



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida mexicana en la parroquia Puerto Baquerizo Moreno del cantón San Cristóbal de la provincia de Galápagos.”

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

AUTOR:

Wilson Paul Averos Aguilar

TUTOR:

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 5 de marzo de 2022

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mis padres Agnelio Averos y Gladys Aguilar quienes con su apoyo incondicional me han permitido llegar a cumplir esta meta, gracias por inculcar en mí buenos valores y el ejemplo de perseverancia para conseguir los objetivos propuestos.

También quiero dedicar este trabajo a mi esposa Viviana y a mis hijos Kevin, Doménica, Alam, Anhalia y Bianca, quien han sido mi soporte emocional para llegar a esta meta.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis familiares y amigos, quienes de alguna u otro manera han apoyado a la elaboración de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por todas las bendiciones recibidas, a mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Agradezco a mi esposa e hijos por su apoyo y comprensión durante el tiempo que duro mis estudios.

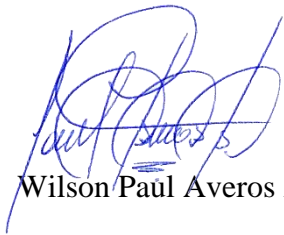
Igualmente quiero agradecer a los docentes del Instituto Tecnológico Universitario Internacional ITI, a mi tutor de tesis MS.c Christian Carvajal con su experiencia, conocimiento y motivación me oriento en la investigación.

Finalmente quiero agradecer al Dr. Leónidas Salgado, por su esfuerzo para que el Instituto Tecnológico Universitario ITI preste sus servicios en San Cristóbal y tengamos la oportunidad de estudiar y culminar nuestra carrera de nivel superior.

AUTORÍA

Yo, Wilson Paul Averos Aguilar autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Wilson Paul Averos Aguilar

D.M. Quito, 5 de marzo de 2022

MS.c Christian Carvajal.

Tutor de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

MS.c Christian Carvajal.

D.M. Quito, 5 de marzo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El MSc. Christian Carvajal y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Wilson Paul Averos Aguilar por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

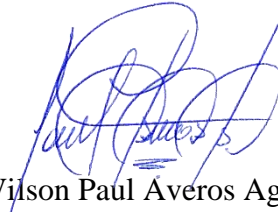
SEGUNDA: UNO. - El Sr. Wilson Paul Averos Aguilar realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida mexicana en la parroquia Puerto Baquerizo Moreno del cantón San Cristóbal de la provincia de Galápagos.”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del MS.c Christian Carvajal.

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

TERCERA. - Los comparecientes, MSc. Christian Carvajal en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. Wilson Paul Averos Aguilar, 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: “Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida mexicana en la parroquia Puerto Baquerizo Moreno del cantón San Cristóbal de la provincia de Galápagos.”, 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.

MS.c Christian Carvajal



Wilson Paul Averos Aguilar

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORÍA.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
RESUMEN.....	21
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	23
2.1 Creación de la empresa	23
2.2 Descripción de la empresa	23
Importancia.....	23
Características.....	24
Actividad.....	25
2.3 Tamaño de la empresa	25
2.4 Necesidades que satisfacer.....	26
Necesidad Fisiológica.....	26
Necesidad de Seguridad.....	27
Necesidad Social.....	27
Necesidad de Reconocimiento.....	28
Necesidad de Autorrealización.....	28
2.5 Localización de la empresa.....	28
2.6 Filosofía empresarial.....	29
Misión.....	29
Visión.....	29

Valores Empresariales	30
Objetivos Estratégicos	30
Estrategias.....	31
Estrategia de costos.....	31
Estrategia de diferenciación.....	31
Estrategia de segmentación.....	31
Políticas.....	32
FODA	32
Fortalezas.....	32
Oportunidades.....	33
Debilidades.	33
Amenazas.....	33
2.7 Desarrollo organizacional	34
Tipo de estructura	34
Formalización	34
Centralización – Descentralización.	35
Integración.....	35
Desarrollo de procesos.....	36
Mapa de Procesos TACOMIENDO	36
Proceso de atención al cliente.....	37
2.8 Organigrama empresarial.....	38
2.9 Mano de Obra Requerida.....	38
2.10 Funciones del personal.....	39

Administrador General	39
Cocinero.....	40
Ayudante de Cocina.....	41
Mesero	42
Cajero.....	43
3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	44
3.1 Objetivo de mercadotecnia	44
3.2 Investigación de mercado	44
Modalidad.....	44
Plan de Muestreo	45
Análisis de las encuestas.....	47
Pregunta 1	47
Análisis pregunta 1:.....	47
Pregunta 2.....	48
Análisis pregunta 2:	49
Pregunta 3.....	49
Análisis pregunta 3:	50
Pregunta 4.....	50
Análisis pregunta 4:	51
Pregunta 5	51
Análisis pregunta 5:	52
Pregunta 6.....	52
Análisis pregunta 6:	53

Pregunta 7	53
Análisis pregunta 7:	54
Pregunta 8	54
Análisis pregunta 8:	55
Pregunta 9	55
Análisis pregunta 9:	56
Pregunta 10	56
Análisis pregunta 10:	57
Pregunta 11	57
Análisis pregunta 11:	58
Pregunta 12	58
Análisis pregunta 12:	59
Análisis General:	59
3.3 Entorno empresarial	60
Microentorno	60
Competencia directa	61
Competencia indirecta	62
Productos sustitutos	62
Proveedores.....	63
Intermediarios	64
Macroentorno.....	64
Factor Político.....	65
Factor Tecnológico	66

Factor Sociocultural.....	66
Factor Económico.....	67
3.4 Producto y servicio	68
Producto Esencial	68
Producto Real.....	69
Características.....	70
Calidad.....	70
Estilo.....	71
Marca	71
Producto Aumentado	71
3.5 Plan de introducción al mercado.....	72
Identidad Corporativa.....	72
Marca logotipo.....	72
Diseño del Logotipo	72
Variaciones de color	74
Distintivos y uniformes.....	74
Área de cocina	74
Área de atención al público	75
Opciones de la marca.....	76
Plaza.....	77
Canal de distribución directo	78
Promoción.....	78
Publicidad	78

Campaña en redes sociales	79
Riesgo y oportunidades del negocio	80
3.6 Fijación de Precios	80
Fijación de precios por receta estándar	80
3.7 Implementación del negocio	86
Arriendo del local.	86
Equipos de cocina	86
Equipos de computación	87
Muebles y enseres	87
Menaje de cocina	88
Equipos de seguridad industrial	89
Suministros de oficina	89
3.8 Diseño Arquitectónico	90
4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	91
4.1 Formalidad del Negocio	91
Requisito para obtener el RUC o RIMPE	91
Requisitos Patente Municipal de GAD de San Cristóbal	92
Requisitos para obtener el permiso de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)	93
Requisito para el Permiso de Funcionamiento por parte del Ministerio de Interior.	93
5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	96
5.1 Impacto ambiental	96
Contaminación del agua.	96

Contaminación del suelo por residuos sólidos o vertimientos.....	97
Afectación de la flora y la fauna.....	97
Contaminación atmosférica	98
Prácticas ambientales TACOMIENDO.....	98
Gestión de Residuos	98
Consumo de Energía.....	99
Consumo de Agua.....	99
Ruido.....	99
5.2 Impacto Social	100
Igualdad de género.....	100
Salario Justo.....	100
Generación de Empleo.....	101
6 PROCESO FINANCIERO.....	102
6.1 Evaluación Financiera.....	102
Activos Fijos.....	102
Activos Diferidos.....	103
Capital de Trabajo.....	103
Detalle de la Inversión	104
Ingresos Proyectados	105
Costos de producción proyectados	106
Costos fijos	107
Sueldos y salarios	108
Punto de Equilibrio.....	108

Estructura del capital	110
Tabla de amortización.....	111
Estado de Resultados Proyectado	112
Flujo de caja proyectado.....	113
Indicadores financieros	114
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	115
7.1 Conclusiones	115
7.2 Recomendaciones	116
8 BIBLIOGRAFÍA.....	117
9 ANEXOS.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Mano de Obra Requerida.....	38
Tabla 2 - Administrador General	39
Tabla 3 - Cocinero.....	40
Tabla 4 - Ayudante de Cocina.....	41
Tabla 5 - Mesero	42
Tabla 6 - Cajero.....	43
Tabla 7 – Segmentación del Mercado.....	45
Tabla 8 – Pregunta 1	47
Tabla 9 – Pregunta 2	48
Tabla 10 – Pregunta 3	49
Tabla 11 – Pregunta 4	50
Tabla 12 – Pregunta 5	51
Tabla 13 – Pregunta 6	52
Tabla 14 – Pregunta 7	53
Tabla 15 – Pregunta 8	54
Tabla 16 – Pregunta 9	55
Tabla 17 – Pregunta 10	56
Tabla 18 – Pregunta 11	57
Tabla 19 – Pregunta 12	58
Tabla 20 – Restaurantes de San Cristóbal Galápagos.....	61
Tabla 21 – Competencia Indirecta TACOMIENDO	62

Tabla 22 – Tabla de Proveedores TACOMIENDO	63
Tabla 23- Receta estándar tacos de pollo	81
Tabla 24 - Receta estándar tacos de carnita	82
Tabla 25 - Receta estándar tacos de mariscos	83
Tabla 26 - Receta estándar Margarita	84
Tabla 27 - Receta estándar michelada.....	85
Tabla 28 - arriendo de local	86
Tabla 29 - equipos industriales	86
Tabla 30 - Equipos de computación.....	87
Tabla 31 - Muebles y enseres.....	87
Tabla 32 - menaje de cocina.....	88
Tabla 33 - Equipos de seguridad industrial.....	89
Tabla 34 - Suministros de Oficina	89
Tabla 35 - Activos Fijos.....	103
Tabla 36 - Activos Diferidos.....	103
Tabla 37 - Capital de Trabajo.....	104
Tabla 38 - Detalle de la inversión	104
Tabla 39 – Estructura del Financiamiento	105
Tabla 40 - Proyección de ingresos	105
Tabla 41 - Ingresos anuales proyectados	106
Tabla 42 - Egresos Proyectados	106
Tabla 43 - Costos de Producción Anuales	107
Tabla 44 - Costos fijos mensuales.....	107

Tabla 45 - Proyección de Sueldos.....	108
Tabla 46 – Punto de equilibrio por producto	109
Tabla 47 - Punto de equilibrio.....	109
Tabla 48 - Total de la inversión	110
Tabla 49 - Estructura del capital	111
Tabla 50 - Tabla de amortización.....	111
Tabla 51 - Estado de resultados proyectados	112
Tabla 52 - Flujo de caja proyectado.....	113
Tabla 53 - Indicadores Financieros	114

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1-Pirámide de Maslow	26
Figura 2 - Ubicación del establecimiento.....	29
Figura 3 – Mapa de procesos	36
Figura 4 – Proceso de atención al cliente.....	37
Figura 5 – Organigrama empresarial TACOMIENDO.....	38
Figura 6 – Pregunta 1	47
Figura 7 – Pregunta 1	48
Figura 8 – Pregunta 3	49
Figura 9 – Pregunta 4	50
Figura 10 – Pregunta 5	51
Figura 11 – Pregunta 6	52
Figura 12 – Pregunta 7	53
Figura 13 – Pregunta 8	54
Figura 14 – Pregunta 9	55
Figura 15 – Pregunta 10	56
Figura 16 – Pregunta 11	57
Figura 17 – Pregunta 12	58
Figura 18 -Esquema Microentorno TACOMIENDO	60
Figura 19- Esquema Macroentorno TACOMIENDO.....	64
Figura 20 – Logotipo TACOMIENDO.....	73
Figura 21 – Variación de colores logotipo TACOMIENDO	74

Figura 22 – Diseño de uniformes personal de cocina	75
Figura 23 – Diseño de uniformes personal de atención al público	76
Figura 24 – opciones de utilización de la marca	77
Figura 25 – Presupuesto campaña Facebook e Instagram	79
Figura 26 - Diseño Arquitectónico.....	90
Figura 27 - Punto de Equilibrio.....	110

“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida mexicana en la parroquia Puerto Baquerizo Moreno del cantón San Cristóbal de la provincia de Galápagos.”

Wilson Paul Averos Aguilar

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito 5 de marzo de 2022

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como fin el diseño de un proyecto de factibilidad que evalúe la implementación de un restaurante de comida tradicional mexicana en la parroquia de Puerto Baquerizo Moreno, cantón San Cristóbal de la provincia de Galápagos, para lo cual se han estudiado los diversos factores que influyen en la creación del emprendimiento, en primera instancia se aborda lo referente a la organización empresarial, la idea de negocio, la filosofía empresarial y la organización interna propuesta. Seguidamente se realizó el estudio del mercado con el fin de conocer el mercado objetivo a donde se ofrecerán los productos del negocio, se realizó el estudio del macro y microentorno empresarial del negocio, también se identificaron los componentes del menú que tendrá el restaurante y mediante la elaboración de recetas estándar se pudo conocer los costos de producción y el precio de venta proyectado, en

lo referente a promoción se pudo conocer mediante qué medio prefiere ser contactado el potencial cliente.

Forma parte de esta investigación lo referente al derecho empresarial y las formalidades que debe tener la empresa para su correcto funcionamiento, con el fin de evitar contratiempos en temas legales empresariales, tributarios y/o laborales. Así mismo se ha identificado los riesgos ambientales que tendrá el proyecto y se han propuesto acciones para mitigarlos. En lo referente a la responsabilidad social se detallan las acciones que se compromete a cumplir la empresa para ser socialmente responsable.

Finalmente se ha realizado el proceso de evaluación financiera donde se han identificado los ingresos, costos y gastos, con el fin de proyectarlos en el tiempo para de esta manera poder evaluar los resultados esperados, para determinar la viabilidad del proyecto en base a los indicadores financieros básicos, VAN, TIR, beneficio costo.

Palabras claves: Factibilidad, indicadores financieros, comida mexicana, mercado

2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

TACOMIENDO nace de la idea de brindar una nueva alternativa gastronómica para los turistas que visitan la isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos, ya que al momento la oferta gastronómica en la isla está limitada.

En los últimos años en Galápagos se ha dado impulso al turismo con participación local que consiste en que el turista permanezca más días en los sitios poblados de Galápagos, esto ha exigido el desarrollo de nuevos productos y servicios que se concentren en satisfacer las nuevas demandas.

TACOMIENDO se presenta como una alternativa gastronómica para los turistas y residentes de las islas, ofreciéndoles comida tradicional mexicana en un local confortable y ambientado a la cultura mexicana.

2.2 Descripción de la empresa

Importancia

Los comensales actuales exigen de un restaurante más que una comida de calidad; requieren una fusión especial entre el sabor de los alimentos y el ambiente del lugar. Comer en un restaurante debería ser una experiencia que deleite el cuerpo y la mente, es por ello que los meseros juegan un papel fundamental en este proceso ya que son los que contribuyen a que la experiencia del cliente sea única. Por lo tanto, podemos decir que la cocina de un restaurante es el corazón del negocio y los meseros son el

rostro del lugar. Son ellos quienes están en contacto directo con el cliente y toman la batuta a través de los vínculos que generan en las personas.

La gastronomía mexicana es reconocida y aclamada a nivel mundial por su gran variedad de sabores, aromas, colores, texturas y elaboradas preparaciones y presentaciones, por la riqueza y diversidad de ingredientes, incluyendo especias y demás productos endémicos que aportan riqueza en sabor y un toque único a cada platillo.

Características

Responsabilidad social: TACOMIENDO busca crear beneficios en la comunidad para de esta manera ayudar en la reactivación económica, en primer lugar, se ofertarán varias plazas de trabajo donde se pagará sueldos justos y con los beneficios legales. También se busca crear alianzas estratégicas con productores locales para la provisión de materia prima, pagándoles el precio justo por sus productos.

Investigación e innovación: TACOMIENDO se basa en su estrategia de mejora continua, para lo cual realiza investigaciones sobre la cultura mexicana, sus tradiciones, su música y principalmente sobre su gastronomía, lo que permitirá realizar innovaciones y adaptaciones para el servicio de sus clientes.

Dada la situación actual por la pandemia del COVID-19 el menú será presentado mediante una aplicación móvil, así mismo se ofrecerá medio de pago electrónicos, disminuyendo al máximo el contacto.

Responsabilidad ambiental: TACOMIENDO cumple fielmente la política ambiental que rige en Galápagos, para esto ha definido un proceso para el correcto tratamiento de los desperdicios que produce en sus operaciones con el fin de minimizar el impacto ambiental.

Medidas de Bioseguridad: Debido a la pandemia por el COVID-19, TACOMIENDO ha puesto en marcha procedimientos claros y precisos sobre las medidas de bioseguridad que se utilizan en el establecimiento con el fin de minimizar el riesgo de contagio de clientes y colaboradores.

Actividad

TACOMIENDO es un establecimiento que brinda el servicio de alimentación y bebidas, específicamente un Restaurante que ofrece comida tradicional mexicana, esto acompañado de bebidas refrescantes, bebidas de moderación y cocteles, todo es en un ambiente confortable y adaptado a la cultura mexicana.

2.3 Tamaño de la empresa

TACOMIENDO es una microempresa dividida en 3 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción y almacenamiento; y área de servicio.

La empresa contará con:

- Administrador.
- Chef.
- Ayudante de cocina.
- Recepcionista / cajero/a.

- Mesero/a.

2.4 Necesidades que satisfacer

Figura 1-Pirámide de Maslow



Nota: El grafico representa la teoría de la motivación y trata de explicar qué impulsa la conducta humana.

(PSICOK, 2022).

Necesidad Fisiológica

Por tratarse de un establecimiento de alimentación y bebidas las necesidades fisiológicas de los consumidores están satisfechas.

