial importancia, con esto para el diseño se toma en cuenta la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a atender y el número de clientes o aforo que se manejará. En la cocina, se ha considerado el espacio que necesitarán los cocineros para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades de la misma manera con distribución, la cual este separado la cocina caliente con cocina fría, el lugar de despacho y lugar de almacenamiento.

No sé ha tomado en cuenta agregar espacios específicos para bodegas, oficinas considerando que no cuenta con espacio suficiente para estas áreas, pero si se ha considerado un espacio específico para que los colaboradores pueden colocar sus pertenencias en horas laborables.

Estructura interna del establecimiento.

- Plano arquitectónico del establecimiento (ver anexo B).

CAPÍTULO IV

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para mantener la formalidad del negocio, este requiere ajustarse a su lugar de implantación por lo que se necesita tener los siguientes documentos:

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

RUC (Registro Único de Contribuyente)

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas

Se necesita:

- Copia de cédula.
- Papeleta de votación.
- Formulario de la actividad a la que va a pertenecer.
- Se estipula si es persona natural o jurídica.
- Natural: una sola persona.
- Jurídica: sociedades.

Este trámite se lo puede realizar a través de la página web: www.sri.gob.ec (SRI, 2020)

- **Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA**

- RUC.
- Carnets ocupacionales.
- Plano arquitectónico (escala de 1 a 30 de la infraestructura).
- Foto de la fachada.
- Cédula y papeleta de votación vigentes.
- Curso de manipulación de alimentos.
- Llenar formulario en página del ARCSA.

Este trámite se lo puede realizar a través de la página web:
<https://www.controlsanitario.gob.ec/> (agencia de regulacion, 2020)

Carnet ocupacional

- Examen de sangre, heces y orina.
- Control médico.
- Foto tamaño carnet.
- \$ 0.50 ctvs.

Este trámite se lo puede realizar a través de la página web: <http://www.trabajo.gob.ec/>
(Mnisterio de relaciones laborales, 2020)

- **Municipio de Quito**

El Municipio se encarga de entregar los siguientes documentos:

- **Línea de fábrica:** documento que informa mediciones exactas del plano arquitectónico y del terreno. Requisitos:
 - Copia simple de las escrituras debidamente registradas (legibles).
 - Presentación de cédula y certificado de votación.
 - Copia del impuesto predial vigente.
 - Certificado de no adeudar al Municipio vigente.
 - Pago de la tasa administrativa (0.5% S.B.U).
- **Permiso de suelo:** permiso que avala que la infraestructura este apta para el negocio que se requiere. Requisitos:
 - Ingresar a la dirección electrónica:
https://pam.quito.gob.ec/mdmq_web_icus/icus/buscarPredio.jsf.
 - El trámite no tiene precio.

- **Patente:** codificación y nombre de la actividad económica social. Requisitos:

- Formulario de solicitud para el registro de patente (1.00 USD)
- Copia de cédula y certificado de votación.
- Copia de (RUC) o (RISE)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.
- En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas no obligadas a llevar contabilidad (form. 102) Si son artesanos, copia de calificación artesanal vigente.
- Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente)
- Formulario de solicitud para registro de patente (1,00 USD). Según el avalúo establecido en la Ordenanza Municipal, y de acuerdo a la actividad y/o declaración de impuesto a la renta ejercicio económico anterior. (El costo no considera el IVA).

Este trámite se lo puede realizar a través de la página web: <https://pam.quito.gob.ec> (municipio de quito, 2020)

- **Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE):** es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, al desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el D.M de Quito.

- Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE).
- Copia de cédula original del titular o representante legal.
- RUC original.
- El trámite no tiene costo.

