

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**CARRERA DE LICENCIATURA EN PUBLICIDAD
Y MARKETING**

**TEMA: PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA
MEXICANA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LCDA. EN
PUBLICIDAD Y MARKETING**

AUTORIA: PAOLA ESTEFANIA CORREA ALVARADO

2011 – 2012

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, nombrado por el Honorable Consejo Directivo de la facultad.

CERTIFICO:

Que analizado el Proyecto de Trabajo de Grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de Licenciados en Publicidad y Mercadotecnia.

El tema de investigación se refiere a:

“Proyecto de inversión para la creación de un restaurante de comida mexicana en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”, presentado por la egresada Correa Alvarado Paola Estefanía con C.I. 0927247395

Tutor:

Eco. María Fernanda Moya

Guayaquil, 20 de Diciembre del 2011

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Guayaquil, 20 de Diciembre del 2011

La siguiente egresada de la carrera de Publicidad y Marketing de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil: PAOLA CORREA ALVARADO, deja constancia escrita de ser la autora responsable del proyecto “Proyecto de inversión para la creación de un restaurante de comida mexicana en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”, presentado en el siguiente documento y el patrimonio intelectual de la misma pertenece a la Universidad de Guayaquil.

CI: 0927247395

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios Todo Poderoso,
quien con sus bendiciones me ha iluminado y
guiado, para llegar a la feliz culminación de mi carrera.

Agradezco a mis padres Pablo y Azucena,
por encaminarme en la senda de la sabiduría.
Por guiar cada uno de mis pasos enseñándome a ser
una mujer de excelencia.

Agradezco a mis hermanos mayores; Pablo y Jairo,
quienes con su ejemplo de dedicación y constancia
han inspirado mi vida académica

Agradezco a mi enamorado Hugo Heras,
por su paciencia y amor. Por su apoyo incondicional
y por ser siempre mí ayuda idónea y darme las
fuerzas necesarias para seguir adelante

Expreso mi sincero agradecimiento a mi Tutora
Ec. María Fernanda Moya quien ha dedicado su tiempo,
y esmero para la realización de este trabajo.

A mis amigos, quienes con sus palabras
de aliento significaron un apoyo incondicional en todo momento.

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso, quien
ha sido mi escudo y fortaleza
en cada etapa de mi vida fue
EL quien puso a mi lado personas
que siempre han procurado mi bien, y
han llenado mi vida de aliento y alegría;
mis sabios y amorosos padres,
Pablo, Azucena por darme una carrera
para mi futuro y creer en mí, por brindarme
las fuerzas necesarias para salir siempre
adelante pese a las dificultades por colocarme
en el mejor camino, iluminando cada paso
de mi vida, por su apoyo y esfuerzo durante
estos años.

A todas esas personas que moralmente
Siempre han estado ahí conmigo y que
me han dado la motivación y las fuerzas
necesarias para seguir adelante

INDICE

CONTENIDO

CAPITULO 1 MARCO LOGICO

1.1 NOMBRE DEL PROYECTO.....	3
1.2 ANTECEDENTES.....	3
1.3 DIAGNOSTICO Y PROBLEMA (MATRICES).....	4
1.3.1 ARBOL DEL PROBLEMA CAUSA Y EFECTOS.....	4
1.3.2 ARBOL DE LOS OBJETIVOS.....	5
1.3.3 ARBOL DE ALTERNATIVAS.....	6
1.3.4 MATRIZ DE MARCO LOGICO.....	7
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
1.5 JUSTIFICACION.....	9
1.6 OBJETIVOS.....	9
1.6.1 OBJETIVO GENERAL.....	9
1.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	10
1.7 HIPOTESIS.....	10
1.8 FUNDAMENTO TEORICO DEL PROYECTO.....	10

CAPITULO 2 ANALISIS SITUACIONAL

2.1 ANALISIS DE LA INSDUSTRIA.....	14
2.2 ANALISIS DEL ENTORNO.....	15
2.2.1 ENTORNO ECONOMICO.....	15
2.2.2 ENTORNO POLITICO – LEGAL.....	19
2.2.3 ENTORNO SOCIO – CULTURAL.....	23
2.2.4 ENTORNO TECNOLOGICO.....	24
2.3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	26

2.4 ANALISIS DE LA DEMANDA.....	29
---------------------------------	----

CAPITULO 3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS.....	31
3.2 METODOLOGIA.....	32
3.2.1 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	32
3.3 RESULTADOS.....	35
3.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53

CAPITULO 4 DESCRIPCION DEL NEGOCIO

4.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	55
4.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	55
4.1.2 IMAGEN CORPORATIVA.....	56
4.1.3 TIPO DE EMPRESA O SOCIEDAD.....	59
4.2 MISION.....	60
4.3 VISION.....	60
4.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	60
4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	62
4.5.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	63
4.5.2 DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES.....	64
4.6 ASPECTOS TECNICOS.....	65

CAPITULO 5 PLAN DE MARKETING

5.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING.....	68
5.2 SEGMENTACION.....	68

5.3 MERCADO META.....	70
5.4 POSICIONAMIENTO.....	70
5.5 SERVICIO.....	71
5.6 PRECIO.....	85
5.7 PLAZA.....	87
5.8 PROMOCION.....	89

CAPITULO 6 VIABILIDAD ECONOMICA Y FINANCIERA

6.1 INGRESOS.....	92
6.2 COSTOS.....	93
6.3 ACTIVOS FIJOS.....	96
6.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	97
6.5 ESTADOS FINANCIEROS.....	98
6.5.1 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	98
6.5.2 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	99
6.5.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	100
6.6 INDICADORES ECONOMICOS: TIR, VAN.....	101
6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	102
6.8 CONCLUSIONES.....	106
6.9 RECOMENDACIONES.....	107
6.10 GLOSARIO.....	109
6.11 BIBLIOGRAFIA.....	111
6.12 ANEXOS.....	113

INDICE DE GRAFICOS

CONTENIDO

GRAFICO No. 1	
ARBOL DEL PROBLEMA.....	4
GRAFICO No. 2	
ARBOL DE OBJETIVOS.....	5
GRAFICO No. 3	
ARBOL DE ALTERNATIVAS.....	6
GRAFICO No. 4	
INFLACION POR DIVISION DE PRODUCTOS.....	16
GRAFICO No. 5	
INFLACION DE ALIMNETOS.....	17
GRAFICO No. 6	
INFLACION DE BIENES Y SERVICIOS.....	18
GRAFICO No. 7	
EDAD DEL INFORMANTE.....	36
GRAFICO No. 8	
ESTADO CIVIL.....	38
GRAFICO No. 9	
CIUDADELA DONDE VIVE EN GUAYAQUIL.....	40
GRAFICO No. 10	
ASISTIRIA AL RESTAURANTE MEXICANO.....	42
GRAFICO No. 11	
VISITAS MENSUALES A RESTAURANTES.....	44
GRAFICO No. 12	
TIPO DE COMIDA PREFERIDA.....	46

GRAFICO No. 13	
CARACTERISTICA IMPORTANTE PARA ELEGIR.....	48
RESTAURANTE	
GRAFICO No. 14	
RECOMENDARIA ESTE RESTAURANTE.....	50
GRAFICO No. 15	
CUANTO PAGARIA POR ESTE SERVICIO.....	52
GRAFICO No. 16	
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	63
GRAFICO No. 17	
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	105

INDICE DE CUADROS

CONTENIDO

CUADRO No. 1	
MATRIZ DE MARCO LOGICO.....	7
CUADRO No. 2	
VARIACION DE PRECIOS.....	19
CUADRO No. 3	
DETERMINACION DE LA MUESTRA.....	32
CUADRO No. 4	
EDAD DEL INFORMANTE.....	35
CUADRO No. 5	
ESTADO CIVIL.....	37
CUADRO No. 6	
CIUDADELA DONDE VIVE EN GUAYAQUIL.....	39
CUADRO No. 7	
ASISTENCIA ESTIPULADA AL RESTAURANTE.....	41
CUADRO No.8	
VISITAS MENSUALES A RESTAURANTES.....	43
CUADRO No. 9	
TIPO DE COMIDA PREFERIDA.....	45
CUADRO No. 10	
CARACTERISTICA IMPORTANTE PARA ELEGIR RESTAURANTE.....	47
CUADRO No. 11	
PORCENTAJE DE RECOMENDACIONES.....	49
CUADRO No. 12	
RESULTADO DE CONSULTAS SOBRE PRECIO.....	51

CUADRO No. 13	
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	63
CUADRO No. 14	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	67
CUADRO No. 15	
MENU.....	86
CUADRO No. 16	
PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	92
CUADRO No. 17	
PRESUPUESTO DE COSTOS DIRECTOS.....	93
CUADRO No. 18	
PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL.....	94
CUADRO No. 19	
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	95
CUADRO No. 20	
PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS.....	96
CUADRO No. 21	
FINANCIAMIENTO.....	97
CUADRO No. 22	
PROYECCION DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	98
CUADRO No. 23	
CASH FLOW.....	99
CUADRO No. 24	
PROYECCION DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS A 5 AÑOS.....	100
CUADRO No. 25	
INDICADORES ECONOMICOS.....	101

INDICE DE FIGURAS

CONTENIDO

FIGURA No. 1	
MAPA DE DISTRIBUCION DE LA COMPETENCIA.....	28
FIGURA No. 2	
LOGOTIPO.....	56
FIGURA No. 3	
LOCALIZACION GEOGRAFICA.....	57
FIGURA No. 4	
HOJA MEMBRETADA.....	58
FIGURA No. 5	
CHALUPAS DE POLLO.....	73
FIGURA No. 6	
FLAUTAS DE POLLO CON MOLE.....	73
FIGURA No. 7	
HUEVOS RANCHEROS AL ROJO.....	74
FIGURA No. 8	
SALSA DE GUACAMOLE.....	74
FIGURA No. 9	
TORTAS DEL CHAVO.....	75
FIGURA No. 10	
CHILAQUILES.....	75
FIGURA No. 11	
FAJITAS.....	76
FIGURA No. 12	
TACOS.....	76

FIGURA No. 13	
ENCHILADAS.....	77
FIGURA No. 14	
BURRITOS.....	77
FIGURA No. 15	
NACHOS.....	78
FIGURA No. 16	
QUESADILLAS.....	78
FIGURA No. 17	
AGUA DE JAMAICA.....	79
FIGURA No. 18	
AGUA DE LIMON.....	80
FIGURA No. 19	
AGUA DE TAMARINDO.....	81
FIGURA No. 20	
AGUA DE HORCHATA.....	83
FIGURA No. 21	
FLAN DE CAFÉ.....	84
FIGURA No. 22	
REGAÑADAS.....	84
FIGURA No. 23	
BUÑUELOS DE MOLDE.....	85
FIGURA No. 24	
PLAZA.....	88
FIGURA No. 25	
VOLANTE.....	89

INDICE DE ANEXOS

CONTENIDO

ANEXO No. 1	
ENCUESTA.....	114
ANEXO No. 2	
SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE.....	116
ANEXO No. 3	
REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE.....	117
ANEXO No. 4	
REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE 2.....	118
ANEXO No. 5	
SOLICITUD PARA HABILITACION DE LOCALES.....	119
ANEXO No. 6	
PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACION.....	120
ANEXO No. 7	
REQUISITOS PARA TASA DE HABILITACION.....	121
ANEXO No. 8	
REQUISITOS CON EL BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL.....	122
ANEXO No. 9	
TRIBUTOS MUNICIPALES, IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES ESPECIALES.....	124
ANEXO No. 10	
HOJA MEMBRETADA.....	126

ANEXO No. 11

MENU.....127

ANEXO No. 12

VOLANTE.....129

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene por objetivo determinar si resulta factible y rentable la implementación de un restaurante de comida mexicana en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Realizando un estudio de mercado se puede notar que en la ciudad de Guayaquil la comida mexicana no es totalmente explotada ni conocida debido a su alto costo y lejanía de los lugares que las ofrecen, esto se debe a que siempre los restaurantes que se dedican a este tipo de comida van apuntando a un target de clase alta.

El proyecto que se quiere implementar tiene como objetivo a la clase media del sector norte de la ciudad, ubicado estratégicamente en el centro de las ciudadelas del norte las cuales tienen un movimiento mercantil muy grande y en las cuales muchos negocios desempeñan sus actividades. Sin embargo las comidas mexicanas en este sector no son algo común de ver; es por eso que un restaurante que se dedique a esta clase de comida tendrá una gran acogida debido a la lejanía de la competencia directa. También se debe mencionar que el proyecto tiene como base una atención de primera calidad en un ambiente agradable y resaltando los colores, sabores y la cultura mexicana lo cual se pretende que sea el sitio predilecto del nicho de mercado.

Para establecer la factibilidad del proyecto se realiza un estudio de mercado para identificar y cuantificar al consumidor objetivo, esto permitirá conocer el tipo de clientes que visitaran el restaurante y el tipo de ambiente que se debe plantear para el mismo. Lo cual hará que el cliente se sienta más familiarizado con el tema del restaurante y mejor aún; se sienta como en casa lo cual puede afianzar clientela para el proyecto.

De mucha consideración e importancia es la ambientación del restaurante mexicano pues se presentara de una forma acogedora para los clientes, los cuales tendrán una imagen agradable y recomendable al momento de comer fuera de casa.

Será estructurado de una manera funcional de manera que cada colaborador que participe en las tareas diarias del proyecto cumpla su función al 100% y desarrolle una labor de excelencia que llene las expectativas propuestas.

Al ser el servicio parte importante del restaurante de comida mexicana, el personal es clave en el éxito del negocio. Con el fin de educar a los consumidores en este tema del restaurante y su variedad gastronómica, los meseros ayudaran a los clientes en la selección de los productos y en todo aquello que requieran. Ellos agilizarán el flujo de clientes otorgando mayor rapidez a todo el proceso lo que dará como resultado final menor tiempo de espera para el cliente y mayor tiempo para que pueda disfrutar de sus alimentos. En tal sentido, la selección de los trabajadores constituye un paso fundamental y determinante para el inicio de operaciones.

Mediante un análisis interno y externo del negocio se determina los factores que tienen incidencia en su factibilidad. Para poder llegar al consumidor objetivo se elabora un plan de marketing para el restaurante.

La estrategia de marketing, consiste en hacer conocido el proyecto mas allá de las ciudadelas cercanas, para esto la comunicación se hará a través de cuñas radiales, medios impresos, flyers aparte de la información boca a boca por parte de los clientes que serán atendidos en el restaurante. La idea es posicionarse como líder del mercado local.

Finalmente para determinar la rentabilidad del proyecto se realiza un estudio económico financiero evaluando al proyecto mediante el valor actual neto y la tasa interna de retorno este estudio indica que el proyecto es rentable y cumple las expectativas.

INTRODUCCION

El restaurante es un establecimiento que es dedicado a la venta de sus servicios básicamente orientados a diferentes tipos de 2segmento de mercado, la calidad de su servicio se evalúa en términos subjetivos como puede ser una actitud o una satisfacción.

Hoy en día la comida mexicana se posesiona en todos los países del mundo y los restaurantes mexicanos están conociendo un gran éxito y una expansión importante en todas las ciudades del mundo.

Además la comida mexicana es reconocida por todo los países, y sigue teniendo la posibilidad que esta industria crezca mucho más, por el número de restaurantes mexicanos, no iguala a la presencia de restaurantes chinos, italianos, porque existe la posibilidad de seguir creando restaurantes con precios módicos.

Por lo general, el negocio de la comida es atractivo y rentable; siendo éste bien administrado. Debido a su alto costo en la inversión, este restaurante va dirigido a un segmento de mercado que comprende a extractos sociales de clase media alta. Guayaquil es una ciudad de alto movimiento comercial y económico y siempre visitada por turistas extranjeros que vienen al Ecuador. Por éste motivo hemos decidido establecerlo aquí en ésta ciudad.

Esta observación nos permite introducir el tema de este proyecto de tesis “Proyecto de inversión para la creación de un restaurante de comida mexicana en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”

El propósito de esta investigación es llevar a cabo un estudio de la creación de un restaurante mexicano para obtener una base sólida y completa de informaciones precisas, así como de las encuestas que se realizara, se podrá obtener esta base.

CAPITULO 1 MARCO LOGICO

1.1 NOMBRE DEL PROYECTO

Proyecto de inversión para la creación de un restaurante de comida Mexicana en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

1.2 ANTECEDENTES

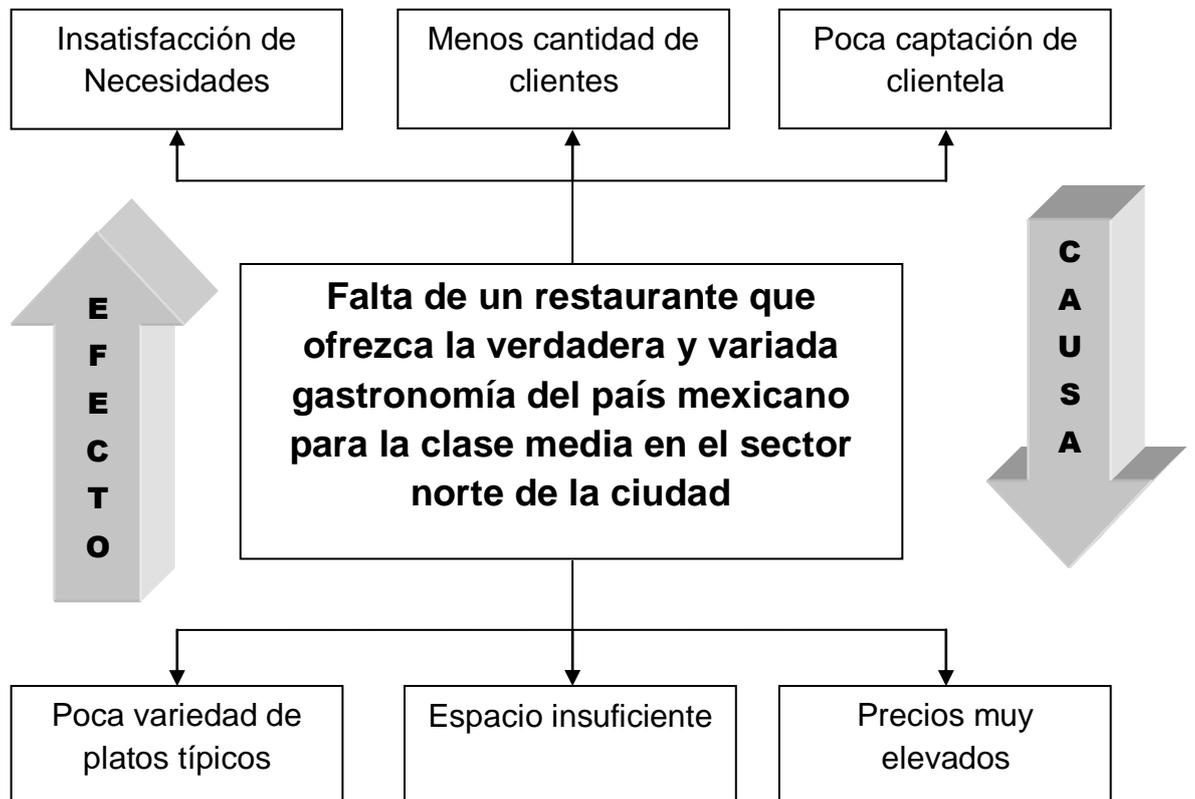
La historia de la gastronomía mexicana se remonta aproximadamente 10000 años, a la época en que se estima fue domesticado el maíz para convertirse en el cultivo que después fue la base alimentaria de las culturas mesoamericanas. Este remoto origen da a la gastronomía mexicana una carta de presentación singular en el concurso de las naciones, que ciertamente la distingue de otros acervos culinarios.

La gastronomía Mexicana se caracteriza por su gran variedad de platillos y recetas, así como por la complejidad de su elaboración. Es reconocida por sus sabores distintivos y sofisticados con gran condimentación. Reúne tradiciones gastronómicas tanto mesoamericanas como europeas, entre otras. La cocina mexicana ha influenciado a diversas cocinas del mundo y también ha sido influenciada de cocinas como: española, cubana, africana, del Oriente Medio, asiática, etc. El 16 de noviembre de 2010 la gastronomía mexicana fue reconocida, junto con la cocina francesa, como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco.

