



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

Tesis de Grado previo a la obtención del título de:

ADMINISTRADORA GASTRONÓMICA

Tema:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO EN FORMA DE AVIÓN UBICADO EN EL SECTOR DE TABABELA, PROVINCIA DE PICHINCHA”.

Autor:

Diana Marcela Herembás Pozo

Director de Tesis:

Ing. Fausto González

Quito – Ecuador

Febrero 2013

AUTORÍA

Del contenido de la presente investigación se responsabiliza al autor.

Diana Marcela Herembás Pozo

0802195271

AUTOR

CERTIFICACIÓN

Certifico que la Tesis “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO EN FORMA DE AVION, UBICADO EN EL SECTOR DE TABABELA, PROVINCIA DE PICHINCHA”, ha sido desarrollada por la Sra. Marcela Herembás, bajo mi control y supervisión.

Ing. Fausto González

DIRECTOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme la vida y permitirme estar hoy aquí.

Agradezco a mis padres por ser mi apoyo incondicional, mi voz de aliento cuando quise decaer y por ser los gestores de mi triunfo en cada una de las etapas de mi vida.

Mi esposo y a mi hijo Leito, por saber comprender y estar a mi lado durante todo este largo trayecto que hoy está a un paso de culminar, por cada noche de desvelo y por el amor incondicional que me brindan.

Agradezco a mi Director de Tesis, Ing. Fausto Gonzales, quien ha sido el mentor y la guía para el desarrollo de este proyecto, y además no solo se ha limitado a esto, también ha sido quien me ha animado y aconsejado en este periodo como un buen docente y amigo.

Agradezco a mi hermano por ser mi amigo y saber aconsejarme, agradezco a la Sra. Margarita Carvajal por brindarme una mano cuando lo necesite y a cada una de esas personas que tal vez no las nombre pero saben que han sido mis compañeros y amigos durante todos estos hermosos cuatro años.

Marcela Herembás

DEDICATORIA

El presente trabajo, se lo dedico a los seres más especiales para mí, mis padres, ya que gracias a su esfuerzo, su arduo trabajo, su apoyo constante, y su amor único e irremplazable, han hecho posible, que uno de mis más grandes sueños se cumpla, y heme hoy aquí demostrándoles el fruto de todo aquello que en mí sembraron, los amo de verdad, no me queda más que decirles que mil gracias por todo.

Marcela Herembás

INDICE

INTRODUCCIÓN.....I

CAPÍTULO I

1.- Características Histórico, Geográficas, Ambientales y Turísticas De Quito y

Tababela.....	1
1.1.- Características de la zona.....	1
1.1.1.- Historia Quito.....	2
1.1.2.- Geografía.....	3
1.1.3.- Clima.....	3
1.1.4.- Atracciones Turísticas.....	4
1.2.- Tababela.....	5
1.2.1.- Datos Históricos.....	5
1.2.2.- Unidades Productivas.....	5
1.2.3.- Comidas Típicas.....	6
1.2.4.- Lugares a Visitar.....	7
1.2.5.- Tababela y su beneficio turístico.....	8
1.3.- Restaurantes Temáticos.....	9
1.3.1.- Reseña Histórica.....	9
1.3.2.- Características del Proyecto.....	10
1.4.- Las Parrilladas.....	11
1.4.1.- Origen del asado y parrilladas.....	12
1.4.2.- Técnicas de preparar una parrillada.....	13

CAPÍTULO II

2.-Estudio de Mercado.....	16
2.1.- Mercado.....	16
2.2.- Análisis actual de mercado.....	16
2.3 Importancia del Estudio de mercado.....	18
2.4.- Segmentación de Mercado.....	19
2.4.1.-Criterio de la segmentación.....	19
2.4.2.-Segmentación geográfica.....	19
2.4.3.-Segmentación demográfica.....	19
2.4.4.-Segmentacion psicológica.....	20
2.4.5.-Segmentación beneficios buscados.....	20
2.5.- Universo y tamaño de la muestra.....	21
2.6.- Concepto de demanda.....	23
2.7.- Análisis demanda.....	23
2.7.1.- Demanda Histórica.....	23
2.7.2.-Demanda actual.....	25
2.7.3.- Análisis estadístico de las encuestas realizadas.....	28
2.7.4.- Demanda Futura.....	40
2.8.- Análisis Oferta.....	40
2.9.- Balance Oferta Demanda y Participación en el Mercado.....	41

CAPÍTULO III

3.- Plan de Marketing.....	42
3.1.- Definición.....	42
3.2.- Diagnostico situacional interno.....	42
3.2.1.- Misión.....	42

3.2.2.- Visión.....	42
3.2.3.- Políticas.....	43
3.2.4.- Valores corporativos.....	44
3.3.- Listado FODA.....	45
3.3.1.-Fortalezas.....	46
3.3.2.- Oportunidades.....	46
3.3.3.- Debilidades.....	47
3.3.4.- Amenazas.....	47
3.4.- Estrategias de posición del establecimiento en el mercado.....	47
3.4.1.- Estrategia de producto.....	47
3.4.2.- Estrategia de promoción.....	50
3.4.3.- Estrategia de precio.....	52
3.4.4.- Estrategia de plaza.....	52
3.5.- Plan de medios.....	53

CAPITULO IV

4.- Estudio Técnico.....	54
4.1.- Características, tamaño y localización del proyecto.....	54
4.1.1.- Características.....	54
4.1.2.- Horario de atención.....	54
4.1.3.- Determinación del tamaño de las areas del restaurante.....	54
4.1.4.- Macro localización.....	55
4.1.5.- Micro localización.....	55
4.1.6.- Enfoque cualitativo.....	56
4.1.7.- Enfoque cuantitativo.....	57
4.2.- Descripción técnica física del proyecto.....	57

4.2.1.- Detalles del interior del restaurante.....	57
4.2.2.- Detalles del exterior del restaurante.....	58
4.2.3.- Detalle de las áreas del restaurante.....	59
4.2.4.- Equipamiento de las áreas del restaurante.....	62
4.2.5.- Área de producción y bodega.....	65
4.2.6.- Distribución de las áreas del restaurante.....	69
4.3.- Descripción de procesos.....	70
4.3.1.- Proceso de adquisición de materia prima.....	70
4.3.1.1.- Análisis de proveedor.....	71
4.3.2.- Proceso de producción.....	71
4.3.3.- Proceso de servicio.....	72
4.4.- Propuesta gastronómica.....	76
4.4.1.- La carta.....	76

CAPÍTULO V

5.- Estudio administrativo.....	86
5.1.- Estructura organizacional.....	86
5.2.- Funciones del personal operativo.....	87
5.2.1.- Administrador.....	87
5.2.2.- Contador.....	88
5.2.3.- Cajero.....	88
5.2.4.- Bar Tender.....	89
5.2.5.- Jefe de cocina.....	90
5.2.6.- Ayudante de cocina.....	90
5.2.7.- Mesero.....	91
5.2.8.- Guardia de seguridad.....	91

5.3.- Marco legal.....	92
5.3.1.- Registro único de contribuyentes (ruc).....	92
5.3.2.- Patente municipal.....	93
5.3.3.- Permiso de la intendencia de policía.....	94
5.3.4.- Permiso del cuerpo de bomberos.....	94
5.3.5.- Certificado de derechos patrimoniales de autores de las obras.....	95
5.3.6.- Resultado de búsqueda fonética.....	95
5.3.7.- Informe de regulación metropolitana.....	95
5.3.8.-Registro definitivo y licencia única anual de funcionamiento (luaf).....	96
5.3.9.- Permiso de uso de suelo.....	96
5.3.10.- Permisos sanitarios de funcionamiento.....	97
5.3.11.- Registro del medio ambiente.....	97
5.3.12.- Certificado de registro provisional de la corporación metropolitana de turismo.....	97
5.3.13.- Tasa de turismo.....	98
5.3.14.- Permiso para la instalación de publicidad exterior.....	98

CAPITULO VI

6.- Estudio Financiero.....	100
6.1.- Objetivos.....	100
6.1.1.- Objetivo General.....	100
6.1.2.- Objetivos Específicos.....	100
6.2.- Presupuesto de inversión.....	100
6.2.1.- Activos fijos.....	101
6.2.1.1.- Infraestructura.....	102
6.2.1.2.- Equipo de Oficina.....	102
6.2.1.3.- Maquinaria y Equipos.....	103

6.2.1.4.- Muebles de Oficina.....	104
6.2.1.5.- Equipos de Computo.....	104
6.2.1.6.- Utensilios de Cocina.....	105
6.2.1.7- Menaje, Cubertería, Cristalería.....	106
6.2.1.8- Utensilios de Servicio	107
6.2.1.9.- Otros Equipos.....	107
6.2.1.10.- Uniforme del Personal y Mantelería.....	108
6.2.1.11.- Otros.....	108
6.2.2.- Gastos de Constitución.....	109
6.2.3.- Sueldos.....	109
6.2.4.- Gastos Generales.....	112
6.2.5.- Publicidad.....	112
6.2.6.- Suministros de oficina.....	113
6.2.7.- Suministros de Limpieza.....	114
6.3.- Accionistas.....	114
6.4.-Depreciacion.....	115
6.5.- Datos Iniciales de Ingresos.....	115
6.5.1.- Presupuesto de Ingresos.....	117
6.5.2.- Presupuesto de Ingresos de Materia Prima.....	118
6.6.- Presupuesto de Egresos.....	119
6.7.- Estado de Resultado Proyectado	120
6.8.- Estado de Flujo de Efectivo Proyectado.....	121
6.9.- Punto de Equilibrio.....	122
6.10.- Indicadores Financieros.....	123

CAPÍTULO VII

7.- Impacto ambiental.....	125
7.1.- Importancia.....	125
7.2.- Plan de manejo ambiental.....	126
7.2.1.- Programa de prevención y reducción de contaminación ambiental.....	126
7.2.2.- Gestión de compras y almacenamiento.....	131
7.2.3.- Plan de seguridad industrial y salud ocupacional.....	132
7.2.3.1.- Plan de seguridad industrial.....	132
7.2.3.2.- Salud ocupacional.....	135
7.2.4.- Plan de contingencias y emergencias ambientales.....	136

CAPÍTULO VIII

8.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	139
8.1.- Conclusiones.....	139
8.2.- Recomendaciones.....	140
BIBLIOGRAFÍA.....	141

INDICE DE GRÁFICOS

Nº GRÁFICO	CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N° 1	Calificación ponderada de la ciudad de Quito	17
Gráfico N°2	Actividades	17
Gráfico N°3	Mejoramiento de establecimientos gastronómicos	18
Gráfico N° 4	Crecimiento del Producto Interno Bruto en %	24
Gráfico N° 5	Género	28
Gráfico N° 6	Grupos de Edad	29
Gráfico N° 7	Lugar de Trabajo	30
Gráfico N° 8	Pregunta 1	31
Gráfico N° 9	Pregunta 2	32
Gráfico N° 10	Pregunta 3	33
Gráfico N° 11	Pregunta 4	34
Gráfico N° 12	Pregunta 5	35
Gráfico N° 13	Pregunta 6	36
Gráfico N° 14	Pregunta 7	37
Gráfico N° 15	Pregunta 8	38
Gráfico N° 16	Pregunta 9	39
Gráfico N° 17	Listado FODA	45
Gráfico N° 18	Distribución del Local	69
Gráfico N° 19	Proceso Adquisición Materia Prima	70
Gráfico N° 20	Producción	71
Gráfico N° 21	Servicio	72
Gráfico N° 22	Menú 1	76
Gráfico N° 23	Menú 2	77
Gráfico N° 24	Estructura Organizacional	86

INDICE DE CUADROS

Nº CUADRO	CONTENIDO	PÁGINA
Cuadro Nº 1	Mercado laboral (%)	24
Cuadro Nº 2	Género	28
Cuadro Nº 3	Grupos de Edad	29
Cuadro Nº 4	Lugar De Trabajo	30
Cuadro Nº 5	Pregunta 1	31
Cuadro Nº 6	Pregunta 2	32
Cuadro Nº 7	Pregunta 3	33
Cuadro Nº 8	Pregunta 4	34
Cuadro Nº 9	Pregunta 5	35
Cuadro Nº 10	Pregunta 6	36
Cuadro Nº 11	Pregunta 7	37
Cuadro Nº 12	Pregunta 8	38
Cuadro Nº 13	Pregunta 9	39
Cuadro Nº 14	Análisis Oferta Establecimientos	40
Cuadro Nº 15	Balance Oferta Demanda y Participación en el Mercado	41
Cuadro Nº 16	Plan de Medios	53
Cuadro Nº 17	Extensión de Áreas del Restaurante en metros cuadrados	55
Cuadro Nº 18	Suministro de Oficina	63
Cuadro Nº 19	Equipos y Muebles de Oficina	63
Cuadro Nº 20	Muebles de Oficina	63
Cuadro Nº 21	Equipos de Cómputo	64
Cuadro Nº 22	Otros Equipos	64
Cuadro Nº 23	Menaje	64
Cuadro Nº 24	Utensilios de Servicio	65

Cuadro N° 25	Uniforme del Personal y Mantelería	65
Cuadro N° 26	Maquinaria y Equipo de Cocina	66
Cuadro N° 27	Utensilios de Cocina	67
Cuadro N° 28	Otros	67
Cuadro N° 29	Suministros de Limpieza	68
Cuadro N° 30	Inversión Total	101
Cuadro N° 31	Activos Fijos	101
Cuadro N° 32	Infraestructura	102
Cuadro N° 33	Equipos de Oficina	102
Cuadro N° 34	Maquinaria y Equipos	103
Cuadro N° 35	Muebles de Oficina	104
Cuadro N° 36	Equipos de Cómputo	104
Cuadro N° 37	Utensilios de Cocina	105
Cuadro N° 38	Menaje, Cubertería y Cristalería	106
Cuadro N° 39	Utensilios de Servicio	107
Cuadro N° 40	Otros Equipos	107
Cuadro N° 41	Uniforme del Personal y Mantelería	108
Cuadro N° 42	Otros	108
Cuadro N° 43	Gastos de Constitución	109
Cuadro N° 44	Mano de Obra Directa	109
Cuadro N° 45	Mano de Obra Indirecta	110
Cuadro N° 46	Rol de Pagos	111
Cuadro N° 47	Gastos Generales	112
Cuadro N° 48	Presupuesto MKT Anual	112
Cuadro N° 49	Suministros de Oficina	113

Cuadro N° 50	Suministros de Limpieza	114
Cuadro N° 51	Accionistas	114
Cuadro N° 52	Depreciación	115
Cuadro N° 53	Datos Iniciales de Clientes	115
Cuadro N° 54	Presupuestos de Ingresos	117
Cuadro N° 55	Presupuestos de Ingresos de M.P.	118
Cuadro N° 56	Presupuestos de Egresos	119
Cuadro N° 57	Estado de Resultados Proyectado	120
Cuadro N° 58	Estado de Flujo de Efectivo Proyectado.	121
Cuadro N° 59	Punto de Equilibrio	122
Cuadro N° 60	Indicadores Financieros	123

INTRODUCCIÓN

En la última década, Ecuador ha sido testigo de diversos cambios tanto internos como externos, uno de estos grandes cambios es la instauración del nuevo aeropuerto de la ciudad de Quito, en el sector de Tababela, y al trasladar el gran índice de comercio que genera el mercado aeroportuario hacia este sector, que no posee mayor desarrollo debido a que se encuentra en una zona rural. Se ha presentado diversas oportunidades, y fundamentándose en diversos estudios de mercado en la zona, elaboración de encuestas orientadas a las necesidades de los viajeros y el crecimiento que tendrá el sector, se ha propuesto la Creación de un Restaurante Temático con forma de Avión en el sector de Tababela , provincia de Pichincha . Este proyecto demando un análisis previo de diversas áreas que involucran la propuesta, entre ellas se encuentran la personalidad de los potenciales clientes, sus gustos, necesidades, su preferencia culinaria; así como la investigación de este tipo de restaurantes a nivel mundial y local, los cuales requieren de una elevada inversión.

TEMA

Proyecto de factibilidad para la creación de un Restaurante Temático en forma de Avión ubicado en el Sector de Tababela, Provincia de Pichincha.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector de Tababela hoy por hoy se ha convertido en un lugar de gran importancia debido a la instauración del nuevo Aeropuerto, que brindará sus servicios en un futuro no muy lejano a la Ciudad de Quito. Frente a esto se ha planteado la idea de la conformación de un Restaurante en forma de Avión, y se pretende analizar la aceptación y rentabilidad que tendrá el establecimiento innovador.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La importancia del tema radica en implantar la creación e innovación de un restaurante temático en forma de avión dentro de la oferta gastronómica que plantea la ciudad y a la vez el país.

La selección del tema se debe fundamentar a la implantación de una nueva temática, que sería pionera dentro de su tipo y que conjugue dos grandes gustos: la pasión por la aviación y el gusto por la gastronomía expuesta dentro de los estándares más altos y que esto permita guardar armonía con la temática, siendo uno de los objetivos ambiciosos radicar cerca del nuevo terminal aéreo. Cabe recalcar que la afinidad con la carrera se ve definida dentro de la oferta gastronómica a ofrecerse.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante temático en forma de avión, dentro del mercado del sector de Tababela.

Objetivos Específicos

- Investigar los antecedentes que van a existir en el restaurante temático.
- Analizar la posible competencia, los gustos y preferencias de los clientes frente a la oferta y demanda gastronómica a desarrollarse.
- Crear un plan de marketing para el establecimiento.
- Determinar y plantear el estudio técnico que acentuará la factibilidad del proyecto.
- Elaborar un estudio financiero en el cual ayudará a conocer costos, gastos y ganancias de este nuevo negocio.

- Investigar el estudio de impacto ambiental en la zona que será localizado el restaurante.

IDEA A DEFENDER

La creación de un restaurante temático de aviación en la ciudad de Quito es rentable para un servicio único y confortable.

CAPÍTULO I

1.-CARACTERÍSTICAS HISTÓRICO, GEOGRÁFICAS, AMBIENTALES Y TURÍSTICAS DE QUITO Y TABABELA.

1.1.- CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA

“San Francisco de Quito, o simplemente Quito, es la ciudad capital de la República del Ecuador y también de la provincia de Pichincha. Además, es la cabecera del área metropolitana que la forma, conocida como Distrito Metropolitano de Quito.

Está ubicada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la parte occidental de los Andes. Convirtiéndola en la segunda capital administrativa más alta del mundo (después de La Paz) y la capital oficial más elevada del planeta. Su población era de 1, 397,698 habitantes en el área urbana y de 1.842.201 en todo el Distrito (de acuerdo al censo del año 2001). Según estima el municipio, para el año 2010, la urbe tendrá 1, 640,478 habitantes (2, 215,820 en todo el Distrito Metropolitano). La ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios.

La fecha de su primera fundación es incierta; los registros más antiguos se hallan en la hacienda del Inga, sin embargo, se utiliza la conquista española de la ciudad, el 6 de diciembre de 1534, como su nacimiento

La ciudad es el centro político de la República, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros -al ser el hogar de la mayoría de bancos de la Nación-, administrativos y comerciales del país la mayoría de empresas transnacionales que trabajan en Ecuador tienen su matriz en la urbe-. Fue la primera ciudad declarada, junto a Cracovia en Polonia, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, el 18 de septiembre de 1978. En 2008, Quito fue

nombrada sede de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR)”¹.(www.quito.gob.ec)

1.1.1.- HISTORIA QUITO

“La historia de Quito se remonta a los primeros habitantes que poblaron las regiones orientales del Distrito alrededor del año 1030 A.C., en el sector del Inga. Si bien existen restos arqueológicos que demuestran que la ciudad estuvo poblada durante siglos, se desconoce el momento exacto de su fundación.

Más adelante con la llegada de los Incas, Quito se convertiría en una ciudad importante de la zona norte del Tahuantinsuyo y la tras la destrucción de Tomebamba se transformó en la segunda capital de imperio Inca. El 6 de diciembre de 1534 la ciudad sería conquistada por los españoles y es, a partir de esa fecha, que se considera su fundación. Durante la colonia sería el centro político del actual Ecuador, la segunda ciudad en ser fundada en territorio ecuatoriano y desde aquella época la capital y principal urbe de la nación.”² (Mora, 2001)

¹ *www.quito.gob.ec*. (s.f.). Recuperado el 13 de 06 de 2012, de *www.quito.gob.ec*:
<http://www.quito.gob.ec/la-cuidad/caracteristicas>

² Mora, E. A. (2001). Resumen de Historia del Ecuador. En E. Ayala Mora, *Resumen de Historia del Ecuador* (pág. 289). Quito: Abya Yala.

1.1.2.- GEOGRAFÍA



La ciudad y el distrito se encuentran ubicados principalmente sobre el valle de Quito, que forma parte de la Hoya de Guayllabamba, la cual está emplazada en las faldas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la Cordillera Occidental de los Andes septentrionales de Ecuador, a una altitud promedio de 2850 msnm. La urbe está delimitada por el volcán Casitagua por el norte, por el este, las faldas orientales del Pichincha por el oeste y por el Volcán Atacazo por el sur. Sus dimensiones aproximadas son de 50 km de longitud en dirección sur-norte y 4 km de ancho de este a oeste.

1.1.3.-CLIMA (www.wikipedia.com)

El clima de la ciudad de Quito corresponde al clima templado de montaña, con un período de lluvias prolongado y una estación seca de cuatro meses, la temperatura anual promedio es de 1,2 °C.

A pesar de sus 2850 msnm, Quito cuenta con un clima primaveral la mayor parte del año, por estar ubicada cerca de la mitad del mundo. Aunque generalmente el clima es agradablemente moderado, lo que contribuye a la vida cultural de la ciudad y a la instalación de pintorescos cafés al aire libre.

1.1.4.- ATRACCIONES TURÍSTICAS (www.in-quito.com)

Entre de los atractivos turísticos de la ciudad, está:

- **La Loma de El Panecillo**, en la que se encuentra la estatua de la Virgen de Quito, inaugurada el 28 de marzo de 1976.
- **Teleférico**, permite acceder a Cruz Loma (a 4 200 msnm), una pendiente al este del Pichincha, poseedor de un ecosistema de páramo andino, en el se encuentra el parque de diversiones de Quito, Vulcano Park, y también para poder observar toda la Ciudad de Quito, tanto norte como sur.
- **San Antonio** del cantón Quito, se encuentra el monumento de la línea ecuatorial, en medio de una verdadera zona comercial conocida como la Ciudad Mitad del Mundo y administrada por el Consejo Provincial de Pichincha.
- **Guayllabamba**, se encuentra el Zoológico de Quito, que alberga pumas, jaguares, osos, monos, leones, venados, cóndores, guacamayos, caimanes y canguros, entre otros.
- **Los valles de Los Chillos y Tumbaco**, tienen también atractivos, tanto para los habitantes de Quito como para los visitantes. En los mencionados valles, se puede encontrar un clima cálido muy bondadoso para la salud, además de platos de comida típica como hornado, yaguar loco, fritada, etc.

La ciudad de Quito cuenta con más de 450 establecimientos gastronómicos (entre restaurantes, bares y cafeterías), los que ofrecen una gran diversidad de estilos culinarios. Desde los establecimientos reconocidos por su comida típica ecuatoriana hasta los sabores de las altas cocinas francesa, italiana o argentina. Para los turistas que llegan a la ciudad, existe una gran herramienta que los puede ayudar a encontrar el lugar ideal donde ir a comer, tomar un trago o un café; ahí podrán encontrar establecimientos gastronómicos por tipo de comida, precio promedio, ubicación y/o ambiente.

1.2.- TABABELA (Administración Zonal Tumbaco)

Población: 2.300 habitantes.

Fecha de Fundación: 29 de Abril de 1952.

La parroquia de Tababela nace como parte de los llanos o llanuras de Yaruquí. La Misión Geodésica Francesa, en 1736 recorre dichas llanuras y en sus varios recorridos se impresionaron con la topografía del terreno y afirmaron que este territorio se asemejaba a una “Tabla bella”, palabras pronunciadas en francés, que, al traducirse al castellano, quedaron como “Tababela”, se ha conservado este nombre más o menos desde 1740.

1.2.1.- DATOS HISTÓRICOS

Desde la Colonia, Tababela en calidad de anexo, estuvo circunscrita administrativamente a Yaruquí, por tanto, no se puede brindar una apreciación particular de su historia. En este período constituyó doctrina de Yaruquí, en razón de que su población indígena recibía adoctrinamiento.