Este trámite se lo puede realizar a través de la página web: <https://pam.quito.gob.ec> (municipio de quito, 2020)

Inspección del Cuerpo de Bomberos:

- Infraestructura interna y externa que sea segura.
- Terreno (firme). (Cuerpo de bomberos Quito, 2020)

Inspección de equipamiento

- Cocina, ductos, cañerías, etc.
 - Tuberías de agua potable de color verde, de color rojo para hidrantes y cisternas. De color amarilla tuberías de gas.
 - Luz eléctrica.
 - Recomendaciones de señalética.
 - Plan de contingencia. Es un documento de planificación a futuro para la prevención de riesgos naturales, como antrópicos (daño ocasionado por el ser humano).
 - Con todos los documentos obtenidos en el Municipio se tiene la Licencia Única de Actividades Económicas / LUAE (Cuerpo de bomberos Quito, 2020)
-
- **Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS**

Se saca el número patronal, esto sirve para afiliar a los trabajadores y se necesita:

- Papeleta de votación.
- RUC (copia).
- Cédula de identidad.

El tener número patronal obliga a pagos puntuales con sus respectivos aportes a los trabajadores, este trámite se lo puede realizar a través de la página web: <https://www.iess.gob.ec/> (iess, 2020)

- **Ministerio de Relaciones Laborales**

Se encarga de legalizar las contrataciones de los trabajadores como también la salida de los mismos. (Mnisterio de relaciones laborales, 2020)

- **Ministerio de Hidrocarburos**

Ministerio que se encarga del control y regulación de:

- Cañerías.
- Ductos.
- Mangueras.
- Tanques de gas.
- Centralina de gas. (ministerio de hidrocarburos, 2020)

CAPÍTULO V

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área.

El objetivo principal de los impactos ambientales es, identificar las actividades que son generadas por el desarrollo del establecimiento, el cual está dirigido a prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos ambientales que se causa por el continuo desarrollo de sus actividades.

Toda actividad gastronómica para el buen funcionamiento del establecimiento requiere la manipulación de alimentos, bebidas, condiciones de sanidad y limpieza, manejo de residuos sólidos, líquidos y gaseosos que son generados por cada uno de los procesos desarrollados en el establecimiento. Por lo tanto, es indispensable identificar que impactos que genera cada actividad junto a los equipos y materiales utilizados en cada una de estas.

Ruruchik Mexican Food tomará medidas preventivas para reducir o eliminar los impactos negativos generadas por las actividades del establecimiento, por lo tanto, el funcionamiento de un entorno adecuado y uso responsable del agua, bajo consumo de energía, materia prima e insumos controlados, poca generación de vertimientos y mínima generación de residuos.

5.2 Impacto ambiental.

Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación por residuos (sólidos, líquidos y gaseosos).**
- **Contaminación en agua residuales no domésticas.**
- **Contaminación auditiva:** La aglomeración de personas dentro del establecimiento puede causar ruido constante logrando alterar a las personas.

- **Contaminación por desechos producido en cocina en la atmósfera:** En la preparación de alimentos se generan emisiones en la atmósfera, productos de combustión del gas utilizado en la cocina del establecimiento.
- **Consumo de electricidad:** En el tiempo que el establecimiento esté en funcionamiento existirá consumo de energía la cual es imposible controlar gracias a los equipos que estén en uso.
- **Desperdicio de agua:** Es uno de los servicios de primera necesidad que son indispensable en los procesos y esto conlleva al despilfarro y mal uso.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados.

- Para la cocina y área de clientes se deberá limpiar los derrames de cualquier líquido y/o sustancia tóxica con el fin de mitigar accidentes, de la misma manera toda sustancia inflamable debe estar protegida y almacenada bajo condiciones de seguridad y restringida de acuerdo con las normas, el uso y el grado de peligrosidad.
- La manipulación de alimentos se desarrollará capacitaciones y planes de una buena manipulación de alimentos, adecuar implementos los cuales permitan manipular la metería prima, y así desarrollar una orientación empresarial con responsabilidad ambiental.
- Los residuos sólidos se tendrán en cuenta la separación en la fuente mediante un plan de trabajo del establecimiento, esto permitirá enfocar principalmente en la reducción de desechos.
- El uso del agua como medida principal es reducir su consumo mediante programas de concientización, con los empleados llevándolos a generar una adaptación y concientización en el uso de cantidades necesarias en procedimientos de limpieza, ya sea de pisos o baños.