1.3 DIAGNOSTICO Y PROBLEMA (MATRICES)

1.3.1 ARBOL DEL PROBLEMA (CAUSA Y EFECTO)

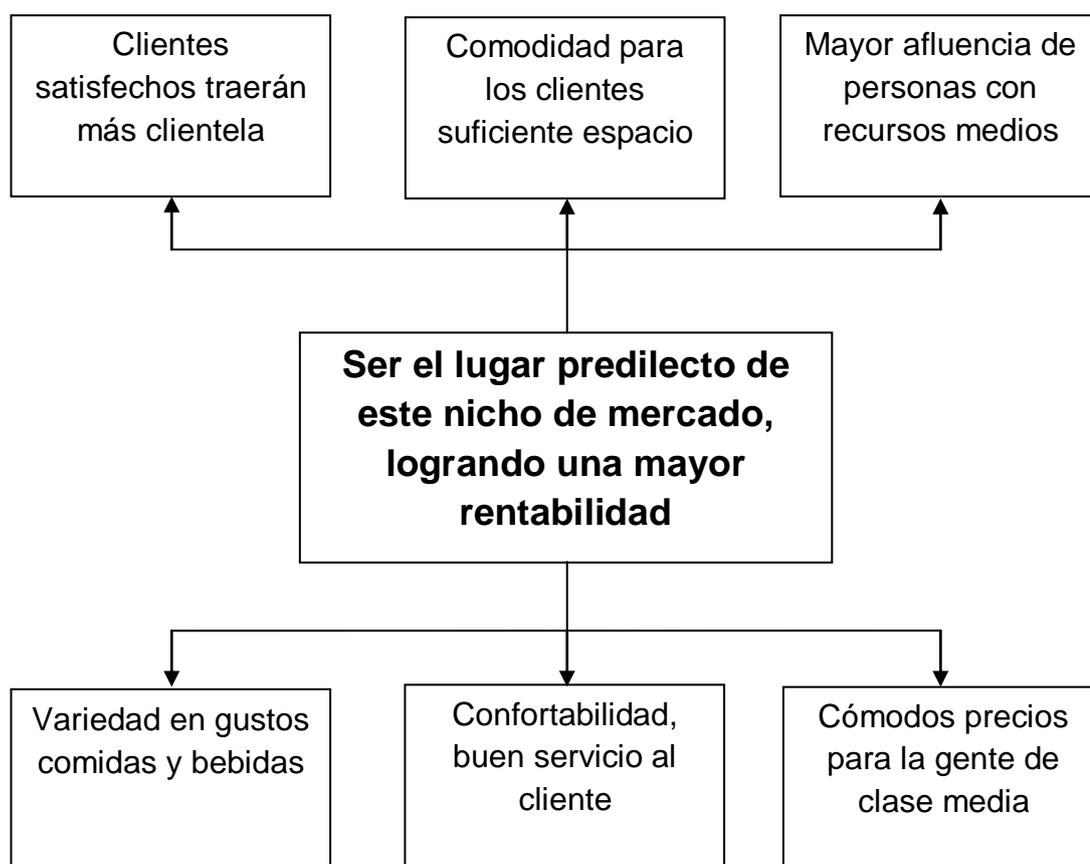
GRAFICO No. 1
ARBOL DEL PROBLEMA



FUENTE: ELABORACION PROPIA

1.3.2 ARBOL DE OBJETIVOS

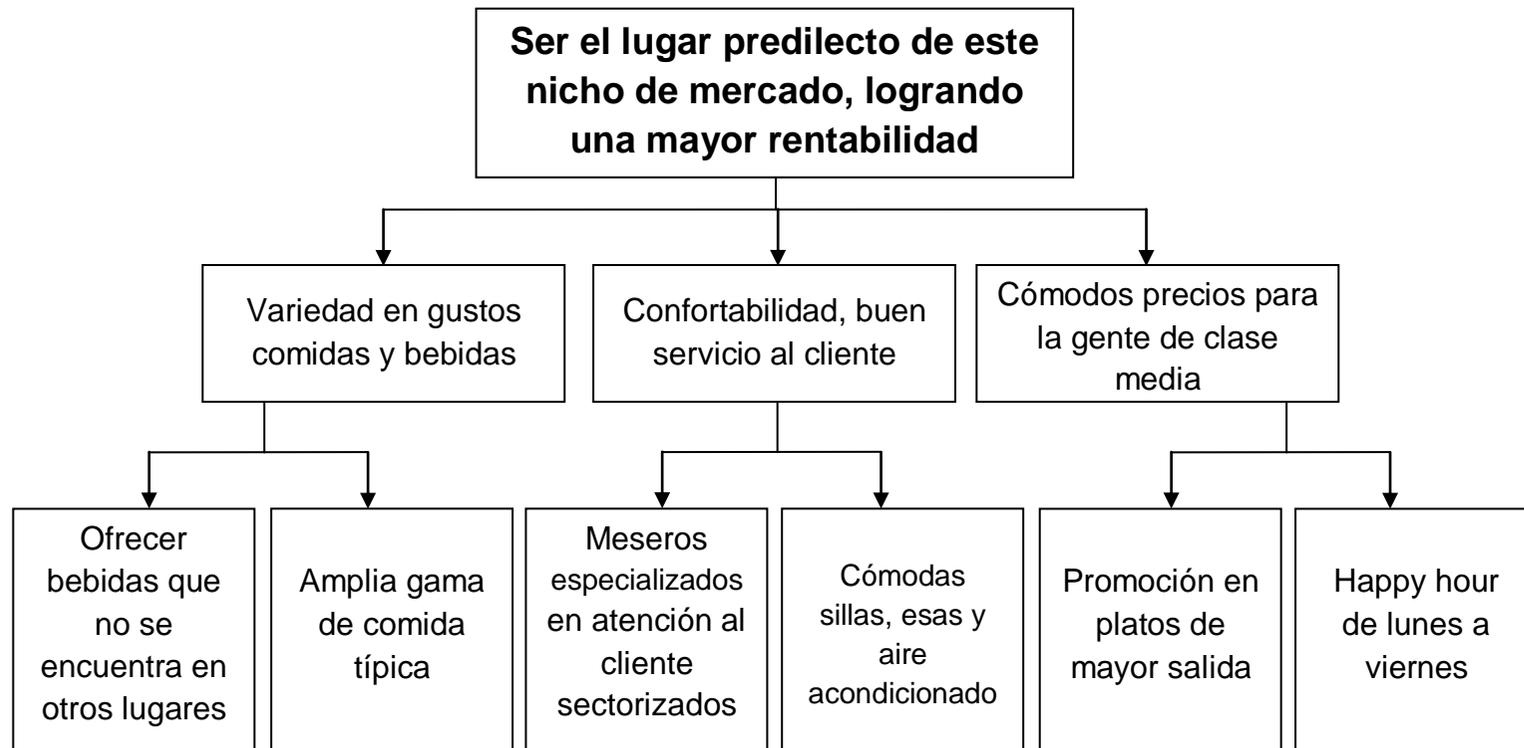
GRAFICO No. 2
ARBOL DE OBJETIVOS



FUENTE: ELABORACION PROPIA

1.3.3 ARBOL DE ALTERNATIVAS

GRAFICO No. 3
ARBOL DE ALTERNATIVAS



FUENTE: ELABORACION PROPIA

1.3.4 MATRIZ DE MARCO LOGICO

CUADRO No. 1
MATRIZ DE MARCO LOGICO

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
FIN: Crear un restaurante de comida mexicana con precios módicos.	Tipos de platos.	Ingredientes de los platos.	Ambientación del lugar.
PROPOSITOS: <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer el restaurante. • Mayor rentabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento del nombre. • Incremento de las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de las encuestas. • Volumen de facturación. 	<ul style="list-style-type: none"> • El sector donde se realiza es conocido. • Venta diaria de platos.
COMPONENTES: <ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing. • Análisis de costos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias. • Valor de insumos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuestos. • Cotizaciones de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir todas las actividades • Selección de proveedores.
ACTIVIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar campaña publicitaria. • Estudio de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del lugar. • Calificación y calidad de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento del presupuesto de la campaña. • Numero de propuestas de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de todas las promociones. • Existencia de varios proveedores en el mercado.

FUENTE: ELABORACION PROPIA

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador es un país que posee una gastronomía rica y variada, por lo que existe una gran diversidad de tradiciones y comidas extranjeras que se han arraigado en nuestro país y han resultado ser un gran negocio para aquellas empresas también cumpliendo una satisfacción de los clientes que requerían aún más variedad en sus alimentos diarios.

Guayaquil es la ciudad más poblada de la República del Ecuador (alrededor de 3'000.000 de habitantes). Además de ser un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, cultural y de entretenimiento.

El abanico de posibilidades de la cocina nacional e internacional en Guayaquil es muy amplio. Existen miles de sitios restaurantes para disfrutar de las delicias guayaquileñas o de otras partes del mundo. Sin embargo un sitio que ofrezca la sabrosa gastronomía del país Mexicano en un ambiente exclusivo que destaque las maravillas y tradiciones de su cultura, es algo realmente muy difícil de apreciar en nuestra ciudad pues los llamados platos mexicanos son únicamente generalizados como los Tacos es decir no amplían toda la gama de sabores y presentaciones que este país tiene en cuanto a su gastronomía por lo cual proponemos este restaurante en el cual el cliente descubrirá nuevos gustos permitiéndole así transportarse mentalmente a este país y poder degustar los más exquisitos platos que el mismo posee, en un restaurante de calidad y excelencia, creado para la familia

ecuatoriana y los hermanos extranjeros que deseen apreciar estas delicias Mexicanas.

1.5 JUSTIFICACION

El proyecto de tesis está enfocado hacia la creación de un restaurante mexicano en el sector norte de la ciudad de Guayaquil en la Cdla. La Garzota debido a que en este sector de la urbe no disponen de este tipo de restaurantes que ofrezcan todas las variedades gastronómicas del país mexicano, además ofrecerá precios accesibles para personas de recursos medios, un servicio de calidad, higiene, confort y buen ambiente dirigido hacia el nivel medio y alto de nuestra sociedad que enlazado a las estrategias de marketing va a causar un atractivo comercial a las personas de dicho sector para que poco a poco por medio de la publicidad llegar a ser reconocido en todo Guayaquil, generando una gran rentabilidad al restaurante.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio comercial, técnico, financiero y económico para crear un restaurante de comida mexicana para el sector norte de Guayaquil.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio comercial, técnico, ubicación y factibilidad del proyecto.
- Establecer una estrategia adecuada para dar a conocer el restaurante Mexicano, a través de un Plan de Marketing.
- Determinar el monto de la inversión para implementar el proyecto.

1.7 HIPOTESIS

Si al establecer un restaurante mexicano satisfacemos el requerimiento de este tipo de comida con precios accesibles entonces se cumplirá el objetivo principal de este proyecto que es ser reconocido en el sector norte de la ciudad teniendo una buena rentabilidad con la cual en un futuro se podría invertir para expandir los horizontes del restaurante.

1.8 FUNDAMENTO TEORICO DEL PROYECTO

Para la ejecución del presente proyecto se basa en el método científico proviene del griego *methodos* (“camino” o “vía”) y hace referencia al medio utilizado para alcanzar un fin; por lo tanto, se refiere al conjunto de pasos necesarios para obtener conocimientos válidos (científicos) mediante instrumentos confiables.

El tema de tesis trata sobre la creación de un restaurante mexicano para el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

La microeconomía es una parte de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes económicos individuales, como son los consumidores, las empresas, los trabajadores y los inversores; así como de los mercados. Considera las decisiones que toma cada uno para cumplir ciertos objetivos propios. Los elementos básicos en los que se centra el análisis microeconómico son los bienes, los precios, los mercados y los agentes económicos.¹

En economía, un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado. La legislación que defiende al consumidor se denomina Derecho del consumo.²

Esta industria de los restaurantes afronta problemas como falta de crecimiento ante el alza de precios de los alimentos, encarecimiento de los energéticos, aumento de impuestos y trámites y la falta de estímulo para la inversión, también tiene el reto de ser más eficiente y competitiva.

¹ Sección Economía

² es.wikipedia.org/wiki/Consumidor

Señalamos en el planteamiento del proyecto algunos términos importantes de definir, en el desarrollo de análisis de factibilidad. Estos son:

Mercado: “Un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta.”³

Demanda: “Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.”

Oferta: “La oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.”⁴

Precio: “Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio.”⁵

Inversión: “Es el flujo del producto destinado al aumento del stock de capital, aumentando así la capacidad productiva de un país. Con esto se deduce que la inversión es necesariamente intertemporal, pues su objetivo es aumentar la capacidad de producción en el futuro.”⁶

³Del libro: Principios de Economía, de Gregory Mankiw, Tercera Edición, Mc Graw Hill

⁴www.elblogsalmon.com/...de.../que-es-la-oferta-y-la-demanda

⁵www.econlink.com.ar

⁶libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., 1999, Pág. 61

Competencia perfecta: “En términos generales, la competencia perfecta es un tipo de competencia que caracteriza a un mercado, por lo que también es considerada (por diversos economistas y mercadólogos) como un tipo de mercado o modelo de mercado.”⁷

Consumidor:“Los consumidores son las personas, ya sean físicas o jurídicas que, como destinatarias finales, adquieren o utilizan productos o servicios de cualquier empresa o profesional. No se consideran consumidores las personas que adquieren esos artículos o servicios para comercializarlos a terceros.”⁸

⁷Del libro: Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de Stanton William, Etzel Michael

⁸es.wikipedia.org/wiki/Consumidor

CAPITULO 2 ANALISIS SITUACIONAL

2.1 ANALISIS DE LA INDUSTRIA

En los últimos 10 años la industria alimenticia se ha tomado la ciudad de Guayaquil, prácticamente invadiéndonos con nuevos restaurantes de todas las formas y colores que nos podamos imaginar. La ciudad de Guayaquil prácticamente se ha convertido en un campo de batalla entre restaurantes. Estos están por todos los sectores de la ciudad, norte, sur, este, oeste, centro y en los alrededores como es el caso de vía Samborondón.

Según estadísticas de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), refleja que la industria de los restaurantes ha sido un sector muy difícil de manejar. En los últimos años, se observa que las ventas de la industria han sido muy volátiles de un periodo a otro, aseveran que los restaurantes son muy sensibles a problemas de crisis económicas, y que difícilmente pueden afrontar riesgos futuros. Al mismo tiempo les cuesta más trabajo conseguir mejores ubicaciones y sus sistemas administrativos probablemente no han sido comprobados.

Es por ello que los objetivos de esta investigación es caracterizar la industria de los restaurantes independientes de servicio completo de la ciudad de Guayaquil y determinar las principales variables que influyen en el consumidor al momento de seleccionar un restaurante.

A través de esta investigación se logró identificar y caracterizar los participantes de la industria de los restaurantes, determinando las fuerzas competitivas del mismo sector. Junto con ello, se pudo identificar cuáles podrían ser los posibles factores de éxito, que son fundamentales para ser más competitivo dentro de la industria.

2.2 ANALISIS DEL ENTORNO

2.2.1 ENTORNO ECONOMICO

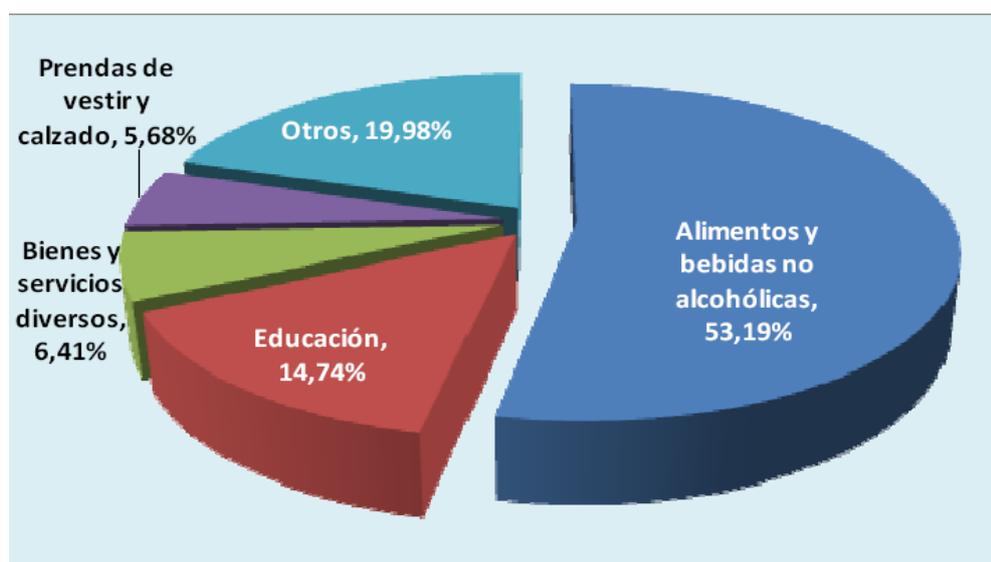
La división de Alimentos es la que más contribuyó en el aumento de la inflación. La inflación del grupo de alimentos en abril fue de 1,49%, la cual supera a la inflación general(0,82%).

La inflación de los bienes transables alcanzó 0,96%, siendo superior a la inflación general y a la de los bienes no transables (0,62%).

Inflación por división de productos

La variación de la inflación de abril de 2011 se debe básicamente al incremento de precios de los artículos relacionados a tres de las doce divisiones consideradas, las mismas que representan el 74,33 % de la inflación.

GRAFICO No. 4
INFLACION POR DIVISION DE PRODUCTOS



FUENTE: INEC

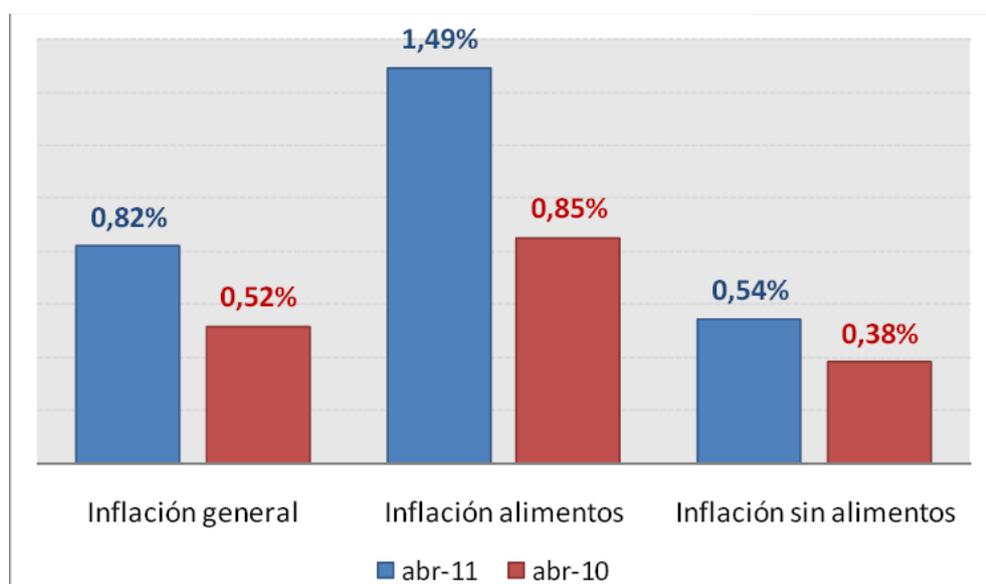
Al analizar la inflación de acuerdo a las divisiones de artículos del IPC, se puede evidenciar que aquellos que forman parte de la clasificación Alimentos son los artículos que han contribuido en mayor medida a que el índice general de precios aumente pues representa el 53,19%.

Inflación de alimentos

Los alimentos constituyen el 30,10% de los artículos de la canasta del IPC y representa el 25% de la ponderación del índice, ésta es muy sensible a los shocks externos (fenómenos climáticos, producción estacional, entre otros) y una variación de esta división genera grandes perturbaciones en el IPC general.

La inflación del grupo de alimentos en abril de 2011 fue 1,49%, el marzo de 0,55% y en abril del año anterior 0,85%. Mientras tanto la inflación excluida alimentos alcanza un valor del 0,54%. En abril del 2010 fue de 0,38% y a marzo de 2011 se ubicó en 0,25%.

GRAFICO No. 5
INFLACION DE ALIMENTOS



FUENTE: INEC

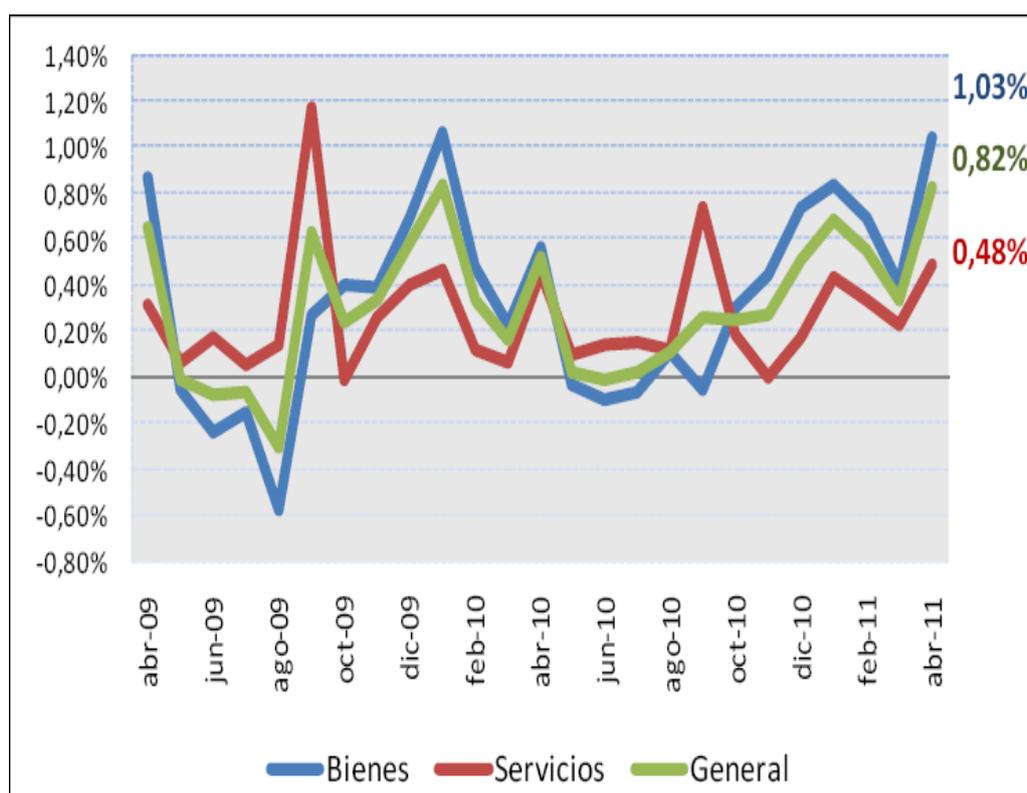
En cuanto a la variación anual del índice de precios de alimentos (6,03%), se encuentra por encima de la inflación general (3,88%)

Bienes y servicios

La canasta del IPC está conformada en un 82,9% por bienes y un 17,1% por servicios. En abril del 2011 los bienes presentaron una variación de 1,03%.

