

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN  
AMBIENTAL, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**



**CARRERA DE HOTELERÍA**

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN GESTIÓN HOTELERA**

**TEMA: PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE  
ESTILO SELF-SERVICE EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.**

**AUTORA: IVONNE ROXANA GÓMEZ MUÑOZ**

**DIRECTOR: MASTER RICARDO RIVAS**

**QUITO – ECUADOR**

**2010**

## DEDICATORIA

*“Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a mis padres Germán Gómez Vizcaíno (+) y María Luisa Muñoz Velasteguí por ser quienes han estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día a día y seguir adelante rompiendo los obstáculos que se me han presentado durante el transcurso de ésta etapa de mi vida, gracias a ellos soy quien soy, me inculcaron Valores y Principios morales que sólo se pueden aprender el hogar, me han brindado ese amor incondicional de padres, han velado por mi salud, educación, alimentación, agradezco sus consejos y charlas de aliento entre otros. Su sueño y mi meta de ser una profesional digna de reconocimiento hoy se ve culminado.*

*Le agradezco a mi hermana quien siempre ha estado a mi lado, compartiendo secretos y aventuras que sólo se pueden vivir entre hermanas, como hermana mayor me ha impartido sus conocimientos durante mi vida escolar y me ha ayudado a superar muchas penas.*

*A mis sobrinos Ariel Narváez y Arianna Narváez por darme muchos momentos de felicidad y brindarme cada mañana una sonrisa que ha enriquecido mis días.”*

## **AGRADECIMIENTO**

*A mi querido y estimado Director de Tesis: Máster Ricardo Rivas, por impartirme sus conocimientos durante la carrera universitaria y durante el desarrollo de mi Tesis de Grado, por el tiempo y la importancia que ha prestado ante este proyecto y el respeto que merece por ser un hombre digno de admiración.*

*A mis profesores por compartir conocimientos nuevos y darnos la oportunidad de aprender cada día algo nuevo, ese es el significado de una vida plena para obtener conocimiento de personas capacitadas como lo son ellos.*

## **AUTORÍA**

Del contenido de la siguiente tesis se responsabiliza la autora.

.....

Ivonne Roxana Gómez Muñoz

C.I.: 1718760984

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	I
1. TEMA .....	I
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	I
3. ANTECEDENTES .....	II
4. JUSTIFICACIÓN .....	II
5. IDEA A DEFENDER .....	III
6. MÉTODOS .....	IV
6.1. DESCRIPTIVO .....	IV
6.2. EXPLICATIVO .....	IV
6.3. EXPLORATORIO .....	IV
7. OBJETIVOS .....	IV
7.1. OBJETIVO GENERAL .....	IV
7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	V
8. DELIMITACIÓN .....	V
8.1. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA .....	V
8.2. DELIMITACIÓN EN EL TIEMPO .....	V
<b>CAPÍTULO I</b>	
1 GENERALIDADES .....	1
1.1 GENERALIDADES DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO .....	1
1.1.1 HISTORIA .....	2
1.1.1.1 ORIGEN .....	2
1.1.1.2 POBLACIÓN .....	2
1.1.1.3 COMUNAS TSÁCHILAS .....	3
1.1.1.4 CARACTERÍSTICAS HUMANAS .....	3
1.1.1.5 VESTIMENTA .....	3
1.1.1.6 LUGARES QUE FORMAN PARTE DE LA HISTORIA .....	4
1.1.2 UBICACIÓN .....	5
1.1.2.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA .....	5
1.1.2.2 DISTANCIAS EN KILÓMETROS DE SANTO DOMINGO A: .....	6
1.1.3 CLIMA .....	6
1.1.4 SUELO .....	7
1.1.4.1 RELIEVE .....	7
1.1.5 HIDROLOGÍA .....	7
1.1.6 POBLACIÓN .....	8
1.1.7 ECONOMÍA .....	9
1.1.7.1 PRODUCCIÓN .....	9
1.1.7.2 GANADERÍA .....	9
1.1.7.3 COMERCIO .....	10
1.1.8 ACTIVIDAD TURÍSTICA .....	10
1.1.9 FIESTAS DE SANTO DOMINGO .....	10
1.1.10 COMIDA .....	11
1.2 GENERALIDADES DEL PROYECTO .....	12
1.2.1 EL TÉRMINO RESTAURANTE .....	12
1.2.2 SELF SERVICE .....	12
1.2.3 CATEGORÍAS DE LOS RESTAURANTES .....	13
1.2.3.1 RESTAURANTES DE PRIMERA (CUATRO TENEDORES) .....	13
<b>CAPÍTULO II</b>	
2. ESTUDIO DE MERCADO .....	14
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	14
2.1.1 OBJETIVO GENERAL .....	14
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	14
2.2 FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN .....	14

2.2.1	FUENTE SECUNDARIA	14
2.2.2	FUENTE PRIMARIA	15
2.3	TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS	16
2.3.1	LA ENTREVISTA	16
2.3.2	LA ENCUESTA PERSONAL	16
2.3.3	LA OBSERVACIÓN	16
2.4	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.4.1	EL CUESTIONARIO	16
2.5	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	17
2.5.1	VARIABLE GEOGRÁFICA	17
2.5.2	VARIABLE DEMOGRÁFICA	17
2.5.3	VARIABLE PSICOGRÁFICA	17
2.5.4	VARIABLE CONDUCTUAL	18
2.5.5	CUADRO DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO	18
2.6	CÁLCULO DE LA MUESTRA FINITA DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO	20
2.7	ENCUESTA	22
2.7.1	TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS	25
2.7.2	NIVEL DE ACEPTACIÓN	47
2.8	LA OFERTA	48
2.8.1	CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA	48
2.8.2	ANÁLISIS DE LA OFERTA	48
2.8.3	ENTREVISTA	49
2.8.4	ÍNDICE DE ROTACIÓN DE LA OFERTA DIRECTA	52
2.8.4.1	DESAYUNOS	52
2.8.4.2	ALMUERZOS	53
2.8.5	OFERTA INDIRECTA	53
2.9	BALANCE OFERTA-DEMANDA	55

### **CAPÍTULO III**

3.	PLAN DE MERCADEO	56
3.1	OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MERCADEO	56
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	56
3.3	MARKETING EN ACCIÓN	56
3.4	ESTRATEGIAS PROMOCIONALES	56
3.4.1	PRODUCTO	56
3.4.1.1	FASES DEL PRODUCTO	57
3.4.1.2	EL AMBIENTE	58
3.4.1.3	EL PRODUCTO	59
3.4.1.4	EL SERVICIO	60
3.4.2	PROMOCIÓN	60
3.4.2.1	MARCA	61
3.4.2.2	LOGOTIPO	62
3.4.2.3	PUBLICIDAD PAGADA	62
3.4.2.3.1	HOJAS VOLANTES FULL COLOR	63
3.4.2.3.2	TARJETAS PERSONALES	63
3.4.2.3.3	PROPAGANDA PRENSA ESCRITA	64
3.4.2.3.4	PUBLICIDAD RADIAL	65
3.4.2.3.5	PUBLICIDAD EXTERIOR	65
3.4.2.3.6	MARKETING DIRECTO O VENTAS PERSONALES	66
3.4.2.3.7	MERCHANDISING	67
3.4.3	PRECIO	67
3.4.3.1	DESCUENTO POR VOLUMEN	67
3.4.3.2	DESCUENTOS ALEATORIOS	68
3.4.3.3	PRECIO DE PENETRACIÓN	68
3.4.3.4	PRECIO FRENTE A LA COMPETENCIA	68
3.4.4	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	69

3.4.4.1	CANAL DIRECTO .....	69
3.4.4.2	DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS.....	69

#### **CAPÍTULO IV**

4.	ESTUDIO TÉCNICO .....	70
4.1	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	70
4.1.1	MACRO LOCALIZACIÓN .....	70
4.1.2	MICROLOCALIZACIÓN .....	70
4.1.2.1	FACTORES DE LA MICROLOCALIZACIÓN.....	71
4.1.2.1.1	SUPERFICIE DEL LOCAL .....	71
4.1.2.1.2	SERVICIOS BÁSICOS .....	71
4.2	CAPACIDAD INSTALADA .....	71
4.3	CATEGORÍA DEL PROYECTO .....	71
4.4	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	73
4.5	ESPECIFICACIONES DE ÁREAS .....	74
4.5.1	ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE .....	74
4.5.1.1	DECORACIÓN .....	74
4.5.1.2	COLOR Y AMBIENTACIÓN .....	75
4.5.1.3	CAJA REGISTRADORA .....	76
4.5.1.4	LÍNEA DE SERVICIO .....	76
4.5.1.5	SILLAS Y MESAS .....	76
4.5.1.6	ILUMINACIÓN .....	77
4.5.1.7	MÚSICA .....	78
4.5.1.8	CLIMATIZACIÓN Y VENTILACIÓN .....	78
4.5.1.9	PISO .....	78
4.5.1.10	PAREDES .....	78
4.5.2	ÁREA DE GERENCIA .....	79
4.5.3	ÁREA DE BAÑOS .....	79
4.5.3.1	PAREDES .....	80
4.5.3.2	PISO .....	80
4.5.3.3	DECORACIÓN .....	80
4.5.3.4	ILUMINACIÓN .....	81
4.5.4	ÁREA DE COCINA .....	81
4.5.4.1	PISO .....	81
4.5.4.2	PAREDES .....	82
4.5.4.3	ILUMINACIÓN .....	82
4.5.4.4	VENTILACIÓN .....	82
4.5.5	ÁREA DE BODEGA PARA ALIMENTOS NO PERECEDEROS .....	83
4.5.5.1	MATERIALES .....	83
4.5.6	CUARTO FRÍO .....	83
4.5.6.1	MATERIALES .....	84
4.5.6.2	LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO.....	84
4.5.6.3	CONTROL DE TEMPERATURA.....	85
4.5.6.4	ASPECTOS A CONSIDERAR .....	85
4.5.7	INSTALACIONES SANITARIAS PARA EL PERSONAL.....	85
4.5.7.1	BAÑOS.....	86
4.5.7.2	PISO.....	86
4.5.7.3	PAREDES.....	86
4.5.7.4	ILUMINACIÓN.....	86
4.5.8	BODEGA PARA INSUMOS DE LIMPIEZA .....	86
4.5.8.1	MATERIALES .....	87
4.5.9	ASPECTOS IMPORTANTES .....	87
4.5.9.1	AGUA .....	87
4.5.9.2	CONEXIONES DE AGUA.....	87
4.5.9.3	DESAGÜES.....	87

4.5.9.4	RAMPAS.....	88
4.5.9.5	GRADAS .....	88
4.6	PROCESO PRODUCTIVO .....	88
4.6.1	ESPECIFICACIONES ESTÁNDAR .....	88
4.6.1.1	VENTAJAS .....	89
4.6.2	FLUJO DE COSTOS EN A Y B.....	89
4.6.2.1	NECESIDAD DE COMPRA .....	89
4.6.2.2	SOLICITUD DE COMPRA .....	90
4.6.2.3	COMPRA .....	90
4.6.2.3.1	PROVEEDORES .....	91
4.6.2.4	RECEPCIÓN DE MERCADERÍA .....	93
4.6.2.5	BODEGA ALMACENAMIENTO .....	95
4.6.2.6	REQUISICIÓN E INVENTARIOS .....	97
4.6.2.7	PRODUCCIÓN .....	98
4.6.2.7.1	EL AGUA .....	98
4.6.2.7.2	DEL PERSONAL Y LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS.....	98
4.6.2.7.3	UTENSILIOS .....	99
4.6.2.8	PRODUCTO TERMINADO .....	100
4.6.2.9	FACTURACIÓN .....	100
4.7	RECETA ESTÁNDAR .....	100
4.8	EL MENÚ .....	101
4.8.1	MENÚ DESAYUNOS.....	101
4.8.2	MENÚ ALMUERZOS.....	102
4.8.3	FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO .....	108
4.9	EQUIPAMIENTO .....	110
4.10	SEGURIDAD INDUSTRIAL .....	118
4.10.1	NORMAS GENERALES DE SEGURIDAD PARA EMPLEADOS Y CLIENTE.....	118
4.10.2	SEGURIDAD ELÉCTRICA .....	119
4.10.3	TRABAJO CON FUENTES DE CALOR .....	119
4.10.4	MAQUINARIA .....	119
4.10.5	HERRAMIENTAS .....	120
4.10.5.1	HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS .....	120
4.10.5.2	HERRAMIENTAS MANUALES .....	121
4.10.6	SEGURIDAD AL LEVANTAR OBJETOS.....	121
4.10.7	ENTREGA DEL LUGAR DE TRABAJO .....	122
4.10.7.1	USO DE EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL.....	122
4.10.7.1.1	GUANTES .....	123
4.10.7.1.2	MASCARILLAS .....	123
4.10.7.1.3	BOTAS DE SEGURIDAD .....	123
4.11	PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS.....	123
4.12	SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL .....	124

## **CAPÍTULO V**

5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....	126
5.1	ESTUDIO LEGAL.....	126
5.1.1	CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA .....	126
5.1.2	REQUISITOS PARA CONSTITUIR LA COMPAÑÍA.....	126
5.1.2.1	NOMBRE DE LA COMPAÑÍA .....	126
5.1.2.2	SOLICITUD PARA LA APROBACIÓN DE LA COMPAÑÍA.....	127
5.1.2.3	CAPITAL MÍNIMO PARA LA FORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA .....	128
5.1.2.4	LOS SOCIOS DE LA COMPAÑÍA .....	129
5.1.2.5	APORTACIONES DE CAPITAL DE LOS SOCIOS DE LA COMPAÑÍA.....	129
5.1.2.6	LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS .....	130
5.1.2.7	CONTRIBUCIONES A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA.....	130
5.1.2.8	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS RUC .....	130
5.1.2.9	AFILIACIÓN PATRONAL .....	131



5.1.2.10	PATENTE MUNICIPAL .....	132
5.1.2.11	LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO .....	132
5.1.2.12	PERMISO DE SUELO .....	133
5.1.2.13	PERMISO SOBRE EL IMPACTO DE RUIDO .....	133
5.1.2.14	REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO Y PERMISO DEL MINISTERIO DE TURISMO.....	134
5.1.2.15	CATEGORIZACIÓN DEL PROYECTO.....	134
5.1.2.16	CERTIFICADO DE SALUD .....	135
5.1.2.17	PERMISO SANITARIO .....	136
5.1.2.18	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EMITIDO POR EL CUERPO DE BOMBEROS....	136
5.1.2.19	PERMISO DE LA INTENDENCIA DE POLICÍA .....	137
5.1.2.20	AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE TURISMO .....	137
5.1.2.21	PERMISO DE PUBLICIDAD .....	138
5.1.2.22	REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE HORARIO DE TRABAJO .....	138
5.1.2.23	REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE REGLAMENTOS INTERNOS DE TRABAJO..	139
5.2	ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	139
5.2.1	MISIÓN .....	140
5.2.2	VISIÓN .....	140
5.2.3	VALORES.....	140
5.2.4	REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA .....	140
5.2.5	GUÍA DE COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES EXIGIDAS AL PERSONAL.....	142
5.2.6	POLÍTICAS DE LA EMPRESA .....	143
5.2.6.1	PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA .....	143
5.2.6.2	RESPECTO Y CUIDADO A LA PROPIEDAD AJENA .....	144
5.2.6.3	USO DE ALCOHOL Y DROGAS.....	144
5.2.6.4	CONFIDENCIALIDAD .....	144
5.2.6.5	INFORMACIÓN PERSONAL .....	145
5.2.6.6	ASPECTO PERSONAL .....	145
5.2.6.6.1	USO DEL UNIFORME .....	145
5.2.6.6.1	PERSONAL FEMENINO .....	145
5.2.6.6.2	PERSONAL MASCULINO .....	145
5.2.7	CÁLCULO DE PERSONAL .....	145
5.2.7.1	PERSONAL DE COCINA .....	146
5.2.7.2	PERSONAL DE SERVICIO .....	146
5.2.7.3	PERSONAL ADMINISTRATIVO Y GENERAL .....	147
5.2.8	HORARIO DE TRABAJO .....	147
5.2.8.1	HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO .....	147
5.2.8.2	HORARIO DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN DE MERCADERÍA.....	147
5.2.8.3	HORARIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	148
5.2.8.4	HORARIO DEL PERSONAL DE SERVICIO .....	148
5.2.8.5	HORARIO DEL PERSONAL DE SEGURIDAD .....	148
5.2.9	UNIFORMES .....	148
5.2.9.1	PERSONAL ADMINISTRATIVO .....	149
5.2.9.2	PERSONAL DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA .....	149
5.2.9.3	PERSONAL DE PRODUCCIÓN .....	149
5.2.9.4	PERSONAL DE SERVICIO .....	149
5.2.9.5	PERSONAL DE SEGURIDAD .....	150
5.2.10	ORGANIGRAMAS .....	150
5.2.10.1	ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....	150
5.2.10.2	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA .....	151
5.2.11	FACTOR HUMANO .....	152
5.2.11.1	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES.....	152
5.2.11.1.1	ADMINISTRADOR .....	152
5.2.11.1.2	CHEF .....	153
5.2.11.1.3	AYUDANTES DE COCINA .....	153

5.2.11.1.4 STEWARD .....	154
5.2.11.1.5 MESEROS .....	154
5.2.11.1.6 CONTADOR .....	155
5.2.11.1.7 CAJERO .....	155
5.2.11.1.8 JEFE DE COMPRAS Y BODEGA .....	155
5.2.11.1.9 GUARDIA .....	156
5.2.11.2 PERFILES DEL PERSONAL .....	156
5.2.11.2.1 ADMINISTRADOR .....	156
5.2.11.2.2 CHEF .....	157
5.2.11.2.3 AYUDANTE DE COCINA .....	157
5.2.11.2.4 STEWARD .....	157
5.2.11.2.5 MESEROS .....	158
5.2.11.2.6 CONTADOR .....	158
5.2.11.2.7 CAJERO .....	158
5.2.11.2.8 JEFE DE COMPRAS Y BODEGA .....	159
5.2.11.2.9 GUARDIA .....	159
5.2.12 REMUNERACIONES DEL PERSONAL .....	160

## **CAPÍTULO VI**

6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	163
6.1 OBJETIVOS.....	163
6.2 INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	163
6.2.1 ACTIVOS FIJOS .....	163
6.2.1.1 TERRENO .....	164
6.2.1.2 ADECUACIÓN OBRA CIVIL .....	164
6.2.1.3 MAQUINARIA Y EQUIPO DE COCINA .....	165
6.2.1.4 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN .....	167
6.2.1.5 MUEBLES Y ENSERES.....	167
6.2.2 ACTIVOS OPERATIVOS .....	168
6.2.2.1 MENAJE .....	168
6.2.2.2 BLANCOS Y UNIFORMES .....	171
6.2.2.3 ACTIVOS DIFERIDOS .....	172
6.2.2.3.1 GASTOS DE CONSTITUCIÓN LEGAL .....	172
6.2.2.3.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	172
6.2.2.3.3 PUBLICIDAD PREOPERATIVA .....	173
6.2.2.3.4 DECORACIÓN .....	174
6.2.3 CAPITAL DE TRABAJO .....	176
6.2.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO.....	177
6.2.5 FINANCIAMIENTO .....	178
6.2.6 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	178
6.2.6.1 CONSUMO PROMEDIO.....	178
6.2.6.2 CÁLCULO DE VENTAS .....	178
6.2.6.2.1 VENTAS PROYECTADAS PARA LOS CINCO PRIMEROS AÑOS.....	180
6.2.6.3 CONSUMO PROMEDIO.....	179
6.2.6.4 CÁLCULO DE VENTAS .....	179
6.2.6.4.1 VENTAS PROYECTADAS PARA LOS CINCO PRIMEROS AÑOS.....	179
6.2.6.5 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	181
6.2.6.5.1 COSTOS .....	181
6.2.6.5.1.1. COSTO DE MATERIA PRIMA .....	181
6.2.6.5.2 TOTAL COSTO DE MATERIA PRIMA ANUAL .....	184
6.2.6.6 PROYECCIÓN DE COSTO DE MATERIA PRIMA .....	184
6.2.7 ESTADO DE RESULTADOS .....	185
6.2.8 FLUJO DE CAJA APROXIMADO .....	185
6.2.9 ESTRUCTURA DE COSTOS .....	186
6.2.10 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	186
6.2.11 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) .....	188

6.2.12 VALOR ACTUAL NETO (VAN) .....	189
6.2.13 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI) .....	190

## **CAPÍTULO VII**

7. IMPACTO AMBIENTAL .....	191
7.1 IMPACTO FÍSICO .....	191
7.1.1 IMPACTO DEL SUELO .....	191
7.1.2 IMPACTO DEL AGUA .....	192
7.1.3 IMPACTO DEL AIRE .....	192
7.2 IMPACTO VISUAL .....	193
7.3 IMPACTO BIOLÓGICO .....	193
7.4 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO .....	194
7.4.1 SOCIAL .....	194
7.4.2 ECONÓMICO .....	194
7.5 IMPACTO ACÚSTICO.....	194
7.6 GESTIÓN DE LOS RECURSOS....	195
7.6.1 ENERGÍA.....	195
7.6.2 AGUA .....	195
7.6.3 PRODUCTOS .....	196
7.6.4 DE LA CONTAMINACIÓN Y LOS RESIDUOS .....	196
7.7 DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE LA VIDA DIARIA .....	196

## **CAPÍTULO VIII**

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	198
8.1 CONCLUSIONES .....	198
8.2 RECOMENDACIONES.....	201
BIBLIOGRAFÍA .....	202
ANEXOS.....	203

## **INTRODUCCIÓN**

### **1. TEMA: PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE ESTILO SELF-SERVICE EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.**

### **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la zona ejecutiva de Santo Domingo existe la necesidad de un restaurante que brinde un buen servicio en cuanto a calidad, cantidad y precio de los alimentos, ya que en los diferentes establecimientos de comida los precios son muy altos en relación con el bajo nivel de servicio. Existen muy pocos restaurantes que brindan un buen servicio pero el precio es muy alto para el target al que está dirigido el problema y se encuentran muy lejos restando su tiempo disponible de almuerzo al momento de trasladarse.

Las personas que viven en esta ciudad cada vez demandan mejoría en el servicio de la Hotelería y Restauración, se encuentra un gran problema en la necesidad que tienen al momento de ingerir alimentos de calidad fuera de sus casas, también lo es la falta de higiene de algunos establecimientos, lentitud en el servicio, lugares que no muestran tranquilidad al momento de comer.

La solución a este problema es la propuesta de creación de un restaurante estilo self-service, en el mismo se tendrá un menú variado para cada día; al momento del servicio las personas podrán elegir el menú a su preferencia, llevar su bandeja de alimentos hasta su mesa ahorrando tiempo, el personal de servicio recogerá las bandejas y limpiará las mesas, teniendo en cuenta que el lugar será acogedor, elegante y la comida de excelente calidad, cantidad y precio.

### **3. ANTECEDENTES**

La propuesta de la creación de un restaurante estilo self-service en Santo Domingo para los ejecutivos de una zona determinada y demás población se basa en la carencia de un buen establecimiento que brinde un servicio de alimentación, con mayor agilidad, calidad, higiene y precios accesibles al target dirigido.

Existen otros establecimientos que serán llamados la oferta, estos han sido creados en forma empírica sin un estudio de mercado previo, los menús son fijos y los clientes se cansan de la misma comida todos los días. Otros en cambio ofrecen un servicio y brindan otro, ejemplo; en un restaurante se ofrece pollo en salsa de champiñones, como no tienen pollo envían a comprar pollo hornado y lo bañan con la salsa, este tipo de acciones indignan a la clientela por este y más motivos se pensó en la propuesta de creación anteriormente mencionada.

### **4. JUSTIFICACIÓN**

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con una extensión de 3857km<sup>2</sup> dentro del cual la gran mayoría de la población se encuentra habitando en el centro de la ciudad. Las avenidas principales son la avenida Quito, Anillo Vial, 29 de Mayo y 3 de Julio. En la avenida Quito se encuentran las siguientes instituciones por lo cual se lo llama la zona ejecutiva: Andinatel, Juzgados, Banco Produbanco, Banco del Austro, Banco Internacional, Mutualista Pichincha, Banco Nacional de Fomento, Emelsad, Notarías, Colegio Técnico Julio Moreno Espinosa, Supermaxi, Empresa de Agua Potable, Estudios Jurídicos, locales comerciales, floristerías, boutiques, almacenes de electrodomésticos, oficinas de Obras Públicas, patio de venta de carros, muy cerca se encuentra el Municipio entre otros.

Existe una gran demanda de servicio de alimentación tanto en desayunos como almuerzos, solamente hay un establecimiento de alimentos que brinda este servicio en la zona mencionada anteriormente pero no abastece a la demanda

además su menú es fijo, en los alrededores un poco alejado se encuentran los restaurantes que se dedican a la venta de almuerzos y los llamados agachaditos, la calidad de la comida es muy mala; en cuanto a cantidad los clientes se quejan, existe falta de higiene en la elaboración de los alimentos y el precio es muy alto en relación al servicio que están prestando, estos problemas son consecuencia de la creación de restaurantes en forma empírica.

Debido a esta demanda se ha pensado en la propuesta de creación de un restaurante estilo self-service en el mismo se tendrá un menú variado para cada día, al momento del servicio las personas podrán elegir el menú a preferencia, llevar su bandeja de alimentos hasta su mesa ahorrando tiempo, las personas de servicio recogerán las bandejas y limpiarán las mesas ahorrando dinero en personal y facilitando su trabajo, teniendo en cuenta que el lugar será acogedor, elegante, y la comida de excelente calidad cuidando la salud de los clientes aplicando las buenas prácticas de manufactura. Un precio estándar hará que los comensales se fidelicen logrando así diferenciar e innovar el sistema de restauración con este servicio.

## **5. IDEA A DEFENDER**

Con la propuesta de creación de un restaurante estilo self-service en la ciudad de Santo Domingo se beneficiará a la zona ejecutiva brindando un mejor servicio, siendo altamente competitivos en relación al resto de establecimientos que expenden alimentos en forma empírica.

## **6. MÉTODOS**

### **6.1. DESCRIPTIVO**

Este tipo de investigación permitirá describir las características que tienen tanto el establecimiento en mención como la competencia, realizar hallazgos mediante un estudio de mercado y determinar las conclusiones y recomendaciones respectivas.

### **6.2. EXPLICATIVO**

Por medio de éste método se logrará conectar las variables geográfica, demográfica, psicográfica y conductual para de este modo demostrar la segmentación de mercado al que se va a dirigir.

### **6.3. EXPLORATORIO**

Así mismo mediante el método exploratorio se obtendrán datos numéricos, información de la provincia, estadísticas de la población, mapas, investigaciones previas, información mediante libros.

## **7. OBJETIVOS**

### **7.1. OBJETIVO GENERAL**

- Proponer la creación de un restaurante estilo self-service en la ciudad de Santo Domingo, con el fin de mejorar la calidad de alimentación de las personas que requieren de este servicio aplicando las buenas normas de las prácticas de manufactura.

### **7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer datos históricos de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

- Realizar un estudio de mercado determinando la demanda potencial y la oferta existente en la zona y así minimizar en lo posible el riesgo que implica desarrollar un proyecto de inversión.
- Elaborar un plan de marketing para posicionarse en el mercado y en la mente de los consumidores.
- Determinar e identificar la infraestructura y procesos a seguir en la propuesta de creación.
- Identificar los requisitos legales que se necesita para constituir al servicio de un restaurante de primera categoría.
- Determinar el estudio financiero para conocer la factibilidad y rentabilidad de la propuesta.
- Analizar y minimizar los daños que podría ocasionar al medio ambiente la creación de esta propuesta.

## **8. DELIMITACIÓN**

### **8.1. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA**

La propuesta de un restaurante estilo self-service se realizará en Santo Domingo cantón de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en el sector de la avenida Quito entre la calle Pallatanga y el Anillo Vial.

### **8.2. DELIMITACIÓN EN EL TIEMPO**

El trabajo de investigación tendrá una duración de ocho meses a partir de la designación del director de tesis.



## CAPÍTULO I

### 1. GENERALIDADES

#### 1.1. GENERALIDADES DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

“PROVINCIA:	Santo Domingo de los Tsáchilas
CAPITAL:	Santo Domingo
UBICACIÓN:	Al Suroeste de Pichincha a 133km de Quito.
SUPERFICIE PROVINCIAL:	3.839 km <sup>2</sup> (se consideran los 316km <sup>2</sup> de la Concordia)
ALTITUD:	655msnm
TEMPERATURA MEDIA:	22.9 <sup>0</sup> c.
CLIMA:	Tropical Húmedo.
TASA DE CRECIMIENTO:	3.7%
LIMITA:	Provincias de Pichincha, Esmeraldas, Manabí, Los Ríos y Cotopaxi.
POBLACIÓN:	450mil habitantes.
POBLACIÓN ELECTORAL:	242.820 votantes
PARROQUIAS URBANAS:	Santo Domingo de los Colorados, Zaracay, Chiguilpe, Río Verde, Abraham Calazacón, Bombolí, y Río Toachi.
PARROQUIAS RURALES:	<ul style="list-style-type: none"><li>_ San José de Alluriquín (29-Enero-1970)</li><li>_ Puerto Limón (6-Sep-1984)</li><li>_ Luz de América (2-Dic-1993)</li><li>_ San Jacinto del Búa (9-Nov-1998)</li><li>_ Valle Hermoso (1-Ago-2000)</li><li>_ El Esfuerzo (6-Ene-2003)”<sup>1</sup></li></ul>

---

<sup>1</sup> Gobierno Provincial de Santo Domingo, Programa de fiestas.

### **1.1.1. HISTORIA**

#### **1.1.1.1. ORIGEN**

La tribu de los Tsáchilas llamados también “Yumbos” como así se identifican por tradición los Colorados, tienen su origen muchos siglos atrás. “Su lengua es TSAFIQUI”<sup>2</sup>. Habitaban cerca de la cordillera de los Andes y de Quito, luego tuvieron que migrar hacia la parte selvática baja en los años 1560 y 1600, las causas fueron; las erupciones del Pichincha, la conquista de los españoles que no lograron dominarlos y las pestes que asolaron la región.

En 1960 los blancos los obligaron a abandonar pacíficamente sus tierras, reducidos a 8 comunas con escritura pública colectiva, exclusivamente para Tsáchilas.

Santo Domingo para 1745 ya era considerado como un tambo que servía para el descanso de los comerciantes que transportaban los productos de costa y sierra a lomo de mula.

En 1989 se encuentran afectados por la penetración de gente extraña en sus comunas que exigían su derecho a la tenencia legal de la tierra.

#### **1.1.1.2. POBLACIÓN**

La población de la tribu colorada ha sido a través del tiempo, alarmantemente, decreciente; tanto la tradición como la historia señalan varios motivos para que se produjera este fenómeno. Cabello Balboa indica que en 1750 la población Cayapa-Colorada abarcaba 30.000 personas. Ahora en la actualidad la población Tsáchila no sobrepasa las 1200 personas.

---

<sup>2</sup> Velasteguí Holger, Los colorados.

### **1.1.1.3. COMUNAS TSÁCHILAS**

- \_ Comuna Chiguilpe
- \_ Comuna Otongo Mapali
- \_ Comuna Peripa
- \_ Comuna El Poste
- \_ Comuna El Búa
- \_ Comuna El Congoma
- \_ Comuna Naranjo
- \_ Comuna Tohuasa

### **1.1.1.4. CARACTERÍSTICAS HUMANAS**

Los rasgos característicos que los distinguen de otros grupos son:

- \_ Labios gruesos
- \_ Narices alargadas
- \_ Personas de estatura mediana, el promedio es de 160 a 165cm.
- \_ El torso de los hombres tiende a ser menos grueso que el de las mujeres.
- \_ Constitución fuerte y sólida.
- \_ Pies anchos por las largas caminatas que realizan.
- \_ Su dialéctica es asiática por su descendencia de Mongoles.

### **1.1.1.5. VESTIMENTA**

Los rasgos culturales más conocido de los Tsáchilas son que cubren su cabeza con achiote colocando un adorno de algodón de forma circular en ocasiones especiales y que pintan figuras caprichosas en su cuerpo, para lo cual utilizan una sustancia de color negro llamada "huito", extraída de la corteza de un árbol. En la cara y cuerpo se pintan una red de líneas horizontales, en algunas ocasiones también es costumbre pintarse completamente las manos y pies

para dar la apariencia de llevar calzados los pies y finos guantes de color negro en las manos. El vestido de hombres y mujeres consiste en una manta de algodón, conocida por los hispanohablantes como “chumbillina”, el nombre en el idioma Tafiqui es “manpe tsanpá”, tejida en franjas horizontales de diversos colores para las mujeres y de color azul marino con blanco para los hombres, que se envuelven desde la cintura hasta las rodillas. Los hombres llevan como faja alrededor de la cintura un pedazo de tela rectangular de color rojo con un nudo. En la parte superior llevan al hombro el “nanun panu”, un pedazo de tela especial de seda o colores muy brillantes que les sirve para arroparse del frío.

#### **1.1.1.6. LUGARES QUE FORMAN PARTE DE LA HISTORIA**

\_ *El parque Zaracay.*\_ en la parte central del poblado se ubicaron casitas, era el lugar de reunión de los pobladores y estacionamiento de camiones que hacían el transporte de carga y pasajeros, se colocaron 17 bancas que representaban las 17 provincias de la patria.

\_ *La Iglesia.*\_ Cuya construcción se inicia en el 50 y se consagra en el 23 de Mayo de 1974 con la presencia del Cardenal Pablo Muñoz Vega.

\_ *La Carolina.*\_ Ubicada en el caso central y al Sur del parque Zaracay, en este sector se fundó institucionalmente el pueblo de Santo Domingo.

\_ *Río Pove.*\_ O la piscina de las ilusiones de nuestros primeros pobladores, la “cocha o la poza”.

\_ *El Bombolí.*\_ Posible asentamiento Tsáchila, sitio destacado por su belleza ecológica y cultural. Su topografía presenta un relieve en cuyo ambiente se desarrolla variedad de flora y fauna. Desde aquí se puede apreciar el esplendor de Santo Domingo.

\_ *El bosque protector la perla.*\_ Lugar de investigación y pulmón de la zona: se trata de una montaña extensa y virgen, existen 250 especies de aves exóticas entre ellas el Tucán, Guacamayo entre otras, 33 variedades de helechos y pequeños animales como el Guatuso, Armadillo, etc...

### **1.1.2. UBICACIÓN**

La provincia Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra ubicada en la Cordillera Occidental de los Andes al suroeste de Pichicha a 133 kilómetros de Quito. Su Capital y único Cantón llamado Santo Domingo están ubicados en el centro de la provincia, rodeada de las siete parroquias rurales que conforman la nueva provincia.

#### **1.1.2.1. SITUACIÓN GEOGRÁFICA**

El cantón Santo Domingo perteneciente a la actual Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Es el sector geográfico donde convergen las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y Cotopaxi.

Forma parte de la región central norte subtropical, que se origina en las estribaciones occidentales de la cordillera de la misma orientación y se extiende hasta el perfil costanero de las provincias de Esmeraldas, Manabí y Guayas.

Geográficamente, está ubicada entre las siguientes coordenadas:

Longitud: 78040´, W.79050´.

Latitud: 0040´, N. 1000´5.

Los límites del cantón son:

*NORTE:* Los Cantones Puerto Quito ,San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado y Quinindé, (Concordia como zona indefinida hasta consulta popular)

*SUR:* Cantón La Maná (Provincia Cotopaxi), Cantón Valencia y Buena Fé (Provincia de los Ríos)

*ESTE:* Distrito Metropolitano de Quito, cantón Mejía (Provincia de Pichincha), Cantón Sigchos (Provincia de Cotopaxi)

*OESTE*: Zona Manga del Cura; Cantones el Carmen, Chone (Provincia de Manabí), Provincia de los Ríos y Esmeraldas.

#### **1.1.2.2. DISTANCIAS EN KILÓMETROS DE SANTO DOMINGO A:**

QUITO:	133km
GUAYAQUIL:	287km
ESMERALDAS:	185km
MANTA:	256km
OTAVALO:	228km
BAÑOS:	245km
GUARANDA:	328km

#### **1.1.3. CLIMA**

Clima Tropical-Húmedo. Se determina por medio de fenómenos atmosféricos de los cuales se considera. Luminosidad solar, dirección de los vientos, presencia de nubosidad, relativa humedad y pluviosidad constante.

Temperatura media: 22,9<sup>0</sup>c.

Altitud: 665msnm sobre el nivel del mar.

Como se ha dicho esta región supera los límites cantonales, en el cual se pueden distinguir dos regiones climáticas.

La primera corresponde a los flancos de la Cordillera Occidental de los Andes, hasta el límite de los 1000 metros sobre el nivel del mar. Esta área se caracteriza por lo abrupto de su topografía, y se encuentra ubicada entre las cuencas de los ríos Saloya, Pilatón y Toachi.

La otra zona climática es la más extensa; corresponde a la semi-llanura que se inicia en las estribaciones de la cordillera y continúa con dirección al Océano Pacífico.

La región estuvo cubierta originariamente de bosques, que han dado paso a cultivos de diversa índole. Posee un clima subtropical húmedo que se ha modificado considerablemente en el transcurso del último siglo.

En cuanto a las características del medio boscoso, es necesario precisar una subdivisión en los tres tipos de bosques existentes en la región:

- a) *Bosque Húmedo Tropical.*\_ abarca la mayor extensión de la región. Lo típico aquí es el bosque verde muy tupido y con una diversidad de especies de gran tamaño. Los suelos son arcillosos en las zonas menos húmedas y de deficiente constitución en las zonas de lluvias.
- b) *Bosque Húmedo Subtropical.*\_ incluye al centro del poblado de Santo Domingo y su temperatura fluctúa entre los 18 y 22.9<sup>0</sup>c.
- c) *Bosque Pluvial Subtropical.*\_ los terrenos son muy accidentados y las precipitaciones sobrepasan los 4000 mil milímetros, lo que hace que los suelos sean lavados y lixiviados. La vegetación se caracteriza por el bosque siempre verde con arbustos de pequeña altura.

#### **1.1.4. SUELO**

##### **1.1.4.1. RELIEVE**

Se aprecian dos zonas: La de la subregión de la costa interna, que está formada por una amplia llanura que se interrumpe por pequeñas o grandes distancias como el Bombolí, lomas: “como Tasaguasa y San Gabriel; y una segunda zona, con los flancos andinos, suelo irregular destacándose las montañas llá, la cordillera de Chugchillán, los ramales del Toachi, Mulaute, Tanti, Sarapullo, San Gabriel, Malicia y Aquepí.”<sup>3</sup>

Los sistemas montañosos has permitido la existencia de valles como: San Gabriel del Baba, Julio Moreno, Alluriquín y Valle Hermoso.

##### **1.1.5. HIDROLOGÍA**

Se encuentra en el Cantón, subcuencas y micro cuencas hidrográficas:

“\_ Al Este y Noreste: la micro cuenca del Río Toachi, que pertenece a la subcuenca del Río Blanco, siendo sus causas principales, al este el río Toachi y al Noreste los ríos Tránsito, Mozo, Cuspe y Memé.

---

<sup>3</sup> Rosales Ruth, Torres Víctor Hugo, Santo Domingo Cantón mágico.

- \_ Al Sur: la subcuenca del Río Borbón, perteneciente a la cuenca del Río Guayas, siendo su cauce principal el Baba.
- \_ Al Sureste: se encuentra la subcuenca del Río Peripa, que pertenece a la cuenca del río Guayas, es alimentado por diversos esteros y vertientes.
- \_ Al Noreste: se encuentra la subcuenca del Río Quinindé, perteneciente a la cuenca del Río Esmeraldas.
- \_ Al Extremo N-NE: la subcuenca del Río Esmeraldas, siendo alimentado por diferentes afluentes (ríos Mulaute y Cristal)

*Principales Ríos del Cantón:*

En la Cabecera Cantonal Santo Domingo: Río Pove, Río Verde, y Río Code, Estero Pupusá.

En las parroquias rurales: Ríos; Baba, Guabal, Mache, Chila, Búa, Ompí, Ompí Grande, Cóngoma, Salgama, Bimbe, Rayo, Victoria, Toachi, Salazar, Blanco, Como Hacemos, Caoní, Nila, Peripa, Mulaute, Memé Chico, Las Damas, Las Palmeras, Los Perdidos, El tránsito, Pilatón, Aquepí, Cristal, Leila.

ESTEROS: Chiguipe, Virgencita, La Tola.”<sup>4</sup>

### **1.1.6. POBLACIÓN**

El proceso de poblamiento de la región se lo puede catalogar como explosivo y se ubica desde fines de la década del cincuenta hasta mediados de los setenta. La población que se fue asentando en la zona de Santo Domingo provino de casi todas las provincias del país e inclusive de la zona Sur de Colombia. Aparte de una presencia masiva, también caracteriza a ese grupo humano el hecho de que se trata de una población originaria de áreas deprimidas, ya afectadas por desastres naturales como las sequías de Manabí y Loja, o caracterizadas por su pobreza y sobrepoblación, como las provincias de Cotopaxi, Bolívar, Tungurahua, entre otras.

Entre ellos había una gran cantidad de campesinos, convocados por la posibilidad de llegar a tener tierras, o simplemente por la expectativa de

---

<sup>4</sup> Méndez Miguel, Breve reseña histórica de Santo Domingo.



trabajo. Es así que la población asentada en el área rural representó las tres cuartas partes de la población total de la zona, entre 1950 y 1974.

A esta época corresponden los índices de crecimiento poblacional más altos que se hayan registrado en la región. En el período intercensal entre 1962 y 1974 se registró un crecimiento que se ubica en el orden del 13.5%, cifra que revela lo explosivo del crecimiento.

Los inmigrantes representaban en 1962 el 98% de la población total de la parroquia, mientras que para 1974 constituían más del 70% de la población urbana y rural.

### **1.1.7. ECONOMÍA**

#### **1.1.7.1. PRODUCCIÓN**

La fertilidad del suelo permite producir abundante y variados productos agrícolas en su mayoría de exportación, así tenemos: Palma africana, banano, abacá, café, cacao, palmito, maracuyá, papaya, macadamia, malanga, limón, piña.

Para la alimentación, industria y trabajo tenemos: cítricos, banano, plátano, abacá, cacao, café, caucho, palma africana, arroz, maíz, hortalizas, yuca, caña de azúcar, papaya y piña.

#### **1.1.7.2. GANADERÍA**

La ganadería representa uno de los rubros económicos de gran impacto en el cantón, para ello, contribuyen grandemente las entidades financieras que operan en la ciudad. Cuenta con una población bovina de 320.000 y su faenamiento anual es de 80.000 cabezas.

Se encuentran animales vacunos, porcinos, caballar y aves de corral.

### **1.1.7.3. COMERCIO**

Cuenta con importante infraestructura hotelera, restaurantes, bares, complejos turísticos, agencias de viajes.

La zona comercial de Santo Domingo comprende principalmente la AV. 29 de Mayo, la Av. Quito y la calle 3 de Julio en las que se encuentran una gran variedad de productos de todo el país ya que es un centro de acopio que une la costa y sierra.

### **1.1.8. ACTIVIDAD TURÍSTICA**

La actividad turística en la ciudad de Santo Domingo no está explotada al máximo aún pero ofrece gran variedad de actividades de distracción como:

El rafting, el salto y kayak son actividades que se las puede practicar en ríos como: Toachi, Baba, Cristal, Blanco. La variedad de ríos convierte a esta zona en el destino perfecto para que turistas nacionales y extranjeros disfruten de la adrenalina que provoca este deporte apasionante.

El camping es una excelente opción, existen varios lugares que se prestan para realizar esta actividad

Pero su atractivo principal sigue siendo la presencia de la comunidad Tsáchila, su rasgo más importante es el conocimiento sobre el poder curativo de las plantas.

### **1.1.9. FIESTAS DE SANTO DOMINGO.**

“CRONOLOGÍA DE NUESTRA HISTORIA

*Parroquialización:* 29 de Mayo de 1861

*Fundación Colona:* 6 de Noviembre de 1899

*Junta de Mejoras:* 14 de Febrero de 1964

*Cantonización:* 3 de Julio de 1967

*Provincialización:* 6 de Noviembre del 2007<sup>5</sup>

#### **1.1.10. COMIDA**

La principal comida es el Plátano, la manera más común de prepararlo es el “**anó-ilá**”, es decir, plátano molido, o sea, lo que en la región lleva el nombre de “bala”. La preparación se reduce a cocinar el plátano y luego molerlo en una tabla con un rodillo de madera. **Lucupí** es la sopa del plátano verde rallado. **Lúnmala** es la colada del plátano maduro bebida muy apreciada en el medio. El plátano verde rallado, hecho masa, se condimenta con un pedazo de pescado en el interior de la bala, envuelta en la hoja del mismo plátano y puesta al fuego, llamado entonces “**watsa tamall**”, lo que sus vecinos no colorados llaman simplemente tamal.

Otro alimento importante de origen vegetal es la yuca. A más de cocinar la yuca sola o en sopas, también de ella se hace la chicha fermentada conocida con el nombre de “**urú**”. Esta chicha es el resultado de la masticación laboriosa de la yuca, procedimiento por el cual se produce la fermentación.