5.3 Impacto social.

Ayuda desinteresada en catástrofes.

Ruruchik Mexican Food prestará su infraestructura, ya que no está exentos a tragedias ya sean naturales u ocasionadas por el hombre, esto permitirá tener mayor confianza con los clientes, empleados y habitantes del sector.

Igualdad de género.

Conocer, sistematizar, intercambiar y/o aprender, sería la base con los colaboradores utilizando medidas como la sensibilización, y un lenguaje no sexista dentro de las comunicaciones internas del establecimiento, para que los colaboradores tengan una mejor experiencia dentro de la empresa.

Apoyo a pequeños productores:

Cocinando con alimentos orgánicos y frescos teniendo como propósito favorecer esta forma de consumo, ya que la mayoría de materia prima que se utiliza en la elaboración de la gastronomía mexicana se produce en el Ecuador especialmente en la zona andina motivo por el cual se podrá consumir productos cosechados directamente de los productores, colaborando así con este sector de la agricultura ecuatoriana, creando un beneficio mutuo entre el productor y Ruruchik Mexican Food.

CAPÍTULO VI

6. Proceso financiero

6.1. Introducción

En el capítulo presente se detalla a continuación el análisis financiero del proyecto en cuestión donde se permitirá definir la factibilidad del mismo desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación.

6.2. Inversiones

Para que el establecimiento funcione son necesarios diferentes activos para llevarlo a una operación correcta. La inversión es el capital empleado en cualquier actividad o negocio legal con el objetivo de mantenerlo de esta manera podemos incrementarlo y de esta manera obtener la recepción de beneficios posteriores. (Calleja, 2018)

Se encuentra una Inversión que consta de **Activos Fijos**: que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos 8583.96.

Tabla 30 Inversiones

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Equipos Ind. / seguridad	3738,83
Equipos de Computación	1576,95
Muebles - enseres	3268,18
Total	8583,96

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

6.3. Activos diferidos

Para poder tener un plan financiero completo, es preciso estimar los gastos que se deban tomar en cuenta para el establecimiento.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$600 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 31 Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	600,00

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

6.4. Capital de trabajo

En lo que corresponde al establecimiento, en el período de un año cuenta en sueldos con 25183.20, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$1920.00, material de oficina (papelería, lápiz, etc.) el valor \$1716.36, (trapeador, desinfectante, etc.) \$634.44. De dólar, el alquiler de local por \$6000.00, publicidad un valor de doscientos cuatro dólares, costo de materia prima de tres mil dólares, gastos financieros \$3584.73, total de Inversión es de \$51126.69.

Tabla 32 Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	25183,2
Servicios Básicos	1920
material oficina	1716,36
material limpieza	634,44
Activos fijos/activos diferidos	8883,96
alquiler local	6000
Publicidad	204
adquisición de materia prima	3000
gastos financieros	3.584,73
TOTAL, INVERSION	51126,69

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

6.5. Sueldos

Tabla 33 Sueldos

Detalle					
PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
gerente chef	600	7200	680,4	874,8	7394,4
ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
mesero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1800	21600	2041,2	2624,4	22183,2

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

Tabla 34 Decimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL, DECIMOS
gerente chef	600	400	600	1000
ayudante de cocina	400	400	400	800
Mesero	400	400	400	800
Cajero	400	0	400	400
TOTAL	1800	1200	1800	3000

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

Tabla 35 Total de sueldo Anual

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
22183,2	3000	25183,2

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

Depreciación activos fijos.

En esta tabla 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 \$1226,30.

Tabla 36 DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos Ind.	3738,83	10%	373,883
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	1576,95	33,33%	525,597435
Muebles y Enseres	3268,18	10%	326,818
			1226,30

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

6.6. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$120.00, ya que el monto por constitución equivale a seiscientos dólares.