Evolución mensual de la inflación de bienes y servicios

GRAFICO No. 6
INFLACION DE BIENES Y SERVICIOS



FUENTE: INEC

Estructura del Índice de precios al consumidor

A continuación vemos la tabla de variación Mensual, anual y acumulada de Guayaquil.

CUADRO No. 2
VARIACION DE PRECIOS

Ciudad	Índice	Variación Mensual	Variación Anual	Variación Acumulada
Guayaquil	127,12	1,52%	4,83%	3,01%
REGION COSTA	131,86	1,35%	4,14%	2,91%

FUENTE: INEC

2.2.2 ENTORNO POLITICO – LEGAL

Una empresa que va a ejercer sus actividades en cualquier sitio determinado debe tener en cuenta que el ambiente político legal está compuesto de varias leyes que son controladas por entidades de control que tienen como objetivo principal cumplir las leyes y hacer cumplir las mismas, ejerciendo su autoridad y presionando a las empresas para que se pongan al margen de la ley.

Estas entidades son las mismas que dan permisos de funcionamiento o que controlan los productos para cuidar la salud y bienestar de los clientes, las mismas son entidades públicas que

tienen leyes las cuales debemos cumplir a cabalidad. Para la implantación del Restaurante debemos primero cumplir con varios de los requisitos que nos imponen nuestras autoridades como:

Requisitos para sacar el RUC

Persona natural:

- Cedula de Identidad
- Papel de Votación.
- Planilla de Servicios Básicos.

Con la Ilustre Municipalidad de Guayaquil:

Los requisitos previos para inscripción son:

- Copia del acta de constitución de la industria.
- Copia del R. U. C.
- Copia de los nombramientos.
- Copias de C. I.

Patente:

- Formulario de solicitud, para registro de patente.
- Copia legible de cedula de identidad.
- Copia del R.U.C. – actualizado-
- Original y copia del certificado de votación.
- Original o copia de certificado de seguridad, cuerpo de bomberos.
- Copia de comprobante de la tasa de turismo.
- Copia de la declaración de impuestos a la renta o declaración al valor agregado del ejercicio económico inmediato del año anterior que va a declarar.

Tasa de habilitación y control:

- Tasa de trámite para tasa de habitación
- Solicitud para habitación de locales comerciales, industriales o de servicios.
- Copia de cedula de identidad.
- Copia de R.U.C.
- Copia o nombramiento de representante legal.
- Carta de autorización para la persona que realiza el trámite.
- Copia de la patente del año en trámite.
- Certificado de seguridad de bomberos.
- Contrato de arrendamiento sellado por su inquilino.
- Predios pagados del año en trámite o del año anterior.
- Uso de suelo.

Permiso de los bomberos:

- Cedula de Identidad de la persona – solicitante.
- Copia del papel de votación.
- Copia del R.U.C.
- Factura de compra de los extintores.
- Costo: tasa de acuerdo al tamaño, actividad y ubicación de la empresa.
- Tiempo: 48 horas.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento:**Locales Comerciales:**

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.

- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

Permiso sanitario:

Sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

Se debe presentar lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo (para locales nuevos) otorgado por el Dpto. de gestión urbana.
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de control sanitario.
- Comprobantes de pago de patentes.
- Certificados de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de los requisitos de la actividad.
- Copias de C. I. Y papeletas de votación actualizada o certificado de exención del o los propietarios.
- Tiempo: 8 días laborables.
- Plazo máximo para obtener el permiso es del 30 de Junio de cada año.

Requisitos con la Cámara de comercio

Persona natural :

- Solicitud para nuevo socio CCG, (requiere Adobe Reader o lector PDF) , firmada debidamente por el socio.
- Copia de Cédula de identidad (clara y legible).
- 1 Foto tamaño carnet.

- Croquis de ubicación física del socio, especificando la dirección de cobro y referencias de la dirección.

Nota: En caso de requerir Matrícula de Comercio, puede efectuarlo a través de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Tabla de Valores de Cuotas por Nueva Membresía

Tabla Referencial de Valores por Membresía y Auspicio de Trámites de Matrícula de Comercio o Constitución de Compañía

2.2.3 ENTORNO SOCIO – CULTURAL

Se debe tomar en consideración, que la cultura de la sociedad ecuatoriana es diferente en cada uno de los países, pero si analizamos esta cultura vemos como sus valores están cada vez más extendidos por todo el mundo:

Un 58% de los hogares prefieren la comida de nacional, con la siguiente distribución: 35% la comida costeña, 13% serrana y 52% ambas. Por otra parte los locales de comida rápida son unos de su preferencia, con 21% de los hogares. Entre los restaurantes de comida internacional más visitados están: los chinos 50%, italianos 10% y mexicanos 30%. ¿Quién decide y quién paga? La elección del restaurante está repartida entre todos los miembros de la familia, y en 66% de los casos es el padre el que paga por el servicio.

La inestabilidad en el mercado laboral, y el necesario proceso de autoformación, propician el que las personas se vuelvan cada vez más individualistas. Toda esta situación conduce a la inestabilidad en el hogar, el continuo cambio a nivel desplazamientos, las ansias, las prisas, etc. En definitiva, el tiempo se hace vital.

El crecimiento desmesurado de las ciudades hace que el desplazarse al hogar para comer sea imposible, a consecuencia de todo ello, las personas cada vez pasan menos tiempo en sus hogares, con lo cual, sus hábitos alimenticios varían, acudiendo así a restaurantes que sean de su agrado o por precio.

2.2.4 ENTORNO TECNOLOGICO

Las nuevas tecnologías avanzan en todos los campos de trabajo y por supuesto que la restauración no se queda atrás. Aunque hoy la mayoría de los cambios tecnológicos no se encuentran en las maquinarias para cocina si existen algunas nuevas tecnologías que incluso han tenido gran auge en la restauración de forma general. Innovación en algunos accesorios, tecnología inteligente y novedades en equipamiento para la cocción y el enfriamiento son algunos de los más difundidos hoy, su uso y utilidad en algunos más que otros muestran el avance tecnológico que complementa la labor humana en la elaboración de alimentos.

Muchos son los avances tecnológicos de forma general que se han desarrollado para su uso en las cocinas, algunos de mayor

significación que otros. Dentro de los aditamentos de innovación que se refiere por los fabricantes como prácticos y que permiten realizar las actividades de una manera más relajada, divertida, interesante e incluso cuidando el medio ambiente se pueden mencionar los siguientes:

- Equipo de sellado al vacío utilizado en el envasado de alimentos crudos o precocinados, quedando un producto sellado herméticamente y sin aire en su interior, para lo que se utiliza un film termo resistente y especial para ello. Es muy utilizado para la cocción al vacío (conocida también como sousvide), método que logran extraer el aire que rodea el producto que va a ser envasado, eliminando la presencia de oxígeno para retrasar la acción nociva de bacterias sobre el alimento.
- Luces incluidas en la grifería destinada a indicar cuando el agua está caliente o fría. Uno de los ejemplos en cuanto a estos aditamentos es el llamado HeatSink en cuyo caso se prende una luz para el agua caliente, mientras que si el agua está fría la misma luz se pondrá de color azul.
- Accesorios que sirven para ajustar la altura de los fregaderos permitiendo acomodarlo de acuerdo a las necesidades de cada usuario.
- Hornos inteligentes que identifican el tamaño y peso de las piezas que se llevaran a cocción, el tipo de cocción, tiempo y

temperatura con tan solo indicar en la pantalla táctil como se desea obtener la elaboración final.

2.3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

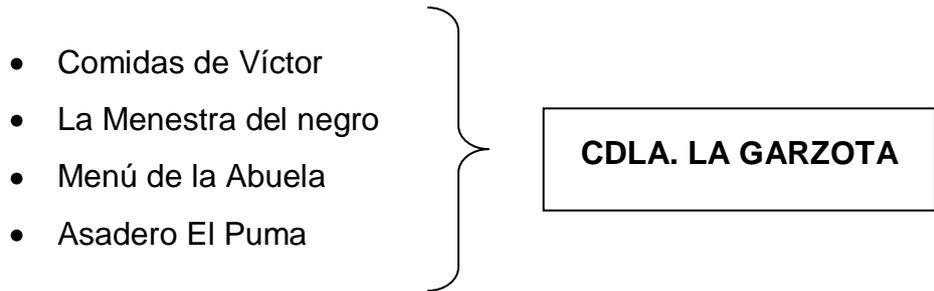
La competencia global para un restaurante son cualquier tipo de establecimientos que ofrezcan comida típica y urbana, dado que una persona puede decidirse por ir a un lugar que vendan comida rápida en vez de ir a un lugar exclusivo.

Aun así, es claro que las personas se interesan más cuando se les presenta una propuesta distinta que se destaca entre las demás, es por esto que a continuación se presentan todas las opciones de comida para los clientes y los posibles campos competidores con los que se enfrenta cualquier restaurante, seguido posteriormente por un análisis detallado de los competidores directos del restaurante, que son los tabernas de comida mexicana de la ciudad de Guayaquil.

Nuestra principal competencia es la siguiente:

Competencia indirecta:

- Comidas de Víctor
- La Menestra del negro
- Menú de la Abuela
- Asadero El Puma



CDLA. LA GARZOTA

Competencia directa:

1. Charros y Churros

Cdla. Entre ríos Av. la puntilla y Calle rio

2. Chiripiorca

C.C La Piazza Km 2 vía a Samborondón

3. Restaurante Chidos

Av. Las Monjas y Carlos J. Arosemena C.C Aventura Plaza Lc 38

4. Viva México restaurante y bar

C.C. Urdesa Dátiles entre Víctor E. Estrada y 1era.

5. Tijuana

Víctor Emilio Estrada 1006 e Ilanes

6. María Bonita

Víctor Emilio Estrada 1202 y Laureles

7. Panchos fiesta

C.C. Aventura Plaza. Av. Las Monjas y Carlos Julio Arosemena.

8. Chilis

C.C. Riocentro norte

FIGURA No. 1
MAPA DE DISTRIBUCION DE LA COMPETENCIA



FUENTE: GOOGLE MAPS

2.4 ANALISIS DE LA DEMANDA

Dadas las características del restaurante de comidas mexicanas que se desea introducir en el mercado la demanda puede ser considerada insatisfecha, puesto que se realizó un estudio de mercado por medio de encuestas para saber cuántas personas hay en el sector norte de la ciudad de Guayaquil y este reflejó que en las ciudadelas que son los objetivos principales de este proyecto hay 15.000 personas y en la tabulación de las encuestas realizadas en este sector objetivo el 86% dijeron que irían al restaurante mexicano lo cual indica un número de 12.900 interesados, en total el cálculo de la demanda proyectada es de 2.580 personas que se prevé satisfacer.

Base de Decisión de Compra de los Clientes

El restaurante de comida mexicana ofrece al consumidor la oportunidad de disfrutar las delicias que se encuentran en este País.

- Contar con un servicio de restaurante especializado y personalizado.
- Comparación con los competidores en cuanto al diseño del restaurante.
- Ahorro de tiempo al momento de recibir el pedido.

Clasificación de la Demanda

El restaurante estará determinado por la comida típica mexicana ya que llamará la atención no sólo por su gran variedad de comidas si no por su excéntrica decoración y un buen ambiente el cual estará dirigido a una demanda de personas de 18 años en adelante tanto nacionales como extranjeros con poder de adquisición de compra.

CAPITULO 3 ESTUDIO DE MERCADO

Con la siguiente investigación de mercados se desea conocer si la creación de un restaurante de comida Mexicana tendría aceptación en la zona norte de la ciudad de Guayaquil e integrando aquellos turistas que vienen a visitar la ciudad.

Además se desea determinar la población objetivo a la cual se va a dirigir el restaurante, conocer el perfil del consumidor, así como también la frecuencia de consumo.

Esto constituye información importante para poder estimar la demanda que se obtendría y analizar la participación que ganaría en el mercado.

Los resultados obtenidos conllevarán a establecer estrategias de marketing para posicionar el producto, identificando posibles puntos de ventas y canales de distribución.

3.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

Realizar un estudio de mercado por medio de encuestas, utilizando la investigación cuantitativa con el fin de formarse una idea clara en las preferencias del consumidor objetivo, que permita conocer las decisiones de uso de los mismos; es decir la posible

demanda que tendrá nuestro servicio. Se encuestará a los habitantes del sector norte, por ser el lugar en donde llevaremos la posible implementación del proyecto

3.2 METODOLOGIA

Investigación Cuantitativa: Utiliza una metodología de investigación que busca cuantificar datos y aplica una forma de análisis estadístico.

3.2.1 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

**CUADRO No. 3
DETERMINACION DE LA MUESTRA**

ESTRATOS	POBLACION (N)
Usuarios	15000
TOTAL	15000

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Para determinar el tamaño de la muestra se usaron los siguientes parámetros:

PQ → Varianza Media = 0.25

E → Mayor de Error = 0.25

K → Constante de Corrección del Error = 2

La fórmula para un tamaño apropiado de la muestra es:

$$n = \frac{PQ \times N}{(N - 1) \times E + \frac{PQ}{K}}$$

$$n = \frac{0.25 \times 15.000}{(15.000 - 1) \times (0.05)^2 + \frac{0.25}{(2)^2}}$$

$$n = \frac{3.750}{(15.000) \times 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{3.750}{9.624375}$$

$$n = 389.635$$

Se concluye, por lo tanto, que es preciso realizar 400 encuestas en puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil, garantizando que los resultados obtenidos sean representativos del sector norte. Con esta muestra de 400 personas, se pretende explicar con validez estadística el comportamiento de los guayaquileños con respecto al futuro proyecto, tendencias y expectativas.

Encuesta

El método que se utilizó para la recolección de datos es la encuesta, y el análisis de los mismos se lo realizó a través del programa estadístico el cual es indispensable para la tabulación de los datos (Ver Anexo).

3.3 RESULTADOS

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

1.- ¿Qué edad tiene?

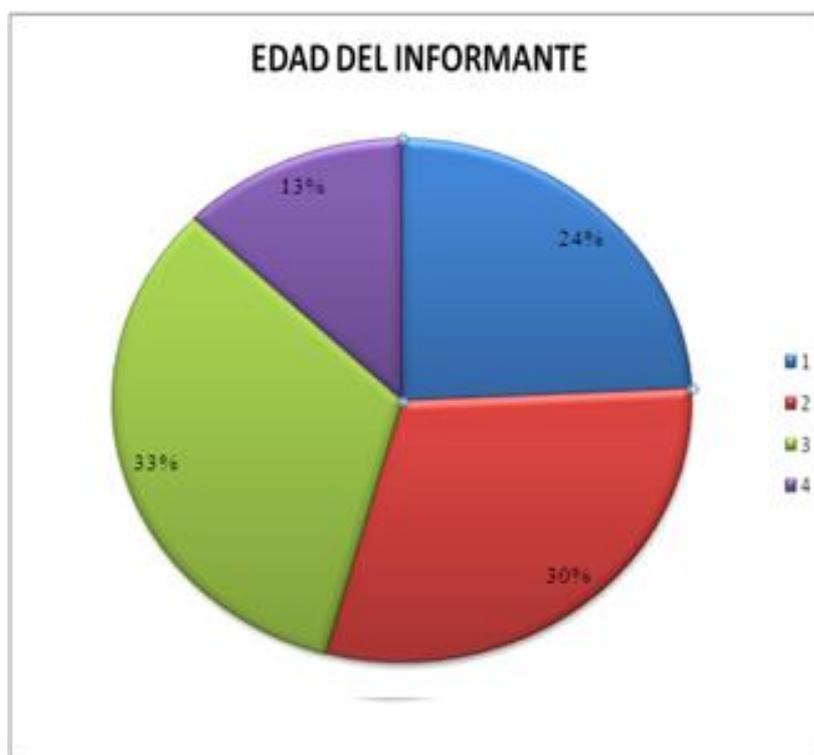
1)18 - 22 años___ 2)23 - 32 años___ 3)33 - 42 años___ 4)43 en adelante___

CUADRO No. 4
EDAD DEL INFORMANTE

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	18 – 22	97	24%	97	24%
2	23 – 32	120	30%	217	54%
3	33 – 42	132	33%	349	87%
4	43 - >	51	13%	400	100%
TOTALES		400	100%		

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 7



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

El gráfico No.1 observamos que la población comprendida entre 18 a 22 años ocupa el 24% del total de la población mientras que las edades comprendidas entre 23 a 32 años ocupa el 30%, de 33 y 42 años vemos que ocupa un 33%, y por ultimo tenemos las personas con edades comprendidas entre 43 años en adelante ocupa un 13%.

2.- Estado Civil

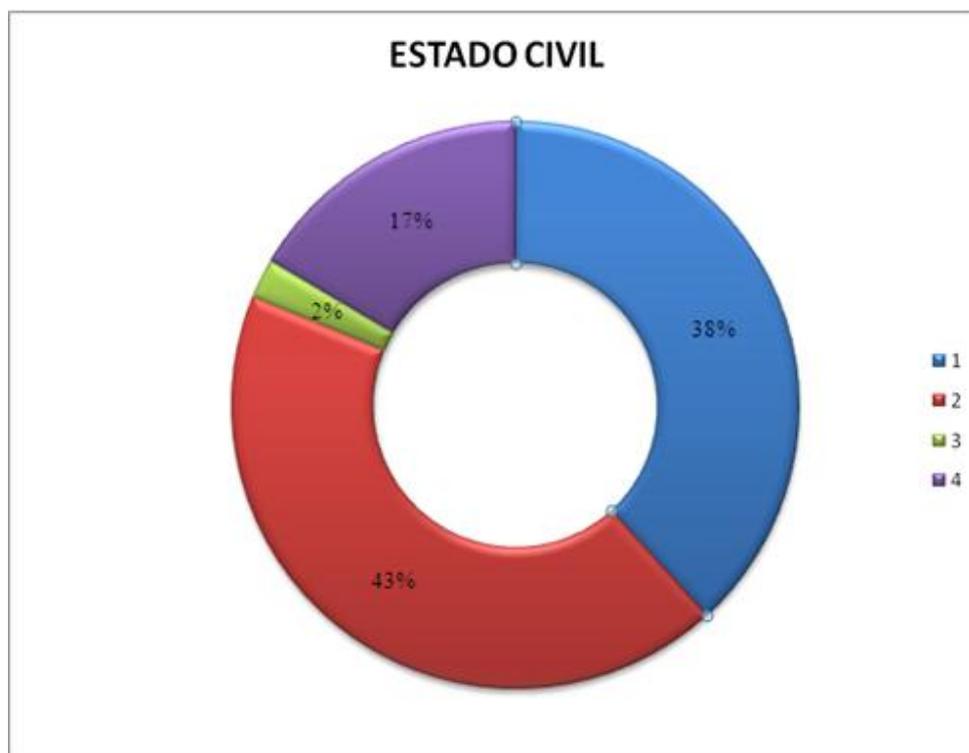
1) Soltero___ 2) Casado___ 3) Divorciado___ 4) Unión libre___

CUADRO No. 5
ESTADO CIVIL

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	SOLTERO	153	38%	153	38%
2	CASADO	172	43%	325	81%
3	DIVORCIADO	9	2%	334	83%
4	UNION LIBRE	66	17%	400	100%
TOTALES		400	100%		

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 8



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

En el análisis de este grafico podemos observar que un 38% son solteros y la mayor parte de nuestros encuestados son personas casadas con un 43% ya que son clientes de mayor poder adquisitivo debido a sus responsabilidades, y divorciado 2%, unión libre 17%.

3.- ¿Ciudadela dónde vive en Guayaquil?