Necesidad de Seguridad

En primer lugar, está la seguridad alimentaria, para lo cual se aplica lo establecido en la normativa Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.) que son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción, para lo cual se mantendrá un control estricto desde la adquisición de la materia primas hasta el momento que se sirve al cliente.

En segundo lugar, se debe garantizar la seguridad física del cliente, esto en un ambiente cómodo, confortable y seguro, que cumpla la normativa vigente para este tipo de establecimientos, sin descuidar la bioseguridad que es de suma importancia en la actualidad.

Finalmente tenemos la seguridad que la empresa brinda a sus trabajadores, esto es cumple cabalmente con las leyes y reglamentos en materia de trabajo que se encuentre vigente en Ecuador, así mismo respeta los derechos de los trabajadores.

Necesidad Social

Se plantea una estrategia de socialización y vinculación para el personal, ya que es necesario que se mantenga un alto grado de satisfacción, para esto cada empleado debe ser valorado por su trabajo y el aporte que da a la organización.

TACOMIENDO se enfoca en mantener relaciones de confianza con sus clientes y proveedores, mediante una comunicación clara que permita mantener las relaciones a lo largo del tiempo.

Necesidad de Reconocimiento.

TACOMIENDO busca el reconocimiento de sus clientes en base a la calidad de sus platos y la experiencia al cliente que ofrece, que no se basa solo en servir un plato de calidad y buen sabor, si no brindar una experiencia agradable al cliente cuidando los detalles del servicio al cliente, el ambiente confortable y respetando las medidas de bioseguridad.

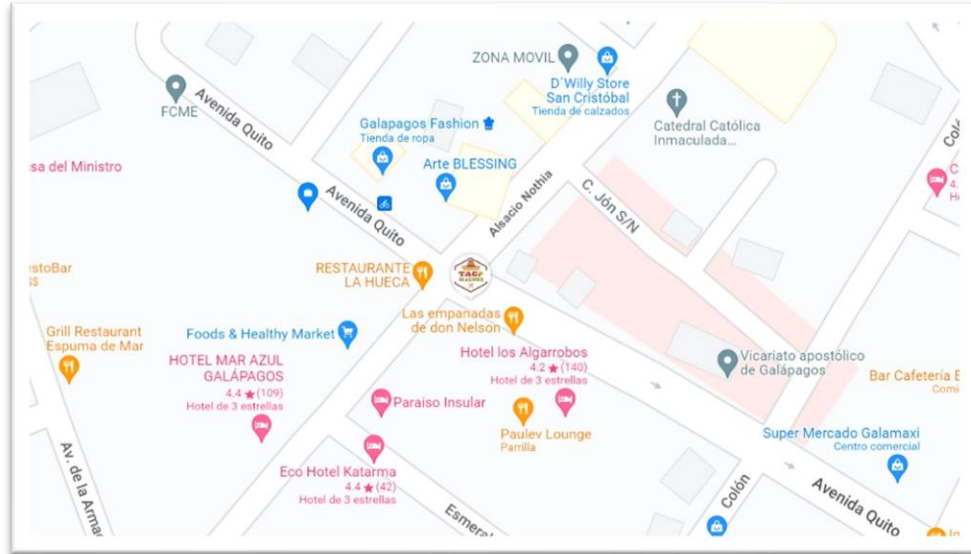
Necesidad de Autorrealización

TACOMIENDO se proyecta ser una empresa reconocida por la experiencia que brinda al cliente, esto es ofreciéndole platos de calidad, de buen sabor y presentación, en un ambiente confortable y adaptado a la cultura mexicana, con una atención de calidad y con calidez, buscando la utilización de las nuevas tecnologías para menús y pagos, esto acompañado de buenas relaciones con sus proveedores y trabajadores.

2.5 Localización de la empresa

TACOMIENDO estará ubicado en la ciudad de Puerto Baquerizo Moreno, cantón San Cristóbal de la provincia de Galápagos, Ecuador, en las calles avenida Quito y Alsacio Northia.

Figura 2 - Ubicación del establecimiento



Nota: El grafico la ubicación del establecimiento.

(Microsoft Corporation, 2022)

2.6 Filosofía empresarial

Misión

Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos de alta calidad, en un ambiente cómodo y confortable, que permita que la experiencia del cliente sea extraordinaria.

Visión

Ser un referente a nivel local y provincial en la preparación de alimentos sin descuidar el buen trato al cliente y procurando la utilización de materia prima de producción local.

Valores Empresariales

- Ética.
- Alta calidad.
- Satisfacción de los consumidores, clientes, proveedores, empleados y socios.
- Creatividad e Innovación.
- Trabajo y compromiso del equipo.
- Planificación, control y ejecución, teniendo como definición clara de responsabilidades, tareas y metas que serán cumplidas.

Objetivos Estratégicos

1. Lograr en los próximos 3 años posicionar a TACOMIENDO como uno de los mejores restaurantes de Galápagos, enfocado en una atención personalizada, ambiente cómodo y sin descuidar la calidad de los productos.
2. En un lapso de 1 año formar alianzas estratégicas con productores locales para el abastecimiento de productos agrícolas orgánicos para así elevar el reconocimiento del restaurante.
3. Generar utilidades que permitan tener una fortaleza financiera, que permitirá el crecimiento de la empresa y mantener las fuentes de trabajo generadas.

Estrategias

Estrategia de costos

La estrategia de costos se llevará acabo consiguiendo los productos de manera local, para esto se realizarán alianzas estratégicas con los productores locales, para de esta manera asegurar la provisión de productos a buen precio y de buena calidad, ya que evitamos incurrir en gastos de transporte desde el Guayaquil hacia Galápagos.

Estrategia de diferenciación

Se busca ofrecer un producto diferente ya que en la localidad no se ofrece comida tradicional mexicana, por lo tanto, los productos que se ofrecerán serán respetando las recetas de la comida tradicional mexicana. Otra parte muy importante para diferenciarnos de la competencia es el buen trato y la experiencia que se ofrecerá al cliente en un lugar cómodo, ventilado y con una buena temática.

Estrategia de segmentación

El mercado objetivo estará plenamente establecido y se busca captar el mercado de los turistas extranjeros que visitan la isla San Cristóbal, principalmente turistas que provienen de los Estados Unidos, considerando que son el grupo de turistas que más visitan las islas Galápagos.

Políticas

TACOMIENDO es una empresa que se dedica a brindar el servicio de alimentación y bebidas, se compromete con la protección y promoción de la salud de los trabajadores procurando su integridad, implementando una cultura preventiva y del auto cuidado.

Todos los niveles de dirección asumen la responsabilidad de promover un ambiente de trabajo sano y seguro, cumpliendo los requisitos legales aplicables que la normativa ecuatoriana exige, vincula a las partes involucradas en el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo y destinará los recursos humanos, técnicos, físicos y financieros necesarios.

Todos los empleados, proveedores, y contratistas tendrán la responsabilidad de cumplir con las normas y procedimientos de seguridad, con el fin de realizar un trabajo seguro y productivo, igualmente serán responsables de notificar oportunamente todas aquellas condiciones que puedan generar consecuencias y contingencias para los empleados y la organización.

FODA

Fortalezas.

- Menú inspirado en una de las culturas gastronómicas más reconocidas en el mundo. Altos estándares de calidad.
- Temática del restaurante adaptado a la cultura mexicana.
- Equipo de trabajo capacitado y comprometido.

- Maquinaria y equipos especializados para el proceso de preparación de alimentos.

Oportunidades.

- No existe en la localidad restaurantes con un menú especializado en comida mexicana.
- Incremento del turista que pernoctan en la isla y no solo están de paso para embarcarse en el barco crucero.

Debilidades.

- Capital insuficiente para iniciar el negocio.
- Costo elevado por concepto de arrendamiento.
- Dificultad para conseguir mano de obra especializada.

Amenazas.

- Inestabilidad en el turismo por la pandemia del COVID-19.
- Incremento de precios de las materias primas.
- Deficiencia en el transporte de carga hacia Galápagos.
- Escasez de algunos productos en diferentes temporadas.

2.7 Desarrollo organizacional

Tipo de estructura

La estructura organizacional de TACOMIENDO por ser un negocio pequeño será de tipo vertical, que inicia en el nivel gerencial y termina en el nivel más bajo de la parte operativa (mesero), esto con el fin de simplificar la ejecución procesos, mejorando la supervisión y control de los mismo, que permitirán al negocio tener una mejora continua.

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

Nivel Gerencial

Gerente Propietario.

Nivel Operativo

Cocinero.

Ayudante de Cocina.

Cajero.

Mesero.

Formalización

TACOMIENDO se regirá en base a manuales, políticas y procesos, que indicaran las normas y estrategias que tendrá la empresa, esto basado en su misión, velando siempre el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente del Ecuador, en materia empresarial, tributaria y laboral.

Para el inicio de sus operaciones estará legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control tanto locales, como nacionales, para lo cual se obtendrán los permisos de funcionamiento que se exijan para el desarrollo de las actividades.

Centralización – Descentralización.

TACOMIENDO de acuerdo con su estructura trabajara de una forma descentralizada, en el área operativa tendrán libertad para la adquisición de los insumos, pero siempre con la validación del gerente, los de más procesos serán centralizados en la gerencia.

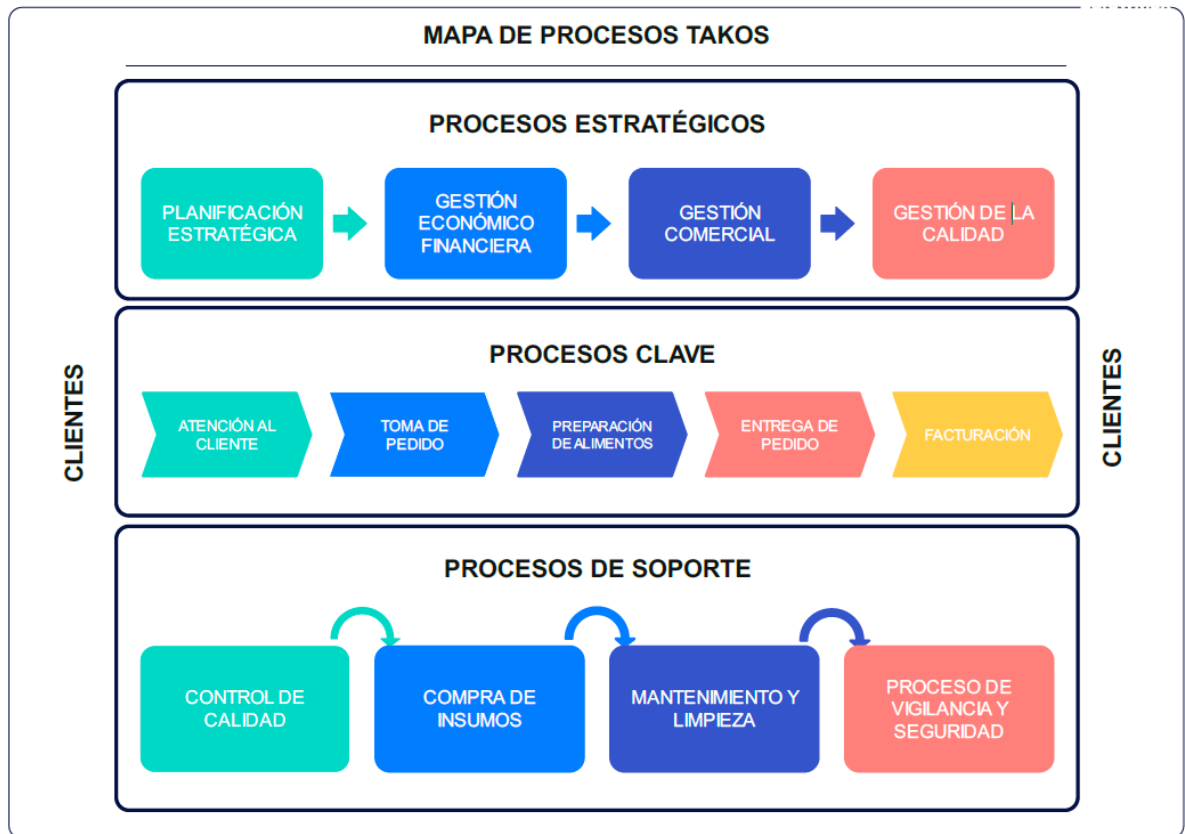
Integración.

La integración de TACOMIENDO está basada en su sistema de gestión mediante un conjunto de procesos que permiten a la empresa gestionar las compras, ventas, producción y distribución, de esta manera puede llevar un control adecuado, para esto contara con un sistema informático especializado en restaurantes, de esta manera logramos una interrelación entre los elementos materiales y humanos que la empresa requiere para el adecuado funcionamiento de un organismo social.

Desarrollo de procesos

Mapa de Procesos TACOMIENDO

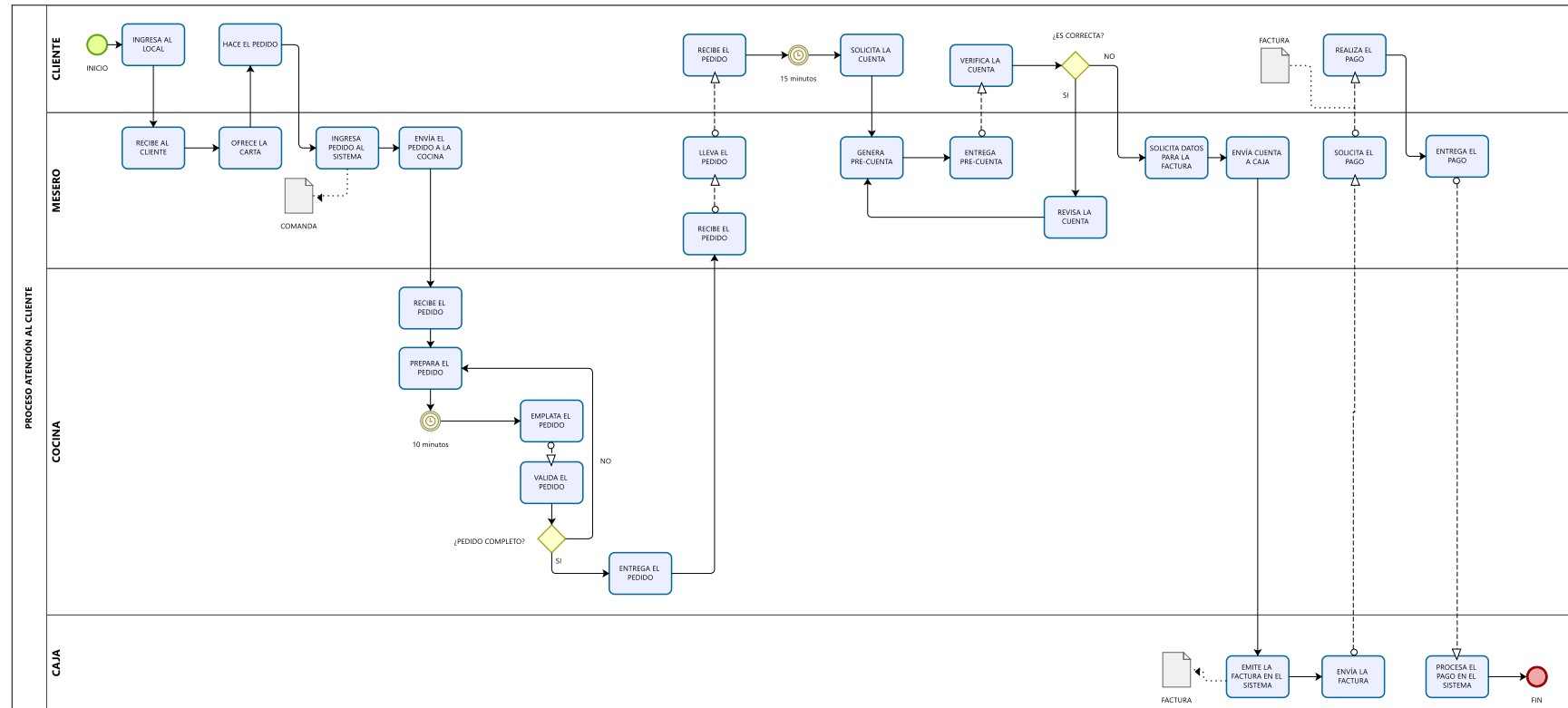
Figura 3 – Mapa de procesos



(Averos Aguilar, 2022)