Tabla 37 Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	600	20%	120

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

6.7. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$25521.44 que equivale a una estructura del 54%; costo 13% con una tasa de descuento de 7,0 %; por otra parte el Capital Financiero 25605.24 que con una estructura del 46% , el costo 14 % que otorga el 6,4 % de tasa de descuento; con un Total Inversión de 51126.69 que en la suma absoluta 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 13,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 37. Capital. (2020). Chusín. Ch.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	25521,44	50%	13%	6,5%	
Capital Financiero	25605,24	50%	14%	7,0%	
TOTAL, INVERSION	51126,69	100%		13,5%	TMAR

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

6.8. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 38 Tabla de amortización

MONTO	25605,24			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25605,24
1	7458,39	3.584,73	3.873,65	21.731,59
2	7458,39	3.042,42	4.415,96	17.315,63
3	7458,39	2.424,19	5.034,20	12.281,43
4	7458,39	1.719,40	5.738,99	6.542,44
5	7458,39	915,94	6.542,44	0,00
		11.686,69		
		INTERES ANUAL		3.584,73
		INTERES SEMESTRAL		1792,37

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$25605.24 con una tasa del 14 % en un plazo de cinco años; lo que conlleva al pago de \$11686.69 que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.9. Punto de equilibrio

Tabla 39 Datos para el punto de equilibrio

costos fijos	
materia prima	166
arriendo	500
sueños	2098,6
ser. Básicos	160
Total	2924,6

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

Tabla 40 Margen de contribución

RECETA ESTANDAR			
precio	7,99		
costo	2,59		
ganancia	5,4	MARGEN DE CONTRIBUCION	

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

Tabla 41 Punto de Equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION				
PE=	542			
	542	Servicios	18,1	diario
	Precio promedio	2,66		
VENTA	542	9,5	4327,3	
Costo	542	2,59	1402,7	
GASTO			2924,6	
PUNTO DE EQUILIBRIO			0	

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

Tabla 42 Proyección de ventas

VENTAS PROYECTADAS			
935	8882,5	106590	ventas
935	2421,65	29059,8	costo

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

En el punto de equilibrio establece la cantidad de menús a vender para tener una rentabilidad, para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta de $18.1 = 19$ menús para no llegar a la quiebra, mientras que, si se vende 25 menús diarios, es decir 7125.00 dólares al mes se lograra una buena rentabilidad.

6.10 Flujo de ventas

El costo de venta se basa en un período de cinco años en el mismo que tendrá ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 43 Flujo de ventas

Detalle						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		106590	109798,36	113103,29	116507,70	120014,58
COSTO DE VENTAS		29060	29934,50	30835,53	31763,68	32719,76
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		77530,20	79863,86	82267,76	84744,02	87294,82
GASTOS ADMINISTRATIVOS		25183,20	25941,21	26722,04	27526,38	28354,92
SERVICIOS BASICOS		1920,00	1977,79	2037,32	2098,65	2161,82
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		2350,80	2421,56	2494,45	2569,53	2646,87
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		4200,00	4326,42	4456,65	4590,79	4728,97
PUBLICIDAD		204,00	210,14	216,47	222,98	229,69
DEPRECIACIONES		559,76	559,76	559,76	559,76	559,76
AMORTIZACIONES		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
UTILIDAD OPERATIVA		43052,45	44366,98	45721,08	47115,94	48552,78
GASTOS FINANCIEROS		7458,39	3477,82	2771,11	1965,46	1047,02
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		35594,06	40889,16	42949,97	45150,48	47505,76
BASE IMPOSITIVA		7474,75	14822,32	15569,36	16367,05	17220,84
UTILIDAD NETA		28119,31	26066,84	27380,60	28783,43	30284,92

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$28119.31 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de 30284.92.

6.11. Flujo de caja

El flujo de caja se entiende en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado o preestablecido, permitiendo así llevar un control tanto de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de liquidez que posee la empresa.