1) Garzota___ 2) Alborada___ 3) Sauces___ 4)Otras:(especifique)___

CUADRO No. 6
CIUDADELA DONDE VIVE EN GUAYAQUIL

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	ALBORADA	115	29%	115	29%
2	GARZOTA	152	38%	267	67%
3	SAUCES	92	23%	359	90%
4	OTRAS	41	10%	400	100%
TOTALES		400	100%		

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 9



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

De las personas encuestadas un 29% son de la alborada y un 38% son de la Garzota,, 23% de Sauces y solo el 10% de otros sectores lo cual demuestra la cantidad de clientes potenciales que favorece al sector norte donde se realizara el proyecto.

4.- ¿Si existiera un restaurante de comida mexicana en el sector norte de Guayaquil, usted iría a consumir ahí?

1)Sí___ 2)No___

Si la respuesta es (No) fin de la encuesta

CUADRO No. 7
ASISTENCIA ESTIPULADA AL RESTAURANTE

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1	SI	343	86%
2	NO	57	14%
TOTALES		400	100%

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 10



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

En esta tabulación nos damos cuenta q el 86% de los encuestados están dispuestos a visitar el Restaurante mexicano en el sector norte de Guayaquil, y el 14% no irían, lo cual da grandes expectativas de que el proyecto puede ser rentable.

5.- ¿Cuántas veces al mes sale a comer a restaurantes?

1)1 - 2 veces___ 2)3 - 4 veces___ 3)5 - 6 veces___ 4)7 en adelante___

CUADRO No. 8
VISITAS MENSUALES A RESTAURANTES

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	1 – 2	29	8%	29	8%
2	3 - 4	88	26%	117	34%
3	5 - 6	127	37%	244	71%
4	7 - >	99	29%	343	100%
TOTALES		343	100%		

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 11



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

En este grafico nos demuestra que de 1 a 2 veces salen a comer un 8%, de 3 a 4 veces un 26% y de 5 a 6 veces 37% lo cual representa que a las personas que viven en el sector norte, les gusta ir a restaurantes y lo tienen presente como parte de su vivir cotidiano, y de 7 veces en adelante un 29%.

6.- ¿Qué tipo de comida le atraería a usted en el momento de salir a un restaurante?

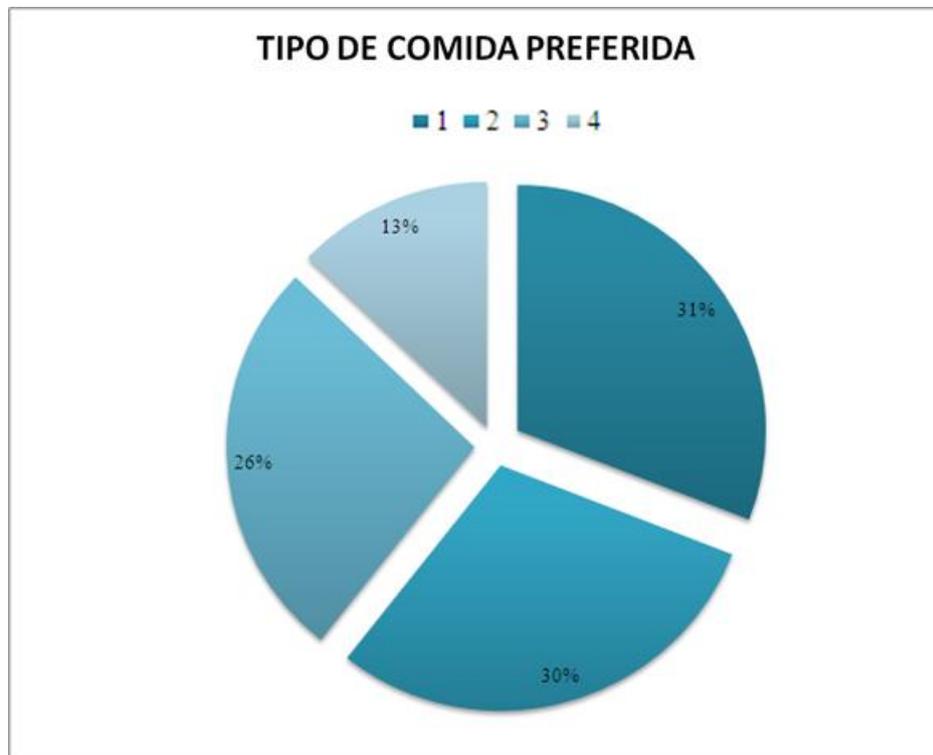
1)Mexicana___ 2)Comida rápida___ 3)China___ 4)Otras:(especifique)___

CUADRO No. 9
TIPO DE COMIDA PREFERIDA

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	MEXICANA	106	31%	106	31%
2	RAPIDA	102	30%	208	61%
3	CHINA	91	26%	299	87%
4	OTRAS	44	13%	343	100%
TOTALES		343	100%		

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 12



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

En esta consulta de muestra que la realización de nuestro proyecto es factible de realizar en la Garzota, puesto que a la mayoría de personas les gustaría probar la verdadera comida mexicana con un 31% , comida rápida 30%, la comida china 26% y los que nos respondieron que otras clases de comida solo un 13%.

7.- ¿Qué características usted considera la más importante al momento de elegir el lugar donde comer?

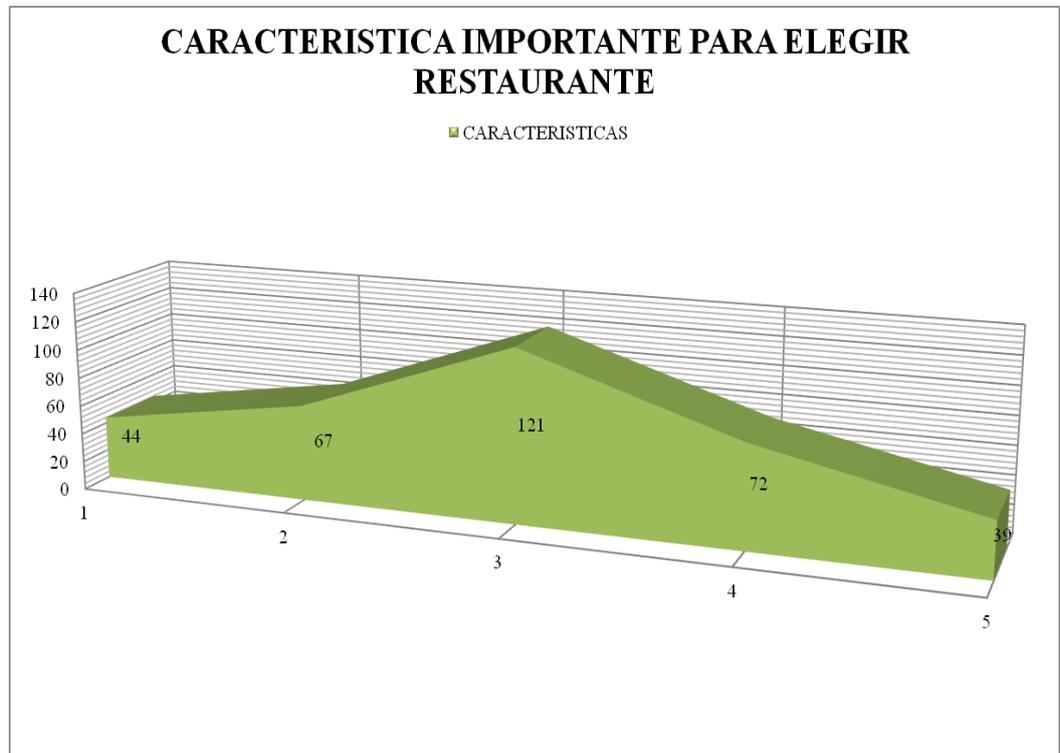
1)Ambiente___ 2)Atención___ 3)Precio___ 4)Ubicación___ 5)Tiempo de espera___

CUADRO No. 10
CARACTERISTICA IMPORTANTE PARA ELEGIR RESTAURANTE

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	AMBIENTE	44	13%	44	13%
2	ATENCION	67	20%	111	33%
3	PRECIO	121	35%	232	68%
4	UBICACIÓN	72	21%	304	89%
5	TIEMPO	39	11%	343	100%
TOTALES		343	100%		

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 13



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

Este análisis nos resume que los clientes del sector norte de la ciudad le dan mayor importancia a la hora de comer en restaurantes por el precio debido que nos salió un 35% y en la ubicación con 21%, y en el ambiente un 13% y tiempo 11% lo cual da una excelente ventaja a nuestro proyecto pues está dirigido para la clase media y en una ubicación estratégica de fácil acceso.

8.- ¿Recomendaría un restaurante en donde no sólo disfrutaría de la comida Mexicana, sino también de un ambiente exclusivo y cómodos precios en platos?

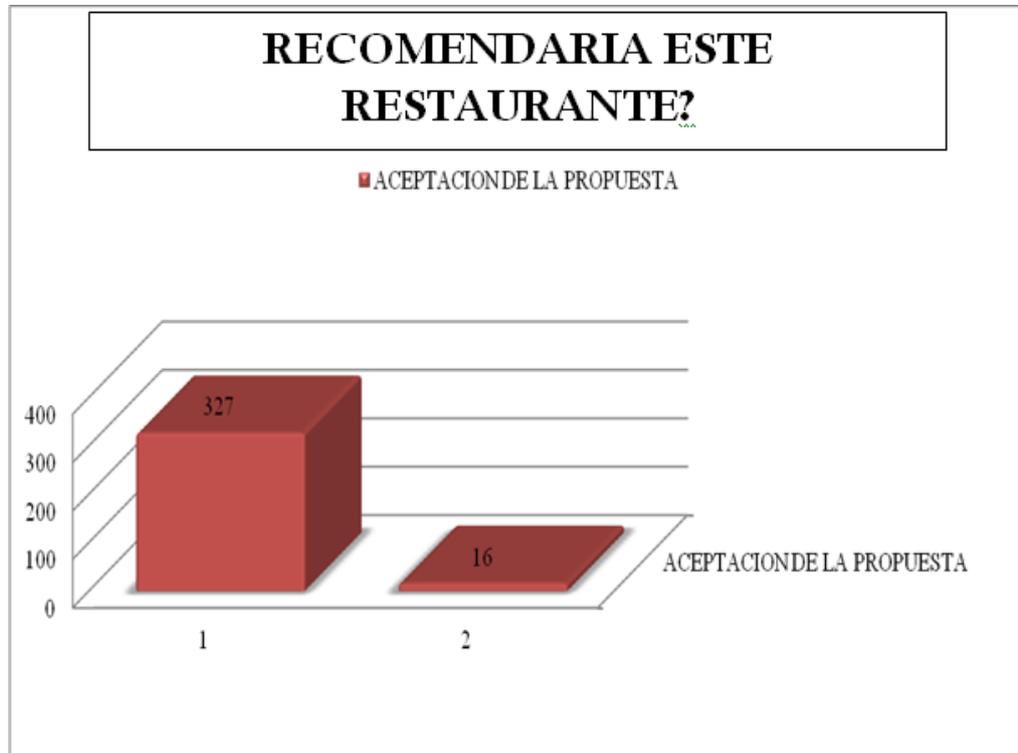
1) Sí___ 2) No___

CUADRO No. 11
PORCENTAJE DE RECOMENDACIONES

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1	SI	327	86%
2	NO	16	14%
TOTALES		343	100%

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 14



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

En esta información nos da una aceptación de los encuestados con un 86% que si desearían y recomendarían un restaurante mexicano y por otro lado con un 14% que no recomendarían.

9.- ¿Hasta cuanto Ud. ha pagado por un plato de comida mexicana en la que se ha sentido satisfecho?

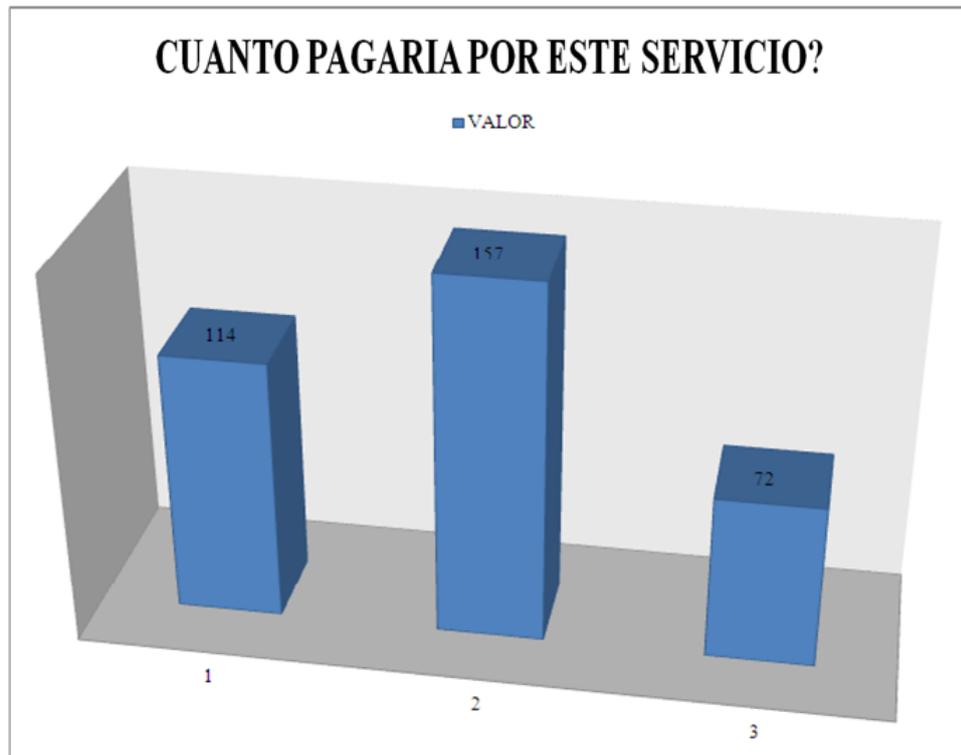
1)2 - 4 dólares___ 2)5 - 8 dólares___ 3)9 - 12 dólares___

CUADRO No. 12
RESULTADO DE CONSULTAS SOBRE PRECIO

OPCIONES	CATEGORIA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	2 – 4	114	33%	114	33%
2	5 – 8	157	46%	271	79%
3	9 - 12	72	21%	343	100%
TOTALES		343	100%		

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 15



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis

Los encuestados en mayor número nos indicaron que pagarían desde 5 a 8 dólares con un 46% y esto nos indicaría una referencia de aceptación de los precios basados en los costos y precios de la competencia, con lo cual podemos calcular la rentabilidad que nos dará este proyecto, y por otro lado los encuestados respondieron de 2 – 4 un 33% y de 9 – 12 con un 21%.

3.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACION

Conclusiones

La mayoría de los encuestados están dispuestos a visitar el Restaurante mexicano, lo cual da grandes expectativas de que el proyecto puede ser rentable.

Los resultados obtenidos en las encuestas muestran que la realización de nuestro proyecto de comida mexicana es factible de realizar y llevar a cabo, puesto que a la mayoría de personas les gustaría probar la verdadera comida mexicana, por lo tanto la creación de las Delicias del charro podría satisfacer las necesidades de los consumidores, los cuales representan un mercado potencial.

A un 34.8% de los encuestados les importa mucho la ubicación del lugar y esto concuerda mucho con el sector en donde viven, la mayoría de los que vivían en el norte son aquellos encuestados que respondieron que sí les importaría mucho la ubicación del restaurante lo cual es relativo.

Es muy importante el ambiente, es decir los encuestados le daban mucha importancia a esta opción y esta se encontraba entre el rango de importante, la ubicación, el tiempo de espera y el precio también se destacaban con mucha frecuencia ya que la mayoría de

los encuestados nos dio datos de mejorar la atención para nuestros clientes.

Recomendaciones

Este resultado es una buena premisa para nuestro objetivo, el cual es cambiar la mentalidad de los consumidores, ésta nos muestra que si están dispuestos a probar la comida verdadera mexicana.

- Dar un servicio de excelente calidad, ya que es uno de los aspectos de mayor importancia para el cliente y los turistas al momento de elegir un restaurante.
- Tomar en cuenta mucho los aspectos de precio en los platillos y servicio ofrecido en el tiempo de espera y trato al cliente.
- Se debería realizar fuertes campañas promocionando el restaurante mexicano y dando a conocer sobre todo el sector norte de la ciudad de Guayaquil, ya que mucha gente está dispuesta a visitarlo.

CAPITULO 4 DESCRIPCION DEL NEGOCIO

4.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

DATOS GENERALES

- **Propietario** Paola Estefanía Correa Alvarado
- **Razón social** Las Delicias del Charro S.A.
- **Ruc** 0927247395001
- **Dirección** Cdla. La Garzota C.C. Garzocentro
- **Localización** Guayas – Guayaquil
- **Actividad** Servicios de alimentos y bebidas
- **E-mail** lasdeliciasdelcharro@hotmail.com

4.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

“Las Delicias del Charro”

4.1.2 IMAGEN CORPORATIVA

Logotipo

FIGURA No. 2
LOGOTIPO



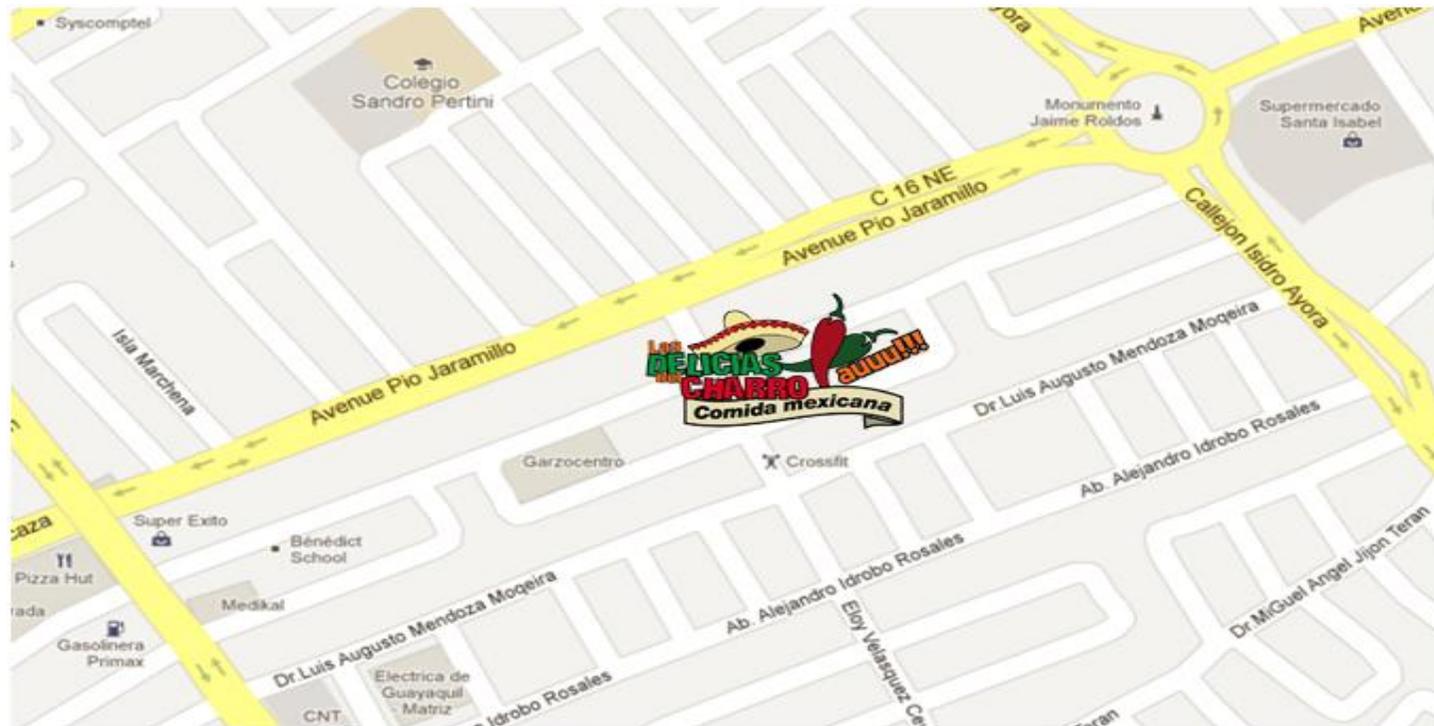
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Slogan

"El sabor de los mero mero mexicanos"

Localización Geográfica

FIGURA No. 3
LOCALIZACION GEOGRAFICA



FUENTE: GOOGLE MAPS

Hoja Membretada

FIGURA No. 4
HOJA MEMBRETADA



FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.1.3 TIPO DE EMPRESA O SOCIEDAD

Esta empresa estará registrada y dirigida como persona natural con RUC obligada a llevar contabilidad, las personas naturales con RUC son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

4.2 MISION

Nuestra misión es ofrecerle al consumidor, un servicio de calidad que se desarrolle en un ambiente propicio para disfrutar de los mejores platos de la comida mexicana para satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes.