1.2.2.- UNIDADES PRODUCTIVAS

Es importante destacar el desarrollo de actividades agrícolas, industriales y de servicios. La zona se ha convertido en los últimos años en un importante polo de desarrollo industrial, estableciéndose una serie de importantes empresas, en las sub-ramas: textiles, metalmecánica, cementos y arcillas, madera y muebles y alimentos preparados.

1.2.3.- COMIDAS TÍPICAS(www.wikipedia.com, 2009)

Los platos que hoy en día llamamos típicos como el yahuarlocro, las chugchucaras o la fritada no son realmente típicas (refiriéndonos a platos típicamente indígenas), ya que nacieron de la fusión de dos culturas.

Los historiadores distinguen dos etapas en el arte culinario quiteño.

La primera es la época preincaica, en donde la población consumía productos como el maíz, papas, camote, llamas y alpacas.

La segunda etapa es la Colonial, en donde se introdujeron alimentos como el cerdo, el ganado vacuno, la cebolla y el ajo, así como el arroz.

Fue entonces que se empezaron a crear nuevas delicias culinarias que se arraigaron en la cultura popular que perduran hasta el día de hoy. Muchas recetas tienen un origen marcado, pero hay otras que no, cierto es que la fritada es quiteña, pero se la elabora a lo largo y ancho de toda la serranía ecuatoriana, así que se podría decir que es un plato más serrano que quiteño. Entrando realmente al tema gastronómico las empanadas de morocho no serían las mismas sin la introducción del arroz en la gastronomía nacional, además el delicioso Ají de Cuy que se puede considerar autóctono, ya que el animal que sirve de base para la elaboración es netamente andino, y la trucha, que es un pez de agua dulce de gran sabor y en su mayoría es servido con papas fritas arroz y un encurtido de cebolla con tomate.

Fritada: (Rumiñahui), La deliciosa fritada es preparada por personas que tienen bastante tradición y diversas recetas para su preparación y gusto de todos los que la degustan.

Chicha: (Cayambe), Es un fermento a base de maíz y hierbas aromáticas, esta bebida consta en las crónicas de la época de la conquista española, además como bebida parte del ritual.

1.2.4.- LUGARES A VISITAR(Administración Zonal Tumbaco)

-La Iglesia Antigua y su parque central.

-La Iglesia Nueva, propiedad de un sacerdote Alemán.

-El puente Peatonal.- una obra moderna de donde se puede apreciar la vía que conduce al nuevo Aeropuerto.

-Las Pirámides de Caraburo y Santa Rosa.- sitios señalados por la Misión Geodésica Francesa en 1736.

-Infraestructura Hotelera:

- Complejo Turístico “El Vergel”
- Rancho San Carlos.- posee un hermoso local para eventos sociales, cuenta con piscina y tobogán.
- Hostería “El Colibrí”
- Sendero Eco turístico “El Higarón”.- aquí puede disfrutar de sitios para acampar, tarabita, pesca deportiva.
- Hacienda San Luis.- esta hacienda es considerada un museo en donde se pueden encontrar objetos ancestrales como: planchas a carbón, arados, zamarros, reverberos, teléfonos, etc.

1.2.5.- TABABELA Y SU BENEFICIO TURÍSTICO

Nuevo aeropuerto para Quito



“El nuevo Aeropuerto beneficiarán a todos los comerciantes y turistas el próximo año con esta adecuada construcción, ya que la ciudad de Quito y Tababela, es considerada como una puerta de enlace para el resto del Ecuador, e incluso para el comercio de América Latina, esto favorecería más la economía local, así como la infraestructura existente de la ciudad está bien adaptada para aprovechar las ventajas del nuevo aeropuerto que se va a entregar”³. (www.wikipedia.com)

El nuevo centro supondrá un “importante desarrollo de la aviación” para el destino y para América Latina en su conjunto, de acuerdo con la Oficina de Turismo de Quito. Estará ubicado en las zonas de Tababela y Puembo, a unos 25 km al este del centro de la ciudad, algo muy apropiados para que las aerolíneas distribuyan el tráfico de forma más eficiente que en el aeropuerto existente, que tiene una altura y una pista muy corta.

En 2011, la Capital Ecuatoriana contará con un aeropuerto acondicionado con todas las facilidades para igualar o superar los niveles de los más sofisticados de la región. El crecimiento de la ciudad y la complejización del tráfico vehicular han

³ *www.wikipedia.com*. (s.f.). Obtenido de *www.wikipedia.com*:
[http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Mariscal_Sucre\(Nuevo\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Mariscal_Sucre(Nuevo))

hecho que el actual aeropuerto, ubicado en pleno norte, resulte inapropiado, por lo tanto, el nuevo aeropuerto, que empezó a construirse en 2006, se mudará hacia las afueras, a la zona de Tababela, al este de Quito.

El nuevo aeropuerto promete ser más grande, más seguro y un motor de desarrollo del Distrito Metropolitano. Para los viajeros esto significará, sobre todo, mejores conexiones de vuelo. Desde el inicio de sus actividades estará habilitado para manejar la circulación de 4 millones de pasajeros al año, y tendrá una segunda plataforma que expandirá aún más esta capacidad. Esto lo ubicará a la altura de los de Miami, Houston, San Francisco, Sao Paulo y Santiago, con el nivel B según los estatus que establece la Asociación Internacional de Transporte Aéreo.

Desde el punto de vista de los usuarios, el panorama es más que alentador: los aviones podrán despegar con cargas de combustible mayores, lo que en muchos vuelos internacionales reducirá las paradas para hacer recargas y eso implicará, obviamente, una reducción en el tiempo de los vuelos y en el costo de los pasajes, además de que también mejorará la seguridad.

1.3.- RESTAURANTES TEMÁTICOS

Este tipo de restaurantes vienen de una tendencia antigua pero que aún se mantiene viva. En general estos establecimientos son grandes donde se trata de combinar perfectamente desde la fachada, decoración interior, música, productos e incluso uniformes del personal para que juntos proyecten un mensaje en particular.

1.3.1.- RESEÑA HISTÓRICA (Snavey, 2002)

Un punto de partida en la historia de los restaurantes temáticos fue en los años 30's en Los Ángeles California, dónde se creó la cadena de restaurantes llamados Fantasía Pacific Sea's los cuales recreaban un paraíso tropical. En su

interior tenía chozas cubiertas con paja, plantas tropicales, luces de neón con forma de enormes flores y cascadas. Otro elemento importante en el cual se hizo gran énfasis fue en la fachada para que el establecimiento fuera fácilmente reconocible.

Por lo tanto, los restaurantes tema o también ahora llamados entertainment son una combinación entre estantes de souvenirs, museos, y lugares para comer. Entre otros, este segmento ha crecido rápidamente dentro de la industria restaurantera, la mayoría pueden ser reconocidos dentro de diferentes categorías.

De esta manera, en este tipo de establecimientos, se sirve un menú limitado, el cuál debe encajar con la atmósfera. Es por esto, que incluye un elemento importante que es "la ambientación; en la que los objetos utilizados y su disposición, la iluminación y la decoración, citan algún estilo social fácilmente reconocible mediante el cual se invita Al comensal a sumergirse en ese ambiente.

Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina colombiana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros.

Hoy en día las franquicias de restaurantes más reconocidos dentro de este segmento son: Planet Hollywood, Harley Davidson Café, Hard Rock Café y Rain Forest Café, Sport Planet, Chipote Chillon, Friday's, etc.

1.3.2.- CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO

Este tipo de restaurantes se han especializado en ofrecer un tipo de comida relacionado con una cultura o país determinado mexicana, americana o árabe,

pero también encontramos casos en los que la característica temática viene dada por un tema, como por ejemplo el deporte, la música o el cine.

Así, en cualquiera de los casos, la ambientación del local es fundamental para recrear el ambiente que se desea que la clientela perciba mientras permanecen en el local, por lo que la decoración es sumamente importante.

Si bien es cierto que los elementos decorativos suponen una gran parte de la inversión inicial, hay que asimilar que se trata de un valor añadido al establecimiento, la base del concepto de negocio y el verdadero reclamo para la clientela, que relaciona mentalmente el ambiente con la gastronomía, apreciándolo mucho más.

Además, es indiscutible que la oferta gastronómica especializada y la decoración sean fundamentales para crear imagen de marca, una imagen que será más potente cuanto más impacte en la mente del cliente. Como en el resto de sectores, un factor que colabora con el éxito del negocio.

El público suele acudir en mayor medida a las grandes superficies los fines de semana, al igual que reservan estos días de la semana para disfrutar, por norma general, de los restaurantes temáticos.

1.4.- LAS PARRILLADAS(www.wikipedia.com)

La parrillada (también llamada asado o barbacoa), es un método para cocinar carnes de diferentes animales, (principalmente de bovino, mediante el calor radiante o gases calientes de un fuego. Difundido en casi todo el planeta Tierra desde el descubrimiento del fuego, esto es, aún antes de que surgiera la especie humana, a tal punto que Claude Lévi-Strauss dedicó un libro al respecto llamado *Lo crudo y lo cocido* en el cual considera a la cocción de las carnes como un paso importante para definir a la cultura humana; entre otras cuestiones, sabido es desde –al menos– Pasteur que la antiquísima cocción sirve para eliminar gran

parte de los gérmenes patógenos (en especial parásitos) que puedan estar en las carnes, por otra parte la cocción, ya sea en asado o en hervido facilita la masticabilidad de los alimentos. Además, los términos (parrillada, asado, carne asada, barbacoa) citados son el nombre mismo de la comida, y también se le nombra así a la reunión donde se consume.

La parrillada es normalmente cocinada en un ambiente caliente, cubierto y calentado por la llama de la incineración de madera, carbón, gas natural o propano. La parrillada en los restaurantes puede ser cocinada en una parrilla de metal diseñada especialmente para ese propósito.

En algunos sitios se le llama "parrillada" al acto de cocinar achuras (vísceras) de vaca en una parrilla sin el agregado de carnes.

El conocido asado, permite probar las diferentes partes de la vaca. Esta comida generalmente comienza con un chorizo y una morcilla, antes de que llegue la carne principal. También puede ser acompañado con riñones, mollejas, hígado y chinchulines, que componen las vísceras del ganado vacuno. También a veces se incluye carne de pollo y esporádicamente lechona.

1.4.1.- ORIGEN DEL ASADO Y PARRILLADAS

El primer registro de ingreso de carne vacuna al territorio argentino data de 1.556 cuando Juan de Salazar y Espinosa trajeron desde Brasil a Asunción, que integraba el Virreinato del Río de la Plata, un toro y siete vacas. Hacia el siglo XVIII había ya en nuestro territorio unas 40.000.000 de cabezas de ganado debido a que el gaucho no comía su carne y los animales vagaban libres por la geografía nacional.

El asado es una técnica de cocción en donde los alimentos son expuestos al calor de fuego o brasas con el objetivo de cocinarlos lentamente. Con frecuencia se prefiere como fuente de calor a las brasas de una hoguera de madera. El calor se

transmite gradualmente al alimento, que generalmente está suspendido sobre ó cerca de las brasas ardientes. Las brasas se obtienen a partir de carbón vegetal o de la quema directa de madera. Las maderas más usadas para asado son las maderas duras, tales como las de roble, mezquite, quebracho o coronilla, que arden a temperaturas altas y por un tiempo prolongado.

En Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela se entiende por asado no sólo al método de cocción, sino también a la parrillada, el acto social de comer carnes (blancas y rojas) o choripanes. En varios de estos países las parrilladas o asados no solamente incluyen carnes, sino también achuras y embutidos.

1.4.2.- TÉCNICAS DE PREPARAR UNA PARRILLADA

Leña

La opción y la combinación de maderas quemadas pueden resultar en diversos sabores impartidos a la carne mediante varios tipos de leña a diversas temperaturas. El calor también varía por la cantidad de madera y de controlar el índice de la incineración con una atención cuidadosa.



Carbón

Este método generalmente comienza al comprar una bolsa comercial de carbón de leña procesado en ladrillos. Un arrancador de carbón tipo chimenea es un método tradicional (pero generalmente de bajo uso) para conseguir un calor constante de sus brasas. Alternativamente, pueden ser encendidos directamente en una pirámide dentro del carbón después de impregnarla con un líquido más ligero (o usando ladrillos de carbón pre-tratados). Una vez que todos los carbones estén incinerados (generalmente 15-25 minutos), se separan alrededor del perímetro de la parrilla, y la carne se coloca en el centro de la misma para el cocinado indirecto. Para un sabor adicional y un aspecto atractivo, los cortes de carne más gruesos pueden ser opcionalmente asados directamente sobre el calor directo. Para obtener un sabor ahumado son añadidas virutas de madera empapadas con agua (por ejemplo de madera de mezquite, nuez dura, o árboles frutales). La temperatura del la parrilla es controlada por la cantidad y la distribución del carbón dentro del contenedor y con un cuidadoso manejo del mismo.



Una alternativa de usar carbón de leña se utiliza en los campamentos de niños exploradores. Los cuartos de pollo (las piernas y los muslos) se colocan en un horno holandés (un pote grande de hierro), y se vierten encima del pollo una botella de 2 L de bebida cola y una botella grande de salsa de tomate (32-40 onzas o cerca de 1 kg). La tapa se coloca en el horno holandés, y los carbones calientes se apilan alrededor de la base, a los lados, y encima de la tapa. La salsa de jugo de tomate-cola se carameliza sobre la carne, y cerca de una hora más tarde, cada uno goza de esta especie de barbacoa.

Gas natural y propano

Los asadores de gas son fáciles de encender. El calor es fácil de controlar (vía las válvulas de gas tipo perilla que controlan las hornillas), así que el resultado es muy fiable. Dan lugar a un muy constante y sabroso asado, aunque algunos puristas del carbón de leña argumentan que carece de los sabores disponibles al cocinar solamente con carbón de leña. Los defensores de las parrillas de gas demandan que el cocinar con gas les deja "probar la carne, no el calor" porque se dice que las parrillas de carbón pueden depositar rastros de alquitrán del carbón en los alimentos. Muchas parrillas se equipan con termómetros, simplificando la experiencia de cocinado.

Las parrillas de gas son considerablemente más costosas debido a su complejidad, y más alto nivel de calor producido. También se consideran mucho más limpias pues no dan lugar a las cenizas, las cuales deben ser desechadas, y también en términos de contaminación atmosférica. El mantenimiento apropiado puede ayudar a reducir aún más la contaminación.

CAPÍTULO II

2.- ESTUDIO DE MERCADO

2.1.- MERCADO

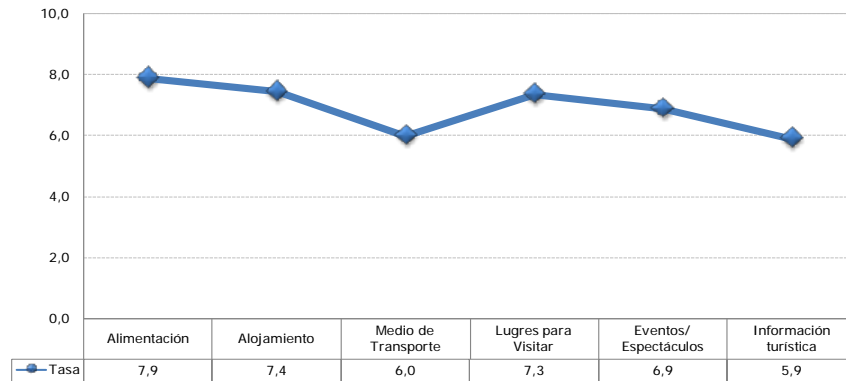
“Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores”.⁴
(Yábar, 1996)

2.2.- ANÁLISIS ACTUAL DEL MERCADO

La captación con respecto a la alimentación denota una gran acogida a nivel nacional e internacional en la ciudad de Quito, denotando que la alimentación tiene mayor puntuación.

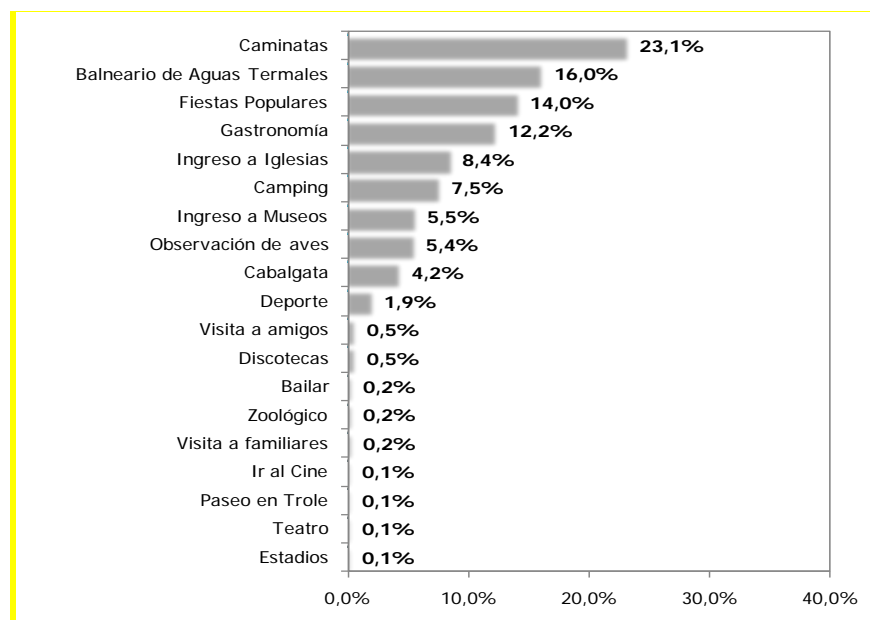
Gráfico Nº 1.- Calificación ponderada sobre 10 acerca de la ciudad de Quito, con respecto a la Alimentación, Alojamiento, Medios de transporte, Lugares para visitar, Eventos/Espectáculos e Información turística.

⁴ Yábar, G. S. (1996). *El Marketing en las Pequeñas Empresas*. Colección PYME 6.



Fuente: TENDENCIA, Q.T.(Julio del 2010). Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Recuperado el 10 de Noviembre del 2011, de Estudio de Mercado en Turismo Nacional: http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=191&Itemid=147.

GRAFICO Nº 2.- Actividades que realizan las personas que residen o visitan Quito en el tiempo libre.



Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2011.

Grafico N° 3.- Cosas que deberían mejorar los establecimientos gastronómicos según turistas y residentes de la ciudad de Quito.



Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2011.

Una vez obtenidos diferentes datos acerca de las preferencias de los visitantes y residentes de la ciudad de Quito, el análisis del mercado debe plantearse en que la alimentación tiene una gran aceptación, y cubrir las falencias que han sido expresadas en las gráficas expuestas.

2.3.- IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es lo más importante dentro de este tipo de proyectos, porque ayuda a conocer el segmento de mercados al que queremos atacar con los servicios propuestos, permite reconocer sus características y requerimientos, como son, la edad, el sector, el menú, la frecuencia de consumo del producto a ofrecer, la temática a instaurarse dentro del establecimiento, la concurrencia y

aceptación pretendida, y si los servicios a ofrecer están acorde a las necesidades del consumidor.

2.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO(Stanton, 1999)

Es dividir el mercado en varios subgrupos que responden con actitudes similares a ciertos productos o estrategias de marketing.

2.4.1.-CRITERIO DE LA SEGMENTACIÓN

Existen varios indicadores para segmentar el mercado, pero el uso adecuado de cada uno de ellos y la forma correcta de agruparlos es lo que dará el segmento de mercado meta perfecta y rentable para la organización.

2.4.2.-SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Se refiere a la delimitación que se hace del mercado con referencia a la ubicación de los clientes.

2.4.3.-SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Delimita el fraccionamiento del mercado por los indicadores tales como sexo, edad, religión, cultura, profesión, nacionalidad, ingresos, nivel económico que tenga el cliente.

2.4.4.-SEGMENTACIÓN PSICOLÓGICA

Divide al mercado por el estilo de vida y la personalidad de los clientes.

2.4.5.-SEGMENTACIÓN BENEFICIOS BUSCADOS

Se fracciona al mercado por los estándares que busca el cliente en los productos y servicio así como también su frecuencia de uso y consumo.

PERFIL DEMOGRÁFICO:

EDAD: 25 - 50 años

UBICACIÓN: Quito

SEXO: Masculino y Femenino

NACIONALIDAD: todas

PERFIL SOCIOECONÓMICO

CLASE SOCIAL: Media, Media alta, Alta

INGRESOS: 450 en adelante

OCUPACION: Ocupaciones en general

CICLO DE VIDA: soltero, casado, divorciado sin hijos, joven divorciado con hijos, joven adulto soltero, adulto casado, adulto divorciado con hijos.

PERFIL POR PERSONALIDAD

Personas que frecuentan establecimientos de alimentos.

ESTILOS DE VIDA Y VALORES

- Satisfechos
- Experimentadores
- Realizadores
- Esforzados

PERFIL GENERAL

El restaurante temático está ubicado en la ciudad de Quito en el norte, personas entre las edades de 25 a 50 años, de sexo masculino y femenino que cuente con un salario desde \$ 450 en adelante. Sin importar la ocupación, debe tener valores y un buen estilo de vida.

2.5.- UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

El universo de estudio que se ha seleccionado comprende dos aspectos, el primero es el número de personas, tanto nacionales y turistas, que ingresan vía aérea a la ciudad de Quito que son 853186 y el segundo es de 6550 personas que trabajan en el aeropuerto. Este dato fue obtenido de le QUIPORT que es la

Administradora del aeropuerto y de la estadística que maneja el Ministerio de Turismo e información proporcionada por el instituto Nacional de Estadísticas y Censos mediante su Unidad de Procesamiento de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE).

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

Trabajadores del aeropuerto de Quito edad de 25 – 50 años: **5764 trabajadores.**

Turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Quito con edades comprendidas entre 25-50 años: **509147**

El Universo se obtiene de la suma de las dos cantidades anteriores, con lo cual, se determina que N es igual a **514911**

Z= nivel de confiabilidad 95% = 1,96

P= probabilidad de ocurrencia 0,5

Q= probabilidad de no ocurrencia 0,5

e= error de muestreo 0,05

$$n = \frac{514911 * 0,5 * 0,5 * (1,96)^2}{(514911 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{494520,5244}{1288,2354}$$

$n = 380$ Encuestas

2.6.- CONCEPTO DE DEMANDA

Según el portal de internet riie.com, “la demanda no es más que la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio, la cantidad y tiempo determinado”.

2.7.- ANÁLISIS DEMANDA

2.7.1.- DEMANDA HISTÓRICA

Debido a la instauración del proyecto de factibilidad dentro de una zona que no ha sido explotada comercialmente, se define que no existe una competencia directa, por la cual se deba tomar ciertas precauciones, además al ser el pionero en la creación de un restaurante temático dentro del sector goza de ciertos beneficios como la captación rápida de clientela constante, tanto del sector, como de los alrededores, y a su vez de Quito céntrico como atracción de novedad.

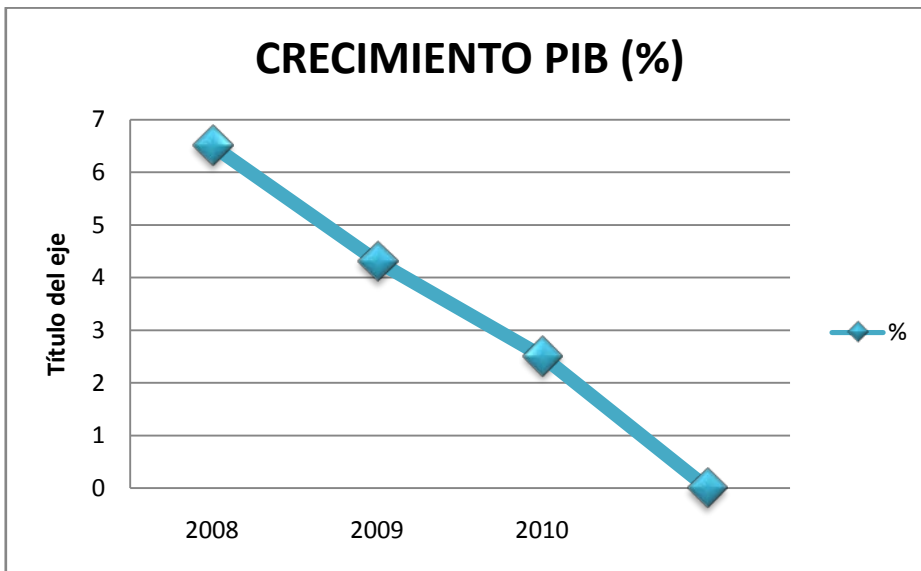
Los factores que pueden resultar desfavorables para la implementación del establecimiento y su productividad, han sido analizados dentro de la prospección histórica y se detallan a continuación.