Se continúa usando el maní desde muy lejana época, mezclándolo con plátano asado o cocido. La caña de azúcar como bebida diaria, el chocolate tomado en igual forma. El zapallo, camote, papa china y la col del monte se consumen hasta la actualidad.

Debido a la comunicación que hay entre la sierra y la costa los Tsáchilas han aumentado su dieta consumiendo productos de todo el país como son: las hortalizas, las verduras, harinas, granos, etc...

Se consumen frutas como la papaya, naranja, piña, guineo, guaba, granadilla, guayaba, uvilla, palma real, limón, palmito.

---

<sup>5</sup> Rosales Ruth, Torres Víctor Hugo, Santo Domingo Cantón mágico.

La carne de Guanta es muy apetecida en el medio, es el plato típico por el cual muchos extranjeros viajan hasta esta tierra encantada para saborearlo. Lamentablemente la cruda realidad es que para conseguir esta carne tan exquisita es necesario internarse en la selva por 1 o 2 días realizando largas, agotadoras y fatigosas caminatas solo con la esperanza de tener éxito en la caza de este animal ya que está en peligro de extinción.

Existe una gran parte de escasez de carne acuática como peces, camarones, etc....esto se debe a que los ríos son diariamente bombardeados con detonaciones de dinamita, procedimiento, por lo cual muere todo ser viviente que sea alcanzado por la detonación. La necesidad de este alimento obliga entonces a los Tsáchilas, originarios de estas tierras, a proveerse de carne de res, de chanco, pescado y camarones en el mercado local.

## **1.2. GENERALIDADES DEL PROYECTO**

### **1.2.1. EL TÉRMINO RESTAURANTE**

La palabra proviene de la palabra francesa “restaurant” que significa “salamanca”, refiriéndose a la comida que se comía en esa época.

En otra versión se puede contar que el primer mesonero llamado Boulanger, al inaugurar la primera casa de comidas tenía como eslogan en la entrada la frase en latín “Venite ad me vos qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos” que significa en castellano es: “venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré”. De esta última palabra se deriva el término restaurante.<sup>6</sup>

### **1.2.2. SELF SERVICE**

Autoservicio, establecimiento en que el cliente elige lo que quiere comprar o consumir.

---

<sup>6</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>

### **1.2.3. CATEGORÍAS DE LOS RESTAURANTES<sup>7</sup>**

Los restaurantes reciben una clasificación basada en varios conceptos.: Instalaciones, servicios, menú, etc., siendo el servicio de los camareros en las mesas uno de los criterios más valorados.

A continuación se señalará un resumen de los requisitos básicos tomados como parámetros para clasificar los restaurantes de primera categoría:

#### **1.2.3.1. RESTAURANTES DE PRIMERA (CUATRO TENEDORES)**

- Entrada para los clientes independiente de la del personal.
- Sala de espera.
- Guardarropa (en países fríos).
- Teléfono inalámbrico.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Aire acondicionado, calefacción y refrigeración.
- Mobiliario y decoración de primera calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

La propuesta de creación cumplirá con todos estos requisitos, los mismos que serán especificados en el estudio técnico.

---

<sup>7</sup> Clases de Técnicas de Restaurantes.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

##### **2.1.1. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un diagnóstico situacional de los elementos del microambiente y del macro ambiente para determinar la factibilidad en el mercado de la propuesta de creación de un Restaurante estilo self-service en la ciudad de Santo Domingo.

##### **2.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- \_ Determinar la demanda actual y futura así como las características socio-económicas de los consumidores.
- \_ Determinar la oferta total para establecer la competencia directa e indirecta en el área de restaurantes en la ciudad de Santo Domingo.
- \_ Determinar las características y facilidades que ofrecen los distintos proveedores de alimentos y bebidas para elegir el más conveniente.

#### **2.2. FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN**

Consiste en la recolección, síntesis, organización, y comprensión de los datos que se requieren.

##### **2.2.1. FUENTE SECUNDARIA**

Se toma como primera opción la fuente secundaria ya que se refiere a la obtención de datos ya existentes que han sido recopilados para propósitos distintos a la investigación que se realiza, estos datos son fáciles de obtener y su costo de recopilación es bajo, se procurará que esta información sea

confiable, actual, exacta y aplicable a la investigación en curso. Agotada toda la información secundaria se procederá a recopilación de la Fuente Primaria.

Las fuentes secundarias utilizadas son:

- **DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TURISMO.**\_ se obtuvo datos personalmente acerca de los restaurantes existentes en la zona y en qué año fueron creados para el análisis de la competencia, ya que la corporación no cuenta con estos datos listos y organizados se recurrió al envío de una solicitud dirigida a la Directora Salomé Franco para acceder a estos documentos, gracias a su colaboración se pudo cumplir a cabalidad con el objetivo propuesto. Así mismo se obtuvieron datos como son los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento  
**Ver Anexo 01**
- **INEC.**- los datos obtenidos de esta fuente son: la Población Económicamente activa, la tasa de crecimiento anual y grupo de ocupación, estos datos aplicados a la fórmula se obtuvo la muestra poblacional a estudiar.
- **Captur.**\_ datos acerca de la nueva provincia y de la ciudad de Santo Domingo, guía de establecimientos.
- **Municipio.**\_ estadísticas, requisitos de funcionamiento.
- **Publicaciones periódicas.**- para conocer el movimiento de las empresas que afectarían externamente.
- **Revistas** (Santo Domingo).
- **Diarios.**\_ La Hora, El Colorado.
- **Datos comerciales.**- se observarán las estrategias comerciales que aplican constantemente otras empresas y las tomaremos en cuenta para nuestro proyecto

### 2.2.2. FUENTE PRIMARIA

Estos datos se recopilarán específicamente para el estudio que se está realizando mediante una investigación de campo.

## **2.3. TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS**

### **2.3.1. LA ENTREVISTA**

Realizada especialmente para la oferta. Se realizó un cuestionario estructurado con preguntas pre-elaboradas como guía para el momento de la entrevista a la oferta. La entrevista fue realizada personalmente a los dueños o Gerentes administradores de los establecimientos considerados como oferta directa para este proyecto.

### **2.3.2. LA ENCUESTA PERSONAL**

Se realizó un modelo de encuesta personal enfocado a la futura demanda, la encuesta consta de 15 preguntas bien estructuradas y supervisadas por el director de tesis, como fue aplicada personalmente se interactuó con las personas permitiendo describir y cuantificar su conducta y comportamiento frente al producto existente en el mercado y al producto a ofertar con la propuesta de creación.

### **2.3.3. LA OBSERVACIÓN**

Con ésta técnica de tipo cualitativa se obtuvo un gran número de datos como son la frecuencia de compra, el comportamiento hacia el producto existente en el mercado. Mediante esta técnica se pudo analizar de mejor manera a la competencia, que productos ofrece, la calidad de los mismos ya que se tuvo que comprobar realizando una compra y verificar el precio y otros elementos que se detallan en el análisis de la competencia como lo es el ambiente, la sanidad.

## **2.4. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.4.1. EL CUESTIONARIO**

Para la investigación de mercados se utilizaron preguntas estructuradas y cerradas con varias opciones de respuesta, preparado sistemática y



cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en esta investigación, este tipo de preguntas se realizaron con la finalidad de hacer fácilmente medibles las respuestas.

## **2.5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La propuesta de creación de un restaurante estilo self-service en la ciudad de Santo Domingo se enfocará en cuatro variables de segmentación, siendo las siguientes:

### **2.5.1. VARIABLE GEOGRÁFICA**

Se tomará como segmento de mercado a la población de la ciudad de Santo Domingo, que tengan su lugar de trabajo en el centro de la ciudad o que prefieran consumir en la avenida más transitada de la ciudad como lo es la Av. Quito.

### **2.5.2. VARIABLE DEMOGRÁFICA**

Esta variable será utilizada con el propósito de conocer el perfil socio-económico del posible cliente que va desde nivel medio, medio alto y alto, se enfocará a jóvenes adultos de 20 a 30 años y adultos mayores de 31 a 64 años de edad, personas de sexo masculino y femenino ya sea que estén solteros, casados, divorciados, viudos o unión libre así se podrá conocer qué porcentaje de personas tienen cargas familiares, se espera llegar a personas que cuenten con ingresos económicos mensuales mayores a 300 dólares con un tercer nivel de educación, que sean empleados de puestos públicos, privados o tengan su propio negocio.

### **2.5.3. VARIABLE PSICOGRÁFICA**

Se investigará el motivo por el cual las personas comprarían en el restaurante en mención ya sea por cercanía al trabajo, por placer, negocios, no tienen comida en la casa, otros... si compran en la competencia en que restaurante

de la competencia les gusta degustar los alimentos y que compran generalmente; el tipo de servicio, la calidad o el ambiente.

#### 2.5.4. VARIABLE CONDUCTUAL

Esta variable será aplicada para conocer la ocasión de compra del posible consumidor como es cuantas veces por semana consume alimentos fuera de casa, los beneficios buscados por el cliente como son la calidad, cantidad, precio justo, higiene, la calidad del servicio, etc.... y el comportamiento positivo o negativo que tendría hacia el producto ofertado.

#### 2.5.5. CUADRO DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

A continuación se detalla en cada cuadro la sinopsis de la segmentación de mercado con los diferentes factores que se han tomado en cuenta.

#### FACTORES GEOGRÁFICOS

Cuadro N° 01

<b>País:</b>	Ecuador
<b>Provincia:</b>	Santo Domingo de los Tsáchilas
<b>Ciudad:</b>	Santo Domingo
<b>Sector:</b>	Centro
<b>Lugar:</b>	Avenida Quito

#### FACTORES DEMOGRÁFICOS

Cuadro N° 02

<b>Edad:</b>	<input type="checkbox"/> Jóvenes adultos de 20 a 30 años <input type="checkbox"/> Adulto mayor de 31 a 64 años
<b>Género:</b>	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino

<b>Ciclo de vida Familiar:</b>	<input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Unión Libre
<b>Ingresos:</b>	<input type="checkbox"/> Ingresos económicos mensuales mayores a 300 dólares
<b>Ocupación:</b>	<input type="checkbox"/> Estudiantes <input type="checkbox"/> Profesionales <input type="checkbox"/> Independientes <input type="checkbox"/> Empleados Públicos <input type="checkbox"/> Otros.
<b>Clase Social</b>	<input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Media Alta <input type="checkbox"/> Alta

## FACTORES PSICOGRÁFICOS

Cuadro N° 03

<b>Motivo de Compra:</b>	<input type="checkbox"/> Cercanía al trabajo / Universidad <input type="checkbox"/> Placer <input type="checkbox"/> Negocios <input type="checkbox"/> No hay comida en su casa <input type="checkbox"/> Otros
<b>Donde Compra:</b>	<input type="checkbox"/> Competencia
<b>Que Compra:</b>	<input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Ambiente

## FACTOR CONDUCTUAL

Cuadro N° 04

<b>Ocasión de Compra:</b>	<input type="checkbox"/> Número de veces por semana que consume alimentos y bebidas fuera de casa.
<b>Beneficios Buscados:</b>	<input type="checkbox"/> Cantidad <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Precio <input type="checkbox"/> Higiene <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/> Otros.
<b>Actitud hacia el Producto Ofertado:</b>	<input type="checkbox"/> Positivo <input type="checkbox"/> Negativo

### 2.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA FINITA DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

Para el cálculo de la muestra se ha segmentado la población de Santo Domingo que consta de 450000 habitantes, tomando como datos principales un número de personas de edad comprendida en los rangos de 20 hasta 64 años, económicamente activas y dentro de un mismo grupo de ocupación, tomando en cuenta que la tasa de crecimiento anual es de 3,7% para las proyecciones en los años siguientes. De esta manera se obtuvo el universo de estudio aplicado a la fórmula siguiente.

Grupos de edad años	Total
<b>Total</b>	<b>72851</b>
de 20 a 24	13681
de 25 a 29	11935
de 30 a 34	11133
de 35 a 39	10057
de 40 a 44	8552
de 45 a 49	6341
de 50 a 54	5152
de 55 a 59	3461
de 60 a 64	2539

Proyección años futuros		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
AÑOS										
PEA		72851	75546	78342	81240	84246	87363	90596	93948	<b>97424</b>

TCA=3,7%

**Tamaño del universo:** 97424 habitantes.

**Simbología:**

n = tamaño de la muestra		<b>X</b>
z = nivel de confianza	95%,	<b>1.96</b>
p = probabilidad de ocurrencia	50%	<b>0.50</b>
q = Probabilidad de no ocurrencia	50%	<b>0.50</b>
N = Universo de estudio		<b>97424</b>
e = error estimado	5%	<b>0.05</b>

**Fórmula:**

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

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5) \times (97424)}{((0.05)^2 \times (97424-1)) + ((1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5))}$$

$$n = \frac{93566,01}{243,56 + 0,96}$$

$$n = \frac{93566,01}{244,52}$$

$$n = 382,65 = \mathbf{383 \text{ encuestas}}$$

Ver Anexo 02

## 2.7. ENCUESTA

Esta encuesta está dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Santo Domingo con el fin de conocer las tendencias, gustos, preferencias y la aceptación en el medio de un restaurante estilo self-service.

### PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE ESTILO SELF-SERVICE EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.

El motivo de esta encuesta es identificar los gustos, tendencias y preferencias de las personas que viven en la ciudad de Santo Domingo para la propuesta de creación de un restaurante estilo self-service.

Género: Masculino	<input type="checkbox"/>	Edad: 20-25	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>	26-30	<input type="checkbox"/>
		31-35	<input type="checkbox"/>
Ocupación:	_____	36-40	<input type="checkbox"/>
		41-45	<input type="checkbox"/>
Profesión:	_____	46-50	<input type="checkbox"/>
		50-más	<input type="checkbox"/>
Ingresos:		Estado civil:	
200-300	<input type="checkbox"/>	Soltero	<input type="checkbox"/>
301-400	<input type="checkbox"/>	Casado	<input type="checkbox"/>
401-500	<input type="checkbox"/>	Divorciado	<input type="checkbox"/>
501-más	<input type="checkbox"/>	Viudo	<input type="checkbox"/>
		Unión Libre	<input type="checkbox"/>

Por favor señale con una "X" la respuesta de su preferencia.

#### 1) ¿Cuál de los siguientes restaurantes frecuenta usted?

- |                |                          |                       |                          |
|----------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| a) Blue Dreams | <input type="checkbox"/> | e) Cocina de Consuelo | <input type="checkbox"/> |
| b) El Zaguán   | <input type="checkbox"/> | f) D`Marcos           | <input type="checkbox"/> |
| c) Miravalle   | <input type="checkbox"/> | g) Che Luis           | <input type="checkbox"/> |
| d) Azafrán     | <input type="checkbox"/> | h) Otros              | <input type="checkbox"/> |

Cuales: \_\_\_\_\_

#### 2) ¿Qué tipo de restaurante prefiere? Elija uno de ellos.

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| a. Self-service (variedad del menú, rapidez en la atención) | <input type="checkbox"/> |
| b. Agachaditos (en la vereda)                               | <input type="checkbox"/> |
| c. Restaurante Clásico (atendido por meseros)               | <input type="checkbox"/> |
| d. Otros  | <input type="checkbox"/> |

Cuales: \_\_\_\_\_

#### 3) ¿En qué avenida le gustaría que funcione un restaurante estilo self-service?

- |                   |                          |                  |                          |
|-------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| a. Av. Quito      | <input type="checkbox"/> | c. Calle 3 Julio | <input type="checkbox"/> |
| b. Av. 29 de Mayo | <input type="checkbox"/> | d. Otros         | <input type="checkbox"/> |

Cuales: \_\_\_\_\_

**4) ¿Qué es más importante para usted al momento de elegir un restaurante? Enumere en orden de importancia siendo 1= mayor importancia y 8= menor importancia**

- |                             |     |                        |     |
|-----------------------------|-----|------------------------|-----|
| a. Precio                   | ___ | e. Cantidad            | ___ |
| b. Calidad de los alimentos | ___ | f. Atención al cliente | ___ |
| c. Ambiente                 | ___ | g. Variedad del menú   | ___ |
| d. Higiene                  | ___ | h. Sabor               | ___ |

**5) Qué valor monetario estaría dispuesto a pagar por un desayuno en un restaurante estilo self-service?**

- |                     |     |                    |     |
|---------------------|-----|--------------------|-----|
| a) \$ 1,50 – \$2,00 | ___ | c) \$2,51 - \$3,00 | ___ |
| b) \$ 2,01 - \$2,50 | ___ | d) \$3,01 – más    | ___ |

**6) ¿Qué valor monetario estaría dispuesto a pagar por un almuerzo en un restaurante estilo self-service durante días laborales?**

- |                 |     |                |     |
|-----------------|-----|----------------|-----|
| a. 2,49 o menos | ___ | d. 3,51 – 4,00 | ___ |
| b. 2,50 – 3,00  | ___ | e. 4,01 – 4,50 | ___ |
| c. 3,01 – 3,50  | ___ | f. 4,51 – más  | ___ |

**7) ¿Cuántas veces a la semana consume alimentos y bebidas fuera de casa?**

- |                       |     |                    |     |
|-----------------------|-----|--------------------|-----|
| a. 1 vez por semana   | ___ | f. 1 vez quincenal | ___ |
| b. 2 veces por semana | ___ | g. 1 vez mensual   | ___ |
| c. 3 veces por semana | ___ | h. todos los días  | ___ |
| d. 4 veces por semana | ___ | i. nunca           | ___ |
| e. 5 veces por semana | ___ |                    |     |

**8) ¿Qué tipo de comida prefiere a la hora del almuerzo?**

- |  |     |
|--|-----|
| a. Elaborada o Gourmet   | ___ |
| (Pollo en salsa de champiñones, lomo en salsa de vino tinto, etc...) |     |
| b. Típica de la zona   | ___ |
| (Menestras, molido de verde, yuca, etc...)                           |     |
| c. Nacional Costa y Sierra   | ___ |
| (Hornado, fritada, ceviches, etc...)                                 |     |
| d. Variada entre las tres anteriores                                 | ___ |

**9) ¿Cuántas opciones de sopas, platos fuertes y postres le gustaría a Ud. tener en el menú para elegir?**

- |                            |     |                   |     |
|----------------------------|-----|-------------------|-----|
| a. Menos de 2 alternativas | ___ | d. 4 alternativas | ___ |
| b. 2 alternativas          | ___ | e. más de 4 alt.  | ___ |
| c. 3 alternativas          | ___ |                   |     |

**10) ¿Qué tipo de decoración prefiere?**

- a. Clásico \_\_\_
- b. Típico de la zona \_\_\_
- c. Temático \_\_\_  
(Costa, Sierra, Oriente, u otro país EEUU, España, etc.)
- d. Vanguardista \_\_\_  
(Combinación de lo colonial, inglés y moderno)
- e. Moderno \_\_\_
- f. Minimalista \_\_\_  
( simplicidad, serenidad, sobriedad, sin contaminación visual, relajante)
- g. Otro \_\_\_

Cuales: \_\_\_\_\_

**11) ¿A qué hora asiste preferencialmente a un restaurante?**

- a. Desayuno \_\_\_
- b. Almuerzo \_\_\_
- c. Cena \_\_\_

**12) ¿Del restaurante que frecuenta usted siempre escoge?**

- a. Plato del día \_\_\_
- b. Platos a la carta \_\_\_

**13) ¿Por qué motivo sale a comer generalmente a un restaurante?**

- a. Placer \_\_\_
- b. Negocios \_\_\_
- c. Celebración \_\_\_
- d. Cercanía al trabajo / universidad \_\_\_
- e. No hay comida en su casa \_\_\_
- f. otros \_\_\_

Cuales: \_\_\_\_\_

**14) ¿Estaría dispuesto a pagar \$2,50 por un desayuno Americano o Colorado en un restaurante estilo self-service?**

- a. Si \_\_\_
- b. No \_\_\_

**15) ¿Estaría dispuesto usted a pagar \$4,00 por un almuerzo en un restaurante estilo self-service con bebida y postre incluido, en un ambiente minimalista?**

- a. Muy Probablemente \_\_\_
- b. Probablemente \_\_\_
- c. Poco Probable \_\_\_
- d. No Probable \_\_\_

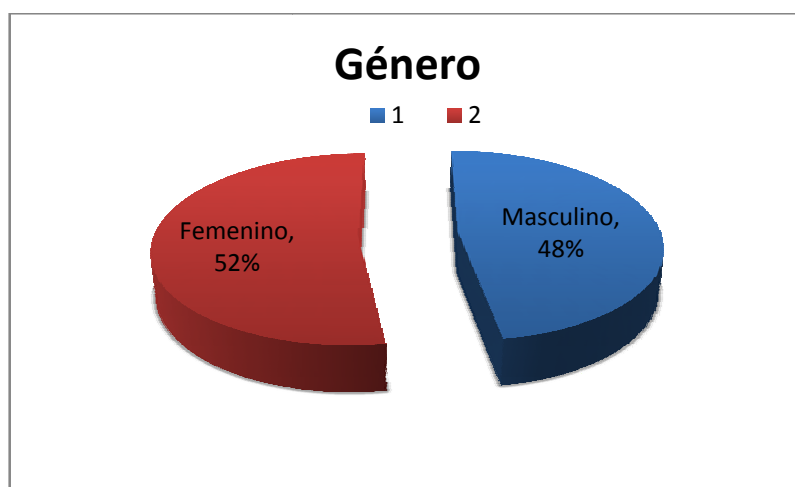


### 2.7.1. TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

A continuación se presenta la tabulación de cada pregunta realizada en las encuestas con su respectiva interpretación.

#### Género

Respuesta	Personas	Porcentaje
Masculino	182	47,54%
Femenino	201	52,46%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

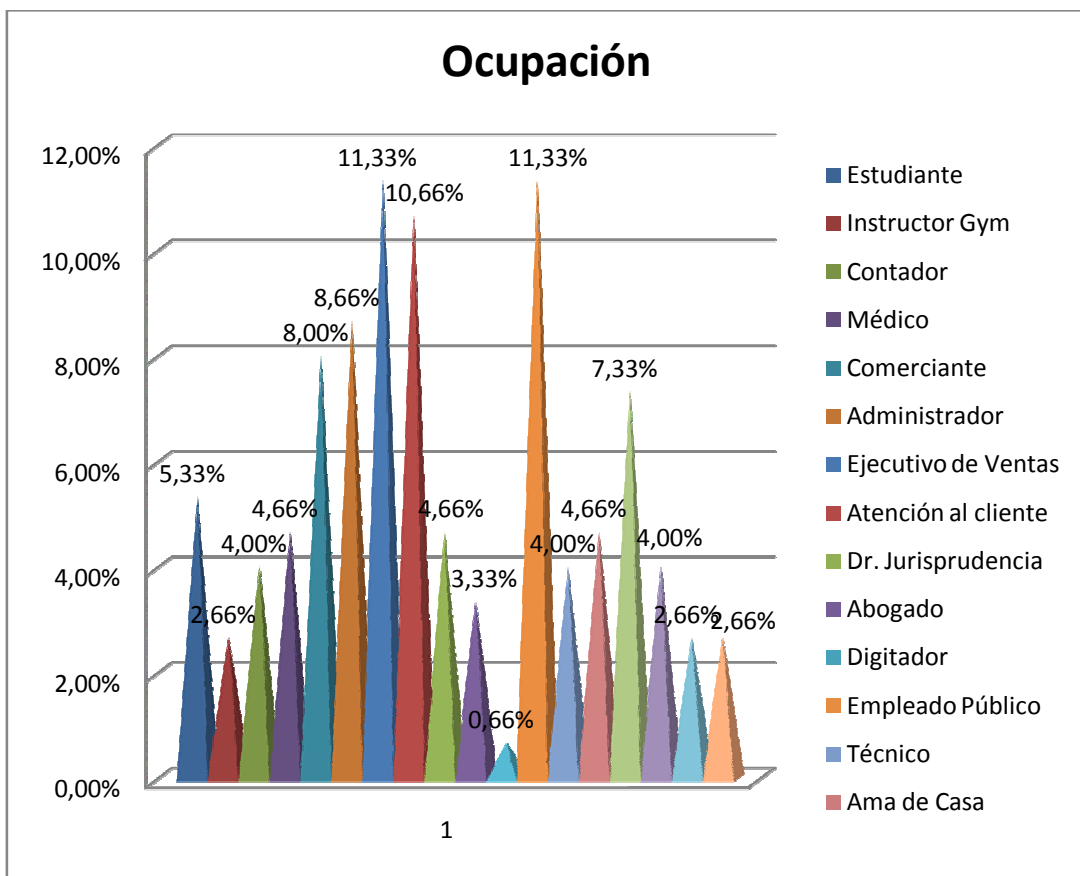


#### Interpretación:

De las personas encuestadas se ha podido obtener como resultado que el 47,54% pertenece al género masculino y el 52,46% pertenece al género femenino. Parcialmente existe un mayor número de habitantes de género femenino en la ciudad de Santo Domingo.

## Ocupación

Respuesta	Personas	Porcentaje
Estudiante	20	5,33%
Instructor Gym	10	2,66%
Contador	15	4,00%
Médico	18	4,66%
Comerciante	30	8,00%
Administrador	33	8,66%
Ejecutivo de Ventas	43	11,33%
Atención al cliente	41	10,66%
Dr. Jurisprudencia	18	4,66%
Abogado	13	3,33%
Digitador	3	0,66%
Empleado Público	43	11,33%
Técnico	15	4,00%
Ama de casa	18	4,66%
Secretaria	28	7,33%
Profesor	15	4,00%
Automotriz	10	2,66%
Importador	10	2,66%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

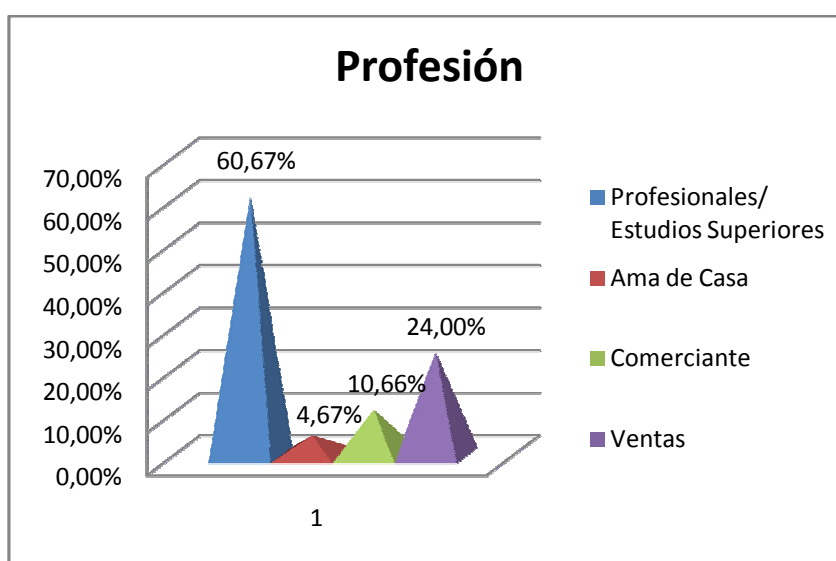


## Interpretación:

De las encuestas realizadas el 11.33% de personas son ejecutivos de ventas, otro 11.33% son empleados públicos, el 10.66% se ocupan en la atención al cliente, un 8.66% son administradores de negocios varios, el 8% son comerciantes, el 7.33% trabajan como secretarias, el 5.33% aún son estudiantes; Médicos, Dr. Jurisprudencia, ama de casa ocupan un 4.66% cada uno; mientras Contador, Técnico, Profesor ocupan un porcentaje del 4.00% cada uno; el 3.33% es ocupado laboralmente por abogados; Instructor de gimnasio, automotriz e importadores tienen un porcentaje de ocupación del 2.66% cada uno y solo un 0.66% se ocupa en el área de digitación. El 53.37% de las personas encuestadas dependen de un trabajo en el área pública, mientras que el otro 46.63% cuentan con negocios propios, son estudiantes o amas de casa.

## Profesión

Respuesta	Personas	Porcentaje
Profesionales/ Estudios Superiores	232	60,67%
Ama de Casa	18	4,67%
Comerciante	41	10,66%
Ventas	92	24,00%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

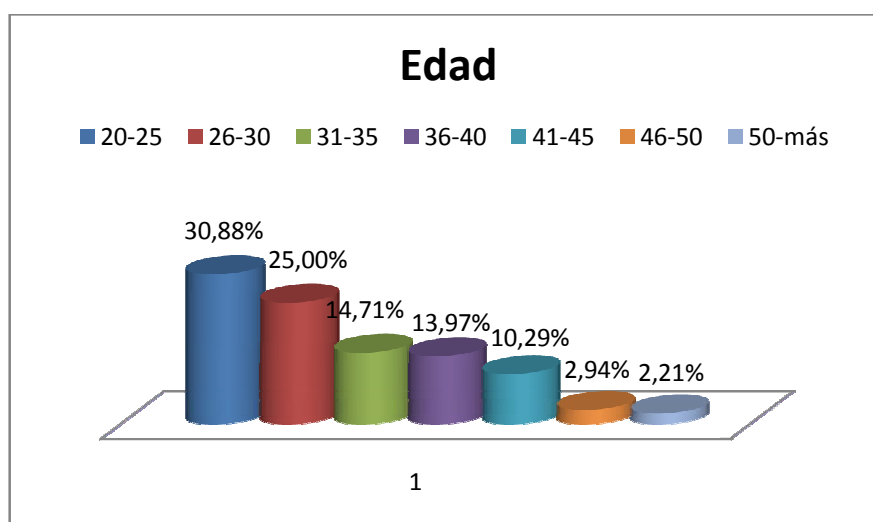


## Interpretación:

El 60.67% de las personas encuestadas son profesionales “Tienen un título universitario”, dentro de este mismo porcentaje existen personas que aún se encuentran cursando sus estudios y otras que tienen una profesión práctica, dentro del 24.00% se encuentran las personas que se dedican a la venta de un producto detrás de un mostrador, el 10.66% son comerciantes de productos varios y cuentan con su propio negocio, por último el 4.67% se refiere a las amas de casa no menos importante y con un alto grado de consumismo. Es evidente que más de un 50% de la población tiene deseos de superación y no se conforman tan solo con ser bachilleres así identificamos que el estilo de vida en la provincia Tsáchila es de un nivel medio alto.

## Edad

Respuesta	Personas	Porcentaje
20-25	118	30,88%
26-30	96	25,00%
31-35	56	14,71%
36-40	54	13,97%
41-45	40	10,29%
46-50	11	2,94%
50-mas	8	2,21%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

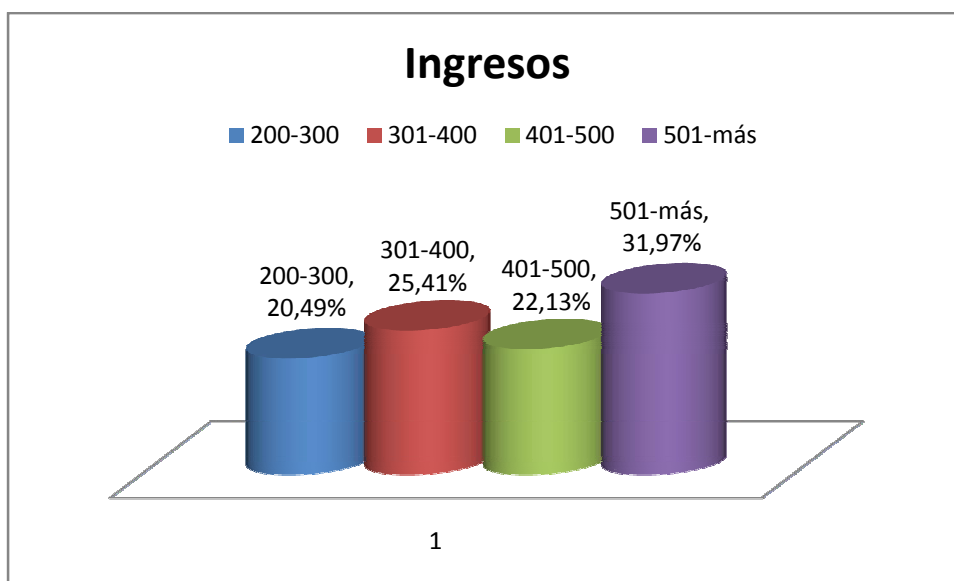


## Interpretación:

Las edades de 20 a 25 años ocupan un porcentaje del 30.88% dando a conocer que la población de Santo Domingo es una población joven, el 25% pertenece a personas comprendidas entre los 26 a 30 años de edad esto quiere decir que existen personas de edad media trabajando en el medio que se realizaron las encuestas, el 14.71% es de personas desde 31 hasta 35 años de edad, el 13.97% pertenece a personas comprendidas entre 36 a 40 años, el 10.29% a personas de 41 a 45 años de edad, el 2.94% a las edades de 46 a 50 años, y por último el 2.51% a personas de 51 años en adelante, este bajo porcentaje se refiere a que las personas que entran en esta edad prefieren retirarse de sus trabajos ya que han culminado con sus metas y algunos gustan de disfrutar de los frutos logrados.

## Ingresos

Respuesta	Personas	Porcentaje
200-300	79	20,49%
301-400	97	25,41%
401-500	85	22,13%
501-más	122	31,97%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

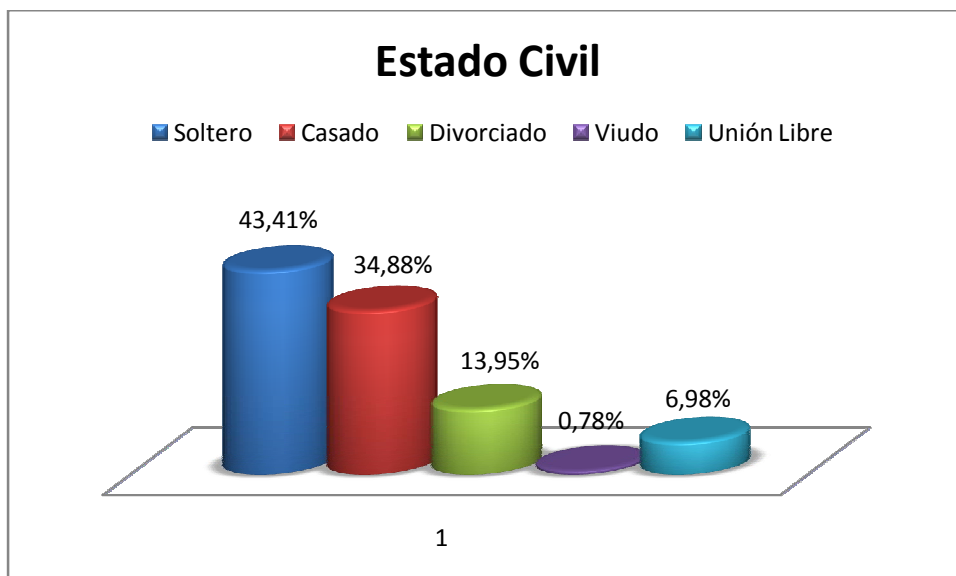


### Interpretación:

El 31,97% perteneciente a 122 personas encuestadas reciben un salario superior a los 501 dólares esto muestra que una mayoría de las personas tiene una situación económica estable como para consumir fuera de casa, el 25,41% ganan mensualmente 301 a 400 dólares éstas personas se dedican a la venta de productos actúan como empleados asalariados, el 22,13% referente a 85 personas tienen un sueldo de 401 a 500 dólares, y por último un 20,49% que equivalen a 79 personas ganan 200 a 300 dólares mensuales este porcentaje se refiere a los estudiantes y personas que trabajan detrás de mostradores también se incluye a las amas de casa ya que no tienen un sueldo fijo pero es el valor con el que cuentan para alimentar a su familia mensualmente.

### Estado Civil

Respuesta	Personas	Porcentaje
Soltero	166	43,41%
Casado	134	34,88%
Divorciado	53	13,95%
Viudo	3	0,78%
Unión Libre	27	6,98%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

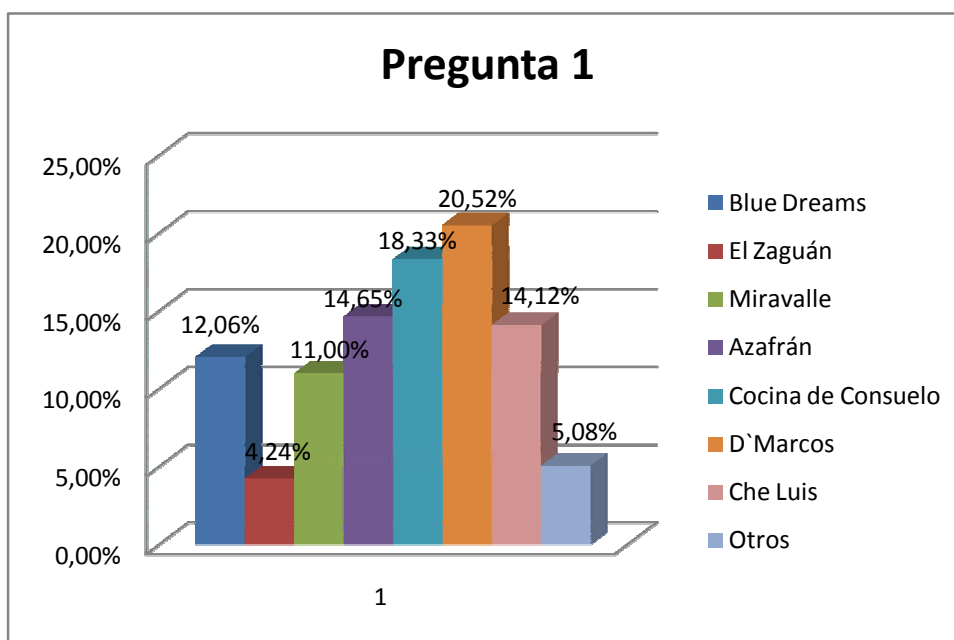


### Interpretación:

El 43,41% de la muestra tomada de la población existente en la ciudad de Santo Domingo son Solteros (as), el 34,88% son casados (as), el 13,95% son divorciados (as), apenas un 0,78% son viudos (as), y el 6,98% viven en unión libre. Esto demuestra que por varios motivos consumen alimentos y bebidas fuera de casa ya sea porque son solteros y viven solos, o porque las parejas trabajan y no tiempo de cocinar en sus casas.

### Pregunta 1: ¿Cuál de los siguientes restaurantes frecuenta usted?

Respuesta	Personas	Porcentaje
Blue Dreams	46	12,06%
El Zaguán	16	4,24%
Miravalle	42	11,00%
Azafrán	56	14,65%
Cocina de Consuelo	71	18,33%
D`Marcos	79	20,52%
Che Luis	54	14,12%
Otros	19	5,08%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



### **Interpretación:**

De las personas encuestadas un 20,52% consumen en el restaurante D`Marcos, se lo ha considerado como competencia directa ya que ofrece el mismo producto que se desea ofrecer en esta propuesta de creación, con un 18,33% se encuentra el restaurante cocina de consuelo que ofrece desayunos y almuerzos para ejecutivos, y en su menú también cuenta con platos a la carta y servicio de banquetes, también se lo considera como competencia directa, el 14,65% de la población consume en el restaurante Azafrán por economía, 14,12% prefieren consumir en el restaurante Parrilladas Che Luis ya que salen de la rutina diaria y buscan nuevos plato siendo este considerado como el mejor en su área, 11,00% de las personas encuestadas consumen en el restaurante Nuevo Miravalle con un excelente servicio pero ubicado fuera de la ciudad y enfocado a un target de turistas, transportistas y personas de paso, el 8,47% de personas encuestadas prefiere consumir en el restaurante Cocina de Consuelo ya que creen que su servicio, precio y producto son justos al consumidor, el 12,06% de las personas consumen en la cafetería Blue Dreams ya que se encuentra cerca de sus trabajos y el 4,24% de las personas consumen en el restaurante El Zaguán no acuden mucho a éste sitio porque es reducido y las que acuden es por economía, mientras que el 5,08% acuden a diferentes restaurantes como son:

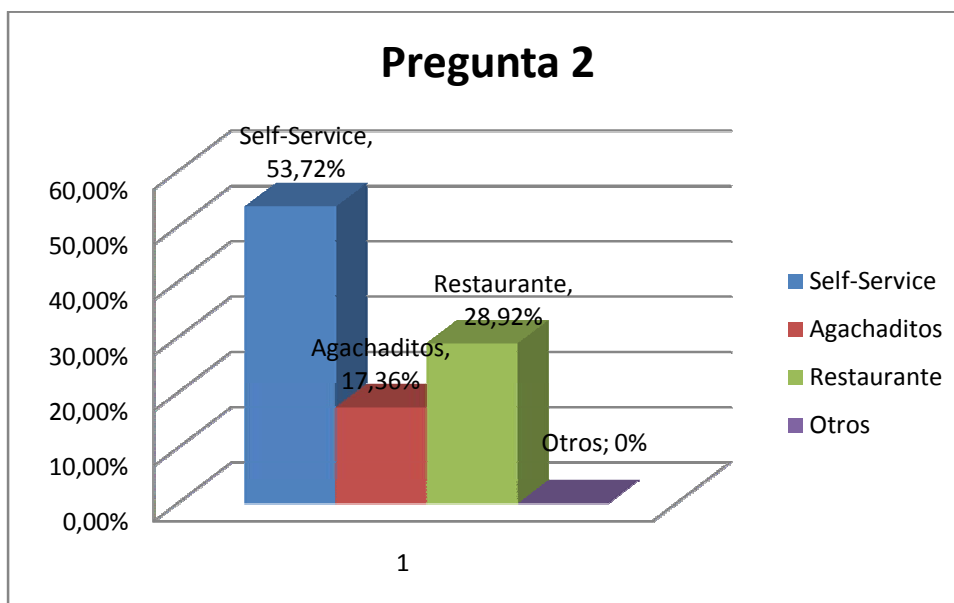
<b>Restaurante</b>	<b>Nro Personas</b>
La Viña	5
Vegetariano	4
Conchal Chavelita	3
Macedonia	2
Rock and Roll	2
Rincón del Che	1
Súper Deli	1
Comida de Zoila	1
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>

Todos los restaurantes de la zona tienen su debida aceptación y las personas acuden de acuerdo a su estatus económico.



## Pregunta 2: ¿Qué tipo de restaurante prefiere?

Respuesta	Personas	Porcentaje
Self-Service	206	53,72%
Agachaditos	66	17,36%
Restaurante Clásico	111	28,92%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

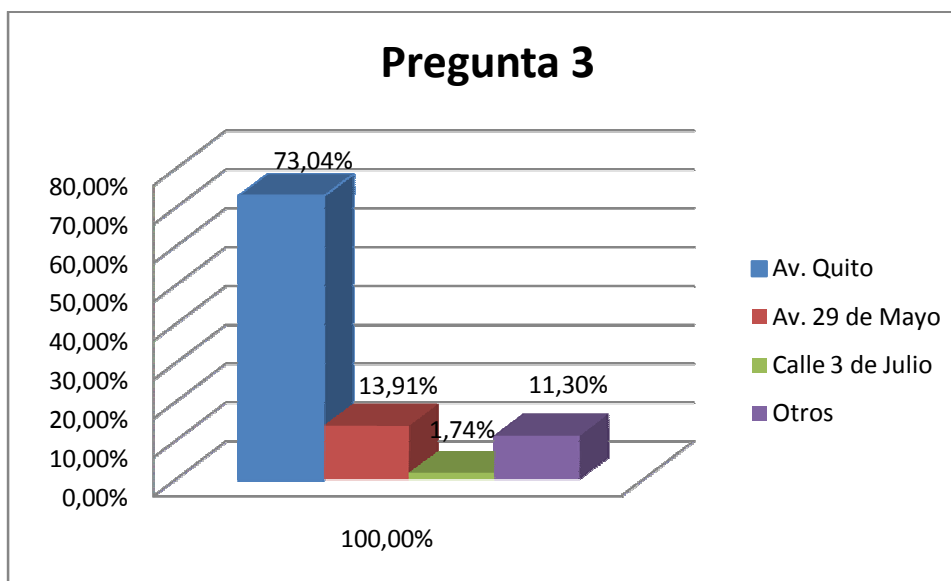


### Interpretación:

El 53,72% de las personas encuestadas se identificaron con la idea de acudir a un restaurante con servicio estilo self-service ya que podrían ahorrar tiempo al momento de consumir sus alimentos durante las horas dadas por el trabajo, el 28,92% prefieren ser atendidos por meseros y pedir su orden a fin de que sea servido a la mesa, el 17,36% se inclina hacia los famosos agachaditos porque dicen que la comida es más económica y con gran cantidad, con el 0% nadie escogió la opción de otros.

**Pregunta 3: ¿En qué avenida le gustaría que funcione un restaurante estilo self-service?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Av. Quito	280	73,04%
Av. 29 de Mayo	53	13,91%
Calle 3 de Julio	7	1,74%
Otros	43	11,30%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>99,99%</b>



**Interpretación:**

De la muestra poblacional un 73,04% de personas prefieren que este tipo de restaurante sea creado en la Av. Quito ya que existe mucho movimiento comercial y ejecutivo con altas necesidades de un buen servicio al momento de consumir alimentos y bebidas, el 13,91% cree que es una buena opción que esté ubicado en la Av. 29 de Mayo ya que no existen muchas opciones de restaurantes y también es un sitio movido para el consumo de A y B, el 1.74% piensa que la calle 3 de Julio sería un buen lugar para este tipo de establecimiento pero este bajo porcentaje se refiere a que existe mucha delincuencia y la calle es demasiado angosta y no hay paso de vehículos, y un 11,30% escogió la opción otros dando varias opciones y su razón de porque:

\_Anillo Vial: porque hay opción de parquear sus vehículos y la afluencia de gente en las calles es mínima.