4.3 VISION

Ser el lugar donde el cliente desea degustar los deliciosos sabores que ofrece la comida mexicana a un precio accesible.

4.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Objetivo general de la empresa

Ser reconocido en el sector norte de la ciudad de Guayaquil como el restaurante mexicano que ofrece variedad de platos a precios módicos.

Objetivos específicos de la empresa

- Ofrecer variedad de platos
- Establecer precios que estén al alcance del cliente.

FODA

Fortalezas

- Apropiaada estructura organizacional y estilo administrativo.
- Calidad del RR.HH.
- Una buena relación precio – cantidad de productos.
- Buena proyección laboral para sus empleados;
- Con una adecuada estandarización de procesos de fabricación y venta del producto.
- Local bien ubicado, en sector Norte de la ciudad en el punto con mayor afluencia de público.
- Tener excelentes relaciones con los proveedores.

Oportunidades

- Tendencia de los consumidores a buscar nuevas experiencias y sensaciones en la comida.
- Lograr captar la mayor cantidad de clientes, por medio de promociones y publicidad.

Debilidades

- Ser un restaurante nuevo lo que implicaría costos de financiamiento para la instalación e implementación del mismo.
- El restaurante solo dependerá de la venta de sus platillos, es decir por la concurrencia de consumidores al mismo.

Amenazas

- Cierta resistencia de aquellos consumidores los cuales les agrade la comida más no el ambiente y la decoración.
- Dificultad para conseguir los requisitos legales necesarios como los permisos y registros sanitarios necesarios para el normal funcionamiento del mismo.

4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Nuestro equipo de trabajo estará formado por 9 personas, que se detallan en el siguiente cuadro:

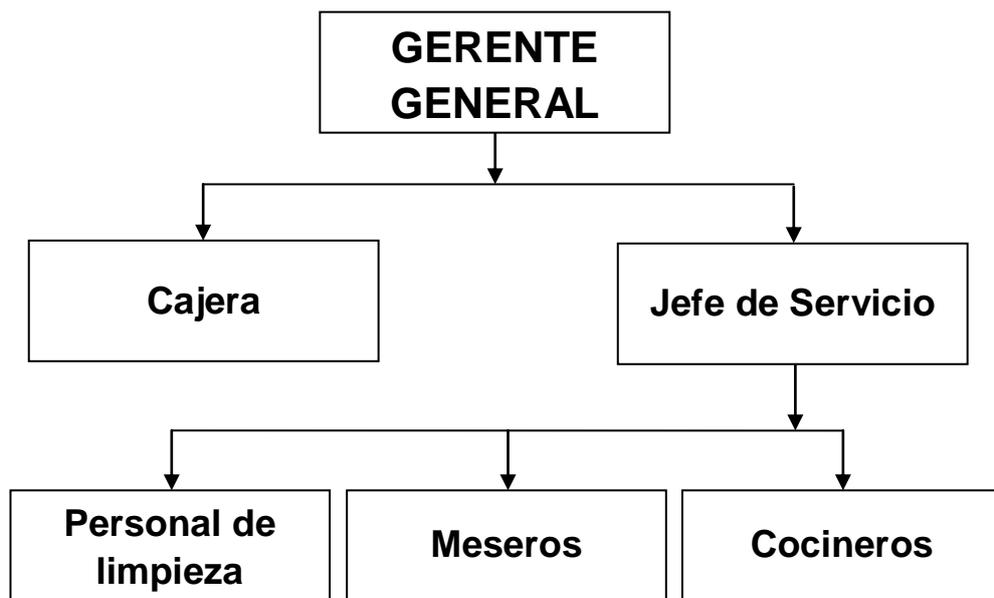
CUADRO No. 13
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

CARGO	# DE PERSONAS
Gerente General	1
Jefe de Servicio	1
Cajera	1
Meseros	2
Cocineros	2
Personal de limpieza	2
Total	9

FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.5.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRAFICO No. 16
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.5.2 DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES

Gerente General

Es la persona responsable del manejo de las operaciones del restaurante, así como la persona que asume la representación legal del negocio. A él se reportarán el resto de puestos del Restaurante.

Jefe de Servicio

Estará encargado de supervisar las labores de preparación, lo cual incluye coordinación de menú, recepción de alimentos y bebidas, atención a los turistas y responsables de la calidad del servicio. La persona que ocupe este puesto debe tener experiencia en atención al cliente y tratamiento de alimentos, pues estará encargado del servicio del restaurante y debe saber llevarlo y optimizar el tiempo.

Personal de limpieza

El personal de limpieza deben ser personas con un alto grado de servicio al cliente, pues aparte de hacer la limpieza en todo el restaurante. Para este puesto no se necesita experiencia, las edades deberán oscilar entre 18-45 años, sin distinción de sexo.

Cocineros

Deben ser personas del sector que conozcan la sazón y la forma de hacer los platos típicos venezolano, capaces de satisfacer cualquier necesidad y gusto de los turistas tanto nacionales como extranjeros. El perfil de este puesto, serían personas mayores de edad, con experiencia afín en cocina, con estudios de chef de comidas típica indispensable, edad entre 25-45 años sin distinción de sexo.

Meseros

Deben ser personas con un alto grado de servicio al cliente reflejando en su trabajo lo importante que es el cliente para ellos y el restaurante en sí. Para este puesto no necesitan tener experiencia las edades deberán oscilar entre 18-35 años, sin distinción de sexo. Se los entrenará para el plus que tendrán ellos de dar tips culturales sobre el País.

4.6 ASPECTOS TECNICOS

Para el restaurante de Comidas Típicas necesitaríamos los siguientes equipos y maquinarias:

- Cocina Industrial
- Refrigeradora Industrial

- Freidora
- Utensilios de cocina en general
- Utensilios de mesa
- Vajilla del restaurante
- Congelador
- Juego de Sillas y mesas para clientes
- Exhibidor (Enfriador)
- Charolas
- Vasos

En lo referente a la parte de infraestructura y administración:

- 1 computador
- 1 caja registradora
- 1 impresora
- 1 TV plasma
- Impresora

Cuadro de Maquinarias y equipos

**CUADRO No. 14
MAQUINARIAS Y EQUIPOS**

Máquinas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cocina Industrial	1	250	250
Freidora	1	200	200
Congelador	1	800	800
Refrigeradora	1	1200	1200
Exhibidor (Enfriador)	1	1000	1000
Utensilios de mesa	40	3	120
Utensilios de cocina	15	4	60
Tanque de Gas industrial	2	50	100
Juego de Sillas y mesas	7	250	1750
Juego de manteles	7	10	70
Vajillas	40	4	160
Vasos	50	0,8	40
Charolas	5	5	25
Inversión inicial en maquinas			5775,00
Otras Maquinas	Cantidad	V. unitario	C.Total
Computadora	1	400	400
TV Plasma	1	600	600
Caja Registradora	1	300	300
Impresora	1	40	40
TOTAL			1340

FUENTE: ELABORACION PROPIA

CAPITULO 5 PLAN DE MARKETING

5.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

La estrategia del plan de Marketing es una herramienta que nos ayuda y nos da la información necesaria para la introducción de nuestro Restaurante de comida mexicana variada y poder establecer las estrategias de comercialización y promoción del mismo y que nos permita dar a conocer a nuestro Restaurante y por ende posicionar nuestra marca.

Objetivo

Obtener una mayor participación en el mercado.

5.2 SEGMENTACION

- Se debe realizar una macro segmentación del mercado o una segmentación estratégica para poder determinar el mercado donde se va a competir denominado mercado de referencia.
- En este análisis se definirá el mercado de referencia desde el punto de vista del cliente para lo cual se ha tomado en cuenta tres dimensiones las cuales se describen a continuación:

Grupo de clientes ¿A quién se quiere satisfacer?

- Hombres y mujeres
- Población económicamente activa que pertenezcan a un estrato medio alto.
- Grupo de edad entre 18 en adelante.
- Estilo de vida: Personas que les gusten degustar de la comida mexicana y picante
- Personas que buscan precios módicos para poder ir a un restaurante mexicano

Funciones ¿Qué necesidades satisfacer?

- Tener una buena atención y servicio
- Brindarles variedad de platos

Tecnología empleada

- Variedad de menú, confort y comodidad para el cliente creando fidelidad.

- También la calidad de la materia prima teniendo productos frescos para la preparación de los diferentes platos de comida.

5.3 MERCADO META

- Nuestro mercado meta es de personas mayores de 18 años en adelante de clase media y media alta, que conocen y gustan de la comida mexicana brindándole variedad de menú y confort y precios módicos, estará ubicado en una zona atractiva que es en la Cdla. La garzota del sector norte de la ciudad de Guayaquil.

5.4 POSICIONAMIENTO

El proyecto tendrá una estrategia de posicionamiento basada en el beneficio adicional que dará mediante su servicio de atención y entrega inmediata de los pedidos la cual tratara de definir una imagen del Restaurante de excelente atención de manera que los clientes objetivos aprecien las diferencias cualitativas sobre la competencia.

Tendrá el personal capacitado de primera, para poder representar las tradiciones y la cultura mexicana, los cuales serán los encargados de promover las características y beneficios de nuestro servicio que es variedad de platos y precios módicos, en un ambiente acogedor y tranquilo.

5.5 SERVICIO

En los últimos años se ha venido aumentando el gusto por la comida mexicana, cada vez más los clientes buscan nuevos lugares a donde ir y no solamente buscan un sitio donde comer, sino un lugar en donde se coma bien.

El restaurante como se ha indicado anteriormente, estará decorado de una manera distinta y original para nacionales y extranjeros, donde el cliente se sentirá que está comiendo y disfrutando entre amigos para que conozca un poco mas de esta comida Mexicana.

Se estima que el restaurante no solamente brindará deliciosos platillos mexicanos sino también se tendrá la opción de disfrutar de pequeños piqueos y de deliciosos postres El restaurante será construido con materiales especiales, destacando toda su originalidad y precisando cada detalle el cual lo destaque. El menú de la Comida mexicana en términos generales estará preparado con un sin número de ingredientes aquí algunos de ellos:

- Harina
- Aguacates
- Tomate
- Cebolla

- Limón
- Pimienta
- Sal
- Tortilla de maíz
- Frejoles
- Queso
- Verduras
- Chicharrón

En lo que se refiere a carnes tendremos una amplia gama de elección entre las que podemos destacar:

- Carne
- Pollo

El restaurante Las Delicias del charro ofrecerá entre otros, los siguientes antojitos mexicanos: (Ver anexo).

- **Chalupas de pollo o de carne:** Tortilla de maíz tostada, cubierta con frijoles, guacamole, carne o pollo, tomate, queso.

FIGURA No. 5
CHALUPAS DE POLLO



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Flautas de Pollo con mole:** En este caso he hecho uno muy sencillo: 1 aguacate, 1/2 cebolleta, zumo de 1 lima y 1 cucharada de cilantro fresco picado. Mezclamos, sazonomos y servimos.

FIGURA No. 6
FLAUTAS DE POLLO CON MOLE



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Huevos rancheros al rojo:** 2 tortillas por persona, 2 huevos por persona, frijoles refritos los necesarios, 2 jitomates, 1 chile jalapeño verde, queso rallado el necesario, 1 salchicha por persona, aceite, sal.

FIGURA No. 7
HUEVOS RANCHEROS AL ROJO



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Salsa de guacamole:** Este aperitivo tradicional mexicano es delicioso y además muy nutritivo. Ingredientes: 2 aguacates, 1 tomate maduro, 1 cebolla tierna grande o dos pequeñas, zumo de limón, pimienta, y sal.

FIGURA No. 8
SALSA DE GUACAMOLE



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Tortas del chavo:** Emparedado, frío o caliente, elaborado con pan de telera o bolillo, partido a la mitad y relleno con carne, queso, aguacate y variados ingredientes.

FIGURA No. 9
TORTAS DEL CHAVO



FUENTE:www.platillosmexicanos.com/

- **Chilaquiles:** Tortilla de maíz, frita, cortada en tiritas, cubiertas con queso y cebolla, acompañadas de salsa picante, verde o roja.

FIGURA No. 10
CHILAQUILES



FUENTE:www.platillosmexicanos.com/

- **Fajitas:** Carne de res o de pollo, asada a la parrilla junto con cebolla, pimiento picados, y servida sobre una tortilla de harina de maíz. Se acompaña con guacamole, queso y tomate.

FIGURA No. 11
FAJITAS



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Tacos:** Tortilla de maíz o trigo, enrollada, rellena con carne, pollo o Verduras, acompañado por salsa picante, roja o verde.

FIGURA No. 12
TACOS



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Enchiladas:** Tortillas rellenas de pollo, pavo, carne de res y/o queso, cubiertos con salsa picante, roja o verde.

FIGURA No. 13
ENCHILADAS



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Burritos:** Tortilla grande de harina de trigo que envuelve diferentes rellenos de carne (res o ave), frijoles, queso, lechuga, tomate y salsas.

FIGURA No. 14
BURRITOS



FUENTE: www.platillosmexicanos.com/

- **Nachos:** Tortillas de maíz, en forma de triángulo tostadas y crujientes, cubiertos con queso, frijoles, carne, tomate en trocitos.

FIGURA No. 15
NACHOS



FUENTE:www.platillosmexicanos.com/

- **Quesadillas:** Tortilla de maíz o de harina de trigo, doblada a la mitad, rellena con queso que pueda fundirse: Queso mozzarella, etc. Puede agregarse pollo o carne, acompañado de guacamole.

FIGURA No. 16
QUESADILLAS



FUENTE:www.platillosmexicanos.com/

AGUAS FRESCAS

- **Agua de Jamaica:** El agua de Jamaica es una infusión hecha a base de flores de Hibiscus sabdariffa (rosa de Jamaica o flor de Jamaica). Originaria de África, fue introducida a Jamaica y desde ahí en Centroamérica y el Caribe.

Ingredientes

- Para cada dos tazas de agua
- 1 taza de flores
- Azúcar al gusto

Preparación

Se pone a calentar agua y cuando comienza a hervir se le añade la Jamaica, después al primer hervor, se añade el azúcar y se comienza a batir hasta que el azúcar se diluya.

Puede dejarse la cantidad de hojas de la flor de Jamaica que se desee macerando en agua por unas cuántas horas, posteriormente colando el jarabe resultante y utilizándose como aditivo en agua.

FIGURA No. 17
AGUA DE JAMAICA



FUENTE : www.jugosylicuados.com/category/aguas-frescas/

- **Agua de limón:** El agua de limón es una de las aguas frescas más populares, se prepara con azúcar, limón y chía.

Ingredientes

- Limón 10
- 2 litros de Agua
- Azúcar
- Hierba buena

Preparación

Disolver en el agua el azúcar y después añadir el zumo de los limones.

Dejar enfriar en la nevera y media hora aproximadamente antes de servir agregar las hojas de hierbabuena para que suelte su sabor.

Añadir hielo si se quiere o simplemente tomar bien fría.

FIGURA No. 18
AGUA DE LIMON



FUENTE : www.jugosylicuados.com/category/aguas-frescas/

- **Agua de tamarindo:** Es una bebida muy popular y fácil de preparar además de muy requerida por sus excelentes facultades para adelgazar.

Ingredientes

- 100 gr. De tamarindo
- Azúcar al gusto
- 2 litros de agua

Preparación

Pela y cose los tamarindos en agua, cuando estén listos reserva el agua, deshuesa el tamarindo y licúalo junto con el agua de cocción y azúcar. Cuela y Mezcla en una jarra con el resto del agua y sirve bien fría.

FIGURA No. 19
AGUA DE TAMARINDO



FUENTE:www.jugosylicuados.com/category/aguas-frescas/

- **Agua de Horchata:** Hay una agua de sabor cuyo procedimiento de elaboración no es tan simple ni tan obvio. Se trata del agua de Horchata a partir de arroz (Nota cultural: hay agua de horchata a partir de arroz y también hay agua de horchata hecha con coco).

Ingredientes

- 300 gramos de Arroz
- Canela en rama
- 1 lata de 397 gramos de leche condensada
- 1 lata de 410 gramos de leche Evaporada
- 1 litro de Leche
- Azúcar
- 10 mililitros de vainilla líquida

Preparación

En una cacerola se pone a calentar agua. Cuando el agua empiece a hervir, se saca del fuego. En esa agua caliente se debe poner el arroz sin cocer. El arroz debe ponerse a remojar durante 20 minutos.

Se enjuaga el arroz y se saca del agua. En una cacerola al fuego se pone agua y el arroz remojado. El arroz debe cocerse hasta que esté suave. En otra cacerola se pone 250 mililitros de agua con unas ramas de canela a hervir. El agua debe ponerse de color rojizo. Al final se obtendrá un té de canela.

El té de canela se debe colar para quitarle las ramas de canela.

En una licuadora se deben licuar los 300 gramos del arroz cocido, los 250 mililitros de té de canela y medio litro de agua simple. La

mezcla resultante es el jarabe para hacer el agua de horchata. Este jarabe rinde hasta para 4 litros de agua. En una jarra se vierten:

- 500 ml de leche,
- 1/2 lata de leche condensada,
- 1/2 lata de leche evaporada,
- 2 litros de agua,
- 10 mililitros de vainilla líquida,
- azúcar al gusto
- el jarabe de horchata al gusto

FIGURA No. 20
AGUA DE HORCHATA



FUENTE:www.jugosylicuados.com/category/aguas-frescas/

POSTRES

- **Flan de café mexicano:** Flan con el indiscutible aroma del café, sorprenda a sus amigos con esta sencillísima receta de Flan de café a la mexicana. 1 lata de leche condensada, 1 taza de leche, 2 huevos, 2 yemas, 1 cucharadita de café instantáneo, ½ taza de azúcar

FIGURA No. 21
FLAN DE CAFE



FUENTE: www.recetascomidas.com/recetas-de/postres-mexicanos

- **Regañadas:** 3 tazas de harina tamizada, 1 taza de azúcar, 3 huevos, 250 gr. de manteca de cerdo

FIGURA No. 22
REGAÑADAS



FUENTE: www.recetascomidas.com/recetas-de/postres-mexicanos

- **Buñuelos de molde:** 1 Kg. de harina, 125 gr. de azúcar para espolvorear, 1 taza de nata o leche, 1 taza de agua, 1 1/2 cucharada de mantequilla, 4 huevos, ½ cucharadita de sal, ½ litro de aceite, Canela en polvo.

FIGURA No. 23
BUÑUELOS DE MOLDE



FUENTE: www.recetascomidas.com/recetas-de/postres-mexicanos

5.6 PRECIO

Como ya se había mencionado, el precio se ha fijado basándose en valores referenciales del sector con respecto a los servicios que se le ofrecerá al usuario, el restaurante de comida mexicana se introducirá con precios módicos con lo cual se pretende captar la mayor parte del mercado objetivo que son todos los turistas nacionales o extranjeros que quieran degustar de la comida mexicana, estos precios estarán basados de acuerdo a los ingredientes y la atención personalizada que se brindará y habrán cómodos precios que variaran según la clase y elaboración de cada platillo.