Cuadro N° 1.- Mercado laboral (%)

	Subempleo	Desempleo
Diciembre 2008	48.8	7.3
Septiembre 2009	51.6	9.1
Diciembre 2010	52 a 54	9 a 10

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico N° 4.- Crecimiento del Producto Interno Bruto en %



Elaborado por: Marcela Herembás

Fuente: Guía de Administración UTPL

2.7.2.-DEMANDA ACTUAL

“Se define como el requerimiento que realiza la población afectada sobre el conjunto de bienes o servicios a ofrecer”.⁵ (www.guiametodologica.dbe.uchile.cl)

CUESTIONARIO

La siguiente encuesta tiene como objetivo el analizar los gustos y preferencias relacionados a la apertura de un nuevo establecimiento gastronómico.

LUGAR DE TRABAJO:

EDAD:

GÉNERO: **F** **M**

1.- ESTÁ CONFORME CON LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DEL SECTOR DE TABABELA?

SI

NO

⁵ www.guiametodologica.dbe.uchile.cl. (s.f.). Recuperado el 15 de 06 de 2012, de www.guiametodologica.dbe.uchile.cl:
http://uchile.dbe.cl/guiametodologica/metodologia_preparacion_evaluacion/

2.- QUÉ OPINA SOBRE EL MENÚ Y EL SERVICIO QUE OFRECEN ESTOS ESTABLECIMIENTOS?

BUENA

MALA

REGULAR

3.- CON QUÉ FRECUENCIA A LA SEMANA CONSUME CARNE?

1 VEZ

2 O MÁS

NINGUNA

4.- GUSTARÍA USTED DE UN RESTAURANTE DE CARNES TEMÁTICO DE AVIACIÓN EN EL SECTOR?

SI

NO

5.-QUÉ TIPO DE AMBIENTE SERÍA EL ADECUADO PARA EL ESTABLECIMIENTO?

FORMAL

SEMIFORMAL

INFORMAL

6.- CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR PARA ESTE TIPO DE SERVICIO?

5 a 10 dólares

11 a 16 dólares

17 a 22 dólares

7.- QUÉ SERVICIOS EXTRAS LE GUSTARÍA QUE EL ESTABLECIMIENTO TUVIERA?

SERVICIO A DOMICILIO

SERVICIO WIFI

SERVICIO DE CAFETERÍA

SERVICIO DE ALMUERZOS

8.- CUANTAS VECES USTED ASISTIRIA A LA SEMANA?

0-1 VECES

1-2 VECES

2 O MÁS

9.- CON QUÉ PERSONAS LE GUTARÍA ASISTIR AL RESTAURANTE?

FAMILIA

AMIGOS

PAREJA

2.7.3.- ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

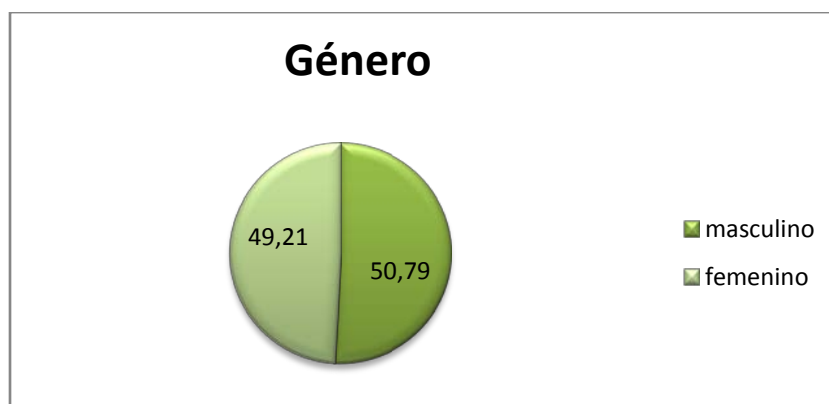
1.- Género

Cuadro Nº 2

Género		
Variable	Respuestas	Porcentajes
Masculino	193	50,79
Femenino	187	49,21
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico Nº 5



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

Lo que se puede apreciar con referencia a los datos obtenidos, es que existe una igualdad de personas de género masculino y femenino, que transita por el sector escogido para la construcción del establecimiento, ya que este lugar se ha convertido en centro de interés múltiple por la dimensión de la obra y permite

denotar la participación de ambos géneros dentro de la población económicamente activa.

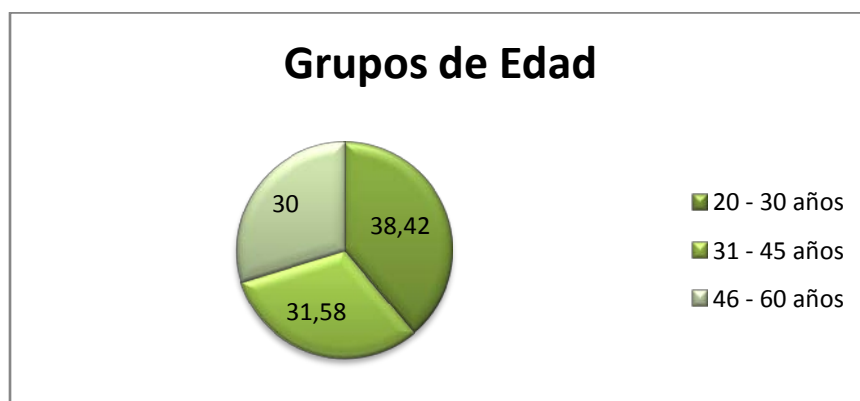
2.- Grupos de Edad

Cuadro Nº 3

Grupos de Edad		
Variable	Respuestas	Porcentajes
20 - 30	146	38,42
31 - 45	120	31,58
46 - 60	114	30
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico Nº 6



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

De los 380 encuestados podemos definir que el rango de 20 a 45 años prepondera ya que sumados nos dan un total de 70%, siendo esto beneficioso ya que se

encuentra dentro de la población económicamente activa (PEA), y esto los convierte en posibles consumidores.

3.- Lugar de Trabajo

Cuadro Nº 4

Lugar de trabajo		
Variable	Respuestas	Porcentajes
Aeropuerto	253	66,59
Otros	127	33,42
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico Nº 7



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

De los 380 encuestados podemos notar que actualmente, el 33,42% labora en empresas situadas en el sector, y en su mayoría son de producción agrícola

mientras que el 66,59% son trabajadores que laboran en la construcción del nuevo aeropuerto, al comentar la idea al grupo de trabajadores de empresas del sector se dio una gran aceptación lo que da mayores cimientos para que el proyecto tenga mayor factibilidad para su creación.

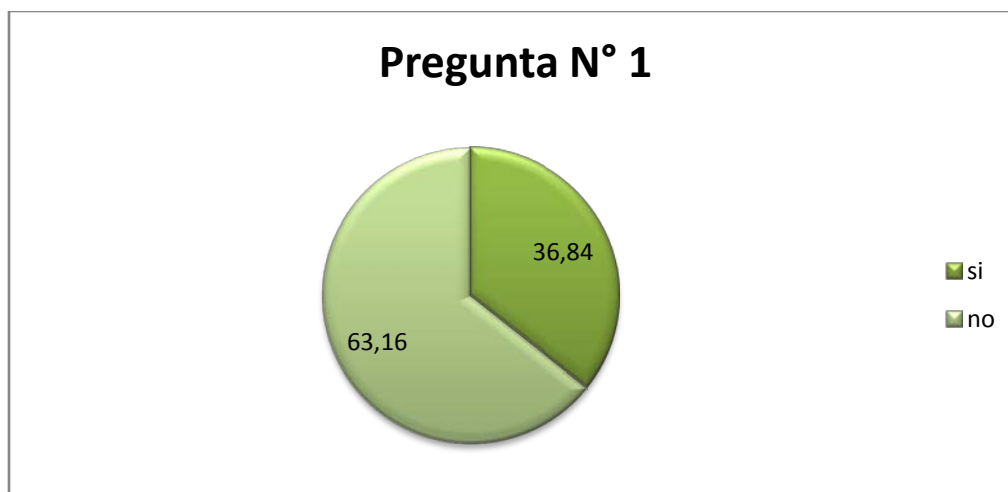
4.- Pregunta N° 1

Cuadro N° 5

Variable	Respuestas	Porcentajes
Si	140	36,84
No	240	63,16
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 8



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

Al consultar la conformidad con los establecimientos gastronómicos del sector se pudo denotar claramente la inconformidad planteada en el 63,16% , ya que en su

mayoría son de comida típica y tienen una administración bastante empírica lo que no beneficia su expansión ni desarrollo.

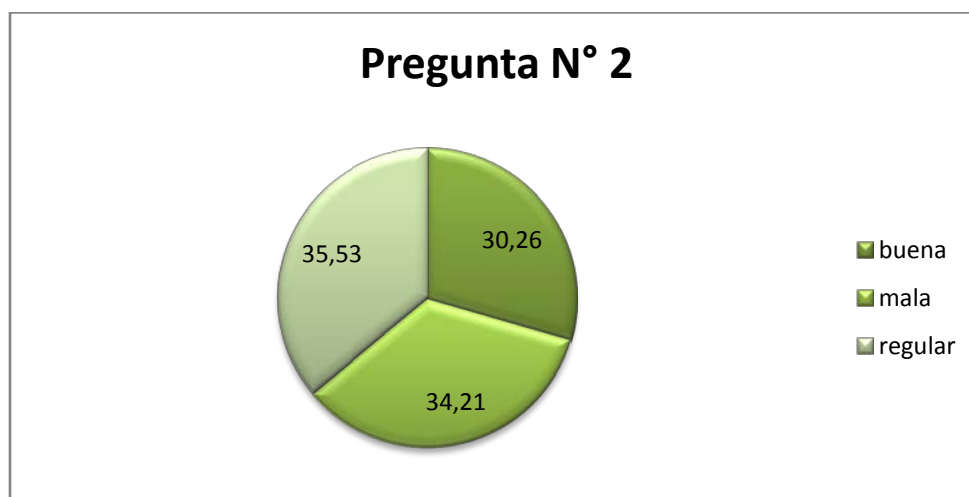
5.- Pregunta N° 2

Cuadro N° 6

Variable	Respuestas	Porcentajes
Buena	115	30,26
Mala	130	34,21
regular	135	35,53
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 9



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

De los 380 encuestados, apenas el 30,26%, considera al menú y los servicios de los establecimientos del sector buenos, mientras que el resto los ubica como regulares y malos, esto se debe a la monotonía presentada en los menús ya que

la comida típica es el menú general en casi todos los establecimientos, y a su vez los servicios adicionales que prestan son escasos y no satisfacen las necesidades de los consumidores.

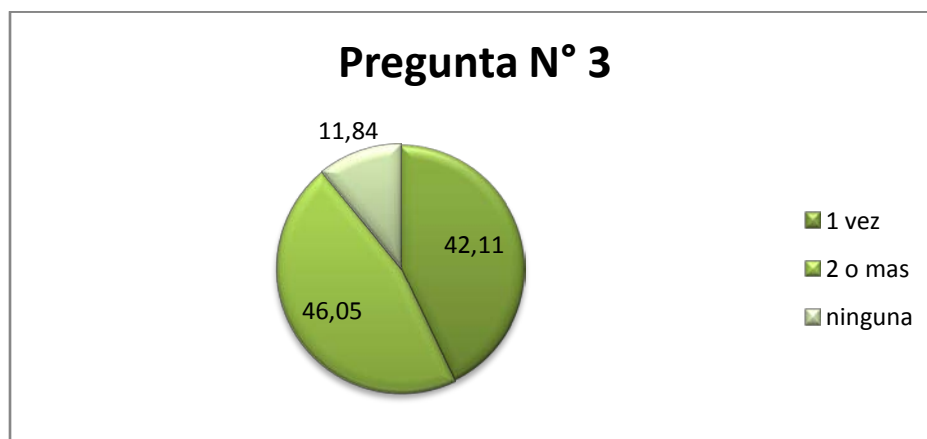
6.- Pregunta N° 3

Cuadro N° 7

Variable	Respuestas	Porcentajes
1 vez	160	42,11
2 o mas	175	46,05
ninguna	45	11,84
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 10



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

Un gran aliciente es la aceptación que tiene la carne como producto de consumo masivo, ya que es la materia prima elegida para la producción del establecimiento, así podemos observar que la carne es consumida por las personas, por lo menos

una vez por semana en un promedio del 42.11%, y que la cifra mayoritaria se va al consumo de carne de dos a mas veces por semana reflejando la cifra del 46.05%.

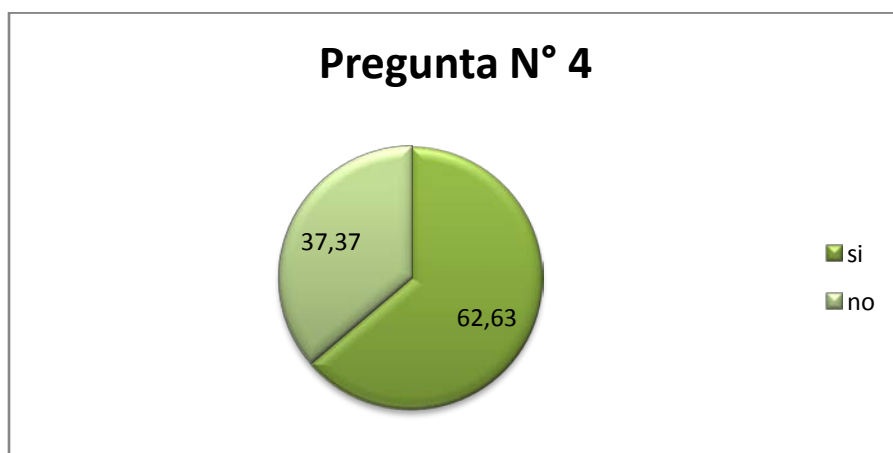
7.- pregunta N° 4

Cuadro N° 8

Variable	Respuestas	Porcentajes
Si	238	62,63
No	142	37,37
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 11



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

Al tener al sí con el 62,63%, podemos definir que se cuenta con gran aceptación para el desarrollo del proyecto.

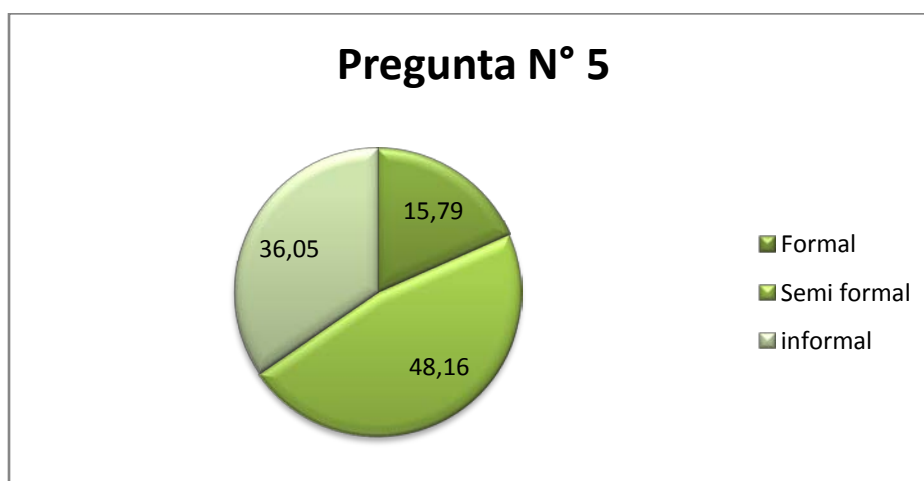
8.- Pregunta N° 5

Cuadro N° 9

Variable	Respuestas	Porcentajes
Formal	60	15,79
Semi formal	183	48,16
informal	137	36,05
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 12



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

De los 380 encuestados el 48,16%, ha indicado que su preferencia por el ambiente del establecimiento sería de carácter semiformal, ya que esto contribuiría para que el público se sienta mucho más a gusto al momento de asistir, ya que no se siente presionado por guardar ciertos lineamientos de apariencia, pero tampoco sentirá un completo desapego con el lugar donde ha concurrido.

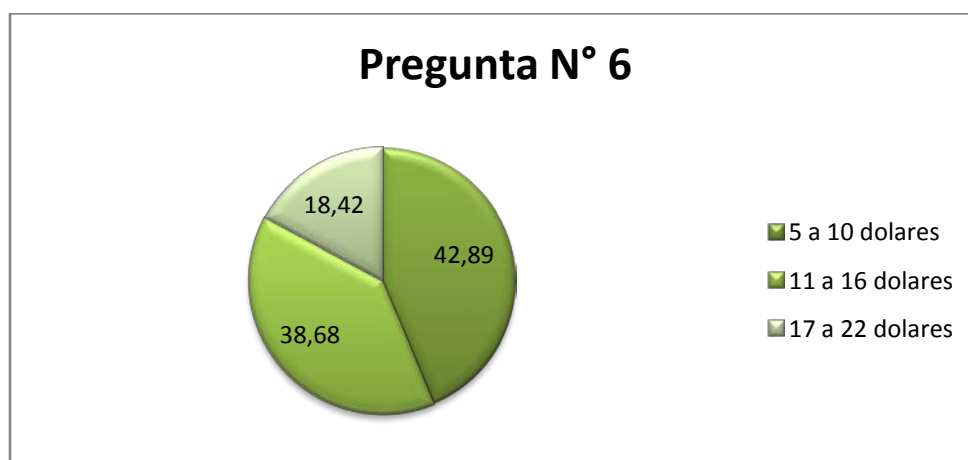
9.- Pregunta N° 6

Cuadro N° 10

Variable	Respuestas	Porcentajes
5 a 10 dólares	163	42,89
11 a 16 dólares	147	38,68
17 a 22 dólares	70	18,42
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 13



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

Al plantear la interrogante sobre los rangos de precio la posible clientela ha expuesto en su mayoría con un 42,89%, que pretendería pagar entre cinco y diez dólares por los servicios del establecimiento, lo que no representa un beneficio alto ya que el rango más aceptable para la obtención de una buena productividad sería de 11 a 16 dólares pero apenas un 38,68%, aceptaría pagar estas sumas.

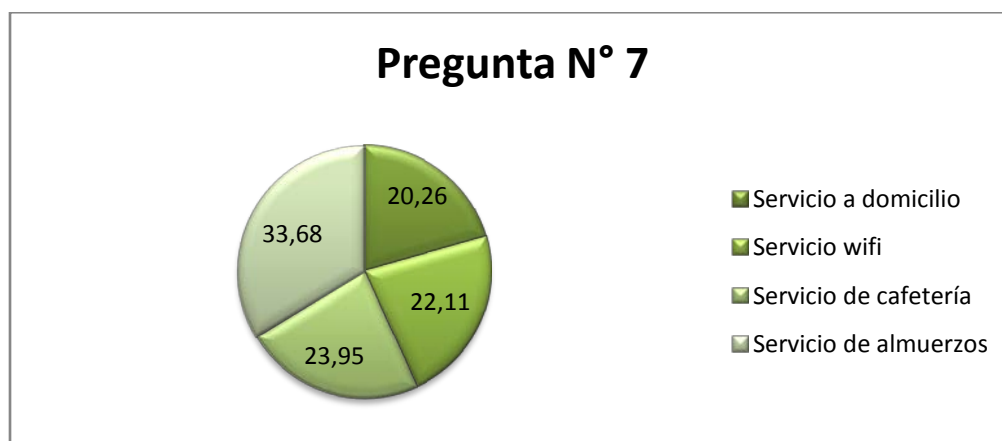
10.- Pregunta N° 7

Cuadro N° 11

Variable	Respuestas	Porcentajes
Servicio a domicilio	77	20,26
Servicio wifi	84	22,11
Servicio de cafetería	91	23,95
Servicio de almuerzos	128	33,68
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 14



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

Los servicios expuestos a los encuestados fueron varios, pero el que obtuvo una mayoría con el 33.68% es brindar servicio de almuerzos, y se lo ha considerado, por esto se ofrecerá este servicio a diario con variedad de menús, nutritivos y apetecibles, el servicio que le sigue es el de cafetería, por esto se brindara esta opción con una amplia gama de postres y bocadillos, para quienes deseen concurrir al establecimiento y no apetezcan platos fuertes.

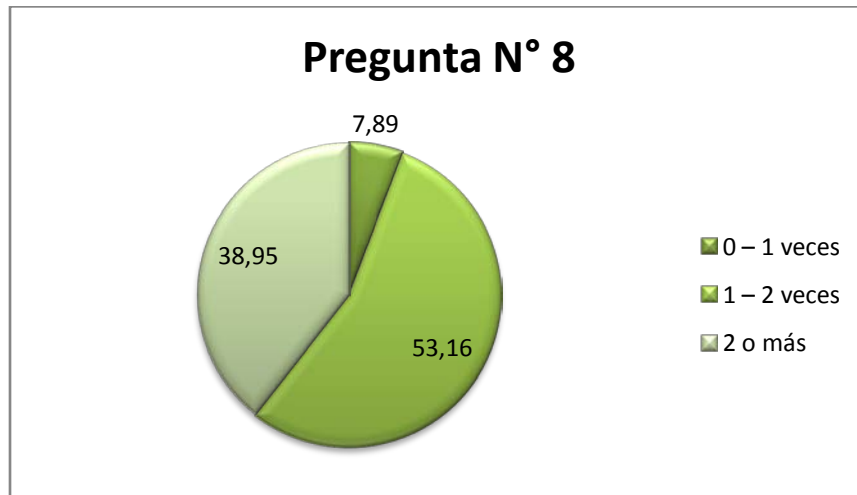
11.- Pregunta N° 8

Cuadro N° 12

Variable	Respuestas	Porcentajes
0 – 1 veces	30	7,89
1 – 2 veces	202	53,16
2 o más	148	38,95
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 15



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

Se prevé que la concurrencia frecuente de clientes está determinada en el rango de 1 a 2 veces por semana con el 53,16%, lo que demuestra que la rentabilidad del establecimiento puede ser muy buena, por esto se debe conservar los estándares de calidad.

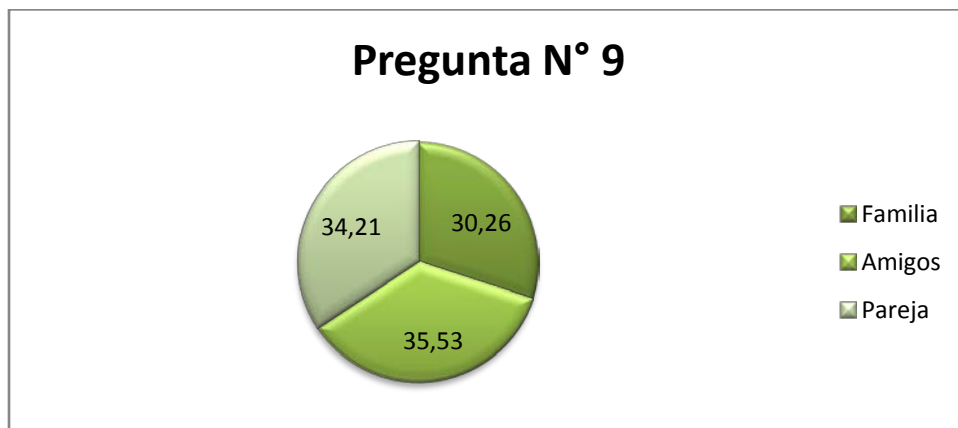
12.- Pregunta N° 9

Cuadro N° 13

Variable	Respuestas	Porcentajes
Familia	115	30,26
Amigos	135	35,53
Pareja	130	34,21
Total	380	100%

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 16



Elaborado por: Marcela Herembás

Análisis:

De los 380 encuestados el 30,26% gustaría ir con su familia, el 34,21% concurriría con sus amigos y el 35,53% asistiría con su pareja, lo que demuestra que podemos hablar de un establecimiento multiambiente ya que las variaciones entre cada opción planteada no superan el 10%, por esto se debe tratar de mantener a cada una de estas variantes satisfechas para asegurar su retorno y su buena referencia futura con el resto de posibles consumidores.

2.7.4.- DEMANDA FUTURA

Dentro del análisis histórico futuro se tomará en cuenta la implementación del nuevo aeropuerto en el sector de Tababela que brindara sus servicios a la ciudad de Quito, y a su vez dentro de la información aportada por la concesionaria encargada de la construcción del aeropuerto, se prevé la instauración dentro de la edificación de ciertas cadena alimenticias de renombre como vendrían a ser, Kentucky Fried Chicken, China Wok, El Español, Subway, American Deli, Le Petit y el restaurante propio de la concesionaria que opera bajo el nombre de Arrecife.

2.8.- ANÁLISIS OFERTA

Se tomó en cuenta los locales que estarán en el nuevo Aeropuerto localizado en Tababela.