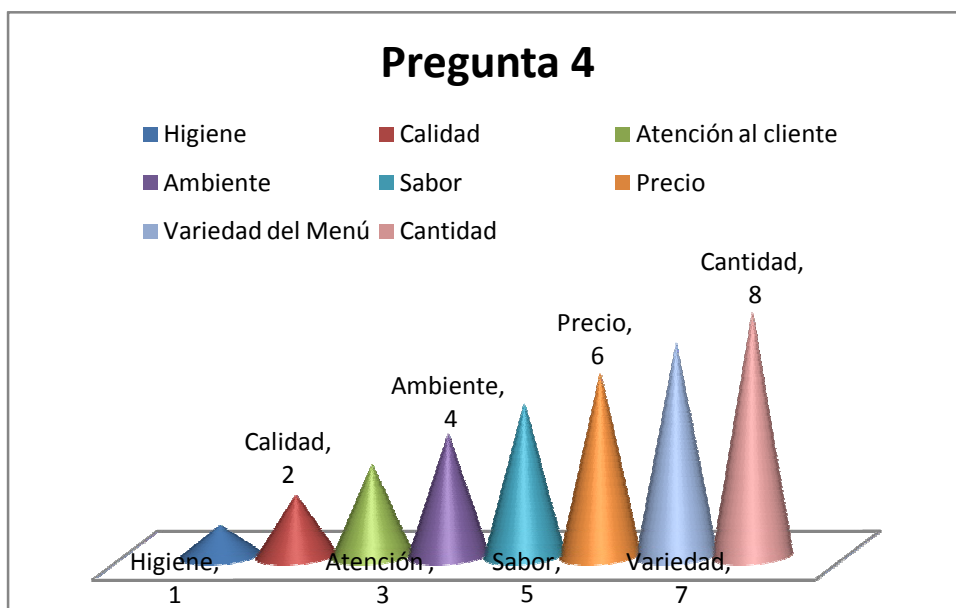
\_Vía Quevedo: por la misma razón anterior existe lugar para parquear los vehículos y es de fácil acceso.

\_Parque Central, Indio Colorado y Calle Galápagos: porque hay falta de restaurantes en este sector.

Calle u Avenida	Nro. Personas
Anillo Vial	21
Vía Quevedo	11
Indio Colorado	4
Parque Central	3
Calle Galápagos	2
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>

**Pregunta 4: ¿Qué es más importante para usted al momento de elegir un restaurante? Enumere en orden de importancia siendo 1= mayor importancia y 8= menor importancia**

Respuesta	Suma	Importancia	Orden de importancia
Precio	1894	6	<b>Higiene</b>
Calidad de los alimentos	1093	2	<b>Calidad de los Alimentos.</b>
Ambiente	1534	4	<b>Atención al Cliente</b>
Higiene	843	1	<b>Ambiente</b>
Cantidad	2164	8	<b>Sabor</b>
Atención al cliente	1472	3	<b>Precio</b>
Variedad del Menú	2020	7	<b>Variedad del Menú</b>
Sabor	1755	5	<b>Cantidad</b>

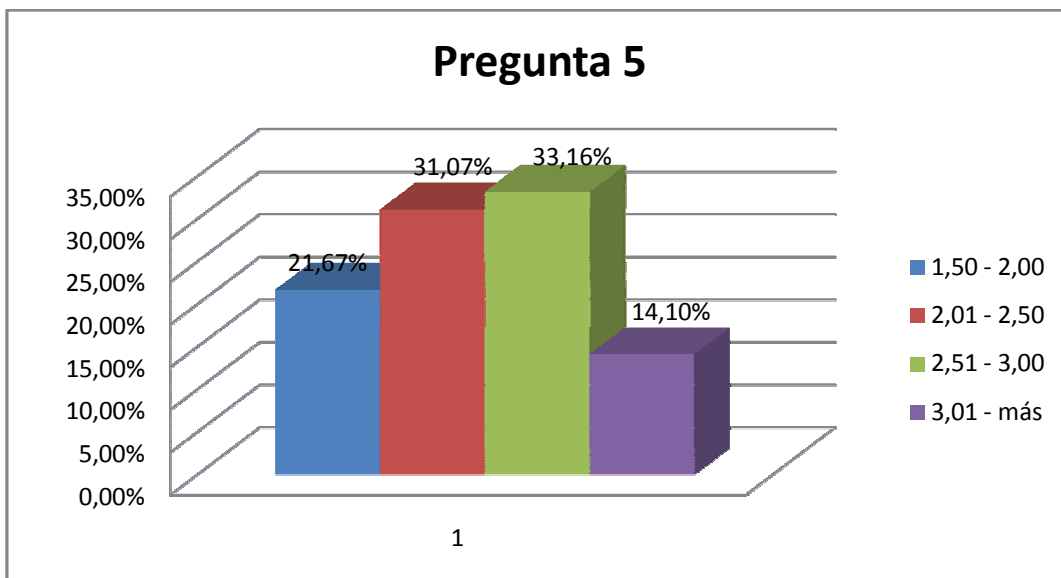


### Interpretación:

Del total de las personas encuestadas se ha resumido que la mayoría busca un sitio o un restaurante con altos rangos de **HIGIENE** para su consumo ya que pueden contraer enfermedades como Tifoidea o Cólera que son las más comunes en la Región Costa y más en la ciudad de Santo Domingo dónde la recolección de basura no es constante y en ocasiones se puede ver la basura en las calles de la ciudad, también se observa mucha falta de higiene en la preparación de los alimentos, en segundo lugar se encuentra la **CALIDAD** de los alimentos a consumirse, aclaran que estos deben ser frescos y aptos para el consumo humano sin riesgos de contaminación, en tercer lugar se encuentra la **ATENCIÓN AL CLIENTE** éstas personas quieren ser atendidos con amabilidad y la justa educación por el precio que están pagando, en cuarto lugar se encuentra el **AMBIENTE** porque la hora de comer debe ser agradable y tranquilo, en quinto lugar el **SABOR** si el sabor es bueno la gente vuelve ya que la sazón es la que manda, en sexto lugar el **PRECIO** es un factor muy importante pero mientras se cumplan todos los puntos anteriores no da pena pagar el precio establecido por el establecimiento, en séptimo lugar la **VARIEDAD** del menú, éste puede ser rotativo o estándar y se tiene la misma opinión anterior mientras se cumplan los puntos nombrados no tiene mucha importancia la variedad aunque es bueno para un restaurante variar su menú cada cierto tiempo para atraer clientela ya sea nueva o la antigua, y por último la **CANTIDAD** no debe ser exagerada ni tampoco pobre. Cabe recalcar que de las personas encuestadas el 100% nombró que todos los puntos son importantes para ellos, ya que se complementan entre sí y logran el éxito de la empresa.

**Pregunta 5: ¿Qué valor monetario estaría dispuesto a pagar por un desayuno en un restaurante estilo self-service?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
1,50 - 2,00	83	21.67%
2,01 - 2,50	119	31.07%
2,51 - 3,00	127	33.16%
3,01 - más	54	14.10%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

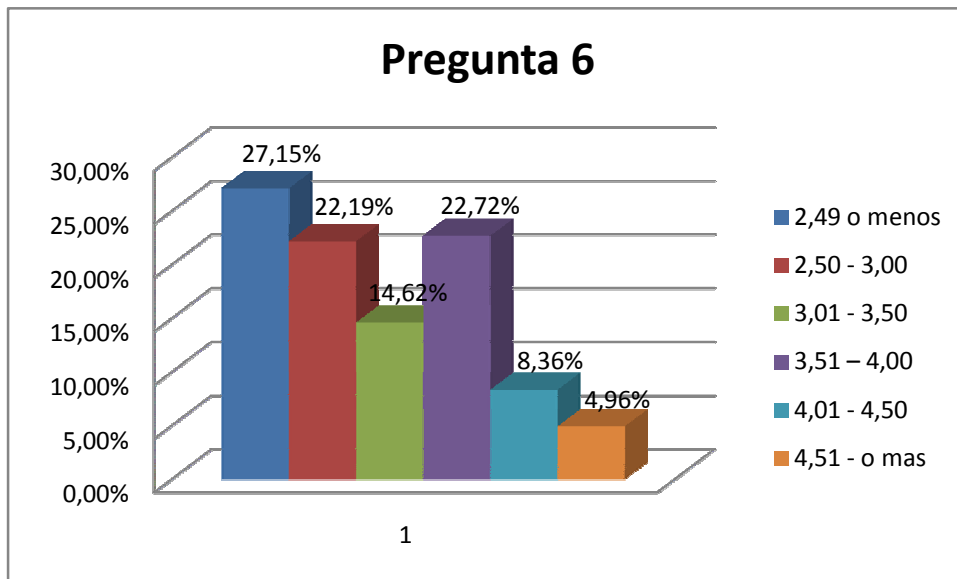


#### Interpretación:

Del 100% de los posibles consumidores el 33,16% estaría dispuesto a pagar la cantidad monetaria de 2,51 – 3,00 dólares por un desayuno en un restaurante estilo Self-service, mientras que un 31,07% estaría dispuesto a pagar hasta 2,50 dólares por un desayuno, esto quiere decir que si se tendrá una buena acogida con los desayunos y el precio sugerido que será de 2,80 dólares. El precio está establecido como una estrategia de mercado para captar clientela.

#### Pregunta 6: ¿Qué valor monetario estaría dispuesto a pagar por un almuerzo en un restaurante estilo self-service durante días laborales?

Respuesta	Personas	Porcentaje
2,49 o menos	104	27.15%
2,50 - 3,00	85	22.19%
3,01 - 3,50	56	14.62%
3,51 – 4,00	87	22.72%
4,01 - 4,50	32	8.36%
4,51 - o más	19	4.96%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

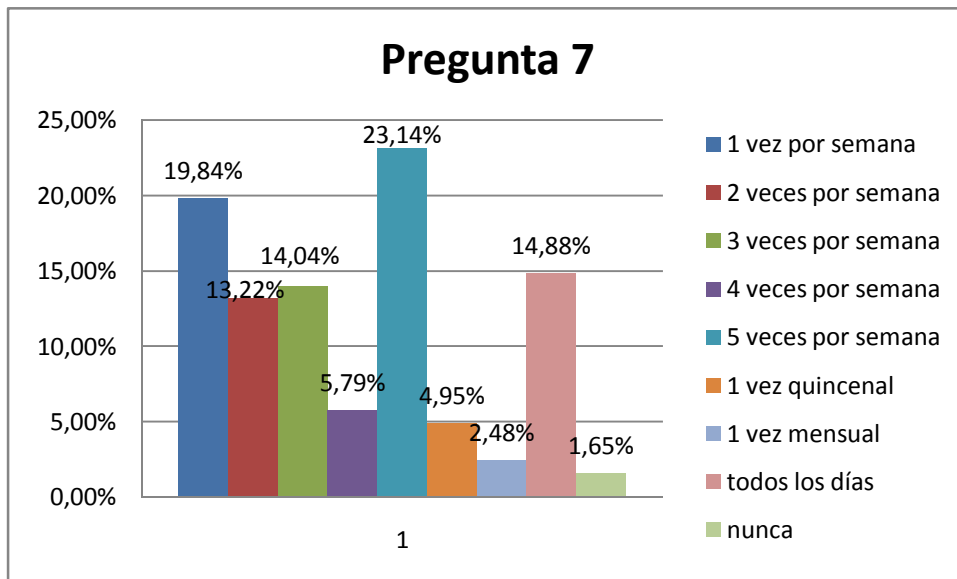


#### Interpretación:

Del 100% un 27,15% de personas encuestadas estarían dispuestas a pagar un valor de 2,49 dólares o menos por un almuerzo pero están consientes de que este precio tan bajo no cumplirá con sus expectativas de calidad, cantidad y precio, el 22,19% de la muestra estaría dispuesto a pagar 2,50 – 3,00 dólares ya que si consumen fuera de casa todos los días será un precio justo pero con deficiencias en el tipo de servicio, mientras que un 22,72% de la población encuestada estaría gustoso de cancelar el valor de 3,50 a 4,00 dólares por un almuerzo en un restaurante estilo Self-service con un ambiente minimalista el mismo que satisfecerá sus expectativas en cuanto a los parámetros de calidad, cantidad y precio, el porcentaje restante varía sus preferencias en cuanto al valor monetario que desearían pagar por un servicio de este.

#### Pregunta 7: ¿Cuántas veces a la semana consume alimentos y bebidas fuera de casa?

Respuesta	Personas	Porcentaje
1 vez por semana	76	19,84%
2 veces por semana	51	13,22%
3 veces por semana	53	14,04%
4 veces por semana	22	5,79%
5 veces por semana	89	23,14%
1 vez quincenal	19	4,95%
1 vez mensual	10	2,48%
Todos los días	57	14,88%
nunca	6	1,65%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>99,99%</b>

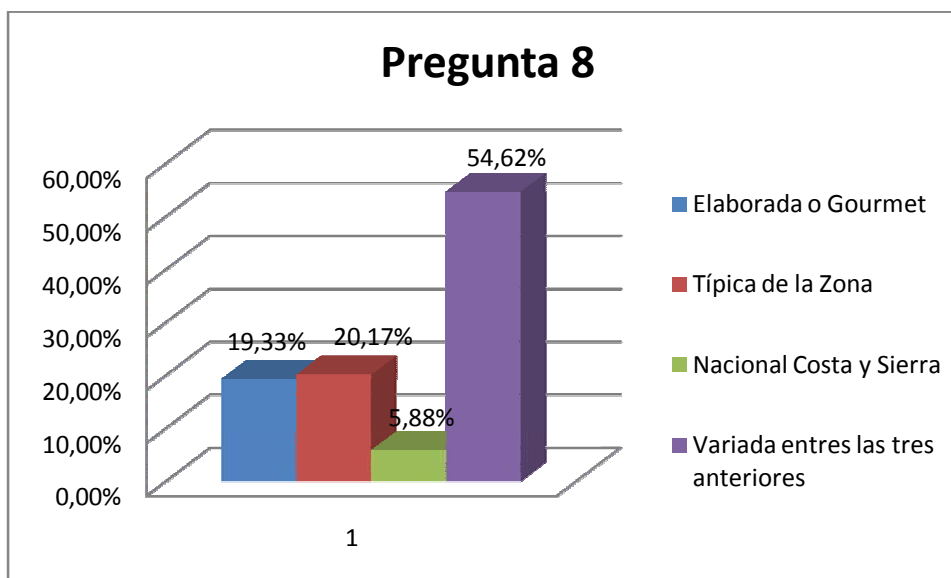


#### Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizados se obtuvo como resultado que el 23,14% de las personas consume 5 veces a la semana alimentos preparados fuera de casa, esto se debe a que estas personas trabajan y su tiempo para comer es muy limitado como para ir a sus casas; 19,84% consume alimentos fuera de casa 1 vez por semana aquí se encuentran las amas de casa, estudiantes y quienes prefieren almorzar en sus hogares; 14,88% consume alimentos fuera de casa todos los días las razones son que viven solos o solas, no hay tiempo de cocinar o simplemente tienen la capacidad económica de consumir en un restaurante todos los días; 14,04% consume 3 veces por semana alimentos fuera de casa; 13,22%, dos veces por semana; 5,79% 4 veces por semana; 4,95% una vez quincenalmente, 2,48% una vez mensualmente y el 1,65% no consume nunca fuera de casa.

**Pregunta 8: ¿Qué tipo de comida prefiere a la hora del almuerzo?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Elaborada o Gourmet	74	19,33%
Típica de la zona	77	20,17%
Nacional Costa y Sierra	23	5,88%
Variada tres anteriores	209	54,62%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



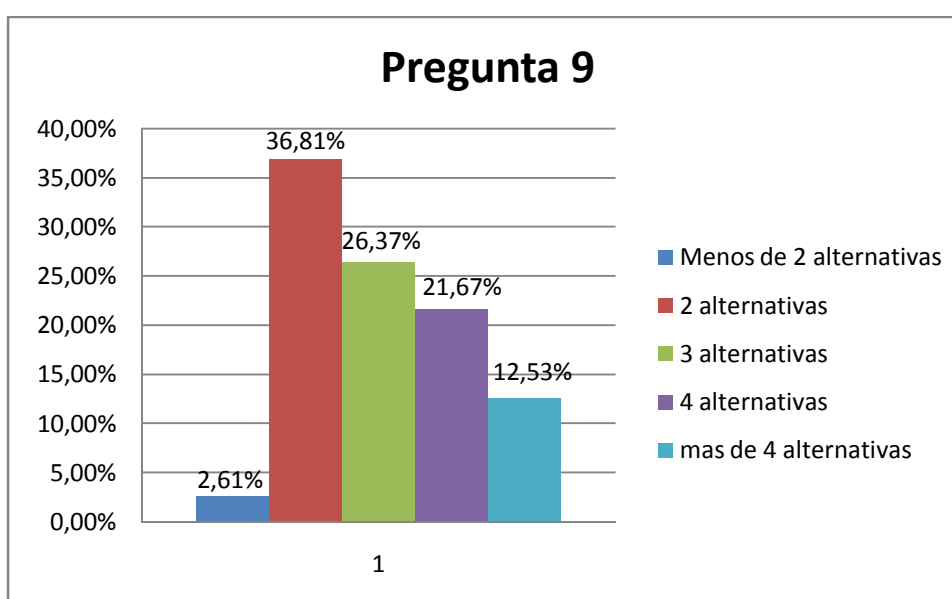
**Interpretación:**

El 5,88% de las personas encuestadas prefieren comer a la hora del almuerzo comida nacional de la costa y sierra como hornado, fritada, ceviches, banderas, etc.... pero éste porcentaje es relativamente bajo ya que piensan que resulta empalagoso comerlo todos los días; 19,33% prefieren la comida elaborada o gourmet porque es un nuevo estilo de alimentación; 20,17% desean almorzar comida típica de la zona ya que su sistema digestivo se encuentra acostumbrado a este tipo de comida; 54,62% prefiere almorzar en un restaurante que les brinde varias opciones de comida y todos los días ya que resulta tedioso consumir en un mismo sitio que tenga el mismo menú para todos los días.



**Pregunta 9: ¿Cuántas opciones de sopas, platos fuertes y postres le gustaría a usted tener en el menú para elegir?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Menos de 2 alternativas	10	2.61%
2 alternativas	141	36.81%
3 alternativas	101	26.37%
4 alternativas	83	21.67%
más de 4 alternativas	48	12.53%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

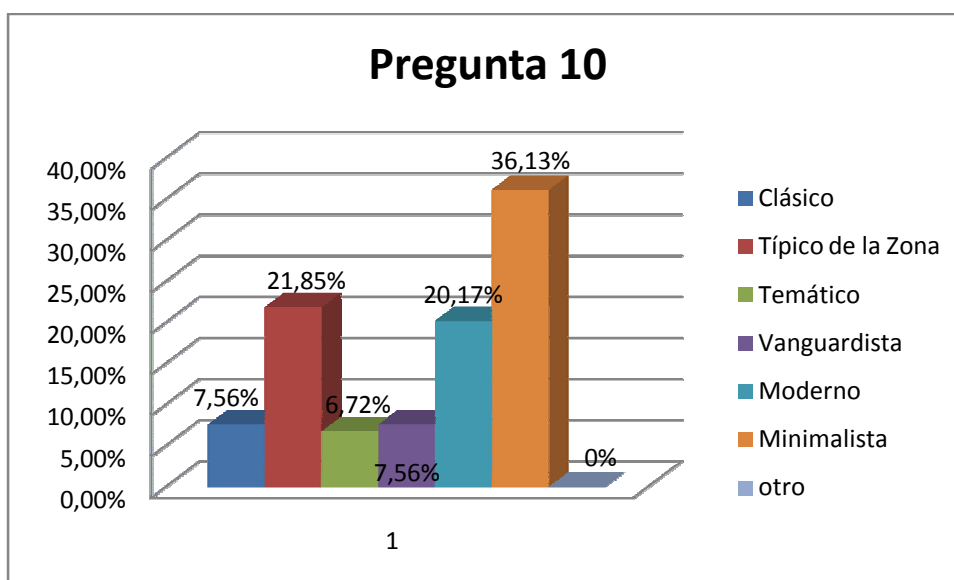


**Interpretación:**

Del 100% un 36,81% creen que tener dos alternativas para elegir al momento de almorzar son suficientes porque si son menos no habría que elegir y si son más se dificultaría al momento de la elección; 26,37% les gustaría tener tres alternativas de elección ya que consideran que mientras más alternativas tienen más opciones; 2,61% prefieren tener menos de dos alternativas al momento de elegir que comer ya que no les gusta complicarse la vida pensando que escoger; 21,67% quisiera tener más de 4 alternativas; y el 12,53% quisiera tener menos de más de cuatro alternativas.

### Pregunta 10: ¿Qué tipo de decoración prefiere?

Respuesta	Personas	Porcentaje
Clásico	29	7,56%
Típico de la zona	84	21,85%
Temático	26	6,72%
Vanguardista	29	7,56%
Moderno	77	20,17%
Minimalista	138	36,13%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>99,99%</b>

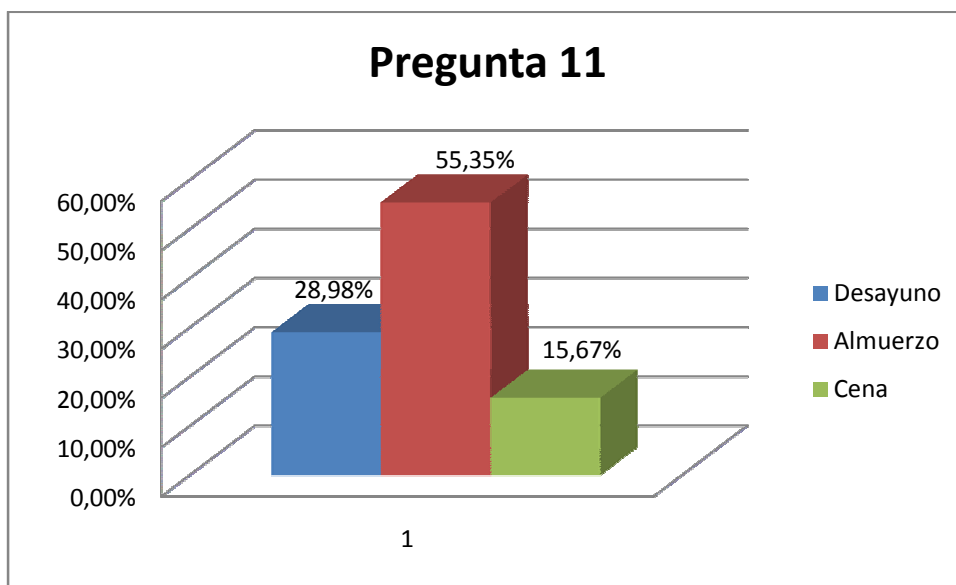


### Interpretación:

Del 100% de las encuestas un 36,13% resultaron inclinarse hacia un nuevo estilo de ambiente, innovador en el medio y con la tranquilidad que necesitan los Pax para su consumo diario, eligiendo el estilo minimalista como primera opción; 21,85% les encanta el estilo típico de la zona ya que lo encuentran fresco y relajante al mismo tiempo; 20,17% Les encanta estar a la moda así que eligieron una decoración moderna; 7,56% les gusta el estilo clásico, no desean salir de lo cotidiano; 7,56% se inclinaron por el estilo vanguardista, al igual que los anteriores les parece un estilo un poco clásico; 6,72% quisieran un estilo temático para conectarse con su alimentación o cambiar de una región a otra más que sea en su imaginación, y el 0% eligió la opción otros.

**Pregunta 11: ¿A qué hora asiste preferencialmente a un restaurante?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Desayuno	111	28.98%
Almuerzo	212	55.35%
Cena	60	15.67%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

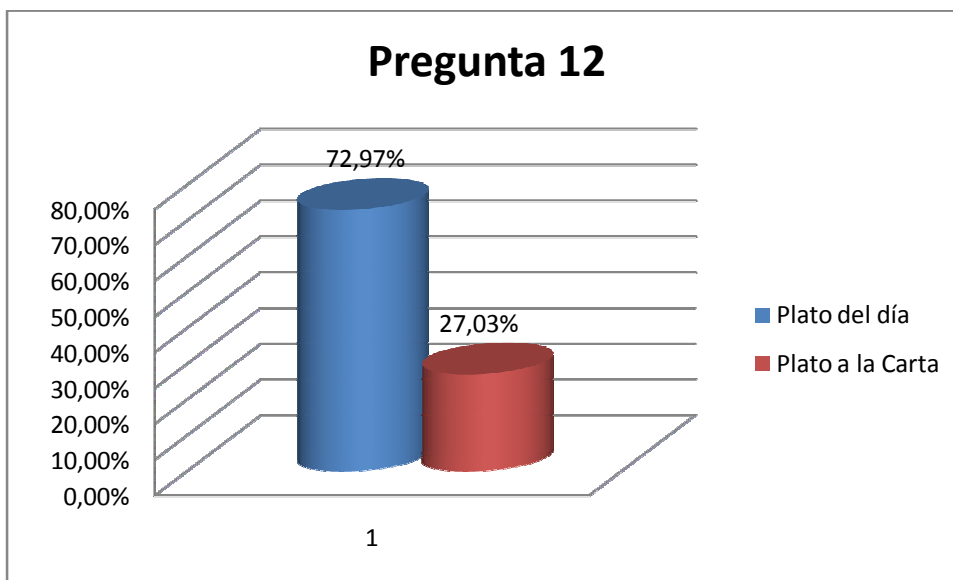


**Interpretación:**

El 28,98% de las personas encuestadas respondió que consume el desayuno fuera de casa por diferentes motivos; 55,35% consume fuera de casa a la hora del almuerzo por motivos de falta de tiempo para llegar a sus hogares, no hay quien cocine en sus casa, no tienen comida, no les gusta cocinar o las obligaciones como trabajo y estudio son más fuertes; 15,67% consume fuera de casa a la hora de la cena esto se debe por las mismas razones anteriores o por motivos de celebración. Este resultado nos deja ver que las mayores ventas que se podría tener entre semana dentro del negocio de alimentos y bebidas serían con desayunos y almuerzos.

**Pregunta 12: ¿Del restaurante que frecuenta usted siempre escoge?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Plato del día	279	72,97%
Platos a la Carta	104	27,03%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

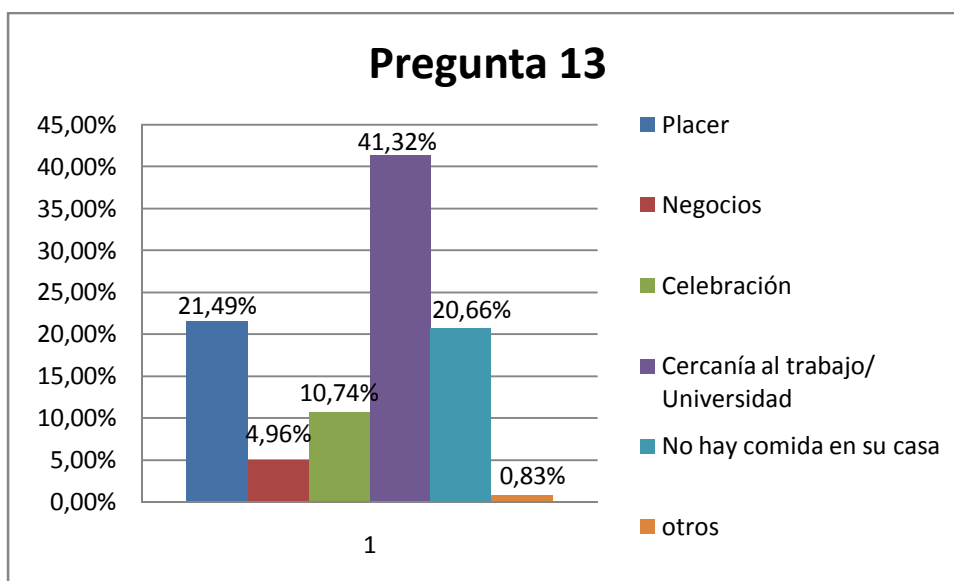


**Interpretación:**

El 72,97% de las personas encuestadas respondieron que al momento de consumir prefieren elegir el plato del día ya que este lleva sopa, plato fuerte, postre y bebida; el 27,03% restante prefiere consumir platos a la carta un motivo es que no les atrae el menú del día o simplemente es la costumbre que tienen al momento de su adquisición.

### Pregunta 13: ¿Por qué motivo sale a comer generalmente a un restaurante?

Respuesta	Personas	Porcentaje
Placer	82	21,49%
Negocios	19	4,96%
Celebración	41	10,74%
Cercanía al trab/univ.	159	41,32%
No hay comida en su casa	79	20,66%
otros	3	0,83%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

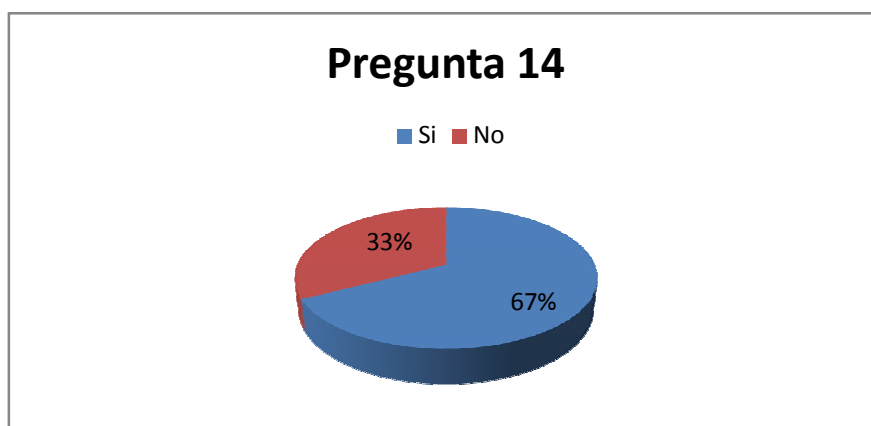


#### Interpretación:

El 41,32% de las personas encuestadas come generalmente en un restaurante a la hora del almuerzo por la cercanía de éste al trabajo o la universidad; 20,66% porque no tienen comida en sus casas; 21,49% lo hace por placer; 10,74% salen a comer fuera de casa por motivo de celebración en fechas importantes como día de la madre, cumpleaños, día del padre, fiestas de Santo Domingo, etc...; 4,96% Consume por motivo de negocios ya sea que en ese momento se encuentra fuera de casa como por cerrar un negocio mismo; 0.83% eligió la opción otros esto se refiere a que consumen muy poco fuera de la casa por la mala economía que está atravesando el país o porque no hay quien cocine en sus casas.

**Pregunta 14: ¿Estaría dispuesto a pagar \$2,80 por un desayuno americano o colorado en un restaurante estilo self-service?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Si	258	67.36%
No	125	32.64%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

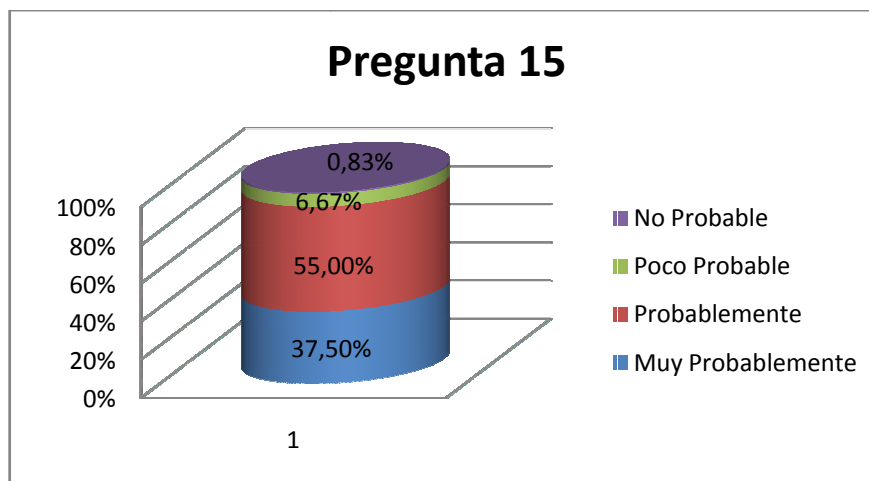


**Interpretación:**

El 67,36% de la población sí estaría dispuesto a pagar \$2,80 por un desayuno americano o colorado en un restaurante estilo Self-service, mientras que un 32,64% no estaría en la capacidad de pagar este valor.

**Pregunta 15: ¿Estaría dispuesto usted a pagar \$4,00 por un almuerzo en un restaurante estilo self-service con bebida y postre incluido, en un ambiente minimalista?**

Respuesta	Personas	Porcentaje
Muy Probablemente	143	37,50%
Probablemente	211	55,00%
Poco Probable	26	6,67%
No Probable	3	0,83%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



### **Interpretación:**

Un 55% de la muestra tomada para realizar las encuestas **PROBABLEMENTE** estarían dispuestos a pagar \$4,00 por un almuerzo en un restaurante estilo self-service con bebida y postre incluido, en un ambiente minimalista; 37,50% **MUY PROBABLEMENTE** consumiría en este restaurante; 6,67% cree que es **POCO PROBABLE** que consuman en este restaurante y un 0,83% **NO CONSUMIRÍAN**.

### **2.7.2. NIVEL DE ACEPTACIÓN**

El nivel de aceptación por cada pregunta formulada es la siguiente:

El 53,72% de posibles clientes estarían gustosos de acudir a un restaurante estilo Self- Service, en un ambiente minimalista (36,13%), los mismos (73,04%) preferirían que la ubicación sea en la Avenida Quito, un (67.36%) estarían gustosos de cancelar un valor de 2,80 dólares por un desayuno, el (55,00%) de las personas encuestadas probablemente estarían dispuestos a cancelar un valor de USD 4,00 por un almuerzo, prefiriendo el 72,97% el menú del día antes que los platos a la carta ya que su ocasión de compra (23,14%) es de 5 veces por semana y prefieren la variación de los platos.

En promedio el nivel de aceptación de la propuesta de creación de un restaurante estilo Self-service con ambiente minimalista es de un 55,45%.

## **2.8. LA OFERTA**

### **2.8.1. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA**

Los establecimientos que expenden alimentos y bebidas dentro de la zona de Santo Domingo ofrecen el mismo producto a ofrecer en esta propuesta de creación pero con un diferente tipo de servicio y ambiente. Alrededor del lugar elegido para crear este nuevo restaurante existe oferta directa e indirecta. La oferta indirecta cuenta con bajos estándares de calidad y la oferta directa cuenta con reconocimiento de la población Tsáchila por sus años de trayectoria en el medio de la venta de alimentos y bebidas así como también con altos estándares de calidad.

### **2.8.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Se considerará como oferta directa a los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrezcan el mismo tipo de servicio o servicios con productos similares a los que se va a ofrecer con la propuesta de creación del Restaurante estilo self-service en la ciudad de Santo Domingo.

Para poder determinar la oferta directa del proyecto en mención se consideraron los siguientes parámetros:

- ✓ Categoría.\_ primera y segunda.
- ✓ Mercado Objetivo.\_ empresas que se dirijan al mismo target al que se está dirigiendo esta propuesta de creación.
- ✓ Ubicación.\_ establecimientos que estén relativamente cerca al lugar de la creación del nuevo restaurante.
- ✓ Servicio.\_ el tipo de servicio que ofrecen igual o similar al ofertado en la propuesta de creación mencionada.



## ESTABLECIMIENTOS CONSIDERADOS COMO OFERTA DIRECTA

Cuadro N° 05

Establecimiento	Categoría	Plazas	Días del Año	Total
Parrilladas Che Luis	Primera	120	365	43800
D`Marco	Segunda	132	365	48180
Cocina de Consuelo	Segunda	80	365	29200
Nuevo Miravalle	Segunda	120	365	43800
<b>TOTAL</b>		<b>452</b>		<b>164980</b>

*Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo*

*Elaborado: Ivonne Gómez M.*

*Año: 2009*

### 2.8.3. ENTREVISTA

Para cada uno de estos establecimientos considerados como competencia directa se realizó la siguiente entrevista con preguntas pre elaboradas.

- 1) ¿Cuál es el nombre de su establecimiento de alimentos y bebidas?
- 2) ¿Cómo surgió la idea de crear este establecimiento?
- 3) ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?
- 4) ¿A qué target está dirigido su establecimiento?
- 5) ¿Cuál es el precio promedio de sus platos?
- 6) ¿Cuál es el plato que más vende?  
Desayunos \_\_\_ Platos a la carta \_\_\_ Almuerzos \_\_\_
- 7) ¿Cuál es el número de platos que vende por día?
- 8) ¿Cuál es el número de empleados que tiene?
- 9) ¿Cuál es el número de clientes promedio que tiene por mes?

### PARRILLADAS CHE LUIS

Se ha tomado a este restaurante como oferta directa ya que está considerado como uno de los mejores de la ciudad tanto por la gente de Santo Domingo como por los Catastros dados por la Cámara Provincial de Turismo.

Parrilladas Che Luis ofrece carnes de cerdo, res y aves asado en platos individuales o Parrilladas como su nombre lo dice, se dirige a un target de nivel

socio-económico alto, a personas que constan con el poder adquisitivo para su consumo diario o por motivos de celebración, compartir una cena o almuerzo, negocios y demás motivos de consumo su horario de atención es de 12 horas pm a 10 horas pm. Además cuenta con un local en el patio de comidas del Paseo Shopping (Centro Comercial de Santo Domingo).

Es poseedor de una gran trayectoria, a lo largo de aproximadamente 20 años se ha ido posicionando en el mercado y en la mente de los clientes quienes al momento de elegir con solo escuchar su nombre prefieren su consumo en este restaurante cuando de Parrilladas se trata incluyéndome como una fiel consumidora. Ha ido evolucionando muy bien, ahora cuenta con su propio local de dos plantas y con lugar para 120 pax, diariamente realiza un aproximado de 60 transacciones en horas del almuerzo y 75 en horas de la cena, aunque sus ventas incrementan los fines de semana llegando a tener una rotación de 1 ay en ocasiones hasta de más; cuenta con un ambiente muy acogedor y de buen gusto, en cuanto a su servicio es excelente los meseros están instruidos correctamente en lo que se refiere a etiqueta, forma de servir los vinos, forma de dirigirse a los clientes, también cuenta con servicio de parqueo para 5 carros, en numerosas ocasiones este es insuficiente para la demanda que tiene y se lo consideraría como una debilidad. No entrega promociones y sus precios oscilan entre los 6 a 20 dólares no incluye impuestos, un promedio de consumo para 5 personas es de 54,60 dólares aproximadamente sin impuestos el menú fue:

- \_ Dos Lomo Fino
- \_ ½ Lomo Fino
- \_ 2 jarras de Sangría
- \_ Un Filete de Pollo
- \_ Un Plato de Ubre
- \_ 1 cerveza.

## **D`MARCO**

Es un restaurante con una gran trayectoria, fue creado en 1989 por el señor Montoya Rodríguez Pedro Marco, su menú cuenta con platos a la carta sus precios oscilan entre los 7,00 a 14,00 dólares, el precio del menú del día es de 4,60 dólares y consta de entrada, sopa, plato fuerte y postre, diariamente tiene ventas de 140 a 150 platos aproximadamente dentro de un área creada para

recibir a 132 pax este número de transacciones puede variar en fechas festivas. Brinda servicio de banquetes para eventos sociales en su propio establecimiento y fuera de este también; sus precios son accesibles ya que están dirigidos a un segmento de mercado medio a medio-alto de la ciudad, las personas lo prefieren por su buen servicio, se han posicionado en el mercado como uno de los pioneros y primeros en todo gracias a su buen servicio y confiabilidad con el producto, siendo mi familia una fiel cliente de sus servicios en eventos especiales. Cuenta con parqueadero propio y el ambiente es acogedor, aunque deberían considerar la idea de remodelar o darle un poco de vida ya que los años no pasan en vano.

### **COCINA DE CONSUELO**

Este restaurante fue creado en el año 2003 por la señora Andrade Burbano Alicia Consuelo a raíz del divorcio con el señor Pedro Montoya dueño del restaurante D`Marco, es un restaurante de segunda categoría cuenta con una capacidad para 80pax, su servicio es bueno. Sus precios oscilan entre los 6,80 y 12,00 dólares, el menú del día tiene un costo de 4,50 dólares y ofrece entrada, sopa, plato fuerte y postre, el número de almuerzos vendidos por día es de 100 aproximadamente. Ha implementado el servicio de desayunos el mismo que oscila en un precio de 3,20 dólares y su número de transacciones es de 65 aproximadamente. Brinda servicio de banquetes para eventos especiales y si el servicio requiere de traslado a un hogar el recargo es de 100 dólares, no cuenta con servicio de parqueo. A pesar de todo se ha mantenido en el mercado por 6 años ya que es uno de los mejores en comida para ocasiones especiales o para las personas que desean tratarse bien y están en un estatus alto.

### **NUEVO MIRAVALLE**

De acuerdo a la entrevista que se realizó al dueño del restaurante Miravalle, nos contó que la idea de colocar este restaurante fue de sus padres, esta idea nació en el año 1961, el restaurante empezó a funcionar en el parque central de la ciudad de Santo Domingo, tuvo una inmensa acogida ya que su ubicación

era estratégica, cerca se encontraba el terminal de buses interprovinciales, el municipio y varios negocios, esta zona siempre ha sido muy comercial desde sus inicios, debido a la alta afluencia de personas que consumían en este restaurante y por sugerencia de unos amigos provenientes del extranjero surgió la idea de convertirlo en un restaurante estilo self-service; luego del paso de los años y como las cosas han cambiado mucho se decidió reubicar el negocio a las afueras de la av. Quito con una visión objetiva que es la de atender con mayor facilidad y rapidez a la gente de paso y empresas de transporte que necesitan de este tipo de servicio. El precio promedio de un plato es de 4 dólares sin incluir bebidas y este precio puede variar dependiendo de lo que el cliente desee consumir, el plato que más vende son platos fuertes, entre semana pueden vender hasta unos 50 platos de desayunos y 50 platos de almuerzos esto se debe a la clientela fija que acuden de 2 a 3 veces por semana, pero su captación de clientela es los fines de semana incrementando sus ventas a unos 200 platos diarios en almuerzos y 80 en desayunos aproximadamente y sus ventas se incrementan aún más cuando es feriado. Cuenta con la ayuda de 10 empleados que trabajan de martes a domingo. El Nuevo Miravalle es un restaurante de segunda categoría así lo muestra el Catastro con lugar para 120 pax. En la observación realizada se pudo juzgar un poco su apariencia, con mesas y sillas algo desgastadas, un poco de falta de aseo tanto en la cocina como en el comedor, el área de parqueo es grande abastece a su clientela.

#### **2.8.4. ÍNDICE DE ROTACIÓN DE LA COMPETENCIA DIRECTA**

##### **2.8.4.1. DESAYUNOS**

El índice de rotación en el restaurante La cocina de Consuelo dentro de los desayunos es de 0.8 ya que con una capacidad para 80 pax vende diariamente 65 platos. El índice de rotación en el restaurante Nuevo Miravalle en desayunos es de 0.4 entre semana y fines de semana este número se incrementa a 0.8 con una capacidad para 120 pax.

En promedio el índice de rotación con el que trabaja la competencia es de 0,7.

Este dato se lo tomará como referencia para cálculos futuros del restaurante en mención.

#### **2.8.4.2. ALMUERZOS**

El restaurante Parrilladas Che Luis trabaja con un índice de rotación entre semana de 0.4 y fines de semana puede llegar hasta 1, lo que da un promedio de 0.8 de rotación. El restaurante D` Marco trabaja con un índice de rotación de 1. La cocina de Consuelo tiene un índice de rotación de 1.2 dentro de lo que es almuerzos. El índice de rotación de El nuevo Miravalle entre semana es de 0.4 y fines de semana 1.6 lo que da como resultado que trabaja con un índice de rotación de 1.

En promedio la rotación con la que trabajan los restaurantes en Santo Domingo dentro de las horas de almuerzo es de 1.

Este dato se lo tomará como referencia para cálculos futuros del restaurante en mención.

#### **2.8.5. COMPETENCIA INDIRECTA**

Se ha decidido tomar como oferta indirecta a los establecimientos que expenden alimentos y bebidas con un diferente tipo de servicio y clasificándolos en el cuadro de indirectos tomando en cuenta que no afectarían como competencia al restaurante estilo Self-Service en creación.