CUADRO No. 15

MENU

MENU		
		PRECIO
Salsa de guacamole		\$ 4
Tacos	Pollo	\$ 3,50
	Res	\$ 3
	Mixtos	\$ 4
Enchiladas		\$ 6
Burritos		\$ 4
Nachos	Con queso	\$ 4,50
	Con carne	\$ 6
	Con pollo	\$ 6
Fajitas		\$ 8
Chilaquiles	De pollo	\$ 5,50
	De carne	\$ 4,50
Quesadillas		\$ 5
ESPECIALIDADES		
Huevos rancheros al rojo		\$ 4
Chalupas de chilangolandia	De pollo	\$ 9
	De carne	\$ 8
Las tortas del chavo	De jamón	\$ 3
	De frejol	\$ 3
	De aguacate	\$ 3,50
	De huevo	\$ 2,50
Flautas de pollo con mole		\$ 5
POSTRES		
Flan de café		\$ 2
Regañadas(3 unidades)		\$ 3,50
Buñuelos de molde (5 unid.)		\$ 4
BEBIDAS		
Aguas Frescas(16 oz)		
Agua de Jamaica		\$ 1,25
Agua de limón		\$ 1,25
Agua de tamarindo		\$ 1,25
Agua de horchata		\$ 1,25
Botella de Agua		\$ 0,75

Bebidas alcohólicas		
Corona		\$ 3
Michelada		\$ 3,50
Margarita		\$ 5
Mezcal		\$ 4
Tequila		
	Shot	\$ 5
	Botella	\$ 40

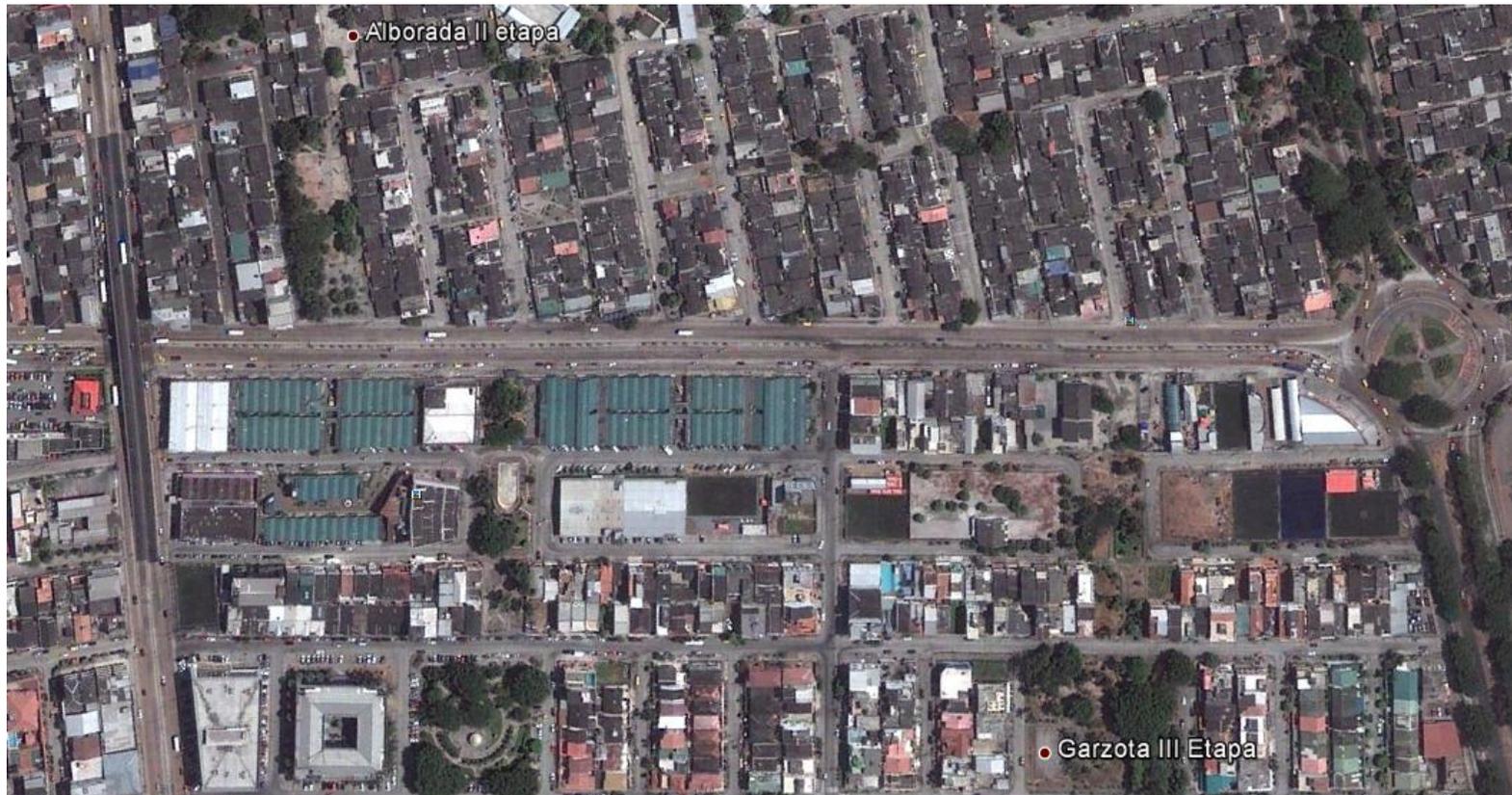
FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.7 PLAZA

La localidad para la realización de este proyecto corresponde al cantón Guayaquil, el cual dispone de una infraestructura turística diversa y muy rica, además de mucha competencia directa e indirecta que de alguna u otra manera nos afectaría si no ofrecemos algo realmente distinto y de gran calidad. El restaurante estará muy bien ubicado, en el sector norte de la urbe en la ciudadela La Garzota C.C. Garzocentro, un lugar estratégico y muy visitado tanto por turistas extranjeros como nacionales. Este sector está caracterizado por su gran movimiento mercantil especialmente en el negocio de los restaurantes debido a su gran afluencia de personas que laboran en los alrededores y también el masivo movimiento nocturno que generan los negocios como bares y discotecas cercanos. Esto nos da una gran expectativa de captación de clientes para el proyecto que proponemos dar factibilidad.

FIGURA No. 24

PLAZA



FUENTE: GOOGLE EARTH

5.8 PROMOCION

La publicidad del restaurante mexicano **Las Delicias del Charro** se transmitirá a través del siguiente medio de comunicación:

- **Flyers:** que sean repartidos en los lugares donde se encuentran nuestros clientes potenciales.

Costo:

5.000 unidades 10x15 \$200

FIGURA No. 25

VOLANTE



FUENTE: ELABORACION PROPIA

- **Cuña radial**

Costo:

40 segundos	\$ 250
Radio Disney	\$ 2.200
Lunes a Viernes (22 días)	
Total:	\$2.420

- **Medio Impreso (El Universo)**

Sección Vida y Estilo - 1 Columna 4.6 ancho x 8.22 alto

Costo:

Lunes a Sábado	\$ 220
----------------	--------

- **Lanzamiento del Evento**

Costo:

Mariachi	\$200
Flyers	\$200
2 Impulsadoras	\$40
Total:	\$480

Hemos de tener en cuenta que el restaurante lo que pretende es que sus anuncios lo vean el mayor número de personas posibles, que tengan fácil acceso al restaurante y comunicar los mensajes de la compañía de forma tal que provoque en la población objetivo el desplazamiento psicológico deseado.

CAPITULO 6 VIABILIDAD ECONOMICA Y FINANCIERA

El estudio financiero permitirá determinar los beneficios y pérdidas en los que se puede incurrir al realizar el proyecto, obteniendo resultados que apoyen a la toma de decisiones referentes a las actividades de inversión.

Este estudio económico es una propuesta modelo basada en un plato típico debido a la variedad de platos que tiene el restaurante tomando como referencia el más caro con la finalidad de que cubra todos los costos que se pueden incurrir en la elaboración del mismo y se detalla a continuación:

6.1 INGRESOS

En el siguiente cuadro se presenta los ingresos proyectados a un año.

CUADRO No. 16
PRESUPUESTO DE INGRESOS

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US\$
Dias laborables	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	288
Platos diarios	40	40	40	50	50	50	70	70	70	100	100	100	780
PVP	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	108
Total Ingresos	8.640	8.640	8.640	10.800	10.800	10.800	15.120	15.120	15.120	21.600	21.600	21.600	168.480
Total Ingresos US\$	8.640	8.640	8.640	10.800	10.800	10.800	15.120	15.120	15.120	21.600	21.600	21.600	168.480

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.2 COSTOS

Las cifras siguientes indican los gastos que tendrá el proyecto en cuanto a producción y operación.

CUADRO No. 17
PRESUPUESTO DE COSTOS DIRECTOS

Costos Directos	Costo Unit.	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US\$
tortilla de maiz	0,037	36	36	36	44	44	44	62	62	62	89	89	89	693
frejol	0,266	255	255	255	319	319	319	447	447	447	638	638	638	4.980
tomate	0,13	125	125	125	156	156	156	218	218	218	312	312	312	2.434
cebolla	0,11	106	106	106	132	132	132	185	185	185	264	264	264	2.059
aguacate	0,48	461	461	461	576	576	576	806	806	806	1.152	1.152	1.152	8.986
queso	0,28	272	272	272	340	340	340	475	475	475	679	679	679	5.298
pollo	1,083	1.040	1.040	1.040	1.300	1.300	1.300	1.819	1.819	1.819	2.599	2.599	2.599	20.274
Total Costos Directos US\$	2,389	2.293	2.293	2.293	2.867	2.867	2.867	4.014	4.014	4.014	5.734	5.734	5.734	44.722

FUENTE: ELABORACION PROPIA

CUADRO No. 18
PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

Gastos de Personal	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US\$
Gerente General	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800
Jefe de Servicio	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800
Cajero	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	3.168
Mesero 1	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600
Mesero 2	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600
Personal de Limpieza 1	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	3.168
Personal de Limpieza 2	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00	3.168
Cocinero	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800
Asistente de Cocina	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
Subtotal	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	2.892	34.704
Beneficios Sociales	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	13.823
Total Gastos de Personal US\$	4.044	4.044	4.044	48.527									

FUENTE: ELABORACION PROPIA

CUADRO No. 19
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos Administrativos	Costo Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US\$
Agua	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Luz	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	1.080
Local	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Telefono	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
Publicidad	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	2.840	34.080
Total Gastos Administrativos US\$		3.365	3.365	3.365	40.380									

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.3 ACTIVOS FIJOS

Para la implementación del proyecto se presenta los gastos de los diferentes utensilios y equipos requeridos.

CUADRO No. 20
PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos	Cantidad	Costo Hist.	Total AF	Meses Deprec.	Deprec. Mensual	Deprec. Anual
Cocina Industrial	1	300	300	120	3	30
Freidora	1	200	200	120	2	20
Congelador	1	800	800	120	7	80
Refrigeradora	1	1.200	1.200	120	10	120
Computador	1	400	400	60	7	80
Exhibidor (enfriador)	1	1.000	1.000	120	8	100
Utensilios de Mesa	40	3	120	60	2	24
Utensilios de Cocina	15	4	60	60	1	12
Tanque de Gas industrial	2	50	100	60	2	20
Juego de Sillas y mesas	7	250	1.750	60	29	350
Juego de manteles	7	10	70	60	1	14
Vajillas	40	4	160	60	3	32
Vasos	50	1	40	60	1	8
Charoles	5	5	25	60	0	5
Tv Plasma	1	600	600	60	10	120
Caja Registradora	1	300	300	60	5	60
Impresora	1	40	40	36	1	13
Total Activos Fijos US\$		5.167	4.020		38	454

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Se podrá viabilizar el proyecto en base al siguiente financiamiento presentado.

**CUADRO No. 21
FINANCIAMIENTO**

Presupuesto Inversion Inicial		
		US\$
Activos Fijos		4.020
Gastos Administrativos	3	10.095
Gastos de Personal	3	12.132
Publicidad de lanzamiento		480
Capital de Trabajo	3	6.880
Total Presupuesto Inversion Inicial		33.607
Financiamiento		
Propio	50%	16.803
Prestamo	50%	16.803

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.5 ESTADOS FINANCIEROS

6.5.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO A UN AÑO

CUADRO No. 22
PROYECCION DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US\$
Ingresos	8.640	8.640	8.640	10.800	10.800	10.800	15.120	15.120	15.120	21.600	21.600	21.600	168.480
(-) Costos Directos	2.293	2.293	2.293	2.867	2.867	2.867	4.014	4.014	4.014	5.734	5.734	5.734	44.722
Margen Bruto	6.347	6.347	6.347	7.933	7.933	7.933	11.106	11.106	11.106	15.866	15.866	15.866	123.758
Gastos Operacionales													
Gastos de Personal	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	48.527
Gastos Administrativos	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	40.380
Depreciación	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	454
Interes	147	145	143	141	139	137	136	134	132	130	128	125	1.637
Total Gastos Operacionales	7.594	7.592	7.590	7.588	7.586	7.584	7.582	7.580	7.578	7.576	7.574	7.572	90.998
Margen Neto	(1.247)	(1.245)	(1.243)	345	347	349	3.524	3.526	3.528	8.290	8.292	8.294	32.760

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.5.2 FLUJO DE CAJA PROYECTADO (CASH FLOW)

CUADRO No. 23
CASH FLOW

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US\$
Saldo inicial Caja	33.607	32.398	31.190	29.985	30.368	30.752	31.139	34.701	38.265	41.831	50.159	58.489	33.607
Ingresos													
Cobranzas	8.640	8.640	8.640	10.800	10.800	10.800	15.120	15.120	15.120	21.600	21.600	21.600	168.480
Financiamiento Bancos													
Total Ingresos	8.640	8.640	8.640	10.800	10.800	10.800	15.120	15.120	15.120	21.600	21.600	21.600	168.480
Egresos													
Costos Directos	2.293	2.293	2.293	2.867	2.867	2.867	4.014	4.014	4.014	5.734	5.734	5.734	44.722
Gastos de Personal	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	4.044	48.527
Gastos Administrativos	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	3.365	40.380
Interes	147,03	145,16	143,27	141,36	139,44	137,50	135,54	133,56	131,57	129,56	127,54	125,49	1637,02
Total Egresos	9.849	9.847	9.846	10.417	10.415	10.413	11.558	11.556	11.554	13.272	13.270	13.268	135.266
Saldo Final de Caja	32.398	31.190	29.985	30.368	30.752	31.139	34.701	38.265	41.831	50.159	58.489	66.821	66.821

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.5.3 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO A CINCO AÑOS

CUADRO No. 24
PROYECCION DE PERDIDAS Y GANANCIAS A 5 AÑOS

	Tasa de crecimiento del negocio						
	0	1	2	3	4	5	Total
Inversion Inicial	(33.607)						
Ingresos		168.480	193.752	222.815	256.237	294.673	1.135.956
(-) Costos Directos		44.722	51.430	59.145	68.017	78.219	301.533
(=) Margen Bruto		123.758	142.322	163.670	188.220	216.453	834.423
	Inflación		2%	2%	3%	3%	
Gastos Operacionales							
Gastos de Personal		48.527	49.497	50.487	52.002	53.562	254.074
Gastos Administrativos		40.380	41.188	42.011	43.272	44.570	211.420
Depreciacion de Act. Fijos		454	463	472	487	501	2.377
Total Gastos Operacionales		89.361	91.148	92.971	95.760	98.633	467.871
Margen Operacional		34.397	51.174	70.699	92.461	117.821	366.552
Part. Trabajadores	15%	5.160	7.676	10.605	13.869	17.673	54.983
Impuesto a la Renta	24%	8.255	12.282	16.968	22.191	28.277	87.972
Margen Neto		20.982	31.216	43.126	56.401	71.871	223.597
(+) Depreciacion		454	463	472	487	501	2.377
Flujo de Efectivo Neto		21.436	31.679	43.599	56.887	72.372	225.974
Valor Actual del Flujo de Efectivo		20.034	27.670	35.590	43.399	51.600	178.293

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.6 INDICADORES ECONOMICOS: TIR, VAN

De acuerdo al indicador económico proyectado el proyecto es rentable.

CUADRO No. 25
INDICADORES ECONOMICOS

Tasa Requerida	7%					
Resumen de la Evaluación						
Total Valor Actual del Flujo de Efectivo	178.293					
Inversion Inicial	(33.607)					
Valor Actual Neto	144.686	Es viable	el Proyecto			
	Prueba	144.686				
	ME	0				
Tasa Interna de Retorno	90%	La tasa de rendimiento que genera el presente proyecto Si es adecuada y Si cumple las expectativas de los inversionistas				

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Producción anual (PA)	#18720 platos
Costo Unitario Variable (CUV)	\$2.39
Costo variable (CV)	\$44722
Costo fijo (CF)	\$90998
Costo total (CT)	\$135720
Ventas (V)	\$168480
Precio de venta (P)	\$9
Costo Unitario Total (CUT)	\$7.25

Punto de equilibrio (PE)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$P.E = \frac{90998}{1 - \frac{44722}{168480}}$$

$$P.E = \frac{90998}{0.73}$$

$$P.E = \$124654.79$$

Costo unitario total (CUT)

$$\text{C.U.T.} = \frac{\text{C.T}}{\text{P.A.}}$$

$$\text{C.U.T.} = \frac{135720}{18720}$$

$$\text{C.U.T.} = \$ 7.25$$

Precio (P)

$$\text{P} = \frac{\text{C.U.T}}{1 - \%}$$

$$\text{P} = \frac{7.25}{1 - 0.20}$$

$$\text{P} = 9$$

Capacidad instalada para producir (CIP)

$$\text{Cap. Inst.} = \frac{\text{P.E}}{\text{V}}$$

$$\text{Cap. Inst.} = \frac{124654.79}{168480}$$

$$\text{Cap. Inst.} = 73.9\% = 74\%$$

Unidades del punto de equilibrio (UPE)

$$\text{U.P.E} = \frac{\text{C.F}}{\text{P} - \text{C.U.V.}}$$

$$\text{U.P.E} = \frac{90998}{9 - 2.39}$$

$$\text{U.P.E} = 13766.71$$

Tiempo de Equilibrio (TE)

$$\text{TE} = 12 \times \frac{\text{UPE}}{\text{PA}}$$

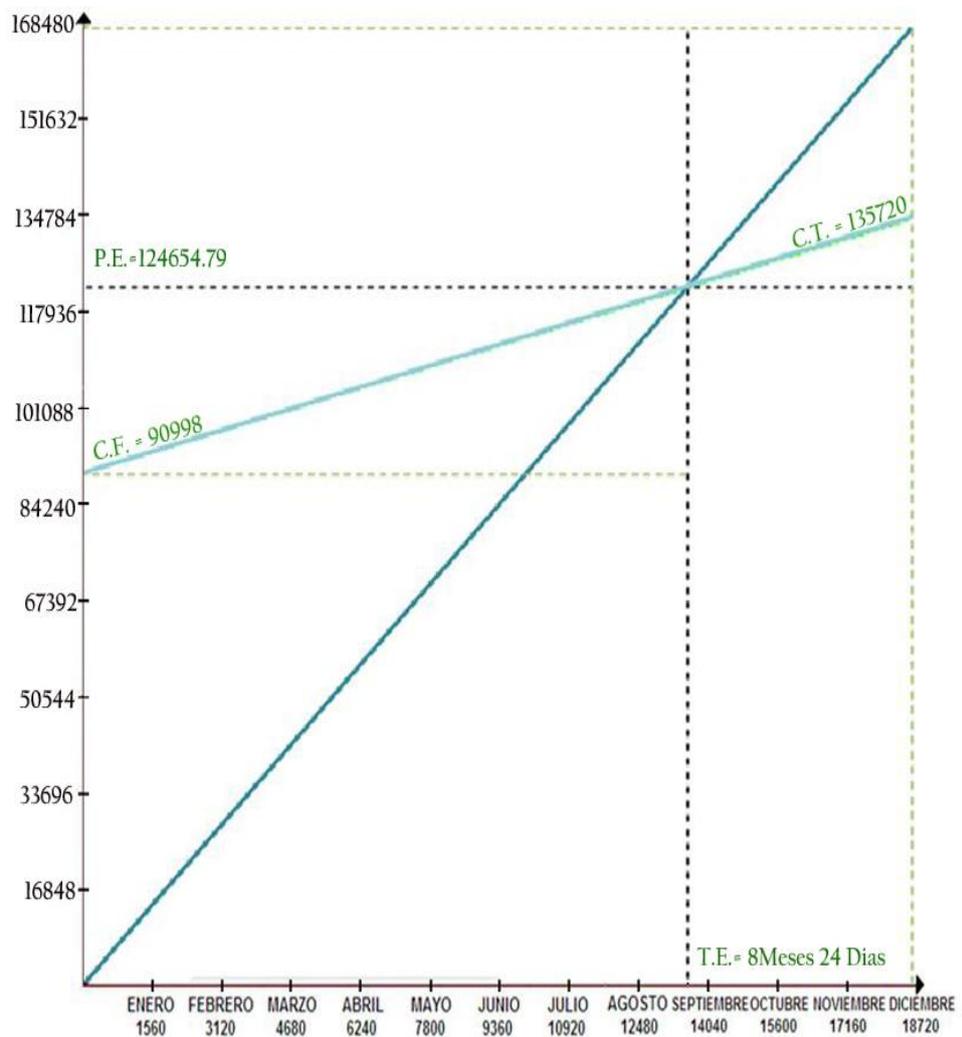
$$\text{TE} = 12 \times \frac{13766}{18720}$$

$$\text{TE} = 12 \times 0.735$$

$$\text{TE} = 8.8 = \boxed{\longrightarrow} \text{ 8 meses y 24días}$$

El siguiente grafico indica claramente el tiempo en que el proyecto llega a su equilibrio con la inversion inicial y genera rentabilidad.

GRAFICO No. 17
PUNTO DE EQUILIBRIO



FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.8 CONCLUSIONES

Para el proyecto de restaurante mexicano se llega a la conclusión que el presupuesto de inversión inicial debe ser de \$33607 el cual será financiado en un 50% con fondos propios y el restante por medio de un préstamo. Los resultados proyectados para cada mes indican que tan solo los 3 primeros meses serán contrarios al objetivo después de este periodo comienza la recuperación y aumento de productividad además de posicionamiento mayor de la marca.

Las encuestas realizadas en el estudio de mercado indican que el 86% de las personas están de acuerdo con la realización del proyecto y que aparte de que asistirían al restaurante también lo recomendarían.

Según el análisis financiero del proyecto el negocio es factible con un valor actual neto de \$144686 y una tasa interna de retorno del 90% lo cual indica que es rentable, adecuada y cumple las expectativas de la inversión inicial realizada haciéndolo atractivo no solo para turistas nacionales si no también extranjeros.

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será de ocho meses y veinticuatro días, es un periodo de tiempo menor al total del estudio de proyecto que es de un año. Es viable técnica, económica y financieramente, por lo que, conviene asignar los recursos para su ejecución.