Cuadro Nº 14

Análisis Oferta Establecimientos

ESTABLECIMIENTO	# PUESTOS	CLIENTELA ANUAL	CLIENTELA DIARIA	ROTACIÓN
Arrecife	100	128160	351	3
Kentucky Fried Chicken	30	32368	89	3
China Wok	20	24512	67	3
Le Petit	65	58135	159	2
El Español	18	21725	60	3
American Deli	30	31748	87	3
Subway	15	19569	54	3

Fuente: Datos proporcionados por Administración de Establecimientos

Elaborado por: Marcela Herembás

2.9.- BALANCE OFERTA DEMANDA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Cuadro Nº 15

Año	Demanda	% Participación (INEN)	Demanda 2011	Oferta	Diferencia	Resultado
2011	322488,76	11,3% Establecimientos de A&B	36441,23	509147	472705,77	OFERTA > DEMANDA OPORTUNIDAD DE MERCADO

Fuente: Taller en Curso

Elaborado por: Marcela Herembás

a.- Suma de trabajadores del Aeropuerto y Turistas Nacionales y Extranjeros de edad de 25 – 50 años = **514911**

b.- Porcentaje correspondiente a la aceptación del Restaurante = **62,63%**

$$Demanda Actual = (514911 * 62,63)/100$$

$$Demanda Actual = 322488,76$$

CAPÍTULO III

3.- PLAN DE MARKETING

3.1.- DEFINICIÓN

Según la *American Marketing Association* (A.M.A.), “el **plan de marketing** es un documento compuesto por un análisis de la situación de mercadotecnia actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos de mercadotecnia, la estrategia de mercadotecnia, los programas de acción y los ingresos proyectados”.

En última situación, el **plan de marketing** es un mecanismo de la puesta en práctica que se integra dentro de un plan de negocio estratégico total. (<http://www.marketing-free.com>)

3.2.- DIAGNOSTICO SITUACIONAL INTERNO

3.2.1.- MISIÓN

Brindar excelencia con un servicio de primera, ser los pioneros en la conformación de este tipo de empresa en la localidad, y cumplir con nuestra meta conjugar la EL PLACER DE BAJAR LOS CIELOS A TU PALADAR.

3.2.2.- VISIÓN

Consolidarse como el mejor restaurante temático en forma de Avión a nivel nacional con expectativas de crecimiento mediante el sistema de franquicias.

3.2.3.- POLÍTICAS

1. Nuestro lema es: “Somos damas y caballeros al servicio de damas y caballeros”. Practique el trabajo en equipo y el “servicio lateral” para crear un ambiente positivo de trabajo.
2. Todos los empleados deberán conocer las necesidades de sus clientes internos y externos (empleados y comensales) a fin de proporcionar los productos y prestar los servicios que se esperan de ellos.
3. Diga siempre cosas buenas. No haga comentarios negativos.
4. Cualquier empleado que reciba una queja de un cliente hará “suya” esa queja.
5. Los formularios para registrar incidentes con los clientes se utilizan para anotar y comunicar todos los casos de insatisfacción. Cada uno de los empleados está facultado para resolver el problema e impedir que se repita.
6. Todos los empleados tendrán la responsabilidad de mantener unos niveles impecables de aseo.
7. Es responsabilidad de todos los empleados proteger los bienes del Restaurante.
8. Se concederá permisos siempre y cuando se ha notificado un día anterior.
9. Los uniformes deben ser imaculados; utilice calzado apropiado y seguro (limpio y lustrado). Cuide su apariencia personal y enorgullézcase de ella (respetando todas las normas de presentación personal).
10. Todos los empleados deberán conocer su función en caso de emergencia y estar al tanto de los procesos de seguridad en caso de incendio.
11. Notifique inmediatamente al supervisor de cualquier peligro, lesión, equipo o ayuda que necesite.
12. “Sonrían- estamos en escena”. Mantenga siempre un contacto ocular directo y positivo. Utilice un lenguaje adecuado con los clientes (palabras como “Buenos días”, “Desde luego”, “Con mucho gusto”, “Encantado”).
13. Está prohibido:
 - Asistir al trabajo en estado de embriaguez o drogado.
 - Portar armas durante las horas de trabajo.

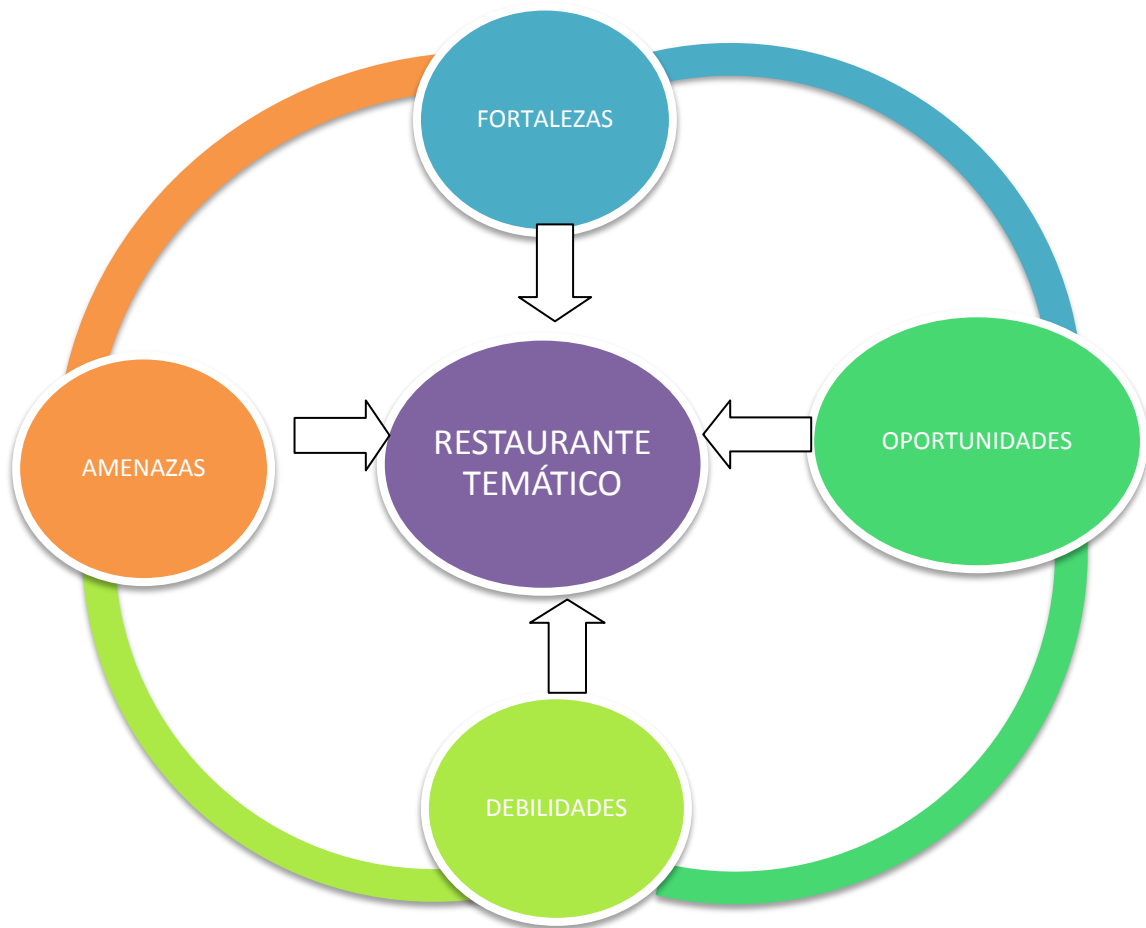
- Abandonar el trabajo sin causa legal.
- Tomar del Restaurante sin permiso del gerente, útil de trabajo, blanco, electrodoméstico.

3.2.4.- VALORES CORPORATIVOS

- Responsabilidad Social
- Integridad
- Disciplina
- Servicio
- Ética y Profesionalismo
- Transparencia
- Honestidad
- Respeto
- Equidad

3.3.- LISTADO FODA

Gráfico N° 17



Fuente: Taller en Curso

Elaborado por: Marcela Herembás

LISTADO FODA

Según el portal web: www.slideshare.net, el listado FODA “es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados”.

El listado FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito del negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

3.3.1.-FORTALEZAS

- Implementación del régimen temático dentro del área.
- Preparación académica de nuestro chef y personal.
- Conocimiento de cálculos y procesos básicos para elaborar recetas estándar y menús balanceados.
- Organización estratégica y buena distribución de los cargos dependiendo de las aptitudes del empleado y necesidades del cargo.
- Innovación y capacitación constante para nuestro personal.
- Atención personalizada y de excelente calidad.

3.3.2.- OPORTUNIDADES

- Ser los pioneros en la implementación de un restaurante temático dentro del sector.
- Reconocimiento de la clientela a la calidad y seriedad de la empresa.
- Ofrecer productos de primera calidad en un ambiente acogedor y a precios asequibles.
- Mejorar la calidad de los productos ya ofrecidos en el sector.

3.3.3.- DEBILIDADES

- Poca experiencia y tiempo en el mercado.
- Publicidad limitada.
- No existe clientela fija.
- Parqueadero muy limitado.
- Dar un mal prestigio antes de ser conocido el establecimiento

3.3.4.- AMENAZAS

- Desastres naturales.
- Precios demasiado bajos por parte de la competencia, ya que es un sector altamente comercial.
- Quejas.

3.4.- ESTRATEGIAS DE POSICIÓN DEL ESTABLECIMIENTO EN EL MERCADO

3.4.1.- ESTRATEGIA DE PRODUCTO

- **Nombre del Establecimiento y Logotipo**

El nombre a emplearse para el restaurante temático será **SKY PALACE**, el logotipo constara básicamente de la silueta de un avión con fondo de colores grises y se resaltará en un color azul eléctrico el nombre del establecimiento y su eslogan, “**EL PLACER DE LLEVAR AL CIELO A TU PALADAR**”.



EL PLACER DE LLEVAR AL CIELO A TU PALADAR.

Elaborado por: Marcela Herembás

- **Decoración**

Para la decoración del lugar se utilizará una mezcla de colores claros como celeste, blanco, azul, entre otros. La temática para la decoración será la aviación, las paredes serán forradas de fotos de aeronaves, logotipo de aerolíneas, e historia, un sin número de detalles que se basarán en recrear el interior de un avión. Las mesas y sillas tendrán un estilo adecuado a la temática del restaurante al igual que al resto de elementos que conforman los inmuebles. Dentro del diseño interior del restaurante se recreará la punta de nariz de la aeronave que será diseñada en un material translucido lo que permitirá tener una vista singular del exterior.



La entrada del restaurante será similar a la entrada de un avión comercial de pasajeros, que se desplegará para el lado izquierdo y tendrá incorporado una escalerilla lo que dará un ambiente similar al ingreso a la aeronave.

- **Tipo de entretenimiento**

En el establecimiento se ofrecerá un ambiente moderno que contará con pantallas LCD distribuidas en el establecimiento, en la cuales se proyectará diapositivas de imágenes de aeronaves con un fondo variado de música, también videos musicales de toda época.

- **Uniformes**

La vestimenta del personal masculino constará de una camisa que será blanca con rayas rojas con el logotipo del restaurante y como detalle varios afiches de diferentes aeronaves, el pantalón será azul de tela, cinturón y zapatos negros, además constara de un mandil rojo y una corbata con estampado de avión.



La vestimenta del personal femenino constará de una blusa blanca con líneas rojas con el logotipo del restaurante y como detalle varios afiches de aeronaves, falda azul de tela, medias nailon y zapatos negros, finalmente un mandil rojo con estampado de avión azul y corbata , que hará juego con una bincha roja y bien recogido su cabello.



3.4.2.- ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

- **Promoción de ventas**

La promoción para el Restaurante Temático constará de lo siguiente:

Una semana antes de la inauguración del local, se acudirá a radios, en las cuales se realizarán propagandas y además el sorteo de órdenes de consumo para grupos de seis personas, esta estrategia se la empleará por el lapso de la primera semana de inaugurado el local.

Tres días antes de la inauguración del local se podrá a crear una cadena de mails entre allegados y conocidos donde se ofertara la inauguración del restaurante, en el contenido de este mail se incluirá cupones de descuentos que deben ser presentados a la entrada y recibirán un abrebocas de bienvenida, y su validez será de diez días.

Postre gratis para el cumpleaños

Todo cumpleaños que se acerque al establecimiento con más de dos personas y portando su identificación tendrá como obsequio un postre gratis.

Festín de Miércoles

Todos los días miércoles se ofertará las siguientes promociones:

Por la compra de dos parrilladas individuales la tercera a mitad de precio.

Por la compra de tres parrilladas familiares la cuarta completamente gratis.

- **Publicidad**

Las servilletas, platos y algunos recuerdos como bolígrafos o llaveros tendrán impresos el logotipo del restaurante.

Se creará una *página web* en donde los clientes podrán informarse más del restaurante temático, conocer de las actividades que se realizarán en el mismo y poder ver fotografías.

El establecimiento, buscará una *revista*, como La Familia del diario El Comercio en el segmento de “Cocina”, con la finalidad de dar a conocer los productos y servicios que se ofrecerán en el restaurante.

El restaurante será publicitado en las estaciones de radio “EXA” y “ONDA CERO” en las cuales en los horarios de la mañana y en la tarde durante los tres primeros meses de funcionamiento, los días Lunes, Miércoles, Viernes y fin de semana.

3.4.3.- ESTRATEGIA DE PRECIO

Son pocas las estrategias de precio, muchos proyectos empiezan con la idea de inauguración cortar precios a la mitad y realizar varias promociones, para este proyecto los precios estarán bien definidos por la que la temática del restaurante se encargará de hacer el enganche directo con el cliente por su innovación única.

- **Descuentos**

En un futuro se utilizará descuentos para premiar a la fidelidad de los consumidores, de esta forma se asegurará la incursión de nuevos clientes.

- **Tarjetas de Crédito**

El cliente tendrá la opción de pagar todos sus consumos con tarjeta de crédito y débito, haciendo más fácil el pago para los consumidores que no disponen de efectivo.

3.4.4.- ESTRATEGIA DE PLAZA

La estrategia que se utilizará es la venta directa debido a que no se puede llegar a todos los clientes por medio de otras personas, sin embargo se utilizará personas promotoras encargadas de hacer propaganda y llevar clientes y al final del mes estas personas recibirán una remuneración por el número de clientes referidos por ella.

3.5. PLAN DE MEDIOS

Cuadro N° 16

PRESUPUESTO MKT ANUAL	
Revista	2.400,00
Pagina web y Redes Sociales	3.500,00
Radio	3.000,00
Cortesías, Descuentos y Promociones	8.000,00
TOTAL	16.900,00

Elaborado por: Marcela Herembás

CAPÍTULO IV

4.- ESTUDIO TÉCNICO

4.1.- CARACTERÍSTICAS, TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1.- CARACTERÍSTICAS

Será un restaurante innovador y de agradable ambiente, será de primera categoría el servicio a ofrecer y el entretenimiento que se dará a los clientes dentro de este.

4.1.2.- HORARIO DE ATENCIÓN

HORARIO DE PARTIDA

Lunes A Domingo 12:00 hasta 15:00 y 17:00 Hasta 21:00

4.1.3.- DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LAS ÁREAS DEL RESTAURANTE

- **Área de Servicio**

El área destinada para el servicio será de 110 m², teniendo en cuenta que el juego promedio de mesa y sillas ocupa 5.34 m², distribuida de la siguiente manera:

17 mesas* 4 pax = 52pax

6 mesas * 2 pax= 10 pax

Barra * 5 pax= 5 pax

Cuadro Nº 17

Extensión de Áreas del Restaurante en metros cuadrados

ÁREA	EXTENSIÓN
Área de mesas	110m ²
Caja/ barra	15m ²
Baños	14m ²
Cocina	28m ²
Bodega	16m ²
Oficina	8m ²
Cuartos fríos	8m ²
Parqueadero	101m ²
ÁREA TOTAL	300M²

Elaborado por: Marcela Herembás

4.1.4.- MACRO LOCALIZACIÓN

La ubicación del proyecto es en América del Sur, país Ecuador, provincia Pichincha, cantón Quito, parroquia Tababela.

4.1.5.- MICRO LOCALIZACIÓN

El lugar donde se ubicará el establecimiento será en la calle principal de acceso del nuevo aeropuerto, frente al mismo.



4.1.6.- ENFOQUE CUALITATIVO

El sector de Tababela, cuenta con todos los servicios públicos, como son agua potable, luz, alumbrado público, telefonía fija, recolección de basura, seguridad pública y privada. Todo esto constituye a que la operación del restaurante sea eficiente y lo más importante es que no existe necesidad de suplir cualquiera de estos servicios por cuenta propia. Adicionalmente con las respectivas adecuaciones que se están realizando existirá, en un futuro no lejano, varias rutas de acceso que facilita el transporte del personal y de los clientes, adicional la gran ventaja es la afluencia de público al sector debido al Aeropuerto Mariscal Sucre, y la fácil captación de clientela ya que, no existe un restaurante con las características que se va a ofrecer.

Por otra parte, el abastecimiento de materia prima no sería problema ya que en el proceso de realización del presente proyecto, se ha definido que el principal abastecedor sería la cadena de productos La Favorita S.A., y se definirá ciertos

convenios con la misma, debido a que la red de abastecimiento con la cuenta, cubre el área señalada de ubicación del proyecto, y además se garantiza la calidad del producto ya que el proveedor posee altos estándares de calidad y sanitación.

Otro factor importante es la alta demanda e inversión que se generara en el sector, ya que proyectando utilidades futuras, se debe tomar en cuenta que el Aeropuerto se trasladara en menos de seis meses al sector lo que aumentara la demanda, y aprovechando la temática del restaurante, se atraerá clientela con mayor facilidad

4.1.7.- ENFOQUE CUANTITATIVO

El sector elegido para la ubicación del establecimiento se encuentra localizado en frente del nuevo aeropuerto que brindará sus servicios a la ciudad de Quito, el área definida es de 300 metro cuadrados, y además el terreno cuenta con todos los servicios básicos y tiene el frente amplio lo que permitirá que el establecimiento sea completamente visible desde el nuevo aeropuerto, además la vía de actual de acceso principal pasa por el terreno escogido para el establecimiento. El costo del terreno elegido es de 28000, lo que se considera un precio módico frente a la alta plusvalía que ha ganado el sector.

4.2.- DESCRIPCIÓN TÉCNICA FÍSICA DEL PROYECTO

4.2.1.- DETALLES DEL INTERIOR DEL RESTAURANTE

En el interior del restaurante las paredes irán pintadas de un color celeste y blanco dando la apariencia de un cielo con nubes dispersas, esto generara un efecto sobre la clientela de encontrarse en el interior de una aeronave y además hará que las personas se relajen ya que el celeste al ser un color vivo influye sobre el

sistema nervioso y da una sensación de tranquilidad, paz, y frescura. También se adicionara afiches en las paredes referentes a la historia básica de la aviación y fotos de diferentes aeronaves que han sido famosas alrededor de los tiempos, una peculiaridad será que una de las aéreas del local será diseñada de tal forma que emule la punta de nariz de una aeronave y el material empleado será traslucido lo que permitirá tener una vista externa del lugar, esta se ubicará en el comienzo del restaurante y al final de este se realizará un diseño arquitectónico que nos permita emular la cola de una aeronave.

Las mesas serán de madera y llevarán el logotipo del establecimiento, las sillas llevarán en el espaldar el diseño de un ala insignia similar a la empleada por las aerolíneas, también se instalarán lámparas colgantes para cada mesa, lo que denotará mayor privacidad y hará un ambiente más acogedor para el público.

4.2.2.- DETALLES DEL EXTERIOR DEL RESTAURANTE

El exterior del restaurante hará referencia a la temática escogida para este, de tal forma que al inicio se hará un diseño de una cúpula que emule la nariz de una aeronave, la misma que será construida en material traslucido , permitiendo tener una vista del exterior, la entrada será idéntica a la puerta de un avión ya que para abrirla se tendrá que desplazarla hacia un lado y tendrá el mismo material hermético que tienen las puertas tipo tapón de las aeronaves, y también contará con las escalerillas que se encuentran a la entrada de la aeronave, a lo largo de la pared frontal exterior se colocarán un cierto número de ventas que serán semejantes a las que posee la cabina de pasajeros de un avión comercial, lo que proyectará un mayor efecto sobre la clientela y cada una de estas ventanas contará con su persiana que será desplazable de arriba hacia abajo y por último la parte final del establecimiento tendrá un diseño arquitectónico a escala de la cola de un avión , con lo que se logrará consolidar a breves rasgos el morfismo de una aeronave y complementará la temática aplicada al proyecto.

4.2.3.- DETALLE DE LAS ÁREAS DEL RESTAURANTE

El Restaurante contará de las siguientes áreas:

- **Caja**

Una de las áreas más importantes del restaurante, estará ubicada junto con la barra en la parte interior izquierda lo que permitirá su fácil visibilidad, y llevará su debida señal. Contará con una caja registradora, o en su defecto con una computadora con un programa contable (de preferencia Fidelio Express), adicional se contará con una data fast, facilitando al cliente el pago con tarjeta de crédito.

Solo se contará con una caja.



- **Barra**

Es el área de producción de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, esta contará con todos los elementos y utensilios necesarios para la elaboración de diferentes bebidas.

El diseño será en alusión a la temática, por lo cual se pondrá una gigantografía en la pared posterior de la barra, la cual será de una cabina de mando de una aeronave, las sillas de la barra serán similares a las empleadas en la cabina de mando y un detalle que hará esta ilusión mas real será que se instalarán

dispensadores de salsas en forma de cystick (controles de mando de la aeronave), los cuales se localizarán en la parte derecha superior frente al comensal, y serán proveídos por contenedores de salsas ubicados en la parte interna inferior de la barra . En la parte superior de la barra se colocará una vitrina hecha completamente de cristal, en la cual se expondrá varios diseños a escala de diferentes aeronaves, con sus respectivos nombres y fechas de creación.



- **Área de servicios higiénicos**

El restaurante contará con baños independientes para hombres y mujeres cumpliendo con el requisito básico para la categorización del restaurante, serán de fácil acceso y tendrán su debida señal ética.



- **Área de producción de alimentos**

Es una de las áreas más importantes del establecimiento y debe estar adecuada para las necesidades poli funcionales de producción, constará de cocina industrial, horno , microondas, pelador de papa, campana de extractor de olores, asador, licuadora industrial, válvula reductora de gas, plancha estándar, adicional del menaje de cocina, y utensilios varios.



- **Área de cuartos fríos**

El área de cuartos frío se localizará a la izquierda del área de producción se denota que su extensión será de ocho metros cuadrados.



- **Área de bodega y oficina**

El área de oficina estará equipada con un escritorio, una computadora, una silla para escritorio, carpetas para registro, etcétera, y se encontrará a lado del área de producción y no será visible a la clientela. El área de bodega comprende un cuarto

con dos divisiones, en la primera división se almacenará materia prima que no necesita refrigeración como enlatados, conservas, y en la segunda división se colocará todo lo referente a artículos e indumentaria e limpieza.



- **Parqueadero**

El área de parqueo contará con dos secciones, la delantera que estará en el frente del restaurante y dará cabida a un máximo de seis automóviles, y la parte posterior con capacidad para 10 automóviles, lo que da una capacidad total de 16 parqueaderos.

4.2.4.- EQUIPAMIENTO DE LAS ÁREAS DEL RESTAURANTE

A continuación se detallará todos los artículos y elementos que se necesitará el restaurante para su operación, está dividido por área de trabajo.