## COMPETENCIA INDIRECTA

Cuadro N° 06

Establecimiento	Categoría	Plazas	Días del Año	Total
Ch Farina	Primera	92	365	33580
Kentucky Fried Chicken No 15	Primera	32	365	11680
Mar y Tierra Colorada	Primera	80	365	29200
Pollos Gus	Segunda	24	365	8760
Rico Pollo	Segunda	24	365	8760
Parrilladas Bariloche	Segunda	40	365	14600
Parrilladas El Rincón del Che	Segunda	24	365	8760
Pollos Gus	Segunda	60	365	21900
Chifa Chan	Segunda	36	365	13140
Kentucky Fried Chicken No 27	Segunda	60	365	21900
Parrilladas Argentinas	Segunda	24	365	8760
Chelos Grill House	Segunda	40	365	14600
Pizzería el Hornero	Segunda	48	365	17520
Cocina de Leña	Segunda	40	365	14600
Cebiches de la Rumiñahui	Segunda	60	365	21900
Mayflower No 15	Segunda	40	365	14600
La Romana	Segunda	64	365	23360
Rock and Roll	Segunda	40	365	14600
Parrilladas Che Luis No 2	Segunda	40	365	14600
Chelos Grill House No 2	Segunda	60	365	21900
<b>TOTAL</b>		<b>928</b>		<b>338720</b>

*Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo*

*Elaborado: Ivonne Gómez M.*

*Año: 2009*

## 2.9. BALANCE OFERTA – DEMANDA

Cuadro N° 07

OFERTA	DEMANDA
164980	97424
OPORTUNIDAD EN EL MERCADO	
13% de la demanda = 12665	
12665 / 312días = 40 puestos	

En este caso se tiene que Mayo 13 Restaurante trabajará con una oportunidad en el mercado, tomando como referencia el 13% de la demanda actual, así se tendría una rotación de 0.8, el cuadro es pesimista para obtener mejores referencias al momento de la realidad y no sobreestimar los resultados ya que el porcentaje de aceptación según la encuesta realizada es del 55,45%.

## CAPÍTULO III

### 3. PLAN DE MERCADEO

#### 3.1. OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MERCADEO

El objetivo principal del plan de mercadeo es dar a conocer al público los productos y servicios que ofrecerá el establecimiento mediante medios publicitarios, promociones, plus, para así incrementar las ventas haciendo a *Mayo 13 Restaurante* un establecimiento de alimentos y bebidas más atractivo a la clientela, obteniendo fidelidad hacia la empresa y alejándolos de los mayores competidores tanto directos como indirectos.

#### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aumentar la demanda para incrementar ganancias.
- Posicionar la empresa dentro del mercado meta.
- Conseguir fidelización del cliente con la empresa.

#### 3.3. MARKETING EN ACCIÓN

“Son todas las técnicas que la tecnología, la competencia y el buen manejo de posibilidades de negociación nos imponga sin apartarse de las normas básicas de carácter ético y moral. Además se deberá de estimular y estar siempre capacitado de lo que la competencia está ofreciendo al cliente ya que ellos y sus campos promocionales y de temporada alta o baja marcan la pauta para poder jugar de la mejor manera y conveniencia.”<sup>8</sup>

#### 3.4. ESTRATEGIAS PROMOCIONALES

##### 3.4.1. PRODUCTO

“**Producto** en marketing, es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es

---

<sup>8</sup> Seminario Administración Efectiva de Restaurantes. UTE



mucho más que un objeto físico. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben cuando compran; es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.”<sup>9</sup>

Como es conocimiento de todos en un establecimiento de alimentos y bebidas la fórmula del éxito es:

Producto +	Servicio +	<b>Valor Agre. +</b>	Calidad =	<b>Dinero</b>
------------	------------	----------------------	-----------	---------------

#### **3.4.1.1. FASES DEL PRODUCTO**

Todos los productos que se van a lanzar a un mercado definido pasan por las siguientes fases:

- **FASE DE INTRODUCCIÓN**

En esta etapa el nuevo producto apenas es conocido y las ventas iniciales son bajas. Por ello, la empresa Mayo 13 Restaurante ha tomado la decisión de realizar inversiones publicitarias para la introducción en el mercado objetivo, esto conllevará a un incremento de los costes y el encarecimiento del producto pero obteniendo la recompensa del reconocimiento al final de la campaña publicitaria.

- **FASE DE CRECIMIENTO**

Se espera que el producto tenga éxito para que de esta manera las ventas se incrementen rápidamente. Se trata de diferenciar el producto del de la competencia así los consumidores preferirán nuestro bien y servicio sin generalizarlo al momento de consumirlo.

---

<sup>9</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Producto\\_\(marketing\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(marketing))

- **FASE DE MADUREZ**

Cuando un producto está en su fase de madurez, la mayoría de los consumidores potenciales ya lo poseen y la demanda se estanca. Las empresas, ante la escasa demanda, tratan de reducir los costes para mantener el margen de beneficios, en esta etapa se espera haber cumplido con los objetivos planteados al inicio de este capítulo.

- **FASE DE DECADENCIA O DECLIVE**

Es conocido que dentro de este mercado la mayoría de los restaurantes llegan a su fin, la demanda se reduce y empiezan a abaratar el precio de los bienes y servicios para poder competir, pero esta no es la manera de superar esta Fase. Se espera que si se llegará a esta fase la empresa se concentre en realizar nuevas formas de promoción o publicidad para dar realce al establecimiento evitando sacar del mercado al producto, es una ardua lucha por mantenerse con una posición en el mercado, pero se conoce que no es imposible ya que se está ofreciendo un tipo de servicio que no se ha visto en el centro de la ciudad desde hace aproximadamente 20 años atrás ya que el único establecimiento de alimentos y bebidas con un estilo self-service es el Restaurante Nuevo Miravalle pero está enfocado a un target diferente al nuestro.

#### **3.4.1.2. EL AMBIENTE**

El ambiente es un producto de capital, y en un establecimiento donde se expenden alimentos y bebidas es primordial para dar una buena imagen a los clientes, si el lugar está limpio, bien arreglado y va acorde con lo que se está vendiendo y al target al que se está dirigido se diría que es un valor agregado que se da al producto.

Como estrategia se ha tomado la ambientación de Mayo 13 Restaurante que se especifica a continuación:

El ambiente de esta propuesta de restaurante será Minimalista “El minimalismo se caracteriza por la extrema simplicidad de sus formas, líneas puras, espacios

despejados y colores neutros, en un ambiente con equilibrio y armonía.”<sup>10</sup> Todo lo especificado anteriormente es de gran importancia ya que se busca dar al cliente un ambiente sin contaminación visual, con gran espacio para degustar de sus comidas con la tranquilidad que se busca en la hora del almuerzo, ya que en las encuestas ha liderado este estilo con un 36,13%.

### **3.4.1.3. EL PRODUCTO**

El producto a vender se encuentra en la división de productos perecederos es decir productos frescos que se pueden deteriorar con facilidad como son cárnicos, verduras, etc.... esto hace más difícil el manejo de la materia prima, pero es el principal factor para que el proyecto funcione, en la estrategia de producto se tomará en cuenta las buenas prácticas de manufactura ya que en las encuestas realizadas ha predominado que la gente pide un restaurante con mucha higiene para evitar enfermedades causadas por la contaminación cruzada de alimentos o por su mala manipulación.

Primeramente se trabajará con alimentos de muy buena calidad eligiendo a los proveedores con mucho ahínco para dar a los posibles clientes un excelente producto. Luego se tomará en cuenta que el personal que trabaje en la empresa cumpla con las siguientes normas:

- \_ Los empleados deben pasar el examen médico programado por el restaurante para desempeñar sus funciones.
  
- \_ El restaurante impartirá un curso básico sobre higiene y manipulación de alimentos.
  
- \_ El personal pasará por revisiones diarias en cuanto al cuidado personal como: mantener las uñas bien cortas y limpias, tener el uniforme completo, utilizar mascarillas, cabello corto, gorro, utilizar guantes para la manipulación de alimentos, zapatos negros y gruesos para su propia seguridad, no utilizar maquillaje ni aretes, ni anillos salvo en el caso del personal de servicio pero discretamente.

---

<sup>10</sup> <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilosminimalismo.htm>

El plus que se quiere agregar en el producto es la cantidad, de acuerdo a las recetas estándar se trata de mantener una buena cantidad al momento de servir los alimentos, esto se lo hace tomando en cuenta las peticiones de las personas encuestadas que desean un buen producto por un precio justo y obviamente la calidad ya que el cliente es capaz de percibir la relación costo-beneficio que se va a ofrecer.

La estrategia se pondrá en marcha desde el primer día de funcionamiento y tendrá una duración de todo el ciclo de vida que tenga Mayo 13 Restaurante.

#### **3.4.1.4. EL SERVICIO**

El servicio que se va a vender es el estilo self-service ya que ofrece rapidez y eficacia al momento de servir el producto y consumirlo, la forma de pago será anticipada a recibir el producto, esto no quiere decir que se descuiden las necesidades extras de los clientes ya que las bandejas serán recogidas por un mesero quien también permanecerá atento con una sonrisa y con amabilidad a las peticiones del público.

#### **3.4.2. PROMOCIÓN**

“La promoción es el conjunto de actividades que se realizan para comunicar apropiadamente un mensaje a su público objetivo con la finalidad de lograr un cambio en sus conocimientos, creencias o sentimientos a favor de la empresa, organización o persona que la utiliza.”<sup>11</sup>

*Mix de Promoción.* \_ la **mezcla de promoción** o "mezcla total de comunicaciones de marketing de una empresa, consiste en la combinación específica de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo que la empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de publicidad y marketing".<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Trabajo Marketing Hotelero. 8vo "D" 2008

<sup>12</sup> Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing".

- Publicidad.\_ cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado como medios de comunicación.
- Marketing Directo / Ventas Personales.\_ forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores.
- Merchandising.\_ Es el conjunto de técnicas destinadas a gestionar el punto de venta para conseguir la rotación de determinados productos.
- Relaciones Públicas.\_ Consiste en cultivar buenas relaciones con los públicos diversos (accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, etc.) de una empresa u organización.
- Promociones de Ventas.\_ Consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio. Por ejemplo: muestras gratuitas, cupones, paquetes de premios especiales, regalos, descuentos en el acto, bonificaciones, entre otros.

Dentro de la promoción es indispensable contar con una marca, logotipo y eslogan de acuerdo a la identidad corporativa. Esto permitirá a las personas reconocer la empresa con solo escuchar o ver uno de ellos. Para este establecimiento se ha considerado lo siguiente:

#### **3.4.2.1. MARCA**

Consiste en palabras, letras o números que se pueden enunciar verbalmente. "la **marca** es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores"<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Laura Fischer

En este caso se ha decidido tomar el nombre **MAYO 13** Restaurante por su simplicidad al pronunciar, requiere de pocas letras, y combina con el ambiente minimalista que se desea instalar, así se venderá el nombre como imagen corporativa, logrando entrar en las mentes de las personas y ganando prestigio ya que a través del mismo se ofrece distinción de otros restaurantes.

#### **3.4.2.2. LOGOTIPO**

Consiste en un diseño gráfico que se usa para denotar, el símbolo de marca, el nombre de la marca, o ambos; el cual, es utilizado por empresas y organizaciones para que sus marcas sean fácilmente identificables, rápidamente reconocidas y/o relacionadas con alguna cosa con la que existe alguna analogía.

El logo será sencillo, con aire de sobriedad y buen gusto con el propósito de ser fácilmente identificables y rápidamente reconocidos en el medio, se aplican colores rojo y naranja ya que éstos se relacionan con el apetito de las personas y el negro para alcanzar ese toque de elegancia.



#### **3.4.2.3. PUBLICIDAD PAGADA**

Como publicidad pagada se tiene como conocimiento de ante mano que es indispensable realizar una pre-publicidad antes de la apertura del establecimiento para dar a conocer tanto el restaurante como el producto que se va a lanzar a la venta que en este caso es de alimentos y bebidas. Como primera opción se tiene:

#### **3.4.2.3.1. HOJAS VOLANTES FULL COLOR**

Este tipo de publicidad permite dar a conocer el nuevo restaurante mediante una relación directa con los posibles consumidores entregándoles en la calle estos volantes se asegura que un 85% de las personas miren y leen de que se trata la publicidad y que se ofrece, el 15% restante es seguro que lo desechan pero lo han mirado.

De acuerdo a una proforma pedida en la Imprenta EDIGRÁFICAS se obtiene como resultado que el valor de las 1000 hojas volantes full color tiene un costo de 150 dólares que es suficiente como para una campaña de promoción para un establecimiento de alimentos y bebidas. Lo volantes serán entregados dos días antes de la apertura del restaurante este tiempo se lo ha tomado como estrategia para mantenerse en la mente de los consumidores hasta el día de la inauguración.

#### **3.4.2.3.2. TARJETAS PERSONALES**

Con esta publicidad se dará a conocer el nombre de Mayo 13 Restaurante, su Gerente-Propietario, dirección y el servicio que se ofrece. Esto se hace con la finalidad de que existen empresas o grupos de personas que desean saber cuál es el menú a servirse y realizan reservas telefónicas, esto representa una venta y ganancia al mismo tiempo que se logra posicionamiento en el mercado meta.

En una proforma que se ha pedido a la imprenta EDIGRÁFICAS se obtuvo como dato real que las 100 tarjetas personales tienen un costo de 14 dólares, 300 tarjetas personales tendrán un costo de 42 dólares, esto será repartido en las empresas públicas y privadas y a amigos que sabemos que desearán recurrir a Mayo 13 Restaurante.

## Cuadro para la selección de imprenta

Cuadro N<sup>o</sup> 08

Imprentas	Precio Unitario Tarjetas	Precio Unitario Volantes	Aceptación en el mercado
Laser Color	0,18	0,14	0,60
Edigráficas	0,14	0,15	0,80
Fullcolor	0,16	0,15	0,75

Ver Anexo 03

## Presupuesto tarjetas personales y volantes

Cuadro N<sup>o</sup> 09

Tipo de tarjetas	Precio Unitario	Unidades al mes	Gasto mes
Personales	0.14	300	42.00
Hojas Volantes	0.15	1000	150.00
			<b>192.00</b>

### 3.4.2.3.3. PROPAGANDA PRENSA ESCRITA

La ciudad de Santo Domingo cuenta con el periódico LA HORA como medio importante de comunicación, aquí las personas se enteran de los últimos acontecimientos ocurridos en la provincia, también cuenta con el área de clasificados como empleos, compra, venta, otra sección se dedica a los partes mortuorios y también se cuenta con la colaboración de espacios para publicidades de negocios de todo tipo como en este caso Mayo 13 Restaurante.

Se consultó con la empresa el valor de una publicidad en el periódico más comprado por la ciudadanía de Santo Domingo y el costo de una publicidad para un restaurante en  $\frac{1}{4}$  de página es de 92,44 dólares por día, la estrategia será aplicada los 4 primeros lunes del primer mes de apertura así su costo total será de 369,76 dólares, los días han sido escogidos estratégicamente ya que de acuerdo a datos dados verbalmente por los vendedores de periódicos el día lunes es el de más alta venta



## Presupuesto publicidad prensa escrita

Cuadro N° 10

Prensa escrita	Precio Unitario 1/4 de página	Unidades al mes	Gasto mes
Diario la Hora	92.44	4	369.76
<b>TOTAL</b>			<b>369.76</b>

### 3.4.2.3.4. PUBLICIDAD RADIAL

La radio Zaracay es la más sintonizada en la ciudad de Santo Domingo y tiene un gran alcance de sintonía y popularidad, por lo cual ha sido la elegida para realizar los anuncios radiofónicos en horarios rotativos por frecuencia modulada. Con este medio de publicidad se pretende llegar al consumidor y atraer más clientela.

## Presupuesto Publicidad Radial

Cuadro N° 11

Radio Zaracay	Precio Unitario	Unidades diarias	Gasto Día	Gasto mes
Cuñas radiales	10.00	3.00	30.00	900
<b>TOTAL</b>				<b>900</b>

### 3.4.2.3.5. PUBLICIDAD EXTERIOR

Se dispondrá de tres vallas publicitarias en las vías principales de acceso a la ciudad de Santo Domingo como lo es en la Vía Quito, Vía Quevedo y Vía Quinindé, se lo realizará con el objetivo de dar a conocer a los potenciales clientes de este producto y servicio, así mismo introduciéndose en la mente del consumidor.

## Presupuesto publicidad exterior

Cuadro N° 12

Vallas Publicitarias	Precio Unitario	Unidades	Gasto total
Vallas Publicitarias	120.00	3.00	360.00
			<b>360.00</b>

Además se colocará un rótulo en la entrada del restaurante

## Presupuesto publicidad del restaurante.

Cuadro N° 13

Publicidad del restaurante	Precio Unitario	Unidades	Gasto total
Rótulo	240.00	1.00	240.00
		<b>TOTAL</b>	<b>240.00</b>

### 3.4.2.3.6. MARKETING DIRECTO O VENTAS PERSONALES

El marketing directo o ventas personales será aplicado en este establecimiento de alimentos y bebidas ya que siempre se mantendrá un contacto directo con el consumidor, aquí se venderá el servicio que se está dando, éste debe ser excelente de tal manera que la gente vuelva por nuestro servicio y obtener publicidad no pagada mediante las recomendaciones hechas por amigos y familiares a clientes potenciales, es decir, si un cliente recibe un trato positivo con un excelente servicio éste divulgará su experiencia atrayendo a más personas al restaurante sin tener que promoverlo y sin adicionar un costo.

Esta estrategia se la aplicará desde el primer día de funcionamiento ya que el servicio es un aspecto muy importante que las personas muchas veces perciben sin darse cuenta.

### **3.4.2.3.7. MERCHANDISING**

El Merchandising, es una de las más importantes estrategias que se tiene en cuanto al producto que se va a vender, como el consumo en Mayo 13 restaurante es estilo Self-Service pero con un menú definido para cada día que consiste en la elección de plato fuerte, sopa, bebida y postre, el objetivo principal es tratar de vender el producto que se piensa tenga menos salida que los demás poniéndolo al principio de los carros calentadores de comida dando a conocer a los clientes como la primera opción para degustar.

Esta estrategia se la aplicará todos los días del año.

### **3.4.3. PRECIO**

La fórmula para el éxito en un establecimiento de alimentos y bebidas es el siguiente: Servicio + Calidad + Precios justos = Éxito. Los precios demasiado elevados ahuyentan a la clientela. Si son muy bajos, no habrá ganancias y el negocio no podrá sostenerse por mucho tiempo en el mercado.

#### **3.4.3.1. DESCUENTO POR VOLUMEN**

Es un tipo de precio no lineal ya que se realiza una rebaja en el total de su compra por el pago anticipado, se ofrecerá una tarjeta mensual de consumo que incluye 27 almuerzos al mes, a las personas que tengan la necesidad de consumir fuera de casa todos los días o casi todos los días, como uno de los valores de la empresa es la honradez los almuerzos se irán descontando con cada consumo realizado, la tarjeta no tiene fecha de caducidad y el descuento que obtendrán por cantidad es de un 15% sobre el total de los 27 almuerzos.

Esta estrategia también será aplicada a los desayunos y si los clientes necesitan del servicio de desayunos y almuerzos juntos obtendrán un 18% de descuento sobre el paquete.

#### **3.4.3.2. DESCUENTOS ALEATORIOS (OFERTAS)**

Se realizará la entrega extra de algún producto existente ese día en el menú a preferencia del cliente, sin que éste tenga conocimiento previo del momento en que se va a producir la oferta. La finalidad es atraer nuevos clientes mediante el paso de voz de persona a persona y que los beneficios que éstos aporten superen los gastos de la promoción y la pérdida por las ventas efectuadas a los clientes frecuentes que pagarán el precio normal. Se espera que desaparecido el estímulo se produzca un fenómeno de permanencia y expectativa respecto a cuándo se volverá a realizar la misma estrategia.

#### **3.4.3.3. PRECIO DE PENETRACIÓN**

Se ha propuesto un precio inicial de 2,80 dólares en desayunos y 4,00 dólares en almuerzos, para conseguir una penetración en el mercado meta rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado, desalentando a otros establecimientos de introducir productos competidores. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permitirá a la empresa aumentar las ganancias pero siempre tomando en cuenta la inflación en la que se encuentre el país, ya que si no hay la posibilidad de reducir o aumentar los precios se podrá mantener los existentes.

#### **3.4.3.4. PRECIO FRENTE A LA COMPETENCIA**

Ya que existe una gran cantidad de ofertantes del mismo producto en el mercado y están poco diferenciados, con un precio similar al que se ofrece con la propuesta de creación; no se encuentra recomendable introducir el producto con un precio muy alto, ni tampoco muy bajo, la idea es mantener los precios en comparación con la competencia sin dañar el producto ni la calidad para evitar reacciones imprevistas de parte de los consumidores ante un precio demasiado alto. Se espera obtener una elevada participación de mercado y gran estabilidad para mantener los precios.

### **3.4.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

#### **3.4.4.1. CANAL DIRECTO (PRODUCTOR-CONSUMIDOR)**

Conociendo que el factor más importante de los productos perecederos es que corren el riesgo de dañarse, estos requieren de canales de distribución directos entre el productor y el consumidor, es más breve y simple para distribuir los bienes de consumo y no incluye intermediarios, llegando con rapidez y eficacia al consumidor final del producto ofertado.

#### **3.4.4.2. DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS**

Debido a la intangibilidad del servicio, el proceso de producción y la actividad de venta, se requiere de contacto personal entre el productor y el consumidor final, aplicándose igualmente el canal directo al momento del servicio, siempre siguiendo los estándares propuestos por la empresa como lo son la amabilidad, respeto y cortesía hacia el cliente.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

##### **4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN**

El proyecto será realizado en la ciudad de Santo Domingo parte de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas ubicado al Suroeste de Pichincha a 133km de Quito.

Las vías de acceso son la Vía Quito, que se encuentra en perfecto estado, la vía Chone, Vía Esmeraldas, Vía Quevedo. El establecimiento estará ubicado en la Avenida Quito, ya que se consideró que existen muchas instituciones públicas y privadas en esta zona como son: Andinatel, juzgados, Banco Produbanco, Banco del Austro, Banco Internacional, Mutualista Pichincha, Banco Nacional de Fomento, EMELSAD, notarías, colegio Técnico Julio Moreno Espinosa, Supermaxi, Empresa de Agua Potable, estudios jurídicos, locales comerciales, floristerías, boutiques, almacenes de electrodomésticos, oficinas de obras públicas, patio de carros, gimnasios, muy cerca se encuentra el Municipio, entre otros que requieren de un servicio de calidad a la hora de su almuerzo, en los últimos 10 años esta área ha ido teniendo un considerable crecimiento comercial y aquí es dónde varios negocios apuntan a un target elevado económica y socialmente para ofrecer sus productos.

**Ver Anexo 04**

##### **4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN**

El establecimiento se encontrará ubicado exactamente en la Avenida Quito, entre la calle Pallatanga y el Anillo Vial, a 80 metros del círculo de los continentes.

**Ver Anexo 05**

#### **4.1.2.1. FACTORES DE LA MICRO LOCALIZACIÓN**

##### **4.1.2.1.1. SUPERFICIE DEL LOCAL**

El área del terreno es de 210m<sup>2</sup> distribuidos en las siguientes secciones:

- \* 22,50m<sup>2</sup> Área de entrega de alimentos y bebidas y caja registradora.
- \* 47,20m<sup>2</sup> Área de cocina
- \* 61,25m<sup>2</sup> Restaurante
- \* 4,05m<sup>2</sup> Oficina administrativa
- \* 3,25m<sup>2</sup> Vestidor de personal
- \* 6,75m<sup>2</sup> Baños para damas y caballeros
- \* 65m<sup>2</sup> Parqueadero

Ver Anexo 06

##### **4.1.2.1.2. SERVICIOS BÁSICOS**

- \* Agua
- \* Energía eléctrica
- \* Alcantarillado
- \* Recolección de basura
- \* Teléfono

#### **4.2. CAPACIDAD INSTALADA**

El área del restaurante será de 61,25m<sup>2</sup>, los mismos que satisfacen las necesidades requeridas para el óptimo desarrollo de las labores diarias, lo que permite una capacidad para 50 pax, distribuidos en ocho mesas para 4 pax cada una y tres mesas para 6 pax cada una.

#### **4.3. CATEGORÍA DEL PROYECTO**

Para categorizar esta propuesta de restaurante se ha hecho referencia a los catastros de establecimientos de alimentos y bebidas vigentes en la Dirección Provincial de Turismo, y también se tomó en cuenta la investigación personal a cada establecimiento considerado como oferta y su categorización.

Tomando en cuenta estos aspectos se ha deducido que éste proyecto será merecedor de tener una categoría de primera, a continuación se detallan las características de Mayo 13 Restaurante.

- Cuenta con un área de parqueo para los clientes
- Servicio higiénico para hombres y mujeres
- Cocina con todos los elementos acorde a sus necesidades
- Ventilación, iluminación y ambientación adecuada
- Vestuario para el personal con sus casilleros respectivos y baño
- Mobiliario de acuerdo al estilo que marcará el establecimiento
- Menaje compuesto por loza, cubertería y cristalería.
- El servicio será estilo Self-Service
- Área de almacenamiento de productos perecederos y no perecederos
- Gerencia
- Bodega para insumos de limpieza
- Estándares de calidad y aseo en todas las áreas.
- Sistema de abastecimiento de agua potable

Por medio de la observación a los distintos establecimientos de alimentos y bebidas se ha podido concluir que existen muy pocos restaurantes que cumplen con las debidas normas de higiene.

*Mayo 13 Restaurante* ha podido tomar todas las deficiencias de los demás restaurantes para mejorarlas totalmente y que se conviertan en su fortaleza, el principal factor es la aplicación de las buenas normas manufactureras garantizando la reducción de enfermedades por contaminación cruzada a un %0, el tipo de servicio que se va a ofrecer será estilo Self-service pero enfatizando la amabilidad, educación y disponibilidad del empleado hacia el cliente, el personal de servicio contará con la capacitación adecuada para brindar un servicio con elegancia y estilo, los alimentos contarán con altos estándares de calidad ofreciendo un mejor producto que los demás, el ambiente será considerado como un plus del establecimiento ya que los clientes se sentirán en confianza y tranquilos al momento de su comida diaria,



por estas razones y más se considera que el restaurante en mención está presto para una categorización de Primera.

#### **4.4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

La propuesta de creación de un restaurante estilo self-service nace de la necesidad que tienen las personas que consumen a diario en un restaurante en horas del desayuno y el almuerzo por varios motivos como se logra ver en las encuestas que son cercanía al trabajo o universidad, placer, no cuentan con comida en sus domicilios, no existe una persona quien cocine, negocios o celebración; éstos son los principales motivos por los cuales se ha pensado en esta propuesta. El estilo self-service se lo aplica por el corto tiempo que tienen los clientes a la hora del consumo de alimentos y bebidas, el horario de atención al cliente será de lunes a sábado para los desayunos a partir de las 7h00 am hasta las 10h00 am y para los almuerzos se aplicará el horario de 12:00pm a 15:00pm dentro de éste horario se aplica el menú definido por día con dos tipos de sopas a elegir, dos tipos de platos fuertes, dos tipos de postre y como bebidas se brindará agua o dos tipos de jugo de la fruta de temporada, también habrá colas pero con valor adicional al menú. La diferenciación en el producto es proporcionar una mayor cantidad de alimentos y con gran variedad tanto en las guarniciones como en los géneros y sopas para que los clientes no se aburran y mantenerlos fidelizados al restaurante. La decoración será minimalista para dar tranquilidad al cliente al momento de su degustación de los platos. Existe el área de la cocina y junto a ésta se encuentra la bodega para alimentos perecederos y no perecederos, también tendrá conexión directa con la línea caliente para la salida de las bandejas con comida. La gerencia se encuentra junto a la caja para poder recibir a clientes que deseen dirigirse al dueño y efectuar los procesos contables necesarios para el control de los gastos y los inventarios. El personal de servicio tendrá su propio baño y vestidor con casilleros para dejar guardadas sus pertenencias hasta el término de la jornada laboral, siempre deberán llevar bien puesto su uniforme y nunca deberán dejar de ser cordiales con los clientes. El área de parqueadero es muy importante ya que las personas requieren de este servicio, la capacidad es

para 4 vehículos. Los baños serán de excelente calidad y confortables a simple vista. Se tendrá en cuenta la aplicación del reglamento de buenas prácticas para manufactura y así poder cumplir con los requisitos necesarios para obtener el permiso de Sanitación.

## **4.5. ESPECIFICACIONES DE ÁREAS**

### **4.5.1. ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE**

El área de servicio al cliente consta con una longitud de 61,25m<sup>2</sup> con capacidad para 50 pax distribuidos en 8 mesas para 4 personas y 3 mesas para 6 personas. A continuación se especifican las proporciones, decoración y materiales a utilizar.

#### **4.5.1.1. DECORACIÓN**

“El minimalismo se caracteriza por la extrema simplicidad de sus formas, líneas puras, espacios despejados y colores neutros, en un ambiente con equilibrio y armonía.”<sup>14</sup> Surge a finales de la década del 60 en Nueva York, pero sus orígenes están anclados en Europa, en las primeras ideas del arquitecto alemán Ludwig Mies Van Der Rohe, uno de los arquitectos más importantes de este siglo.

El área de servicio al cliente de este restaurante será Minimalista, este estilo no quiere decir inhabitado ni mucho menos, lejos de ser una decoración sin sentimientos permite expresar y resaltar todos los matices, espacios y objetos presentes en el área, buscando preservar el espacio.

Este estilo es especialmente dedicado para las personas amantes de la simplicidad, serenidad, sobriedad y orden. Con el minimalismo se espera liberar de tensiones, estrés o conflictos que pudieran tener los clientes en su trabajo, el objetivo principal es ofrecer el servicio de alimentos y bebidas en un ambiente relajado, sin contaminación visual y con mucho aire de sobriedad.

---

<sup>14</sup> <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilosminimalismo.htm>

#### 4.5.1.2. COLOR Y AMBIENTACIÓN

“Una de las principales características del minimalismo es el uso de colores puros, de tonos suaves predominando el blanco y el crudo. El contraste lo aportan algunos detalles ornamentales de los que, en ningún caso, hay que abusar. El detalle de color, tal vez un rojo o pistacho, puede estar dado por una alfombra, un almohadón, algún objeto único, o tan solo una pared.”<sup>15</sup>

En este caso todas las paredes del establecimiento estarán pintadas de color blanco, en la pared más pequeña que se encuentra entre los baños y la cocina se colocará un cuadro grande de temática abstracta en metal; en la pared más grande ubicada a la derecha de la entrada se pondrá una mini cascada artificial dentro de un pequeño estanque en forma rectangular y adornado con plantas de bambú para dar realce, vida y calidez al lugar; la puerta de ingreso será de vidrio junto con toda la pared.

Blanco.\_ Los colores claros, preferentemente el blanco, aportan claridad en habitaciones pequeñas o con poca luz.

Rojo.\_ El rojo puro es el color más vital, asociado a la acción intensa y estimulante. Usado puro puede resultar un tanto violento, por eso debe ser usado con moderación, en pequeños detalles. Los rojos cálidos también quedan bien en el comedor ya que estimula el hígado, órgano del aparato digestivo que cumple, entre otras muchas, la función de desintoxicar el organismo y producir la bilis que facilite la digestión de las grasas, así con este color se estimula al apetito.

Negro.\_ representa el poder, la elegancia, la formalidad, el prestigio y la seriedad. Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso.

“Bambú.\_ es una de las plantas que más acogida está teniendo en los hogares de estilo minimalista y zen es la denominada bambú de la suerte.

---

<sup>15</sup> <http://www.wordreference.com/sinonimos/ecléctico>

Esta planta tan original y estilizada no tiene que ver con el bambú, aunque se le denomine así popularmente debido a su forma de vara. Su nombre científico es *Dracaena sanderiana*. La tradición china asegura que esta dracaena trae la buena suerte a aquellos hogares en los que está presente y es motivo de energía positiva y de buenas vibraciones para la filosofía milenaria del Feng Shui.”<sup>16</sup>

#### **4.5.1.3. CAJA REGISTRADORA**

Al fondo del restaurante junto a la primera estación de comida se ubicará la caja registradora empotrada en un mueble minimalista de color negro y líneas rectas.

Se ha escogido este sitio ya que el servicio es Self-service y el cliente deberá pagar su cuenta primero para poder recibir su bandeja con los alimentos.

#### **4.5.1.4. LÍNEA DE SERVICIO**

Existirán dos líneas de servicio ubicadas junto a la caja registradora y la cocina para un fácil acceso del movimiento de las bandejas con alimentos. Después de cancelar por los alimentos y bebidas a consumir y antes de tomar las bandejas para la comida los comensales deberán frotarse las manos con líquido desinfectante para evitar cualquier tipo de contaminación. Las bandejas estarán al principio de las líneas de servicio para que el cliente pueda recibir sus platos y ordenarlos adecuadamente para poder llevarlos a su mesa.

#### **4.5.1.5. SILLAS Y MESAS**

Siguiendo los parámetros del minimalismo se equipará el área de restaurante con sillas y mesas de madera que lleven líneas rectas y puras, el color de las mismas serán negras y las sillas contarán con acolchonado de color rojo en el

---

<sup>16</sup> <http://www.decorailumina.com/jardin/plantas-para-lograr-el-estilo-minimalista-el-bambu-de-la-suerte.html>

espaldar y el asiento para mayor comodidad y placer, el color es para dar fuerza al lugar.

MESAS:

- \_ Medidas de las mesas 0,90cm x 0,90cm
- \_ Alto de las mesas 0,74 cm
- \_ Mesas de guatambu lustradas con poliuretano y con vidrio encastrado de 18mm de espesor a lo largo.
- \_ Color Negro

SILLAS

- \_ Madera de Guatambu lustradas con poliuretano.
- \_ Tapizados color rojo
- \_Color de la madera negro.

Ver Anexo 07

#### **4.5.1.6. ILUMINACIÓN**

La iluminación decorativa será utilizada para realzar los detalles arquitectónicos, un cuadro, la cascada falsa y las plantas.

La luz natural será provista por la gran puerta de vidrio en la entrada del restaurante, la intensidad y cantidad de la misma dependerá de la hora del día y de la estación del año, es la fuente de iluminación más económica y su buen uso dependerá de la orientación de los elementos de la decoración.

La luz natural no es suficiente para la vida social así que se dispondrá a favor sistemas de luz artificial como lo es la iluminación indirecta en la cual el 90% de la luz se dirige hacia el techo y se distribuye luego en el ambiente por reflexión, este tipo de iluminación producirá un ambiente agradable, con una luz suave y sin sombras.

#### **4.5.1.7. MÚSICA**

La música es un factor importante en este ambiente, se colocarán temas musicales de relajación como lo es la instrumental.

#### **4.5.1.8. CLIMATIZACIÓN Y VENTILACIÓN**

Como es conocido por la mayoría de las personas la zona de Santo Domingo cuenta con un clima Tropical-Húmedo. Aquí en horas del medio día el calor se vuelve intolerable y la humedad se vuelve un factor estresante para muchas personas. Por estos motivos se decidió colocar 3 equipos de aire acondicionado para un mejor manejo del medio ambiente en el que vivimos y así brindar la satisfacción de un mejor servicio a nuestros clientes.

La ventilación de esta área servirá para prevenir la condensación del vapor que podría ocasionarse por la conexión con la cocina.

#### **4.5.1.9. PISO**

El piso del área de comedor y el área de expendio de alimentos será de cerámica de alto impacto color blanco con medidas de 40 x 40 cada cerámica a un precio unitario de USD 9,95.

Se ha considerado este tipo de piso por acceso a la fácil limpieza, es durable y fácil de mantener.

#### **4.5.1.10. PAREDES**

Las principales paredes del restaurante ya están construidas, las divisiones serán levantadas por un experto en la materia con bloque pesado, cemento, ripio y varilla en los casos de necesidad de columnas y estuco para mejorar las imperfecciones o porosidades de la pared.

Estarán pintadas de color blanco en forma lisa ya que esto aporta un acabado limpio a la decoración, las pinturas satinadas son propensas a marcar todas las imperfecciones de la pared, por eso se ha tenido gran consideración en la preparación minuciosa de las mismas, la ventaja es que dan un aspecto perfecto a la pared y es lavable.

Materiales necesarios para la pintura:

- \_ 2 canecas de Pintura al agua Satinada Color Fresh blanco
- \_ 1 rodillo felpa completo
- \_ 1 brocha
- \_ 2/4 Cóndor estuco
- \_ 2 lijas de agua 120
- \_ 1 masquin 1 ½
- \_ 1 espátula confort

El Valor total de los materiales es 209,23 dólares.

Ver Anexo 08

#### **4.5.2. ÁREA DE GERENCIA**

La gerencia será un lugar donde se atenderán a los proveedores, personas de cobranza, reclamos de los clientes, aquí se realizarán diferentes tipos de actividades como reuniones con los empleados para dictar una leve charla cada cierto tiempo a cada uno de ellos.

La decoración se mantendrá con el ambiente minimalista para evitar el desorden y tener a mano todos los documentos que se requieran sin tener que desperdiciar tiempo buscándolos.

#### **4.5.3. ÁREA DE BAÑOS**

Los baños serán independientes hombres de mujeres con un área total de 6.8m<sup>2</sup>, habrá dos baños con sanitarios cada uno para mujeres y dos baños con

sanitarios para hombres el costo de cada juego de sanitarios de USD 98,74 incluido el lavamanos con pedestal que estará ubicado a la entrada con un espejo que cubra la mayoría de la pared e incrustados en una plancha pegada a la pared de color rojo en mármol para dar más realce y elegancia.

#### **4.5.3.1. PAREDES**

Las paredes de los baños estarán cubiertas por cerámica de color rojo con medidas de 25x60cm cada una a un costo unitario de USD 35,00, la altura máxima cubierta será de 1,20m, el resto será pintado con Súper Corona Rojo 1714 para combinar entre estas tonalidades.

#### **4.5.3.2. PISO**

El piso de los baños necesariamente deberá ser de cerámica de alto impacto color blanco con medidas de 40x40cm con un precio unitario de USD 9,24. Este tipo de cerámica facilita la limpieza de esta área.

#### **4.5.3.3. DECORACIÓN**

La decoración del baño irá de acuerdo al estilo minimalista del que se ha hablado anteriormente, siguiendo el patrón de lo que son las líneas rectas y puras para llevar un contraste con el ambiente externo, ya que predominará el color rojo se colocarán dos jarrones de cristal con plantas de bambú discretos en los extremos y en el centro del tocador de damas y caballeros con esto se busca un aspecto de originalidad, estilo y bajar la tensión del color. Los sanitarios serán de color blanco ya que dan la sensación de limpieza y amplitud con estilo moderno y elegante, además los sanitarios de hoy se caracterizan por tener sistemas ahorradores de agua. En el modular se dispondrá jabón para manos y a la entrada de los servicios higiénicos existirá un dispensador de papel higiénico. Las puertas serán de madera y de color negro siguiendo el patrón del minimalismo.



Materiales necesarios para la pintura:

- \_ 1 Galón de pintura Súper Corona Rojo 1714
- \_ 1 rodillo felpa completo
- \_ 1 brocha
- \_ 2/4 Cándor estuco “en el listado anterior”
- \_ 2 lijas de agua 120
- \_ 1 masquin 1 ½ “en el listado anterior”
- \_ 1 espátula confort “en el listado anterior”

El Valor total de los materiales es 33,21 dólares.

Ver Anexo 09

#### **4.5.3.4. ILUMINACIÓN**

Se utilizará la iluminación de ambiente, creada por luces en el techo, estas luces provendrán de una única fuente siendo más eficaz la multiplicación de los diferentes puntos de luz. La utilización de un regulador de intensidad ayudará a dar una sensación de confortabilidad, además de poder economizar energía, ya que no siempre necesitamos la misma intensidad de luz.

#### **4.5.4. ÁREA DE LA COCINA**

El área de la cocina es el área más importante en lo que respecta a un restaurante ya que aquí se realizará la preparación de los diferentes tipos de alimentos a servir a los comensales. La pulcritud y el manejo perfecto de las normas de la buena práctica de manufactura serán aplicadas a cabalidad.

##### **4.5.4.1. PISO**

El piso será de cerámica color blanco antideslizante resistente al alto tráfico, apto para el trabajo a realizar en ésta área, de fácil limpieza y desinfección, con una pendiente prudente para que los líquidos se escurran hacia el drenaje que se encontrará a lo largo de toda la cocina, el mismo que contará con trampa para grasas y sólidos para así evitar el taponamiento de las cañerías; las

medidas de cada cerámica es de 42,5x42, 5 m a un costo unitario de USD 9,95.

#### **4.5.4.2. PAREDES**

Las paredes estarán cubiertas por cerámica de color blanco, se caracterizan por ser lisas de fácil desinfección, serán colocadas a una mínima distancia la una de la otra para evitar grietas entre cerámicas y tener mayor facilidad para la limpieza. Las medidas de cada cerámica es de 20x30 m a un precio unitario de USD 7,25.

#### **4.5.4.3. ILUMINACIÓN**

Esta área será provista por dos tipos de iluminación:

Iluminación Natural.\_ Llegará iluminación desde una ventana colocada a lo largo del área de la cocina así se ayudará a economizar energía, el material de la ventana será de vidrio adosado con una película protectora para evitar la proyección de partículas en caso de rotura y los marcos serán de aluminio para tener acceso a una fácil limpieza.

Iluminación Artificial-Directa.\_ este tipo de iluminación es sumamente necesaria para garantizar que el trabajo se lleve a cabo con eficacia. Con este sistema se aprovecha en un 90 a 100 % de la luz dada por pantallas colgantes, las mismas que estarán protegidas para evitar la contaminación con los alimentos en caso de rotura.

#### **4.5.4.4. VENTILACIÓN**

El área de la cocina es un área cerrada y con muy poca ventilación natural, esto es para evitar la contaminación por ráfagas de viento o la introducción de cualquier agente externo que pueda contaminar los alimentos.

#### **4.5.5. ÁREA DE BODEGA PARA ALIMENTOS NO PERECEDEROS**

La bodega del restaurante estará ubicada de acuerdo a las normas de las buenas prácticas de manufactura la misma que dice que las instalaciones seguirán el principio de flujo hacia delante, esto es desde la recepción de la materia prima hasta el despacho de los alimentos terminados.

Así será de conocimiento general que la bodega para alimentos no perecederos estará antes de ingresar a la cocina.

No perecederos: Conservas, Granos y Secos, Bebidas y Licores.

##### **4.5.5.1. MATERIALES**

Para un fácil proceso de limpieza y desinfección el piso de esta bodega será de cerámica y las paredes de pintura lavable no tóxica. El aseo será permanente para un manejo adecuado de los productos.

La iluminación será general y directa a la vez ya que se necesita una clara visión de toda el área.

#### **4.5.6. CUARTO FRÍO**

El cuarto frío es un área indispensable en el almacenamiento de los alimentos perecederos como lo son carnes y embutidos, lácteos y sus derivados, pescados y mariscos, frescos y parte de condimentos, alimentos que por su naturaleza no pueden mantenerse frescos en un clima cálido-húmedo ni tampoco es recomendable que estén dentro de un congelador ya que pierden sus nutrientes poco a poco.

Un cuarto frío de tres metros cuadrados es ideal para este tipo de restaurantes ya que se utilizará materia prima que no se puede almacenar por más de 20 días, ya que se mueven con un alto nivel de clientela.

El cuarto frío estará fabricado con materiales aislantes de poliuretano ecológico, estos materiales son los más avanzados para la construcción de cámaras frigoríficas. Se obtendrá una reducción perceptible de los costos de operación, debido a los altos valores aislantes de los paneles que permitirán una reducción considerada de energía.

#### **4.5.6.1. MATERIALES**

- **Cubierta:** Los paneles serán forrados en ambas caras (exterior e interior) con lámina de acero galvanizado calibre 24.
- **Puertas:** En acero inoxidable, con herrajes especiales para trabajo pesado, con dispositivos para abrir desde el interior.
- **Aislamiento:** Los paneles de las cámaras serán aislados con poliuretano inyectado de densidad 35 kg/m cúbico.
- **Ensamble:** Se pueden instalar modularmente, de fácil desarme y transporte.

#### **4.5.6.2. LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO**

- Será esencial que los recipientes de manejo y los cuartos de almacenamiento estén limpios y libres de microorganismos.
- Todas las acumulaciones del agua de condensación deberán evacuarse de la estructura.
- Deberá limpiarse completamente el cuarto de almacenamiento antes de llenarlo.
- Si los recipientes de carga se mantienen dentro del cuarto, deberá desinfectarse las superficies con una solución de hipoclorito de sodio al 0.25 por ciento (puede usarse 1 galón de cloro en 20 galones de agua) aplicados con una lavadora de alta presión y deberá ventilarse el cuarto durante algunos días, para que se seque.
- La tubería de refrigeración, los ventiladores y los conductos deberán ser revisados y limpiados regularmente.

- Las espirales de refrigeración sucias podrían disminuir considerablemente su eficiencia térmica.

#### **4.5.6.3. CONTROL DE TEMPERATURA**

La temperatura más importante a controlar en una instalación de enfriamiento, es la del producto, no la del aire. Medir la temperatura del aire no brindará los valores correctos de la temperatura del producto, porque el calor de respiración siempre eleva la temperatura del producto y del aire circundante.

La temperatura de producto y la humedad deberán controlarse frecuentemente durante el enfriamiento y almacenaje para impedir el sobre enfriamiento y daño por frío del producto. También deberá tenerse en cuenta que, mantener la humedad y temperatura apropiada llegará a ser muy importante, a medida que el almacenamiento aumenta.

#### **4.5.6.4. ASPECTOS A CONSIDERAR**

- Al cuarto frío solo se podrán ingresar materias primas que estén limpias y libres de bacterias.
- Solo podrá entrar personal autorizado y que tenga contacto directo con la preparación de alimentos.
- Se realizará un mantenimiento técnico por lo menos cada tres meses.
- Hacer una limpieza general de la cava por lo menos cada mes.
- Mantener un cierre hermético de la unidad.