Detalle						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		43052,45	44366,98	45721,08	47115,94	48552,78
DEPRECIACION		559,76	559,76	559,76	559,76	559,76
AMORTIZACION		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
- BASE IMPOSITIVA		7474,75	14822,32	15569,36	16367,05	17220,84
- GASTOS FINANCIEROS		7458,39	3477,82	2771,11	1965,46	1047,02
- PAGO CAPITAL		7.458,39	5.047,93	5.754,64	6.560,29	7.478,73
= FLUJO NETO DE CAJA	-51126,69	21.280,68	21.638,66	22.245,72	22.842,89	23.425,95

Tabla 44 Flujo de Caja

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$21280.68, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$23425.95.

6.12. Cálculo del TIR y el VAN

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

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

6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión (-); el van es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 31033.22

6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 32,47% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 18,97% con el TMAR.

Tabla 45 TIR/VAN

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	31.033,02
TIR	32,47%
TMAR	13,50%

Chusin, Ch. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones

Una conclusión establecida con la apertura del establecimiento es el resultado de un proyecto de esta manera adaptar y distribuir el espacio necesario para el buen funcionamiento, ya que tanto el área de cocina con el comedor es totalmente independiente, de esta manera contamos con lo necesario para operar y brindar el confort que el cliente necesita.

Se logró identificar que los clientes potenciales tienen conocimiento de la gastronomía mexicana, esto ayuda a identificar la manera de operar antes de la apertura del establecimiento, tomando como base la preferencia de los encuestados, de acuerdo con los resultados debemos hacer énfasis para que el servicio al cliente, ya que es la parte más importante al momento de elegir un restaurante.

Para el proyecto del restaurant Ruruchik Mexican Food se llegó a la conclusión que el proyecto necesita una inversión de 55605.24 el cual será financiado un 54% con fondos propios y el 46% restante por medio de un préstamo al banco. El cual ayudará a mantenerse en pie un año de esta manera la continuidad en el mercado, este tiempo también será tomado como período de recuperación de la inversión realizada, con el estudio realizado en el sector sur del D.M de Quito, llevó a la conclusión que el establecimiento es viable técnica, económica y financieramente.

7.1 Recomendaciones

Se propone a continuación una serie de recomendaciones para fortalecer el éxito del establecimiento, estas recomendaciones deberán ser consideradas a largo o corto plazo.

- Es importante cuidar la salud de los clientes, usando materia prima de calidad y de producción limpia.
- Se recomienda que cuando se esté implementando el producto se controle la rotación de alimentos en donde el consumidor demande con mayor frecuencia, de esta manera buscar disminuir las posibles pérdidas
- No obstante, es necesario mantener siempre estándares superiores de calidad, higiene y seguridad alimenticia, tener personal especializado en la cocina y atención a los clientes en todos los ámbitos, innovar constantemente el servicio que ofrece el establecimiento y sobre todo preocuparse por satisfacer las necesidades variantes de los consumidores.

Referencias

ACOSTA OVIEDO, K. C. (24 de mayo de 2012). EOI. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>

Agencia de regulación, c. y. (2020). arcsa. pág. <https://www.controlsanitario.gob.ec/>.

ARDISENY. (04 de octubre de 2017). Entorno de las organizaciones. Obtenido de <https://www.ardiseny.es/wordpress/el-entorno-de-las-organizaciones-micro-y-macro-entorno/#:~:text=An%C3%A1lisis%20PEST%3A%20El%20an%C3%A1lisis%20que,entorno%20externo%20de%20la%20empresa.>

Armstrong, P. K. (2017). Fundamentos de marketing.

Aula MHE enseñanza en línea. (s.f.). Aula MHE enseñanza en línea. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/CAPÍTULO/8448199359.pdf>

Barra, S. L. (2018). operaciones administrativas de recursos humanos.

Calleja, J. (2018). LA INFORMACION ECONOMICO-FINANCIERA EN LA EMPRESA.

Cámara de comercio de Quito. (10 de julio de 2018). cámara de comercio de Quito. Obtenido de <https://ccq.ec/>

CARDENAS, H. (2019). RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES EN HOTELES Y RESTAURANTES.