6.9 RECOMENDACIONES

Se propone a continuación una serie de recomendaciones para fortalecer el éxito del proyecto en cuestión, las mismas que deberán ser consideradas a lo largo de toda la implementación, retroalimentación y evaluación.

- Se recomienda la adecuada utilización y distribución del financiamiento obtenido, para que así el proyecto ejecute sus operaciones, de manera que no tenga problemas financieros y que no haga falta ninguna maquinaria.
- Pensando en la expansión de nuestro restaurante, en el largo plazo se establecerá sucursales en otros sectores donde exista una posible demanda insatisfecha de clientes.
- La implantación del proyecto al inicio entrará en una etapa de introducción para lo cual se recomienda utilizar una amplia promoción y una publicidad en los medios de comunicación de la ciudad de Guayaquil.
- El compromiso es tener lazos fuertes con los diferentes proveedores para así tener descuentos fruto de nuestra fidelidad de compra.
- Vigilar que los diferentes productos tengan un cuidado especial en la preparación, siempre teniendo en cuenta la calidad y la higiene, debido a que esto nos ayudarán a tener una buena imagen en el mercado.

- Conviene hacer planes de promoción de nuestros productos para atraer más clientes. Premiar con algún producto la fidelidad de los clientes.
- Finalmente, se recomienda inculcar la cultura y gastronomía de nuestro país de una manera muy innovadora y original

6.10 GLOSARIO

ACERVOS: Se trata de un conjunto de bienes o de un haber que pertenece en común a muchas personas. Un acervo puede acumularse por acopio, por tradición o por herencia, según la naturaleza del conjunto.

APORTE: Integración de las acciones o de los capitales comprometidos por los socios, según el contrato de sociedad.

CAPITAL: Derecho del propietario o propietarios sobre el Activo de la Empresa.

COMPAÑÍA: Reunión de personas naturales que legalmente constituidas obtienen personería jurídica.

COSTO: Valor de adquisición o de producción de bienes o servicios.

COSTO FINANCIERO: Es el importe que corresponde a los gastos financieros, es decir el costo por financiamiento.

DEPRECIACIÓN: Pérdida de valores y bienes del activo fijo, que se produce por las siguientes causas:

- Desgaste por el uso
- Envejecimiento por la acción del tiempo
- Deterioros de diverso orden.

EMPRESA: Es toda entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y venta de servicios.

FINANCIACIÓN: Aportación de recursos, como inversión de capital o prestación crediticia, para facilitar las operaciones de la empresa.

FLUJO DE CAJA: El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

INGRESOS: Es una expresión con dos acepciones que son: En primer lugar significa percepción de dinero y valores representativos y en segundo lugar se utiliza para identificar la utilidad o ganancia obtenida en un periodo.

INFLACION: Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo. Otras definiciones la explican como el movimiento persistente al alza del nivel general de precios o disminución del poder adquisitivo del dinero.

MERCADO: Ámbito económico en donde se exterioriza la oferta y la demanda de las mercaderías y servicios.

PLAZA: Conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta.

6.11 BIBLIOGRAFIA

- <http://www.inec.gov.ec/home/>
- www.sri.gov.ec
- www.econlink.com.ar
- es.wikipedia.org/wiki/Consumidor
- <http://es.wikipedia.org/wiki/DEMANDA>
- <http://www.gestiopolis.com/economia/la-oferta-y-la-demanda.htm>
- www.eluniverso.com
- <http://www.elfinanciero.com/economia/economia.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja
- es.wikipedia.org/wiki/Parroquias_de_Guayaquil
- <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary>
- www.ecuadorencifras.com/
- Sección Economía

- www.elblogsalmon.com/...de.../que-es-la-oferta-y-la-demanda
- es.wikipedia.org/wiki/Consumidor
- alcaldiadeguayaquil.blogspot.com/p/guia-de-tramites.html
- www.google.com.ec/publicdata
- finanzas.gob.ec/.../MINISTERIO_ECONOMIA_FINANZAS_ECUADOR

ANEXOS

ANEXO No. 1 ENCUESTA

ENCUESTA

Instrumentos de Investigación aplicado a los Usuarios del sector Norte de la Ciudad de Guayaquil.

Objetivos: Determinar la factibilidad de implementar un nuevo restaurante de comidas mexicana en la ciudad de Guayaquil.

Instructivo: Lea determinadamente cada una de las preguntas y responda de acuerdo a su criterio, y coloque con una X el casillero correspondiente a sus respuestas.

1.- ¿Qué edad tiene?

- 1) 18 - 22 años ___
- 2) 23 - 32 años ___
- 3) 33 - 42 años ___
- 4) 43 en adelante ___

2.- Estado Civil:

- 1) Soltero ___
- 2) Casado ___
- 3) Divorciado ___
- 4) Unión libre ___

3.- Ciudadela donde vive en Guayaquil:

- 1) Garzota ___
- 2) Alborada ___
- 3) Sauces ___
- 4) Otras:(especifique) _____

4.- ¿Si existiera un restaurante de comida mexicana en el sector norte de Guayaquil, usted iría a consumir ahí?

- 1) Sí ___
- 2) No ___

Si la respuesta es (No) fin de la encuesta

5.- ¿Cuántas veces al mes sale a comer a restaurantes?

- 1) 1 - 2 veces ___
- 2) 3 - 4 veces ___
- 3) 5 - 6 veces ___
- 4) 7 en adelante ___

6.- ¿Qué tipo de comida le atraería a usted en el momento de salir a un restaurante

- 1) Mexicana____
- 2) Comida rápida____
- 3) China____
- 4) Otras:(especifique) _____

7.- ¿Qué características usted considera la más importante al momento de elegir el lugar donde comer?

- 1) Ambiente____
- 2) Atención____
- 3) Precio____
- 4) Ubicación____
- 5) Tiempo de espera____

8.- ¿Recomendaría usted un restaurante en donde no sólo disfrutaría de la comida Mexicana, sino también de un ambiente exclusivo?

- 1) Sí____
- 2) No____

9.- ¿Hasta cuanto Ud. ha pagado por un plato de comida mexicana en la que se ha sentido satisfecho?

- 1) 2 - 4 dólares____
- 2) 5 - 8 dólares____
- 3) 9 - 12 dólares____

10.-¿Que sugerencia podría dar a un restaurante que quiere posicionar la comida Mexicana en el sector norte de la ciudad?

ANEXO No. 2 SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE



**MUY ILUSTRE
MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
DIRECCIÓN FINANCIERA**

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. _____

DÍA	MES	AÑO

SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS NATURALES

PRIMERA VEZ
RENOVACIÓN

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS.

- 1.- PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADA POR LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
- 2.- CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ.
- 3.- CUANDO SE HA EFECTUADO EL PAGO DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL (EN ESTA MUNICIPALIDAD O EN EL LUGAR DE DOMICILIO PRINCIPAL), PREVIO REGISTRO DE LA PATENTE MUNICIPAL CORRESPONDIENTE.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN

(F.2005.07.003)

ANEXO No. 3 REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil
(M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL)

REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE DE PERSONA NATURAL

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”.
- Copia legible de cédula y Certificado de Votación.
- Copia legible del R.U.C.
- Copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos) de cada local abierto en éste Cantón.
- Copia legible de la Declaración del Impuesto a la Renta ó las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado, del Ejercicio Económico inmediato anterior al que va a declarar.
- Copia del Certificado de la calificación artesanal (otorgado por la Junta Nacional) ó del Acuerdo Ministerial, para las personas que realizan actividades artesanales.
- En el caso de realizar actividad turística deberá anexar copia del pago de la Tasa Anual de Turismo, así mismo en el caso de brindar Servicio Postal deberá anexar el Registro ante la Agencia Nacional Postal.

NOTA: Todas las personas están obligadas a presentar documentación original para efectos de verificación, mismos que son devueltos y las copias se mantienen como soporte del trámite

ANEXO No. 4 REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE 2



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil
(M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL)

REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE DE PERSONA NATURAL OBLIGADA A LLE- VAR CONTABILIDAD Y PAGO DEL IMPUES- TOS AL 1.5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES

- Obtener en las ventanilla de recaudación, Tasa de trámite para el pago del 1.5 por Mil Sobre los Activos Totales y formulario (Dos Dólares).
- Copia legible de cédula y Certificado de Votación.
- Copia legible del R.U.C.
- Copia legible de la Declaración del Impuesto a la Renta certificada por el S.R.I. del periodo a declarar, que incluya el Estado de Situación.
- Copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos) de cada local abierto en éste Cantón.
- En el caso de realizar actividad turística deberá anexar copia del pago de la Tasa Anual de Turismo, así mismo en el caso de brindar Servicio Postal deberá anexar el Registro ante la Agencia Nacional Postal.

NOTA: Todas las personas están obligadas a presentar documentación original para efectos de verificación, mismos que son devueltos y las copias se mantienen como sopor-

ANEXO No. 5 SOLICITUD PARA HABILITACION DE LOCALES

SOLICITUD PARA HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS						TASA DE TRAMITE No.										
						DÍA	MES	AÑO								
DATOS DEL SOLICITANTE (PARA EL CASO DE PERSONAS NATURALES)																
APELLIDOS		NOMBRES		C.I.												
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	1ER NOMBRE	2DO NOMBRE	R.U.C.												
DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR						TELÉFONO										
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (PARA EL CASO DE PERSONAS JURIDICAS)																
APELLIDOS		NOMBRES		C.I.												
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	1ER NOMBRE	2DO NOMBRE	R.U.C.												
COELLO	SALTOS	CARLOS	ERNESTO													
DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR						TELÉFONO										
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO																
CÓDIGO CATASTRAL						CÓDIGO DE PATENTE										
SECTOR	MANZ.	LOTE	DIV.	PHV	PHH											
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO						PARROQUIA										
URBANIZACIÓN		AVENIDA Y/O CALLE				TELÉFONO										
CÓDIGO DE LA ACTIVIDAD (Ver al reverso)		ESPECIFICAR LA ACTIVIDAD														
LOCAL				MARQUE CON UNA "X" LA UBICACIÓN. COLOCAR LOS NOMBRES DE LAS CALLES Y EL NÚMERO DE LA MANZANA Y LOTE												
Principal <input type="checkbox"/>		Sucursal <input type="checkbox"/>		No. _____		N +										
SUPERFICIE DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES E INDUSTRIALES				<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> </tr> </table>												
De 1 hasta 50 m2 <input type="checkbox"/>	De 201 hasta 500 m2 <input type="checkbox"/>															
De 51 hasta 100 m2 <input type="checkbox"/>	De 501 hasta 1000 m2 <input type="checkbox"/>															
De 101 hasta 200 m2 <input type="checkbox"/>	De 1001 hasta 2500 m2 <input type="checkbox"/>															
De 2501 m2 en adelante <input type="checkbox"/>																
CÓDIGO USO DEL SUELO				CÓDIGO CUERPO DE BOMBEROS												
DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS PROPORCIONADOS, SE SUJETAN ESTRICTAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.						SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL										
ESPACIO RESERVADO PARA LA DIRECCIÓN DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA																
ZONA	MANZANA	ACERA	RESTRICCIÓN	CONSULTA DE CERTIFICACIÓN DEL USO DE SUELO												
				FACTIBLE <input type="checkbox"/> NO FACTIBLE <input type="checkbox"/>												
OBSERVACIONES																
RECIBIDO POR		REVISADO POR		ZONIFICADO POR		VERIFICADO POR		APROBADO POR								
AUXILIAR DE VENTANILLA		SUPERVISOR DE VENTANILLA		AUXILIAR ADMINISTRATIVO		JEFE SECCIÓN DE HABILITACIÓN DE LOCALES		DIRECTOR DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA								

F.2003.16.027

ANEXO No. 6 PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACION

PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN

1er Paso Obtener el Certificado de Uso de Suelo

¿Qué es el Certificado de Uso de Suelo?

Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local.

¿Cómo se obtiene el Certificado de Uso de Suelo?

1. Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
2. Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)
3. Cumplir con demás requisitos que se indiquen en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 de Agosto y Malecón)

Completada la documentación deberá ingresarla en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 Agosto y Malecón).

Locales ubicados en Centros Comerciales

Deben presentar el Certificado de Uso de Suelo del Centro Comercial, que para la obtención del mismo deben solicitarlo a la Administración del Centro Comercial.

IMPORTANTE

Al recibir el Certificado de Uso de Suelo el Usuario debe verificar que:

- El **código catastral** en el que se otorga la factibilidad corresponda al código catastral del predio en el que funciona el local comercial.
- La **actividad comercial** otorgada como factible corresponda exactamente a la actividad desempeñada en el local, la cual deberá coincidir con la registrada en el RUC y la Tasa por Servicio Contra Incendios.
- La **dirección** en la que se otorga la factibilidad sea la misma que consta como dirección del establecimiento en el RUC de la compañía.

Previo a la obtención de la Tasa de Habilitación es imprescindible leer las **OBSERVACIONES** del Certificado del Uso de Suelo, ya que en estas constan los **requisitos adicionales** para la obtención de la Tasa de Habilitación.

2do Paso De ser Factible el Certificado de Uso de Suelo ingresar en la Ventanilla Municipal #41 (10 de Agosto y Pichincha) la carpeta con la siguiente documentación

Documentación General exigida a TODOS los locales

1. Certificado de Uso de Suelo (Incluidos aquellos locales ubicados en Centros Comerciales)
2. Tasa de trámite de Tasa de Habilitación (valor \$2, comprar en las ventanillas municipales ubicadas en 10 de Agosto y Pichincha)
3. Formulario de Tasa de habilitación (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite de Tasa de Habilitación)
4. Copia de Patente Municipal del año en curso
5. Copia de última actualización del RUC
6. Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
7. Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural)
8. Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso
9. Carta de Concesión o Contratos de Arrendamientos extendidos de manera legal y con copia de cédula del arrendador (adicionalmente los documentos deben ser notariados)
10. Copia del pago de los Impuestos Prediales vigentes (de Enero a Junio el del año anterior, de Julio a Diciembre se recibe el del año en curso)
11. Certificado de Desechos Sólidos (se obtiene en la Dirección de Aseo Cantonal, en el 3er piso del lado de 10 de Agosto)
12. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada

Importante: Todos los Documentos deben ser vigentes, y deben contener siempre la dirección exacta del local y el nombre del solicitante ya sea persona natural o jurídica.

ANEXO No. 7 REQUISITOS PARA TASA DE HABILITACION

 <p>Muy Ilustre Municipalidad Guayaquil Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública Departamento de Tasa de Habilitación</p>		<p><i>Guayaquil,</i> MAS ciudad.</p>
		No. Trámite
<input checked="" type="checkbox"/> Copia R.U.C. <input type="checkbox"/> Copia Cédula de Identidad <input checked="" type="checkbox"/> Copia Certificado Votación (Ultima Votación) <input type="checkbox"/> Copia Nombramiento del Representante (Persona Jurídica) <input checked="" type="checkbox"/> Carta de autorización para la persona que realiza el trámite (Notarizado - Reconocimiento de firmas y copia de cedula de la persona que Autoriza y Autorizado). <input type="checkbox"/> Carta de autorización de la persona que cede el local a un familiar o amigo (Notarizado - Reconocimiento de firmas y copia de cedula de la persona que Autoriza y Autorizado). <input checked="" type="checkbox"/> Copia de la Patente del año a tramitar <input type="checkbox"/> Certificado de Benemérito Cuerpo de Bombero	<input checked="" type="checkbox"/> copia Certificado de Uso de Suelo (todo local) <input type="checkbox"/> Copia Tasa de turismo (vigente) <input type="checkbox"/> Copia Certificado de Trampa de Grasa (vigente) <input checked="" type="checkbox"/> Copia Certificado de Desechos Sólidos (vigente) <input type="checkbox"/> Copia Certificado de Medio Ambiente (vigente) <input checked="" type="checkbox"/> Contrato de arriendo (en caso de locales alquilados) (Notarizado - Reconocimiento de firmas y copia de cedula Arrendador y Arrendatario). <input type="checkbox"/> Copia del Impuesto Predial Urbano del año en curso <input checked="" type="checkbox"/> Tasa de tramite de tasa de habilitación y Formulario (Financiero en C. Ballen y Pichincha, Cualquier	
Observaciones:	Fecha: Ventanilla, Municipalidad de Guayaquil	
<p>RECIBIDO 26 MAY 2010</p>	<p>FIRMA (Sello) Sr. Jaime Alvarado C.</p>	
<p>TODOS LOS DOCUMENTOS ENTREGADOS EN VENTANILLA DEBEN TENER CONSISTENCIA ESPECIALMENTE EN: NOMBRE, DIRECCIÓN Y ACTIVIDAD.</p>		

ANEXO No. 8 REQUISITOS CON EL BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL

<p>10. Copia del Nombramiento del representante Legal de la Compañía</p> <p>11. Toda esta información se la receptará en 2 carpetas con los documentos debidamente organizados</p> <p>12. Dos CD's que contenga la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.</p> <p style="text-align: center;">INGRESO DE URBANIZACIONES</p> <p>1. Solicitud de Registro de Urbanización.</p> <p>2. Copias de cédula del Propietario o Representante Legal y del Responsable Técnico de la Obra.</p> <p>3. Copia del RUC de la Compañía o persona natural.</p> <p>4. Copia del Nombramiento vigente del Representante Legal de la Compañía</p> <p>5. Un juego de planos arquitectónicos debidamente firmados por el propietario y Responsable Técnico</p> <p>En el mencionado plano debe constar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación exacta del predio a urbanizar a escala conveniente. • Plano de distribución de los lotes con ubicación del área comuna vendible, áreas cedidas al Municipio (áreas verdes o recreativas) y sistema vial. • Vías circundantes y ubicación de los hidrantes propios de la urbanización y los más cercanos. • Cuadro de áreas a urbanizar incluyendo además el porcentaje máximo de construcción de las viviendas, del área comunal vendible, número de plantas de viviendas. <p>6. En caso de existir cruce de tendidos de energía eléctrica de alta tensión o accidentes geográficos como ríos, quebradas o taludes que incidan en el diseño del proyecto, deberán constar en el plano.</p> <p>7. Plano de la red de Distribución de Agua Potable con la ubicación exacta de los hidrantes propios de la urbanización (incluido memoria). Dicho proyecto constará con la aprobación de la Empresa correspondiente y estará bajo la responsabilidad de un profesional, ya sea un arquitecto o Ingeniero civil.</p> <p>8. Toda esta información se la receptará en 2 carpetas con los documentos debidamente organizados.</p> <p>9. Dos CD's que contengan la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.</p> <p style="text-align: center;">INGRESO DE CONJUNTOS RESIDENCIALES</p> <p>1. Tasa única por Servicios Administrativos (S4.00).</p> <p>2. Copias de cédulas del Propietario o Representante Legal; y del Responsable Técnico de la Obra.</p> <p>3. Copia del RUC de la Compañía o persona natural.</p> <p>4. Copia del nombramiento vigente del representante de la Compañía</p> <p>5. Un juego de planos arquitectónico en el que conste: Implantación general de la vivienda con el diseño tipo, debidamente firmado por el Propietario o Representante Legal; y por el Profesional Responsable de la Obra</p> <p>6. Un Juego de planos de la Red de Distribución de Agua Potable con ubicación de los hidrantes propios del conjunto residencial y los más cercanos (incluido memoria). Dicho proyecto contará con la aprobación de la Empresa correspondiente y estará bajo la responsabilidad de un profesional, ya sea un arquitecto o Ingeniero civil.</p> <p>7. Dos CD's que contengan la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.</p>	<p style="text-align: center;">ATENCIÓN DE EMERGENCIAS CENTRAL LLAMADAS</p> <p>Para atender los llamados de auxilio que se presentan a diario en nuestra ciudad, contamos con una moderna Central de Alarmas y comunicaciones, en la que se reciben y verifican las llamadas emergentes que se realizan a través del 102 (número de emergencia de Bomberos), para posteriormente coordinar las labores interinstitucionales de salvamento y atención de la emergencia. Los llamados de auxilio receptados por el 102 no solo son para combatir incendios, sino también para atender accidentes de todo tipo: rescate en estructuras colapsadas, vehiculares, ascensores, atención pre-hospitalaria, traslados en nuestras ambulancias y emergencias por materiales peligrosos; por ello se crearon las siguientes divisiones:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p style="text-align: center;">SOLICITUD DE CAPACITACION</p> <p>A EMPRESAS O PERSONAS NATURALES</p> <p>Para formación de equipos brigadas contra Incendios u otras capacitaciones para personas particulares o empresas, podrán adquirir información sobre costos de los mismos según la entidad solicitante y horarios en la Academia de Bomberos al Tel.: 5011161</p> <p>Para solicitar el servicio deben de dirigir un oficio al Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil ubicado en las calles 9 de Octubre 607 y Escobedo.</p> <p style="text-align: center;">FORMACIÓN DE BOMBEROS VOLUNTARIOS</p> <p>El requisito para formar parte del B.C.B.G como Bombero Voluntario es de aprobar el curso de Ingreso dictado por la Academia de Bomberos ubicado en el Km 30.5 Vía Perimetral, Campus Gustavo Galindo Velázco ESPOL (Diagonal a la Facultad de Ingeniería Eléctrica).</p> <p>Los requisitos para el curso son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Copia de Cédula de Identidad o Copia de Cédula Militar (varones) • Dos Certificados de Honorabilidad. • Record Policial • Currículum Vitae y Tres Fotos. • Tipo de Sangre • Donar Sangre en Cta. B.C.B.G. a la Cruz Roja • Tel.: 2-220613 <div style="text-align: center;">  <p>ACADEMIA DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL CNE. GABRIEL GÓMEZ SÁNCHEZ</p> </div>	<div style="text-align: center;">  <h3 style="margin: 0;">Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil</h3> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <div style="border: 2px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <h2 style="margin: 0;">INFORMATIVO</h2> <h3 style="margin: 0;">A LA COMUNIDAD</h3> </div> </div>
---	---	--

SERVICIOS DE LA OFICINA TÉCNICA DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

OTPI se encarga de ejecutar actividades de inspección y asesoramiento técnico sobre normas contra incendios. Nuestros centros de atención son los siguientes: Escobedo y P. Icaza (Esquina), Lunes a Viernes en horarios de 8H30 - 17H00, Edificio Las Cámaras, Av. Fco. de Orellana, Lunes a Viernes de 9H00 - 17H00. Los servicios que ofrece y los respectivos requisitos para cada uno de ellos son los siguientes:

OBTENCIÓN DE LA TASA POR SERVICIOS CONTRA INCENDIOS POR PRIMERA VEZ

1. Si el trámite lo realiza personalmente, deberá traer copia de la cédula de ciudadanía. En caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar autorización por escrito conjuntamente con, fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quién autoriza y del autorizado.
2. Copia completa y actualizada del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. En caso de personas jurídicas deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del Representante Legal.
4. Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras) excepto para la venta de gas (mínimo 10 libras PQS).
5. Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
6. Para venta de Gas, traer autorización de la Dirección de Hidrocarburos vigente.
7. Para venta o reparación de armas, traer autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

RENOVACIÓN

1. Copia de la Tasa por Servicio Contra Incendios del año anterior o del último año pagado.
2. Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. Original y fotocopia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
4. Copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
5. Adjuntar copia de la cédula de ciudadanía si el trámite lo realiza personalmente; o, autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntando fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado.
6. Para venta de Gas, traer autorización de la Dirección de Hidrocarburos vigente.
7. Para venta o reparación de armas, traer autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.
8. Copia Nombramiento

PROCEDIMIENTO. Una vez emitida la orden de pago en uno de nuestros Centros de Atención al Usuario, se podrá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, debiendo posteriormente regresar con el original y copia de la papeleta de depósito que acredita el pago a la ventanilla de información en la cual se le asignará un inspector. Una vez realizada la visita del funcionario deberá acercarse a nuestras ventanillas para que se proceda a la elaboración y emisión de la Tasa por Servicio Contra Incendios correspondiente.