#### **4.5.7. INSTALACIONES SANITARIAS PARA EL PERSONAL**

El personal que labore en el restaurante debe tener las facilidades de aseo pertinentes y no podrán utilizar las instalaciones sanitarias de los clientes para su uso personal, por esta razón se ha creado ésta área específica para uso del personal que labora en el restaurante.

#### **4.5.7.1. BAÑOS**

En el caso de los baños para hombres contará con un servicio sanitario, un urinario, un lavamanos y un vestidor con los respectivos casilleros para colocar sus pertenencias antes de iniciar su jornada laboral y una ducha para el aseo personal.

En el caso de las mujeres los baños tendrán un servicio higiénico, un lavamanos, un vestidor para guardar sus pertenencias antes de iniciada su jornada laboral y una ducha para el aseo personal.

#### **4.5.7.2. PISO**

El piso será de cerámica ya que este es el único material de fácil limpieza y desinfección.

#### **4.5.7.3. PAREDES**

Las paredes serán de cerámica para facilitar el aseo, limpieza y desinfección de estas áreas.

#### **4.5.7.4. ILUMINACIÓN**

La iluminación de ésta área será directa ya que permite tener una mejor visión de todo el lugar que es lo primordial para una buena limpieza y desinfección, además no es necesario que la luz sea decorativa ni mucho menos ya que pertenece al área de trabajo.

#### **4.5.8. BODEGA PARA INSUMOS DE LIMPIEZA**

Ésta es un área muy importante para el restaurante ya que con esto se ha pensado en minimizar una posible contaminación entre los insumos de limpieza y los alimentos preparados o por preparar.

La ubicación de ésta área será junto a las instalaciones sanitarias del personal, siempre estará bajo llave y solo tendrán acceso las personas encargadas de la limpieza diaria.

#### **4.5.8.1. MATERIALES**

Ya que es un cuarto extremadamente pequeño se ha pensado en colocar piso de cerámica y las paredes con pintura lavable para un mejor manejo de la limpieza en éste sitio, la iluminación será general ya que solo tendrá un foco.

#### **4.5.9. ASPECTOS IMPORTANTES**

##### **4.5.9.1. AGUA**

El agua del que se aprovisionará para todas las áreas del restaurante será mediante una cisterna alta similar a una piscina que sirve para reservar el agua, es totalmente de hormigón armado e impermeable con baldosa en el piso y paredes para una fácil limpieza y desinfección.

Este reservorio ha sido creado con la finalidad de tener agua todos los días ya que en la ciudad de Santo domingo el agua es muy escasa y llega cada dos días.

##### **4.5.9.2. CONEXIONES DE AGUA**

Con la finalidad de obtener más presión en la distribución del agua se ha requerido la colocación de tubería de 1 ½" para las instalaciones principales y de ½" para las conexiones simples como son duchas y lavabos.

##### **4.5.9.3. DESAGÜES**

Los desagües deberán ser instalados en un ángulo de 135°, con la finalidad de evitar taponamientos, las rejillas del piso evitan el paso de las ratas y deben tener un mantenimiento continuo para una larga vida, en cada desagüe deberá ir una cadena para el agua siga esa dirección.

#### **4.5.9.4. RAMPAS**

Todo restaurante debe tener rampa para ancianos, minusválidos o coches de bebés, la rampa unirá un nivel de dos gradas y su ángulo de inclinación será no mayor a 25 °, contará con pasamanos para los minusválidos a una altura estándar de 90cm, con franjas antideslizantes en el piso.

#### **4.5.9.5. GRADAS**

Las gradas serán de la misma cerámica del área de servicio al cliente para no desentonar en la decoración, a continuación los detalles de seguridad:

- \_ En los filos tendrá un protector.
- \_ La huella será de 32cm de ancho y la contra huella de 18cm de altura.
- \_ Franjas antideslizantes para asegurar el bienestar de los clientes.

### **4.6. PROCESO PRODUCTIVO**

#### **4.6.1. ESPECIFICACIONES ESTÁNDAR**

El jefe de compras deberá tener conocimiento completo acerca de las especificaciones estándar para poder solicitar y exigir a los proveedores los productos de acuerdo a las características establecidas.

Los elementos que conforman las especificaciones estándar son: precio, calidad, cantidad y peso.

Los jefes de cada departamento deberán seguir las siguientes normas al momento de la adquisición, almacenamiento y manejo de la materia prima e insumos así como:

- No se aceptarán materias primas e ingredientes que contengan parásitos, microorganismos patógenos, sustancias tóxicas, ni materias primas en estado de descomposición.
- Las materias primas e insumos deberán estar dentro de los niveles aceptables de calidad para su uso en los procesos de fabricación.



- Las zonas de recepción y almacenamiento estarán separadas de la destinada a la elaboración del producto final.
- Las materias primas e insumos deberán almacenarse en condiciones que impidan el deterioro y eviten la contaminación al máximo, además se deberán someter a un proceso de rotación periódica.
- Los envases que contengan la materia prima deberán ser específicamente de acero inoxidable o de algún material alternativo que no sean susceptibles al deterioro.
- Las materias primas e insumos conservados por congelación, al momento de ser descongelados se someterán a condiciones controladas como lo son tiempo, temperatura u otros para evitar la proliferación de microorganismos.

Las personas que deben tener conocimiento de las especificaciones estándar y que intervendrán en la recepción de los productos son: jefe de compras, jefe de bodega, recepcionista de mercadería, jefe de costos y el director de A y B.

#### **4.6.1.1. VENTAJAS**

Se ha tomado como punto importante las especificaciones estándar ya que las mismas ayudarán a establecer propiedades y calidad de los productos, eliminará malas interpretaciones entre proveedores y el comprador, así como también facilitará al recepcionista de mercadería el chequeo de los productos.

#### **4.6.2. FLUJO DE COSTOS EN A Y B**



#### **4.6.2.1. NECESIDAD DE COMPRA**

Se generará una necesidad de compra el momento en que falte materia prima en el centro de producción, la requisición será elaborada por el CHEF.

#### **4.6.2.2. SOLICITUD DE COMPRA**

Los documentos que se emplearán para la solicitud de compra son:

\_ *Solicitud de compra.*\_ se empleará este tipo de solicitud para productos que puedan almacenarse hasta una semana.

**Ver Anexo 10**

\_ *Orden de compra.*\_ se utilizará este documento para el pedido de maquinarias, suministros y licores en grandes cantidades. Se entregará una original para el departamento de compras, una copia a bodega y una copia se queda con el departamento que realizó la requisición.

**Ver Anexo 11**

\_ *Lista de mercado.*\_ se realizará para el grupo de FRUVER es decir para los productos que no se pueden almacenar más de 48 horas. El CHEF entregará la original al jefe de compras, una copia al centro de producción y una copia a bodega.

**Ver Anexo 12 y 13**

#### **4.6.2.3. COMPRA**

La compra la realizará el jefe de departamento de compras. Primero pedirá tres cotizaciones a los proveedores elegidos, luego con la aprobación del Gerente General se procederá a la adquisición ya sea de materia prima, suministros o equipos.

La recepción de la mercadería solicitada se hará efectiva siempre y cuando cumpla con las especificaciones estándar.

Se utilizará el COMPROBANTE DE COMPRA como soporte de las compras hechas directamente en la plaza de mercado y de las que comúnmente no dan factura, el mismo será elaborado por el encargado de compras.

**Ver Anexo 14**

#### 4.6.2.3.1. PROVEEDORES

Se utilizará el formato de CONTROL DE PROVEEDORES POR ARTÍCULO ya que a través de este formato el Encargado de Compras llevará su record de compra por artículo definiendo las cantidades, precios y proveedores, esta forma se utilizará para completar la “Solicitud de Compra” verificando cuando se efectuó la última compra y a qué precio.

Se elaborará un formato por cada artículo el mismo que deberá corresponder al Bin-Card.

Ver Anexo 15

Para la selección de los proveedores se tendrá en cuenta los siguientes estándares como son: precio, calidad, cumplimiento, buen servicio y excelente presentación. Además la empresa nunca deberá casarse con una sola empresa así se escogerán las tres primeras que ofrezcan los mejores estándares.

##### **Carne roja y Aves**

<b>Proveedores</b>
Supermaxi
Tía
Tercena Hermanos Feijoo

Las tres empresas serán las proveedoras de carnes rojas y aves ya que se ha comprobado que cumplen con los estándares de calidad que el restaurante requiere.

##### **Lácteos, embutidos, conservas, productos no perecederos**

##### **Y útiles de limpieza**

<b>Proveedores</b>
Supermaxi
Tía
Proínco

Mediante la investigación de campo se comprobó que estos tres proveedores son los más calificados para la entrega de lácteos, embutidos, conservas, productos no perecederos y además cuentan con una gran gama de útiles para la limpieza del Restaurante.

### **Pescados y mariscos**

Proveedores
Mercado mayorista
Supermaxi

En este caso se ha elegido el mercado mayorista de la ciudad de Santo Domingo para realizar las compras de los mariscos ya que aquí se puede encontrar estos productos frescos y en gran variedad, así mismo los precios son mucho más convenientes ya que se compra en mayor cantidad, para realizar este proceso será necesario que el gerente del restaurante vaya acompañado del jefe de compras así se cumplirá a cabalidad y con responsabilidad las compras requeridas.

Supermaxi fue elegido ya que se conoce su trayectoria y existen ocasiones de compra en las que no se podrán encontrar productos especiales, ya sea por que se encuentran en veda o porque son muy difíciles de conseguir.

### **Fruver (Frutas y verduras)**

Proveedores
Mercado municipal de Santo Domingo
Supermaxi
Mi Comisariato

Se eligió como principal proveedor de frutas y verduras a los mayoristas del mercado municipal de Santo Domingo, para este proceso de compra deberá acercarse al mercado el jefe de compras todos los días martes de cada semana para realizar las respectivas compras, el propósito es obtener

alimentos frescos, de buena calidad y a un precio justo y solo aquí lo podremos obtener. Se nombra los días martes a las cuatro de la tarde ya que es el día en que llegan los camiones con los alimentos para la venta al por mayor.

### **Bebidas**

Proveedores	Producto
<b>Comercial Navas Ramos</b>	Cerveza
<b>Tesalia Sprint Company</b>	Agua
<b>Indega S.A</b>	Colas

Se han elegido estas empresas para proveer de bebidas al restaurante, ya que tienen renombre y trayectoria en el mercado, así como los precios son estándares y hay como realizar las compras directamente con las empresas distribuidoras de los productos.

La cerveza es un producto de gran consideración en el medio en que se desarrollará el proyecto ya que por el calor se consume en altas cantidades.

#### **4.6.2.4. RECEPCIÓN DE MERCADERÍA**

Para la recepción de mercadería se deberán cumplir los siguientes aspectos:

1. Ordenar la mercancía en la plataforma
2. Revisar los artículos que se ajusten a las especificaciones exigidas. En este punto generalmente se solicitará asistencia del Chef o del jefe de compras para revisar la mercancía.
3. Efectuar el conteo total de la mercancía escogida y revisada.
4. Comparar las cantidades aceptadas con lo relacionado en la “Lista de Mercado” u “Orden de compra”
5. Si las cantidades coinciden se deberá revisar si en la factura del proveedor son las mismas y los precios son los pactados. Si los precios han sido alterados el receptor de la mercancía deberá comunicar inmediatamente al Encargado de compras.

6. Si las cantidades no coincidieran, se elaborará el “Memo de corrección de factura”, relacionando los productos aceptados con el precio pactado.
7. Aceptada la factura del proveedor se procederá a sellar, firmar y timbrar la hora.

Los siguientes formatos deberán ser llenados

- *Memo de corrección de factura.*\_ se utilizará cuando la factura del proveedor no se ajuste a la mercancía aceptada; no invalida la factura, solo describirá la mercancía no aceptada.

**Ver Anexo 16**

- *Mercancía recibida sin factura.*\_ se elaborará este formato cuando la factura del proveedor será tramitada después de que se reciba y se acepte la mercancía.

**Ver anexo 17**

- *Sello de factura.*\_ será utilizado para certificar el recibo de la mercancía en las facturas del proveedor, “Comprobantes de compra” y “mercancía Recibida sin factura”. Sin este sello no se cancelará ninguna factura, además que certifica ante el proveedor que la mercancía ha sido recibida. Es muy importante que se marque la hora de recibo de la mercancía.

**Ver anexo 18**

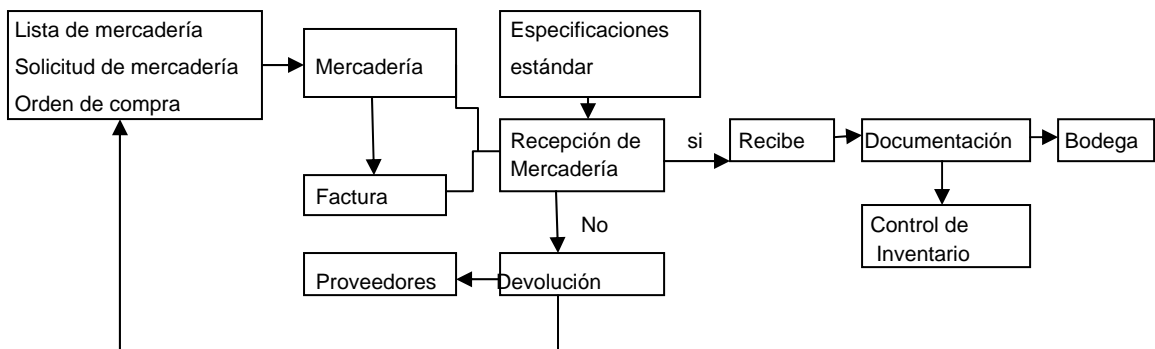
- *Comprobante recibo de mercancía.*\_ se utilizará como constancia de que los artículos que se relacionan en la factura realmente han sido recibidos. Este documento es básico para el registro contable y control de las existencias.

**Ver anexo 19**

- *Meat Tag.*\_ es elaborado por el Carnicero Auxiliar de cocina que deberá entregar la mercancía empaquetada y con su respectivo meat-tag. Las especificaciones deben corresponder al Comprobante de recibo de mercancía que será elaborado por el Recibidor.

**Ver anexo 20**

El sistema de recepción de mercadería será el siguiente:



Para la recepción de la mercadería se deberá constatar que se encuentre en buen estado y que cumpla con las especificaciones establecidas en la orden de compra como son calidad, cantidad, precio, además los productos se pesarán en básculas y etiquetarán con la fecha de entrada y el proveedor, esto se lo hace con la finalidad de algún reclamo posterior al proveedor o para tener constancia en los kardex y llevar el proceso de últimos en entrar últimos en salir.

*Clave de acuerdo al grupo de inventario que pertenece el producto:*

**CS.** Carnes y Salsamentaria

**PM.** Pescados y mariscos

**AV.** Aves y caza

**FV.** Frutas y verduras

**L.** Lácteos

**G.** Granos

**EE.** Enlatados y envasados

**C.** Cervezas

**Gs.** Gaseosas

#### **4.6.2.5. BODEGA ALMACENAMIENTO**

Los principales documentos a utilizar en el almacenamiento de los productos son:

\_ KARDEX.\_ este documento servirá para conocer el valor de la materia utilizada y existente.

Los propósitos son:

- \_ Hacer que el inventario sea más fácil
- \_ Conocer existencias en productos
- \_ Control estricto de productos.
- \_ Realizar la solicitud de compras con mayor facilidad
- \_ Conocer el precio anterior y el actual.

\_ BIN CARD.\_ servirá para saber las existencias de conservas, lácteos y bebidas, no será valorado pero su saldo debe ir acorde con el kardex.

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Saldo anterior} + \text{Ultima compra}}{\text{Total de unidades}}$$

El almacenamiento de los alimentos se realizará bajo los parámetros establecidos por la Dirección de Higiene sobre la conservación de alimentos:

- Las carnes de consumo deberán mantenerse entre 0 y 4 grados centígrados con un 90% de humedad, si el tiempo de almacenamiento es mayor a 72 horas deberán ser congeladas a -20 grados centígrados.
- Los productos procesados, cocidos, embutidos, y no embutidos como salchichas, mortadela, jamón, perrito, etc.... se conservarán en refrigeración entre los 0 y 4 grados centígrados. Fecha límite de vencimiento 30 días para productos empacados al vacío y 15 días para productos no al vacío.
- Las aves de corral deberán conservarse a 5 grados centígrados de temperatura interna.
- Las conservas se mantendrán a temperatura ambiente y herméticamente cerradas con una fecha máxima de vencimiento de 2 años.
- Los productos lácteos serán almacenados bajo los 10 grados centígrados de temperatura.



- Las hortalizas y verduras se almacenarán en cajones y bajo refrigeración.
- Las frutas serán empacadas al vacío y estarán en refrigeración.
- Los productos secos se envasarán herméticamente para evitar la humedad y no estarán dispuestos directamente con el suelo.

El área de almacenamiento será desinfectada y limpiada periódicamente.

#### **4.6.2.6. REQUISICIÓN E INVENTARIOS**

La requisición permitirá valorar y controlar el despacho de la materia prima y será pedido por el Chef ejecutivo.

El inventario será la constatación física de los productos existentes en bodega de acuerdo a los documentos con base teórica como lo son el KARDEX y BIN CARD.

*\_Inventario permanente o perpetuo.\_* se lo hará cada mes para la constatación de los suministros existentes, de alimentos y bebidas.

*\_Periódico.\_* se lo realizará cada seis meses y servirá para conocer las existencias de papelería y formatos.

*\_Existencia fija.\_* será realizado cada año para activos de operación, activos fijos y repuestos de mantenimiento.

La rotación de inventarios será de mucha ayuda e importancia para la empresa ya que indicará la eficiencia que se tiene para manejar los stocks. Se mantendrá una rotación alta demostrando que nuestro producto se vende rápidamente y el costo de almacenamiento disminuirá; tomando en cuenta que se está trabajando con la línea de Alimentos y Bebidas el inventario se hará por toma directa de cada uno de los productos.

#### **4.6.2.7. PRODUCCIÓN**

Es el arte de transformar la materia prima en un producto elaborado o terminado. Las personas que trabajen en el área producción deberán seguir estándares en para la preparación de los alimentos, los mismos que van acorde con las buenas prácticas de manufactura.

##### **4.6.2.7.1. EL AGUA:**

- El agua que se utilizará para la producción de los alimentos será agua potable.
- El hielo deberá fabricarse con agua potabilizada.
- El agua potable se utilizará también para la limpieza de la materia prima y de equipos que entran en contacto con los alimentos.

##### **4.6.2.7.2. DEL PERSONAL Y LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS:**

- Todo el personal manipulador de los alimentos que entre en contacto directo o indirecto con los alimentos deberán mantener la higiene y el cuidado personal.
- Como requisito para ingresar a trabajar el personal deberá someterse a exámenes de rutina para evitar contaminación por alguna enfermedad clínica o epidemiológica.
- Las uñas de las manos deberán estar cortas, limpias y sin esmalte.
- No utilizar aretes, ni anillos, ni ningún tipo de joya.
- El cabello deberá estar bien corto y limpio, llevando en la cabeza una malla protectora, no se aceptará barba ni bigote, ni maquillaje dentro de las horas laborales.
- El uniforme constará de: malla protectora de cabello, gorro, pico, chaqueta, delantal, pantalón a cuadros, botas con punta gruesa.
- Antes de ingresar al área de producción deberán desinfectarse las manos con desinfectante líquido.
- Todas las personas encargadas de la transformación de la materia prima en un producto terminado deberán utilizar guantes quirúrgicos, los

guantes serán renovados si tuvieron que salir del área de trabajo, si cambiaron de una manipulación a otra, si tomaron con las manos algún agente contaminante o que se pueda ocasionar contaminación cruzada.

- El guante de acero deberá llevarlo puesto la persona que utilice objetos corto punzantes para evitar algún accidente y por ende contaminación.
- Las mascarillas deberán ser utilizadas por todas las personas en general que visiten o trabajen en el área de producción ya que todos somos portadores de virus y contaminantes por naturaleza.
- Se descartará cualquier alimento que ha tenido riesgo de contaminación durante el proceso de producción o que se considere esté en mal estado.
- La basura que resultará de la manipulación de los alimentos se dividirá en cuatro grupos, papel, plástico, vidrio y orgánicos.
- Existirá un sistema de señalización y normas de seguridad en esta área que sean visibles para el personal de planta y el personal ajeno a ella, así se pondrá en marcha el cambio de mentalidad de las personas para el bienestar común.
- Los alimentos serán separados crudos de cocidos para evitar contaminación cruzada.

#### **4.6.2.7.3. UTENSILIOS:**

- Los quipos y utensilios a utilizar serán distintos tanto para la manipulación de alimentos crudos como cocidos.
- Se mantendrá un registro diario de la temperatura del cuarto frío.
- Se eliminarán los utensilios dañados, defectuosos o viejos para reemplazarlos por otros nuevos.
- Las mesas de trabajo serán de acero inoxidable para una fácil limpieza periódica, y para evitar contaminación de los alimentos con bacterias que podrían proliferar en otro tipo de material.
- Se realizarán inspecciones diarias para a las mesas de preparación de alimentos y utensilios para constatar que éstos estén higiénicamente aceptables para la manipulación de los alimentos.

#### **4.6.2.8. PRODUCTO TERMINADO**

Es el plato o manjar que sale listo desde el área de producción para el consumo del cliente.

El producto terminado será ubicado en los carritos con las bandejas para la comida, de esta manera se repartirán los alimentos a los comensales. Los carros de comida serán limpiados y desinfectados diariamente para evitar una posible contaminación con el producto final.

En los desayunos se servirá el agua, té o leche a la mesa es lo que se diferenciará del servicio de almuerzos.

#### **4.6.2.9. FACTURACIÓN**

La caja estará situada al inicio de los carros con comida, como el servicio es estilo Self Service los clientes deberán cancelar primeramente su pedido y luego recibirán el menú que hayan elegido.

Para este proceso es necesario conocer las recetas estándar de los menús definidos para cada día que se detalla a continuación.

#### **4.7. RECETA ESTÁNDAR**

Es la parte más importante al momento de elaborar el menú, esto ayudará en la parte de costos confirmando que se utilicen las medidas correctas de materia prima evitando desperdicios. Con las recetas estándar se tomarán decisiones acerca de que platos se deberán servir cada día con una base de datos numéricos reales.

**Ver anexo 21**

## **4.8. EL MENÚ**

### **4.8.1. MENÚ DESAYUNOS**

Para el menú de los desayunos se ha tomado en cuenta como principal plato el desayuno Americano y el Desayuno Tsáchila con carne que consiste en molido de verde con queso, estofado de carne, huevo frito, taza de café, té o leche y jugo, elementos que se producen dentro de la zona y al que la mayoría de las personas están acostumbrados a degustar en horas de la mañana ya que es un plato consistente.

- \* Desayuno Americano
- \* Desayuno Tsáchila con carne.

### **4.8.2. MENÚ ALMUERZOS**

El menú de la casa será variado cada día, llamado menú ejecutivo, su planificación será para corto plazo para 27 días, considerando dos factores importantes; estos son:

1. La utilidad que se obtendrá con la venta del producto y,
2. Que el producto sea del agrado del cliente.

Los cambios se realizarán diariamente, con un costo estándar, pero siempre tomando en cuenta la calidad, sabor, costo, originalidad y variedad ya que la mayoría de clientela que se tendrá será fija y desearán servirse platos nuevos cada día, como lo demostraron las encuestas las personas prefieren dos tipos de menú cada día para elegir, las razones por las que no desearían más opciones es porque se les dificulta decidirse entre muchas opciones y si solo existiera una opción recurrirían a la competencia por otro plato para degustar.

Para la realización de las recetas estándar se tomaron al azar 5 sopas, 5 platos fuertes, 5 postres y 5 bebidas para hacer una prueba de calidad y de esta manera constatar que las medidas para cada porción sean las indicadas, los precios sean justos con cada proveedor elegido y garantizar que los platos ingresarán al mercado con gran aceptación.

### MENÚ DÍA # 1

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Caldo de Gallina	Filete de pescado en salsa de limón y ajo	Helado de Guanábana	Jugo de naranja
Crema de Zanahoria	Menestra de fréjol bolón con carne a la plancha	Gelatina de coco	Jugo de coco

### MENÚ DÍA # 2

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Sancocho Serrano	Tallarín con carne y crema	Queso de leche	Jugo de papaya
Chupé de camarones	Pescado estofado	Borrachitos de piña	Jugo de piña

### MENÚ DÍA # 3

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Crema de Zapallo	Lengua en salsa de maní	Torta de choclo con queso y miel	Jugo de sandía
Caldo de menudencia	Pollo en ciruelas	Muss de maracuyá	Jugo de babaco

### MENÚ DÍA # 4

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Sopa de quinua	Bistec de Hígado	Dulce de durazno	Limonada
Sopa marinera	Arroz con calamares	Ensalada de frutas con crema	Chicha

### MENÚ DÍA # 5

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Caldo de patas de res	Ubre en vino	Helado de babaco	Jugo de badea
Locro de acelgas	Estofado de carne y verduras	Dulce de peras	Jugo de coco

### MENÚ DÍA # 6

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Locro de papas con col	Pollo a la italiana	Torta de maqueño	Jugo de naranjilla
Sopa de fréjol palmito	Carne de cerdo en salsa de uvillas	Manzanas al horno	Jugo de tomate de árbol

### MENÚ DÍA # 7

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de albóndigas de verde	Guatita Criolla	Bizcochuelo de naranjilla	Jugo de mandarina
Sopa de avena tostada	Chuleta de chanco en salsa de naranja	Helado de guineo	Jugo de mango

### MENÚ DÍA # 8

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Aguado de Gallina	Riñones estofados	Zapallo con miel de panela	Quaker
Crema de tomate	Pollo agridulce	Budín de guineo	Jugo de tamarindo

### MENÚ DÍA # 9

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Biche de Cangrejo	Corvina en salsa de pimientos	Helado de naranja	Jugo de mora
Crema de papa	Bistec de pollo	Torta de chocolate	Jugo de guanábana

### MENÚ DÍA # 10

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Morocho de sal	Lomo en vivo tinto y hongos	Torta de yuca	Jugo de badea
Sancocho costeño	Cuero de chancho con arvejas	Helado de coco	Jugo de guayaba

### MENÚ DÍA # 11

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de habichuelas	Lengua estofada	Yogur helado de mora	Jugo de naranja
Caldo de bagre	Camarón encocado	Babarois de piña	Jugo de piña

### MENÚ DÍA # 12

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de arroz de cebada	Pollo con duraznos	Dulce de mangos	Chicha
Chupe de corvina	Pescado encocado	Helado de leche y taxo	Jugo de coco



### MENÚ DÍA # 13

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de fideo con papas	Costilla de cerdo con mostaza y cebolla	Arroz de leche	Jugo de papaya
Caldo de mondongo	Carne a la plancha con menestra de lenteja	Masitas fritas de guineo	Jugo de naranjilla

### MENÚ DÍA # 14

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Crema de espinacas	Cueritos con papas y salsa de maní	Queso de piña	Jugo de melón
Sopa de camarones y pescado	Cerdo encocado	Helado de babaco	Jugo de sandía

### MENÚ DÍA # 15

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Crema de chochos	Lomo con champiñones	Muss de mora	Jugo de tamarindo
Biche de pescado	Clamores al jengibre	Pristiños	Jugo de tomate de árbol

### MENÚ DÍA # 16

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de legumbres	Rollitos de cerdo en salsa de páprika	Torta helada de piña	Jugo de mango
Sopa de zapallo	Pargo frito	Enrollado de manzana	Limonada

**MENÚ DÍA # 17**

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Locro de mellocos	Fritada	Dulce de higos con queso	Chicha
Sopa de chancho y fréjol	Hígado en cerveza	Flan de coco	Jugo de papaya

**MENÚ DÍA # 18**

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Crema de choclos	Pollo en coca cola	Empanadas fritas	Jugo de piña
Sopa de arveja con guineos	Ensalada de pollo con mayonesa de limón	Buñuelos de yuca con miel	Jugo de guanábana

**MENÚ DÍA # 19**

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Crema de espárragos	Cerdo con vegetales	Manzanas en salsa de mora	Jugo de mora
Sopa de bombitas de queso	Cazuela de pescado	Espumilla de naranjilla	Jugo de naranjilla

**MENÚ DÍA # 20**

<b>SOPA</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>BEBIDA</b>
Consomé de coco	Llapingachos	Key	Jugo de sandía
Sopa de lenteja con queso	Riñones en salsa china	Helado de tamarindo	Quaker

### MENÚ DÍA # 21

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de garbanzos con macarrones	Lomo enrollado de dos colores	Torta de camote	Jugo de guanábana
Sopa Agria	Carne punzada	Helado de naranjilla	Jugo de mandarina

### MENÚ DÍA # 22

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Encebollado de pescado	Picudo en salsa de mangos	Helado de mora	Jugo de mango
Sopa de albóndigas	Seco de chochillo	morocho	Jugo de melón

### MENÚ DÍA # 23

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de hojitas de verde	Lengua guisada con papas y maduro	Sorbete de taxo	Jugo de coco
Sopa de zambo con carne	Cazuela de pescado y camarón	Empanada de verde	Jugo de naranja

### MENÚ DÍA # 24

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Locro de nabos	Tallarín con pollo	Natilla	Limonada
Sopa de lenteja con hueso	Arroz marinero	Maqueños con almíbar	Chicha

### MENÚ DÍA # 25

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Caldo de carne con verduras	Hornado	Quimbolito	Jugo de mora
Sopa de chifles	Ceviche de camarón	Torta de Zanahoria	Jugo de naranjilla

### MENÚ DÍA # 26

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa juliana	Pollo en salsa de manzana	Dulce de piña y papaya	Jugo de mandarina
Sopa a la crema	Tallarín con carne	Helado de chocolate	Quaker

### MENÚ DÍA # 27

SOPA	PLATO FUERTE	POSTRE	BEBIDA
Sopa de cebollas	Ubre apanada	Relámpagos con chocolate	Jugo de tomate de árbol
Sopa dominica	Pollo en ciruelas y licor	Helado de frutillas	Jugo de sandía

#### 4.8.3. FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

El precio de venta es considerado como el valor monetario del producto que se va a ofertar y el consumidor está dispuesto a pagar.

#### DESAYUNOS

$$\text{Costo Venta} = \frac{\text{Costo}}{\text{Precio de Venta}} \times 100$$

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo}}{\text{Costo de Venta}} \times 100$$

$$\text{Precio de Venta} = \frac{1.13}{21,40} \times 100 = 5 \text{ dólares}$$

Para el precio de venta al público de los desayunos se tomó como referencia el precio al que oferta la competencia el mismo que oscila entre los \$3,00 y \$3,50 dólares, como el objetivo de *Mayo 13 Restaurante* es posicionarse en el mercado se ha establecido el precio de **\$2,80** dólares americanos como precio de introducción.

### ALMUERZOS

$$\text{Costo Venta} = \frac{\text{Costo}}{\text{Precio de Venta}} \times 100$$

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo}}{\text{Costo de Venta}} \times 100$$

$$\text{Precio de Venta} = \frac{1.50}{29.93} \times 100 = 5 \text{ dólares}$$

Para el cálculo de precio de venta al público de los almuerzos se tomó en cuenta el resultado de las encuestas (que valor estaban dispuestos a pagar los consumidores frente a un producto de calidad en el área de Alimentos y Bebidas), el cálculo de las recetas estándar (donde se muestra el costo promedio de Materia Prima) y la relación con los precios de la competencia.

*Mayo 13 Restaurante* cuenta con dos tipos de menú diferentes para cada día, el cálculo de las recetas estándar se lo realizó para 27 días laborables y así poder obtener un valor promedio del costo de la materia prima ya que el precio del menú va a ser fijo.

En la pregunta número 6 de las encuestas realizadas a los posibles consumidores la misma que fue **¿Qué valor monetario estaría dispuesto a pagar por un almuerzo en un restaurante estilo self-service durante días laborales?** El 49,59% respondió que estarían dispuestos a pagar entre 3,50 a

4,00 dólares por un almuerzo entre días laborales tomando en cuenta que la situación económica del país no es muy buena y que ellos quisieran algo de calidad a un precio justo.

La competencia oscila el precio de sus almuerzos entre 4,00 a 4,80 dólares y solo existe un menú diario.

El Precio de Venta al Público se estandarizará en **\$4,00** dólares tomando en cuenta el tipo de target al que se está dirigiendo y como una estrategia de penetración en el mercado, ya que no existe demanda insatisfecha y el objetivo es tener una participación en el mercado.

#### 4.9. EQUIPAMIENTO

A continuación se detalla el equipamiento de las diferentes áreas del restaurante como son utensilios, cristalería, mobiliario entre otros:

#### COCINA

Cuadro N<sup>o</sup> 14

Detalle	Cantidad
Cocina industrial de seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 32.000 BTU, parrillas de hierro fundido de 30x30cm; montada sobre base con horno y control termostático de Temperatura entre 150 a 500° F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 72x91cm de alto.	1
Plancha lisa tipo counter para freír, operación a gas, 12mm de espesor, montada en patas de acero inoxidable.	1
Microondas Panasonic	1
Extractor de jugos Oster Profesional 3168	1
Licuada industrial	1
Batidora industrial 25lt	1
Molino de carne	1
Balanza electrónica 30kg	1
Aplastador de papa Industrial	1
Campana con grasero	1

Tanque de gas industrial	1
Refrigerador (27 pies cúbicos)	1
Congelador (15 pies cúbicos)	1
Extractores de olores y humo	2
Centralina de gas de 4 tomas	1
Olla Lenta Oster 7660	1
Mesa de trabajo de 200cm de longitud x 80cm de fondo, en acero inoxidable.	3
Fregadero industrial de 2 pozos profundos, fabricado en acero inoxidable.	2
Grifería industrial	2
Estanterías	3
Basureros	3

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Almacenes Japón, Bermat, Distribuidora Peter David, Termalimex.*

*Año: 2009*

## MENAJE DE COCINA

**Cuadro N<sup>o</sup> 15**

Detalle	Cantidad
Rallador de 4 lados INOX KINGDOM, fabricado en acero inoxidable	2
Espátula HALCO de acero inoxidable 4"	3
Bolillo de aluminio, longitud total 18"	1
Espumadera HALCO, fabricada de malla de níquel plateado de 22cm de diámetro.	3
Colador chino, malla fina, acero inoxidable de 20cm de diámetro.	2
Abre latas	1
Bandeja de acero inoxidable	6
Bowl fabricado en acero inoxidable con capacidad de 1,5 Qt	4
Bowl fabricado en acero inoxidable con capacidad de 4Qt	4
Bowl fabricado en acero inoxidable con capacidad de 8 Qt	4
Cucharón sopero Acero inoxidable	2
Cucharón 11,5 onzas	1
Cuchillo para carne número 6 Máster	2
Cuchillo Tramontina hoja 12" (30,4cm) mango de plástico	3

Pelador de papas	2
Puntilla Máster	3
Olla acero inoxidable 12lt	3
Olla de inducción, fabricada de acero inoxidable de 8Qt provista de tapa	4
Juego de satenes (3 piezas acero inoxidable)	2
Tabla de picar, fabricado de polietileno de 45,7x61,0x1.3cm color blanco	5
Batidor A/grueso 40cm sunex	2
Espátula pastel	2
Recipiente tercio transparente "4"	3
Termómetro 50/550F	1
Tazón para mezclar 8 Qt	4
Tazón 10 ½ Qt	3
Brocha Repostera	1
Caldero recortado 60cm UMCO	1
Cacerola alta con tapa de acero inoxidable	2
Coladera con mango de acero inoxidable	1
Arrocera eléctrica 20 tazas	1
Cuchareta de ensalada	1
Cedazo 24cm UMCO	1
Kitchen Martillo grande	1
Tenedor Trincherero	3
Guante de acero inoxidable	3
Olla de presión	1
Sartén antiadherente 20cm	2
Tijeras	1
Molde cake 20	2

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Almacenes Japón, Bermat, Distribuidora Peter David, Termalimex.*

*Año: 2009*



## CRISTALERÍA

Se trabajará con un 1.6 de stock máximo sobre la capacidad instalada.

Cuadro N° 16

Detalle	Cantidad
Vaso cervecero AV Liso 55 AL	80
Vaso de 8 onz	80
Vaso de 6 onz	80
Copa de Agua	80
Copa AV Lisa Helado 125 AL	80
Jarra para agua AV Lisa Nobile	18

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Almacén Paucar*

*Año: 2009*

## LOZA Y CUBERTERÍA

Se trabajará con un 1.6 de stock máximo sobre la capacidad instalada.

Cuadro N° 17

Detalle	Cantidad
Salero, 2onz de capacidad , de vidrio con tapa de acero inoxidable	18
Azucarero, 2onz de capacidad, de vidrio con tapa de acero inoxidable	18
Ajicero	18
Pimentero	18
Ceniceros	18
Plato tendido, 25.8cm de diámetro, color blanco	80
Plato soperero llano doble	80
Plato para taza, 11.2cm de diámetro, color blanco	80
Plato para postre, color blanco	80
Taza, 7onz capacidad, color blanco	80
Consomera con orejas	80
Cuchara para café, acero inoxidable	80
Cuchara de postre, acero inoxidable	80
Cuchara SUNNEX M 187 TF, acero inoxidable	80
Cuchara soperera	80
Cuchillo de mesa para steak TRAMONTINA	80
Tenedor de mesa, acero inoxidable	80

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Almacén Paucar*

*Año: 2009*

## BLANCOS Y UNIFORMES

Cuadro N° 18

Detalle	Cantidad
Delantal	10
Uniforme de cocina	8
Uniforme de servicio	8
Uniforme de Bodega	2
Limpiones	16

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Confecciones Lupita*

*Año: 2009*

## RESTAURANTE

Cuadro N° 19

Detalle	Cantidad
Aire acondicionado	3
Equipo de sonido	1
Televisor 29`` Sony	1
DVD Panasonic	1
Caja registradora	1
Dispensador de Agua y Jugos	1
Línea de Servicio	2
Bandejas de Servicio	60

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Almacenes Japón, Bermat, Distribuidora Peter David, Termalimex.*

*Año: 2009*

## GERENCIA

Cuadro N° 20

Detalle	Cantidad
Teléfono Panasonic	1
Calculadora	1
Brother Fax PP-770	1
Archivador	1
Escritorio	1
Silla Gerencia	1
Sillas Clientes	2
Perchero de pie	3

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Discount Center*

*Año: 2009*

## EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Cuadro N<sup>o</sup> 21

Detalle	Cantidad
Computador con impresora	1
Sftware	1
UPS	1

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Intel Direct*

*Año: 2009*

## ÚTILES DE OFICINA

Cuadro N<sup>o</sup> 22

Detalle	Cantidad
Caja de Clip	2
Caja de Grapas	2
Grapadora	1
Perforadora	1
Carpetas Cartulina	10
Carpeta de archivador	6
Dispensador de cinta	2
Esferográficos	20
Tinta Correctora	2
Resmas de papel A4; 75g	5
Sellos	3
Almohadilla	1
Tinta impresora	2
Cinta adhesiva	2
Gomero	1
Tinta para almohadilla	1
Saca grapas	1
Tijeras	1
Portapapeles	1
Agenda	1

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Papelería Elsita*

*Año: 2009*

## DECORACIÓN RESTAURANTE

Cuadro N° 23

Decoración	Cantidad
Cascada artificial empotrada en la pared	1
Mesas	11
Sillas	50
Escritorio para caja registradora	1
Silla larga de espera	2
Plantas de Bambú	9
Cuadros	2
Iluminación	24

## DECORACIÓN BAÑOS

Cuadro N° 24

Detalle	Cantidad
Espejos en plancha	4
Plantas de Bambú	4
Grifería	4
Cuadros	2
Secador de manos	2

## DECORACIÓN DE GERENCIA

Cuadro N° 25

Detalle	Cantidad
Planta decorativa	1
Cuadro	1
Lámpara colgante	1

*Elaborado por: Ivonne Gómez  
Fuente: Hipermarket  
Año: 2009*

## EQUIPOS DE LIMPIEZA

Cuadro N<sup>o</sup> 26

Detalle	Cantidad
Dispensador de jabón líquido 800ml	7
Jabón líquido 1 galón	3
Dispensador desinfectante líquido 800ml	4
Dispensador PH Jumbo Decort	4
Papel Higiénico Jumbo Elite 250 Mt 2hojas cajax6	3
Escobas plásticas Latina	3
Pala metálica con mango	2
Trapeador Súper Industrial 50cm	2
Balde 10 litros trabajo pesado	1
Balde 12lt económico	1
Papel aluminio 300 metros	2
Cepillo para sanitario con base	2
Plumero de limpieza poliéster	2
Guantes máster verde	4
Limpia Vidrios Pequeño	1
Destapador de cañería	1
Basureros de metal	13
Jabón lava vajilla	10
Esponjas lava vajilla	10
Guantes quirúrgicos por cajas	6
Toallitas absorbentes	10
Mascarillas por cajas	6
Mallas para el cabello por cajas	6

*Elaborado por: Ivonne Gómez*

*Fuente: Supermaxi, Hipermarket, Proint.*

*Año: 2009*

#### **4.10. SEGURIDAD INDUSTRIAL**

Para la elaboración de este plan de prevención se han tomado en cuenta las normas establecidas por el Ministerio de Salud, Código de Trabajo e Instituto de Seguridad Social:

Los objetivos de utilizar la seguridad industrial en las áreas de trabajo son:

- Dar condiciones seguras a los trabajadores en todos los lugares donde se estén desarrollando actividades.
- Salvaguardar la vida, salud e integridad física de los trabajadores, así como el normal desenvolvimiento de sus actividades.
- Evitar accidentes, disminuir, mitigar y reducir los factores de riesgos.

Este plan de prevención aplica a todo el personal que laborará en *Mayo 13 Restaurante*. Tanto en las áreas administrativas, como en las Técnicas y operativas de acuerdo al siguiente orden jerárquico: 1. Personal, 2. Medio ambiente, 3. Instalaciones.

##### **4.10.1. NORMAS GENERALES DE SEGURIDAD PARA EMPLEADOS Y CLIENTES.**

- a) Estacionarse con la parte frontal del vehículo hacia delante, esto es listo para salir.
- b) Los clientes están prohibidos de ingresar a las áreas restringidas.
- c) No manipular ni operar ningún equipo sin estar autorizado para ello.
- d) En la caseta de guardianía permanecerán exclusivamente los guardias de turno.
- e) Todos los funcionarios deben mantener siempre presente su Tarjeta de identificación.
- f) Prohibido el ingreso de vendedores ambulantes.
- g) No obstaculizar a ninguna hora el acceso a extintores de incendio.

#### **4.10.2. SEGURIDAD ELÉCTRICA**

Para los trabajos eléctricos se debe tener en cuenta los siguientes procedimientos:

- Cualquier empleado que no sea electricista, o aprendiz de electricista, no debe bajo ninguna circunstancia tocar, mover o intentar conectar cables eléctricos vivos. Los errores pueden ser mortales.
- Para trabajar en las redes eléctricas se deben usar equipos a prueba de explosión en todos los procedimientos.
- Debe tenerse mucho cuidado cuando se trabaje cerca de líneas eléctricas de potencia. Los equipos y el personal no deben aproximarse a las líneas de potencia desde ninguna dirección.

#### **4.10.3. TRABAJO CON FUENTES DE CALOR**

El trabajo con fuentes de calor incluye cualquier tarea que produzca una llama abierta, chispas o calor.

Para realizar este tipo de trabajos se tomará en cuenta lo siguiente:

- No realizar un trabajo con calor sin el correspondiente permiso. Esto asegurará que la persona responsable por el área de trabajo sabe que el trabajo con calor será hecho y ha aprobado las medidas de seguridad que están siendo usadas.
- Remover todo el material inflamable del área de trabajo antes de comenzar a trabajar con fuentes de calor.
- Asegurarse que el extintor de fuego apropiado esté al alcance y listo para ser usado.

#### **4.10.4. MAQUINARIA**

Para la utilización de maquinaria fija se procederá de la siguiente forma:

- Las máquinas se utilizarán únicamente en las funciones para las que han sido diseñadas.
  - Todo operario que utilice una máquina deberá ser instruido y entrenado adecuadamente en su manejo y en los riesgos inherentes a la misma. Así mismo recibirá instrucciones concretas sobre las prendas y elementos de protección personal que esté obligado a utilizar.
  - El mantenimiento de las máquinas será de tipo preventivo y programado.
- 
- Las máquinas, sus resguardos y dispositivos de seguridad serán revisados, engrasados y sometidos a todas las operaciones de mantenimiento establecidas por el fabricante, o que aconseje el buen funcionamiento de las mismas.
  - Las operaciones de engrasaje y limpieza se realizarán siempre con las máquinas paradas preferiblemente con un sistema de bloqueo, siempre desconectadas de la fuerza motriz y con un cartel bien visible indicando la situación de la máquina y prohibiendo la puesta en marcha.

#### **4.10.5. HERRAMIENTAS**

##### **4.10.5.1. HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS**

Cuando se desempeñen actividades en las cuales se utilicen herramientas eléctricas o con fuente de energía, se deben tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Las herramientas eléctricas deberán estar protegidas por interruptores con circuito a tierra.
- Se debe asegurar que los terminales de los interruptores se encuentren en buen estado y que uno de ellos este adecuadamente conectada a tierra.
- Se debe evitar el uso de estas herramientas en lugares que contengan vapores tóxicos o inflamables
- Las herramientas eléctricas no deben ser utilizadas en lugares húmedos



- Los cables de las herramientas eléctricas no deben representar un peligro para la gente que camina alrededor de esta
- Nunca se debe llevar la herramienta por el cable
- Para desenchufar la herramienta, nunca se debe tirar del cable
- Se deben desconectar las herramientas cuando no se las está utilizando.