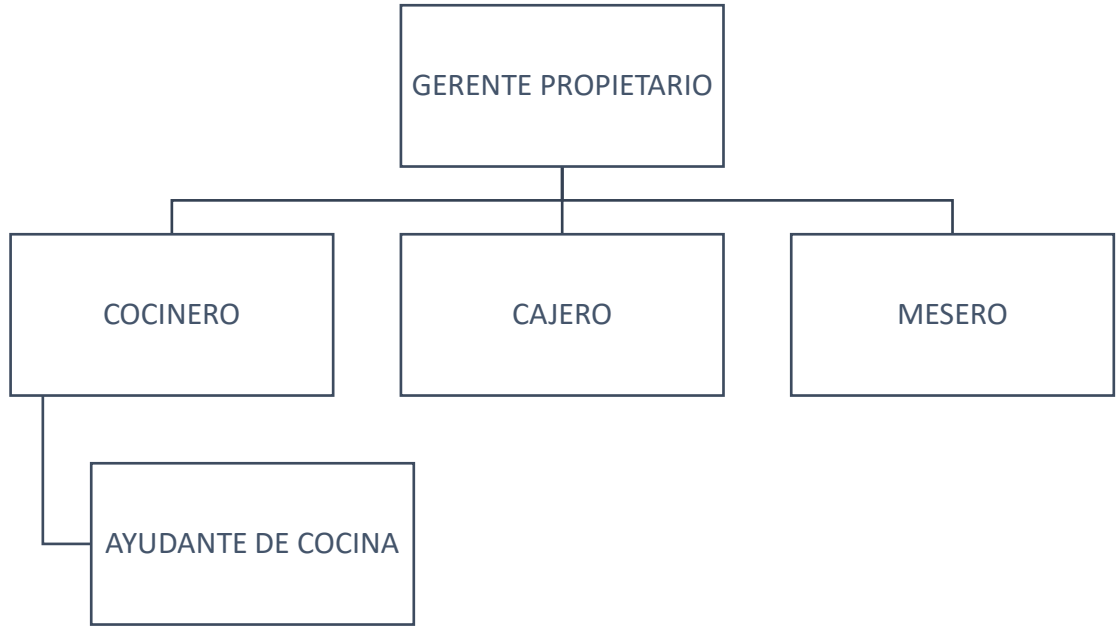
Proceso de atención al cliente

Figura 4 – Proceso de atención al cliente



2.8 Organigrama empresarial

Figura 5 – Organigrama empresarial TACOMIENDO



2.9 Mano de Obra Requerida

Tabla 1 - Mano de Obra Requerida

CARGO	PERSONAL REQUERIDO	TIPO DE MANO DE OBRA
Administrador General	1 persona	Directa
Cocinero	1 persona	Directa
Ayudante de cocina	1 personas	Directa
Cajero	1 persona	Directa
Mesero	1 personas	Directa

(Averos Aguilar, 2022)

2.10 Funciones del personal

Administrador General

Tabla 2 - Administrador General

NOMBRE DEL CARGO:	ADMINISTRADOR GENERAL
--------------------------	------------------------------

REQUISITOS DE FORMACIÓN:	TERCER NIVEL EN ADMINISTRACIÓN, COMERCIO O AFINES
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	5 AÑOS DE EXPERIENCIA
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	GERENCIA GENERAL
JEFE A QUIEN REPORTA:	PROPIETARIO Y/O ACCIONISTAS - JUNTA DIRECTIVA
REMUNERACIÓN:	\$850 dólares (incluye incremento del 80.3% IPC Galápagos)

FUNCIONES	
1.	Elaborar el Plan Estratégico del Restaurante
2.	Manejar el presupuesto del Restaurante
3.	Administrar el Talento Humano del negocio
4.	Controlar el cumplimiento de los procesos y normas, para la mejora continua
5.	Realizar los reportes trimestrales de los resultados del negocio para conocimiento del propietario

(Averos Aguilar, 2022)

Cocinero

Tabla 3 - Cocinero

NOMBRE DEL CARGO:	COCINERO
REQUISITOS DE FORMACIÓN:	CHEF TITULADO
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	5 AÑOS DE EXPERIENCIA
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	ÁREA TÉCNICA DE PREPARACIÓN DE ALIMENTOS
JEFE A QUIEN REPORTA:	GERENTE GENERAL
REMUNERACIÓN:	\$800 dólares (incluye incremento del 80.3% IPC Galápagos)

FUNCIONES

1. Elaboración del menú
2. Elaboración del plan de adquisiciones de materia prima
3. Coordinar las actividades en la cocina
4. Preparación de los alimentos
5. Coordinar las actividades de orden y limpieza

(Averos Aguilar, 2022)

Ayudante de Cocina

Tabla 4 - Ayudante de Cocina

NOMBRE DEL CARGO:	AYUDANTE DE COCINA
REQUISITOS DE FORMACIÓN:	BACHILLER / DE PREFERENCIA BACHILLER TÉCNICO EN ALIMENTOS
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	1 AÑO DE EXPERIENCIA
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	ÁREA TÉCNICA DE PREPARACIÓN DE ALIMENTOS
JEFE A QUIEN REPORTA:	COCINERO
REMUNERACIÓN:	\$766.28 dólares (incluye incremento del 80.3% IPC Galápagos)

FUNCIONES

1. Clasificar y almacenar los productos para la preparación de los alimentos
 2. Realizar el mese en place para la preparación de los alimentos
 3. Preparación de los alimentos bajo la supervisión de jefe de cocina
 4. Validación de Stock de la bodega de bebidas
 5. Colaborar en las actividades de orden y limpieza
-

(Averos Aguilar, 2022)

Mesero

Tabla 5 - Mesero

NOMBRE DEL CARGO:	MESERO
--------------------------	---------------

REQUISITOS DE FORMACIÓN:	BACHILLER
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	1 año de experiencia en alimentos y bebidas
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	ÁREA COMERCIAL
JEFE A QUIEN REPORTA:	GERENTE
REMUNERACIÓN:	\$766.28 dólares (incluye incremento del 80.3% IPC Galápagos)

FUNCIONES

1. Atención al cliente
2. Toma de comandas
3. Preparación de bebidas alcohólicas y no alcohólicas
4. Realizar el requerimiento de bebidas para la bodega
5. Orden y limpieza de las mesas

(Averos Aguilar, 2022)

Cajero

Tabla 6 - Cajero

NOMBRE DEL CARGO:	CAJERO
--------------------------	---------------

REQUISITOS DE FORMACIÓN:	BACHILLER
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN RESTAURANTES
UNIDAD ADMINISTRATIVA:	ÁREA COMERCIAL
JEFE A QUIEN REPORTA: CARGO	GERENTE
REMUNERACIÓN:	\$766.28 dólares (incluye incremento del 80.3% IPC Galápagos)

FUNCIONES

1. Coordinar el trabajo de los meseros
2. Coordinar con el jefe de Cocina el despacho de las comandas
3. Coordinar con el jefe de cocina el plan de adquisiciones
4. Cotizar y comprar las materias primas para la elaboración de alimentos
5. Realizar el cobro a los clientes, así como el cuadro de caja al final del día

(Averos Aguilar, 2022)

3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

TACOMIENDO busca establecer estrategias que le permitan la penetración en nuevos mercados, para lo que a desarrollando un modelo de negocio para ofrecer el servicio de alimentación que se basa en la comida tradicional mexicana, esto con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos del consumidor.

3.2 Investigación de mercado

TACOMIENDO basa su investigación de mercado en las técnicas, documental, de campo y de laboratorio, la exploración in situ sirve para obtener datos considerables del entorno en el que se desenvolverá la empresa, para lo cual se utilizan encuestas para recabar la información.

Mediante la investigación de laboratorio, se ejecutan la preparación de varias recetas, donde se obtendrá resultados sobre los sabores, texturas, aromas y colores, así como también los ingredientes que se utilizaran, por último, se realizan ensayos en la forma de presentar cada uno de los platos.

Modalidad

Para la recolección de datos se realizaron encuestas por medio de la herramienta tecnológica Google Forms, donde se realizaron 163 encuestas a lo largo de 8 días.

Plan de Muestreo

Para determinar el muestreo se realizó una segmentación a la población del cantón San Cristóbal proyectada al 2022, según el siguiente detalle:

Tabla 7 – Segmentación del Mercado

SEGMENTACIÓN	VARIABLE	PORCENTAJE	TOTAL
GEOGRÁFICA	SAN CRISTÓBAL	100%	10,058
GEOGRÁFICA	ÁREA URBANA	89%	8,951
GEOGRÁFICA	DENSIDAD POBLACIONAL S3 - S4 -S5 Pto. Baquerizo Moreno.	21%	1,879
DEMOGRÁFICA	EDAD DE 20 - 64 AÑOS	41.83%	786
DEMOGRÁFICA	ESTRATIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA CLASE ALTA - MEDIA ALTA - MEDIA ABC+)	35.90%	282

(Averos Aguilar, 2022)

Fórmula para determinar la muestra:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

Ecuación 1

$$n = \frac{282 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (282 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{270,833}{1,629}$$

$$n = 163$$

Análisis de las encuestas

Pregunta 1

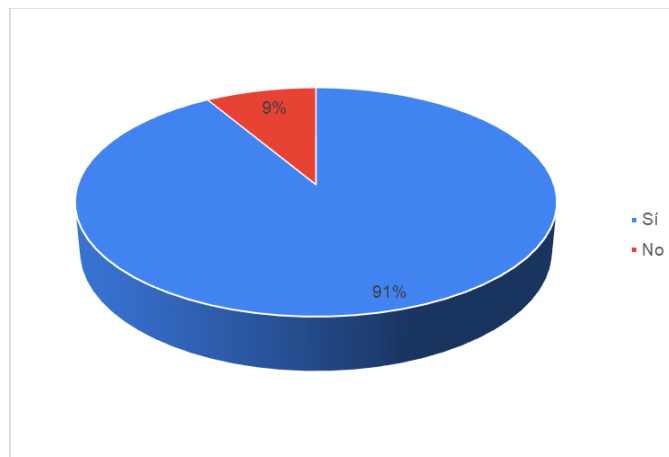
¿Le gusta la comida mexicana?

Tabla 8 – Pregunta 1

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	149	91%
No	14	9%
TOTAL	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 6 – Pregunta 1



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 1:

De los 163 encuestados el 91% manifiesta que, si le gusta la comida mexicana, mientras que el 9% indica que no le gusta.

Pregunta 2

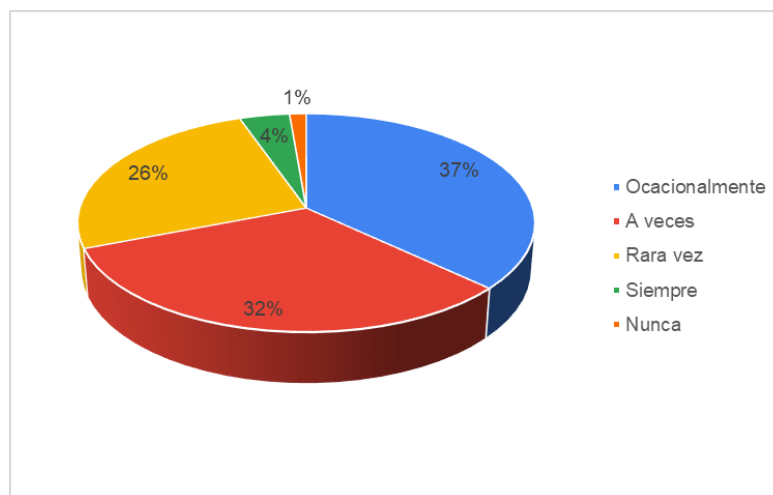
¿Con qué frecuencia consume comida mexicana?

Tabla 9 – Pregunta 2

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Ocasionalmente	55	34%
A veces	48	29%
Rara vez	38	23%
Siempre	6	4%
Nunca	2	1%
No le gusta	14	9%
TOTAL	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 7 – Pregunta 1



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 2:

El 37% de los encuestados indican que ocasionalmente consumen comida mexicana, el 32% indica que, a veces, el 26% rara vez, el 4% siempre y el 1% nunca.

Pregunta 3

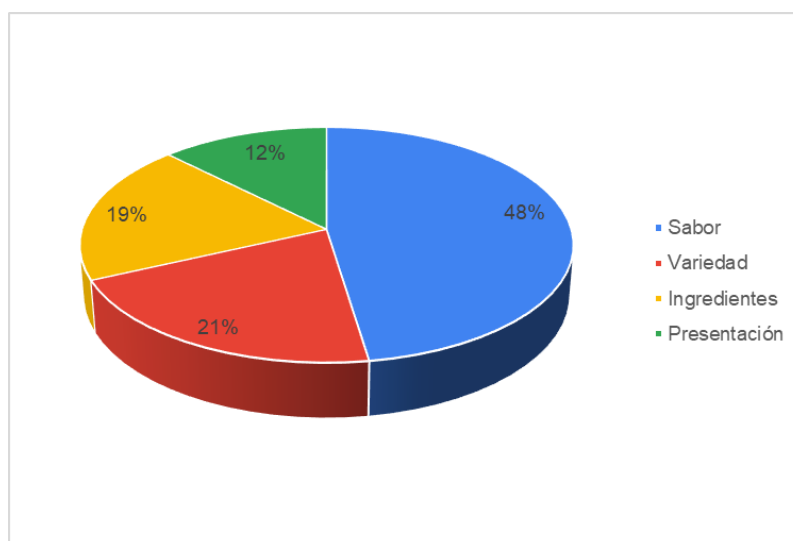
¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo mexicano?

Tabla 10 – Pregunta 3

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Sabor	78	48%
Variedad	34	21%
Ingredientes	31	19%
Presentación	20	12%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 8 – Pregunta 3



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 3:

El 48% de los encuestados consideran que es importante el sabor, el 21% considera que es importante la variedad, mientras que un 19% les da importancia a los ingredientes y finalmente un 12% considera importante la presentación.

Pregunta 4

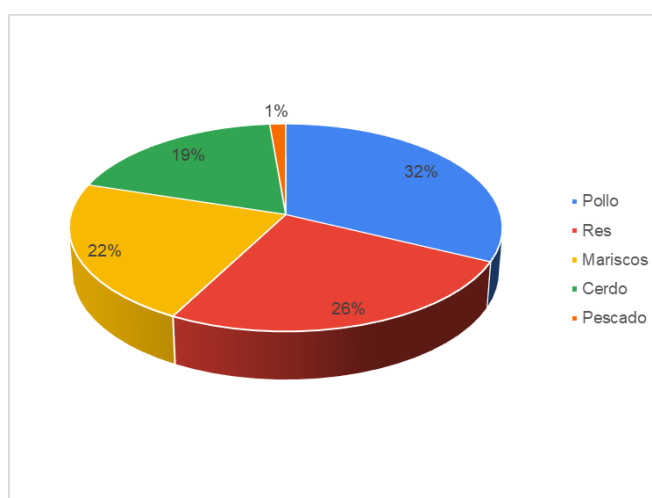
¿Cuál es el ingrediente base de su platillo favorito?

Tabla 11 – Pregunta 4

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Pollo	53	32%
Res	42	26%
Mariscos	36	22%
Cerdo	31	19%
Pescado	2	1%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 9 – Pregunta 4



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 4:

Se puede observar que el 32% de los encuestados prefieren el pollo, pero la carne res, cerdo y mariscos tienen un porcentaje similar de aceptación, 26%, 19% y 22% respectivamente.

Pregunta 5

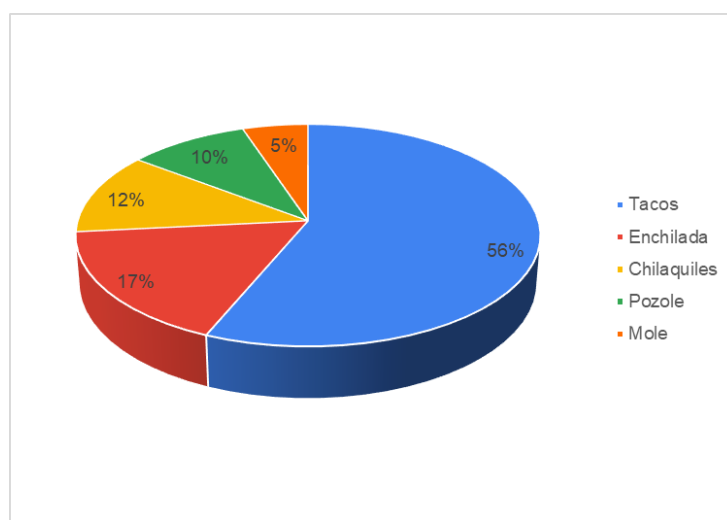
¿Cuáles de los siguientes platos consumiría?

Tabla 12 – Pregunta 5

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Tacos	92	56%
Enchilada	28	17%
Chilaquiles	19	12%
Pozole	16	10%
Mole	8	5%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 10 – Pregunta 5



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 5:

El 56% de los encuestados indican que están dispuestos a consumir tacos, mientras que un 17% indican que les gustaría consumir enchiladas, un 12% indica que consumiría chilaquiles, el 10% pozole y finalmente el 5% indica que le gustaría el mole.

Pregunta 6

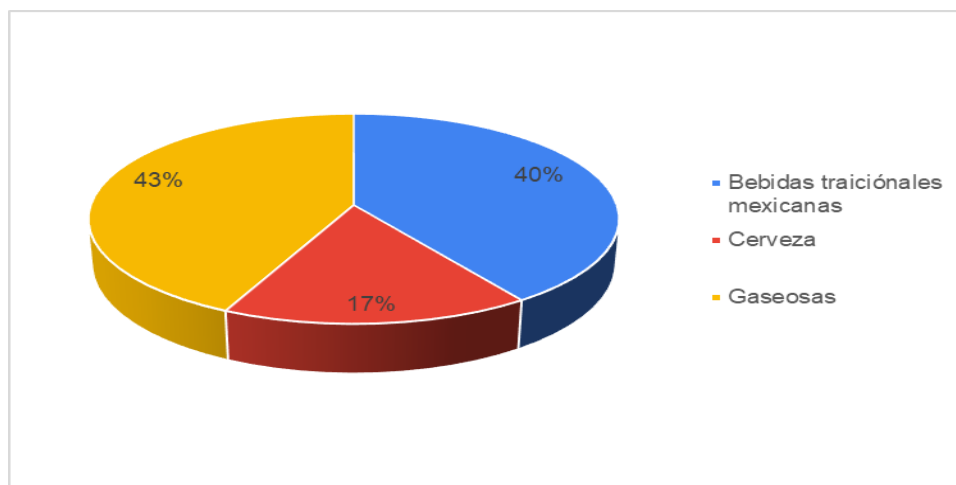
¿Con que tipo de bebida le gustaría acompañar su comida?

Tabla 13 – Pregunta 6

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Bebidas traicionales mexicanas	66	40%
Cerveza	27	17%
Gaseosas	70	43%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 11 – Pregunta 6



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 6:

El 43% de los encuestados prefieren acompañar su comida con gaseosas, también se observa que a un 40% de las personas les gustaría consumir bebidas tradicionales mexicanas, un 17% de personas indican que les gustaría acompañar su comida con cerveza.