Cuadro Nº 18

SUMINISTROS DE OFICINA	
DETALLE	CANTIDAD
Ø Bloc de 100 facturas	10
Ø Bloc de 100 comandas	5
Ø Calculadora	2
Ø Caja de bolígrafos	4
Ø Resma de papel bond A4	20
Papel Continuo	4
Ø Perforadora mediana	1
Ø Grapadora grande	2
Ø Caja grapas 5000 unid	1
Ø Lápices	100
Ø Reloj de pared	3
Ø Carpetas archivadoras	20
Ø Caja de clips	10
Ø Tinta para impresora	2

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 19

EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA	
Equipos de oficina	
Teléfono Panasonic Inalámbrico Kx-tg1311	2
Caja Registradora Uniwell Nx-5400	1

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 20

MUEBLES DE OFICINA	
Archivador (4 compartimentos) con riel	2
Escritorio (madera) Alto: 82cm. Ancho: 120cm. Profundidad: 65cm.	2
Silla giratoria gerencial	3
Armarios para el personal. Alto: 180cm. Ancho: 100cm. Fondo: 40cm. 6, 4 y 2 puertas.	14

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro N° 21

EQUIPOS DE COMPUTO	
Computadora portátil HP NC6230 (línea corporativa)	3
Impresora HP Photosmart Plus B210a Wireless	2

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro N° 22

OTROS EQUIPOS	
Climatizador Electrolux ECDA07P4MUJ	3
Consola de Audio	1
Parlantes amplificadores W. Titán	4
DVD	2
Televisor Samsung LED 32'	3

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro N° 23

MENAJE	
VAJILLA	
Plato tendido	100
Plato sopero	100
Plato postre	120
Plato para café	50
Taza para café	50
CUBERTERÍA	
Cucharita para café	65
Cuchara para postre	130
Cuchara para sopa	110
Cuchillo trincherero	110
Tenedor trincherero	110
CRISTALERÍA	
Vaso 12 onza	100
Copa para vino tinto	40
Copa para vino blanco	40
Vaso 16 onza	400
Jarra de cristal	10
Copa coctel	15
Copa para bajativo	15

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 24

UTENSILIOS DE SERVICIO	
Azucarera	5
Charoles de Servicio	8
Saleros	23
Pimenteros	23
Salseros	46

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 25

UNIFORME DEL PERSONAL Y MANTELERÍA	
Camisa	8
Pantalón	8
Blusa	6
Falda	6
Corbata	14
Delantal negro	20
Chaqueta para chef	6
Pantalón para chef	6
Toca	6
Servilletas de tela	300
Manteles de tela	63

Elaborado por: Marcela Herembás

4.2.5.- ÁREA DE PRODUCCIÓN Y BODEGA

El equipamiento del área de producción y bodega será el siguiente:

Cuadro Nº 26

MAQUINARIA Y EQUIPO DE COCINA	
Asadores de carnes (Acero inoxidable). Alto: 90cm. Ancho: 150cm. Profundidad: 60cm. Espesor de la plancha: 0.9mm	2
Bandejas para patio de comidas (60cm x 40cm)	10
Batidora Black & Decker MX900	2
Cafetera West Bend de 55 tazas	1
Campanas de cocina. (Fabricado en plancha de acero inoxidable brillante de 1,2mm de espesor con extractor a 110V)	2
Cocinas industriales de 6 quemadores, plancha, gratinador, horno	2
Congeladores Fairgold	1
Encimeras 200cm*80cm	2
Equipos baños clientes: Franz Viegener: Inodoro, grifería	4
Estanterías de madera: 150cm x 40cm x 193cm	1
Extractor de olores para pared (acero inoxidable)	5
Fregaderos de acero inoxidable.	2
Freidora plancha y parrilla	1
Horno semi-industrial 2 latas acero inoxidable	1
Juego de muebles	1
Lavaplatos de acero inoxidable	2
Licuada Electrolux PSB12	1
Licuada 18V B&D BLC18750DMB	1
Máquina peladora de frutas	1
Ollas: Perol de aluminio. Modelo: Chef	2
Caldero de acero inoxidable 18cm tapa de vidrio	2
Caldero de aluminio resistente	2
Paila aluminio	2
Sartenes chef	5
Contenedores de plástico para reciclaje de residuos	6
Trampa de grasa de 96lt	3

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 27

UTENSILLOS DE COCINA	
Salad Chef	1
Cuchillos Chef Smart 20PZ Oster	2
Juego de cuchillos profesionales multiusos 24 unid. oster	2
Espátulas 6 piezas de acero inoxidable	2
Recipientes 20 PZ Polines	3
Tabla para picar	5
Rallador	2
Cernidor de metal	2
Bowl	6
Juego de cucharones	2
Tenedor para plancha	2
Pinzas para plancha	2
Cuchillo mondador	2
Afilador	2
Tijeras	2
Espumador	2
Espatulas	2
Salseras	5
Olla de presión	1

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 28

OTROS	
Gas industrial	2
Botiquín primeros auxilios	1
Extinguidor	3
Alarma de evacuación	1
Rótulos para baño de H y M	2
Rótulo de salida de emergencia	2
Rótulos para áreas	4

Elaborado por: Marcela Herembás

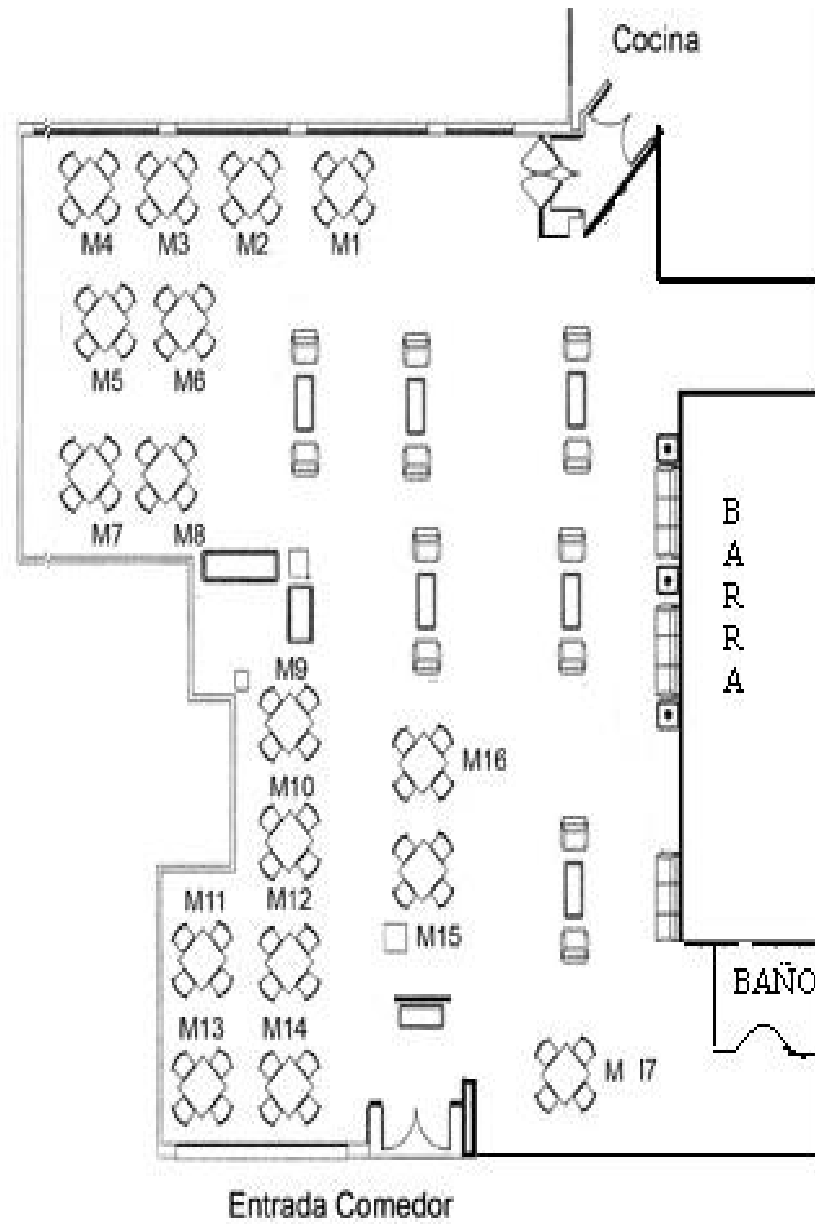
Cuadro Nº 29

SUMINISTROS DE LIMPIEZA	CANTIDAD
Trapeador	8
Escoba	8
Pala	4
Desinfectante	20
Cepillo para inodoros	8
Cloro	20
Paq. Fundas de basura grande	60
Papel higiénico industrial	45
Tarro de basura grandes	8
Tarro de basura pequeños	6
Jabón liquido para baños	10
Toallas desechables	10
Limpiadores	20
Guantes de limpieza	25
Limpiones	40
Limpia vajillas	20
Ambiental	35
Paquete de fósforos	100
Lustre	15

Elaborado por: Marcela Herembás

4.2.6.- DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DEL RESTAURANTE

Gráfico 18.- Distribución del Local

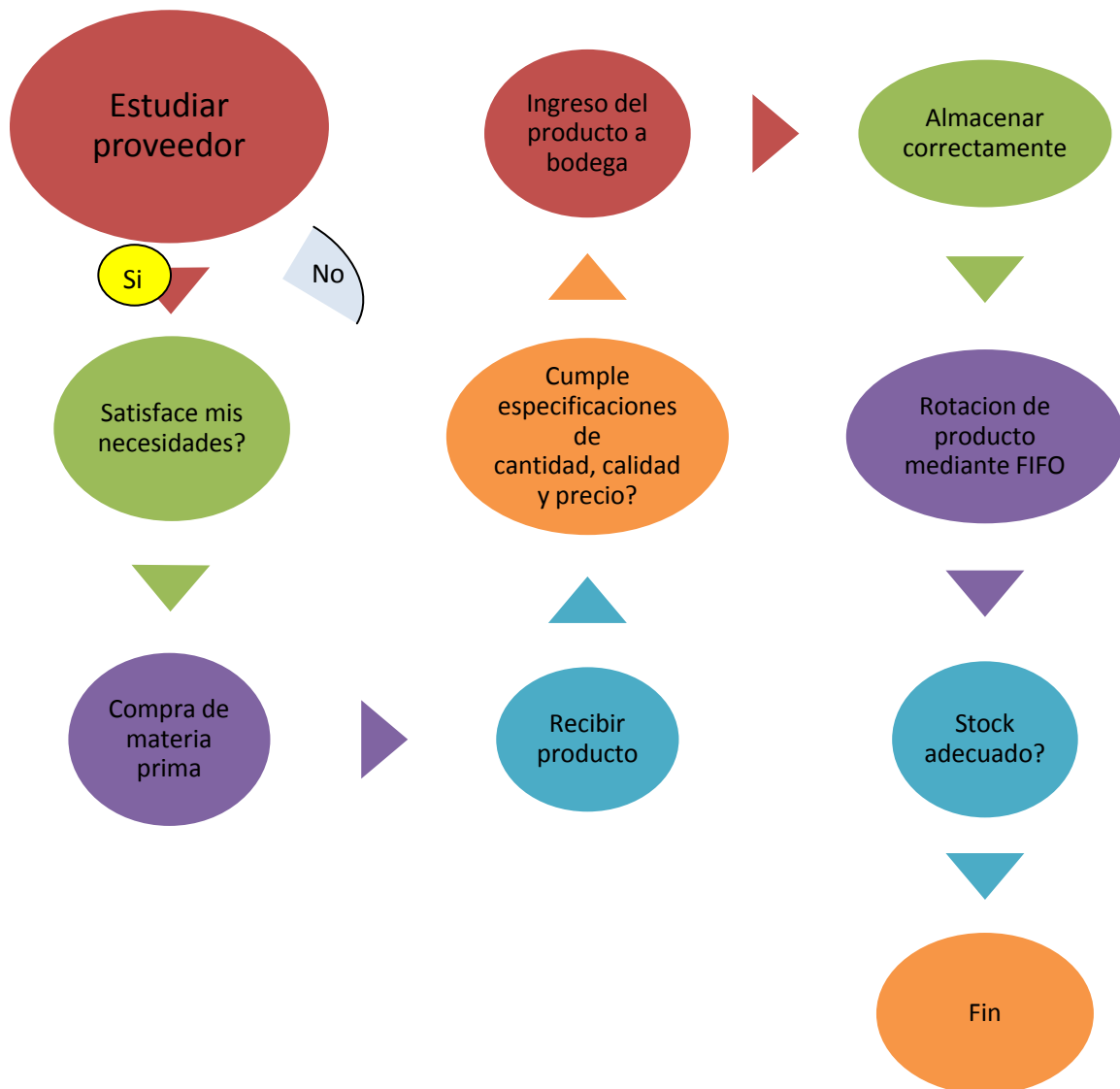


Elaborado por: Marcela Herembás

4.3.- DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

4.3.1.- PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

Gráfico 19.- Proceso Adquisición Materia Prima



Fuente: Taller en Curso

Elaborado por: Marcela Herembás

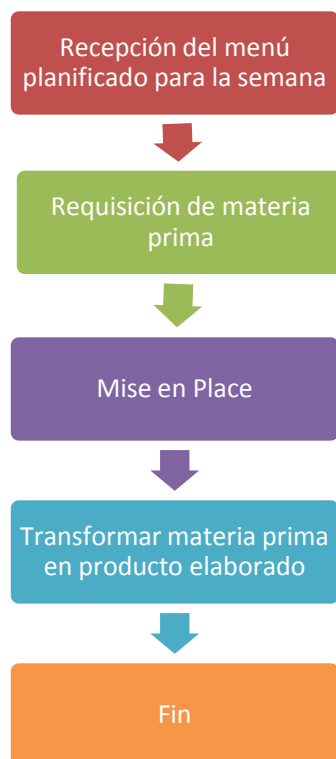
4.3.1.1.- ANÁLISIS DE PROVEEDOR

Con el fin de garantizar la calidad de la materia prima a ofrecerse se ha seleccionado el proveedor más conveniente que es La Favorita S.A., por sus altos estándares, tomando en cuenta los siguientes puntos:

- **Calidad:** El producto debe estar de acuerdo a los estándares establecidos.
- **Precio:** Conveniente y fijo según lo establecido en la negociación. Además, se estudiará la forma de pago, es decir el crédito otorgado.
- **Disponibilidad:** Proveedor del producto en los días establecidos.

4.3.2.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Gráfico 20.- Producción

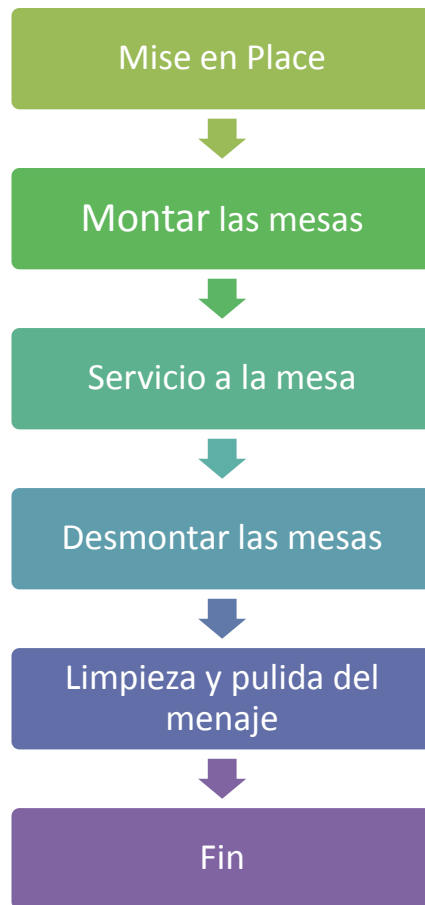


Fuente: Taller en Curso

Elaborado por: Marcela Herembás

4.3.3.- PROCESO DE SERVICIO

Gráfico 21.- Servicio



Fuente: Taller en Curso

Elaborado por: Marcela Herembás

DEFINICIONES

Mise en Place

“El término francés mise en place significa puesto en el lugar, se emplea en gastronomía para definir el conjunto de ocupaciones realizados, bien sea en la

cocina o el comedor, justo antes de la elaboración de un plato o alimento”. ”.⁶
(www.protocolo.org, 2011)

En la cocina se traduce en recopilar los ingredientes de los diversos cajones o recipientes, medir su cantidad y picarlos convenientemente, adquirir los utensilios de cocina (cuchillo, tenedores, ... cubertería). En el comedor se traduce en la disposición de mesas, cubertería, mantelería, etc. La mise en place es una de las descripciones que aparece en los libros acerca de las recetas de cocina.

Montaje de mesas (www.protocolo.org, 2011)

Se comienza montando el esqueleto. Se dispondrá de un plano en el que figurará la estructura del montaje y que servirá de guía para situar las mesas.

Normas a tener en cuenta:

- Entre mesa y mesa debe quedar un pasillo para que el personal trabaje con comodidad
- Las mesas quedarán alineadas guardando la estética del salón
- No situar ninguna mesa cerca del paso de los mozos al office o a la cocina
- Procurar que exista el menor número de comensales dando la espalda a la presidencia
- Colocar puntos de apoyo o aparadores para que los mozos puedan auxiliarse durante el servicio.

Una vez montado el esqueleto pasamos a montar las mesas: para esto se debe tener toda la vajilla, cristalería, cubertería, mantelería fajnada

Servicio a la mesa

Es tanto la vajilla y la mantelería destinada al servicio de la mesa como su

⁶ *www.protocolo.org*. (13 de 10 de 2011). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de *www.protocolo.org*: http://www.protocolo.org/social/en_la_mesa/mise_en_place.html

disposición en ella; así como la actividad del sirviente que sirve la mesa. En el negocio contemporáneo de la hostelería (restaurantes, bares, pubs y establecimientos similares), servicio de mesa es el servicio que hace un camarero/a cuando sirve bebidas o comidas a la mesa de los comensales. Es diferente del servicio de barra (más típico de los bares) en el que la solicitud y el servicio se hace directamente en la barra (no en la mesa de los comensales). En la mayoría de los restaurantes de todo el mundo el servicio de mesa es lo más común mientras que en los restaurantes de comida rápida lo más habitual es un servicio de barra (o mostrador).

En el servicio de mesa por regla general el camarero/a solicita los platos o bebidas a los comensales y posteriormente los sirve. En este tipo de servicio los clientes pagan antes de abandonar la mesa y generalmente lo hacen a la persona que les atendió.

Reglas para un servicio de mesa

Por regla general se entiende por un *servicio de mesa* aceptable se alcanza cuando el camarero/a atiende a los clientes siguiendo los preceptos que a continuación se enumeran:

- **Diligencia.** Sirviendo primero las bebidas y los aperitivos para acortar la espera a los comensales, sirviendo los platos tan pronto salen de la cocina, etc.
- **Educación** se debe tratar al cliente con el respeto que se merece y en todo momento con la discreción adecuada, manteniendo las distancias y no elevar la voz cuidando en todo momento los tonos.
- **No apurar** meter prisas es malo ya que incomoda a los clientes sobremanera, para las prisas existen servicios de barra en los que no hay camareros.
- **No molestar** procurando no interrumpir las charlas y discursos de las mesas:

- Memorizando los platos solicitados y las personas que lo solicitaron
- Previniendo ciertas necesidades de los comensales como: saleros, vinagreras, etc.
- No preguntando excesivamente por la comida

La regla general de un buen servicio de mesa es aquel que se nota tan sólo: al comienzo (en la solicitud inicial por parte de los comensales) y al final (cuando se abonan las consumiciones).

Tipos de servicios

- **Servicio Gueridon** - Es el servicio delante del comensal, esto es que preparan el platillo delante de la persona que va a degustar el platillo y el camarero ofrece las raciones
- **Servicio a la rusa** - Se llevan los platos preparados a la mesa y el camarero especializado se encarga de prepararlos delante de los comensales
- **Servicio a la inglesa** - Un cabeza de mesa sirve a todos y cada uno de los comensales las mismas cantidades y proporciones.
- **Servicio americano** - Es cuando el o los platillos son traídos directamente de la cocina.

Desmontar la Mesa

Consiste netamente en retirar cada pieza de vajilla, cubertería, que previamente se ha colocado en la mesa, esta acción debe realizarse con mucha elegancia y discreción.

Limpieza y pulida del menaje

Es la acción que realiza el personal asignado para la limpieza de cada uno de los utensilios empleados en el montaje de la mesa, se debe realizar con tal meticulosidad que el material denote extrema pulcritud ya que al hablar de material reutilizable se apega a estrictas normas de desinfección y sanitación.

4.4.- PROPUESTA GASTRONÓMICA

La propuesta gastronómica es aquello que se ofrecerá en la carta del establecimiento.

4.4.1.- LA CARTA

MENÚ DEL DÍA

\$ 3.50

Gráfico N° 22

MENÚ 1

LUNES	Locro de queso, lomo de cerdo al porto, jugo de piña con naranja.
MARTES	Crema de espárragos, relleno de pollo, jugo de melón.
MIÉRCOLES	Feijoada, Lomito a la crema de queso, jugo de maracuyá con plátano.
JUEVES	Crema de verduras, Lasaña mixta, jugo de tomate de árbol.
VIERNES	Sopa de bolitas de carne, chuleta en salsa de naranja, jugo de guanábana.
SÁBADO	Crema de choclo, fritada de pollo, jugo de mandarina
DOMINGO	Sopa de zambo, lengua en salsa de uvillas, jugo de mora

Elaborado por: Marcela Herembás

Gráfico N° 23

MENÚ 2

LUNES	Locro de cuero, arroz relleno de pollo y pasas, jugo de naranjilla.
MARTES	Crema de brócoli, albóndigas en salsa boloñesa, jugo de papaya.
MIÉRCOLES	Arroz de cebada, gulasch en corona de arroz, jugo de sandía.
JUEVES	Puchero casero, pastel de papa, jugo de tamarindo.
VIERNES	Sopa de lentejas, Pechugas Pollo Con Glass De Curry, limonada.
SABADO	Ají de carne, costillas BBQ, jugo de naranja.
DOMINGO	Locro de yuca con habas, crepes de pollo con champiñones, jugo de frambuesa.

Elaborado por: Marcela Herembás

ENTRADAS

🌿 Escalopas en salsa BBQ	\$3,80
🌿 Anillos de cebolla	\$2,00
🌿 Alitas de pollo con salsa agridulce	\$5,00
🌿 Empanadas de pollo	\$4,00
🌿 Hojaldre de carne	\$4,00
🌿 Rebanadas de cerdo a la mostaza	\$5,25
🌿 Champiñones rellenos	\$4,00
🌿 Ensalada cesar	\$3,50
🌿 Brochetas de res, cerdo, pollo	\$3,00

PLATOS FUERTES

✿ Filet mignon	\$ 14,00
✿ Steak de pimienta	\$ 14,00
✿ Pechuga rellena de pollo a la BBQ	\$ 12,00
✿ Ensalada de pollo al curry	\$ 6,00
✿ Parrillada	\$ 16,00
✿ Bife de chorizo	\$ 12,00
✿ Lomo de cerdo marinado con papitas a la p�prika	\$ 13,00
✿ Ensalada cesar con carne apanada a la parmesana	\$ 6,50
✿ Chuletas de cerdo asada con hierbas	\$ 10,00
✿ Lengua en salsa cítrica	\$ 9,60
✿ Carne de res picante con ciruelas	\$ 7,00
✿ Roast beef	\$ 12,00
✿ Pollo al vino	\$ 8,40
✿ Pollo flameado al ron	\$ 8,90
✿ Pollo a la italiana	\$ 8,60

POSTRES

✿ Helado de maracuyá	\$2,50
✿ Ensalada de frutas	\$3,90
✿ Frutilla con crema	\$2,85
✿ Tartaleta de frutilla o frambuesa	\$3,30
✿ Crepes de frutilla y nutela	\$2,00
✿ Flan de vainilla	\$ 2,25
✿ Pudín de chocolate	\$ 3,80
✿ Cr�eme broll� de guanábana	\$ 3,50
✿ Copa de helado multicolor	\$ 3,40

BEBIDAS SOFT

☀ Gaseosas	\$1,00
☀ Jugos naturales	\$1,50
☀ Agua con gas	\$1,00
☀ Agua sin gas	\$0,60

BEBIDAS CON ALCOHOL

☀ Botella de vino tinto	\$45,00
☀ Botella de vino blanco	\$40,00
☀ Cerveza	\$3,00
☀ Copa de Bailey's	\$5,00
☀ Copa ¼ de vino tinto	\$6,00
☀ Copa ¼ de vino blanco	\$5,00
☀ Piña colada	\$4,10
☀ Cuba libre	\$3,50
☀ Margarita	\$4,90
☀ Bacardy	\$3,60

RECETAS STANDAR



PLATOS FUERTES

FORMATO DE RECETA STANDARD						
NOMBRE DEL PLATO	STEAK DE PIMIENTA	CHEF RESPONSABLE				
GRUPO DE ALIMENTO	PLATO FUERTE	CONTRALOR RESPONSABLE				
CODIGO DE PLATO	PF004	FECHA DE ELABORACION				
# DE PORCIONES	6	FECHA DE ACTUALIZACION				
COD. INGREDIENTE	INGREDIENTE	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES DE MEDIDA	COSTO POR UNID MEDIDA	COSTO POR CANT REQUERIDA	OBSERVACIONES
	LOMO FINO	2,00	KL	12,0000	24,0000	
	MANTEQUILLA	45	ML	0,0060	0,2700	
	ACEITE DE OLIVA	45	ML	0,0086	0,3879	
	CREMA DE LECHE	75	ML	0,0030	0,2250	
	HARINA	5	ML	0,0005	0,0024	
	BRANDY	30	ML	0,0593	1,7796	
	DIENTES DE AJO	10	GR	0,0009	0,0090	
	CEBOLLA PERLA	120	GR	0,0007	0,0863	
	PIMIENTA RECIEN MOLIDA	40	GR	0,0252	1,0080	
	SAL			0,0004	0,0000	
SUB TOTAL					27,7682	
% CONDIMENTO						
COSTO					27,7682	
COSTO PORC					4,6280	
COSTO VENTA					35%	
P/SERVICIO					\$ 14.00	

POSTRE

FORMATO DE RECETA STANDARD						
NOMBRE DEL PLATO	CREPAS DE FRUTILLAS Y NUTELA	CHEF RESPONSABLE				
GRUPO DE ALIMENTO	POSTRE	CONTRALOR RESPONSABLE				
CODIGO DE PLATO	P001	FECHA DE ELABORACION				
# DE PORCIONES	3	FECHA DE ACTUALIZACION				
COD. INGREDIENTE	INGREDIENTE	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES DE MEDIDA	COSTO POR UNID MEDIDA	COSTO POR CANT REQUERIDA	OBSERVACIONES
	MASA					
	HUEVOS	180	GR	0,0015	0,27	
	YEMAS DE HUEVOS	54	GR	0,001	0,054	
	AGUA	175	ML	0,00022	0,0385	
	LECHE	250	ML	0,0006	0,15	
	SAL	3	ML	0,00035	0,00105	
	HARINA BLANCA	225	GR	0,00052	0,117	
	MANTEQUILLA DERRETIDA	100	GR	0,006	0,6	
	CAPA DE FRUTILLAS					
	FRUTILLAS EN RODAJAS	310	GR	0,00175	0,5425	
	AZUCAR	45	ML	0,00052	0,0234	
	JIGO DE LIMON	15	ML	0,00437	0,06555	
	NUTELA			0.10	0.10	
				SUB TOTAL	1,962	
				% CONDIMENTO		
				COSTO	1,96	
				COSTO PORC.	0,65	
				COSTO VENTA	35%	
				P/SERVICIO	\$ 2.00	

Elaborado por: Marcela H.