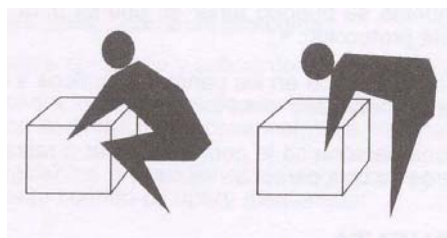
#### **4.10.5.2. HERRAMIENTAS MANUALES**

Muchas lesiones son producto de la utilización de herramientas manuales que son defectuosas o inadecuadas para el trabajo. Para lo que es importante seguir los siguientes procedimientos:

- Utilice únicamente herramientas y utensilios que estén en buenas condiciones.
- Utilice la herramienta y utensilio correcto para el trabajo
- Lleve las herramientas y utensilios con punta o filo en una bolsa de herramientas, no en su bolsillo.
- Nunca lance una herramienta o utensilio manual de una persona a otra.
- Mantenga las herramientas y los mangos de las mismas en buenas condiciones.

#### **4.10.6. SEGURIDAD AL LEVANTAR OBJETOS**

Levante un peso únicamente si está seguro de que no es demasiado pesado. Si es muy pesado deberá pedir ayuda. Cuando se levante objetos, usar los siguientes métodos apropiados para evitar una lesión de su espalda:



- Coloque un pie al lado del objeto y el otro detrás.

- Doble sus rodillas de tal forma que quede en cuclillas al lado del objeto.
- Sostenga el objeto firmemente manteniendo sus brazos y quijada apoyados en el objeto y su espalda recta.
- Traiga el objeto tan cerca como sea posible hacia su estómago.
- Estire sus piernas manteniendo su espalda recta para que sus piernas haga el levantamiento.
- Si va a girar mientras carga el objeto, gire sus piernas, no su espalda.
- Cree el hábito de nunca levantar un objeto hasta saber cuan pesado es... ensaye el peso de la carga para asegurarse de que usted la puede manejar con seguridad.

#### **4.10.7. ENTREGA DEL LUGAR DE TRABAJO (CONDICIONES DE SEGURIDAD, ORDEN Y LIMPIEZA)**

Al entregar el lugar de trabajo y/o al final de la jornada el supervisor designado deberá verificar que se eliminen las condiciones riesgosas:

- En caso de utilizar conexiones eléctricas, éstas deben quedar desenergizadas.
- Los residuos serán depositados en las zonas predestinadas para tales fines de acuerdo con las características de los mismos.
- Al finalizar la jornada y antes de retirarse del lugar de trabajo el turno deberá ordenar y limpiar el lugar que ocupaba.

##### **4.10.7.1. USO DE EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL**

Será obligatorio que el personal use durante las horas de trabajo los implementos de protección personal. El Equipo de Protección Personal que se requerirá dentro de las áreas de trabajo será el siguiente:

#### **4.10.7.1.1. GUANTES**

Estos deberán utilizarse siempre, durante las actividades que impliquen algún tipo de riesgo a las manos y cuando se utilicen elementos de carácter peligroso, irritante o tóxico. Para el manejo de herramientas corto punzantes se utilizará guantes de acero inoxidable sobre el guante de látex y el guante de látex para evitar la contaminación con bacterias a los alimentos en el momento de su manipulación. Para el manejo de y sustancias calientes se deberá utilizar guantes de cuero.

#### **4.10.7.1.2. MASCARILLAS**

Este tipo de protección deberá ser utilizada cuando exista presencia de partículas que puedan afectar a las vías respiratorias y vapores. Además de proteger a los alimentos de ser contaminados mediante la respiración.

#### **4.10.7.1.3. BOTAS DE SEGURIDAD**

Todos los empleados deberán utilizar protección en los pies que consiste en Zapatos cerrados especiales para el tipo de trabajo dentro del área de alimentos y bebidas. Estos serán cómodos, antideslizantes, impermeables y seguros en la punta por si acaso alguna herramienta cayera en el mismo.

### **4.11. PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS**

- Todo el personal deberá estar entrenado en el uso del equipo de extinción de incendios.
- Se debe mantener libre de obstáculos todas las puertas, pasillos, corredores y accesos a equipos extintores.
- Se debe revisar periódicamente los niveles de carga de extintores para evitar malos funcionamientos.

#### 4.12. SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

De acuerdo al tipo de actividad que realiza el Restaurante deberá ser señalizado con señales de advertencia, de obligación, de salvamento, de prohibición y de incendios. El tamaño de los letreros será de aproximadamente 29,7 x 21 cm. el material con el que se realizarán estas señales será antioxidante.

##### SEÑALIZACIÓN ÚTIL:

###### A) SEÑALES DE ADVERTENCIA:



PELIGRO EN GENERAL



MATERIAS INFLAMABLES



RIESGO ELÉCTRICO



RIESGO ELÉCTRICO



MATERIAS CORROSIVAS



MATERIAS NOCIVAS

###### B) SEÑALES DE OBLIGACIÓN



PROTECCIÓN DE VÍAS RESPIRATORIAS



PROTECCIÓN DE PIES



PROTECCIÓN DE MANOS



ES OBLIGATORIO LAVARSE LAS MANOS



ES OBLIGATORIO USAR GORRO

### C) SEÑALES DE SALVAMENTO Y SOCORRO



PRIMEROS AUXILIOS



TELÉFONO DE EMERGENCIA



DIRECCIÓN A SEGUIR

### D) SEÑALES DE PROHIBICIÓN



NO FUMAR



SOLO PERSONAL AUTORIZADO



NO ENCENDER FUEGO



PROHIBIDO EL PASO



NO APAGAR CON AGUA



PROHIBIDO ACCIONAR

### E) SEÑALES PARA INCENDIOS



MANGUERA PARA INCENDIOS



EXTINTOR



TELÉFONO PARA INCENDIOS



ESCALERA DE MANO



DIRECCIÓN A SEGUIR

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO**

#### **5.1. ESTUDIO LEGAL**

El marco legal tiene como objetivo determinar los requerimientos legales para poder operar como establecimiento de alimentos y bebidas.

##### **5.1.1. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA**

El restaurante en mención, cuyo nombre es *Mayo 13 Restaurante*, se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, entre tres socios, debido a que el capital estará determinado por las aportaciones de los socios, los mismos que no responderán a deudas sociales (la responsabilidad del socio por las deudas está limitada a las aportaciones que haya realizado), ni siquiera cuando se agote el patrimonio social ya que no tienen responsabilidad subsidiaria.

##### **5.1.2. REQUISITOS PARA CONSTITUIR LA COMPAÑÍA**

A continuación se detallan los requisitos que se deberán cumplir para poder constituir la compañía.

###### **5.1.2.1. NOMBRE DE LA COMPAÑÍA**

El nombre del restaurante será *Mayo 13 Restaurante*. El mismo que deberá ser aprobado por la Secretaría General de la oficina matriz de la Superintendencia de compañías. Aprobará cualquiera de esta entidad el nombre comercial, la marca de la compañía, una vez que se compruebe que este consista en una razón social o una denominación objetiva con la finalidad de evitar confusiones con compañías ya existentes.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Tomado de la Ley de Compañías y Resolución No 01.Q.DSC.007 (R.O.364 de 9 de julio del 2001)

### **5.1.2.2. SOLICITUD PARA LA APROBACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

Para la aprobación de la compañía es indispensable presentar al Superintendente de Compañías los siguientes documentos:

- Tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía.
- Realizar una solicitud suscrita por el abogado, con la firma del mismo y el número de cédula, dirección de estudio jurídico y el número de teléfono, dirigiéndose a la Superintendencia de compañías, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Este trámite se lo realizará en la Superintendencia de Compañías, su duración será de 3 días hábiles como máximo.

Luego de haber realizado este trámite se deberá continuar con el proceso:

- El Superintendente de Compañías, ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.
- Se debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaría donde se obtuvo las escrituras.
- Se deberá obtener la patente municipal. Necesario para el funcionamiento de la empresa.
- Se deberá afiliarse a la Cámara provincial de Turismo.
- Se deberá inscribir los nombramientos del Representante legal y Administrador de la empresa, para lo cual se deberá presentar acta de junta general en la que conste los nombramientos respectivos originales del representante legal y administrador.
- Se registrará la empresa en la historia laboral del IESS.

Inscripción del Representante Legal:

Este trámite se lo efectuará en el Registro Mercantil, en donde el representante legal será inscrito e inmediatamente tiene a su cargo el manejo y obligaciones legales con el Estado Ecuatoriano, será el responsable de cubrir préstamos, derechos y obligaciones de esta entidad.

Para concluir se deberá presentar en la Superintendencia de compañías:

- La escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil.
- El periódico en el cual se publicó el extracto.
- Las copias simples de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil del representante legal y el administrador.
- Copias simples del certificado de afiliación a la Cámara de Turismo.
- El formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.
- Una copia de pago de agua, luz o teléfono.

Mientras que la Superintendencia después de haber hecho las verificaciones correspondientes entregará:

- El formulario del RUC
- Cumplimiento de obligaciones y existencia legal
- Datos Generales
- Nómina de Accionistas
- El oficio al Banco para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital.

### **5.1.2.3. CAPITAL MÍNIMO PARA LA FORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

El capital mínimo que la compañía deberá aportar para poderse llegar a constituir como tal será de 400 dólares de los Estados Unidos de América. Este valor deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de la participación. Estas aportaciones podrán consistir en dinero o especies (bienes) muebles o inmuebles, o incluso dinero y especies al mismo tiempo. Será indispensable adjuntar la respectiva escritura y copia auténtica del bien inmueble si el caso fuere de una aportación en especies.

Las especies deberán corresponder a la actividad que integren el objeto de la compañía.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Art. 102 y 104 de la Ley de Compañías



#### **5.1.2.4. LOS SOCIOS DE LA COMPAÑÍA**

*Mayo 13 Restaurante* estará integrado por tres socios capitalistas. Quienes estarán en la obligación de cumplir con las aportaciones correspondientes para así tener acceso a los derechos que por ley serán otorgados como son:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía,
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada.
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales.
- d) Estarán obligados a reintegrar a la compañía las ganancias que hubieren percibido de buena fe.
- e) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios.
- f) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes.
- g) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.
- h) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social.<sup>19</sup>

#### **5.1.2.5. APORTACIONES DE CAPITAL DE LOS SOCIOS DE LA COMPAÑÍA.**

Será entregado un certificado de aportaciones con características no negociables a cada socio por concepto de sus aportaciones.

Las participaciones no serán negociables en la bolsa de valores y serán cedidas únicamente por escritura pública y bajo el consentimiento unánime de los socios.

---

<sup>19</sup> Art. 144 de la Ley de Compañías

## **OBLIGACIONES DE LA COMPAÑÍA**

Una vez que *Mayo 13 Restaurante* se haya suscrito legalmente a la Superintendencia de Compañías contraerá obligaciones con los siguientes entes gubernamentales:

### **5.1.2.6. LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

Esta entidad es el órgano que inspecciona todas las compañías ecuatorianas por tal razón se estará en la obligación de enviar el primer cuatrimestre de cada año varios requisitos como:

1. Copias autorizadas del balance general anual, aprobado por la Junta General de socios.
2. Copias de estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, aprobado por la Junta General de socios.
3. Copias de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la ley.

### **5.1.2.7. CONTRIBUCIONES A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

La contribución anual de cada compañía no excederá el uno por mil de sus activos reales, de acuerdo con las normas que dicte el Superintendente de Compañías.

La contribución fijada se deberá depositar hasta el 30 de septiembre de cada año en un banco privado debidamente autorizado por la Superintendencia de Compañías.

### **5.1.2.8. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS-RUC**

Es una entidad técnica y autónoma, encargada de la administración y recaudación de los impuestos que están bajo su ámbito de acción. Así mismo es una entidad que exige a toda empresa a obtener el RUC y el número de facturas para que puedan pagar por una actividad económica en un tiempo determinado

Requisitos para la inscripción de sociedades, bajo el control de la superintendencia de compañías:

1. El contribuyente deberá llenar el formulario RUC-01-A y 01-B y hacerle suscribir por el representante legal.
2. Presentar el documento original o copia certificada de la escritura de constitución domiciliaria inscrita en el Registro Mercantil.
3. Original o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
4. Original de la cédula de ciudadanía y certificado del último proceso de votación del representante legal.
5. Original y copia de las cuatro hojas de los datos generales del registro de sociedades emitidas por la superintendencia de compañías.
6. Original y copia planilla del servicio eléctrico, o teléfono, o agua potable, documento que acredite la dirección donde se realice la actividad económica.
7. Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador.<sup>20</sup>

La inscripción tendrá un plazo máximo de 30 días hábiles desde la constitución de la sociedad.

#### **5.1.2.9. AFILIACIÓN PATRONAL**

Requisitos:

*Compañías Limitadas y Sociedades Anónimas.*

1. La solicitud se debe descargar de Internet página web: [www.iess.gov.ec](http://www.iess.gov.ec).

Empleadores:

2. Copia del RUC
3. Copia de Cédula de Identidad y nombramiento del Representante Legal.
4. Copia de la última planilla de pago de aportes.
5. Copia de planillas de teléfono, agua o luz.
6. En caso de ser empresa nueva adjuntar contratos legalizados por el Ministerio de trabajo.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Servicio de Rentas Internas.

<sup>21</sup> Cámara Provincial de Turismo.

#### **5.1.2.10. PATENTE MUNICIPAL**

Se requerirá una Patente Jurídica nueva por ser una empresa en constitución, este documento se lo obtiene una sola vez y su renovación se la ejecuta cada año en la misma entidad.

El valor a cancelar dependerá básicamente del lugar en donde se encuentre ubicado el establecimiento.

Requisitos para la obtención de la Patente Municipal:

*Patente para personas Jurídicas.*

1. Presentar una copia del RUC
2. Llenar el formulario de Inscripción en Registro de Patentes Municipales, USD 3,00.  
*Ver Anexo 22*
3. La escritura de de la constitución de la compañía original y copia.
4. Original y copia de la resolución aprobada por la Superintendencia de Compañías.
5. Original y copia de la Cédula de identidad, papeleta de votación y del nombramiento del Representante Legal.
6. Copia del pago del Impuesto predial o nombres y apellidos del dueño del predio y la clave catastral.
7. Dirección donde funciona la misma
8. En el caso de tratarse de establecimientos de expendio de alimentos: categorización otorgada por la Unidad de la Salud del Municipio de Santo Domingo.

#### **5.1.2.11. LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

Requisitos para obtener el LUAF:

1. Solicitud en especie valorada, dirigida a la señora Alcaldesa.
2. Certificado del registro conferido por el Ministerio de Turismo.
3. Patente Municipal.
4. RUC

5. Lista de precios.
6. Formulario de planta.
7. Certificado de pago.
8. Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo.
9. Certificado del Cuerpo de Bomberos.
10. Certificado del Ministerio de Salud.

#### **5.1.2.12. PERMISO DE SUELO**

Este requisito es indispensable para la creación del establecimiento ya que existen sitios considerados como zonas residenciales y no se pueden establecer lugares que afecten la seguridad y tranquilidad de sus moradores.

Requisitos para el permiso de suelo:

1. Formulario de solicitud de compatibilidad de utilización de suelo.
2. Presentar la línea de fábrica
3. Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del propietario de la propiedad.
4. Copia del Impuesto Predial
5. Copia de la patente.
6. Presentar el estudio sobre el impacto de ruido que debe ser emitido por el Ministerio de Medio Ambiente.<sup>22</sup>

#### **5.1.2.13. PERMISO SOBRE EL IMPACTO DE RUIDO**

El Ministerio de Medio ambiente es la entidad apta para otorgar el mencionado permiso.

Requisitos para obtener el permiso sobre el impacto de ruido:

1. Aprobación de uso de suelo. Municipio de Santo Domingo.
2. Solicitud para realizar la medición del ruido.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Municipio de Santo Domingo.

<sup>23</sup> Ministerio de medio ambiente.

#### **5.1.2.14. REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO Y PERMISO DEL MINISTERIO DE TURISMO**

Requisitos:

1. Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de estatutos tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de Identidad.
5. Copia de la última papeleta de votación.
6. Copia del Contrato de compra –venta del Establecimiento, en caso de cambio de propietario CON AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
7. Certificado de búsqueda de Nombre Comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la Razón Social,( Nombre Comercial del Establecimiento) Av. República y Av. Diego de Almagro (Edificio: FORUM)
8. Copia de escritura de propiedad o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado
9. Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
10. Declaración de los activos fijos para la cancelación del uno por mil (formulario del MINISTERIO DE TURISMO)
11. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
12. Solicitud de registro

Ver Anexo 23

#### **5.1.2.15. CATEGORIZACIÓN DEL PROYECTO**

La categorización de *Mayo 13 Restaurante* será de primera categoría, para lo cual deberá cumplir con los siguientes requisitos enunciados por el Ministerio de Turismo.

*Requisitos:*

1. Las instalaciones y acabados de todos los ambientes de uso general serán construidos con materiales de primera calidad.
2. El mobiliario, elementos decorativos y menaje deben de óptima calidad.
3. Los medios de acceso, escaleras, pasadizos, así como los elementos de prevención y protección contra incendios, accidentes y siniestros deben regirse a las normas de seguridad.
4. El área de comedor debe ser ventilada, climatizada e iluminada.
5. Las mesas contarán con manteles y servilletas de tela, las mismas que deben ser cambiadas cuando cada cliente haya terminado de comer y se haya retirado.
6. La vajilla, cristalería y cubiertos deben ser de buena calidad y deben estar en perfecto estado.
7. La carta de platos debe ser lo suficientemente variada.

#### **5.1.2.16. CERTIFICADO DE SALUD**

Los análisis se los realizarán en el Centro Médico Augusto Egas.

*Requisitos:*

1. Cancelar los derechos de los exámenes médicos de los empleados, para obtener el Carné de Salud de las personas que manipulan alimentos.

*Requisitos para la inspección:*

2. Formulario "Certificado de Salud"
3. Copia de Cédula
4. Copia de impuesto predial

Con estos documentos se procederá a la inspección por parte del director provincial de Salud, el mismo que tomará en cuenta los siguientes puntos:

- Carné de salud de las personas que manipulan alimentos.
- Uniforme completo, limpio y bien llevado.
- Tachos de desperdicios.

Realizada la inspección se deberá pagar por la certificación del establecimiento.

#### **5.1.2.17. PERMISO SANITARIO**

Este documento es expendido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Requisitos:

1. Certificado de uso de suelo.
2. Categorización (para locales nuevos)
3. Comprobante de pago de la Patente.
4. Certificado de Salud.
5. Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
6. Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del Representante Legal.
7. Formulario debidamente lleno, entregado al delegado del Ministerio de Salud Pública.

#### **5.1.2.18. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EMITIDO POR EL CUERPO DE BOMBEROS**

La gestión será realizada en el cuerpo de bomberos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Requisitos:

1. Llenar la solicitud de inspección que tiene un valor de USD 25,00, dirigida al Jefe del Cuerpo de Bomberos.
2. Croquis de ubicación del establecimiento.
3. Patente Municipal.
4. Original y copia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal.
5. Copia de la Inspección realizada por el Municipio.
6. Copia del RUC.



El departamento de Prevención dará trámite dentro de un plazo no mayor a 10 días, posteriormente los inspectores del Cuerpo de Bomberos realizarán la comprobación física del cumplimiento de las medidas de protección contra incendios exigidos para un restaurante como son:

- Extractor de olores.
- Extintor de 10lb (polvo químico seco)
- Instalaciones eléctricas debidamente entubadas.
- Cilindros de gas ubicados a 1,5m de distancia de la cocina.

Cumpliendo todas estas medidas de protección será entregado un permiso provisional de funcionamiento hasta que sea cancelado el impuesto dado por la entidad.

#### **5.1.2.19. PERMISO DE LA INTENDENCIA DE POLICÍA DE SANTO DOMINGO**

Todos los establecimientos que expendan el servicio e alimentos y bebidas se encuentran obligados a obtener el permiso anual de funcionamiento de la Intendencia de Policía.

Requisitos:

1. Presentar el RUC
2. Patente Municipal.
3. Copia de Cédula del Representante Legal.
4. Copia de la papeleta de votación.
5. Certificado de Propiedad o de Arrendamiento.

El valor a cancelar será de USD 15,00.

#### **5.1.2.20. AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE TURISMO**

Requisitos para personas jurídicas:

1. Copia de la escritura de constitución o minuta de la compañía.
2. Copia del último aumento de Capital.
3. Copia del nombramiento del Gerente.

4. Copia del certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
5. Copia del RUC.
6. Cancelar la cuota de afiliación y 3 meses por adelantado.
7. Presentar el informe de inscripción del Cuerpo de Bomberos al inspector de CAPTUR más la copia de la patente municipal.
8. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
9. Solicitud de afiliación.

#### **5.1.2.21. PERMISO DE PUBLICIDAD.**

Es indispensable obtener el permiso de rotulación y publicidad exterior.

Requisitos para permisos a largo plazo (1 a 5 años):

1. Croquis de la ubicación y fotografía actual del sitio.
2. Comprobante de pago del impuesto predial correspondiente al presente año.
3. Autorización del propietario del terreno en el caso que se requiera.

#### **5.1.2.22. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE HORARIO DE TRABAJO**

1. Petición suscrita por el Gerente o representante legal con firma de Abogado, adjuntando copia de cédula y certificado de votación actualizado
2. Convenio celebrado con los trabajadores respecto al horario sugerido.
3. Copia de la constitución de la compañía.
4. Planillas de aportes al IESS, donde conste la nómina de los trabajadores.
5. Copia del RUC.
6. Copia del nombramiento del Gerente.
7. Copia del permiso de funcionamiento otorgado por la Dirección Nacional de Empleo de este Ministerio.

8. Pago de la tasa \$30.00, luego del visto bueno de la Unidad de Gestión Legal.

#### **5.1.2.23. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE REGLAMENTOS INTERNOS DE TRABAJO**

1. Petición suscrita por el Gerente o representante legal con firma de Abogado, adjuntando copia de cédula y certificado de votación actualizado.
2. Ejemplares del reglamento interno de Trabajo, a doble espacio, con letra ARIAL No. 12, suscritos por el Gerente General.
3. Copia de la constitución de la compañía.
4. Copia del nombramiento del representante legal.
5. Copia del RUC
6. Copia del permiso de funcionamiento otorgado por la Dirección Nacional de Empleo.
7. Todos los documentos presentar en una carpeta.
8. Pago de la tasa \$30.00, luego de informe previo de la Unidad de Gestión Legal.<sup>24</sup>

#### **5.2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

En el Estudio Administrativo se asignarán funciones y responsabilidades a los encargados de las diferentes áreas de la empresa que se nombrarán posteriormente.

El objetivo es realizar una estructura administrativa efectiva para que las probabilidades de éxitos sean positivas.

---

<sup>24</sup> Reglamentación Interna de trabajo, Base legal Art.64, Código de trabajo.

### **5.2.1. MISIÓN**

*Mayo 13 Restaurante* ha sido creado con el fin de satisfacer las demandas de un mercado cada vez más exigente en el área de alimentos dentro del servicio de restauración. *Mayo 13 Restaurante* como empresa brindara un servicio de alta calidad con empleados de alto nivel, con estudios en la rama de restauración y experiencia en atención al cliente, así se garantizará a los clientes que el personal está calificado para atenderlos de la mejor manera, en un entorno de confianza y seguridad. El enfoque está dirigido a las personas ejecutivas que desean degustar su desayuno y almuerzo en un lugar en el cual puedan dejar de lado su estrés de las horas laborales en un ambiente relajante.

### **5.2.2. VISIÓN**

Dentro de un año *Mayo 13 Restaurante* como empresa de alimentos y bebidas tendrá 10% más de participación en el mercado con relación a sus competidores más cercanos. Con visión a ser los pioneros en una nueva tendencia de servicio y en el largo plazo poder constituirse como una franquicia.

### **5.2.3. VALORES**

Desarrollar una estructura integral en el equipo de colaboradores, actitud de servicio, convivencia y armonía dentro de un ambiente de profesionalismo, honestidad y entusiasmo, en el trabajo.

### **5.2.4. REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA**

- ✓ Se deberá entregar a la administración toda la documentación que esta necesite
- ✓ Uso correcto de uniforme.
- ✓ El uniforme será de cuidado personal y cada colaborador tiene el deber de mantenerlo en buen estado.
- ✓ Cuidado de las instalaciones como el material de trabajo proporcionado por la empresa

- ✓ Llegar por lo menos 15 minutos antes para cualquier eventualidad y alistarse para su trabajo
- ✓ Ingresar por la parte creada especialmente para el personal
- ✓ Firmar el comprobante de pago el día que cobre
- ✓ Es obligación del empleado firmar su comprobante de pago de forma personal
- ✓ Nunca realizar venta de objetos a sus compañeros de trabajo en las instalaciones de la empresa.
- ✓ No hacer de garante entre colaboradores, en caso de darse situaciones como esta la empresa no intervendrá en ayudar a solucionar cualquier perjuicio ocasionado entre los miembros de dicha transacción.
- ✓ Timbrar únicamente su tarjeta, nunca las de sus compañeros.
- ✓ Realizar rifas o colecta interna previa autorización de la administración.
- ✓ No llevar cualquier tipo de alimento a su sitio de trabajo.
- ✓ Queda prohibido fumar en el puesto de trabajo.
- ✓ Usar exclusivamente los baños de personal.
- ✓ Dar un trato amable y cortés a los clientes y compañeros
- ✓ Notificar a la administración ausencias ocasionadas por enfermedad, respaldados por un certificado médico al momento que regresen a sus actividades
- ✓ En caso de no notificar su ausencia o atraso, será tomado como falta injustificada
- ✓ En caso de no asistir por más de 3 días y no contar con la debida justificación, la empresa puede dar por terminada la relación laboral según el Código de Trabajo
- ✓ En caso de solicitar vacaciones, estas se deben coordinar con el administrador con 20 días de anticipación y este aprobará o no.
- ✓ No se debe abandonar el trabajo sin autorización del administrador
- ✓ No se debe ingresar al trabajo con aliento a licor, estado etílico o ingerir bebidas alcohólicas dentro de la empresa
- ✓ No se debe tomar materiales de la empresa para llevárselos para uso personal

- ✓ No se puede hacer uso del teléfono para llamadas personales sin autorización del administrador
- ✓ No se podrá recibir visitas dentro del horario de trabajo
- ✓ No se pueden ingresar con maletas o paquetes al área de trabajo sin que estas sean necesarias.

*El establecimiento y su administración se reservan el derecho de actuar en los casos de faltas del colaborador contra el reglamento interno y/o código de trabajo, según la gravedad de cada situación.*

*Pudiéndose dar las siguientes instancias: Llamado de atención verbal, llamado de atención escrito, terminación de relación laboral, y hasta cárcel en los casos de robo a la propiedad del establecimiento, clientes y compañeros de trabajo.*

#### **5.2.5. GUÍA DE COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES EXIGIDAS AL PERSONAL**

- ✓ Los clientes son la razón de ser del establecimiento. Se deberá tener siempre una actitud positiva para no transmitir “malas ondas” a los clientes. Recordar que las emociones son contagiosas.
- ✓ Cuando los clientes hayan tomado pagado su pedido, demostrar que se los ha visto con un saludo cordial y un “ahora los atiendo”.
- ✓ Estar siempre atento a lo que el cliente pueda necesitar.
- ✓ Tratar a los clientes de la misma forma que a uno le gustaría ser tratado.
- ✓ Recordar que se está a cargo de las mesas encomendadas. Cualquier cosa que pase en las mesas es responsabilidad del que atiende.
- ✓ Verificar siempre el estado de las mesas antes, durante y después de cada servicio.
- ✓ Estar siempre bien informados de los platos que se sirven.
- ✓ Conocer bien el lugar donde se trabaja, la gente puede hacer preguntas acerca del dueño y la historia del local.
- ✓ No charlar con otros empleados.
- ✓ No tener miedo de sugerir algún menú o bebida.

- ✓ Preguntar si han disfrutado del plato servido particularmente si han quedado sobras.
- ✓ Prestar atención a lo que los clientes dicen
- ✓ Cuidar los modales.
- ✓ Observar a los clientes “leer sus pensamientos”.
- ✓ No permitir que pequeños incidentes lo perturben.
- ✓ Al retirarse el cliente agradecer su visita.

## **5.2.6. POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

### **5.2.6.1. PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA**

Deberán realizar el ingreso al trabajo 15 minutos antes del horario establecido para alistar todo lo necesario y así estar en su lugar de trabajo a la hora de entrada y a tiempo, no dejar su lugar de trabajo antes de los horarios establecidos, en caso de tomar un descanso debe comunicar a su superior antes de hacerlo.

Es obligación de cada trabajador timbrar su tarjeta tanto a la entrada como a la salida del horario de trabajo. En caso de olvidos y de no haber timbrado la tarjeta adecuadamente, se considerará ese día como falta.

Es responsabilidad de cada uno presentarse a trabajar en los días que corresponden y que han sido indicados en los horarios. En caso de no poder reportarse al trabajo o llegar tarde, debe notificar a su supervisor inmediato. De no hacerlo se considerará como falta injustificada.

En caso de una ausencia por más de tres días no fuera notificada o justificada debidamente, autoriza a la Empresa a dar por terminada la relación laboral, según lo estipula el Código de Trabajo.

#### **5.2.6.2. RESPETO Y CUIDADO A LA PROPIEDAD AJENA**

Deberán dar un buen cuidado de los materiales e instrumentos provistos por el Restaurante para su uso como canceles, uniformes, materiales de trabajo, entre otros. NO podrán llevarse o sacar nada del establecimiento sin una previa autorización del administrador. Igualmente, las instalaciones del establecimiento deben ser cuidadas por sus colaboradores, como las áreas públicas.

Dentro de esta responsabilidad se incluye el respeto que se debe tener a los objetos de propiedad de los clientes y compañeros de trabajo. Por ningún motivo está permitido el uso, abuso y apropiación de bienes que no son de su propiedad.

Se sugiere además, no traer objetos valiosos u otra clase de propiedad personal dentro del establecimiento ya que la empresa no se hace responsable por pérdidas o daños a tal propiedad.

#### **5.2.6.3. USO DE ALCOHOL Y DROGAS**

Al estar en la industria de la restauración deberá conducirse de manera que proyecte una buena imagen del individuo mismo y del establecimiento, por lo tanto, está totalmente prohibido a trabajar con muestras de haber ingerido licor o drogas, y peor aún consumir bebidas alcohólicas o drogas dentro de las instalaciones del establecimiento, sean estas de propiedad del empleado o del establecimiento.

#### **5.2.6.4. CONFIDENCIALIDAD**

No se debe divulgar la información del negocio o citas que ocurren y son propias del restaurante. Igualmente si se tiene acceso a información confidencial no se puede por ninguna razón compartirla con personas no autorizadas. No está permitido realizar ninguna declaración pública de ninguna clase y bajo ninguna circunstancia.



#### **5.2.6.5. INFORMACIÓN PERSONAL**

Se deberá entregar a la administración cualquier documento que se haya pedido, como copias de cedula, papeleta de votación, etc.

#### **5.2.6.6. ASPECTO PERSONAL**

##### *5.2.6.6.1. Código de Higiene:*

Aseo personal. ( Baño diario, desodorante, loción discreta)

- Las manos deben estar siempre nítidas y con las uñas bien cortadas

##### *5.2.6.6.2. Uso del uniforme:*

- Bien planchado
- Libere de olores y limpio
- Debe estar bien cuidado por cada empleado

##### *5.2.6.6.3. Personal Femenino:*

- Baño diario, perfume discreto, uso de desodorante
- Maquillaje discreto
- Uñas y manos impecables y sin colores muy llamativos
- No utilizar anillos ni pulseras.
- Aretes pequeños y discretos.

##### *5.2.6.6.4. Personal masculino:*

- Baño diario, perfume discreto, uso de desodorante
- Uñas y manos impecables
- Afeitado diario

#### **5.2.7. CÁLCULO DE PERSONAL**

El cálculo de personal en el área de Alimentos y Bebidas es imprescindible para evitar gastos innecesarios para entidad, así como pretende adquirir el

personal necesario para una óptima atención al cliente sin recargar de trabajo al personal encargado de cada área.

#### **5.2.7.1. PERSONAL DE COCINA**

En el área de la cocina no existe un método matemático para establecer el número de empleados que se necesita, pero se han tomado en cuenta ciertos factores influyentes como:

- ✓ Tamaño de la cocina
- ✓ Destrezas personales
- ✓ Tipo de restaurante
- ✓ Número de cubiertos que se venden diariamente

El número de personal que se requiere para este restaurante es:

- 1 Chef Ejecutivo
- 2 Ayudantes de cocina
- 1 Steward

#### **5.2.7.2. PERSONAL DE SERVICIO**

En ésta área del restaurante es indispensable tomar en cuenta los siguientes factores para el cálculo del personal necesario:

- Categoría del restaurante
- Capacidad instalada por mesas y PAX
- Horarios de trabajo
- Horarios de atención al público
- Días libres
- Vacaciones anuales
- Contingencia

Como la empresa es nueva se ha tomado como referencia los datos anteriores pero acoplados a las necesidades del mismo así tenemos el siguiente personal:

- 1 Cajero
- 1 Jefe de Compras y Bodega
- 2 Meseros

### **5.2.7.3. PERSONAL ADMINISTRATIVO Y GENERAL**

Para la contratación de este personal tampoco existe un método matemático al que se pueda regir, pero se tiene en consideración las labores que deberán cumplir en cada área y los horarios de trabajo que cumplirán.

Así tenemos:

- 1 Administrador
- 1 Contador

### **5.2.8. HORARIO DE TRABAJO**

#### **5.2.8.1. HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO**

El restaurante abrirá sus puertas al público a partir de las 7h00 horas hasta las 10h00 de la mañana, en cuanto al servicio de desayunos; para el servicio de almuerzos ejecutivos se ha establecido el horario de atención a partir de las 12h00 hasta las 15h00 de la tarde ya que se estipula que esta será la hora en que los alimentos se han terminado de vender.

#### **5.2.8.2. HORARIO DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN DE MERCADERÍA**

El personal de producción entrará a trabajar a las 5:30 hasta las 13:30 horas de la tarde cumpliendo con 8 horas diarias de trabajo. Los desayunos serán entregados a las 6:50 de la mañana y los almuerzos a las 11:50 de la mañana. Las horas restantes después de haber entregado los alimentos procesados se destinarán a realizar el mise en place para el siguiente día.

El personal de recepción de mercadería trabajará dentro del siguiente horario entrada 7h00am, salida 15h00pm, este horario permitirá dotar de alimentos frescos en el caso de que llegara a faltar comida para la venta.

#### **5.2.8.3. HORARIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

El personal administrativo deberá entrar a laborar a las 9h00 horas de la mañana junto con el personal de producción para supervisar que los procesos se cumplan a cabalidad, la hora de salida será a las 17:00 de la tarde cuando todo el personal se haya retirado de las instalaciones. Cumplirá con las ocho horas de trabajo.

#### **5.2.8.4. HORARIO DEL PERSONAL DE SERVICIO**

El personal de servicio deberá ingresar a sus actividades laborales a las 6h30am de la mañana para realizar arreglos en el área del restaurante y tener todo listo para el momento de empezar con su trabajo, tendrán salida a las 10:30 de la mañana cuando ya se haya terminado de brindar el servicio de desayunos y volverán a sus labores a las 11:30 para tener en orden las cosas al momento del servicio de los almuerzos y la hora de salida será a las 15h30 cuando ya se haya terminado la jornada. Los mismos deberán dejar al área de trabajo limpia y ordenada para el siguiente día de trabajo.

#### **5.2.8.5. HORARIO DEL PERSONAL DE SEGURIDAD**

El personal de seguridad será contratado por medio de la empresa OLY, así se tendrá seguridad permanente las 24 horas del día.

#### **5.2.9. UNIFORMES**

El personal que labore en el establecimiento deberá acercarse al área de administración para que sea entregado su respectivo uniforme, previo haber hecho el pedido de acuerdo a la talla que se requiera y al área al que pertenecerá.

#### **5.2.9.1. PERSONAL ADMINISTRATIVO**

El personal que pertenezca al área administrativa llevará como uniforme; zapatos negros casuales, medias negras, pantalón negro de tela, correa, camiseta cuello piket de color blanco bordado el logotipo del restaurante en mención en el lado derecho y escarapela con el nombre. Se ha elegido este tipo de camiseta por el clima en el que se desarrollará la actividad económica.

#### **5.2.9.2. PERSONAL DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA**

El personal de recepción de mercadería llevará como uniforme: zapatos deportivos, medias de algodón, jean, camiseta cuello piket de color blanco bordado el logotipo del restaurante en mención en el lado derecho. La variación de este uniforme en el pantalón y en el calzado se lo ha realizado con la perspectiva de que este personal muchas veces deberá salir y realizar las compras, así se asegura la comodidad del mismo al momento de laborar.

#### **5.2.9.3. PERSONAL DE PRODUCCIÓN**

El personal que se encuentre calificado para laborar en el área de producción deberá llevar el siguiente uniforme: zapatos negros gruesos, pantalón de tela a cuadros, delantal, limpión, chaqueta blanca bordada el logotipo del establecimiento, malla para el cabello, y toca.

#### **5.2.9.4. PERSONAL DE SERVICIO**

El personal de servicio masculino deberá llevar el siguiente uniforme: zapatos casuales color negro, pantalón negro de tela, fajín, lito, camisa manga larga color blanco bordada el logotipo del restaurante y escarapela con el nombre.

El personal de servicio femenino deberá llevar el siguiente uniforme: zapatos bajos cerrados color negro, medias nylon, falda color negro de tela cuatro dedos sobre la rodilla, fajín, lito, blusa blanca manga larga con el logotipo del restaurante bordado y escarapela con el nombre.

### 5.2.9.5. PERSONAL DE SEGURIDAD

El personal de seguridad llevará el uniforme entregado por la empresa OLY con su respectivo armamento.

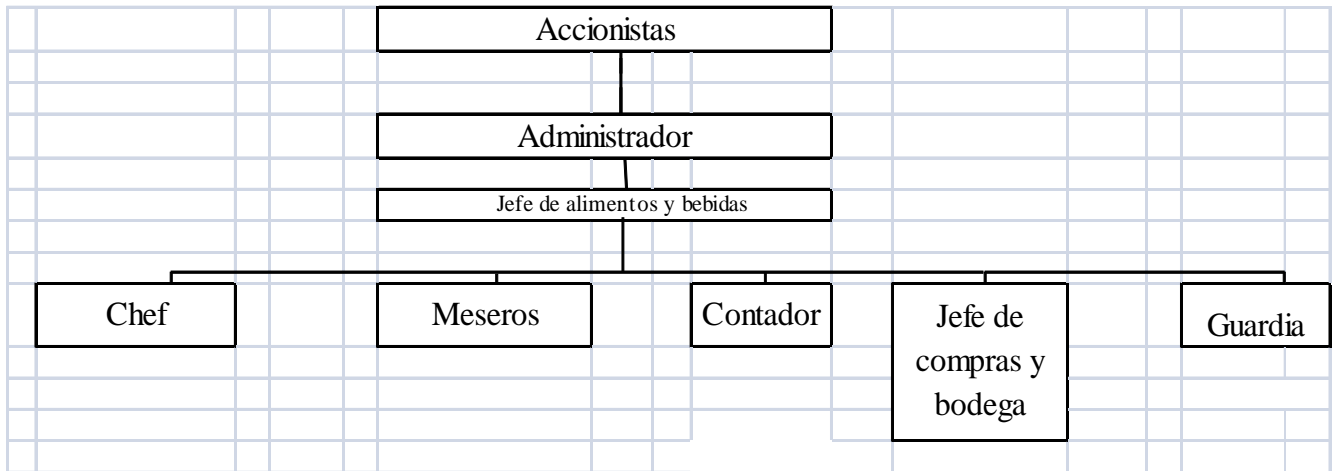
### 5.2.10. ORGANIGRAMAS

*Mayo 13 Restaurante* contará con personal calificado para las labores diarias tanto en el proceso operativo, administrativo y de apoyo.

A continuación se detalla como estarán distribuidas las áreas y el personal para el proyecto en mención.

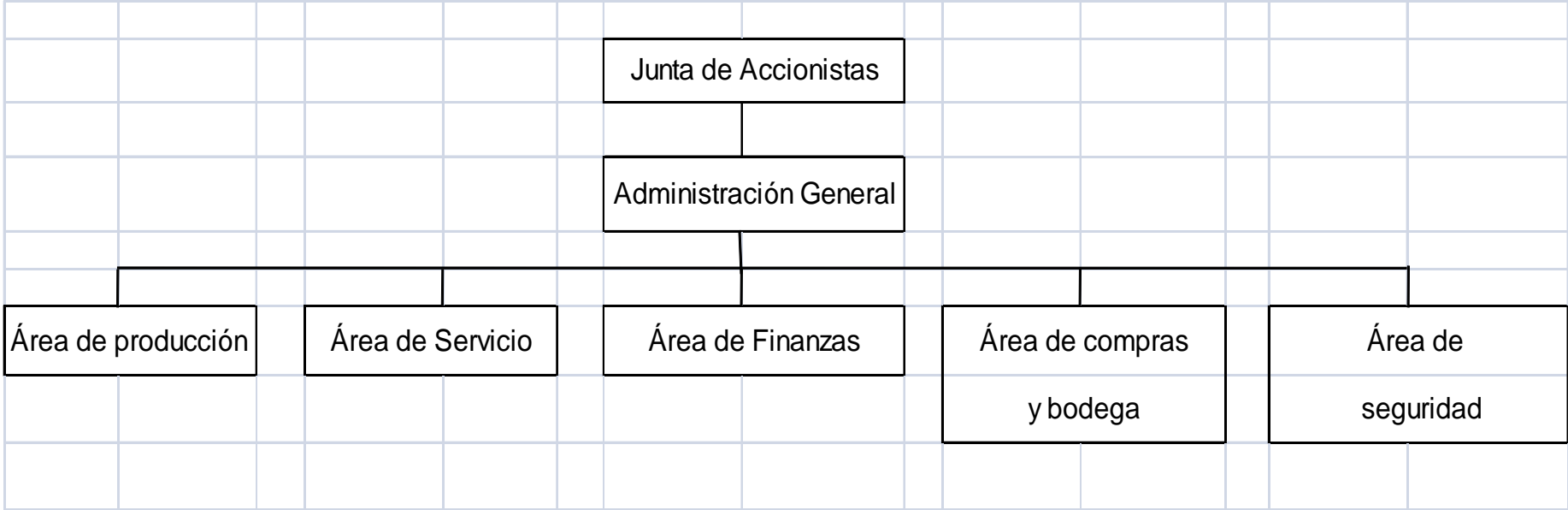
#### 5.2.10.1. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Cuadro N° 27



5.2.10.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA.

Cuadro N° 28



## **5.2.11. FACTOR HUMANO**

El factor humano que colaborará en el área de provisión de alimentos y bebidas tendrá como objetivo general captar y conservar clientes. La dificultad para cumplir con este objetivo se presenta al momento de vender bienes intangibles por esta razón es importante tomar en consideración el análisis de cada puesto de trabajo y los perfiles que serán necesarios para escoger a los futuros colaboradores, así se logrará la satisfacción total y el éxito esperado con el proyecto.

### **5.2.11.1. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES**

Todo el personal en general que labore dentro de la empresa tendrá que cumplir a cabalidad con sus responsabilidades en cada área a la que sea asignado, de esta manera se evitarán confusiones y desorden laboral.

#### **5.2.11.1.1. ADMINISTRADOR**

- Se encarga de la selección del personal
- Encargado de planificar, dirigir, controlar, y evaluar las labores diarias del establecimiento.
- Establecer políticas y estrategias.
- Responsable de autorizar todos los contratos y demás obligaciones que legalmente contraiga la empresa.
- Encargado de informar a la junta de accionistas el estado de el restaurante.
- Elaborar horarios de trabajo.
- Solucionar problemas y quejas de los clientes.
- Revisará si los procesos de producción están cumpliendo las normas de sanitación preestablecidas.
- Supervisará porciones y presentación de los platos.
- Revisará el aseo del restaurante y del personal.
- Autorizará la compra de mercadería.



- Será el responsable de la elaboración y actualización de los menús junto con el chef.
- Autorizará las estrategias de mercado.
- Controlará el flujo de ventas diario.
- Efectúa control de inventarios.
- Encargado de las labores de cierre del local.

#### **5.2.11.1.2. CHEF**

- Es el elemento más importante del equipo de producción.
- Se encarga de la organización general de la cocina.
- Establece horarios para el personal a su cargo.
- Analizará los procesos de producción de los platos a servir al cliente.
- Levantará diariamente un inventario de los artículos de consumo inmediato, llenando el formato respectivo.
- Elaborará la requisición para cada día.
- Supervisará la calidad de los alimentos que llegan a la cocina.
- Inspeccionará porciones, guarniciones y limpieza.
- Supervisará el manejo de las buenas prácticas de manufactura y sanidad.
- Supervisará que la entrega de alimentos a la línea caliente se lleve a cabo según las políticas de control establecidas.
- Innovar nuevos platos para la carta.
- Elaborará los menús en conjunto con el administrador.
- Elaborará el menú para la comida de empleados.
- Elaborará recetas estándar.
- Montará las bandejas de comida para la línea caliente.
- El chef deberá abstraerse profesionalmente de sus propios gustos y desarrollar una propuesta de menú acorde a la clientela.