Pregunta 7

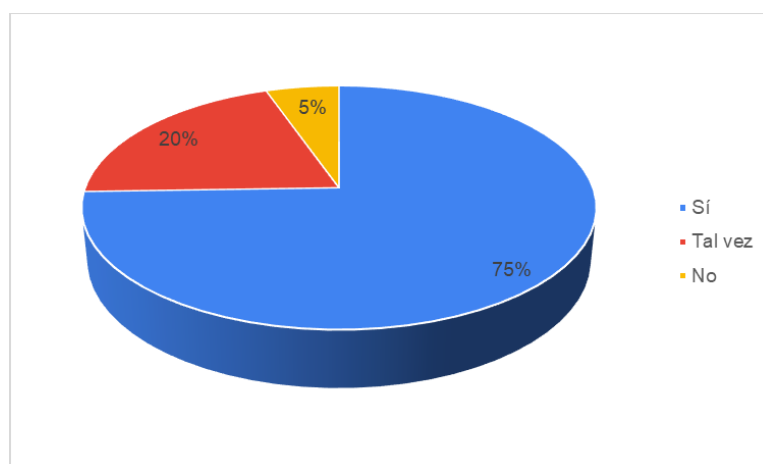
¿Le gustaría que se ofrezcan cocteles?

Tabla 14 – Pregunta 7

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Sí	121	74%
Tal vez	33	20%
No	9	5%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 12 – Pregunta 7



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 7:

El 75% de los encuestados indican que si les gustaría consumir cocteles en el establecimiento.

Pregunta 8

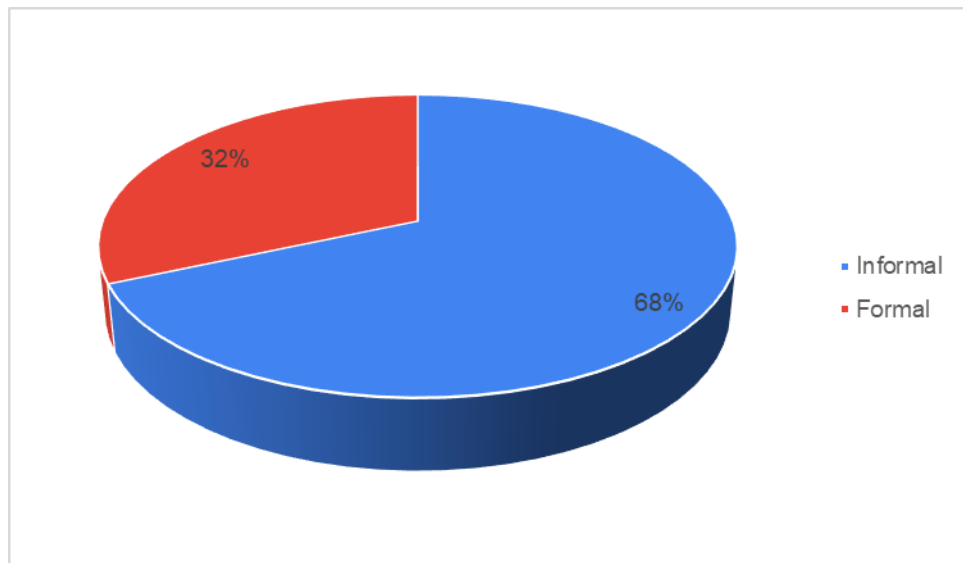
¿Qué tipo de ambiente le agrada para comer en un restaurante?

Tabla 15 – Pregunta 8

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Informal	112	68%
Formal	51	32%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 13 – Pregunta 8



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 8:

El 68% de los encuestados prefieren un ambiente informal para comer en el restaurante, mientras que el 32% prefieren un ambiente formal.

Pregunta 9

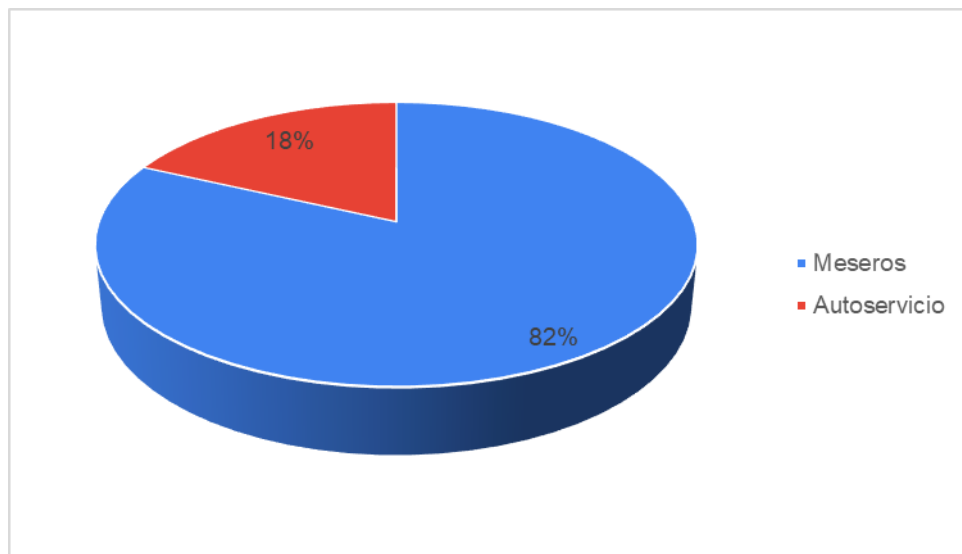
¿Cuál es el tipo de servicio que prefiere?

Tabla 16 – Pregunta 9

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Meseros	133	82%
Autoservicio	30	18%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 14 – Pregunta 9



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 9:

El 82% de los encuestados prefieren que el servicio sea mediante meseros, mientras que el 18% indican que les gustaría el autoservicio.

Pregunta 10

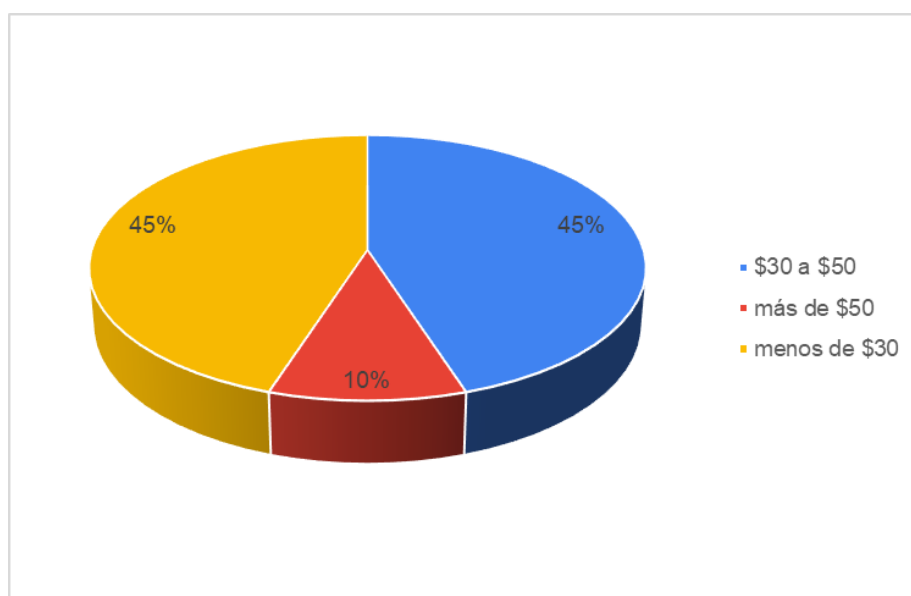
¿Cuál es el gasto promedio que realiza en un restaurante que usted frecuenta?

Tabla 17 – Pregunta 10

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
\$30 a \$50	73	45%
más de \$50	16	10%
menos de \$30	73	45%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 15 – Pregunta 10



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 10:

El 45% de los encuestados indican que gastan menos de \$30 dólares y de \$30 a \$50 dólares, y solamente el 10% gasta más de \$50 dólares.

Pregunta 11

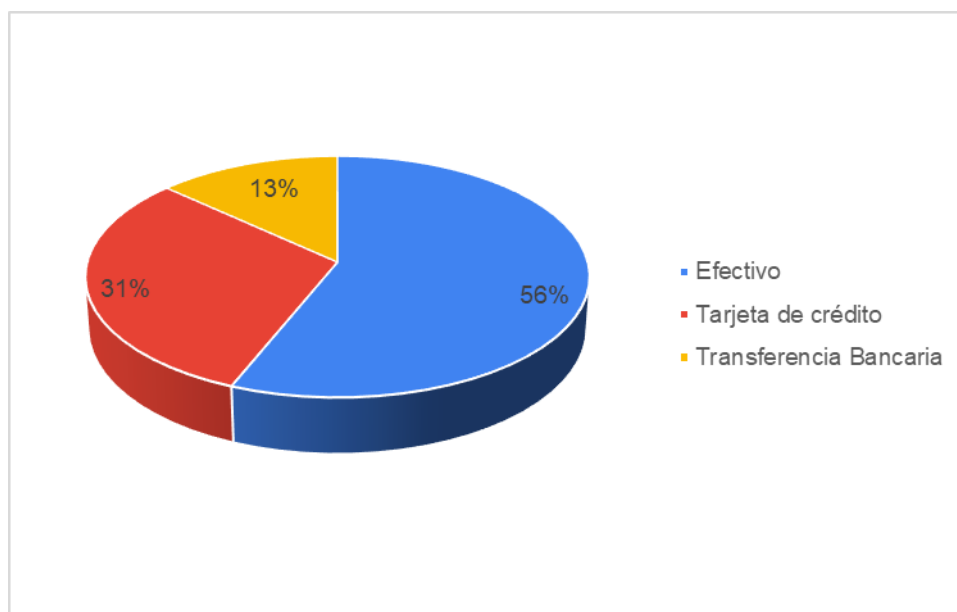
¿Cuáles de las siguientes formas de pago utiliza?

Tabla 18 – Pregunta 11

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Efectivo	91	56%
Tarjeta de crédito	50	31%
Transferencia Bancaria	22	13%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 16 – Pregunta 11



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 11:

El 56% de los encuestados prefieren realizar sus pagos en efectivo, un 31% mediante tarjeta de crédito o débito y un 13% mediante transferencia bancaria.

Pregunta 12

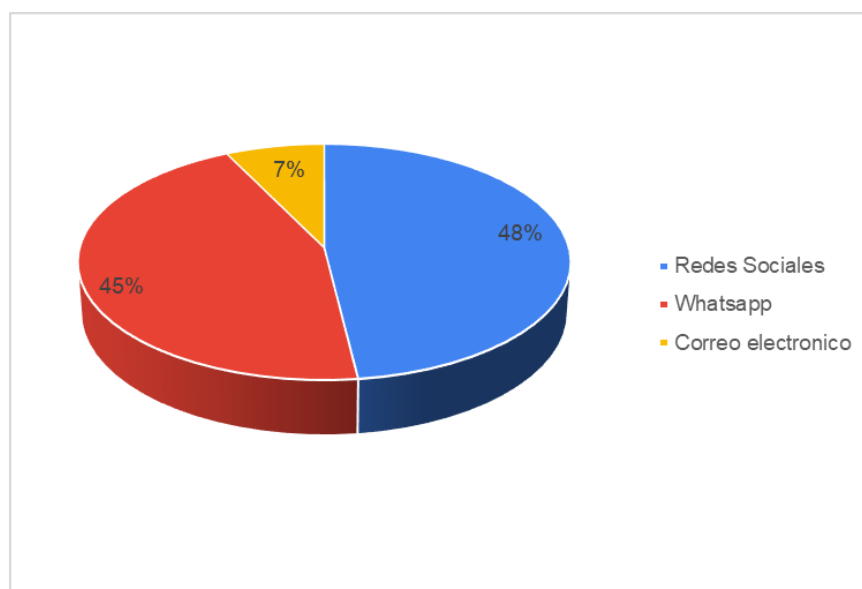
¿Cómo prefiere recibir información de nuestro productos y promociones?

Tabla 19 – Pregunta 12

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Redes Sociales	78	48%
WhatsApp	73	45%
Correo electrónico	12	7%
	163	100%

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 17 – Pregunta 12



(Averos Aguilar, 2022)

Análisis pregunta 12:

El 48% de los encuestados indican que prefieren recibir información sobre los productos y servicios por medio de las redes sociales, mientras que un 45% por medio de WhatsApp y un 7% por medio de correo electrónico.

Análisis General:

La información recolectada ha sido procesada con el fin de obtener una visión clara de los gustos y preferencia de los consumidores, se plantearon preguntas basadas el producto, precio, plaza y promoción con el fin de tener los insumos necesarios para generar las estrategias ganadoras para el plan de marketing y de esa manera contribuir con el éxito del plan de negocios.

En lo referente al producto que se va a ofrecer se pudo observar que tiene una buena aceptación, ya que un porcentaje alto de los encuestados manifestó que le gusta la comida mexicana y están dispuestos a consumirla, se resalta que los tacos es el platillo favorito y que las proteínas más apetecidas son pollo, mariscos, carne de res y cerdo, esta información servirá de base para la generación de la carta de restaurante.

En lo concerniente a plaza se identificó que los consumidores prefieren un ambiente informal, es por ello que se considerara que el local este ambientado a la cultura mexicana, resaltando los personajes más representativos de la televisión, música y arte, de igual manera los encuestados indicaron que les gustaría que el servicio sea brindado por medio de meseros.

Finalmente, en lo que se refiere al precio la mayor parte de encuestados indica que están dispuestos a gastar hasta 50 dólares, también prefieren que la información sobre productos y promociones se les haga conocer por medio de redes sociales y mensajes de WhatsApp.

En conclusión, una vez analizada la información se determina el negocio sería factible.

3.3 Entorno empresarial

Microentorno

El estudio del microentorno de la empresa TACOMIENDO tiene como fin analizar las fuerzas externas, que se encuentran cercanas a la empresa, considerando que tienen un impacto directo en su capacidad de brindar el servicio al cliente final. Para este propósito se han considerado las siguientes fuerzas:

Figura 18 -Esquema Microentorno TACOMIENDO



(Averos Aguilar, 2022)

Competencia directa

Para identificar la competencia directa se realizó un estudio de los establecimientos registrados en el catastro turístico del municipio de San Cristóbal, que se dedican a prestar el servicio de alimentación y bebidas, en el siguiente cuadro se detallan los establecimientos, el número de mesas y el número de plazas:

Tabla 20 – Restaurantes de San Cristóbal Galápagos

No.	Restaurante	Mesas	Plazas
1	Cormorán	9	40
2	Calypso	23	86
3	Midori	14	56
4	Miconia	10	40
5	Rocas & Cactus	7	28
6	El Descanso Marinero	12	46
7	Rosita	10	40
8	El Cangrejo Loco	7	28
9	The Mocking Bird	16	64
10	Giuseppe´s Restaurante	11	44
11	Nativo	9	36
12	PAULEV	15	60
13	Rústica Sabores Urbanos	13	52
14	Beagle	9	36
15	Galápagos Dreams Restaurant	13	50

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Cristóbal, 2020)

De los 15 establecimientos que constan en el catastro arriba indicado, se concluye que no existe un local que sea considerado como competencia directa, ya que no existe un local que se dedique en su totalidad al expendio de comida mexicana y no cuentan con un espacio ambientado a la cultura mexicana.

Competencia indirecta

Como competencia indirecta se ha considerado a establecimientos de expendio de alimentos y bebidas que tienen dentro de su menú, uno o más platillos de la comida mexicana, en el siguiente cuadro se detalla los negocios que se han considerado como competencia indirecta:

Tabla 21 – Competencia Indirecta TACOMIENDO

Número	Establecimiento	Ubicación	Platillo que ofrece
1	MAUI – RESTOBAR	Av. Armada Nacional	Copa Mexicana
2	CRIS BURGER	Av. Charles Darwin	Tacos y burritos
3	BURGER HOUSE	Calle Ignacio Hernández	Burritos y Copa Mexicana

(Averos Aguilar, 2022)

Productos sustitutos

En los alrededores donde funcionara TACOMIENDO se ubican 5 negocios dedicados al expendio de artículos de primera necesidad, víveres, abarrotes, snacks y

bebidas, por lo que a la venta de snacks y bebidas se lo consideraría como producto sustituto.