BEBIDAS

Nombre de La receta:

Piña colada

Porción /peso

1 pax

Genero

Coctel

Foto



INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO PAX
Ron Blanco	onza	2	0,355	0,71
Crema de coco	onza	1	0,238	0,24
Zumo de Piña	onza	4	0,095	0,38
Guinda	Unidad	1	0,035	0,04
			Subtotal	1,36
			5% otros	0,07
			Costo	1,43
			Costo Porc.	1,43
			Costo Venta	35%
			P/Servicio	4.09

Elaborado por: Marcela Herembás

MENÚ

NOMBRE DEL PLATO: PECHUGAS POLLO CON GLASS DE CURRY, SOPA DE MENESTRA Y JUGO DE LIMÓN				
GRUPO DE ALIMENTO: MENÚ				
# DE PORCIONES	8			
INGREDIENTE	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES DE MEDIDA	COSTO POR UNID MEDIDA	COSTO POR CANT REQUERIDA
PECHUGAS POLLO CON GLASS DE CURRY				
HARINA BLANCA	75	GR	0,0005	0,0390
SAL	10	ML	0,0004	0,0035
PIMIENTA BLANCA	5	ML	0,0280	0,1400
PECHUGA DE POLLO	550	GR	0,0018	0,9625
MANTEQUILLA	45	ML	0,0060	0,2700
ACEITE DE OLIVA	45	ML	0,0086	0,3879
CEBOLLA PERLA	70	GR	0,0007	0,0504
CURRY EN POLVO	7	ML	0,0240	0,1680
CALDO POLLO	250	ML	0,0059	1,4825
MERMELADA DE NARANJA	125	ML	0,0040	0,5000
SALSA DE TOMATE	30	ML	0,0018	0,0545
JUGO DE LIMON	15	ML	0,0044	0,0656
SOPA DE LENTEJA				
ZANAHORIA	40	GR	0,0007	0,0280
SAL	5	GR	0,0004	0,0018
PAPA CHOLA	70	GR	0,0004	0,0300
CEBOLLA PERLA	10	GR	0,0007	0,0072
PEREGIL	10	GR	0,0020	0,0200
QUESO	60	GR	0,0051	0,3067
LENTEJA	88	GR	0,0058	0,5084
JUGO DE LIMON				
LIMON MEYER	10	UNIDAD	0,3500	3,5000
AGUA	5	LT	0,2200	1,1000
AZUCAR BLANCA	35	GR	0,0005	0,0165
			SUB TOTAL	9,6422
			% CONDIMENTO	
			COSTO TOTAL	9,6422
			COSTO PORC.	1,21
			COSTO VENTA	35%
			P/SERVICIO	3.50

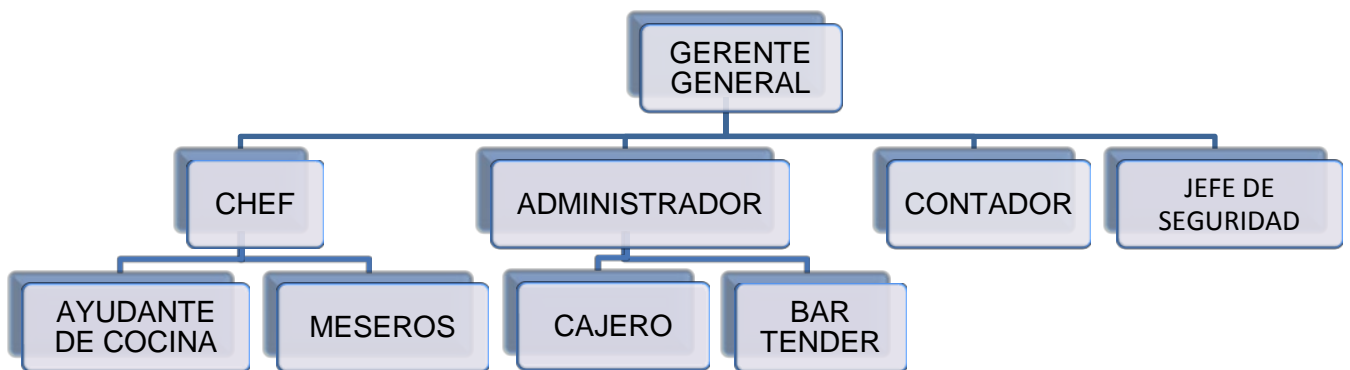
Elaborado por: Marcela Herembás

CAPÍTULO V

5.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfico N° 24



Elaborado por: Marcela Herembás

Fuente: Taller en Curso

5.2.- FUNCIONES DEL PERSONAL OPERATIVO

5.2.1.- ADMINISTRADOR

Perfil Profesional

- Graduado de las carreras de Administración Hotelera, Turismo o Administración de Empresas.
- Manejo de presupuestos operativos.
- Sólidas habilidades de liderazgo y comunicación.
- Orientado a resultados y a la acción.
- Buena presencia.
- Buen manejo del idioma inglés.
- Conocimientos y habilidades de las técnicas, métodos y procedimientos gerenciales y administrativos.

Funciones y Responsabilidades

- Capacidad para diseñar e implementar sistemas de información administrativa y financiera en la empresa, a través de procesos manuales, mecánicos y automatizados (computacionales).
- Capacidad para evaluar sistemas de información financiera y de otras informaciones de la empresa, así como para juzgar en cuanto a la eficiencia y la eficacia (efectividad) de los procedimientos empleados en el manejo de los recursos.
- Capacidad para proyectar en términos de resultados financieros y sociales, los planes, proyectos y operaciones de la empresa, incluyendo la evaluación de costos y beneficios comerciales, sociales y distributivos.

- Habilidad para seleccionar, diseñar e implementar políticas, programas, y proyectos, incluyendo el análisis de recursos físicos, humanos, administrativos y financieros necesarios para su puesta en ejecución.
- Aptitud para ordenar y disponer los recursos humanos, materiales, financieros y técnicos de la empresa de manera racional y efectiva.
- Habilidad para evaluar estudios de la factibilidad política y comercial, así como para establecer las estrategias de desarrollo de la empresa, a corto y a largo plazo.

5.2.2.- CONTADOR

Perfil Profesional

- Título de Contador CPA
- Conocimientos sólidos de NIFS
- Experiencia de 1 a 3 años en cargos similares
- Buena presencia
- Capacidad de trabajo bajo presión

Funciones

- Realizar todo el proceso contable de la empresa
- Trabajar conjuntamente con el Administrador
- Declaración de Impuestos
- Realización de Informes de Ingresos y Egresos mensuales

5.2.3.- CAJERO

Perfil Profesional

- Título de bachiller
- Conocimientos de computación

- Buena presencia
- Capacidad para trabajo en equipo y atención especializada al cliente.
- Persona responsable, rápida y dinámica.

Funciones y Responsabilidades

- Cobrar los artículos que el cliente adquiera en el local
- Notificar al administrador diariamente el stock existente
- Reportar datos contables
- Notificar al administrador cualquier novedad
- Velar por la integridad de todos los elementos que se encuentran en la tienda.

5.2.4.- BAR TENDER

Perfil Profesional

- Estudios medios en Hotelería y Turismo o carreras afines
- Edad entre 21 y 26 años
- Buena presencia

Funciones y Responsabilidades

- Elabora la requisición de bebidas periódicamente
- Encargado de llevar el inventario de los licores
- Revisar que su lugar de trabajo esté listo antes de la operación
- Realizar el conteo físico de la bodega semanalmente.
- Preparará y servirá las bebidas a los clientes.

5.2.5.- JEFE DE COCINA

Perfil Profesional

- Título de tercer nivel de Gastronomía
- Edad de 30 a 35 años
- Disponibilidad de tiempo completo
- Experiencia mínima de 3 años en puestos similares.

Funciones y Responsabilidades

- Supervisar y elaborar los platos del menú.
- Manejar el personal de cocina
- Controlar la producción en base a recetas estándar.
- Control de calidad de los platos
- Verificar ingreso de materia prima

5.2.6.- AYUDANTE DE COCINA

Perfil Profesional

- Título en gastronomía o certificación de instrucción formal que acredite conocimientos y habilidades asociadas al perfil.
- Edad de entre 23 a 35 años.
- Experiencia mínima de 2 años en las funciones definidas.
- Disponibilidad de tiempo.

Funciones y Responsabilidades

- Preparar el mise en place.
- Elaborar los platos.

- Higienizar la materia prima de su preparación.
- Preparar la comida del personal.
- Almacenar correctamente la materia prima.
- Limpieza del área de trabajo.

5.2.7.- MESERO

Perfil Profesional

- Título de bachiller o estudiante de Hotelería.
- Conocimiento de atención al cliente.
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

Funciones y Responsabilidades

- Tomar la comanda.
- Montar mesas
- Servir los platos de manera correcta
- Desmontar mesas.
- Limpiar y pulir el menaje.
- Limpieza del área de trabajo, incluyendo los servicios higiénicos.
- Ofrecer el cliente la sugerencia del Jefe de cocina.

5.2.8.- GUARDIA DE SEGURIDAD

Perfil Profesional

- Título de Bachiller
- Buena presencia
- Persona responsable, rápida y dinámica.
- Flexibilidad de horarios.

- Comunicativo, agilidad, atento, seguridad. Disciplinado, agudeza visual, buen estado físico.

Funciones y Responsabilidades

- Encargado de brindar seguridad tanto a los clientes como al personal que trabaja en el restaurante.
- Controlar el ingreso del personal al restaurante.
- Restringir el ingreso de personas sospechosas.
- Revisar las áreas vulnerables del restaurante.
- Realizar informes de novedades.
- Vigilar y cuidar los vehículos del parqueadero.

5.3.- MARCO LEGAL

En la etapa de nacimiento de un establecimiento, en este caso de expendio de alimentos y bebidas, además de realizar los planes para la supervivencia del negocio se debe tomar en cuenta un aspecto primordial para poner en marcha el funcionamiento del mismo, la base legal es decir, el contar con los requisitos que la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito exige:

5.3.1.- REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)(www.sri.gov.ec)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Los requisitos para obtener el RUC

- Original y copia de la cedula de identidad o de ciudadanía
- Original y copia a color del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente

- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
 - Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Comprobante del pago de impuesto predial al año actual o del año inmediatamente anterior.
 - Copia del contrato de compra venta
 - Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de él, se presentara como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de cedula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

5.3.2.- PATENTE MUNICIPAL (Municipales, 15)

La patente es un impuesto que deberá ser pagado por todos los comerciales o industriales que operen dentro del Distrito Metropolitano de Quito, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Para su obtención los sujetos pasivos deberían inscribirse en el registro correspondiente de la Dirección Financiera Tributaria y pagar el impuesto de patente, de acuerdo a las normas de la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

Estos son los requisitos:

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia.
- RUC original y copia
- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia e carta de pago del impuesto predial del año en curso

- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (Para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)

5.3.3.- PERMISO DE LA INTENDENCIA DE POLICÍA(Intendencia de Policia Artículo 3 del Decreto Supremo 3310-B, 1979)

Los locales donde se prestan servicio de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes , los restaurantes o en general, lugares donde consuman alimentos o bebidas alcohólicas, y que están sujetos al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las intendencias Generales de policía de cada provincia

Los requerimientos son:

- RUC SRI
- Patente Municipal
- Copia de Cedula
- Permiso de Uso de Suelo
- Permiso de Cuerpo de Bombas

5.3.4.- PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS(Quito)

Es un permiso que otorga el benemérito cuerpo de bomberos del cantón respectivo, en este se inspecciona si es seguro el funcionamiento del lugar para las personas, además y dependiendo del lugar se inspeccionan salidas de emergencia, existencia de extintores, cableado eléctrico entre otras cosas.

Los requerimientos son:

- Formulario de solicitud de inspección
- Informe favorable de Inspección
- Copia de Patente Municipal

5.3.5.- CERTIFICADO DE DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTORES DE LAS OBRAS(Intelectual, 1988)

Este certificado se lo otorga la Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador (SAYCE).

Es un impuesto que se cobra anualmente, el mismo que es destinado a brindar el apoyo a los artistas del país. El único requisito es el RUC.

5.3.6.- RESULTADO DE BÚSQUEDA FONÉTICA

Este trámite se lo realiza en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

Los requisitos son los siguientes:

- Formulario de búsqueda fonética. Este formulario debe contar con una firma y número de matrícula de patrocinio de un abogado.
- Comprobante de pago por concepto de búsqueda fonética.

5.3.7.- INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA(Ecuador)

Se los realiza en la Administración Zonal del establecimiento.

Los requisitos a cumplir son los siguientes:

- Formulario de solicitud para obtener el IRM.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial.

5.3.8.-REGISTRO DEFINITIVO Y LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LUAF).

El trámite se lo puede realizar en la Corporación Metropolitana de Turismo, en la Administración Zona Norte o en las Oficinas del CAPTUR.

Los requisitos son los siguientes:

- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- Registro Provisional de la CTM.
- Certificado de la búsqueda fonética del IEPI.
- Comprobante de Pago de la Patente Municipal.
- Comprobante de Pago de la Tasa de Turismo

5.3.9.- PERMISO DE USO DE SUELO

Se obtiene en la respectiva Administración Zonal.

Los requisitos para este trámite son los siguientes:

- Formulario de solicitud de compatibilidad de uso de suelo y formulario de solicitud del título de crédito de tasas y servicios administrativos.
- Comprobante de pago por tasa de servicios administrativos.
- Original y copia de la Patente Municipal del año en curso o RUC
- Informe de Regulación Metropolitana.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal del establecimiento.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.

5.3.10.- PERMISOS SANITARIOS DE FUNCIONAMIENTO

Este permiso lo otorga la Dirección de Salud de Pichincha. El requisito es la Plantilla de Inspección, que es un informe favorable que entrega el inspector del centro de salud más cercano al establecimiento una vez realizada la inspección.

Para que el inspector pueda realizar la visita se debe presentar una carpeta que contenga los siguientes documentos:

- Solicitud de Inspección.
- Certificado de registro definitivo y LUAF.
- Copias de carnés de salud ocupacional.
- Original y copia de cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC.
- Copia del certificado del CBQ.

5.3.11.- REGISTRO DEL MEDIO AMBIENTE

Este certificado lo otorga la Dirección Metropolitana Ambiental. Para la obtención del mismo es necesario comunicarse con la Dirección Metropolitana Ambiental y solicitar información para el trámite.

5.3.12.- CERTIFICADO DE REGISTRO PROVISIONAL DE LA CORPORACIÓN METROPOLITANA DE TURISMO

Este trámite se lo puede realizar en la Corporación Metropolitana de Turismo, en la Administración Zona Norte o en las oficinas de CAPTUR.

Los requisitos generales son los siguientes:

- Formulario de solicitud de inscripción.

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital de reforma de estatutos, en caso de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil.
- Copia del RUC.
- Patente Municipal.
- Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil.
- Comprobante de pago de la tasa de registro y del uno por mil.

Además, para los establecimientos de Alimentos y Bebidas existen los siguientes requisitos adicionales:

- Copia de la cedula de ciudadanía y de la papeleta de votación del propietario o del representante legal.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres, y equipos, firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal sobre los valores declarados.

5.3.13.- TASA DE TURISMO

Este trámite se lo debe realizar en la Corporación Metropolitana de Turismo. El único requisito es la copia del registro provisional de la CTM.

5.3.14.- PERMISO PARA LA INSTALACION DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Este permiso lo otorga el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Los requisitos para el mismo son los siguientes:

- Copia de patente municipal actualizada.
- Original y copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.

- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica
- Copia del pago del impuesto predial
- Autorización escrita del dueño del inmueble, notariada con reconocimiento de firmas
- Informe de Regulación Metropolitana IRM
- Informe de compatibilidad de Uso de Suelo
- Fotografía actual de la fachada del inmueble y croquis
- Comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior

CAPITULO VI

6.- ESTUDIO FINANCIERO

6.1.- OBJETIVOS

6.1.1.- OBJETIVO GENERAL

Determinar el monto a invertir necesarios para la realización del proyecto.

6.1.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar estados financieros
- Determinar costos y gastos
- Establecer la inversión total del proyecto
- Realizar la evaluación de la rentabilidad del proyecto

6.2.- PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Es el monto requerido para enfrentar todos los gastos del proyecto.

Cuadro Nº 30

INVERSIÓN TOTAL	
Inversión inicial en Activos	\$ 139.315,95
Gastos de Iniciación	\$ 2.430,00
Otros Gastos	\$ 11.378,73
INVERSIÓN TOTAL ANUAL	\$ 153.124,68

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.- ACTIVOS FIJOS

Cuadro Nº 31

ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Maquinaria y equipos	\$ 15.505,95
Equipos de Oficina	\$ 569,00
Muebles de Oficina	\$ 8.741,00
Equipo de Computo	\$ 1.500,00
Infraestructura	\$ 113.000,00
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 139.315,95

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.1.- INFRAESTRUCTURA

Cuadro Nº 32

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
INFRAESTRUCTURA			
Terreno	300m2	93,33	\$ 28.000,00
Diseño	177m2		\$ 85.000,00
Área de mesas	110m2		
Bodega	16m2		
Cocina	28m2		
caja/ barra	15m2		
Oficina	8m2		
Caseta para Reciclaje - Parqueadero	123m2		
TOTAL INFRAESTRUCTURA			\$ 113.000,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.2.- EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro Nº 33

EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono Panasonic Inalámbrico Kx-tg1311	2	35,00	\$ 70,00
Caja Registradora Uniwell Nx-5400	1	499,00	\$ 499,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 569,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.3.- MAQUINARIA Y EQUIPOS

Cuadro Nº 34

MAQUINARIA Y EQUIPO DE COCINA			
Asadores de carnes (Acero inoxidable). Alto: 90cm. Ancho: 150cm. Profundidad: 60cm. Espesor de la plancha: 0.9mm	2	376,00	\$ 752,00
Bandejas para patio de comidas (60cm x 40cm)	10	15,00	\$ 150,00
Batidora Black & Decker MX900	2	72,50	\$ 145,00
Cafetería West Bend de 55 tazas	1	220,00	\$ 220,00
Campanas de cocina. (Fabricado en plancha de acero inoxidable brillante de 1,2mm de espesor con extractor a 110V)	2	380,00	\$ 760,00
Cocinas industriales de 6 quemadores, plancha, gratinador, horno	2	1335,00	\$ 2.670,00
Congeladores Fairgold	1	780,00	\$ 780,00
Encimeras 200cm*80cm	2	400,00	\$ 800,00
Equipos baños clientes: Franz Viegner: Inodoro, grifería	4	350,00	\$ 1.400,00
Estanterías de madera: 150cm x 40cm x 193cm	1	210,00	\$ 210,00
Extractor de olores para pared (acero inoxidable)	5	80,00	\$ 400,00
Fregaderos de acero inoxidable.	2	200,00	\$ 400,00
Freidora plancha y parrilla	1	450,00	\$ 450,00
Horno semi-industrial 2 latas acero inoxidable	1	250,00	\$ 250,00
Juego de muebles	1	877,00	\$ 877,00
Lavaplatos de acero inoxidable	2	320,00	\$ 640,00
Licuada Electrolux PSB12	1	109,00	\$ 109,00
Licuada 18V B&D BLC18750DMB	1	72,95	\$ 72,95
Máquina peladora de frutas	1	180,00	\$ 180,00
Ollas: Perol de aluminio. Modelo: Chef	2	200,00	\$ 400,00
Caldero de acero inoxidable 18cm tapa de vidrio	2	115,00	\$ 230,00
Caldero de aluminio resistente	2	280,00	\$ 560,00
Paila aluminio	2	250,00	\$ 500,00
Sarténes chef	5	120,00	\$ 600,00
Contenedores de plástico para reciclaje de residuos	6	150,00	\$ 900,00
Trampa de grasa de 96lt	3	350,00	\$ 1.050,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 15.505,95

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.4.- MUEBLES DE OFICINA

Cuadro Nº 35

MUEBLES DE OFICINA Y ENSERES			
Archivador (4 compartimentos) con riel	2	180,00	\$ 360,00
Escritorio (madera) Alto: 82cm. Ancho: 120cm. Profundidad: 65cm.	2	150,00	\$ 300,00
Silla giratoria gerencial	2	89,00	\$ 178,00
Armarios para el personal. Alto: 180cm. Ancho: 100cm. Fondo: 40cm. 6, 4 y 2 puertas.	14	150,00	\$ 2.100,00
Mesas de madera para 4 pax	13	300,00	\$ 3.900,00
Mesas de madera para 2pax	5	120,00	\$ 600,00
Sillas de madera para barra	5	25,00	\$ 125,00
Sillas de madera	62	19,00	\$ 1.178,00
TOTAL MUEBLES DE OFICINA			\$ 8.741,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.5.- EQUIPOS DE CÓMPUTO

Cuadro Nº 36

EQUIPOS DE CÓMPUTO			
Computadora portátil HP NC6230 (línea corporativa)	3	400,00	\$ 1.200,00
Impresora HP Photosmart Plus B210a Wireless	2	150,00	\$ 300,00
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO			\$ 1.500,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.6.- UTENSILIOS DE COCINA

Cuadro Nº 37

UTENSILIOS DE COCINA			
Salad Chef	1	89,00	\$ 89,00
Cuchillos Chef Smart 20PZ Oster	2	63,50	\$ 127,00
Juego de cuchillos profesionales multiusos 24 unid. oster	2	380,00	\$ 760,00
Espátulas 6 piezas de acero inoxidable	2	52,00	\$ 104,00
Recipientes 20 PZ Polines	3	19,00	\$ 57,00
Tabla para picar	5	25,00	\$ 125,00
Rallador	2	2,00	\$ 4,00
Cernidor de metal	2	4,00	\$ 8,00
Bowl	6	6,00	\$ 36,00
Juego de cucharones	2	24,00	\$ 48,00
Tenedor para plancha	2	5,00	\$ 10,00
Pinzas para plancha	2	5,00	\$ 10,00
cuchillo mondador	2	16,00	\$ 32,00
Afilador	2	20,00	\$ 40,00
Tijeras	2	5,00	\$ 10,00
Espumador	2	8,00	\$ 16,00
Espatulas	2	14,00	\$ 28,00
Salseras	5	4,00	\$ 20,00
Olla de presión	1	65,00	\$ 65,00
TOTAL UTENSILLOS DE COCINA			\$ 1.589,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.7.- MENAJE, CUBERTERÍA Y CRISTALERÍA