#### **5.2.11.1.3. AYUDANTES DE COCINA**

- Revisará diariamente los productos en cocina de acuerdo a las recetas estándares.

- Se encargará de limpiar las legumbres, frutas, carnes, verduras.
- Preparará porciones.
- Ayudará en la preparación de ensaladas y salsas.
- Será el encargado de mantener siempre limpia la cocina, áreas de trabajo, equipos y utensilios.
- Realizará todas las preparaciones que estén bajo su responsabilidad.
- Preparará guarniciones.
- Encenderá todos los días estufas y hornos.

#### **5.2.11.1.4. STEWARD**

- Revisará e informará de los desperdicios de alimentos.
- Realizará la limpieza del área de cocina.
- Lavará y secará la vajilla y cristalería.
- Limpiará utensilios y equipos de cocina.
- Re posicionará la vajilla y cristalería.
- Acomodará la vajilla y cristalería.
- Reportará daños de equipos, utensilios, vajilla y cristalería.
- Asistirá en la cocina en lo que se le requiera.

#### **5.2.11.1.5. MESEROS**

- Será la persona encargada de desarrollar el servicio al cliente.
- Brindará al cliente una correcta atención
- Colocará el mise en place.
- Realizará pulida de cristalería y vajilla.
- Limpiará al final de la jornada de trabajo los equipos y mobiliario del restaurante.
- Limpiará las mesas que vayan desocupando los clientes.
- Estarán tras la línea caliente sirviendo los platos en conjunto con el chef.

#### **5.2.11.1.6. CONTADOR**

- Elabora estado de resultados y balances.
- Paga sueldos a los empleados.
- Maneja un fondo fijo de caja general y caja chica.
- Deposita el efectivo en el banco.
- Pago de proveedores.
- Pago de impuestos.
- Elabora los estados financieros.
- Realiza cálculo de depreciaciones y amortizaciones.
- Elabora y actualiza los libros diarios y registro de transacciones.
- Rendirá cuentas ante la junta de accionistas de las ventas y balances del establecimiento.
- Elaborará un plan de presupuestos.
- Gestiona las actividades de índole legal.
- Realizará auditorías internas.

#### **5.2.11.1.7. CAJERO**

- Recibirá los ingresos diarios del establecimiento
- Verificará que los fondos coincidan con el total reportado.
- Dará el costo de la cuenta a los clientes.
- Inmediatamente cobrará la cuenta.
- Entregará facturas hechas a los clientes.

#### **5.2.11.1.8. JEFE DE COMPRAS Y BODEGA**

- El jefe de compras se guía mediante un presupuesto.
- Mantiene la mercadería en stock.
- Determina la calidad del producto al ingresar.
- Controla la mercadería.
- Sabe controlar el presupuesto establecido.
- Determina estándares de producción.

- Controla los inventarios física y en papeles.
- Está al tanto de los nuevos productos que han salido al mercado.
- Busca alternativas nuevas de proveedores.
- Controlar el suministro de los productos de las demás áreas.

#### **5.2.11.1.9. GUARDIA**

- Proteger al personal humano que labora en el restaurante.
- Velar por los materiales tangibles existentes en el restaurante.
- Se encarga de hacer cumplir el orden dentro del establecimiento.
- Deberá controlar las salidas en supuestos de sustracción.
- Ayuda con algún tipo de equipaje de los clientes y asistirlos en caso de ser necesario.
- Vigilancia matutina, vespertina y nocturna.
- Realizará reportes de las novedades existentes cada día.
- Cuidará los automóviles de los clientes.

#### **5.2.11.2. PERFILES DEL PERSONAL**

El personal que se contratará para laborar en *Mayo 13 Restaurante* deberá cumplir el siguiente perfil especificado a continuación para cada área.

##### **5.2.11.2.1. ADMINISTRADOR**

- Sexo Femenino o Masculino
- Edad comprendida entre los 25 a 45 años
- Buena presencia
- Título de tercer nivel en Administración Hotelera
- Título de cuarto nivel (Opcional)
- Experiencia mínima de 1 año en puestos acorde a la restauración.
- Referencias laborales.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Don de comunicación y liderazgo.

- Manejo de personal a su cargo.
- Conocimientos financieros.
- Conocimiento del idioma inglés.
- Conocimiento de computación.
- Nacionalidad ecuatoriano.

#### **5.2.11.2.2. CHEF**

- Sexo Masculino o Femenino.
- Edad comprendida entre 25 a 50 años.
- Título de tercer nivel.
- Cursos realizados.
- Conocimiento total de las buenas prácticas de manufactura, nutrición y seguridad.
- Experiencia mínima 6 meses en el área o haber realizado prácticas en el área.
- Deseos de superación.
- Manejo de personal a su cargo.
- Flexibilidad de horarios.
- Nacionalidad ecuatoriano.

#### **5.2.11.2.3. AYUDANTE DE COCINA**

- Sexo masculino
- Edad comprendida entre los 20 a 40 años.
- Instrucción de segundo nivel en el área hotelera.
- Honradez, responsabilidad, puntualidad, buena presencia.
- No es necesario experiencia.

#### **5.2.11.2.4. STEWARD**

- Sexo femenino o masculino.
- Edad comprendida entre los 19 a 40 años.

- No es necesario tener experiencia.
- Título de bachiller.
- Honradez, responsabilidad, puntualidad, buena presencia.

#### **5.2.11.2.5. MESEROS**

- Sexo masculino o femenino.
- Edad comprendida entre los 20 a 45 años.
- Excelente presencia.
- Buenos modales.
- Conocimiento del área de servicio.
- Título de bachiller en el área de hotelería.
- Cursos realizados en atención al cliente.
- Buena comunicación con sus superiores.
- Flexibilidad en los horarios.
- Proyectar paciencia y amabilidad.
- Responsable.
- Deseos de superación.
- Experiencia mínima 1 año o haber realizado prácticas en el área.

#### **5.2.11.2.6. CONTADOR**

- Sexo femenino o masculino.
- Edad comprendida entre los 25 y 55 años.
- Título de tercer nivel en el área contable.
- Experiencia mínima 3 años en puestos similares.
- Conocimientos totales en finanzas y legislación tributaria.
- Honradez y responsabilidad.
- Flexibilidad de horarios.

#### **5.2.11.2.7. CAJERO**

- Hombre o mujer

- Edad entre 20 a 38 años
- Mínimo instrucción secundaria
- Conocimientos en contabilidad y matemática básica
- No es necesario experiencia.
- Buena presencia
- Honrado
- Responsable
- Actitud positiva hacia el cliente

#### **5.2.11.2.8. JEFE DE COMPRAS Y BODEGA**

- Sexo Masculino
- Estudios en el área hotelera
- Edad 22 a 50 años
- Conocimientos en contabilidad y matemática.
- Experiencia laboral en compras y bodega mínimo 6 meses.
- Buena presencia
- Actitud positiva.

#### **5.2.11.2.9. GUARDIA**

- Sexo masculino
- Bachiller
- Edad entre los 25 a 45 años
- Honrado
- Buen físico
- Experiencia mínima 1 año
- Buena memoria
- Buenos modales

Se procederá a la recolección de Hojas de Vida, para luego seleccionar las personas más idóneas y solicitar la carpeta con todos los documentos que respalden la hoja de vida para continuar con el proceso de selección.

### **5.2.12. REMUNERACIONES DEL PERSONAL**

Para establecer el valor de la remuneración del personal se ha tomado como base esencial el sueldo básico dado por el Presidente de la República en el año 2010 que es de 240,00 dólares americanos, además se tomó en cuenta la tabla salarial sectorial vigente en el Ministerio de Trabajo, el mismo que deberá ir acorde con los salarios que se manejan en el mercado.



A continuación se presenta el Rol de pagos del primer año sin Fondo de Reserva

**Cuadro N° 29**

Mano de Obra Directa											
Mano de Obra Directa	Cantidad	Sueldo Mes	Aporte Personal	Valor a Recibir	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Beneficios	Sueldo + Beneficios	Gastos Sueldo Anual
Chef Ejecutivo	1	430.00	40.21	389.80	17.92	35.83	20.00	52.25	126.00	515.79	6189.48
Ayudante de Cocina	2	250.00	23.38	226.63	10.42	20.83	20.00	30.38	81.63	389.88	4678.50
Steward	1	240.00	22.44	217.56	10.00	20.00	20.00	29.16	79.16	296.72	3560.64
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>920.00</b>	<b>86.02</b>	<b>833.98</b>	<b>38.33</b>	<b>76.67</b>	<b>60.00</b>	<b>111.78</b>	<b>286.78</b>	<b>1202.39</b>	<b>14428.62</b>
Mano de Obra Indirecta											
Mano de Obra Indirecta	Cantidad	Sueldo Mes	Aporte Personal	Valor a Recibir	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Beneficios	Sueldo + Beneficios	Gastos Sueldo Anual
Meseros	2	240.00	22.44	217.56	10.00	20.00	20.00	29.16	79.16	375.88	4510.56
Cajero	1	240.00	22.44	217.56	10.00	20.00	20.00	29.16	79.16	296.72	3560.64
Jefe de Compras y Bod.	1	280.00	26.18	253.82	11.67	23.33	20.00	34.02	89.02	342.84	4114.08
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>760.00</b>	<b>71.06</b>	<b>688.94</b>	<b>31.67</b>	<b>63.33</b>	<b>60.00</b>	<b>92.34</b>	<b>247.34</b>	<b>1015.44</b>	<b>12185.28</b>
Gastos Administrativos											
Personal Amministrativo	Cantidad	Sueldo Mes	Aporte Personal	Valor a Recibir	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Beneficios	Sueldo + Beneficios	Sueldo Anual
Administrador	1	450.00	42.08	407.93	18.75	37.50	20.00	54.68	130.93	538.85	6466.20
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>450.00</b>	<b>42.08</b>	<b>407.93</b>	<b>18.75</b>	<b>37.50</b>	<b>20.00</b>	<b>54.68</b>	<b>130.93</b>	<b>538.85</b>	<b>6466.20</b>

Rol de pagos con Fondo de Reserva a partir del segundo año.

Cuadro N° 30

Mano de Obra Directa												
Mano de Obra Directa	Cantidad	Sueldo Mes	Aporte Personal	Valor a Recibir	Fondo de Reserva	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Beneficios	Sueldo + Beneficios	Gastos Sueldo Anual
Chef Ejecutivo	1	430.00	40.21	389.80	35.82	17.92	35.83	20.00	52.25	161.81	551.61	6619.31
Ayudante de Cocina	2	250.00	23.38	226.63	20.83	10.42	20.83	20.00	30.38	102.45	431.53	5178.30
Steward	1	240.00	22.44	217.56	19.99	10.00	20.00	20.00	29.16	99.15	316.71	3800.54
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>920.00</b>	<b>86.02</b>	<b>833.98</b>	<b>76.64</b>	<b>38.33</b>	<b>76.67</b>	<b>60.00</b>	<b>111.78</b>	<b>363.42</b>	<b>1299.85</b>	<b>15598.15</b>
Mano de Obra Indirecta												
Mano de Obra Indirecta	Cantidad	Sueldo Mes	Aporte Personal	Valor a Recibir	Fondo de Reserva	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Beneficios	Sueldo + Beneficios	Gastos Sueldo Anual
Meseros	2	240.00	22.44	217.56	20.00	10.00	20.00	20.00	29.16	99.16	415.88	4990.56
Cajero	1	240.00	22.44	217.56	20.00	10.00	20.00	20.00	29.16	99.16	316.72	3800.64
Jefe de Compras y Bod.	1	280.00	26.18	253.82	23.33	11.67	23.33	20.00	34.02	112.35	366.17	4394.08
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>760.00</b>	<b>71.06</b>	<b>688.94</b>	<b>63.33</b>	<b>31.67</b>	<b>63.33</b>	<b>60.00</b>	<b>92.34</b>	<b>310.67</b>	<b>1098.77</b>	<b>13185.28</b>
Gastos Administrativos												
Personal Administrativo	Cantidad	Sueldo Mes	Aporte Personal	Valor a Recibir	Fondo de Reserva	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Beneficios	Sueldo + Beneficios	Sueldo Anual
Administrador	1	450.00	42.08	407.93	37.50	18.75	37.50	20.00	54.68	168.43	576.35	6916.20
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>450.00</b>	<b>42.08</b>	<b>407.93</b>	<b>37.50</b>	<b>18.75</b>	<b>37.50</b>	<b>20.00</b>	<b>54.68</b>	<b>168.43</b>	<b>576.35</b>	<b>6916.20</b>

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

#### **6.1. OBJETIVO**

- Determinar el costo de las inversiones que serán necesarias para el proyecto.
- Definir los costos necesarios para el funcionamiento del proyecto durante la etapa de operación.
- Realizar el Análisis Financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

#### **6.2. INVERSIÓN DEL PROYECTO**

La inversión de este proyecto está conformada por todos los bienes que se adquirirán y se utilizarán en el proceso para generar los servicios ofrecidos a los huéspedes y clientes dentro del establecimiento.

También se determinará los ingresos por ventas, el costo total de la operación del restaurante, en el cual se incluye la parte administrativa y de producción entre otros factores que servirán como base para preparar los estados financieros, balance general, balance de resultados, proyecciones, para conocer los resultados esperados y establecer si el negocio a invertir es rentable.

##### **6.2.1. ACTIVOS FIJOS**

Se referirá a todos los bienes físicos adquiridos por el establecimiento, para su uso y con una vida útil prevista mayor a un año.

Se incluyen aquí los bienes tangibles que se utilizarán tanto en el proceso de transformación de los insumos como en su funcionamiento entre los cuales se encuentran maquinaria y equipo, edificios y construcciones, muebles y enseres, equipos de oficina y equipos de computación, otros activos. No se incluyen las reparaciones y gastos de mantenimiento corrientes.

A continuación se detallan los activos fijos que se requerirán para este proyecto:

#### **6.2.1.1. TERRENO**

El terreno será tomado como un aporte al capital por parte de uno de los accionistas avaluado en \$45.000,00 dólares. El mismo que consta con 240m<sup>2</sup> de construcción en obra muerta.

#### **Valor Total del Terreno**

**Cuadro N° 31**

<b>Detalle</b>	<b>Total metros</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno (Av. Quito entre pallatanga y anillo vial)	<b>220</b>	\$ 45.000,00
	<b>TOTAL</b>	\$ 45.000,00

#### **6.2.1.2. ADECUACIÓN OBRA CIVIL**

El terreno que se ha elegido como el sitio clave en donde se creará el Restaurante cuenta con una obra muerta a la misma que se le realizarán las adecuaciones pertinentes, con la finalidad de cumplir a cabalidad con todas las normas, requisitos y condiciones que sean necesarias para empezar el normal funcionamiento del restaurante.

Para este proyecto se contrató al Arquitecto Yuver Molina quien realizó un estudio y estimado del valor requerido para la obra en cuestión que es de \$26.220,35 dólares, este valor incluye: Honorarios del Arquitecto, construcciones y acabados, honorarios de las personas encargadas de llevar a cabo dicha construcción.

## Valor de la inversión operativa de la adecuación del Restaurante.

Cuadro N° 32

Detalle	Valor Total
Área de Adecuación (220 Mt2)	19820.35
Planificación Arquitectónica	380.00
Honorarios del Arquitecto	1900.00
Sueldos	800.00
Cálculo estructural	520.00
Diseño Sanitario	1200.00
Diseño Eléctrico	1600.00
<b>Total Inversión Operativa</b>	<b>26220.35</b>

### 6.2.1.3. MAQUINARIA Y EQUIPO DE OFICINA

A continuación se detalla la inversión que se realizará en maquinaria y equipos que son necesarios para el funcionamiento del Restaurante.

#### Cocina

Cuadro N° 33

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Cocina industrial de seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 32.000 BTU, parrillas de hierro fundido de 30x30cm; montada sobre base con horno y control termostático de temperatura entre 150 a 500° F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 72x91cm de alto.	1	1950,00	1950,00
Plancha lisa tipo counter para freír, operación a gas, 12mm de espesor, montada en patas de acero inoxidable.	1	774,00	774,00
Microondas Panasonic	1	111,00	111,00
Extractor de jugos Oster Profesional 3168	1	115,00	115,00
Licudadora industrial	1	494,00	494,00
Batidora industrial 25lt	1	1105,80	1105,80
Molino de carne	1	36,40	36,40
Balanza electrónica 30kg	1	293,14	293,14
Aplastador de papa Industrial	1	45,14	45,14
Tanque de gas industrial	2	300,00	600,00
Refrigerador (27 pies cúbicos)	1	752,00	752,00
Congelador (15 pies cúbicos)	1	785,00	785,00
Campana con extractores de olores y grasa	2	720,00	1440,00
Centralina de gas de 4 tomas	1	2400,00	2400,00
Olla Lenta Oster 7660	1	105,00	105,00
Mesa de trabajo de 200cm de longitud x 90cm de fondo, en acero inoxidable.	2	614,00	1228,00
Fregadero industrial de 2 pozos profundos, fabricado en acero	1	827,00	827,00
Mesa de trabajo de 100cmx90cm	2	350,00	700,00
Grifería industrial	2	135,00	270,00
Estanterías	2	324,00	648,00
Basureros grandes	3	32,00	96,00
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>14775,48</b>

## Restaurante

Cuadro N° 34

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Aire acondicionado	3	430.00	1290.00
Equipo de sonido	1	560.00	560.00
Televisor 29`` Sony LCD	1	780.00	780.00
Máquina para hacer hielos 159-B25PP	1	534.00	534.00
DVD Panasonic	1	89.00	89.00
Caja registradora	1	820.00	820.00
Dispensador de Agua y Jugos, triple	1	890.90	890.90
Línea de Servicio	2	1697.50	3395.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>8358.90</b>

Elaborado por: Ivonne Gómez

Fuente: Almacenes Japón, Bermat, Distribuidora Peter David, Termalimex.

Año: 2009

## Gerencia

Cuadro N° 35

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Teléfono Panasonic	1	39.00	39.00
Calculadora	1	12.00	12.00
Brother Fax PP-770	1	222.00	222.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>273.00</b>

## Total Maquinaria y Equipos de Oficina

Cuadro N° 36

DETALLE	TOTAL
Cocina	14775.48
Restaurante	8358.90
Gerencia	273.00
<b>TOTAL</b>	<b>23407.38</b>

#### 6.2.1.4. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

La inversión inicial necesaria para la adquisición de Equipos de Computación será de \$1915.00 dólares, según la empresa vaya creciendo se aumentará el equipo de computación si es necesario.

A continuación se detallan los rubros y valores respectivos:

#### Total Equipos de Computación

Cuadro N° 37

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Computador con impresora	1	715.00	715.00
Software	1	900.00	900.00
UPS	1	300.00	300.00
		<b>TOTAL</b>	1915.00

#### 6.2.1.5. MUEBLES Y ENSERES

En este grupo se han incluido los elementos necesarios para cumplir con las actividades y operaciones del negocio como son el mobiliario que se utilizará dentro de las diferentes áreas.

#### Gerencia

Cuadro N° 38

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Archivador	1	180.00	180.00
Escritorio	1	170.00	170.00
Silla Gerencia	1	65.00	65.00
Sillas Clientes	2	45.00	90.00
Perchero de pie	3	17.00	51.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	556.00

## Restaurante

Cuadro N° 39

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Mesas	11	60.00	660.00
Sillas	50	25.00	1250.00
Escritorio para caja registradora	1	170.00	170.00
Mueble lobby	1	420.00	420.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	2500.00

### Total Muebles y Enseres

Cuadro N° 40

DETALLE	TOTAL
Gerencia	556,00
Restaurante	2500,00
<b>TOTAL Muebles y Enseres</b>	<b>3056,00</b>

### TOTAL ACTIVOS FIJOS

Cuadro N° 41

DETALLE	TOTAL
Terreno	45000.00
Adecuación Obra Civil	26220.35
Maquinaria y Equipo de Oficina	23407.38
Equipos de Computación	1915.00
Muebles y Enseres	3056.00
<b>TOTAL</b>	<b>99598.73</b>

#### 6.2.2. ACTIVOS OPERATIVOS

Dentro de los activos operativos se encuentran los activos y materiales que ayudarán en el normal funcionamiento del restaurante, los mismos que permitirán diferenciar el servicio que se desea ofrecer.

##### 6.2.2.1. MENAJE

A continuación se detallan los rubros correspondientes a los menajes que se utilizarán en el restaurante con sus respectivos valores monetarios:

Los activos operativos fueron tomados en cuenta con su respectivo período y valor de reposición el mismo que fluctúa entre los seis y nueve meses.



## Menaje de Cocina

Cuadro N<sup>o</sup> 42

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Rallador de 4 lados INOX KINGDOM, fabricado en acero inoxidable	2	4.04	8.08
Espátula HALCO de acero inoxidable 4"	3	2.90	8.70
Bolillo de aluminio, longitud total 18"	1	28.50	28.50
Espumadera HALCO, fabricada de malla de níquel plateado de 22cm de diámetro.	3	3.80	11.40
Colador chino, malla fina, acero inoxidable de 20cm de diámetro.	2	32.60	65.20
Abre latas	1	10.70	10.70
Bandeja de acero inoxidable	6	7.30	43.80
Bowl fabricado en acero inoxidable con capacidad de 1,5 Qt	4	0.94	3.76
Tazón 20Qt	2	15.68	31.36
Tazón 13Qt	2	7.95	15.90
Contenedor 6 QT	2	12.36	24.72
Contenedores 4 QT	2	10.22	20.44
Contenedores 2 QT	2	3.20	6.40
Cucharón sopero Acero inoxidable	2	5.50	11.00
Cucharón 11,5 onzas	1	8.72	8.72
Cuchillo para carne número 6 Máster	2	7.75	15.50
Cuchillo Tramontina hoja 12" (30,4cm) mango de plástico	3	9.49	28.47
Pelador de papas	2	2.49	4.98
Puntilla Máster	3	1.50	4.50
Olla acero inoxidable 12lt	3	56.98	170.94
Olla de inducción, fabricada de acero inoxidable de 8Qt provista de tapa	4	43.50	174.00
Juego de satenes (3 piezas acero inoxidable)	2	11.74	23.48
Tabla de picar, fabricado de polietileno de 45,7x61,0x1.3cm color blanco	5	9.85	49.25
Batidor A/grueso 40cm sunex	2	13.00	26.00
Espátulas	2	4.01	8.02
Recipiente tercio transparente "4"	3	8.72	26.16
Termómetro 50/550F	1	4.00	4.00
Tazón para mezclar 8 Qt	4	5.54	22.16
Tazón 10 ½ Qt	3	6.60	19.80
Brocha Repostera	1	9.86	9.86
Caldero recortado 60cm UMCO	1	72.79	72.79
Cacerola alta con tapa de acero inoxidable	2	45.85	91.70
Coladera con mango de acero inoxidable	1	3.02	3.02
Arrocera eléctrica 20 tazas	1	35.41	35.41
Cuchareta de ensalada	1	6.61	6.61
Cedazo 24cm UMCO	1	3.30	3.30
Kitchen Martillo grande	1	5.43	5.43
Tenedor Trincherero	3	4.74	14.22
Guante de acero inoxidable	3	10.95	32.85
Olla de presión	1	45.55	45.55
Sartén antiadherente 20cm	2	18.75	37.50
Tijeras	1	9.80	9.80
Molde cake 20	2	3.70	7.40
<b>SUMA TOTAL</b>			<b>1251.38</b>

## Cristalería

Se trabajará con un 1.6 de stock máximo sobre la capacidad instalada.

**Cuadro N° 43**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Vaso cervecero AV Liso 55 AL	80	2.45	196.00
Vaso de 8 onz	80	0.50	40.00
Vaso de 6 onz	80	0.40	32.00
Copa de Agua	80	1.92	153.60
Copa AV Lisa Helado 125 AL	80	0.33	26.40
Jarra para agua AV Lisa Nobile	18	0.96	17.28
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>465.28</b>

## Loza y Cubertería

Se trabajará con un 1.6 de stock máximo sobre la capacidad instalada.

**Cuadro N° 44**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Salero, 2onz de capacidad , de vidrio con tapa de acero inoxidable	18	0.64	11.52
Azucarero, 2onz de capacidad, de vidrio con tapa de acero inoxidable	18	0.64	11.52
Ajicero	18	0.64	11.52
Pimentero	18	0.64	11.52
Ceniceros	18	1.00	18.00
Plato tendido, 25.8cm de diámetro, color blanco	80	2.80	224.00
Plato soperero llano doble	80	0.83	66.40
Plato para taza, 11.2cm de diámetro, color blanco	80	1.40	112.00
Plato para postre, color blanco	80	1.20	96.00
Taza para café, 200cc capacidad, color blanco	80	1.42	113.60
Consomera con orejas	80	1.85	148.00
Cuchara para café, acero inoxidable	80	0.39	31.20
Cuchara de postre, acero inoxidable	80	0.63	50.40
Cuchara SUNNEX M 187 TF, acero inoxidable	80	0.93	74.40
Cuchara soperera	80	0.69	55.20
Cuchillo de mesa para steak TRAMONTINA	80	1.53	122.40
Tenedor de mesa, acero inoxidable	80	0.69	55.20
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>1212.88</b>

## Total Menaje

Cuadro N° 45

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Menaje de cocina	1251.38
Cristalería	465.28
Loza y Cubertería	1212.88
<b>TOTAL</b>	<b>2929.54</b>

### 6.2.2.2. BLANCOS Y UNIFORMES

Los uniformes para el personal que trabaje dentro de la empresa serán proporcionados por la misma. A continuación se detallan los valores de cada uno:

## Total Blancos y Uniformes

Cuadro N° 46

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>TOTAL</b>
Delantal	10	6.80	68.00
Uniforme de cocina	8	42.00	336.00
Uniforme de servicio	8	31.00	248.00
Uniforme de Bodega	1	30.00	30.00
Uniforme Administrativo y varios	4	32.50	130.00
Limpiones	16	2.00	32.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>844.00</b>

## TOTAL ACTIVOS OPERATIVOS

Cuadro N° 47

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Menaje de cocina	1251.38
Cristalería	338.86
Loza y Cubertería	1143.46
Blancos y Uniformes	844.00
<b>TOTAL</b>	<b>3577.70</b>

### 6.2.2.3. ACTIVOS DIFERIDOS

Se incluyen todos los gastos de instalación de activos fijos adquiridos por servicios y derechos que sirven para poner en marcha el establecimiento.

#### 6.2.2.3.1. GASTOS DE CONSTITUCIÓN LEGAL

Los Gastos de Constitución Legal se refieren al desembolso obligatorio de la empresa con los distintos organismos gubernamentales para realizar los distintos trámites adquiriendo la legalización de la empresa.

#### Total Gastos de Constitución Legal

Cuadro N° 48

Detalle	Valor Total
Publicación en Medio de Comunicación	40.00
Notaría	20.00
CAPTUR	200.00
Constitución de la empresa	300.00
Superintendencia de Compañías	150.00
SRI	50.00
Patente Municipal	120.00
Licencia Anual de Funcionamiento	15.00
Cuerpo de Bomberos	25.00
Intendencia de Policías	15.00
Representación Legal	10.00
Medio Ambiente	35.00
Registro Mercantil	25.00
Permiso de Publicidad	20.00
<b>TOTAL</b>	<b>1025.00</b>

#### 6.2.2.3.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

En el estudio de factibilidad intervienen los valores monetarios que han sido necesarios para realizar las distintas investigaciones dentro del área de creación de *Mayo 13 Restaurante*.

## Total estudio de Factibilidad

Cuadro N° 49

Detalle	Valor Total
Movilización	60,00
Encuestas	15,00
Internet	55,00
Resma de Papel	30,00
Cartucho de impresora (2)	55,00
<b>TOTAL</b>	<b>215,00</b>

### 6.2.2.3.3. PUBLICIDAD PREOPERATIVA

Para un mayor reconocimiento del restaurante en mención es necesaria una pre publicidad la misma que ayudará a posicionarse en la mente del consumidor y dar a conocer los productos y servicios que se han de ofertar. La publicidad pre operativa se dará inicio un mes antes de la inauguración del restaurante para de esta manera mantenerse en la mente del cliente hasta el día indicado.

#### Tarjetas personales y volantes

Tipo de tarjetas	Precio Unitario	Unidades al mes	Gasto mes
Personales	0.14	300	42.00
Hojas Volantes	0.15	1000	150.00
			<b>192.00</b>

#### Publicidad Radial

Radio Zaracay	Precio Unitario	Unidades diarias	Gasto Día	Gasto mes
Cuñas radiales	10.00	3.00	30.00	900
			<b>TOTAL</b>	<b>900</b>

### Publicidad Prensa Escrita

Prensa escrita	Precio Unitario 1/4 de página	Unidades al mes	Gasto mes
Diario la Hora	92.44	4	369.76
		<b>TOTAL</b>	<b>369.76</b>

### Publicidad del Restaurante

Publicidad del restaurante	Precio Unitario	Unidades	Gasto total
Rótulo	240.00	1.00	240.00
		<b>TOTAL</b>	<b>240.00</b>

### Publicidad Exterior

Vallas Publicitarias	Precio Unitario	Unidades	Gasto Total
Vallas Publicitarias	120.00	3.00	360.00
		<b>TOTAL</b>	<b>360.00</b>

### Total Publicidad Pre operativa

Cuadro N° 50

DETALLE	TOTAL
Tarjetas Personales y Volantes	192.00
Publicidad Radial	900.00
Publicidad Prensa Escrita	369.76
Publicidad Restaurante	240.00
Publicidad Exterior	360.00
<b>TOTAL</b>	<b>2061.76</b>

#### 6.2.2.3.4. DECORACIÓN

Mayo 13 Restaurante tiene un ambiente minimalista del que se ha venido hablando en los capítulos anteriores, esto representa un valor agregado que ayuda a la diferenciación del mismo dentro del mercado competitivo donde se va a desarrollar. A continuación se han tomado en cuenta varios implementos necesarios con sus respectivos valores.

## Decoración Restaurante

Cuadro N° 51

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Cascada artificial empotrada en la	1	380.00	380.00
Plantas de Bambú	9	10.00	90.00
Cuadros	2	120.00	240.00
Iluminación	24	12.00	288.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>3918.00</b>

## Decoración Gerencia

Cuadro N° 52

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Planta decorativa	1	10.00	10.00
Cuadro	2	40.00	80.00
Lámpara colgante	1	12.00	12.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>102.00</b>

## Decoración Baños

Cuadro N° 53

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
Espejos en plancha	4	45.00	180.00
Plantas de Bambú	4	10.00	40.00
Grifería	4	23.00	92.00
Cuadros	2	40.00	80.00
Secador de manos	2	96.00	192.00
		<b>SUMA TOTAL</b>	<b>584.00</b>

## TOTAL DECORACIÓN

Cuadro N° 54

DETALLE	TOTAL
Decoración restaurante	3918.00
Decoración Gerencia	102.00
Decoración Baños	584.00
<b>TOTAL</b>	<b>4604.00</b>

## TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro N° 55

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos de Constitución Legal	726.80
Estudio de Factibilidad	195.5
Publicidad Preoperativa	2061.76
Decoración	4604.00
<b>TOTAL</b>	<b>7588.06</b>

### 6.2.3. CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de Trabajo o activos corrientes corresponden al valor en efectivo con el que deberán aportar los socios del proyecto para cubrir los costos y gastos durante la etapa inicial de funcionamiento del restaurante, el tiempo será previamente establecido y durará hasta que la empresa pueda percibir los primeros ingresos significativos en ventas.

El capital de trabajo cubrirá los primeros cuatro meses de funcionamiento del Restaurante, entre los rubros que se considerarán dentro de activos circulantes se encuentran los siguientes: Pago de mano de obra, materia prima, gastos básicos, suministros de oficina, material de limpieza entre otros.

Cuadro N° 56

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>4 Meses</b>
Mano de Obra Directa	1202.39	4809.54
Mano de Obra Indirecta	1015.44	4061.76
Gastos Administrativos	538.85	2155.40
Materia Prima	1790.36	7161.44
Gastos Básicos	318.00	1272.00
Suministros de Oficina	187.00	748.00
Material de Limpieza	260.53	1042.12
Publicidad	500.00	2000.00
Mantenimiento	45.00	180.00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>5857.57</b>	<b>23430.26</b>



## 6.2.4. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

A continuación se detallan los rubros que forman parte de la inversión para el normal funcionamiento del proyecto.

Cuadro N° 57

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b><i>Activos Fijos</i></b>	
Terreno	45000.00
Adecuación Obra Civil	26220.35
Maquinaria y Equipos	23407.38
Equipo de Computación	1915.00
Muebles y Enseres	3056.00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>99598.73</b>
<b><i>Activos Operativos</i></b>	
Menaje de cocina	1251.38
Cristalería	465.28
Loza y Cubertería	1212.88
Blancos y Uniformes	844.00
<b>Total Activos Operativos</b>	<b>3773.54</b>
<b><i>Activos Diferidos</i></b>	
Gastos de Constitución Legal	726.80
Estudio de Factibilidad	215.00
Publicidad Pre operativa	2061.76
Decoración	4604.00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>7607.56</b>
<b><i>Capital de Trabajo (4 meses)</i></b>	
Mano de Obra Directa	4809.54
Mano de Obra Indirecta	4061.76
Gastos Administrativos	2155.40
Materia Prima	7161.44
Gastos Básicos	1272.00
Suministros de Oficina	748.00
Material de Limpieza	1042.12
Publicidad	2000.00
Mantenimiento	180.00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>23430.26</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>89410.09</b>

### 6.2.5. FINANCIAMIENTO

Para la puesta en marcha del Restaurante se cuenta con el Activo Fijo; Terreno como primer aporte de un socio el mismo que tiene un valor de 45000 dólares, y los otros dos socios aportarán con 45000 dólares cada uno con este dinero se pondrá en marcha el negocio.

### 6.2.6. PROYECCIÓN DE VENTAS

La realización del pronóstico de ventas es muy importante ya que de esta manera se establecerá los ingresos que pudiera tener el restaurante de una forma real y coherente.

#### 6.2.6.1. PROYECCIÓN DE VENTAS DESAYUNOS

**Rotación promedio:** se ha tomado una rotación de 0,7 de acuerdo a la rotación que tienen los demás establecimientos que expenden alimentos y bebidas en la zona.

**Número de puestos:** 50 puestos

**Días del año:** 312 días

**Número de clientes proyectado** = Rotación x # puestos x # días al año

$$= 0,7 \times 50 \times 312$$

$$= \mathbf{10920} \text{ clientes anuales.}$$

#### 6.2.6.2. PROYECCIÓN DE VENTAS ALMUERZOS

**Rotación promedio:** se tomó una rotación de 0,8 en comparación a la rotación de la oferta existente en el mercado la misma que es de 1 y de esta manera no sobreestimar los resultados.

**Número de puestos:** 50 puestos

**Días al año:** 312 días

**Número de clientes proyectado** = Rotación x # puestos x # días al año

$$= 0.8 \times 50 \times 312$$

$$= \mathbf{12480} \text{ clientes anuales.}$$

### 6.2.6.3. CONSUMO PROMEDIO

Este valor se estableció mediante las encuestas realizadas a los posibles clientes del restaurante teniendo un 67,36% de aceptación de la muestra tomada que estarían dispuestos a cancelar un valor de \$2,80 por un desayuno, mientras que el 55% de la muestra tomada estarían dispuestos a cancelar el valor de \$4,00 por un almuerzo completo con servicio estilo self-service.

### 6.2.6.4. CÁLCULO DE VENTAS

Para el cálculo de las ventas se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Ventas}_{\text{Desayunos}} = \text{Clientes} \times \text{Consumo Promedio}$$

$$\text{Ventas}_{\text{Desayunos}} = 10920 \times 2,80$$

$$\text{Ventas}_{\text{Desayunos}} = 30576,00 \text{ dólares anuales}$$

$$\text{Ventas}_{\text{Almuerzos}} = \text{Clientes} \times \text{Consumo Promedio}$$

$$\text{Ventas}_{\text{Almuerzos}} = 12480 \times 4,00$$

$$\text{Ventas}_{\text{Almuerzos}} = 49920,00 \text{ dólares anuales}$$

**Total Ventas Anuales: 80496,00 dólares**

#### 6.2.6.4.1. VENTAS PROYECTADAS PARA LOS CINCO PRIMEROS AÑOS

Con los datos obtenidos de la fórmula aplicada en el ítem anterior se realizó la proyección de ventas para los cinco primeros años de funcionamiento del restaurante, tomando en cuenta una inflación del 11% anual.

## Desayunos

**Cuadro N° 59**

	Días Laborables	Rotación	Capacidad Instalada	Precio Promedio	TOTAL	Inflación 11%	TOTAL + Inflación
Año 1	312	0.70	50	2.80	30576.00	0.00	30576.00
Año 2	312	0.80	50	2.80	34944.00	3843.84	38787.84
Año 3	312	0.90	50	2.80	39312.00	4324.32	43636.32
Año 4	312	1.00	50	2.80	43680.00	4804.80	48484.80
Año 5	312	1.10	50	2.80	48048.00	5285.28	53333.28

## Almuerzos

**Cuadro N° 60**

	Días Laborables	Rotación	Capacidad Instalada	Precio Promedio	TOTAL	Inflación 11%	TOTAL + Inflación
Año 1	312	0,80	50	4,00	49920,00	0,00	49920,00
Año 2	312	0,90	50	4,00	56160,00	6177,60	62337,60
Año 3	312	1,00	50	4,00	62400,00	6864,00	69264,00
Año 4	312	1,10	50	4,00	68640,00	7550,40	76190,40
Año 5	312	1,20	50	4,00	74880,00	8236,80	83116,80

## TOTAL VENTAS ANUALES

**Cuadro N° 61**

Año Nro	Total Ventas
año 1	80496.00
año2	101125.44
año3	112900.32
año4	124675.20
año5	136450.08

## 6.2.6.5. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

### 6.2.6.5.1. COSTOS

Para este punto se han tomado en cuenta los elementos que forman parte del proceso productivo de la materia prima hasta obtener el valor real de la misma como producto terminado.

#### 6.2.6.5.1.1. COSTO DE MATERIA PRIMA

En este rubro se toma en cuenta la materia prima que se utilizará durante el proceso de elaboración del producto a ofertar.

A continuación se muestra el cuadro de materia prima para los desayunos que se brindarán durante todo el año, existirán dos tipos de menú para todos los días ya que las encuestas muestran que estos son los platos con mayor aceptación en el mercado.

**Cuadro N° 62**

Desayunos		Total	Total % Costo	Nro. Platos	Producto
Menú #1	Desayuno Americano	1,03	20,6	6240	128544
Menú #2	Desayuno Colorado	1,11	22,2	6240	138528
			Sumatoria	12480	267072
			CPP %	21,4 %	

$$C = \frac{CMP \times 100}{Ventas} \quad CMP_{Anual} = \frac{C \times Ventas}{100} = \frac{21,40 \times 30576,00}{100} = \$6543,26$$

Los valores han sido calculados a través de las recetas estándar para 27 días.

Cuadro N° 63

	Sopa	Plato Fuerte	Postre	Bebida	Total	Total % Costo	Nro. Platos	Producto
Día #1								
Menú 1	0,60	0,84	0,30	0,09	1,83	36,60	231,00	8454,60
Menú 2	0,32	0,75	0,32	0,21	1,60	32,00	231,00	7392,00
Día #2								
Menú 1	0,39	0,77	0,17	0,08	1,41	28,20	231,00	6514,20
Menú 2	0,85	0,88	0,27	0,12	2,12	42,40	231,00	9794,40
Día #3								
Menú 1	0,31	0,74	0,14	0,18	1,37	27,40	231,00	6329,40
Menú 2	0,27	0,64	0,33	0,10	1,34	26,80	231,00	6190,80
Día #4								
Menú 1	0,43	0,69	0,18	0,09	1,39	27,80	231,00	6421,80
Menú 2	0,84	0,41	0,24	0,11	1,60	32,00	231,00	7392,00
Día #5								
Menú 1	0,37	0,68	0,28	0,11	1,44	28,80	231,00	6652,80
Menú 2	0,28	0,8	0,07	0,21	1,36	27,20	231,00	6283,20
Día #6								
Menú 1	0,33	0,91	0,19	0,14	1,57	31,40	231,00	7253,40
Menú 2	0,32	0,85	0,23	0,13	1,53	30,60	231,00	7068,60
Día #7								
Menú 1	0,54	0,81	0,29	0,17	1,81	36,20	231,00	8362,20
Menú 2	0,26	0,85	0,18	0,17	1,46	29,20	231,00	6745,20
Día #8								
Menú 1	0,61	0,57	0,07	0,05	1,30	26,00	231,00	6006,00
Menú 2	0,34	0,51	0,13	0,10	1,08	21,60	231,00	4989,60
Día #9								
Menú 1	0,91	1,03	0,09	0,17	2,20	44,00	231,00	10164,00
Menú 2	0,26	0,54	0,18	0,14	1,12	22,40	231,00	5174,40
Día #10								
Menú 1	0,29	0,76	0,07	0,11	1,23	24,60	231,00	5682,60
Menú 2	0,32	0,72	0,23	0,17	1,44	28,80	231,00	6652,80
Día #11								
Menú 1	0,44	0,72	0,18	0,09	1,43	28,60	231,00	6606,60
Menú 2	0,29	0,73	0,11	0,12	1,25	25,00	231,00	5775,00
Día #12								
Menú 1	0,36	0,43	0,35	0,11	1,25	25,00	231,00	5775,00
Menú 2	0,43	0,73	0,18	0,21	1,55	31,00	231,00	7161,00
Día #13								
Menú 1	0,30	0,57	0,09	0,08	1,04	20,80	231,00	4804,80
Menú 2	0,59	0,68	0,19	0,14	1,60	32,00	231,00	7392,00
Día #14								
Menú 1	0,38	0,57	0,12	0,10	1,17	23,40	232,00	5428,80
Menú 2	0,95	0,82	0,12	0,18	2,07	41,40	231,00	9563,40

Día #15								
Menú 1	0,30	0,76	0,26	0,10	1,42	28,40	231,00	6560,40
Menú 2	0,64	0,42	0,12	0,13	1,31	26,20	231,00	6052,20
Día #16								
Menú 1	0,66	0,62	0,19	0,17	1,64	32,80	231,00	7576,80
Menú 2	0,69	1,08	0,16	0,09	2,02	40,40	231,00	9332,40
Día #17								
Menú 1	0,32	0,93	0,18	0,11	1,54	30,80	231,00	7114,80
Menú 2	0,59	0,76	0,15	0,08	1,58	31,60	231,00	7299,60
Día #18								
Menú 1	0,75	0,52	0,08	0,12	1,47	29,40	231,00	6791,40
Menú 2	0,60	0,71	0,16	0,14	1,61	32,20	232,00	7470,40
Día #19								
Menú 1	0,42	0,60	0,16	0,17	1,35	27,00	231,00	6237,00
Menú 2	0,76	0,93	0,11	0,14	1,94	38,80	231,00	8962,80
Día #20								
Menú 1	0,99	0,62	0,13	0,18	1,92	38,40	231,00	8870,40
Menú 2	0,27	0,60	0,05	0,05	0,97	19,40	232,00	4500,80
Día #21								
Menú 1	0,34	1,03	0,08	0,14	1,59	31,80	231,00	7345,80
Menú 2	0,15	0,74	0,13	0,17	1,19	23,80	231,00	5497,80
Día #22								
Menú 1	0,22	0,73	0,17	0,17	1,29	25,80	232,00	5985,60
Menú 2	0,72	0,57	0,18	0,10	1,57	31,40	231,00	7253,40
Día #23								
Menú 1	0,26	0,57	0,22	0,21	1,26	25,20	231,00	5821,20
Menú 2	0,69	0,86	0,09	0,09	1,73	34,60	231,00	7992,60
Día #24								
Menú 1	0,28	0,57	0,06	0,09	1,00	20,00	232,00	4640,00
Menú 2	0,35	1,39	0,24	0,11	2,09	41,80	231,00	9655,80
Día #25								
Menú 1	0,43	1,09	0,12	0,17	1,81	36,20	231,00	8362,20
Menú 2	0,51	0,68	0,1	0,14	1,43	28,60	231,00	6606,60
Día #26								
Menú 1	0,83	0,67	0,11	0,17	1,78	35,60	231,00	8223,60
Menú 2	0,30	0,70	0,15	0,05	1,20	24,00	232,00	5568,00
Día #27								
Menú 1	0,27	0,60	0,18	0,13	1,18	23,60	231,00	5451,60
Menú 2	0,38	0,67	0,14	0,18	1,37	27,40	231,00	6329,40
<b>Sumatoria</b>							12480,00	373533,20
<b>CPP%</b>							<b>29,93%</b>	

$$C = \frac{CMP \times Ventas}{100} \quad CMP_{Anual} = \frac{C \times Ventas}{100} = \frac{29,93 \times 49920,00}{100} = \$14941,06$$

100

100

100

#### 6.2.6.5.2. TOTAL COSTO DE MATERIA PRIMA ANUAL

Costo de Materia Prima Desayunos + Costo de Materia Prima Almuerzos:

\$6543,26 (21.40%) + \$14941,06 (29.93%)

Total Costo de Materia Prima = \$ **21484,32**

#### 6.2.6.6. PROYECCIÓN DE COSTO DE MATERIA PRIMA

El Costo de Materia Prima se obtuvo de la fórmula anterior presentada, la misma que se aplicó en un período de 5 años.