Proveedores

TACOMIENDO procurará generar relaciones a largo plazo con sus proveedores, también busca que la materia prima para la elaboración de sus recetas sea de la mejor calidad y en lo posible sean producidos localmente, a continuación, se detallan la lista de proveedores con los que trabajará el negocio:

Tabla 22 – Tabla de Proveedores TACOMIENDO

PROVEEDOR	PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS CONSUMAMOS LO NUESTRO	Tomate, pimiento, cebolla, cilantro, limón, lechuga, pepino. Carne de Pollo Carne de Res Carne de Cerdo Pescado y Mariscos	Productos cultivados localmente, se encuentran en un proceso de capacitación e implementación, para reducir el uso de agroquímicos en sus cultivos.
ASOSOMAGAL	Pulpa de frutas Café	Productos cultivados localmente con valor agregado.
MINIMARKET SUPER PRO	Grasas y aceites Harina de maíz Tortillas	Calidad de productos y buen precio
DISTRIBUIDORA LAS PEÑAS	Gaseosas Aguas Cervezas Licores	Calidad de productos y buen precio

(Averos Aguilar, 2022)

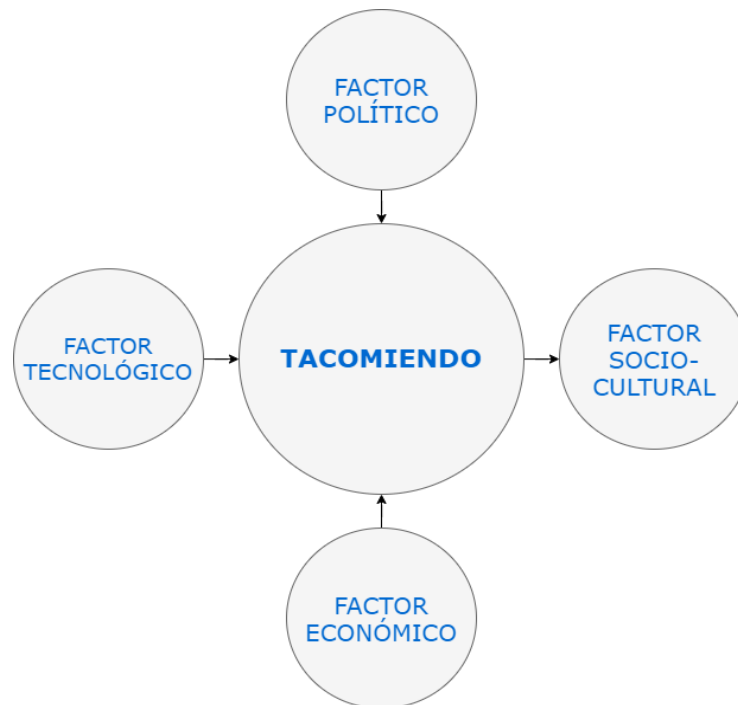
Intermediarios

El giro del negocio de TACOMIENDO es la elaboración y venta de alimentos y bebidas a los clientes finales, no se considera la participación de los intermediarios.

Macroentorno

Utilizamos el macroentorno para identificar las fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre TACOMIENDO, estas van a estar ahí, sin importar que la actividad comercial se desarrolle o no, es importante mencionar que la empresa no podrá ejercer ninguna influencia sobre el macroentorno, a continuación, se describe gráficamente las fuerzas externas indirectas de que considera TACOMIENDO:

Figura 19- Esquema Macroentorno TACOMIENDO



(Averos Aguilar, 2022)

Factor Político

En lo que concierne al tema político, Ecuador está bajo el mandato del presidente Guillermo Lasso, quien asumió funciones el 24 de mayo del 2021, como aciertos de este gobierno se resalta el plan de vacunación contra el COVID 19, que ha permitido una progresiva recuperación de la economía, en materia económica el presidente envió a la Asamblea Nacional el proyecto de ley denominado Creando Oportunidades, el mismo que entro en vigencia por el ministerio de ley, ya que no tiene una mayoría definida en la Asamblea Nacional, lo que ocasiona problemas al gobierno para gestionar las leyes que ellos requieren.

La ley creando oportunidades ejecuta una reforma al sistema tributario, realizando cambios en los regímenes tributarios, en las formas y porcentajes de cálculos de los impuestos como el IVA y el Impuesto a la Renta. El presidente no pudo agregar en esta ley la reforma laboral, tema pendiente y muy controversial para los intereses de la clase obrera y el sector empresarial.

Uno de los temas pendientes y urgentes que tiene como reto el actual gobierno tiene que ver con la seguridad ciudadana, hay una marcada inseguridad en el país, la tasa de muertes violentas sigue en incremento, existe una crisis en sistema carcelario y el incremento del narcotráfico, estos temas pendientes pueden desencadenar en una crisis política que afectaría a la economía y por ende al emprendimiento.

Factor Tecnológico

La utilización de la tecnología en los negocios es cada vez frecuente y se va convirtiendo en indispensable, ya por ejemplo existen equipos tecnológicos para facilitar la preparación de alimentos, en el tema de servicio la utilización de medios electrónicos para tomar pedidos y facturación cada vez son más comunes en los establecimientos, finalmente en lo referente a publicidad y promoción la utilización de las redes sociales a ganado bastante espacio, por lo que los negocios se han volcado a utilizar estas herramienta para promocionar sus productos y/o servicios.

TACOMIENDO para su operación se ayudará de un sistema administrativo y de facturación, dentro de las opciones en el mercado ha optado por utilizar el sistema PERSEO, este le permitirá realizar el control de facturación, bodega alimentos e insumos, bodega de licores y bebidas, manejo de nómina y muchas otras aplicaciones que brinda el sistema.

Factor Sociocultural

Al tratarse de un establecimiento de alimentos y bebidas relacionado con la comida tradicional mexicana se podría tener un poco resistencia por temas de que se está dando importancia a una cultura extranjera y no explota la gastronomía ecuatoriana, para prevenir esto TACOMIENDO innovara en platillos con productos locales, específicamente maricos que se recolectan en la zona.

Factor Económico

En lo concerniente al factor económico se analiza la situación actual del país en los sectores de comercio y turismo, así como también las cifras correspondientes al Producto Interno Bruto, Nivel General de Precios, Nivel de Desempleo y Tipo de Interés que constituyen los ejes fundamentales para nuestro mercado.

La economía del Ecuador se ha visto seriamente afectada por la pandemia producto del COVID 19, el año 2020 y 2021 han sido complejos para las finanzas estatales, según la información de la página web del Ministerio de Economía la economía del Ecuador ha evidenciado una recuperación cierre del año 2021, esto es atribuido al exitoso programa de vacunación contra la COVID-19.

El comportamiento macroeconómico según las proyecciones del Banco Central del Ecuador (BCE), la economía nacional creció en un 4 % del PIB, aproximándose al nivel de pre pandemia, las ventas totales del 2021 registraron un incremento cercano al 21 % con relación al 2020, se destaca el dinamismo de sectores como: comercio, manufactura, minas y canteras, agricultura y salud; mientras que turismo, inmobiliarias, construcción, entre otros, tuvieron una recuperación más lenta. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022)

El IPC del año 2021 del Ecuador fue de 1.9%, el empleo adecuado a diciembre de 2021 fue de 33.9%.

En lo que respecta a tasa de interés nos compete analizar la Tasa Activa Referencial para los segmentos Productivo PYMES y Microcrédito Minorista, según

información del BCE la tasa efectiva referencial para Productivo PYMES es 9.9% y para Microcrédito Minorista 17.99%.

3.4 Producto y servicio

La palabra producto puede contener un sinnúmero de cosas como: tornillos, juguetes, carros, casas, azúcar, focos, fideos, un tour en Galápagos, un plato de comida, etc. En realidad, todos los mencionados anteriormente son productos, y es que en términos comerciales la definición de producto puede ser realmente extensa. El (Committee on Definitions of the American Marketing Association , 2014) define producto como: “cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención del mercado para su adquisición, uso o consumo, que pueda satisfacer un deseo o una necesidad; incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”.

TACOMIENDO considera como producto a cada uno de los platillos y bebidas que ofrecerá, sumado a esto la atención de calidad y con calidez que el personal brindará en el establecimiento y finalmente el gozar de un ambiente cómodo, confortable y seguro, ambientado a la cultura mexicana.

Producto Esencial

El producto esencial hace referencia a qué es lo que realmente compra el cliente, es decir el beneficio o servicio básico del producto, en TACOMIENDO el producto esencial es el degustar de un plato comida que busca satisfacer la necesidad fisiológica básica de la alimentación.

Producto Real

El producto real por su parte puede tener diferentes características: calidad, precio, marca, empaque, nombre, funcionalidad, etc., en TACOMIENDO su producto real son los diversos platos y bebidas que se ofrecerán en su carta, de los cuales podemos resaltar los siguientes:

- Tacos: Platillo tradicional de la comida mexicana, que es reconocido a nivel internacional, en TACOMIENDO se ofrecerá este platillo con distintas clases de proteínas como, por ejemplo: pollo, res, cerdo y mariscos.
- Enchilada: Platillo preparado en una tortilla de maíz enrollada y bañada en salsa especial de la casa.
- Jarritos: Bebida tradicional mexicana, cuenta con una variedad de sabores.
- Margarita: Coctel preparado a base de tequila, que es un licor sacado de la planta de agave y producido solamente en una pequeña región de México.

El producto real se refiere a la forma como el producto se presenta al mercado, esto implica que en el mercado deja de ser un genérico para adquirir un nombre propio y unas características que lo harán distinguirse de los otros competidores, para ello TACOMIENDO trabaja en lo siguiente:

Características

La cocina mexicana es conocida por su sabor intenso, ya que se utiliza una variedad de especias, también resalta la infinita variedad de colores y texturas principalmente debido al uso de las más diversas verduras como: pimientos, rábanos, coles, etc.,

TACOMIENDO resalta las características propias de la comida mexicana y se esfuerza por mantenerlas y mejorarlas, para este fin dentro de su proceso de preparación de alimentos incorpora normas que se deben cumplir para cuidar la calidad del producto final.

Calidad

TACOMIENDO adopta un sistema de control de calidad para cuidar todas las etapas del procesamiento de los alimentos, desde la recepción de materias primas e insumos hasta la parte final donde se sirve el plato al cliente.

Para el control calidad en el proceso de preparación de alimentos, TACOMIENDO implementara el sistema HACCP que tiene como objetivo identificar los peligros relacionados con la seguridad del consumidor que puedan ocurrir en la cadena alimentaria, estableciendo los procesos de control para garantizar la inocuidad del producto.

El sistema HACCP se basa en un sistema de ingeniería conocido como Análisis de Fallas, Modos y Efectos, donde en cada etapa del proceso, se observan los errores que pueden ocurrir, sus causas probables y sus efectos, para entonces establecer el

mecanismo de control. (Pan American Health Organization / World Health Organization., 2022)

Estilo

TACOMIENDO, basa su estilo en la cultura mexicana, para ello el establecimiento estará ambientado con colores representativos de México, posters con personajes icónicos de ese país, así como también artículos variados de decoración que creen en el usuario una sensación de estar en un lugar propio de México.

Marca

Se define como marca al nombre que sirve para diferenciar, reconocer y seleccionar un producto específico de los demás que compiten en el mercado, para este fin el negocio usa como marca **TACOMIENDO**, que nace de la combinación de las palabras taco y comiendo, en donde taco representa el plato estrella por excelencia de la comida mexicana y también del negocio, y la palabra comiendo expresa la acción de ingerir u alimento.

Producto Aumentado

El producto aumentado es mucho más que el beneficio básico y que las características de los productos, se refiere a aspectos como la garantía, el servicio postventa, el crédito, la entrega, la instalación, etc., TACOMIENDO plantea como producto aumentado el ambiente confortable y seguro que ofrece a sus clientes, hablamos de confortable ya que se contara con un sistema de climatización de las instalaciones, dado que la temperatura en la localidad es alta, como parte de producto aumentado también se

considera las facilidades que el negocio ofrecerá para realizar sus pagos, utilizando medios tradicionales y de las nuevas tecnologías.

3.5 Plan de introducción al mercado

Identidad Corporativa

La identidad corporativa es la forma en que una organización se proyecta y comunica su propósito y propuesta de valor a sus grupos de interés. TACOMIENDO define a la identidad corporativa como la identidad visual de la empresa, es decir, la manifestación física de la marca corporativa.

Marca logotipo

El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

Diseño del Logotipo

En el logotipo tenemos la palabra TACOMIENDO dentro de un hexágono, la letra O de la palabra taco ha sido remplazada por una ilustración de un taco, la letra I de la palabra miendo fue sustituida por el gráfico de un ají que es uno de los ingredientes básicos de la comida mexicana, también dentro del logotipo resalta un sombrero mexicano icono de esta cultura, en la parte inferior se ha colocado unos cubiertos que representan el servicio de alimentación, se han utilizado una gama de colores propios de la cultura mexicana.

Figura 20 – Logotipo TACOMIENDO



(Averos Aguilar, 2022)

Variaciones de color

Figura 21 – Variación de colores logotipo TACOMIENDO



(Averos Aguilar, 2022)

Distintivos y uniformes

El uniforme de trabajo es un accesorio que ayuda a los trabajadores de TACOMIENDO a destacarse sobre el resto de personas, mostrando que pertenece a la organización, con el fin de construir una imagen de marca que sea reconocida por la ciudadanía.

Área de cocina

Para el área de cocina se plantea la dotación de una camiseta tipo polo de color blanco con algunas combinaciones en verde en el cuello y mangas, se incluye el logotipo de la organización en el lado izquierdo, sumado a esto se entregará un mandil de color blanco con una combinación de color verde en los filis y bolsillos, el logotipo ira centrado.

A continuación, se muestra la propuesta de uniformes para el área de cocina:

Figura 22 – Diseño de uniformes personal de cocina



(Averos Aguilar, 2022)

Área de atención al público

Para el personal que tiene contacto con el público se plantea la entrega de una camiseta tipo polo y una gorra, las prendas serán de color blanco combinadas con el color verde, llevarán también el logotipo de la organización:

A continuación, se muestra la propuesta de uniformes para el área atención al público:

Figura 23 – Diseño de uniformes personal de atención al público



(Averos Aguilar, 2022)

Opciones de la marca

La marca creada puede ser aplicada en una variedad de productos. A continuación, se muestran algunos ejemplos de lo que se podría lograr en diferentes aplicaciones.

Figura 24 – opciones de utilización de la marca



(Averos Aguilar, 2022)

Plaza

La plaza se define como la forma en la cual un bien o servicio llega de una empresa a las manos del consumidor final, es decir que cuando se concreta una venta,

no es suficiente tener un buen producto o servicio a un precio adecuado, se necesita definir estrategias para que el producto llegue de una manera efectiva hasta el cliente final, es por ello que TACOMIENDO considera la utiliza el canal de distribución directo.

Canal de distribución directo

A través del canal directo de distribución TACOMIENDO busca comercializar directamente sus productos al consumidor. Esta comercialización directa se realiza a través del establecimiento ubicado en la Av. Quito y Alsacio Northia, la ciudad de San Cristóbal – Galápagos, donde el cliente consume el producto en un ambiente cómodo y confortable.

Promoción

TACOMIENDO utiliza la estrategia de promoción con el propósito de interferir en el comportamiento y las actitudes de las personas a favor del producto o servicio que ofrece, para ello se apalancara de varias herramientas de promoción.

Publicidad

A través de la publicidad, TACOMIENDO busca informar, dar a conocer, y estimular el consumo de sus productos, por lo que utilizara estrategias basadas en los canales publicidad.

Campaña en redes sociales

El objetivo de esta campaña es dar a conocer el restaurante TACOMIENDO a potenciales clientes de la localidad y/o turistas interesados en nuestro tipo de comida. Para el desarrollo de esta campaña se ha seleccionado las redes social Facebook e Instagram, que son 2 de las redes más utilizadas perteneciente a la empresa META, a continuación, se detalla un presupuesto para la puesta en marcha de esta campaña:

Figura 25 – Presupuesto campaña Facebook e Instagram

PROVEEDOR	OFERTA	VALOR MENSUAL
	<ul style="list-style-type: none">• 10 diseños profesionales• 10 textos publicitarios• Incluye 10 links profesionales	
RAE	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de portada	\$ 200.00
Publicidad	<ul style="list-style-type: none">• Uso de hashtags• Calendario de publicaciones• Estrategia publicitaria• Ads \$50 para Facebook – Instagram	

(Averos Aguilar, 2022)

Riesgo y oportunidades del negocio

TACOMIENDO considera como un riesgo la pandemia producto del COVID-19, ya que ha afectado a la economía de las personas, por lo tanto al presentarse otro brote que implique se pongan restricciones de aforo y limitaciones de movilidad, podría desencadenar una baja en las ventas que ponga en riesgo el negocio, también se debe considerar como riesgo la inseguridad que vive el Ecuador, provocando una mala imagen del país a nivel internacional, lo que ocasiona que no recomienden venir al país, afectando de gran manera al turismo, especialmente a las islas Galápagos.

Como oportunidades del negocio tenemos que el menú de alimentos y bebidas que ofrece TACOMIENDO, no se ofrecen a nivel local, teniendo como fortaleza los sabores, colores y presentaciones que se dan los platos, sumado a esto la atención al cliente que se brinde, y finalmente las instalaciones donde funcionará el establecimiento que será confortable y adaptado a la cultura mexicana.

3.6 Fijación de Precios

TACOMIENDO para poder establecer los precios de venta de sus platillos utiliza la estrategia de fijación de precios por receta estándar.

Fijación de precios por receta estándar.