Cuadro Nº 38

MENAJE			
VAJILLA			
Plato tendido	100	1,70	\$ 170,00
Plato sopero	100	1,45	\$ 145,00
Plato postre	120	1,17	\$ 140,40
Plato para café	50	1,12	\$ 56,00
Taza para café	50	1,10	\$ 55,00
CUBERTERÍA			
Cucharita para café	65	0,60	\$ 39,00
Cuchara para postre	130	0,45	\$ 58,50
Cuchara para sopa	110	0,80	\$ 88,00
Cuchillo trincherero	110	0,90	\$ 99,00
Tenedor trincherero	110	0,90	\$ 99,00
CRISTALERÍA			
Vaso 12 onz	100	0,65	\$ 65,00
Copa para vino tinto	40	1,50	\$ 60,00
Copa para vino blanco	40	1,50	\$ 60,00
Vaso 16 onz	400	0,85	\$ 340,00
Jarra de cristal	10	2,50	\$ 25,00
Copa coctel	15	1,12	\$ 16,80
Copa para bajativo	15	1,20	\$ 18,00
TOTAL MENAJA DE COCINA			\$ 1.534,70

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.8.- UTENSILIOS DE SERVICIO

Cuadro Nº 39

UTENSILIOS DE SERVICIO			
Azucarera	5	8,00	\$ 40,00
Charoles de Servicio	8	12,00	\$ 96,00
Saleros	23	1,00	\$ 23,00
Pimenteros	23	1,00	\$ 23,00
Salseros	46	2,00	\$ 92,00
TOTAL UTENSILLO DE SERVICIO			\$ 274,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.9.- OTROS EQUIPOS

Cuadro Nº 40

OTROS EQUIPOS			
Climatizador Electrolux ECDA07P4MUJ	3	199,01	\$ 597,03
Consola de Audio	1	200,00	\$ 200,00
Parlantes amplificadores W. Titán	4	350,00	\$ 1.400,00
DVD	2	190,00	\$ 380,00
Televisor Samsung LED 32'	3	694,00	\$ 2.082,00
TOTAL OTROS EQUIPOS			\$ 4.659,03

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.10.- UNIFORME DEL PERSONAL Y MANTELERÍA

Cuadro Nº 41

UNIFORME DEL PERSONAL Y MANTELERIA			
Camisa	8	12,00	\$ 96,00
Pantalón	8	15,00	\$ 120,00
Blusa	6	10,00	\$ 60,00
Falda	6	13,00	\$ 78,00
Corbata	14	2,00	\$ 28,00
Delantal negro	20	3,00	\$ 60,00
Chaqueta para chef	6	24,00	\$ 144,00
Pantalón para chef	6	15,00	\$ 90,00
Toca	6	3,50	\$ 21,00
Servilletas de tela	300	1,75	\$ 525,00
Manteles de tela	63	25,00	\$ 1.575,00
TOTAL UNIFORME DEL PERSONAL Y MANTELERÍA			\$ 2.797,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.1.11.- OTROS

Cuadro Nº 42

OTROS			
Gas industrial	2	60,00	\$ 120,00
Botiquín primeros auxilios	1	19,00	\$ 19,00
Extintor	3	80,00	\$ 240,00
Alarma de evacuación	1	50,00	\$ 50,00
Rótulos para baño de H y M	2	14,00	\$ 28,00
Rótulo de salida de emergencia	2	10,00	\$ 20,00
Rótulos para áreas	4	12,00	\$ 48,00
TOTAL OTROS.			\$ 525,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.2.- GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Cuadro Nº 43

GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Constitución Compañía			\$ 1.650,00
- Honorarios abogado	2,500,00		
- Escritura de Constitución	800		
- Permisos Municipales	480		
- Superintendencia de Compañías	370		
Gastos de puesta en marcha			\$ 780,00
- Permiso Sanitario	320		
- Estudio de factibilidad	2,000,00		
- Afiliación Cámara de Comercio	80		
- Permiso Ministerio de Turismo	300		
- Pago SAYCE	80		
- Uniformes	4,500,00		
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN			\$ 2.430,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.3.- SUELDOS

Cuadro Nº 44

MANO DE OBRA DIRECTA			
PUESTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL C/U	SUELDO TOTAL
Mesero	7	400,00	\$ 2.800,00
jefe de cocina	1	500,00	\$ 500,00
cocinero	2	400,00	\$ 800,00
TOTAL M.O.D.			\$ 4.100,00
TOTAL M.O.D Anual			\$ 49.200,00

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 45

MANO DE OBRA INDIRECTA			
PUESTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL C/U	SUELDO TOTAL
Guardia	1	400,00	\$ 400,00
Contador	1	600,00	\$ 600,00
administrador	1	700,00	\$ 700,00
TOTAL M.O.I.			\$ 1.700,00
TOTAL M.O.I Anual			\$ 20.400,00

Elaborado por: Marcela Herembás

Cuadro Nº 46

ROL DE PAGOS

N.-	Nombre	Ocupación	S.B.U.	HORAS EXTRAS					Comisiones	TOTAL GANADO	DESCUENTOS			Liquido a Recibir	Recibí Conforme	
				N.-	50%	N.-	100%	Total Horas Extras			Aport Ind. 9,35%	Ipto. Rta	Otros			TOTAL DESCUENTOS
1	AGUAS VIZUETE LUZMILA	Mesero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
2	AGUIRRE RECALDE FERNANDO	Jefe de Cocina	500,00	-	-	-	-	-	-	500,00	46,75	-	-	46,75	453,25	
3	ARROYO CRIOLLO CARLOS	Mesero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
4	BARRIGA PALACIOS WILSON FERNANDO	Cocinero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
5	CALVACHE CRUZ CESAR GUILLERMO	Mesero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
6	CUAYCAL ERAZO ARMANDO RODRIGO	Cocinero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
7	LLAMUCA PASHMAY EDGAR MANUEL	Guardia	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
8	LOPEZ MONTIEL ISAIAS MISAEL	Mesero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
9	MORENO HEREDIA CHRISTIAN DAVID	Contador	600,00	-	-	-	-	-	-	600,00	56,10	-	-	56,10	543,90	
10	QUILLUPANGUI COLA CARLOS JAIME	Mesero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
11	VALDES JARDINES DULCE	Mesero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
12	VITERI GORDON GRACIELA ELIZABETH	Administrador	700,00	-	-	-	-	-	-	700,00	65,45	-	-	65,45	634,55	
13	ZAMBRANO SALGADO FRANKLIN ROBERTO	Mesero	400,00	-	-	-	-	-	-	400,00	37,40	-	-	37,40	362,60	
	TOTALES		5800,00	-	-	-	-	-	-	5800,00	542,30	-	-	542,30	5257,70	

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.4.- GASTOS GENERALES

Cuadro Nº 47

GASTOS GENERALES	
Luz	\$ 130,00
Agua	\$ 100,00
Teléfono	\$ 100,00
Internet	\$ 40,00
Total gastos generales	\$ 370,00
TOTAL G.G.ANUAL	\$ 4440

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.5.- PUBLICIDAD

Cuadro Nº 48

PRESUPUESTO MKT ANUAL	
Revista	2.400,00
Pagina web y Redes Sociales	3.500,00
Radio	3.000,00
Cortesías, Descuentos y Promociones	8.000,00
TOTAL	16.900,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.6.- SUMINISTROS DE OFICINA

Cuadro Nº 49

SUMINISTROS DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	V. Unitario	V.Total
Ø Bloc de 100 facturas	10	24,00	\$ 240,00
Ø Bloc de 100 comandas	5	8,00	\$ 40,00
Ø Calculadora	2	12,00	\$ 24,00
Ø Caja de bolígrafos	4	10,00	\$ 40,00
Ø Resma de papel bond A4	20	4,00	\$ 80,00
Papel Continuo	4	12,00	\$ 48,00
Ø Perforadora mediana	1	5,00	\$ 5,00
Ø Grapadora grande	2	10,00	\$ 20,00
Ø Caja grapas 5000 unid	1	5,00	\$ 5,00
Ø Lápices	100	0,30	\$ 30,00
Ø Reloj de pared	3	23,00	\$ 69,00
Ø Carpetas archivadoras	20	4,00	\$ 80,00
Ø Caja de clips	10	1,00	\$ 10,00
Ø Tinta para impresora	2	17,00	\$ 34,00
		Total	\$ 725,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.2.7.- SUMINISTROS DE LIMPIEZA

Cuadro Nº 50

SUMINISTROS DE LIMPIEZA	CANTIDAD	V. Unitario	V.Total
Trapeador	8	5,00	\$ 40,00
Escoba	8	3,00	\$ 24,00
Pala	4	7,00	\$ 28,00
Desinfectante	20	8,00	\$ 160,00
Cepillo para inodoros	8	4,00	\$ 32,00
Cloro	20	8,00	\$ 160,00
Paq. Fundas de basura grande	60	1,70	\$ 102,00
Papel higiénico industrial	45	5,00	\$ 225,00
Tarro de basura grandes	8	19,00	\$ 152,00
Tarro de basura pequeños	6	8,00	\$ 48,00
Jabón liquido para baños	10	4,00	\$ 40,00
Toallas desechables	10	3,00	\$ 30,00
Limpiadores	20	9,00	\$ 180,00
Guantes de limpieza	25	2,00	\$ 50,00
Limpiones	40	3,00	\$ 120,00
Limpia vajillas	20	7,00	\$ 140,00
Ambiental	35	4,50	\$ 157,50
Paquete de fósforos	100	1,80	\$ 180,00
Lustre	15	1,10	\$ 16,50
		Total	\$ 1.885,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.3.- ACCIONISTAS

Cuadro Nº 51

ACCIONISTAS		
ACCIONISTAS	PARTICIPACIONES	MONTO
Sr. Gilberto Herembás	25%	\$ 50.000,00
Sr. Henry Herembás	25%	\$ 50.000,00
Sr. Santiago Guzmán	25%	\$ 50.000,00
Sra. Marcela Herembás	25%	\$ 50.000,00
TOTAL	100%	\$ 200.000,00

Elaborado por: Marcela Herembás

6.4.- DEPRECIACIÓN

Cuadro Nº 52

DEPRECIACIONES			
	VALOR	AÑOS UTIL	V DEPRECIACIÓN
TOTAL INFRAESTRUCTURA	85.000,00	20 AÑOS	4.250,00
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO	1.500,00	3 AÑOS	500,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA	569,00	10 AÑOS	56,90
TOTAL MUEBLES DE OFICINA	8.741,00	10 AÑOS	874,10
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	15.505,95	10 AÑOS	1.550,60
		TOTAL	7.231,60

Elaborado por: Marcela Herembas

6.5.- DATOS INICIALES DE CLIENTES

Cuadro Nº 53

CAPACIDAD MÁXIMA DEL RESTAURANTE	
Mesas	23
Sillas	67
# Días laborables al mes	20 (5 días a la semana)
Horario (12h00 – 15h00)	
# de horas	3,00
# Potenciales clientes (diario)	95
# Potenciales clientes (al mes)	2.853
# Potenciales clientes (al año)	34.237
Horario (17h01 – 21h)	
# de horas	4,00
# Potenciales clientes (diario)	48
# Potenciales clientes (al mes)	1.427
# Potenciales clientes (al año)	17.119

Elaborado por: Marcela Herembás

La rotación se establece en base al promedio de la rotación de la competencia, 2,80 y también se tomó en consideración la rotación de los restaurantes de la ciudad de Quito, debido a que la rotación de la competencia era muy alta por encontrarse dentro del aeropuerto y por tener poca capacidad. Por ende se considera de 1,4 de rotación.

Rotación	1,40
Puestos	67,00
Días	365,00
Número de Clientes	34237

$$\text{Rotación} = \frac{\text{Número de Clientes}}{\text{Número de puestos} * \text{días}}$$

$$1,40 = \frac{\text{Número de Clientes}}{67 * 365}$$

$$\text{Número de Clientes} = 1,40 * 67 * 365$$

$$\text{Número de Clientes} = 34237$$

6.5.1.- PRESUPUESTOS DE INGRESOS

Cuadro Nº 54

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Descripción	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESO TOTAL					
Horario (12h00-15h00)					
INGRESO TOTAL	283.785,44	341.497,35	411.140,45	495.201,48	596.687,47
Ingreso menú	\$ 98.220,90	\$ 118.847,29	\$ 143.805,22	\$ 174.004,32	\$ 210.545,23
Precio promedio del menú	\$ 2,87	\$ 3,16	\$ 3,47	\$ 3,82	\$ 4,20
# Clientes potenciales	34.237	37.661	41.427	45.569	50.126
Horario (desde 17h01-21:00)					
Ingreso menú	\$ 168.446,04	\$ 203.819,71	\$ 246.621,85	\$ 298.412,44	\$ 361.079,05
# clientes potenciales	17.119	18.830	20.713	22.785	25.063
Precio promedio (Plato)	9,84	10,824	11,9064	13,09704	14,406744
Bebida	17118,5	18830,35	20713,385	22784,7235	25063,19585

Elaborado por: Marcela Herembás

**6.5.2.- PRESUPUESTOS DE EGRESOS DE MATERIA PRIMA Y
MANO DE OBRA**

Cuadro Nº 55

PRESUPUESTO DE EGRESOS DE MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA					
Descripción	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTO TOTAL	139.173,41	167.458,30	201.588,88	242.783,30	292.514,64
Horario (12h00-15h00)					
Costo menú 1	\$ 51.355,50	\$ 62.140,16	\$ 75.189,59	\$ 90.979,40	\$ 110.085,08
Costo promedio del menú	\$ 1,50	\$ 1,65	\$ 1,82	\$ 2,00	\$ 2,20
# Clientes potenciales	34.237	37.661	41.427	45.569	50.126
Horario (desde 17h01-19:00)					
Costo Plato Fuerte	\$ 79.258,66	\$ 95.902,97	\$ 116.042,60	\$ 140.411,54	\$ 169.897,97
# clientes potenciales	17.119	18.830	20.713	22.785	25.063
Costo promedio (Plato)	\$ 4,63	\$ 5,09	\$ 5,60	\$ 6,16	\$ 6,78
Bebida	\$ 8.559,25	\$ 9.415,18	\$ 10.356,69	\$ 11.392,36	\$ 12.531,60

Elaborado por: Marcela Herembás

6.6.- PRESUPUESTOS DE EGRESOS

Cuadro Nº 56

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	1	2	3	4	5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	139.173,41	167.458,30	201.588,88	242.783,30	292.514,64
Materia prima	88.088,41	111.264,80	139.776,03	174.789,17	217.721,09
Sueldos y salarios (Personal operativo)	49.200,00	54.120,00	59.532,00	65.485,20	72.033,72
Suministros de limpieza	1.885,00	2.073,50	2.280,85	2.508,94	2.759,83
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	53.266,60	58.593,26	64.452,59	70.897,84	77.987,63
Sueldos y salarios (Personal Administrativo)	20.400,00	22.440,00	24.684,00	27.152,40	29.867,64
Servicios básicos	4.440,00	4.884,00	5.372,40	5.909,64	6.500,60
Suministros de oficina	725,00	797,50	877,25	964,98	1.061,47
Depreciación	7.231,60	7.954,76	8.750,24	9.625,26	10.587,79
Publicidad	16.900,00	18.590,00	20.449,00	22.493,90	24.743,29
Mantenimiento	3.250,00	3.575,00	3.932,50	4.325,75	4.758,33
Imprevistos	320,00	352,00	387,20	425,92	468,51
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses pagados	-				
Servicios de la deuda	-				
Inversiones	-				
Total Egresos	291.666,80	319.681,48	350.497,63	384.395,39	421.682,93
PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	1	2	3	4	5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	139.173,41	152.234,82	166.602,38	182.406,69	199.791,43
Materia prima	88.088,41	96.041,32	104.789,53	114.412,56	124.997,89
Sueldos y salarios (Personal operativo)	49.200,00	54.120,00	59.532,00	65.485,20	72.033,72
Suministros de limpieza	1.885,00	2.073,50	2.280,85	2.508,94	2.759,83
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	53.266,60	58.593,26	64.452,59	70.897,84	77.987,63
Sueldos y salarios (Personal Administrativo)	20.400,00	22.440,00	24.684,00	27.152,40	29.867,64
Servicios básicos	4.440,00	4.884,00	5.372,40	5.909,64	6.500,60
Suministros de oficina	725,00	797,50	877,25	964,98	1.061,47
Depreciación	7.231,60	7.954,76	8.750,24	9.625,26	10.587,79
Publicidad	16.900,00	18.590,00	20.449,00	22.493,90	24.743,29
Mantenimiento	3.250,00	3.575,00	3.932,50	4.325,75	4.758,33
Imprevistos	320,00	352,00	387,20	425,92	468,51
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses pagados	-				
Servicios de la deuda	-				
Inversiones	-				
Total Egresos	291.666,80	319.681,48	350.497,63	384.395,39	421.682,93

Elaborado por: Marcela Herembás

6.7.- ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Cuadro Nº 57

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales	283.785,44	341.497,35	411.140,45	495.201,48	596.687,47
(-) Costo de Producción y Ventas	139.173,41	167.458,30	201.588,88	242.783,30	292.514,64
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	144.612,04	174.039,05	209.551,58	252.418,17	304.172,83
(-) Gastos Administración y Ventas	53.266,60	58.593,26	64.452,59	70.897,84	77.987,63
Sueldos y salarios	20.400,00	22.440,00	24.684,00	27.152,40	29.867,64
Servicios básicos	4.440,00	4.884,00	5.372,40	5.909,64	6.500,60
Suministros de oficina	725,00	797,50	877,25	964,98	1.061,47
Depreciación	7.231,60	7.954,76	8.750,24	9.625,26	10.587,79
Publicidad	16.900,00	18.590,00	20.449,00	22.493,90	24.743,29
Mantenimiento	3.250,00	3.575,00	3.932,50	4.325,75	4.758,33
Imprevistos	320,00	352,00	387,20	425,92	468,51
UTILIDAD OPERACIONAL	91.345,44	115.445,79	145.098,99	181.520,33	226.185,20
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRAB.	91.345,44	115.445,79	145.098,99	181.520,33	226.185,20
15% Participación trabajadores	13.701,82	17.316,87	21.764,85	27.228,05	33.927,78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	77.643,62	98.128,92	123.334,14	154.292,28	192.257,42
22% Impuesto a la Renta	17.081,60	21.588,36	27.133,51	33.944,30	42.296,63
UTILIDAD NETA	60.562,02	76.540,56	96.200,63	120.347,98	149.960,79

Elaborado por: Marcela Herembás

6.8.- ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.

Cuadro Nº 58

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
SALDO INICIAL	-	46.875,32	54.106,92	62.061,68	70.811,92	80.437,18
A. INGRESOS OPERACIONALES		283.785,44	341.497,35	411.140,45	495.201,48	596.687,47
TOTAL		330.660,76	395.604,27	473.202,13	566.013,39	677.124,64
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Sueldos y Salarios		69.600,00	76.560,00	84.216,00	92.637,60	101.901,36
Servicios básicos		4.440,00	4.884,00	5.372,40	5.909,64	6.500,60
Suministros de oficina		725,00	797,50	877,25	964,98	1.061,47
Imprevistos		320,00	352,00	387,20	425,92	468,51
Suministros de limpieza		1.885,00	2.073,50	2.280,85	2.508,94	2.759,83
Materia prima		88.088,41	111.264,80	139.776,03	174.789,17	217.721,09
Gastos de publicidad		16.900,00	18.590,00	20.449,00	22.493,90	24.743,29
Mantenimiento		3.250,00	3.575,00	3.932,50	4.325,75	4.758,33
TOTAL		185.208,41	218.096,80	257.291,23	304.055,89	359.914,48
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		145.452,36	177.507,47	215.910,91	261.957,50	317.210,16
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Valor por Socios	200.000,00					
TOTAL						
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	153.124,68	91.345,44	115.445,79	145.098,99	181.520,33	226.185,20
Pago de intereses						
Servicio de la deuda						
15% Utilidades participación		13.701,82	17.316,87	21.764,85	27.228,05	33.927,78
22% Impuesto a la Renta		17.081,60	21.588,36	27.133,51	33.944,30	42.296,63
Inversión en Activo Fijo	139.315,95					
Inversión en Otros Gastos Iniciales	13.808,73					
Utilidad a Repartir de Socios		60.562,02	76.540,56	96.200,63	120.347,98	149.960,79
TOTAL EN CAJA BANCOS AL FINAL AÑO	46.875,32	54.106,92	62.061,68	70.811,92	80.437,18	91.024,96

Elaborado por: Marcela Herembás

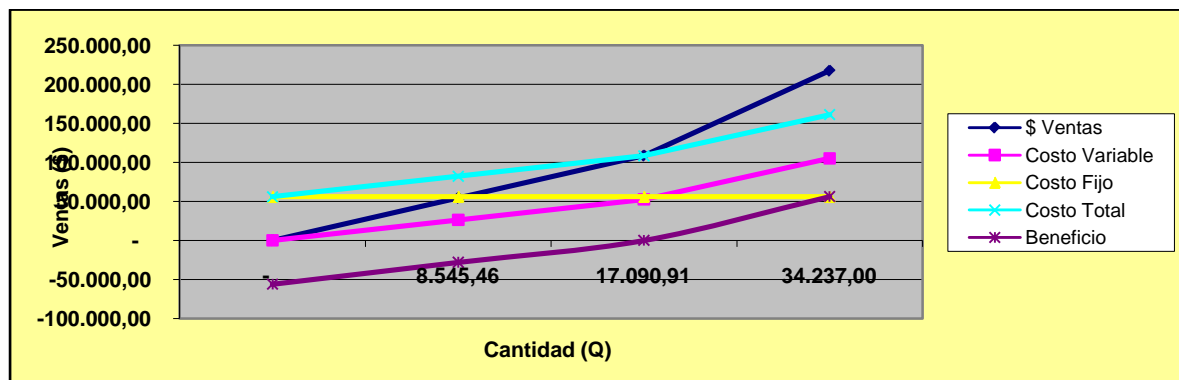
6.9.- PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

Cuadro N° 59

Datos iniciales		
Precio Venta	6	
Coste Unitario	3	
Gastos Fijos		
Mes	56.058	
Pto. Equilibrio	17.091	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	108.527	\$ de Equilibrio

DETALLE	VTAS 0	VTAS 1/2 PE	VTAS PE	VTAS REALES AÑO 2012
Q Ventas	-	8.545,46	17.090,91	34.237,00
\$ Ventas	-	54.263,65	108.527,31	217.404,95
Costo Variable	-	26.234,55	52.469,11	105.107,59
Costo Fijo	56.058,20	56.058,20	56.058,20	56.058,20
Costo Total	56.058,20	82.292,75	108.527,31	161.165,79
Beneficio	56.058,20	28.029,10	-	56.239,16
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 17.091 unidades año				



* Para este caso al vender 17091 unidades se llega al punto de equilibrio, pero luego de haber realizado el estudio correspondiente se ha determinado que el negocio obtendrá un promedio de 34237, lo cual genera beneficios, presentes y futuros los cuales cubren los costos fijos y variables que mantiene el restaurant para su funcionamiento normal.

6.10.- INDICADORES FINANCIEROS

Cuadro Nº 60

FLUJO NETO DE EFECTIVO

Año de operación	Ingresos totales*	Inversiones para el proyecto			Valor de Rescate		Flujo Neto de Efectivo
		Egresos totales	Fija	Diferida	Cap de trab.	Valor Residual	
0	200.000,00	153.124,68	-	-	-	-	46.875,32
1	283.785,44	276.553,84	-	-	-	-	7.231,60
2	341.497,35	333.542,59	-	-	-	-	7.954,76
3	411.140,45	402.390,22	-	-	-	-	8.750,24
4	495.201,48	485.576,22	-	-	-	-	9.625,26
5	596.687,47	586.099,68	-	-	-	-	10.587,79

CALCULO DEL VAN, R/B/C Y TIR CON UNA TASA DE DESCUENTO DEL 10%

Año de operación	Costos totales (\$)	Beneficios totales (\$)	Factor de actualización 10,0%	Costos actualizados (\$)	Beneficios actualizados (\$)	Flujo neto de efectivo act. (\$)
0	153.125	0	1,000	153.124,68	0,00	-153.124,68
1	276.554	483.785	0,909	251.412,58	439.804,95	188.392,36
2	333.543	341.497	0,826	275.655,03	282.229,21	6.574,18
3	402.390	411.140	0,751	302.321,73	308.895,91	6.574,18
4	485.576	495.201	0,683	331.655,09	338.229,27	6.574,18
5	586.100	596.687	0,621	363.921,79	370.495,97	6.574,18
Total	2.237.287	2.328.312		1.678.090,90	1.739.655,31	61.564,41

Elaborado por: Marcela Herembás

VAN (Valor Actual Neto)

Análisis del VAN.-

El VAN mide los flujos futuros de los ingresos y egresos que tendrá el negocio. Este parámetro define si quedará alguna utilidad de descontar la inversión inicial. El proyecto a la fecha genera una utilidad que cumple con las expectativas.