Chanduvi, W. (08 de abril de 2011). Muestreo Aleatorio Estratificado. Obtenido de <http://www.limaeste.gob.pe/Virtual/estadistica/estadisticaData/Capacitacion/ESTADISTICA%20APLICADA/Seminario/Seminario/Archivo%205%20Muestreo/Muestreo%20estratificado/Muestreo%20Estratificado.pdf>

Coursea. (2018). Obtenido de [https://mooc.es/course/introduccion-al-mercado/\(s.f.\)](https://mooc.es/course/introduccion-al-mercado/(s.f.)).

Cuerpo de bomberos Quito. (2020). <https://www.bomberosquito.gob.ec/>.

Flores, E. (09 de junio de 2020). Marketing Gastro económico. Obtenido de <https://escuelamarketingastronomico.net/tendencias-en-nuevas-tecnologias-para-restaurantes/>

Francisco E. Argote, H. S. (5 de mayo de 2009). INVESTIGACIÓN DE MERCADO SOBRE EL GRADO DE ACEPTACIÓN DE LA CARNE DE CUY (CAVIA PORCELLUS). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-35612009000100008

García Milán, A. (23 de marzo de 2018). Funnel. Obtenido de <https://funnel.mx/blog/que-es-un-logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo/>

google maps. (2020). Cdla. la Gatazo. google maps.

Gourmet de México. (29 de abril de 2019). Obtenido de <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/cuales-los-puestos-trabajo-en-la-cocina/>

Hartley, R. A. (2018). Marketing.

iess. (2020). iess. quito: <https://www.iess.gob.ec/>.

Lazo, C. M. (2017). elaborar y asesorar una investigación de tesis.

maps, g. (2020). Cdla. la Gatazo. págs. <https://www.google.com.ec/maps/search/Restaurantes/@-0.2616047,-78.5452077,19z/data=!4m7!2m6!3m5!1sRestaurantes!2s-0.262665,+78.544683!4m2!1d->.

maps, G. (2020). Cdla. la Gatazo. págs. <https://www.google.com.ec/maps/search/Restaurantes/@-0.2616047,-78.5452077,19z/data=!4m7!2m6!3m5!1sRestaurantes!2s-0.262665,+78.544683!4m2!1d->.

maslow. (2020). pirámide de Maslow. págs. Pirámide de Maslow. [Gráfico]. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

Méndez, A. (2018). centralización y descentralización.

ministerio de hidrocarburos. (2020). <http://historico.hidrocarburos.gob.ec/>.

ministerio de turismo. (2018). reglamento turístico de alimentos y bebidas. Quito.

Ministerio de relaciones laborales. (2020). carnet de trabajo.

Mondragon, A. (2015). La gastronomía mexicana es reconocida en todo el mundo. El financiero, 1.

muestreo, e. y. (2018). Ciro Martínez Bencardino. ECOE, EDICIONES.

municipio de quito. (2020). <https://pam.quito.gob.ec>.

municipio de quito. (2020). quito: <https://pam.quito.gob.ec>.

Osorio, C. A. (2017). COSTOS Y PRESUPUESTOS.

Perevochtchikova, M. (2018). La evaluación del impacto ambiental.

SRI. (2020). SRI. pág. www.sri.gob.ec.

UTPL. (1 de mayo de 2020). UTPL. Obtenido de noticias.utpl.edu.ec: <https://noticias.utpl.edu.ec/covid-19-en-ecuador-potenciales-impactos-en-la-pobreza>

Anexos.

Anexo A. Propuesta de encuesta.

RURUCHIK FOOD

ESTA ENCUESTA ESTA ENCAMINADA PARA CONOCER LA FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO GASTRONOMICO CON TEMATICA MEXICANA EN SUR DE QUITO

***Obligatorio**

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico _____

Marque el rango de su edad:

☐ entre 15 y 20 años

☐ entre 20 y 30 años

☐ entre 30 y 40 años

☐ mas de 40 años

¿Conoce usted el barrio la Gatazo?

☐ Sí

☐ No

¿Visita establecimientos de comida en el barrio La Gatazo?

☐ Sí

☐ No

Anexo 1 encuesta

¿Con cuántas personas suele frecuentar establecimientos de comida?