La receta estándar es una ficha que contiene una lista detallada de los ingredientes, preparación y costos asociados a la receta de todos los platillos incluidos en el menú de un restaurante, a continuación, se detallan algunas de las recetas:

Tabla 23- Receta estándar tacos de pollo

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Tacos de Pollo			Código: TAC-001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	1/2/2022			Chef: Fabian Reino	
INGREDIENTE	MEDIDA	PRESENTACIÓN	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Pechuga de Pollo	g	453 gr (1lb)	\$ 2.50	200.00	\$ 1.10
Ajo	g	453 gr (1lb)	\$ 1.00	40.00	\$ 0.09
Sal	g	1 kg	\$ 1.00	10.00	\$ 0.01
Coca Cola	ml	2 lts	\$ 2.50	150.00	\$ 0.19
Cerveza	ml	750 ml	\$ 2.50	100.00	\$ 0.33
Jugo de Naranja	ml	100 ml	\$ 1.00	20.00	\$ 0.20
Tortilla de maíz	Unidad	Paq. x 12	\$ 1.98	3.00	\$ 0.50
Cebolla perla	g	453 gr (1lb)	\$ 0.65	30.00	\$ 0.04
Limón	ml	100 ml	\$ 1.00	10.00	\$ 0.10
Cilantro	g	453 gr (1lb)	\$ 0.50	10.00	\$ 0.03
Aguacate	g	453 gr (1lb)	\$ 3.00	50.00	\$ 0.33
Aceite	ml	1 la	\$ 3.25	20.00	\$ 0.14
Rábano	g	453 gr (1lb)	\$ 1.00	20.00	\$ 0.04
FOTOGRAFÍA				Total bruto	\$ 3.11
				10% imprevistos	\$ 0.31
				Total neto	\$ 3.42
				Gasto de fab. 15%	\$ 0.51
				Factor costo 33,33%	\$ 1.14
				M.O. 45%	\$ 1.54
				G. Admin 12%	\$ 0.41
				40% utilidad	\$ 1.37
				Subtotal	\$ 8.39
				12% IVA	\$ 1.01
				Total	\$ 9.40

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla 24 - Receta estándar tacos de carnita

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Tacos de carnita			Código: TAC-002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	1/2/2022			Chef: Fabian Reino	
INGREDIENTE	MEDIDA	PRESENTACIÓN	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Carne de cerdo	g	453 gr (1lb)	\$ 3.00	200.00	\$ 1.32
Ajo	g	453 gr (1lb)	\$ 1.00	40.00	\$ 0.09
Sal	g	1 kg	\$ 1.00	10.00	\$ 0.01
Coca Cola	ml	2 lts	\$ 2.50	150.00	\$ 0.19
Cerveza	ml	750 ml	\$ 2.50	100.00	\$ 0.33
Jugo de Naranja	ml	100 ml	\$ 1.00	20.00	\$ 0.20
Tortilla de maíz	Unidad	Paq. x 12	\$ 1.98	3.00	\$ 0.50
Cebolla perla	g	453 gr (1lb)	\$ 0.65	30.00	\$ 0.04
Limón	ml	100 ml	\$ 1.00	10.00	\$ 0.10
Cilantro	g	453 gr (1lb)	\$ 0.50	10.00	\$ 0.03
Aguacate	g	453 gr (1lb)	\$ 3.00	50.00	\$ 0.33
Aceite	ml	1 lt	\$ 3.25	20.00	\$ 0.14
Rábano	g	453 gr (1lb)	\$ 1.00	20.00	\$ 0.04
FOTOGRAFÍA				Total bruto	\$ 3.33
				10% imprevistos	\$ 0.33
				Total neto	\$ 3.66
				Gasto de fab. 15%	\$ 0.55
				Factor costo 33,33%	\$ 1.22
				M.O. 45%	\$ 1.65
				G. Admin 12%	\$ 0.44
				40% utilidad	\$ 1.47
				Subtotal	\$ 8.99
				12% IVA	\$ 1.08
				Total	\$ 10.06

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla 25 - Receta estándar tacos de mariscos

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Tacos de carnita			Código: TAC-003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	1/2/2022			Chef: Fabian Reino	
INGREDIENTE	MEDIDA	PRESENTACIÓN	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Mix de Mariscos	g	453 gr (1lb)	\$ 5.00	200.00	\$ 2.21
Ajo	g	453 gr (1lb)	\$ 1.00	40.00	\$ 0.09
Sal	g	1 kg	\$ 1.00	10.00	\$ 0.01
Coca Cola	ml	2 lts	\$ 2.50	150.00	\$ 0.19
Cerveza	ml	750 ml	\$ 2.50	100.00	\$ 0.33
Jugo de Naranja	ml	100 ml	\$ 1.00	20.00	\$ 0.20
Tortilla de maíz	Unidad	Paq. x 12	\$ 1.98	3.00	\$ 0.50
Cebolla perla	g	453 gr (1lb)	\$ 0.65	30.00	\$ 0.04
Limón	ml	100 ml	\$ 1.00	10.00	\$ 0.10
Cilantro	g	453 gr (1lb)	\$ 0.50	10.00	\$ 0.03
Aguacate	g	453 gr (1lb)	\$ 3.00	50.00	\$ 0.33
Aceite	ml	1 lt	\$ 3.25	20.00	\$ 0.14
Rábano	g	453 gr (1lb)	\$ 1.00	20.00	\$ 0.04
FOTOGRAFÍA				Total bruto	\$ 4.21
				10% imprevistos	\$ 0.42
				Total neto	\$ 4.63
				Gasto de fab. 15%	\$ 0.70
				Factor costo 33,33%	\$ 1.54
				M.O. 45%	\$ 2.09
				G. Admin 12%	\$ 0.56
				40% utilidad	\$ 1.85
				Subtotal	\$ 11.37
				12% IVA	\$ 1.36
				Total	\$ 12.73

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla 26 - Receta estándar Margarita

	FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
	RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS				
NOMBRE DEL PLATO:	Margarita			Código: COC-001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	1/2/2022			Chef: Fabian Reino	
INGREDIENTE	MEDIDA	PRESENTACIÓN	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Tequila	ml	750 ml	\$ 22.00	50.00	\$ 1.47
Triple Seco	ml	750 ml	\$ 11.00	30.00	\$ 0.44
Jugo de limón	ml	100 ml	\$ 1.00	40.00	\$ 0.40
FOTOGRAFÍA				Total bruto	\$ 2.31
				10% imprevistos	\$ 0.23
				Total neto	\$ 2.54
				Gasto de fab. 15%	\$ 0.38
				Factor costo 33,33%	\$ 0.85
				M.O. 45%	\$ 1.14
				G. Admin 12%	\$ 0.30
				40% utilidad	\$ 1.01
				Subtotal	\$ 6.22
				12% IVA	\$ 0.75
				Total	\$ 6.97

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla 27 - Receta estándar michelada

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Michelada			Código: COC-002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	1/2/2022			Chef: Fabian Reino	
INGREDIENTE	MEDIDA	PRESENTACIÓN	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Cerveza Nacional	cc	350 cc	\$ 2.23	350.00	\$ 2.23
Jugo de limón	ml	100 ml	\$ 1.00	40.00	\$ 0.40
Ají tabasco	g	60 ml	\$ 7.50	5.00	\$ 0.63
Tajín	g	45	\$ 3.85	1.00	\$ 0.09
FOTOGRAFÍA				Total bruto	\$ 3.34
				10% imprevistos	\$ 0.33
				Total neto	\$ 3.67
				Gasto de fab. 15%	\$ 0.55
				Factor costo 33,33%	\$ 1.22
				M.O. 45%	\$ 1.65
				G. Admin 12%	\$ 0.44
				40% utilidad	\$ 1.47
				Subtotal	\$ 9.01
				12% IVA	\$ 1.08
				Total	\$ 10.10

(Averos Aguilar, 2022)

3.7 Implementación del negocio

Arriendo del local.

Tabla 28 - arriendo de local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$300	\$1800	\$3600

(Averos Aguilar, 2022)

Equipos de cocina

Tabla 29 - equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial de 3 quemadores, plancha y freidora	1	\$ 950.00	\$ 950.00
Mesa de trabajo de acero inoxidable, 2.10 x 1 x 0.85	1	\$ 520.00	\$ 520.00
Licuada de alto rendimiento Hamilton Beach Eclipse HBH750	1	\$ 497.00	\$ 497.00
Congelador 500 litros	1	\$ 740.00	\$ 740.00
Bandejas de acero	10	\$ 25.00	\$ 250.00
Balanza digital	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Horno	1	\$ 450.00	\$ 450.00
TOTAL			\$ 3,437.00

(Averos Aguilar, 2022)

Equipos de computación

Tabla 30 - Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
PORTATIL HP CORE I3 11GENERACION	1	\$ 650.00	\$ 650.00
IMPRESORA PUNTO DE VENTA	2	\$ 250.00	\$ 500.00
TOTAL			\$ 1,150.00

(Averos Aguilar, 2022)

Muebles y enseres

Tabla 31 - Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesa Ratán Glamour Pica	5	\$ 75.00	\$ 375.00
Silla Ratán Glamour Pica	20	\$ 36.00	\$ 720.00
TOTAL			\$ 1,095.00

(Averos Aguilar, 2022)

Menaje de cocina

Tabla 32 - menaje de cocina

MENAJE DE COCINA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	
PLATO LLANO	36	\$ 1.25	\$	45.00
PLATO DE SOPA	36	\$ 1.25	\$	45.00
PLATO DE POSTRE	36	\$ 1.00	\$	36.00
VASOS DE JUGO	36	\$ 0.80	\$	28.80
JUEGO DE CUBIERTOS (CUCHARA, CUCHILLO, TENEDOR)	36	\$ 2.00	\$	72.00
JUEGO DE CUCHILLO DE COCINA	1	\$ 40.00	\$	40.00
JUEGO DE OLLAS	1	\$ 80.00	\$	80.00
COPAS ALTAS	1	\$ 1.25	\$	1.25
VASO PARA CERVEZA	1	\$ 1.30	\$	1.30
TOTAL			\$	349.35

(Averos Aguilar, 2022)

Equipos de seguridad industrial

Tabla 33 - Equipos de seguridad industrial

EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
EXTINTOR DE CO2 X 5 LBS	1	\$ 75.00	\$ 75.00
DETECTOR DE GAS	1	\$ 28.00	\$ 28.00
SEÑALÉTICA DE SEGURIDAD	1	\$ 18.00	\$ 18.00
TOTAL			\$ 121.00

(Averos Aguilar, 2022)

Suministros de oficina

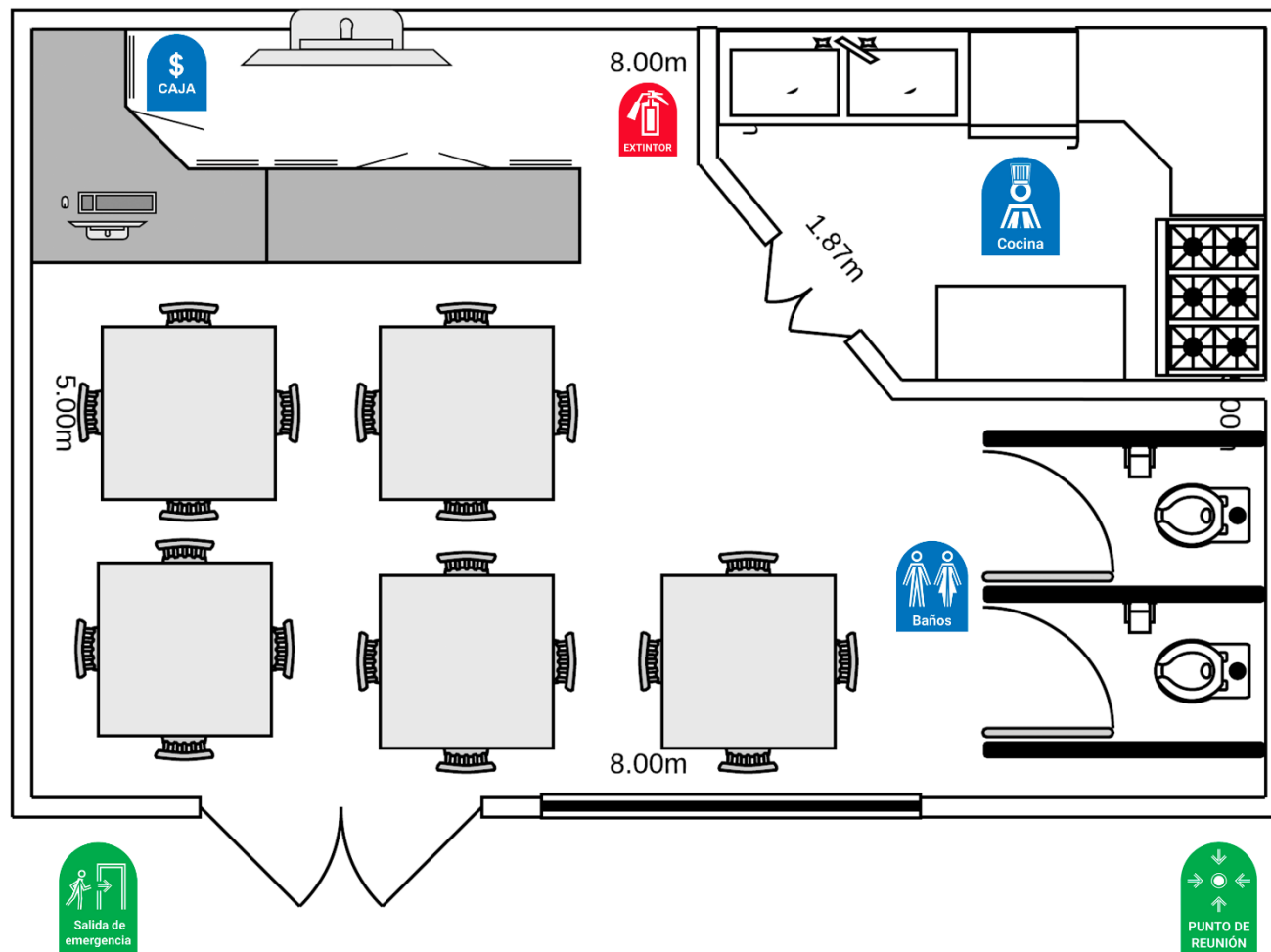
Tabla 34 - Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
GRAPADORA	1	\$ 3.00	\$ 3.00
PERFORADORA	1	\$ 4.00	\$ 4.00
FOLDER A4	1	\$ 2.50	\$ 2.50
RESMA DE PAPEL A4	4	\$ 5.50	\$ 22.00
ROLLOS DE PAPEL TÉRMICO	20	\$ 1.50	\$ 30.00
CAJA DE ESFEROS	1	\$ 5.00	\$ 5.00
CAJA DE MARCADORES	1	\$ 5.00	\$ 5.00
TOTAL			\$ 71.50

(Averos Aguilar, 2022)

3.8 Diseño Arquitectónico

Figura 26 - Diseño Arquitectónico



(Averos Aguilar, 2022)

4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

En Ecuador los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación de dos figuras legales, esto es, como persona natural o como persona jurídica, TACOMIENDO para el inicio de sus actividades operara como persona natural a nombre del propietario del negocio, por lo tanto, el propietario del negocio ejerce derechos y contrae obligaciones por sus propios derechos, es decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere el negocio.

4.1 Formalidad del Negocio

Para darle la formalidad que exige la normativa ecuatoriana al negocio, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- RUC o RIMPE.
- Patente Municipal.
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
- Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior.

Requisito para obtener el RUC o RIMPE

Trámite habilitado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) que permite a las personas naturales realizar la inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC) bajo el Régimen General, mediante la presentación de los requisitos

correspondientes en los diferentes canales de atención habilitados al ciudadano a nivel nacional. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022)

Requisitos Obligatorios:

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:

- Cédula de identidad (Presentación).
- Certificado de votación (Presentación).
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.

Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial:

1. Acudir al centro de atención del SRI.
2. Solicitar el turno.
3. Esperar el turno.
4. Acudir a la ventanilla de atención.
5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo.
6. Recibir contestación.

Requisitos Patente Municipal de GAD de San Cristóbal

- RUC o RIMPE.
- Impuesto predial o contrato de arrendamiento.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de San Cristóbal.
- Declaración del capital en giro.
- Certificado de no tener deudas en el Municipio.

- Pago de los valores por concepto de patente municipal. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Cristóbal, 2020)

Requisitos para obtener el permiso de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Requisitos Obligatorios:

- Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento seleccionando la actividad de Restaurantes/Cafeterías, en el sistema de permiso de funcionamiento.

(<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>).

Para permiso de funcionamiento para Restaurantes/Cafeterías:

- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Contar con la categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (Mintur)

Requisito para el Permiso de Funcionamiento por parte del Ministerio de Interior

Requisitos Obligatorios:

- Registro del representante legal del establecimiento en la página Web del Ministerio del Interior (Ministerio de Gobierno).
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).

- Patente Municipal, licencia única de actividad económica o su equivalente.
- Permiso de la Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario (únicamente para la categoría 4).
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Comprobante de Ingreso por Recuperación de Costos por concepto de otorgamiento de Permiso de Funcionamiento. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022)

Requisitos para obtener la clave patronal IESS

Requisitos Obligatorios:

- Fotografía o escaneado de la ‘Solicitud de clave’, firmada y con toda información solicitada.
- Fotografía o escaneado del ‘Acuerdo de responsabilidad y uso de la información’ firmado y con toda información solicitada.
- Fotografía o escaneado, con datos legibles, de la cédula de ciudadanía (de los dos lados).

Como hacer el tramite

VIRTUAL:

Registro patronal en el sistema de historia laboral: (solicitud de clave para Empleador)

1. Ingresar a la página web www.iess.gob.ec / Empleadores / Registro de nuevo empleador / Registro de nuevo empleador / Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
2. Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco, digitar el número de RUC y en caso de empleador doméstico digitar número de cédula, seleccionar el tipo de empleador y registrar los campos que solicita el sistema
3. En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualiza el botón imprimir solicitud de clave.
4. Imprimir el formulario de solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022)

5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Impacto ambiental

TACOMIENDO, es un emprendimiento del sector de servicios, que se dedica al expendio de comidas y bebidas, los posibles impactos ambientales se enmarcan en la contaminación de recurso de agua por las descargas residuales no domésticas y contaminación de suelo especialmente por la generación y manejo de residuos. Todo tipo de negocio genera algún tipo de impacto ambiental negativo, por lo tanto, se debe buscar que los colaboradores tomen conciencia de los impactos ambientales que generará el desarrollo de las actividades en el restaurante, para de esta manera minimizar los impactos aplicando buenas prácticas para el manejo de estos.

TACOMIENDO se compromete a cumplir la normativa local y nacional para la prevención de los impactos ambientales que se genere en el desarrollo de las actividades del restaurante.

Dentro del desarrollo de las actividades del restaurante se han evidenciado los siguientes posibles impactos ambientales:

Contaminación del agua.

Las actividades implicadas en la operación del restaurante generan residuos líquidos que pueden contener algunos tipos de contaminantes que, de no ser tratados adecuadamente, afectan la calidad del agua de los medios receptores de vertimientos como quebradas, ríos, lagos, etc.