TIR (Taza Interna de Retorno)

Análisis del TIR.-

La Tasa Interna de Retorno genera rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje, en este caso superan el 10% que se espera exista variación ya que genera 45,23% de tasa.

Los indicadores financieros que arroja el proyecto son:

VAN	61.564,41	Se acepta
TIR =	45,23%	Se acepta
B/C =	1,04	Se acepta

CAPÍTULO VII

7.- IMPACTO AMBIENTAL

7.1.- IMPORTANCIA

Impacto ambiental es el “termino que define el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente.”

Hoy en día al hablar de impacto ambiental que el ser humano está causando a nuestro planeta, estamos refiriéndonos el cercano colapso que está a punto de sufrir la tierra por el acceso de contaminación. Este es un tema al que la mayoría de países le otorgan gran importancia debido a los problemas sociales y ecológicos, entre otros, que han ido surgiendo con el paso de los años debido a la destrucción del ecosistema.

Muchas son las campañas y acciones que se realizan para concienciar y promover el cuidado del medio ambiente, ámbito en el cual todas las industrias constituyen una pieza primordial ya que, ha sido las grandes responsables de la destrucción del mundo. Esta es la razón por la cual, se han creado leyes y organismos que, regulan y analizan la magnitud de impactos que estas generan al ecosistema, obligándoles así a proponer medidas preventivas, protectoras y correctoras indispensables para eliminar o disminuir los efectos de la actividad que los ocasionen. Es por este motivo que a nivel empresarial existe gran interés en el área de producción por controlar la eliminación de residuos y uso de la energía, ya que genera disminución de costos y daños ambientales.

La industria hotelera y gastronómica forma parte del problema, pero al igual que los demás se debe buscar la manera de ayudar con la conservación del planeta, por lo que para este proyecto se realizará un plan de manejo ambiental.

7.2.- PLAN DE MANEJO AMBIENTAL (PMA)

El presente Plan de Manejo Ambiental ha sido elaborado con la finalidad de que el Restaurante SKY PALACE, realice sus actividades productivas de tal forma que los impactos ambientales relacionados a su proceso sean preventivos, minimizados y controlados tanto en la fuente como fuera de ella. Además, se propone dar cumplimiento a la Legislación Ambiental Vigente y mejorar la Gestión Ambiental de la empresa.

El Plan de Manejo Ambiental contempla los siguientes programas:

- Programa de Prevención y Reducción de Contaminación Ambiental
- Gestión de compras y almacenamiento
- Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional
- Plan de Contingencia y Emergencias Ambientales

7.2.1.- PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DE CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

Medidas Preventivas de Control y Correctivas

Este plan propone medidas de prevención de la contaminación de carácter general y específico las cuales serán detalladas en las respectivas aéreas del restaurante.

Cocina

En esta área del restaurante se encuentra una gran variedad de electrodomésticos que representan la mayor parte del consumo de energía del establecimiento.

Además, es en esta zona donde se genera más consumo de agua y mayor cantidad de residuos, al ser el lugar de producción y eliminación de restos.

Las medidas preventivas para la reducción en el consumo energético son:

- Evitar que los alimentos que se introduzcan en los refrigeradores estén calientes, ya que el consumo energético se incrementa considerablemente.
- Cerrar correctamente las cámaras frigoríficas para evitar pérdidas al exterior.
- No apagar las cámaras enfriadoras de refrescos y cervezas durante las noches o cuando el establecimiento este cerrado. El gasto de energía eléctrica aumentará en el momento que las vuelva a encender, pues los motores trabajarán al máximo hasta que se alcance de nuevo la temperatura deseada.
- Evitar colocar los aparatos de frío cerca de fuentes de calor, ya que los motores tendrían que funcionar de continuo.
- Limpiar periódicamente las superficies de hornos, fuegos, placas, etc., para evitar que las grasas puedan impedir la transmisión de calor.
- Emplear recipientes y ollas acodes al tamaño del fogón para evitar pérdidas de energía.
- No apagar los tubos fluorescentes en zonas donde se vayan a volver a encender en breve, ya que el mayor consumo energético se produce en el encendido.

Las medidas preventivas para la reducción en el consumo de agua son:

- Utilizar sistemas de grifos de agua. Así, se obtiene las mismas prestaciones con un menor consumo y se consiguen ahorros de hasta un 50%.
- Procurar lavar los alimentos en bandejas.
- Si es necesario lavar a mano, llenar el fregadero con agua y jabón e introducir en los platos que va a lavar.

Las medidas preventivas para la reducción residuos son:

- Ajustar las cantidades de comida servida a los platos si se comprueba que los clientes la dejan regularmente, esto reducirá considerablemente la generación de residuos.
- Ofrecer a los clientes la posibilidad de llevarse a casa la comida que no hayan consumido.
- Utilizar extractor de humos con filtros que eviten los malos olores y la emisión de partículas al exterior. Limpiarlos a menudo.
- Separar en un contenedor específico las botellas y botes de vidrio para q no se mezclen con desechos orgánicos.
- Establecer una división de contenedores para los otros tipos de residuos; se los puede diferenciar por colores de fundas de basura: orgánicos, papel-cartón, envases de plásticos, etc. Si se genera grandes cantidades, se contactará con un gestor ambiental.
- No verter aceite vegetal por el desagüe del fregadero. Se lo guardará en botes evitando posibles derrames y se lo entregará a un gestor ambiental.
- Contactar a organismos o empresas que gestionan residuos. Esto ahorrará costos de gestión.

Comedor

En el comedor, se generan muchos y se producen consumos importantes de recursos energéticos y de agua, sobre todo en la limpieza y el mantenimiento. Las medidas preventivas para la reducción de residuos son:

- Utilizar envases y botes rellenables para los distintos condimentos (saleros, azucareros, botes de mostaza, salsa de tomate, aceite, vinagre, etc.). los envases de vidrio son los más adecuados para la reutilización por su larga duración, y dificultad de deterioro.
- Se regalará platos, vasos y vajilla en general que ya no se use a asociaciones benéficas.

- Utilizar servilletas y manteles de tela. Si se decide usar los de papel, se escogerá en lo posible los fabricados con papel reciclado.
- No se utilizara vajillas desechables.

Baños

Las medidas preventivas para la reducción en el consumo de agua son:

- Se colocara una botella de agua o arena en la cisterna para reducir el volumen de agua gastada o baja la boya para reducir el llenado de la cisterna.
- Se colocaran carteles informativos sobre el correcto uso de estos sistemas.

Mantenimiento

Estos servicios son los que utilizan más productos peligrosos, t5anto para las personas como para el medio ambiente. Además, suelen generar residuos (envases que han contenido sustancias peligrosas, trapos machados, etc.) que bien por sus características o por su peligrosidad, deben ser tratados por empresas autorizadas.

- Al subcontratar estos servicios se informará a las empresas de limpieza y mantenimiento de la puesta en marcha de buenas prácticas por parte de "SKY PALACE" y se darán a conocer los criterios ambientales que en su actividad deben adoptar.
- Se revisarán periódicamente los equipos de refrigeración. Un mantenimiento preventivo optimiza el rendimiento de los equipos.
- Se revisaran periódicamente equipos, enchufes, conexiones, instalaciones eléctricas y de agua para evitar fugas.

Limpieza

La mayor parte de los productos utilizados en limpieza contienen sustancias nocivas y peligrosas. Se usará los menos dañinos y de ser posible, se elegirán los que cuenten con alguna etiqueta ecológica.

A continuación recomendaciones para el momento de realizar la limpieza:

- Leer detalladamente las etiquetas para saber que contiene y como manipularlas.
- No utilizar ambientadores, se utilizará ventilación cuando sea posible. Abrir ventanas el tiempo imprescindible asegurarnos de que queden cerradas.
- Si no se puede ventilar, se utilizará ozonizadores, ya que estos recirculan el aire, lo filtran y esterilizan, purificando el ambiente.
- Evitar el derroche de agua. Utilizar la imprescindible y asegurarnos de que los grifos queden bien cerrados y que las cisternas no tengan pérdidas.
- Limpiar periódicamente los ventanales, luminarias y lámparas para reducir el uso de energía eléctrica.
- Usar preferiblemente detergentes con Hp neutro.
- Limpiar las juntas de las puertas de los frigoríficos para que cierren herméticamente.
- Utilizar limpiadores multiuso cuando sea posible. Es una buena práctica ambiental asegurarse que la cantidad de agua empleada en la limpieza es la adecuada.
- Barrer la zona de comedores, en el lugar de utilizar mangueras para su limpieza.
- Aprovechar las toallas o manteles viejos como trapos de limpieza esto ayuda a reciclar y mejorar la utilización de recursos.
- Utilizar los distintos contenedores para el dispositivo de cada tipo de residuos, estos contenedores tienen y que tanto el personal como los clientes lo utilicen.

7.2.2.- GESTIÓN DE COMPRAS Y ALMACENAMIENTO

Las buenas prácticas ambientales estas directamente relacionadas con la política de compras de la empresa. Tener en cuenta criterios ambientales en los suministros es una herramienta fundamental, para contribuir a reducir los impactos que la actividad de la empresa origina sobre el medio.

En general, en lo posible se procurará revisar la política actual de las compras modificándola para promocionar la gestión de productos que:

- Estén diseñados para una larga vida.
- Puedan ser fácilmente reutilizables o reciclables.
- Estén fabricados con materiales reciclados.
- No tengan sustancias tóxicas.
- No tengan embalajes o sean mínimos.
- Muestren claramente su compromiso sobre el uso de materiales ambientales correctos, tanto a los empleados como a los proveedores y suministradores.

Compras

Recomendaciones específicas que se tendrá que tomar en cuenta para realizar esta actividad:

- Evaluar los elementos de compra: ¿son todos realmente necesarios?
- Comprar productos reutilizables o rellenables.
- Comprar la cantidad necesaria para prevenir deterioros, ocupación innecesaria de espacio y caducidades que solo generan residuos.
- Seleccionar productos no tóxicos. Leer las etiquetas. Elegir productos que no requieran un almacenaje especial, como ventilación, o sean peligrosos.

- A la hora de renovar los electrodomésticos se comprará aquellos con niveles de bajo consumo tanto de agua de energía. Basta con examinar la etiqueta energética, las letras A y B son las más eficientes.
- Solicitar a los proveedores que en el momento de adquirir nuevos electrodomésticos, se han cargo del antiguo.
- La compra de papel higiénico blanco es más respetuoso con el medio ambiente que la compra de papel higiénico de colores, ya que en su fabricación se emplean colorantes y tinturas que pueden contaminar el agua.

Almacenamiento

A continuación se detallara los parámetros a seguir para el almacenamiento de los productos:

- Dejar espacio entre los productos al almacenarlos para así facilitar la comprobación de su estado.
- Total el stock para minimizar los residuos producidos por alimentos caducados.
- La bodega debe estar protegida de las inclemencias del tiempo para evitar que los productos se degraden y se conviertan en residuos.
- Disponer de depósitos para recoger productos tóxicos almacenados, para evitar la contaminación.
- Describir las normas de seguridad y actuación en caso de emergencia, mediante hojas que incluyan la peligrosidad, manipulación , transporte y almacenamiento correcto de los diferentes productos.

7.2.3.- PLAN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL

7.2.3.1.- PLAN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

Recomendaciones Generales

El cumplimiento de las normas de seguridad industrial en “SKY PALACE”, asegurará el bienestar de los trabajadores, minimizará las afectaciones a la salud y reducirá las pérdidas económicas.

- Garantizar las actividades propias del restaurante se realicen en un ambiente agradable, para que los empleados desempeñen su trabajo eficientemente a gusto; enviando así que bajo ningún concepto se lleven a cabo acciones que vayan en desmedro de la salud de los trabajadores.
- Cumplir las disposiciones de ley en cuanto a los beneficios laborales se refiere; a fin de garantizar el bienestar de los empleados. Se analizará y cumplirá con el estipulado en el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento Ambiental de Trabajo (Decreto Ejecutivo 2393).

Limpieza y Mantenimiento del lugar de trabajo

- Realizar⁴ el aseo permanente de todas las instalaciones y sitios de trabajo, manejando adecuadamente los residuos sólidos generados en el restaurante.
- Mantener los recipientes de químicos cerrados (generalmente utilizados para el aseo del lugar y mantenimiento de las instalaciones), evitando derrames y limpiando estos inmediatamente si se producen.
- Verificar correcto estado de funcionamiento y limpieza del equipo de producción personal (fajas lumbares, guantes, gorros).

Medidas de Seguridad Industrial

- Todo accidente laboral será registrado y comunicado a la Dirección de Riesgos del Trabajo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Además, en el restaurante se implementarán las medidas necesarias para evitar la ocurrencia de un accidente similar.
- No jugar ni distraer en forma alguna a los demás, mientras trabaja.
- Mantener despejados los espacios que rodean a extintores, llaves y tomas de agua, tomacorrientes, etc.
- Mantener en orden todas las herramientas y materiales que se usan para el trabajo, así mismo después de su uso colocarlas en forma limpia y ordenada en el lugar que les corresponda.
- Se colocarán señales y carteles de medidas de seguridad en todo el restaurante con el fin de indicar la existencia de un riesgo, las medidas a adoptar ante la evidencia del mismo y los equipos de protección adecuados. Para esto debe tomar en cuenta los dispuestos en la Norma técnica INEM 439 referente a colores, señales y símbolos de seguridad.
- Todo el personal será instruido de la existencia, situación y significado de la señalización de seguridad empleada en las instalaciones del restaurante. El siguiente cuadro muestra algunas de señales que se pueden colocar.

Señales de advertencia

señales de prohibición



Señales de obligación



Señales de equipo de lucha contra incendios



Señales de salvamento o socorro



Equipos de Extinción de Incendios

Todo personal está familiarizado con el funcionamiento de los extintores de primera intervención. Lo más corriente para sofocar este tipo de fuego es la utilización de espuma o polvo seco. El agua utiliza para enfriar los depósitos expuestos al calor emitido.

7.2.3.2.- SALUD OCUPACIONAL

Controles Médicos del Personal

- Se mantendrán periódicamente controles médicos al personal del restaurante para poder evaluar sus condiciones de acuerdo a las actividades que realiza.

Protección de la Salud

- Es conveniente que haya en las operaciones normales, un elevado grado de higiene personal junto con indumentaria protectora apropiada.
- En interés de la higiene es indispensable que haya servicios de aseo con abundante agua caliente, jabón y toallas limpias.
- Además de lo expuesto anteriormente se debe colocar con una lista de números de teléfono con las principales centrales de auxilio, para cualquier tipo de emergencia o contingencia; como a continuación se muestra en la siguiente tabla.



7.2.4.- PLAN DE CONTINGENCIAS Y EMERGENCIAS AMBIENTALES

Contingente viene de la palabra griega *contingens*, que significa que puede suceder o no suceder, motivo por el cual, en esta parte se describirá de Plan de Acción para las actividades que potencialmente representan y conllevan un peligro en las operaciones normales durante la ejecución de las actividades productivas, las mismas que a su vez pueden afectar al personal, vecinos y por supuesto al medio circulante.

Por lo tanto, en caso de que fallen, tanto las medidas de seguridad intrínsecas en el restaurante o no se apliquen las medidas preventivas, ni el plan de mitigación descrito, situación que potencialmente pueda generar un accidente de consecuencias lamentables, el administrador y dueño del restaurante tendrán el Plan de Contingencias que a continuación se describe.

Identificación de Riesgos Ambientales

El plan de respuestas a contingencias considerará como mínimo las situaciones que se detallan a continuación. En caso de encontrarse un nuevo riesgo ambiental, el administrador lo incluirá en esta lista y determinará procedimientos para su prevención y control, conjuntamente con los responsables de cada grupo.

1.- Incendios

2.- Desastres Naturales

Procedimiento de Respuesta en caso de Incendio

El procedimiento de respuestas en caso de incendio debe cubrir los siguientes aspectos:

- Identificación de las aéreas donde podría iniciarse un incendio.
- Clasificación de incendios y tipos de fuego
- Organización del equipo de respuesta a derrames e incendios, brigada contra incendios.

- Procedimientos de notificación ante una contingencia.
- Localización de fugas y derrames; procedimientos a seguir.
- Seguridad y salvamiento de las personas; recursos materiales necesarios para afrontar incendios.

Todo el personal de la planta debe estar bien organizado para responder a este tipo de emergencia. Para esto, el personal contará con equipos de protección personal y recursos físicos para combatir los incendios que pueden producirse.

Equipo Mínimo de Control

El equipo para contingencias tendrá la siguiente dotación mínima, por áreas:

- Todas las selecciones estarán de extintores adecuado al tipo de fuego que pueda producirse en cada área.

Se dotará de ropa equipos de protección especial a los integrantes de la brigada contra incendios, del comité de combate, del comité de derrames y todas las personas que lo requieren para realizar las actividades de este plan.

CAPÍTULO VIII

8.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1.- CONCLUSIONES

1. Se logra demostrar la factibilidad de creación del proyecto, debido a que la idea aun no ha sido desarrollada dentro de la ciudad de Quito y menos aun en la parroquia de Tababela, además la innovación que presenta la propuesta es única y cuenta con la aceptación del potencial consumidor.
2. La ubicación seleccionada para la edificación del proyecto, muestra tener un gran potencial de desarrollo comercial, ya que al localizar la edificación frente al nuevo aeropuerto, la captación de clientela se tornará mucho más simple.
3. El proveedor seleccionado para el establecimiento garantiza en un 100% la calidad de la materia prima empleada para la elaboración de las distintas propuestas gastronómicas a ofrecerse, y esto ayuda a que la confianza del consumidor se fortalezca.
4. La temática seleccionada para el establecimiento, está muy acorde con el sector debido a que el nuevo aeropuerto será el eje central de desarrollo de la parroquia de Tababela.

5. La inversión a realizarse para la creación del proyecto , demuestra ser recuperable ya que se pretende contar con el mercado de consumo necesario y todo esto se ha solidificado en investigación estadística concreta.

8.2.- RECOMENDACIONES

1. Se debe mantener los parámetros de calidad y políticas propias del establecimiento para lograr una fidelidad por parte del consumidor.
2. Denotando la aparición futura de competencia de alto nivel se debe realizar constantes cambios y adecuaciones tanto en el establecimiento como en el menú a ofrecerse para que de esta manera, la competencia no cree un grave impacto e incluso una recesión en la clientela.
3. La satisfacción al cliente siempre debe ser el eje fundamental del establecimiento y de sus colaboradores, ya que esto marcará una gran diferencia con la competencia.
4. Los gastos a realizarse, siempre deben estar considerados dentro del presupuesto asignado, ya que si existe un exceso de gastos esto puede originar serias consecuencias e incluso inestabilidad financiera lo que podría llevar al establecimiento a la banca rota.
5. El uso de los recursos del establecimiento debe ser apropiado para evitar caer en el desperdicio y el consumo innecesario de insumos que generaran una pérdida considerable a largo y mediano plazo.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

BERRY, L., ¡Un buen servicio ya no basta!, Editorial Norma, Primera Edición, 1996.

HARRINGTON, H.J. "Mejoramiento de los procesos de la empresa". Editorial MC. Graw Hill. 1993.

MORA, E. A. (2001). Resumen de Historia del Ecuador. En E. Ayala Mora, Resumen de Historia del Ecuador (pág. 289). Quito: Abya Yala.

Regulaciones de la DIRECCION DE AVIACION CIVIL ECUATORIANA RDAGC (revisión numero 18).

YÁBAR, G. S. (1996). El Marketing en las Pequeñas Empresas. Colección PYME 6.

INTERNET

- Administración Zonal Tumbaco. (s.f.). www.joyasdequito.com.ec. Recuperado el 22 de 06 de 2012, de www.joyasdequito.com.ec: 204.93.168.132/joyasd//index.php?option=com_content...
- catarina.udlap.mx/u_a/tales/documentos/lhr/.../capitulo2.pdf. (s.f.).
- Chile, U. d. (s.f.). www.guiametodologica.dbe.uchile.cl. Recuperado el 15 de 06 de 2012, de www.guiametodologica.dbe.uchile.cl: http://uchile.dbe.cl/guiametodologica/metodologia_preparacion_evaluacion/
- Ecuador, C. d. (s.f.). <http://www.cae.org.ec/ordenanzas/Q24.pdf>.
- <http://riie.com>. (s.f.).
- <http://www.marketing-free.com>. (s.f.).

- Intelectual, I. E. (19 de 05 de 1988). <http://es.wikipedia.org>. Recuperado el 02 de 03 de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Ecuatoriano_de_la_Propiedad_Intelectual
- Intendencia de Policia Artículo 3 del Decreto Supremo 3310-B, R. O. (26 de 03 de 1979). www.ministeriodelinterior.gob.ec. Recuperado el 05 de 01 de 2012, de http://www.ministeriodelinterior.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=128&Itemid=137
- Municipales, O. (2005 de 02 de 15). www7.gov.ec. Recuperado el 12 de 01 de 2012, de http://www7.quito.gov.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-339%20-%20IMPUESTO%20DE%20PATENTES%20MUNICIPALES%20Y%20METROPOLITANAS.pdf
- Quito, B. C. (s.f.). www.bomberosquito.gob.ec. Recuperado el 12 de 02 de 2012, de http://www.bomberosquito.gob.ec/bomberos/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento-&catid=2:guia-de-tramites&Itemid=6
- Snavely. (2002). www.udlap.mx. Obtenido de www.udlap.mx: catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lahr/martinez_m_md/capitulo2.pdf
- Vargas, G. A. (2006). es.wikipedia.org/wiki/Quito.
- Visionet. (s.f.). www.joyasdequito.com.
- www.guiametodologica.dbe.uchile.cl. (s.f.). Recuperado el 15 de 06 de 2012, de www.guiametodologica.dbe.uchile.cl: http://uchile.dbe.cl/guiametodologica/metodologia_preparacion_evaluacion/
- www.in-quito.com. (s.f.).

- www.protocolo.org. (13 de 10 de 2011). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de www.protocolo.org:
http://www.protocolo.org/social/en_la_mesa/mise_en_place.html
- www.quito.gob.ec. (s.f.). Recuperado el 13 de 06 de 2012, de www.quito.gob.ec:
<http://www.quito.gob.ec/la-cuidad/caracteristicas>
- WWW.RIE.COM. (s.f.).
- www.sri.gov.ec. (s.f.).
- www.wikipedia.com. (s.f.). Recuperado el 11 de 06 de 2012, de www.wikipedia.com: <http://es.wikipedia.org/wiki/quito#Clima>
- www.wikipedia.com. (s.f.). Obtenido de www.wikipedia.com:
[http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Mariscal_Sucre\(Nuevo\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Mariscal_Sucre(Nuevo))
- www.wikipedia.com. (s.f.). Recuperado el 23 de 06 de 2012, de www.wikipedia.com: es.wikipedia.org/wiki/Parrillada
- www.wikipedia.com. (25 de 02 de 2009). Recuperado el 12 de 05 de 2012, de www.wikipedia.com:
http://es.m.wikipedia.org/wiki/GastronomiadeEcuador%c3%ADa_de_Ecuador
- Zaldumbide, M. d. (2006). es.wikipedia.org/wiki/Quito. Recuperado el 29 de 10 de 2009

CITAS BIBLIOGRAFICAS

- 1 www.quito.gob.ec. (s.f.). Recuperado el 13 de 06 de 2012, de www.quito.gob.ec:
<http://www.quito.gob.ec/la-cuidad/caracteristicas>
- 2 Mora, E. A. (2001). Resumen de Historia del Ecuador. En E. Ayala Mora, Resumen de Historia del Ecuador (pág. 289). Quito: Abya Yala.

- 3 www.wikipedia.com. (s.f.). Obtenido de www.wikipedia.com:
[http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Mariscal_Sucre\(Nuevo\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_Mariscal_Sucre(Nuevo))
- 4 Yábar, G. S. (1996). El Marketing en las Pequeñas Empresas. Colección PYME 6.
- 5 www.guiametodologica.dbe.uchile.cl. (s.f.). Recuperado el 15 de 06 de 2012, de www.guiametodologica.dbe.uchile.cl:
http://uchile.dbe.cl/guiametodologica/metodologia_preparacion_evaluacion/
- 6 www.protocolo.org. (13 de 10 de 2011). Recuperado el 18 de 07 de 2012, de www.protocolo.org:
http://www.protocolo.org/social/en_la_mesa/mise_en_place.html