- ☐ De 1 a 5 personas
- ☐ De 6 a 11 personas
- ☐ De 12 a 17 personas
- ☐ 17 o más

¿Qué tipo de comida consume con frecuencia?

- ☐ comida rápida
- ☐ comida típica / tradicional (sierra)
- ☐ comida típica / tradicional (costa)

¿Con qué frecuencia suele consumir comida rápida?

- ☐ diario
- ☐ semanal
- ☐ mensual

¿Qué característica del servicio le interesaría más?

- ☐ sabor
- ☐ precio
- ☐ cantidad a servir

¿Tiene conocimiento sobre comida típica mexicana?

- ☐ Sí
- ☐ No

Marque las opciones de comida típica mexicana que ha consumido:

- ☐ tacos
- ☐ burritas
- ☐ enchiladas
- ☐ quesadilla
- ☐ flautas
- ☐ Todas las anteriores
- ☐ Otros: _____

usted prefiere:

- ☐ servicio a la carta
- ☐ tipo buffet
- ☐ combos

¿Tiene conocimiento de establecimientos en el sur del D.M Quito que elaboren este tipo de productos ?

- ☐ Sí
- ☐ No

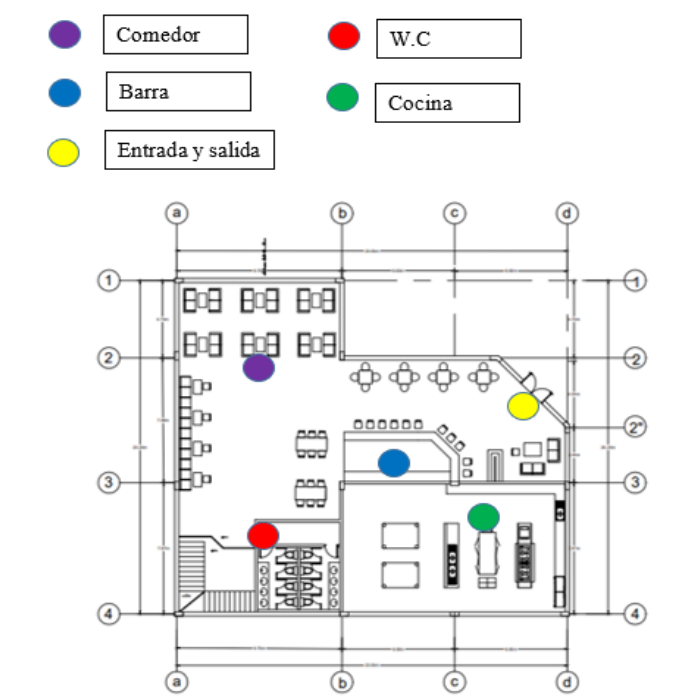
¿Le gustaría visitar un lugar de comida típica mexicana en el sector sur del D.M de Quito ?

- ☐ Sí
- ☐ No

☐ Enviarme una copia de mis respuestas

Enviar

ANEXO B: Plano arquitectónico del establecimiento.



Anexo 2 Plano arquitectónico del establecimiento.

ANEXO C: LUGAR DEL ESTABLECIMIENTO



Anexo 3 lugar del establecimiento



Anexo 4 lugar del establecimiento

ANEXO D: ESTUDIO FINANCIERO

CLIP
PAPELERIA
Creemos junto a usted

Cotización
A-00001

Clip Papelaria y un servicio Clip Total!!
Dirección de la empresa: Ecuador, Quito 10M Centro Histórico, Ben Alcazar N° 18 y Manabí, junto al Ex Colegio Simón Bolívar.
Número de contacto: 593(0)224511000 ext 2, 593(0)224511001 Dirección de correo electrónico: info@clippaperia.com
contacto@clippaperia.com Número de registro de la empresa: 11718990001 Sitio web oficial de la empresa: www.clippaperia.com

NIT	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
	Carsten Chacón	0784188304		
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
	La Gaceta	carsten@lagaceta.com		