En el caso de los restaurantes, las aguas residuales están asociadas al lavado de los alimentos y utensilios, al descongelado de alimentos, así como a la limpieza de las instalaciones y el funcionamiento de los baños. Por tanto, es frecuente que estos efluentes presenten altas concentraciones de materia orgánica, grasas y aceites, material sólido suspendido o disuelto, agentes tenso activos y otros productos utilizados en limpieza (Cárdenas Bocanegra, 2022).

Contaminación del suelo por residuos sólidos o vertimientos.

El vertimiento de las aguas residuales directamente sobre el suelo puede provocar su contaminación, causando un desbalance de nutrientes, pérdida de fertilidad, acumulación de sustancias en concentraciones tóxicas y afectación de la biota en él presente (Cárdenas Bocanegra, 2022).

Los mismos efectos pueden desencadenarse por la disposición inadecuada de residuos en el suelo, los residuos generados por los restaurantes incluyen principalmente residuos de alimentos y materiales aprovechables como papel, cartón, vidrio, aluminio y plástico, también dentro de la operación de restaurantes se pueden generar residuos peligrosos, como baterías, solventes utilizados en la limpieza, lubricantes, pinturas y plaguicidas.

Afectación de la flora y la fauna.

El vertimiento de las aguas residuales en ambientes acuáticos puede provocar una fuerte alteración de las distintas formas de vida allí presentes, así mismo, la disposición inadecuada de residuos puede afectar negativamente a los suelos, esto

desde los microorganismos – fundamentales en los ciclos biogeoquímicos y en el mantenimiento de las propiedades del suelo – hasta las formas de vida más evolucionadas como plantas y animales (Cárdenas Bocanegra, 2022).

Contaminación atmosférica

En las afectaciones a la atmósfera se consideran también las emisiones de ruido, dentro de la operación de los restaurantes, se genera ruido por el funcionamiento de refrigeradores y aires acondicionados, así como por el lavado de vajillas y utensilios.

Prácticas ambientales TACOMIENDO

Una buena práctica de gestión ambiental constituye una acción o una combinación de las acciones llevadas a cabo para reducir el impacto ambiental de las operaciones de las actividades a ejecutar en un proyecto, el Ministerio del Ambiente del Ecuador ha expedido la GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA LOS SECTORES DE ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN, por lo tanto, TACOMIENDO se acoge a estas y las detalla a continuación:

Gestión de Residuos

Los residuos de alimentos, aceites y grasas se separarán en recipientes herméticos para su posterior entrega a un gestor ambiental autorizado, manteniendo registros de esta actividad.

En San Cristóbal se cuenta con una ordenanza para la correcta disposición de los residuos sólidos mediante la utilización de tachos de colores, negro para residuos comunes, azul para materiales reciclables y verde para residuos orgánicos, estos residuos son retirados a diario por los recolectores de basura municipales.

Se priorizará la gestión de los residuos, aplicando la estrategia de las "4R's": Reducción, Reutilización, Reciclaje y Rechaza.

Consumo de Energía

Se utilizará luminarias de bajo consumo LED, interruptores con detectores de movimiento.

Se realizará los mantenimientos programados a los equipos, para evitar incrementar la vida útil y disminuir la generación residuos e incurrir en gastos de repuestos.

Consumo de Agua

Se realizarán revisiones periódicas para reparar fugas y evitar pérdidas de agua.

Se utilizarán productos de limpieza identificados como de menor agresividad ambiental.

Ruido

Se llevará un control del ruido generado por los equipos auxiliares, para mantenerlos en buen estado y así evitar molestias evitables.

Los equipos de amplificación utilizados serán ubicados en sitios que afecten a las viviendas o comercios que se encuentren en la zona y deberán estar ubicados hacia el interior de las instalaciones.

5.2 Impacto Social

Se define como impacto social la huella dejada por una empresa en la comunidad donde desarrolla sus actividades, TACOMIENDO busca que genere un impacto social que deje una huella positiva en comunidad con el fin de beneficiar a la comunidad.

Igualdad de género

La igualdad de género implica que hombres y mujeres deben recibir los mismos derechos, beneficios, igualdad de oportunidades, TACOMIENDO respeta este concepto y busca que se cumpla esto con sus colaboradores.

Salario Justo

TACOMIENDO pagará las remuneraciones de sus colaboradores de acuerdo con lo que establece el ministerio rector en materia de trabajo, se cumplirá con todos los beneficios sociales.

Generación de Empleo

TACOMIENDO procurará la generación de más fuentes de trabajo según sea su crecimiento, se respetará la disposición local de priorizar la contratación de residentes permanentes de la provincia de Galápagos.

6 PROCESO FINANCIERO

6.1 Evaluación Financiera

Se describe como la confección de información financiera del negocio con el fin de proporcionar datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., con el fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto. Todas estas tareas se realizan de acuerdo con el diseño del sistema de producción y organización que proponen los estudios de producción y de administración del proyecto, para evaluar la rentabilidad financiera del proyecto.

A continuación, se presenta la evaluación financiera de TACOMIENDO:

Activos Fijos

Un activo fijo es un bien de la empresa, puede ser tangible o intangible, estos activos no pueden convertirse en líquido (dinero en efectivo) a corto plazo, estos son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no están destinados a la venta. Los activos fijos de TACOMIENDO se encuentran divididos en Equipos Industriales, Equipos de Computación, Muebles y Enseres, Equipos de Seguridad Industrial, a continuación, se presenta una tabla valorada de los activos fijos del negocio:

Tabla 35 - Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
EQUIPOS INDUSTRIALES	\$ 3,437.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,150.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1,095.00
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	\$ 470.35
TOTAL	\$ 6,152.35

(Averos Aguilar, 2022)

Activos Diferidos

Son todos los gastos o inversiones para la creación de la empresa, en el caso de TACOMIENDO no tendrá mayor gasto por concepto de creación de la empresa ya que funcionara como un negocio como persona natural, a continuación, se detallan los activos diferidos del negocio:

Tabla 36 - Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Permisos de funcionamiento	\$ 150.00
Patente municipal	\$ 130.00
TOTAL	\$ 280.00

(Averos Aguilar, 2022)

Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de dinero que un negocio necesita para realizar sus operaciones con normalidad. Es decir, los activos para que una compañía, sea capaz de hacer sus funciones y actividades a corto plazo.

Tabla 37 - Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	Mensual	3 meses	12 meses
Sueldos	\$ 5,532.02	\$ 16,596.05	\$ 66,384.19
Servicios Básicos	\$ 127.00	\$ 381.00	\$ 1,524.00
Material oficina	\$ 71.50	\$ 214.50	\$ 858.00
Material limpieza	\$ 50.00	\$ 150.00	\$ 600.00
Alquiler local	\$ 300.00	\$ 900.00	\$ 3,600.00
Publicidad	\$ 200.00	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Adquisición de materia prima	\$ 5,457.20	\$ 16,371.61	\$ 65,486.44
TOTAL INVERSIÓN	\$ 11,737.72	\$ 35,213.16	\$ 140,852.63

(Averos Aguilar, 2022)

Detalle de la Inversión

A continuación, se detalla el total de las inversiones que se realizarán para la operación de TACOMIENDO:

Tabla 38 - Detalle de la inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$ 6,152.35
ACTIVO DIFERIDO	\$ 280.00
CAPITAL DE TRABAJO /3M	\$ 35,213.16
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 41,645.51

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla 39 – Estructura del Financiamiento

ESTRUCTURA DE CAPITAL				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	\$ 21,645.51	52%	13.00%	6.76%
Capital Financiero	\$ 20,000.00	48%	11.26%	5.41%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 41,645.51	100%		12.16% TMAR

(Averos Aguilar, 2022)

Ingresos Projectados

Para proyectar los ingresos se toma como referencia los valores de las recetas estándar.

Tabla 40 - Proyección de ingresos

INGRESO TOTAL DE PRODUCCIÓN							
Descripción de Productos	Periodo # Meses	Cantidad mensual	Precio Unitario				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tacos de Pollo	12	288	\$ 9.40	\$ 9.66	\$ 9.93	\$10.21	\$10.50
Tacos de Carnitas	12	288	\$10.06	\$10.34	\$10.63	\$10.93	\$11.23
Tacos de Maricos	12	360	\$12.73	\$13.09	\$13.45	\$13.83	\$14.22
Margaritas	12	120	\$ 6.97	\$ 7.17	\$ 7.37	\$ 7.57	\$ 7.78
Micheladas	12	120	\$10.10	\$10.38	\$10.67	\$10.97	\$11.28
Colas	12	240	\$ 2.50	\$ 2.57	\$ 2.64	\$ 2.72	\$ 2.79
Aguas	12	192	\$ 1.50	\$ 1.54	\$ 1.59	\$ 1.63	\$ 1.68

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla 41 - Ingresos anuales proyectados

INGRESOS ANUALES PROYECTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tacos de Pollo	\$ 32,486.40	\$ 33,396.02	\$ 34,331.11	\$ 35,292.38	\$ 36,280.57
Tacos de Carnitas	\$ 34,767.36	\$ 35,740.85	\$ 36,741.59	\$ 37,770.35	\$ 38,827.92
Tacos de Maricos	\$ 54,993.60	\$ 56,533.42	\$ 58,116.36	\$ 59,743.61	\$ 61,416.44
Margaritas	\$ 10,036.80	\$ 10,317.83	\$ 10,606.73	\$ 10,903.72	\$ 11,209.02
Micheladas	\$ 14,544.00	\$ 14,951.23	\$ 15,369.87	\$ 15,800.22	\$ 16,242.63
Colas	\$ 7,200.00	\$ 7,401.60	\$ 7,608.84	\$ 7,821.89	\$ 8,040.91
Aguas	\$ 3,456.00	\$ 3,552.77	\$ 3,652.25	\$ 3,754.51	\$ 3,859.63
TOTAL	\$ 157,484.16	\$ 161,893.72	\$ 166,426.74	\$ 171,086.69	\$ 175,877.12

(Averos Aguilar, 2022)

Costos de producción proyectados

Para proyectar los costos de producción también se ha tomado como referencia los valores de las recetas estándar.

Tabla 42 - Egresos Proyectados

COSTOS DE PRODUCCIÓN							
Descripción de Productos	Periodo	Cantidad	Costo Unitario				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tacos de Pollo	12	288	\$ 3.93	\$ 4.04	\$ 4.15	\$ 4.27	\$ 4.39
Tacos de Carnitas	12	288	\$ 4.21	\$ 4.33	\$ 4.45	\$ 4.57	\$ 4.70
Tacos de Maricos	12	360	\$ 5.33	\$ 5.48	\$ 5.63	\$ 5.79	\$ 5.95
Margaritas	12	120	\$ 2.92	\$ 3.00	\$ 3.09	\$ 3.17	\$ 3.26
Micheladas	12	120	\$ 4.23	\$ 4.35	\$ 4.47	\$ 4.60	\$ 4.72
Colas	12	240	\$ 1.00	\$ 1.03	\$ 1.06	\$ 1.09	\$ 1.12
Aguas	12	192	\$ 0.50	\$ 0.51	\$ 0.53	\$ 0.54	\$ 0.56

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla 43 - Costos de Producción Anuales

COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tacos de Pollo	\$ 13,582.08	\$ 13,962.38	\$ 14,353.32	\$ 14,755.22	\$ 15,168.36
Tacos de Carnitas	\$ 14,549.76	\$ 14,957.15	\$ 15,375.95	\$ 15,806.48	\$ 16,249.06
Tacos de Maricos	\$ 23,025.60	\$ 23,670.32	\$ 24,333.09	\$ 25,014.41	\$ 25,714.82
Margaritas	\$ 4,204.80	\$ 4,322.53	\$ 4,443.57	\$ 4,567.99	\$ 4,695.89
Micheladas	\$ 6,091.20	\$ 6,261.75	\$ 6,437.08	\$ 6,617.32	\$ 6,802.61
Colas	\$ 2,880.00	\$ 2,960.64	\$ 3,043.54	\$ 3,128.76	\$ 3,216.36
Aguas	\$ 1,152.00	\$ 1,184.26	\$ 1,217.42	\$ 1,251.50	\$ 1,286.54
TOTAL	\$ 65,485.44	\$ 67,319.03	\$ 69,203.97	\$ 71,141.68	\$ 73,133.64

(Averos Aguilar, 2022)

Costos fijos

Se define a los costos fijo de una empresa a todo gasto en el que ella incurre sin importar que exista actividad económica. Es decir, todo gasto que se produzca por el simple hecho de tener un negocio y todo lo que ello implica, para el caso de TACOMIENDO serán los gastos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 44 - Costos fijos mensuales

COSTOS FIJOS	VALOR
Sueldos	\$ 5,532.02
Servicios Básicos	\$ 127.00
Material oficina	\$ 71.50
Material limpieza	\$ 50.00
Alquiler local	\$ 300.00
Publicidad	\$ 200.00
TOTAL	\$ 6,280.52

(Averos Aguilar, 2022)

Sueldos y salarios

Para proyectar los gastos de sueldos y salarios se ha tomado como referencia la **Estructuras Ocupacionales – Sueldos y Salarios Mínimos Sectoriales y Tarifas Salarios Mínimos Sectoriales 2022**, a esto sueldos mínimos se les a incrementado el valor correspondiente al IPC de Galápagos que corresponde a un incremento del 80.3%.

Tabla 45 - Proyección de Sueldos

SUELDOS									
Cargo	Numero	Sueldo	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Vacaciones	Fondo de reserva	IESS Patronal	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Gerente	1	850.00	63.86	70.83	\$ 35.42	70.81	94.78	1,185.69	14,228.24
Cocinero	1	800.00	63.86	66.67	\$ 33.33	66.64	89.20	1,119.70	13,436.36
Ayudante de Cocina	1	766.68	63.86	63.89	\$ 31.95	63.86	85.48	1,075.72	12,908.65
Mesero	1	766.68	63.86	63.89	\$ 31.95	63.86	85.48	1,075.72	12,908.65
Cajero	1	766.28	63.86	63.86	\$ 31.93	63.83	85.44	1,075.19	12,902.31
TOTAL	5	3,949.64	319.28	329.14	\$ 164.57	329.01	440.38	5,532.02	66,384.19

(Averos Aguilar, 2022)

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio o umbral de rentabilidad es el número mínimo de unidades la empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por venta, para el cálculo del punto de equilibrio de TACOMIENDO se realizó un cálculo en que se abarcarán

los platos y bebidas del menú en base a la receta estándar y se trabajando con ponderaciones de cada uno, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 46 – Punto de equilibrio por producto

Descripción	Cantidad	PVP	Costo variable	M/C	% Participación	M/C Ponderado	P.E./ Producto
Tacos de Pollo	288	\$9.40	\$3.93	\$5.47	18%	\$0.98	253
Tacos de Carnitas	288	\$10.06	\$4.21	\$5.85	18%	\$1.05	253
Tacos de Maricos	360	\$12.73	\$5.33	\$7.40	22%	\$1.66	316
Margaritas	120	\$6.97	\$2.92	\$4.05	7%	\$0.30	105
Micheladas	120	\$10.10	\$4.23	\$5.87	7%	\$0.44	105
Colas	240	\$2.50	\$1.00	\$1.50	15%	\$0.22	211
Aguas	192	\$1.50	\$0.50	\$1.00	12%	\$0.12	169

(Averos Aguilar, 2022)

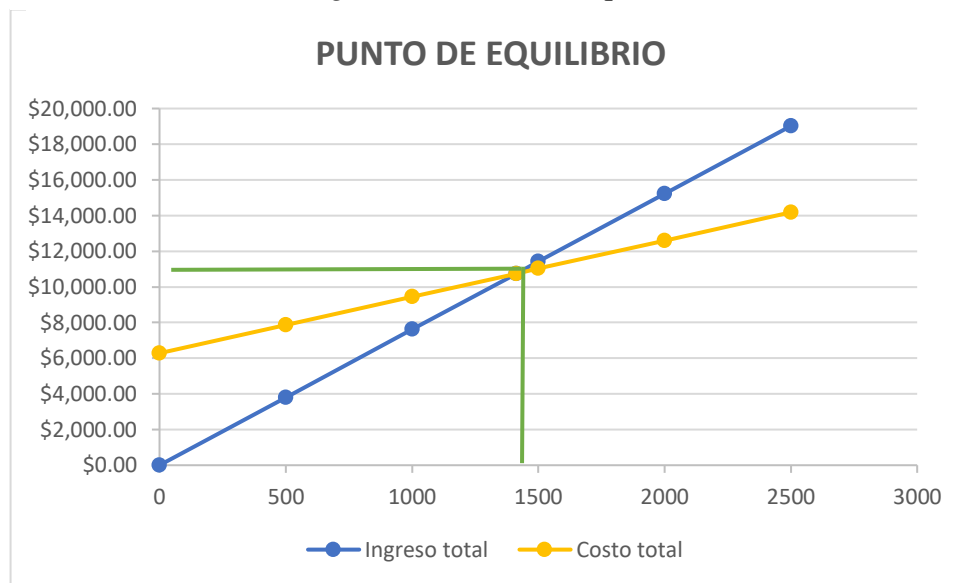
El análisis refiere que el punto de equilibrio por cada uno de los productos cuya demanda se especifica en las encuestas, llegando a un total de 142 unidades en general.