Si algún establecimiento ha recibido recomendaciones de Prevención Contra Incendios, deberá cumplirlas en el plazo señalado en la comunicación enviada, caso contrario, se aplicarán las sanciones correspondientes. Una vez que el establecimiento ha cumplido con las recomendaciones emitidas deberá solicitar la re-inspección del local, a través de una especie valorada, por lo que una vez realizada la verificación, deberá acercarse a retirar la Tasa por Servicio Contra Incendios en las Ventanillas del Centro de Atención al Usuario.

Cuando la Tasa por Servicio Contra Incendios del año en curso ya ha sido emitida y el establecimiento cambia posteriormente de dirección o de actividad deberá solicitar el cambio requerido por medio de una especie valorada que cuesta \$3,00 adjuntando la Tasa por Servicio Contra Incendios emitida y copia del R.U.C. actualizado. Una vez entregado estos requisitos un funcionario procederá con la inspección para la verificación de cumplimiento de las medidas de seguridad según el caso.

OBTENCIÓN DE LA TASA POR SERVICIO CONTRA INCENDIOS, PARA TRANSPORTE DE COMBUSTIBLE - GAS

PRIMERA VEZ

1. Copia de cédula de ciudadanía.
2. En caso de personas jurídicas, deberán adjuntar copia del Nombramiento vigente del Representante Legal.
3. Copia de la matrícula del vehículo.
4. En caso de que el trámite lo realice otra persona distinta al titular, deberá adjuntar autorización por escrito conjuntamente con fotocopia de cédulas de identidad de quien autoriza y del autorizado.
5. Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor.
6. Revisión del vehículo en el cuartel de Bomberos No. 1 "Geo Chambers Vivero" ubicado en la avenida de las Américas diagonal al Coliseo Cerrado en el horario de 09:00h a 13:00h, los días Martes y Jueves.
7. Certificado de Transportación de Gas de la Dirección Hidrocarburos vigente.

RENOVACIÓN

1. Copia de cédula de ciudadanía.
2. En caso de que el trámite lo realice otra persona distinta al titular, deberá adjuntar autorización por escrito conjuntamente con la fotocopia de cédulas de identidad de quien autoriza y del autorizado.
3. Copia de la Tasa por Servicio Contra Incendios del año anterior.
4. Copia de la matrícula del vehículo (en caso de cambio de vehículo).
5. Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor.
6. Revisión del vehículo o en el cuartel de Bomberos No. 1 "Geo Chamber Vivero" ubicado en la avenida de las Américas diagonal al Coliseo Cerrado en el horario de 09:00h a 13:00h los días Martes y Jueves.
7. Certificado de Transportación de Gas de la Dirección de Hidrocarburos vigente.

Una vez entregado estos requisitos y emitida la orden de pago en uno de nuestros Centros de Atención al Usuario, se podrá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, debiendo posteriormente regresar con el original y la copia de la papeleta de depósito que acredita el pago a nuestras ventanillas para la elaboración y emisión de la Tasa por Servicio contra Incendios correspondiente.

SOLICITUD DE INFORME DE INCENDIOS

Trámite que se realiza en el edificio de la Primera Jefatura, ubicado en "9 de Octubre 607 y Escobedo"

1. Comprar en el Departamento de Tesorería la solicitud de especie valorada (3er. piso).
 2. Llenar la solicitud especificando la dirección y el día que ocurrió el siniestro.
 3. Entregar en la Recepción del edificio dicha solicitud con documentación que acredite su representación (1er. piso).
 4. Retirar en la Recepción su copia certificada del informe dentro de las siguientes 48 horas hábiles. El horario de atención al público es de Lunes a Viernes de 8H30 a 17H00
- Nota:* El informe del Cuerpo de Bomberos es un Informe Operacional, la Policía Nacional con su departamento de Incendio y Explosivos, elabora el informe pericial donde se determinan las posibles causas del siniestro. El horario de atención al público es de Lunes a Viernes de 8H30 a 16H30

SERVICIOS DE LA DIRECCIÓN DE INGENIERÍA Y PROYECTOS

La Dirección de Ingeniería y Proyectos supervisa y ejecuta actividades de Asesoramiento Técnico e Inspección de las obras civiles, factibilidades, entre otras, encontrándose ubicada en el edificio de la Primera Jefatura, de 9 de Octubre 607 y Escobedo, 2do. Piso, en horario de atención de 8H30 a 17H00, los respectivos requisitos son los siguientes:

INGRESO DE OBRA

1. Cancelar la Tasa de Servicio Administrativo \$4.00 (Solicitud de registro de edificación).
2. Un juego de Planos Arquitectónicos Implantación General, y Plantas diferentes niveles.

Con firma del propietario o representante legal y del responsable técnico.

3. Un juego de planos Eléctricos y memoria técnica de transformadores, si las edificaciones tienen cuarto de Transformadores.
4. Un juego de Plano Sanitario si la edificación tiene más de cuatro plantas, o Industria.
5. Diseño de defensa contra incendios hidráulico (incluida memoria).
6. Memoria técnica y/o descripción de materiales que almacene, si tiene bodegas.
7. Copia de la cédula de identidad del propietario y/o representante legal.
8. Copia del RUC de la Compañía o persona natural.
9. Copia del nombramiento del representante de la compañía.
10. Dos carpetas plásticas
11. Dos CD's que contengan la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. La Dirección de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.

TRÁMITE DE FACTIBILIDAD PARA EDIFICACIONES DE ALTO RIESGO (GASOLINERA, EST. DE SERVICIO, DEPÓSITO DE COMBUSTIBLE).

1. Tasa de Servicio Administrativo S 4.00 (Solicitud de Factibilidad).
2. Copia de cédula de Identidad Propietario y Responsabilidad Técnica.
3. Copia de la Escritura Catastral o Contrato de Arrendamiento.
4. Levantamiento Topográfico del terreno, escala 1:500
5. Anteproyecto de la Edificación, escala 1:100.
6. Certificado Aprobación de la C.A.T.E.G.
7. Certificado de Factibilidad otorgado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
8. Copia del recibo de pago de Tasa por Factibilidad (\$40.00).
9. Copia del RUC de la Compañía o persona natural.
10. Copia de nombramiento del representante de la compañía
11. Toda esta información se la receptara en una carpeta con los documentos debidamente organizados
12. Un CD que contenga la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.

INGRESO DE UNA OBRA DE ALTO RIESGO (GASOLINERA, EST. DE SERVICIO, DEPÓSITO DE COMBUSTIBLE)

1. Tasa de Servicio Administrativo \$4.00 (Solicitud de Registro de edificación de Alto Riesgo).
2. Certificado de Factibilidad del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, copia
3. Un juego de planos arquitectónicos debidamente firmados por el propietario y Responsable Técnico.
4. Un juego de planos Eléctricos (incluido memoria Técnica).
5. Un juego de Plano Sanitarios (incluido memoria Técnica)
6. Un juego de Plano Mecánico (incluido memoria Técnica)
7. Dos carpetas Plásticas
8. Copia de la cédula de identidad del propietario y/o Representante Legal
9. Copia del RUC de la Compañía o persona natural

ANEXO No. 9 TRIBUTOS MUNICIPALES, IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES ESPECIALES

IMPUESTO A LAS UTILIDADES (PLUSVALÍA)

Hecho generador: grava la utilidad que provenga de la venta de inmuebles urbanos. También por obras de infraestructura.
Sujeto pasivo: los dueños de los predios que vendan obteniendo una utilidad real.

Tarifa: Diez por ciento sobre las utilidades que provengan de la venta de inmuebles urbanos.

Excepción: Regulada por Ordenanza Municipal Local (R.O. 350 28/12/2010), a la primera compraventa realizada a partir del año 2006 pagará una tarifa del 0,5 % en consideración al cambio de valores ficticios a valores reales de los inmuebles que constaban en los catastros municipales hasta el año 2005.

Deducciones:

- Mejoras
- Costos de Adquisición
- 5% de las utilidades líquidas por cada año transcurrido desde la adquisición
- Desvalorización Monetaria

TASAS MUNICIPALES

- Aprobación de planos e inspección de construcciones
- Rastro
- Agua Potable
- Recolección de basura y aseo público
- Control de alimentos
- Habilitación y control de establecimientos comerciales e industriales
- Servicios administrativos
- Alcantarillado y canalización; e,
- Otros servicios de cualquier naturaleza

CONTRIBUCION ESPECIAL DE MEJORAS

- Apertura, pavimentación, ensanche y construcción de vías de toda clase;
- Repavimentación Urbana;
- Aceras y cercas;
- Obras de alcantarillado;
- Construcción y ampliación de obras y sistemas de agua potable;
- Desecación de pantanos y relleno de quebradas;
- Plazas, parques y jardines; y,
- Otras obras que se determinen mediante ordenanzas.

DIRECCIÓN FINANCIERA

M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL

*Tributos municipales
IMPUESTOS,
TASAS
y contribuciones
especiales*

Jaime Nebot
Alcalde

IMPUESTO PREDIAL URBANO

Características: Impuesto patrimonial, directo, anual

Hecho generador: la propiedad de bienes inmuebles ubicados en zonas urbanas o de expansión urbana

Sujetos pasivos: Los titulares de dominio de predios urbanos

Tarifa: un porcentaje entre un mínimo de cero punto veinticinco por mil y un máximo del cinco por mil fijado mediante ordenanza por el concejo municipal

Deducciones Tributarias:

• Los propietarios cuyos predios soporten deudas hipotecarias que graven al predio con motivo de su adquisición, construcción o mejora.

• La rebaja por deudas hipotecarias será del 20% al 40% del saldo del valor del capital de la deuda, sin que pueda exceder del cincuenta por ciento del valor comercial del respectivo predio;

• Sólo se considerará el saldo de capital, de acuerdo con los certificados de las instituciones del sistema financiero, del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o conforme al cuadro de coeficientes de aplicación que elaborarán las municipalidades.

Exenciones:

a) Los predios unifamiliares urbano-marginales con avalúos de hasta veinticinco remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general; Art.509 – Bienio 2010-2011: 25 x \$ 218,00 = \$5.450,00

b) Los predios de propiedad del Estado y demás entidades del sector público;

c) Los predios que pertenecen a las instituciones de beneficencia o asistencia social de carácter particular, siempre que sean personas jurídicas y los edificios y sus rentas estén destinados, exclusivamente a estas funciones. Si no hubiere destino total, la exención será proporcional a la parte afectada a dicha finalidad;

d) Las propiedades que pertenecen a naciones extranjeras o a organismos internacionales de función pública, siempre que estén destinados a dichas funciones; y,

e) Los predios que hayan sido declarados de utilidad pública por el concejo municipal o metropolitano y que tengan juicios de expropiación, desde el momento de la citación al demandado hasta que la sentencia se encuentre ejecutoriada, inscrita en el registro de la propiedad y catastrada. En caso de tratarse de expropiación parcial, se tributará por lo no expropiado.

Exenciones Temporales:

1.- Cinco años posteriores al de su terminación o al de la adjudicación, en su caso:

a) Los bienes que amparados por patrimonio familiar, siempre que no rebasen un avalúo de cuarenta y ocho mil dólares;

b) Las casas que se construyan con préstamos que para tal objeto otorga el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda, las asociaciones mutualistas y cooperativas de vivienda y solo hasta el límite de crédito que se haya concedido para tal objeto; en las casas de varios pisos se considerarán terminados aquellos en uso, aun cuando los demás estén sin terminar; y,

c) Los edificios que se construyan para viviendas populares y para hoteles.

2.- Dos años siguientes al de su construcción, las casas destinadas a vivienda no contempladas en los literales a), b) y c) de este artículo, así como los edificios con fines industriales.

Valoración de la Propiedad.- Los predios urbanos serán valorados mediante la aplicación de los siguientes elementos:

• Valor del suelo

• Valor de las edificaciones

• Valor de reposición previstos en esta Ley

Ordenanza: El Concejo para la valoración de la propiedad aprobará el plano del valor de la tierra, los factores de aumento o reducción del valor del terreno por los aspectos geométricos, topográficos, accesibilidad a determinados servicios, como agua potable, alcantarillado y otros servicios, así como los factores para la valoración de las edificaciones

IMPUESTO DE PATENTES

• **Patente:** permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica

• **Hecho generador:** la realización de actividades económicas de cualquier índole dentro de la jurisdicción cantonal

• **Sujeto Pasivo:** Personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho que ejerzan actividades comerciales, industriales o de servicio

• **Tarifa:** un rango de mínimo US\$10 y máximo US\$15.000

• Los concejos deben establecer la tarifa del impuesto anual en función del capital con el que operen los sujetos pasivos.

• Se deben aprobar mediante ordenanza los mecanismos de determinación del impuesto.

• **Exoneración:** los artesanos calificados por la Junta de Defensa del Artesano

IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL

Hecho generador: ejercicio habitual de actividades económicas; grava los **activos totales** de las empresas formales y de las personas obligadas a llevar contabilidad

Sujeto pasivo: personas jurídicas, personas naturales obligadas a llevar contabilidad

Tarifa: Única del 1.5 por mil (Total de Activos menos Total del Pasivo Corriente)

Exenciones: Están exentos de este impuesto únicamente:

a) El gobierno central, consejos provinciales y regionales, las

municipalidades, los distritos metropolitanos, las juntas parroquiales, las entidades de derecho público y las entidades de derecho privado con finalidad social o pública, cuando sus bienes o ingresos se destinen exclusivamente a los mencionados fines y solamente en la parte que se invierta directamente en ellos;

b) Las instituciones o asociaciones de carácter privado, de beneficencia o educación, las corporaciones y fundaciones sin fines de lucro constituidas legalmente, cuando sus bienes o ingresos se destinen exclusivamente a los mencionados fines en la parte que se invierta directamente en ellos;

c) Las empresas multinacionales y las de economía mixta, en la parte que corresponda a los aportes del sector público de los respectivos Estados. En el caso de las empresas de economía mixta, el porcentaje accionario determinará las partes del activo total sujeto al tributo;

d) Las personas naturales que se hallen amparadas exclusivamente en la Ley de Fomento Artesanal y cuenten con el acuerdo interministerial de que trata el artículo décimo tercero de la Ley de Fomento Artesanal;

e) Las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad agropecuaria, exclusivamente respecto a los activos totales relacionados directamente con la actividad agropecuaria; y,

f) Las cooperativas de ahorro y crédito.

Para el impuesto sobre el activo total no se reconocen las exoneraciones previstas en leyes especiales, aún cuando sean consideradas de fomento a diversas actividades productivas.

Plazo para el pago.- El impuesto del 1.5 por mil corresponderá al activo total del año calendario anterior y el período financiero correrá del 1 de enero al 31 de diciembre. Este impuesto se pagará hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta.

IMPUESTO DE ALCABALAS

Hecho generador: Todo traspaso de dominio de bienes inmuebles o buques, a título oneroso, la constitución o traspaso, usufructo, uso y habitación, relativos a dichos bienes; las donaciones a no legitimarios; y traspaso de propiedades fiduciarias a beneficiarios (f. mercantil)

Sujetos pasivos: VENDEDOR Y COMPRADOR contratantes que reciban beneficio en el respectivo contrato, así como los favorecidos en los actos que se realicen en su exclusivo beneficio. Salvo determinación especial en el respectivo contrato, se presumirá que el beneficio es mutuo y proporcional a la respectiva cuantía. Cuando una entidad que esté exonerada del pago del impuesto haya otorgado o sea parte del contrato, la obligación tributaria se causará únicamente en proporción al beneficio que corresponda a la parte o partes que no gozan de esa exención.

Tarifa: Sobre la base imponible, el valor de la propiedad, se aplica el uno por ciento (1%)

Exenciones: Estado, municipalidades, organismos derecho público, expropiaciones

Adicional: 0,01% para consejos provinciales, 5% ECAPAG y 0,3% Junta de Beneficencia de Guayaquil.



Dirección: C.C. Garzocentro local 402
Telf.: 5105573

ANEXO No. 11 MENU

MENU

Corona Extra

**HAPPY HOUR:
MARTES A
VIERNES
16H00 A 19H00**

¡Vuelva pronto!

**Las DELICIAS
del CHARRO**
Comida mexicana

“El sabor de los mero mero mexicanos”

ENTRADAS

Salsa de Guacamole.....	\$4.00
Nachos	
Con queso.....	\$4.50
Con carne.....	\$6.00
Con pollo.....	\$6.00

ANTOJITOS

Enchiladas.....	\$6.00
Burritos.....	\$4.00
Fajitas.....	\$8.00
Chilaquiles	
Con pollo.....	\$5.50
Con carne.....	\$4.50
Tacos	
Con pollo.....	\$3.50
Con carne.....	\$3.00
Mixtos.....	\$4.00



ESPECIALIDADES DEL CHARRO

Huevos rancheros al rojo.....	\$4.00
Chalupas de Chilangolandia	
Con pollo.....	\$9.00
Con carne.....	\$8.00
Las tortas del Chavo	
Con jamon.....	\$3.00
Con frejol.....	\$3.00
Con aguacate.....	\$3.50
Con huevo.....	\$2.50
Flautas de pollo con mole.....	\$5.00

POSTRES

Flan de café.....	\$2.00
Regañadas (3 unid.).....	\$3.50
Buñuelos de molde (5 unid.).....	\$4.00

BEBIDAS

Aguas Frescas (16oz)	
De jamaica.....	\$1.25
De limón.....	\$1.25
De tamarindo.....	\$1.25
De horchata.....	\$1.25
Botella de Agua.....	\$0.75

BEBIDAS ALCOHOLICAS

Corona.....	\$3.00
Michelada.....	\$3.50
Maragarita.....	\$5.00
Mezcal.....	\$4.00
Tequila	
Shot.....	\$5.00
Botella.....	\$40.00





Las DELICIAS del CHARRO
Comida mexicana

DE MARTES A DOMINGO DE 12H00 A 23H00

DISFRUTA DE LAS MEJORES DELICIAS MEXICANAS

HAPPY HOUR
MARTES A VIERNES
18H00 A 19H00

“EL SABOR DE LOS MERO MERO MEXICANOS”