Item	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total
1		hoja A4	3	hoja	3.50	10.50
2		hoja A4	1	hoja	2.60	2.60
3		hoja A4	3	hoja	1.50	4.50
4		hoja A4	3	hoja	0.75	2.25
5		hoja A4	1	hoja	5.50	5.50
6		hoja A4	1	hoja	4.73	4.73
7		hoja A4	2	hoja	2.50	5.00
8		hoja A4	1	hoja	2.20	2.20
9		hoja A4	1	hoja	1.00	1.00
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

Gran Total		
Descuento		
Subtotal		
IIVA (16%)		
Valor total		142.22

Anexo 5 proformas materiales de oficina



TALLERES BALSECA
www.talleresbalseca.com

Ruc: 1719276105001
Dirección:
General Pintag S9-206 y Gatazo
Teléfono:
2660829 / 0992544723
Contacto:
Ivonne Balseca - Gerente de Ventas

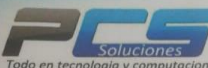
COTIZACIÓN

NOMBRE:	CHRISTIAN CHUSIN			
DIRECCIÓN:	LA GATAZO			
RUC:	1723245468			
TELÉFONO:	0958782483			
FECHA:	12/12/2020			

CANTIDAD	1	P/ NORMAL	TOTAL
6	JUEGOS PARA 4 PERSONAS MIXTOS DE MADERA Y METAL	328	1968
4	JUEGOS PARA 2 PERSONAS MIXTOS DE MADERA Y METAL	240	960

TIEMPO DE ENTREGA 8 DIAS LABORABLES UNA VEZ ACORDADO EL TRABAJO 1 AÑO DE GARANTIA ESTRUCTURAS METALICAS.	SUBTOTAL:	2928.00
	IVA:	351.36
	TOTAL:	3279.36

Anexo 6 proforma muebles y enseres



PCS Soluciones
Todo en tecnología y computación



Innovatech
Quito, E de Icheron de 2021

Señor(a)(s)
Presente.

Estimado(a) Señor(a)(s):

Reciba un cordial saludo, deseándole éxito en sus labores cotidianas.
Por medio de la presente queremos poner a su disposición los siguientes productos con su descripción y especificaciones breves:

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO	TOTAL
2	computador Notebook (laptop)	370.00	740.00
1	impresora scaper (epson)	326.00	326.00
GRAN TOTAL			1066.00

Nota:

- El producto goza de garantía en defectos de fábrica.
- Los precios están sujetos a existencia o cambio sin previo aviso.
- Los precios son de contado en efectivo.
- Ver descripciones y especificaciones en la siguiente página.

De antemano agradecemos a usted la atención que de a la presente, esperando una respuesta pronta y satisfactoria.

Atentamente

La Gatazo, Calle Tuncato y Huigra - Quito, Ecuador
ventas@innovatech.com
+593 98521853

Anexo 7 proforma equipos de computación



OMXFIRE

COTIZACIÓN:

101

FECHA:

RECARGA Y MANTENIMIENTO DE
EXTINTORES
DIRECCION SANTIAGO 08354 Y AV.
AMERICA
TELEFONO: 0990763280
omxfire911@gmail.com

CLIENTE:

Nombre: Cristian Chusca

Apellidos:

Dirección: La Galera

Nombre: Lucio

Apellidos: Quispe

Venta:

Teléfono: 0984428824

E-mail: Cms-911-29@hotmail.com

Observaciones:

CODIGO	PRODUCTO	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1	extintor	2	35.50	70.50
2	extintor 2kg	1	18.50	18.50
3	extintor 2kg	1	6.99	6.99
4	extintor 2kg	2	18.50	37.00
5	extintor 2kg	2	18.50	37.00
6	extintor 2kg	6	3.50	21.00
7				
8				
9				
10				

SUBTOTAL	DESCUENTO	NETO	16 % IVA	IVA	TOTAL A PAGAR
					213.65

FORMAS DE PAGO

Crédito	Débito	Efectivo
---------	--------	----------

Firma del Vendedor	Firma del cliente
--------------------	-------------------