Tabla 47 - Punto de equilibrio

Costo U. P.	Precio U. P.	Cantidades	Ingreso total	Costos variables	Costo fijo	Costo total	Utilidad - Pérdida- Pto. Equi.
\$3.16	\$7.61	0	\$0.00	\$0.00	\$6,281.00	\$6,281.00	\$-6,281.00
\$3.16	\$7.61	500	\$3,804.29	\$1,580.00	\$6,281.00	\$7,861.00	\$-4,056.71
\$3.16	\$7.61	1000	\$7,608.57	\$3,160.00	\$6,281.00	\$9,441.00	\$-1,832.43
\$3.16	\$7.61	1412	\$10,742.65	\$4,461.65	\$6,281.00	\$10,742.65	\$0.00
\$3.16	\$7.61	1500	\$11,412.86	\$4,740.00	\$6,281.00	\$11,021.00	\$391.86
\$3.16	\$7.61	2000	\$15,217.14	\$6,320.00	\$6,281.00	\$12,601.00	\$2,616.14
\$3.16	\$7.61	2500	\$19,021.43	\$7,900.00	\$6,281.00	\$14,181.00	\$4,840.43

(Averos Aguilar, 2022)

Figura 27 - Punto de Equilibrio



(Averos Aguilar, 2022)

Estructura del capital

El cumplimiento de los objetivos y metas planteados en el proyecto de factibilidad la organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos), o una combinación de estas dos, la proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, en la siguiente tabla se muestra el total de las inversiones que se propone realizar TACOMIENDO:

Tabla 48 - Total de la inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$ 6,152.35
ACTIVO DIFERIDO	\$ 280.00
CAPITAL DE TRABAJO /3M	\$ 35,212.91
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 41,645.26

(Averos Aguilar, 2022)

TACOMIENDO se financiará con el 52% mediante recursos propios y un 48% con un crédito bancario de una institución financiera local, el costo financiero de esta operación será del 11.26%, que corresponde a la tasa máxima PYMES, la siguiente tabla muestra la estructura del capital de la organización:

Tabla 49 - Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$21,645.26	52%	13.00%	6.76%	
Capital Financiero	\$20,000.00	48%	11.26%	5.41%	
TOTAL INVERSIÓN	\$41,645.26	100%		12.16%	TMAR

(Averos Aguilar, 2022)

Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización por valor de \$20.000 que se pedirá a una entidad bancaria, las condiciones del préstamo serán, 5 años plazo, pagos anuales, tasa de interés 11.26%.

Tabla 50 - Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN - CUOTA FIJA					
MONTO:	\$	20,000.00	USD		
PLAZO			5	AÑOS	
INTERÉS NOMINAL ANUAL			11.26%		
PERIODO	DESEMBOLSO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA
1	\$20,000.00	\$20,000.00	\$2,252.00	\$4,000.00	\$6,252.00
2		\$16,000.00	\$1,801.60	\$4,000.00	\$5,801.60
3		\$12,000.00	\$1,351.20	\$4,000.00	\$5,351.20
4		\$8,000.00	\$900.80	\$4,000.00	\$4,900.80
5		\$4,000.00	\$450.40	\$4,000.00	\$4,450.40

(Averos Aguilar, 2022)

Estado de Resultados Proyectado

El Estado de resultados proyectado es un estado financiero básico en el cual se proyecta información relativa a los logros que se quieren alcanzar por la administración de la organización, esto durante un periodo determinado; en el caso de TACOMIENDO se presenta un estado de resultados proyectado a 5 años.

Tabla 51 - Estado de resultados proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES					
INGRESOS POR VENTAS	\$157,484.16	\$161,893.72	\$166,426.74	\$171,086.69	\$175,877.12
VENTAS TOTALES	\$157,484.16	\$161,893.72	\$166,426.74	\$171,086.69	\$175,877.12
COSTOS OPERACIONES					
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$65,485.44	\$67,319.03	\$69,203.97	\$71,141.68	\$73,133.64
MANO DE OBRA DIRECTA	\$52,155.96	\$53,616.33	\$55,117.58	\$56,660.87	\$58,247.38
TOTAL COSTOS	\$117,641.40	\$120,935.36	\$124,321.55	\$127,802.55	\$131,381.02
UTILIDAD BRUTA (VENTAS - COSTOS)	\$39,842.76	\$40,958.36	\$42,105.19	\$43,284.14	\$44,496.09
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	\$23,210.24	\$23,860.12	\$24,528.20	\$25,214.99	\$25,921.01
UTILIDAD EN OPERACIÓN (UB - GA)	\$16,632.53	\$17,098.24	\$17,576.99	\$18,069.14	\$18,575.08
GASTOS FINANCIEROS (INTERÉS)	\$2,252.00	\$1,801.60	\$1,351.20	\$900.80	\$450.40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (UOP - GF)	\$14,380.53	\$15,296.64	\$16,225.79	\$17,168.34	\$18,124.68
15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$2,157.08	\$2,294.50	\$2,433.87	\$2,575.25	\$2,718.70
UTILIDAD ANTES IR (UAI - PE)	\$12,223.45	\$13,002.14	\$13,791.92	\$14,593.09	\$15,405.98
IMPUESTO A LA RENTA FRACCIÓN BÁSICA RIMPE	\$1,047.50	\$1,047.50	\$1,047.50	\$1,047.50	\$1,047.50
IMPUESTO A LA RENTA RIMPE TASA MARGINAL 1.75%	\$1,005.97	\$1,083.14	\$1,162.47	\$1,244.02	\$1,327.85
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$10,169.97	\$10,871.50	\$11,581.95	\$12,301.57	\$13,030.63

Flujo de caja proyectado

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa en un período determinado, tiene con función principal acerca de la capacidad de pago que tiene la organización.

Tabla 52 - Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE INGRESOS					
VENTAS	\$157,484.16	\$161,893.72	\$166,426.74	\$171,086.69	\$175,877.12
TOTAL FLUJO DE INGRESOS					
FLUJO COSTOS	\$117,641.40	\$120,935.36	\$124,321.55	\$127,802.55	\$131,381.02
COSTO DE VENTAS					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$23,210.24	\$23,860.12	\$24,528.20	\$25,214.99	\$25,921.01
INVERSIÓN FIJA					
CAPITAL DE TRABAJO					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	\$140,851.63	\$144,795.48	\$148,849.75	\$153,017.55	\$157,302.04
FLUJO ECONÓMICO (I-TFC)	\$16,632.53	\$17,098.24	\$17,576.99	\$18,069.14	\$18,575.08
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO					\$35,212.91
PRÉSTAMO					
PAGO PRÉSTAMO	\$6,252.00	\$5,801.60	\$5,351.20	\$4,900.80	\$4,450.40
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES (15%)	\$1,557.08	\$1,694.50	\$1,833.87	\$1,975.25	\$2,118.70
IMPUESTO A LA RENTA	\$2,053.47	\$2,130.64	\$2,209.97	\$2,291.52	\$2,375.35
FLUJO FINANCIERO	\$6,769.97	\$7,471.50	\$8,181.95	\$8,901.57	\$44,843.54

(Averos Aguilar, 2022)

Indicadores financieros

Para finalizar la evaluación del proyecto se analizarán los indicadores financieros con el fin de mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; también se analizara su liquidez, solvencia, rentabilidad, para el presente proyecto se utilizaran algunos indicadores financieros, VAN, TIR, Costo/Beneficio, Periodo de recuperación.

Tabla 53 - Indicadores Financieros

INDICADORES	VALOR	COMPARACIÓN	CONCLUSIÓN
VAN	\$20,641.36	VAN>0	EL PROYECTO ES VIABLE
TIR	41%	TIR>TD	EL PROYECTO ES VIABLE
COSTO / BENEFICIO	1.34	B/C>1	EL PROYECTO ES VIABLE
PERIODO RECUPERACIÓN	4.23		

(Averos Aguilar, 2022)

En el cuadro anterior se muestra que el VAN de proyecto es de \$20,641.36 lo que indica que el proyecto es viable, la TIR es 41% siendo superior a la Tasa de descuento de 12.16, también se observa que por cada dólar que se invierta en el negocio se ganara \$0.34 dólares, finalmente se muestra que la inversión se recuperara en 4.23 años.

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Como parte final del presente trabajo investigativo, me permito formular conclusiones del trabajo investigativo, estas son basadas en los principales hallazgos del estudio.

- TACOMIENDO tiene como fin constituirse como una alternativa gastronómica para los habitantes y turistas que visitan la isla San Cristóbal, de esta manera podrá satisfacer sus necesidades gastronómicas, ofreciendo alimentos de alta calidad, en un ambiente cómodo y confortable, que permita que la experiencia del cliente sea extraordinaria, de esta manera busca convertirse en un referente a nivel local y provincial en la preparación de alimentos, sin descuidar el buen trato al cliente y procurando la utilización de materia prima de producción local.
- En base a la investigación de mercado se puede concluir que existe un mercado potencial por atender ya que en la localidad no existe establecimiento que expendan comida tradicional mexicana, los platillos más solicitados serían los tacos de diversas proteínas como pescado, pollo, cerdo y mariscos, esto acompañado de cocteles y bebidas tradicionales de México.
- TACOMIENDO basará su estrategia comercial en promociones que serán dadas a conocer mediante herramientas digitales, principalmente a través de redes sociales, para lo cual se diseñarán campañas de comunicación para dar a conocer los productos.

- La evaluación financiera demuestra que el proyecto es factible, esto basado en los principales indicadores financieros, de lo cual se puede resaltar el VAN de \$20,641.36, la TIR es 41% siendo superior a la Tasa de descuento de 12.16%, el costo beneficio de 1.34 y un periodo de recuperación de la inversión de 4.23 años.

7.2 Recomendaciones

- Como principal recomendación se sugiere que para la implementación de este proyecto se respete la organización del emprendimiento tal como se propone en la investigación, para de esta manera tener un control adecuado de cada uno de los procesos para el correcto funcionamiento del negocio.
- Finalmente se recomienda que el negocio implemente la mejora continua en sus procesos con el fin de mantenerlos actualizados, para de esta manera optimizar los recursos y maximizar los beneficios.

8 BIBLIOGRAFÍA

- Averos Aguilar, W. P. (2022). San Cristóbal.
- Committee on Definitions of the American Marketing Association . (14 de 06 de 2014). Obtenido de <https://marcandoanálisis.com/>: <https://marcandoanálisis.com/2014/06/18/los-tres-niveles-de-los-productos-que-ofrecemos-a-los-clientes/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Cristóbal. (Febrero de 2020). *PLAN ESTRATÉGICO CANTONAL DE TURISMO DEL CANTÓN SAN CRISTÓBAL 2020-2024*.
- Google Maps. (14 de Enero de 2022). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.9042283,-89.6113617,19z?hl=es>
- Microsoft Corporation. (16 de Enero de 2022).
- Ministerio de Economía y Finanzas. (26 de enero de 2022). <https://www.finanzas.gob.ec>. Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/cierre-del-2021-evidencio-la-recuperacion-economica-del-ecuador/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2022). <https://www.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>
- Pan American Health Organization / World Health Organization. (2022). <https://www3.paho.org/>. Obtenido de https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10832:2015-sistema-haccp&Itemid=41431&lang=en

- PSICOK. (16 de enero de 2022). <https://www.psicok.es/>. Obtenido de <https://www.psicok.es/psicok-blog/2018/8/12/piramide-maslow>

9 ANEXOS

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA MEXICANA

Señor (ita/a): El objetivo de la presente encuesta es recolectar datos que sirvan para la apertura de un restaurante de comida mexicana, el análisis determinará sus gustos y preferencias, además de las características que se toma en cuenta para el consumo; por lo que solicitamos su sinceridad al responder cada una de las preguntas.

*Obligatorio

1. INFORMACIÓN GENERAL

1. 1.1 ¿Le gusta la comida mexicana? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

2. PRODUCTO

2. 2.1 ¿Con qué frecuencia consume comida mexicana? *

Marca solo un óvalo.

Siempre

A veces

Ocasionalmente

Rara vez

Nunca

3. 2.2 ¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo mexicano? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Sabor
- Variedad
- Ingredientes
- Presentación

4. 2.3 ¿Cuál es el ingrediente base de su platillo favorito? *

Marca solo un óvalo.

- Pollo
- Res
- Cerdo
- Pescado
- Mariscos

5. 2.4 ¿Cuáles de los siguientes platos consumiría? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Tacos
- Pozole
- Enchilada
- Mole
- Chilaquiles

6. 2.5 ¿Con que tipo de bebida le gustaría acompañar su comida? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Gaseosas
- Bebidas traicionales mexicanas
- Cerveza

7. 2.6 ¿Le gustaría que se ofrezcan cocteles? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

3 PLAZA

8. 3.1 ¿Qué tipo de ambiente le agrada para comer en un restaurante? *

Marca solo un óvalo.

- Formal
 Informal

9. 3.2 ¿Cuál es el tipo de servicio que prefiere? *

Marca solo un óvalo.

- Autoservicio
 Meseros

10. 3.3 ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en un restaurante que usted frecuenta? *

Marca solo un óvalo.

- menos de \$30
 \$30 a \$50
 más de \$50

11. 3.4 ¿Cuáles de las siguientes formas de pago utiliza? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Efectivo
- Transferencia Bancaria
- Tarjeta de crédito

4. PROMOCIÓN

12. 4.1 ¿Cómo prefiere recibir información de nuestro productos y promociones? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Whatsapp
- Redes Sociales
- Correo electrónico

Autorización para promocionar
datos de contacto

La información será reservada y utilizada para
fines educativos.

13. ¿Estaría usted de acuerdo con dejar sus datos personales? *

Marca solo un óvalo.

- Sí *Ir a la pregunta 14*
- No

DATOS DE CONTACTO

14. Nombre y Apellido *

15. Teléfono *

16. Correo Electronico *

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



FRISAC S.A.
RUC:0992841362001

Matriz: Av. de las Americas, Ciudadela Simon Bolivar
Mz. 35 S 9 y 10 al lado de Pelucas y Postizos
Telfs: 5116456. Guayaquil-Ecuador.



Correo electronico: fritega_sa@hotmail.com Website: <http://www.fritega.com.ec/index.html>

PR - 00021120

CLIENTE: TACOMIENDO - WILSON AVEROS	RUC: 0603610817001
DIRECCION: AV QUITO Y ALSACIO NORTHIA	CIUDAD: San Cristóbal
CORREO ELECTRONICO: paul.averos@gmail.com	VENDEDOR: ERIKA JACOME
TELEFONO: 098664736	FECHA NACIMIENTO:
FECHA DE EMISION: Viernes, 4 de Febrero del 2022	

CANT	CODIGO	DESCRIPCION	V.UNIT.	DSCTO	TOTAL
1		Cocina industrial de 3 quemadores, plancha y freidora	\$517.86		\$517.86
1		Mesa de trabajo de acero inoxidable, 2.10 x 1 x 0.85	\$464.29		\$464.29
1		Licuadaora de alto rendimiento Hamilton Beach Eclipse HBH750	\$443.75		\$443.75
1		Congelador 500 litros	\$660.71		\$660.71
10		BaNdejas de acero	\$22.32		\$223.21
1		Balanza digital	\$26.79		\$26.79
1		Horno	\$266.07		\$266.07

SON: DOS NOVECIENTOS QUINCE 00/100 DOLARES	SUBTOTAL	\$2.602.68
COMENTARIO: VENDEDOR.ERIKA JACOME CEL:0960478449	DESCUENTO 0 %	0.00
	IVA 12 %	\$312.32
	TOTAL	\$2,915.00

Nota:

Salida la mercadería del almacén, NO se aceptan devoluciones. Las mercaderías viajan por cuenta y riesgo del Comprador, no siendo responsable por roptura, pérdidas, robo y otras averías ocasionadas en el transporte. La responsabilidad de Fritega S.A cesa al salir las mercaderías del almacén. Todas las mercaderías despachadas por nosotros seguirán siendo de nuestra propiedad hasta la cancelación total de las facturas y posibles saldos pendientes a nuestro favor que con ellas se relacionen.

FRISAC S.A CUENTA CORRIENTE BANCO PRODUBANCO CTA CTE # 02022012040.

ENTREGADO POR:

RECIBIDO POR:

COMERCIAL "ALVARADO"

Alvarado Celi Jorge Enrique
Av Alsacio Northia y Av 12 de febrero
Teléfono: 052520656

PROFORMA

R.U.C. 2000015475001
CONTRIBUYENTE REGIMEN RIMPE

NRO.	FECHA
0140-2022	5/2/2022

DATOS DEL CLIENTE

CLIENTE: TACOMIENDO - WILSON AVEROS
RUC: 0603610817001
DIRECCION: JOSE TAMAYO N24587 Y FRANCISCO SALAZAR
Email: paul.averos@GMAIL.COM

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
PORTATIL HP CORE I3 11GENERACION	1	\$ 580.36	\$ 580.36
IMPRESORA PUNTO DE VENTA	2	\$ 223.21	\$ 446.43
Mesa Ratán Glamour Pica	5	\$ 66.96	\$ 334.82
Silla Ratán Glamour Pica	20	\$ 32.14	\$ 642.86
PLATO LLANO	36	\$ 1.12	\$ 40.18
PLATO DE SOPA	36	\$ 1.12	\$ 40.18
PLATO DE POSTRE	36	\$ 0.89	\$ 32.14
VASOS DE JUGO	36	\$ 0.71	\$ 25.71
JUEGO DE CUBIERTOS (CUCHARA, CUCHILLO, TENEDOR)	36	\$ 1.79	\$ 64.29
JUEGO DE CUCHILLO DE COCINA	1	\$ 35.71	\$ 35.71
JUEGO DE OLLAS	1	\$ 71.43	\$ 71.43
COPAS ALTAS	1	\$ 1.12	\$ 1.12
VASO PARA CERVEZA	1	\$ 1.16	\$ 1.16
			\$ -
			\$ -
<i>Gracias por su confianza</i>	SUBTOTAL		\$ 2,316.39
	SUBTOTAL 0%		
Cuenta corriente Pacífico 2094835	12% IVA		\$ 277.97
JORGE ENRIQUE ALVARADO CELI	TOTAL		\$ 2,594.36