**Cuadro N° 64**

Proyección Costo Materia Prima para 5 Años (Desayunos)				
Año	CPP	x Ventas	÷ 100	TOTAL
1	21.40	30576.00	100	6543.26
2	21.40	38787.84	100	8300.60
3	21.40	43636.32	100	9338.17
4	21.40	48484.80	100	10375.75
5	21.40	53333.28	100	11413.32

**Cuadro N° 65**

Proyección Costo Materia Prima para 5 Años (Almuerzos)				
Año	CPP	x Ventas	÷ 100	TOTAL
1	29,93	49920,00	100	14941,06
2	29,93	62337,60	100	18657,64
3	29,93	69264,00	100	20730,72
4	29,93	76190,40	100	22803,79
5	29,93	83116,80	100	24876,86

**Cuadro N° 66**

Año	Total Costo Materia Prima
1	21484.32
2	26958.24
3	30068.89
4	33179.53
5	36290.18



### 6.2.7. ESTADO DE RESULTADOS

El siguiente cuadro muestra un resumen de los ingresos y egresos que tendrá el proyecto, los mismos que al ser restados de los ingresos se podrá apreciar las utilidades que se tendrá.

Cuadro N° 67

ESTADO DE RESULTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	80496.00	101125.44	112900.32	124675.20	136450.08
(-) Costos de Operación	66294.52	73586.92	81681.48	90666.44	100639.75
(=) Utilidad Bruta	14201.48	27538.52	31218.84	34008.76	35810.33
(-) Gastos Administrativos	6466.20	6916.20	7676.98	8521.45	9458.81
(-) Gastos de Ventas	6000.00	6000.00	6000.00	6000.00	6000.00
(=) Utilidad Operacional	1735.28	14622.32	17541.86	19487.31	20351.52
(-) Gastos Financieros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad antes de Imp. Y Útil.	1735.28	14622.32	17541.86	19487.31	20351.52
(-) 15% Trabajadores	260.29	2193.35	2631.28	2923.10	3052.73
(=) Utilidad antes de Impuestos	1474.99	12428.97	14910.58	16564.21	17298.79
(-) 25% Impuesto a la Renta	368.75	3107.24	3727.65	4141.05	4324.70
<b>(=) UTILIDAD NETA TOTAL</b>	<b>1106.24</b>	<b>9321.73</b>	<b>11182.94</b>	<b>12423.16</b>	<b>12974.09</b>

### 6.2.8. FLUJO DE CAJA APROXIMADO

El flujo de caja ha sido proyectado para los próximos cinco años. En el siguiente cuadro se presenta un flujo de caja aproximado que generaría el establecimiento, con resultados positivos para cada año.

Cuadro N° 68

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>	<b>80496.00</b>	<b>101125.44</b>	<b>112900.32</b>	<b>124675.20</b>	<b>135064.80</b>
Ventas	80496.00	101125.44	112900.32	124675.20	136450.08
<b>Egresos</b>	<b>58511.36</b>	<b>66604.81</b>	<b>69715.46</b>	<b>72826.1</b>	<b>75936.75</b>
Costo Materia Prima	21484.32	26958.24	30068.89	33179.53	36290.18
Costo Mano de Obra	35690.82	38310.35	38310.35	38310.35	38310.35
Depreciaciones	1336.22	1336.22	1336.22	1336.22	1336.22
<b>Flujo Neto</b>	<b>21984.64</b>	<b>34520.63</b>	<b>43184.86</b>	<b>51849.1</b>	<b>59128.05</b>

### 6.2.9. ESTRUCTURA DE COSTOS

*Mayo 13 Restaurante* se compone de costos fijos y costos variables, valores que se presentan a continuación y que servirán para el cálculo del punto de equilibrio.

Cuadro N° 69

Descripción	Valor Anual
COSTOS VARIABLES	
Mano de Obra Directa	14428.62
Materia Prima	21484.32
Materiales Indirectos	5370.36
Servicios Públicos	3816.00
<b>Total Costos Variables</b>	<b>45099.30</b>
COSTOS FIJOS	
Mano de Obra Indirecta	12185.28
Publicidad	6000.00
Gastos Administrativos	6466.20
Depreciaciones	8469.94
Mantenimiento	540.00
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>33661.42</b>
<b>TOTAL</b>	<b>78760.72</b>

### 6.2.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

Dentro de el punto de equilibrio se establecerá el volumen de ventas que serán necesarias durante un año para que el establecimiento no tenga pérdidas, ni ganancias (O sea obtener un equilibrio con utilidad cero).

Se trabajará con Utilidad Operativa es decir antes de impuestos y a continuación se detallan los rubros utilizados en el cálculo del Punto de Equilibrio.

Descripción	Total Valor Anual
Costos Fijos	33661.42
Costos Variables	45099.30
Ventas	80496.00

A continuación se detalla la fórmula utilizada para el cálculo del Punto de Equilibrio.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{33661,42}{1 - \frac{45099,30}{80496,00}}$$

$$PE = \frac{33661,42}{1 - 0,560267591}$$

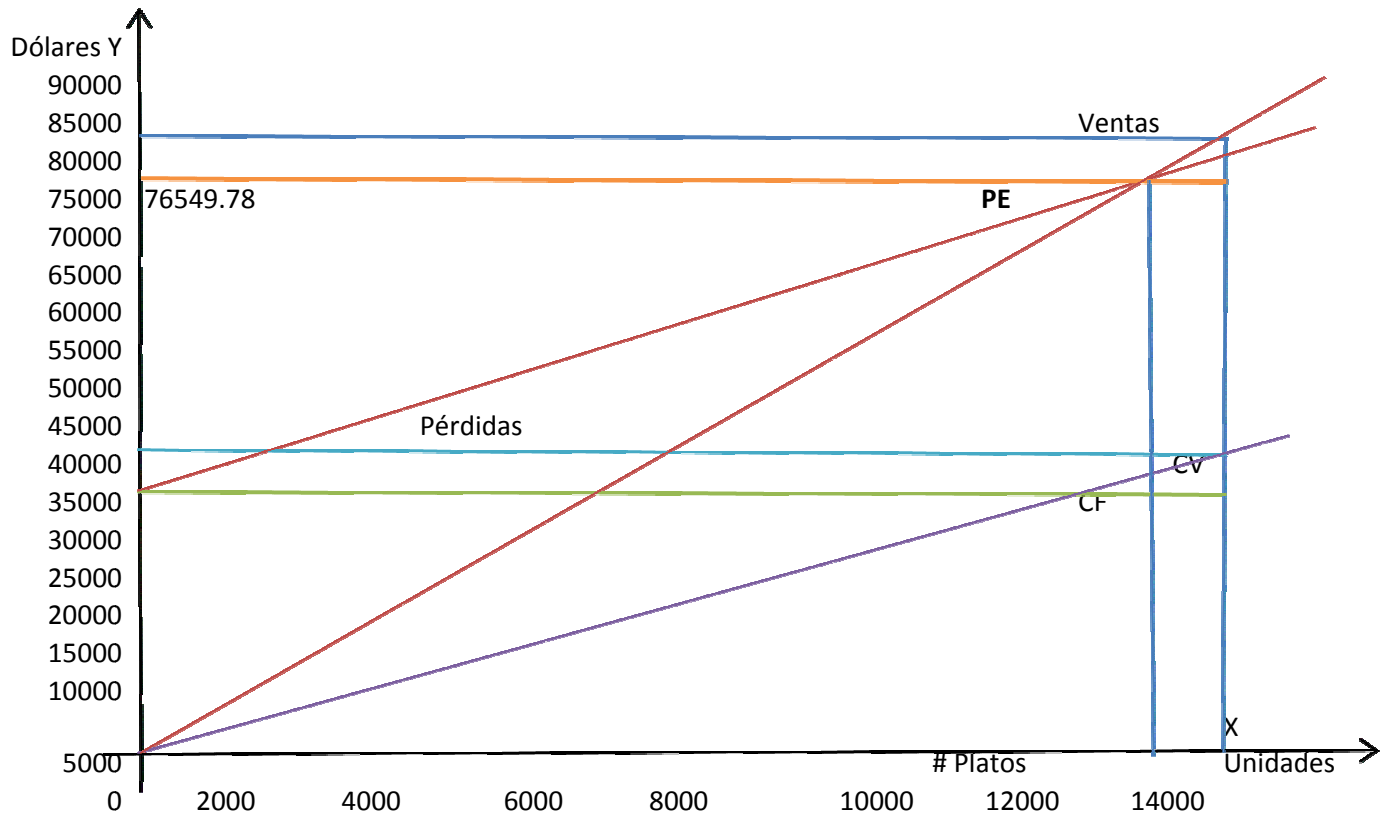
$$PE = \frac{3366,42}{0,439732409}$$

$$PE = 76549,78 \text{ dólares}$$

## REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro N° 70

A continuación se muestra el punto de equilibrio gráficamente.



Para que el establecimiento no tenga pérdidas ni ganancias es decir que tenga un punto de equilibrio deberá tener un mínimo de ventas de 76549,78 dólares durante el primer año, como las ventas del establecimiento sobrepasan este límite a 80496,00 dólares indica que se obtendrá ganancia al final del año.

### 6.2.11. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno muestra el porcentaje que va a rendir la inversión del negocio en comparación con el Costo de Oportunidad que es el porcentaje que dejaría de ganar si se invierte en otro negocio.

A continuación se detallan los datos obtenidos de los cuadros anteriores y el resultado del TIR:

**Cuadro N° 71**

Valor de la inversión: 89410.09

Flujos proyectados: 

22475.10	34656.73	42912.65	51168.58	59424.50
----------	----------	----------	----------	----------

Costo de oportunidad: 15% anual

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
<b>Vp=</b>	<b>10%</b>	20431.91	28641.93	32240.91	34948.83	36897.94	<b>153161.51</b>
<b>Vp=</b>	<b>27.2423%</b>	<b>17627.27</b>	<b>21318.38</b>	<b>20703.10</b>	<b>19361.40</b>	<b>17635.28</b>	<b>96645.42</b>
<b>Vp=</b>	<b>20%</b>	18729.25	24067.17	24833.71	24676.21	23881.37	<b>116187.71</b>

Porcentaje	Variación Relativa	Variación Absoluta	
10%	153161.51	10%	36973.80
20%	116187.71	17.2423%	63751.42
		<b>27.2423%</b>	

**TIR= 27.2423% = 96645.42**

Por cada dólar que los socios inviertan en el proyecto se tendrá una rentabilidad del 27,2423%. Resultado que se muestra atractivo en comparación del 15% que se tendría con el Costo de Oportunidad.

**6.2.12. VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El Valor Actual Neto se lo calculó con el 15% anual del Costo de Oportunidad, trayendo los flujos futuros a valor presente y obteniendo un valor mínimo que se ganaría con la misma inversión.

**Cuadro N° 72**

Valor de la inversión:	89410.09					
Flujos proyectados:	<table border="1"> <tr> <td>22475.10</td> <td>34656.73</td> <td>42912.65</td> <td>51168.58</td> <td>59424.50</td> </tr> </table>	22475.10	34656.73	42912.65	51168.58	59424.50
22475.10	34656.73	42912.65	51168.58	59424.50		
Costo de oportunidad:	15% anual					

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
<b>VAN=</b>	19543.57	26205.47	28215.76	29255.80	29544.48	<b>132765.08</b>

VAN= Vp-Inversión  
 VAN= 132765,08 - 88450,31  
 VAN= **43354.99 Positivo**

Con una tasa mínima de inversión del 15% se obtuvo como VAN= \$43354.99, valor que determina que el proyecto es viable, debido a que este es mayor a cero o positivo, es decir que la inversión deja ganancias.

### 6.2.13. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

A continuación se detalla la fórmula con la que se conocerá el tiempo en que recuperó la inversión.

**Cuadro N° 73**

$$PRI = \frac{1}{TIR}$$

$$PRI = \frac{1}{27,2423\%}$$

$$PRI = \frac{1}{0.272423}$$

	3.6708	=		<b>3 años</b>
0.6708	* 12	=	8.049144	<b>7 meses</b>
1.0491	* 30	=	31.47432	<b>19 días</b>

El tiempo en que se recuperará la inversión es de tres años, 7 meses y 19 días.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. IMPACTO AMBIENTAL**

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos.<sup>25</sup>

Con el estudio de éste capítulo se analizará cuáles son los impactos ambientales que el proyecto en mención está provocando dentro del medio ambiente donde se desarrolla, se valorarán si estos son positivos o negativos al medio ambiente, llegando a tomar medidas preventivas para así garantizar de mejor manera la sustentabilidad y factibilidad del proyecto.

Los impactos a investigar dentro del proyecto son: Impacto Físico, Biológico, Socio-Económico y Químico.

#### **7.1. IMPACTO FÍSICO**

Dentro de este se encuentra el impacto que se podría causar en el suelo, aire y agua con la puesta en marcha del proyecto.

##### **7.1.1. IMPACTO DEL SUELO**

El suelo es el principal punto de impacto con la creación del restaurante por la contaminación que producen los desechos orgánicos e inorgánicos durante la producción de los alimentos.

Las incidencias que produciría este impacto son:

- Desechos orgánicos e inorgánicos como son los residuos de producción de alimentos como son: sobrantes de comida, desechos de animales, frutas, papel, plástico.
- Aguas residuales emitidas de los fregaderos de la cocina, baños, etc....

Para reducir el impacto se dispondrá lo siguiente:

---

<sup>25</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Impacto\\_ambiental#Impactos\\_sobre\\_el\\_medio\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Impacto_ambiental#Impactos_sobre_el_medio_social)

- Los desechos orgánicos e inorgánicos se clasificarán con un sistema de reciclaje sencillo, el mismo que consistirá en depositar los desechos en recolectores de basura con tapa, llevarán un membrete que identificará el tipo de desecho que deberá ser depositado. Dentro de los basureros se colocará una funda de diferente color así como: funda negra para los desechos orgánicos, funda blanca para los desechos de papel o cartón, funda amarilla para los desechos plásticos y funda verde para los desechos de vidrio.
- Las aguas residuales serán enviadas al alcantarillado siempre realizando el debido mantenimiento para que se mantengas limpias y sin problemas de taponamientos.

### **7.1.2. IMPACTO DEL AGUA**

De acuerdo al análisis que se ha hecho sobre el terreno y planos del proyecto; el restaurante producirá una mínima contaminación en el agua, la misma que será producida por la utilización de productos químicos en el aseo.

Para intentar reducir este tipo de impacto se evitará lo siguiente:

- Se tratará de utilizar la menor cantidad de químicos para la limpieza y aseo del local, así como se ahorrará agua en una máxima cantidad creando responsabilidad social en la mente de los empleados mediante charlas para que aprendan a conservar este elemento de la naturaleza.

### **7.1.3. IMPACTO DEL AIRE**

En la actualidad no existe una evaluación de la calidad del aire en la ciudad de Santo Domingo, pero a simple vista se puede apreciar que el crecimiento poblacional a causado varios cambios en el ambiente como son el smog de los vehículos o el humo del cigarrillo. El restaurante en mención está ubicado en el centro de la ciudad por lo cual se tienen varios problemas de contaminación que se detallan a continuación:

- Smog de los vehículos que transitan diariamente por la vía del restaurante.



- Eliminación de sustancias químicas de productos de aseo.
- Expulsión de vapores producidos por la preparación de los alimentos.

Estos impactos se pueden reducir de la siguiente manera:

- El local estará completamente cerrado con ventanales para obtener luz natural, de esta manera se evitará en lo posible que el smog de los vehículos ingrese al local protegiendo a los clientes de este tóxico dañino para la salud.
- Las sustancias a utilizar para el aseo del local estarán aisladas en un cuarto exclusivo para ellas, de la misma manera se procurará adquirir productos que contengan componentes de muy bajo nivel químico.
- Para los olores y vapores producidos en el área de producción se colocarán extractores de olores y filtros para purificar el aire, así de esta manera se ayuda al personal a trabajar en un ambiente más saludable.

## **7.2. IMPACTO VISUAL**

El ambiente que el restaurante busca es la simplicidad en sus líneas, sin tanta abundancia de cosas que atraigan a las personas ni discrepancia en los colores, (menos es más), así se colabora reduciendo el impacto visual sin causar lesiones a la vista de los clientes. Los colores a utilizar son blanco que significa pureza y da tranquilidad, rojo que ayuda a la digestión y abre el apetito y negro que ayuda a neutralizar los dos colores anteriores.

Por este motivo se eligió el estilo minimalista para dar más comodidad a los clientes al momento de su comida de esta manera se liberarán de su estrés diario y podrán relajarse en un ambiente tranquilo.

## **7.3. IMPACTO BIOLÓGICO**

Como es conocido en todo lugar existen plagas y roedores que contaminan el ambiente por este motivo se han tomado medidas de extrema limpieza e importancia para evitar estos problemas como son:

- Mantener las áreas de producción siempre limpias.
- No dejar basura, residuos ni desperdicios en cualquier parte.
- Logo de cada jornada de trabajo desinfectar las áreas.
- Mantener las uniones de las baldosas en perfecto estado evitando que el moho se prolifere ya que es conocido que el restaurante se encuentra ubicado en una zona húmeda del país.
- Una vez al mes se contratará a la empresa de exterminio de plagas para que realicen una limpieza adecuada y profunda.

## **7.4. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

### **7.4.1. SOCIAL**

Existe la necesidad de crear un restaurante que cumpla con las debidas normas de sanidad, buenas prácticas de manufactura y responsable con el medio ambiente. El mismo que satisfaga las exigencias de los clientes en el área de alimentos y bebidas.

### **7.4.2. ECONÓMICO**

La creación de este restaurante contribuirá en el desarrollo económico de muchas familias debido que se generarán fuentes de trabajo directa e indirectamente, tanto para los proveedores como los empleados de planta.

## **7.5. IMPACTO ACÚSTICO**

Por la ubicación del restaurante se trabajará durante el día de esta manera se evita que las personas que viven en las zonas aledañas tengan quejas de ruidos acerca del equipo que se maneje. Aunque la maquinaria que está prevista para la producción de los alimentos no ocasiona un impacto en la audición de los vecinos.

Otro aspecto importante y que es de conocimiento general es la música de ambiente, este tipo de ruido muchas veces altera el sistema nervioso de los comensales es por esta razón que se ha decidido adaptar la música a la medida de intensidad permitida por la ley que es de 55 decibelios, de esta

manera se centralizará el ruido dentro del restaurante evitando que salga al exterior y dejando que los clientes se relajen con la leve música.

## **7.6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS**

Mediante la Gestión de los Recursos se dispondrán medidas de prevención para los posibles impactos que generará el restaurante los mismos que se han detallado anteriormente.

### **7.6.1. ENERGÍA**

- Realizar campañas de información y formación entre los empleados para el ahorro energético.
- Programar las actividades para evitar el consumo excesivo en horas punta y repartirlo en horas de menor consumo.
- Utilizar los equipos informáticos en modo de ahorro de energía.
- Cambiar equipos antiguos que no hagan uso eficiente de la energía.
- Desconectar los sistemas eléctricos sin uso.
- Aprovechar al máximo la luz natural.
- Revisar los niveles de iluminación.
- Usar bombillas de bajo consumo.
- Mantener un buen nivel de limpieza en los sistemas de iluminación.
- Separar zonas frías y calientes en la cocina.

### **7.6.2. AGUA**

- Realizar campañas de información y formación entre los empleados para el ahorro de agua.
- Controlar de forma diaria el consumo de agua, mediante la instalación de contadores secundarios.
- Establecer cuánta agua se puede ahorrar en la limpieza y poner en marcha un plan de reducción de consumo.

### **7.6.3. PRODUCTOS**

- Realizar el abastecimiento de forma racional, controlando las fechas de caducidad.
- Conocer el significado de los símbolos o etiquetas ecológicas.
- Observar los requisitos de conservación de la materia prima y alimentos.
- Comprar productos al granel, de no ser posible comprar productos con poco embalaje.
- Elegir productos de limpieza no agresivos.
- Aislar, cerrar y etiquetar productos en envases peligrosos.

### **7.6.4. DE LA CONTAMINACIÓN Y DE LOS RESIDUOS**

- Realizar campañas de información entre los empleados para la minimización y correcta gestión de los residuos y la contaminación.
- Depositar los residuos en contenedores determinados para ello.
- Mantener los contenedores de basura higiénicamente limpios para evitar malos olores y la aparición de insectos y roedores.
- Almacenar los aceites utilizados en cocina en contenedores para entregar a gestores autorizados en lugar de verterlos en el saneamiento público.
- Cumplir los límites de emisión de humos, empleando los equipos de extracción y los filtros adecuados.

### **7.7. DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE LA VIDA DIARIA.**

En el restaurante se dispondrá de un cuadro que indique algunas de las Buenas Prácticas que deberíamos sostener diariamente para ayudar a mantener el medio ambiente en buen estado y evitar dañarlo más con el mal uso de los recursos.

A continuación se detallan los puntos que se mostrarán a nuestros clientes y personal que labore en el restaurante:

- Reduce, reutiliza y recicla lo máximo posible.
- Utiliza la energía necesaria sin despilfarrar.
- Separa tus residuos y llévalos al contenedor.
- No utilices el automóvil cuando no sea necesario.
- No emplees los electrodomésticos a media carga.
- No uses indiscriminadamente el desagüe para deshacerte de tus desperdicios.
- El ruido también es una forma de contaminación, procura producir el mínimo.
- No utilices productos agresivos con el medio ambiente.
- Practica medidas de ahorro de agua.

## CAPÍTULO VIII

### 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1. CONCLUSIONES

- Santo Domingo de los Tsáchilas es una ciudad en crecimiento tanto económico como poblacional, por esta razón necesita de nueva inversión para satisfacer los gustos y preferencias de las personas que cada vez se vuelven más exigentes en el ámbito de la Restauración. Por esta razón se realizó el proyecto de *Mayo 13 Restaurante*.
- A través del Estudio de Mercado se determinó que la propuesta es aceptada en un 55,45%, lo que significa que mediante un buen Plan de Mercadeo se puede incrementar esta aceptación.
- Mediante el análisis de Oferta-Demanda se obtuvo como resultado que no existe demanda insatisfecha en el lugar pero se tomará una participación en el mercado.
- Como estrategia de mercado se ha fijado el precio en base a la competencia y a la valoración de las recetas estándar.
- El lugar escogido para la creación del restaurante se encuentra en la vía de principal movimiento económico de la ciudad, es un sitio estratégico para incrementar las ventas y para posicionarse en la mente del consumidor.
- La decoración del local se maneja un estilo minimalista, lo que permite brindar al cliente comodidad, elegancia y tranquilidad al momento del consumo de los alimentos, a este concepto se lo ha tomado como un plus para ganar adeptos.

- El área de la cocina se ha manejado con mucha responsabilidad tomando en cuenta y aplicando las normas y reglas que exigen tanto las entidades públicas como los clientes, de esta manera se está cuidando la salud de los comensales.
- La materia prima que se utilizará para la producción de los alimentos será de excelente calidad, se la obtendrá en el mercado mayorista de la ciudad de Santo Domingo, como es conocido los precios son más bajos por un excelente producto, se tiene conocimiento que varias empresas Hoteleras y Restaurantes de renombre mantienen proveedores de esta ciudad.
- Para evitar fuga de materia prima por robo, mala administración, o caducidad, se cuenta con el Flujo de Costos que va desde la necesidad de compra hasta la facturación del producto terminado, todos los empleados que manejen materia prima están obligados a llevar estos ítems para una mejor Administración ya que no solo es materia prima que se podría perder sino que representa dinero.
- Dentro del Estudio Administrativo se dio a conocer los deberes, obligaciones, actitudes morales y derechos que tendrán que cumplir los empleados en el área laboral.
- El personal que labore dentro de la empresa contará con capacitación para brindar un mejor servicio siempre buscando la excelencia al momento de ofrecer nuestros productos a los clientes.
- El Estudio Financiero proyecta una inversión inicial de \$ 89410,09, la cual estará financiada entre tres socios capitalistas.
- El restaurante deberá alcanzar unas ventas de 76549,78 dólares para mantener un Punto de Equilibrio a partir de que se haya cumplido este objetivo se empezará a obtener ganancias.

- La evaluación Financiera presenta un Valor Actual Neto de \$ 43354,95 lo que representa que el proyecto es viable ya que el valor es mayor a cero, y el TIR es de 27,2423% porcentaje de rentabilidad que tendrán los socios por cada dólar que inviertan en el negocio.
- El Período de Recuperación de la Inversión indica que la totalidad de la inversión del proyecto se recuperará a partir del tercer año, séptimo mes con diecinueve días.
- El Impacto Ambiental que se ocasionará al medio es mínimo ya que se han tomado medidas correctivas y preventivas para evitar daños, así como se incentiva al reciclaje de los desechos para colaborar con el medio ambiente y que las empresas que estén capacitadas puedan reutilizar el material plástico, papel, vidrio y orgánico.



## 8.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda mantener un buzón de quejas dónde los clientes puedan dar a conocer sus gustos y preferencias al momento del servicio de esta manera si existiera personal poco calificado para este tipo de servicio se tomarán medidas correctivas.
- Se recomienda brindar un buen trato a las personas que colaboran en nuestro establecimiento ya que gracias a ellos podemos tener en marcha las actividades diarias y si existe un empleado gustoso de trabajar en un ambiente laboral sin conflictos, obtendremos recompensas al momento de servir a los clientes.
- Se deberá mantener un control permanente y estricto de las existencias en bodega para reducir pérdidas debido a un mal manejo de inventarios.
- Se recomienda mantener contacto con mínimo tres proveedores diferentes ya que algunos momentos existirá escases de algún producto y se necesitará abastecer la bodega.
- Realizar un mantenimiento periódico de las instalaciones y maquinaria para garantizar el buen funcionamiento de los mismos y aumentar su vida útil.
- Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que el Tir y el Van demuestran que es viable.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza Miguel Ángel, Marketing Hotelero, Editorial Trillas S.A.
- Administración Efectiva de Restaurantes, Varios exponentes, UTE.
- Cámara Cantonal de Turismo “CACTUR”
- Díaz Pablo, Seminario-Taller Control de Costos en Operaciones de Alimentos y Bebidas, UTE.
- Gobierno Municipal de Santo Domingo.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: Población Económicamente Activa del Cantón Santo Domingo, Censo 2001.
- Ministerio de Turismo: Catastro de Establecimientos de Alimentos y Bebidas.
- Méndez Guerrero Miguel, Reseña Histórica de Santo Domingo, Tercera Edición, Santo Domingo 1998.
- Reglamento de Buenas Prácticas para alimentos Procesados, Decreto Ejecutivo 3253, Registro Oficial 696 / Gustavo Noboa Bejarano.
- Revista Hogar, Fiestas, 2009.
- Scheel Mayenberger Adolfo, Control de Alimentos y Bebidas, Colombia.
- [www.decorailumina.com](http://www.decorailumina.com)
- [www.mailxmail.com/curso-introduccion-marketing-social/segmentacion-mercados](http://www.mailxmail.com/curso-introduccion-marketing-social/segmentacion-mercados).
- [www.marketing-xxi.com](http://www.marketing-xxi.com)
- [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)

***ANEXOS***

**ANEXO 01**

Santo Domingo, 01 de Junio de 2009

Señora Ingeniera  
Salomè Franco  
**DIRECTORA PROVINCIAL DE TURISMO**  
**SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS**  
Presente.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo a la vez que auguro el mejor de los éxitos en sus labores diarias frente a tan prestigiosa empresa.

Conocedora de su alto espíritu de colaboración con la comunidad estudiantil me permito solicitar a usted obtener información acerca del número de restaurantes existentes en la ciudad de Santo Domingo de diez años atrás, ya que actualmente me encuentro realizando mi trabajo de tesis para culminar mi carrera como Ingeniera en Administración Hotelera de la Universidad Tecnológica Equinoccial Campus Quito, por lo que esta información debo hacer constar en el Capítulo de Investigación de Mercados "Análisis de la Demanda y Oferta Existente para Proyecciones Futuras", adicionalmente la información sobre la Población Existente de hace diez años atrás en esta ciudad.

En espera de una pronta y positiva respuesta me suscribo de usted.

Cordialmente,



Ivonne Roxana Gómez Muñoz  
C.I.: 171876098-4

PD.: Adjunto al presente sírvase encontrar un certificado de honorabilidad del Coordinador de la Carrera de Gastronomía y Director de mi Trabajo de Tesis



**ANEXO 02**

Población económicamente activa, por grupos principales de ocupación, según sexo y grupos de edad.

Grupos de edad años	Total	Miembros del poder ejecutivo	Profesion Científica Intelectual	Técnicos y profesión nivel medio	Empleados de oficina	Trabajador de los Servicios públicos	Agricultu. y trabaj. Calificad.	Oficiales operarios y artesanos	Operadores de instal. Y máquinas	Trabajad. no Calificado	Fuerzas Armadas	No Declarado	Tabajador nuevo
<b>Total</b>	<b>87379</b>	1499	3410	1592	3856	17305	12575	17489	6325	13415	320	8965	628
de 5 a 17	65	-	-	-	-	4	-	-	-	18	-	43	-
de 8 a 11	246	-	-	-	-	47	-	-	-	131	-	68	-
de 12 a 14	1508	-	-	-	-	387	-	430	-	511	-	180	-
de 15 a 19	8666	-	-	48	440	2121	590	2280	220	1765	41	982	179
de 20 a 24	13681	183	232	226	1012	2830	1864	2939	769	1867	58	1525	176
de 25 a 29	11935	259	496	300	685	2412	1570	2341	961	1504	42	1289	76
de 30 a 34	11133	223	610	246	465	2259	1455	2176	1001	1529	38	1082	49
de 35 a 39	10057	255	612	256	394	1926	1351	1950	850	1354	79	987	43
de 40 a 44	8552	184	581	207	302	1648	1135	1595	830	1201	30	808	31
de 45 a 49	6341	144	432	119	203	1140	968	1167	612	981	11	542	22
de 50 a 54	5152	118	207	70	130	935	932	900	469	888	8	475	20
de 55 a 59	3461	55	91	57	74	599	764	602	308	580	3	315	13
de 60 a 64	2539	34	58	18	63	406	718	414	166	411	6	237	8
de 65 y más	4043	44	91	45	88	591	1228	695	139	675	4	432	11

**Clasificación por grupos de edad**

Grupos de edad años	Total	Miembros del poder ejecutivo	Profesion Científica Intelectual	Técnicos y profesión nivel medio	Empleados de oficina	Trabajador de los Servicios públicos	Agricultu. y trabaj. Calificad.	Oficiales operarios y artesanos	Operadores de instal. Y máquinas	Trabajad. no Calificado	Fuerzas Armadas	No Declarado	Tabajador nuevo
<b>Total</b>	<b>72851</b>	1455	3319	1499	3328	14155	10757	14084	5966	10315	275	7260	438
de 20 a 24	13681	183	232	226	1012	2830	1864	2939	769	1867	58	1525	176
de 25 a 29	11935	259	496	300	685	2412	1570	2341	961	1504	42	1289	76
de 30 a 34	11133	223	610	246	465	2259	1455	2176	1001	1529	38	1082	49
de 35 a 39	10057	255	612	256	394	1926	1351	1950	850	1354	79	987	43
de 40 a 44	8552	184	581	207	302	1648	1135	1595	830	1201	30	808	31
de 45 a 49	6341	144	432	119	203	1140	968	1167	612	981	11	542	22
de 50 a 54	5152	118	207	70	130	935	932	900	469	888	8	475	20
de 55 a 59	3461	55	91	57	74	599	764	602	308	580	3	315	13
de 60 a 64	2539	34	58	18	63	406	718	414	166	411	6	237	8
de 65 y más	4043	44	91	45	88	591	1228	695	139	675	4	432	11

**Proyección años futuros**

AÑOS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PEA	72851	75546	78342	81240	84246	87363	90596	93948	97424

TCA=3,7%

ANEXO 03



NEIRA JARAMILLO SONIA ELIZABTH  
RUC: 1102068127001

Tulcán entre Guayaquil y Portoviejo  
Telefax.: 2768 - 064 Cel.: 097 747 320  
E-mail: compuoffset@fibertel.net.ec  
Santo Domingo - Ecuador

NOTA DE PEDIDO Nº 0000239

IMPRENTA AUTORIZADA POR EL SRI

Cliente: Seta - Joane Gomez R.U.C./C.I. \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_ Telf: \_\_\_\_\_  
Guía de Remisión: 578 Dto - Fecha de Emisión: 2 - VI - 2009

CANT.	DETALLE	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
100	Tarjetas Pensacoles. Full color		14
1.000	Hojas Volantes Full color		150

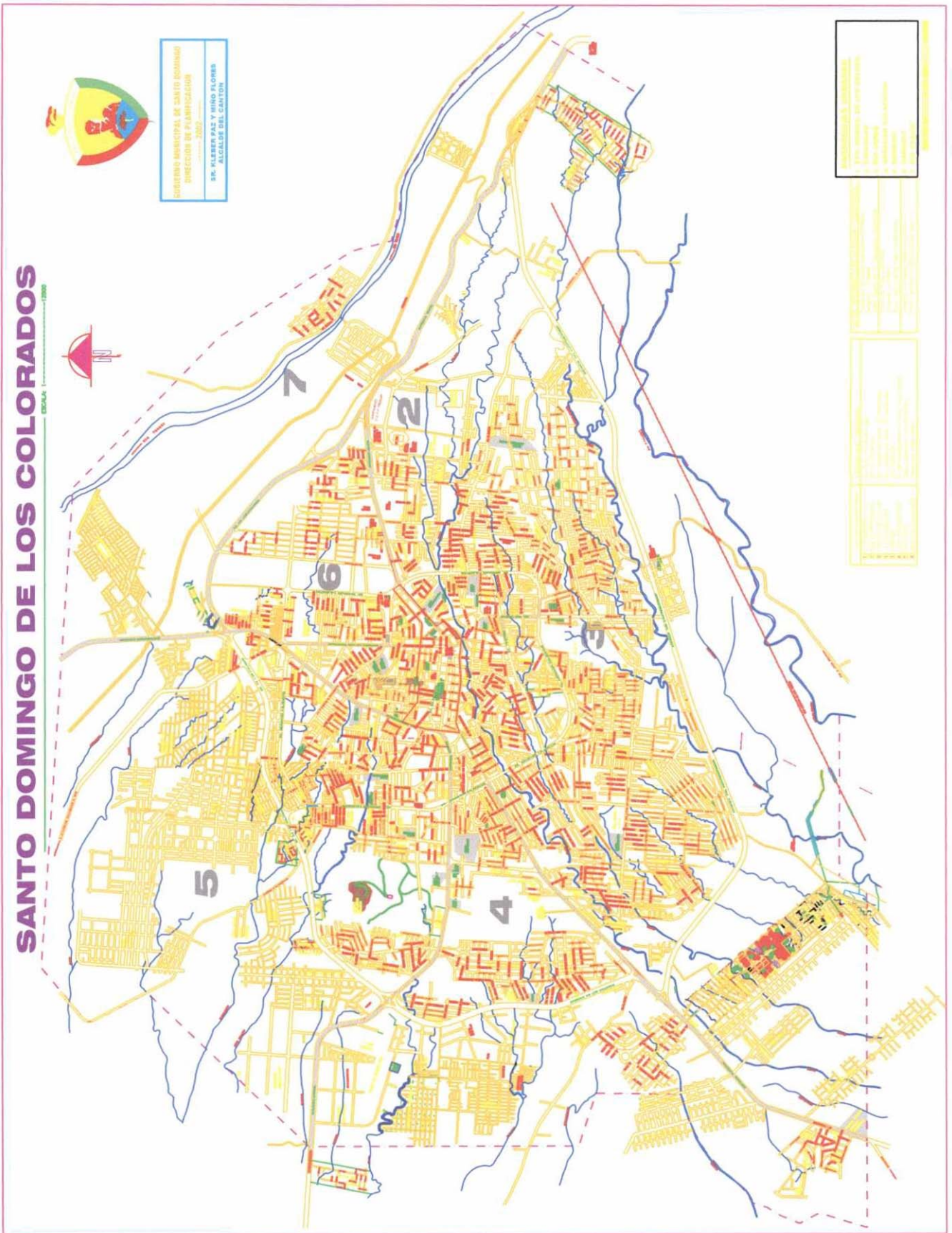
EDIGRAFICAS COMPUOFFSET R.U.C.: 1102031638001 - ALJT-1494 TELEFAX: 2768 - 064 - E-MAIL: compuoffset@fibertel.net.ec  
3 B. DEL 0201 AL 0500 EMISION 5 - XII - 2008

 CLIENTE	 AUTORIZADA
--	---

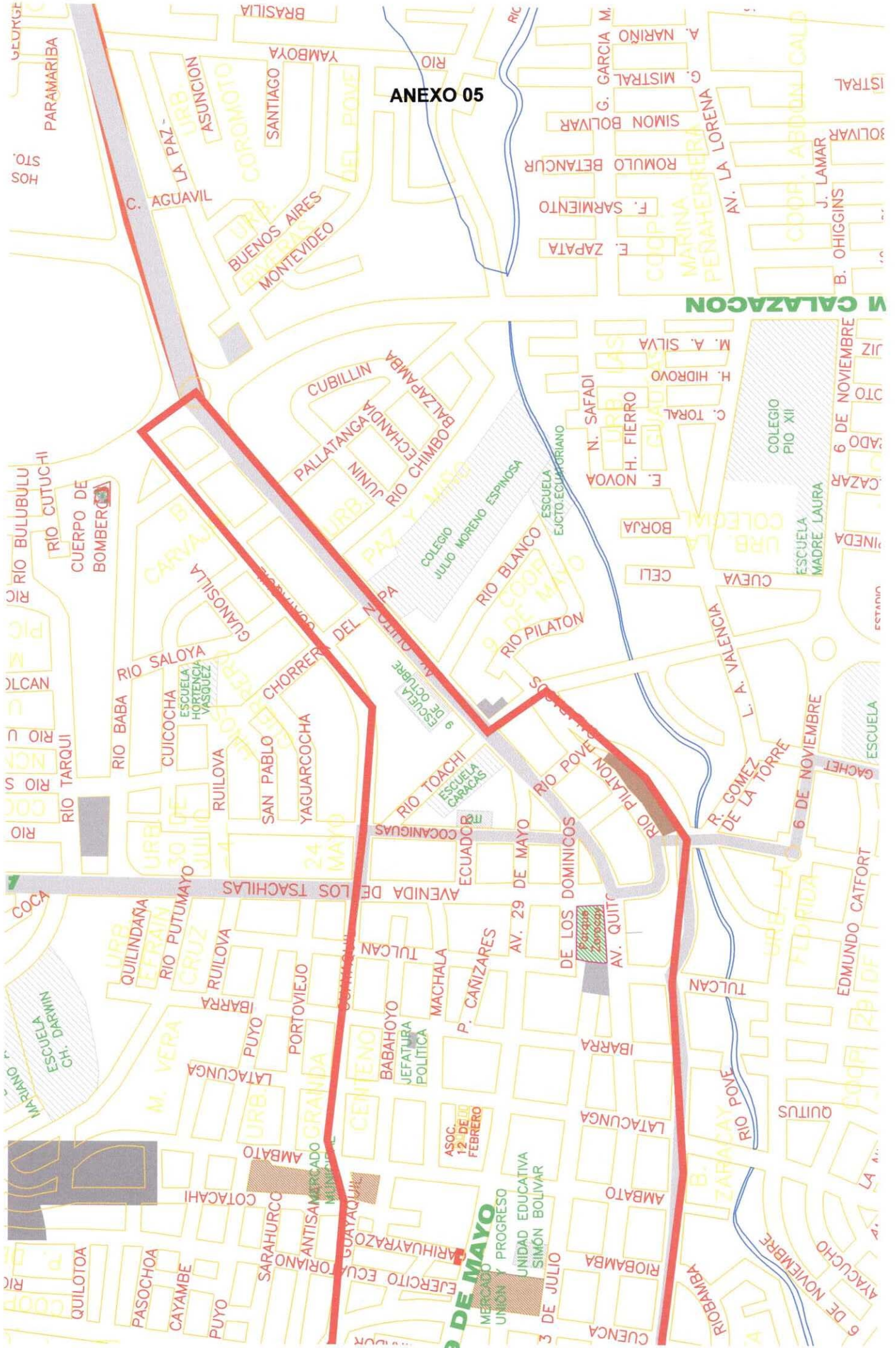
Base Im. IVA 0%	
Base Imp. IVA 12%	164
IVA 12%	19.68
Total \$	183.68

ORIGINAL CLIENTE - COPIA EMISOR

ANEXO 04



**ANEXO 05**



**M GALAZACON**

**9 DE MAYO**  
MERCADO  
UNION Y PROGRESO

UNIDAD EDUCATIVA  
SIMÓN BOLÍVAR

3 DE JULIO

CUENCA

RIOBAMBA

LATACUNGA

IBARRA

AV. QUITO

DE LOS DOMINICOS

AV. 29 DE MAYO

ECUADOR

AV. QUITO

AV. OCTUBRE

ESCUELA JULIO MORENO ESPINOSA

ESCUELA ECUATORIANO

ESCUELA CARACAS

ESCUELA MADRE LAURA

ESCUELA LA BORJA

ESCUELA CELI

ESCUELA C. TORAL

ESCUELA H. FIERRO

ESCUELA N. SAFADI

COLEGIO PIO XII

COLEGIO JULIO MORENO ESPINOSA

COLEGIO CHIMBO

COLEGIO ECHANDIA

COLEGIO NITTIBIN

COLEGIO BALZAMPABA

COLEGIO CUBILLIN

COLEGIO M. A. SILVA

COLEGIO H. HIDROVO

COLEGIO G. MISTRAL

COLEGIO A. NARINO

COLEGIO G. GARCIA M.

COLEGIO SIMON BOLIVAR

COLEGIO ROMULO BETANCUR

COLEGIO F. SARMIENTO

COLEGIO E. ZAPATA

COLEGIO COOP. MARINA

COLEGIO COOP. PENAHERRERA

COLEGIO AV. LA LORENA

COLEGIO COOP. ABIDON CALD

COLEGIO J. LAMAR

COLEGIO B. OHIGGINS

COLEGIO 6 DE NOVIEMBRE

COLEGIO JIZ

COLEGIO R. GOMEZ DE LA TORRE

COLEGIO T. A VALENCIA

COLEGIO ESCUELA MADRE LAURA

COLEGIO ESCUELA CELI

COLEGIO ESCUELA GACHET

COLEGIO ESCUELA ESTADION

COLEGIO ESCUELA PINEDA

COLEGIO ESCUELA LA BORJA

COLEGIO ESCUELA C. TORAL

COLEGIO ESCUELA H. FIERRO

COLEGIO ESCUELA N. SAFADI

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

COLEGIO ESCUELA ESCUELA

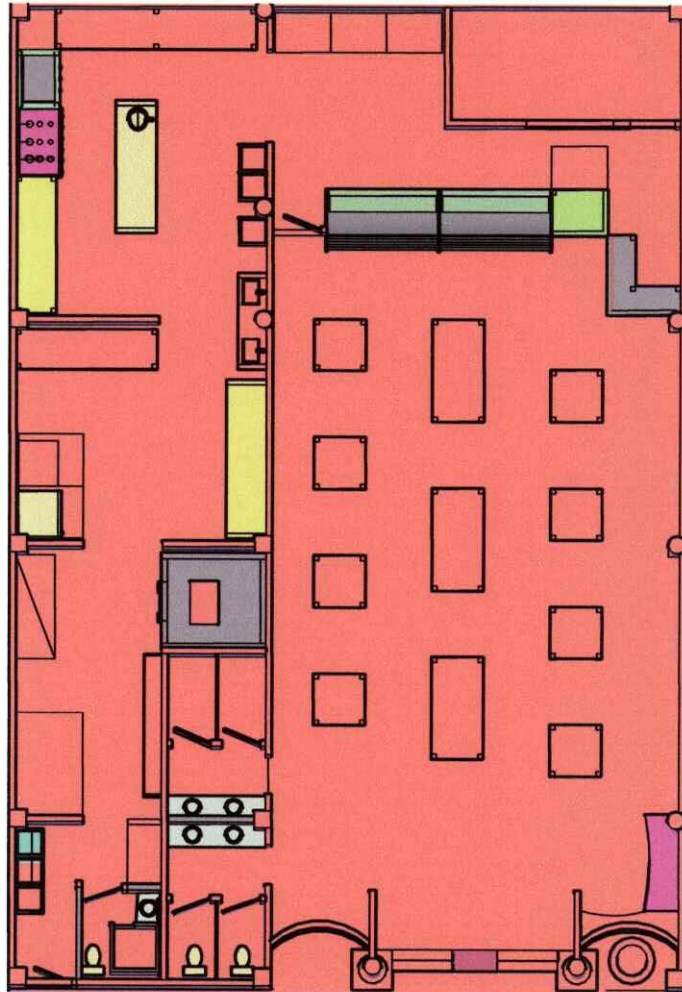
COLEGIO ESCUELA ESCUELA

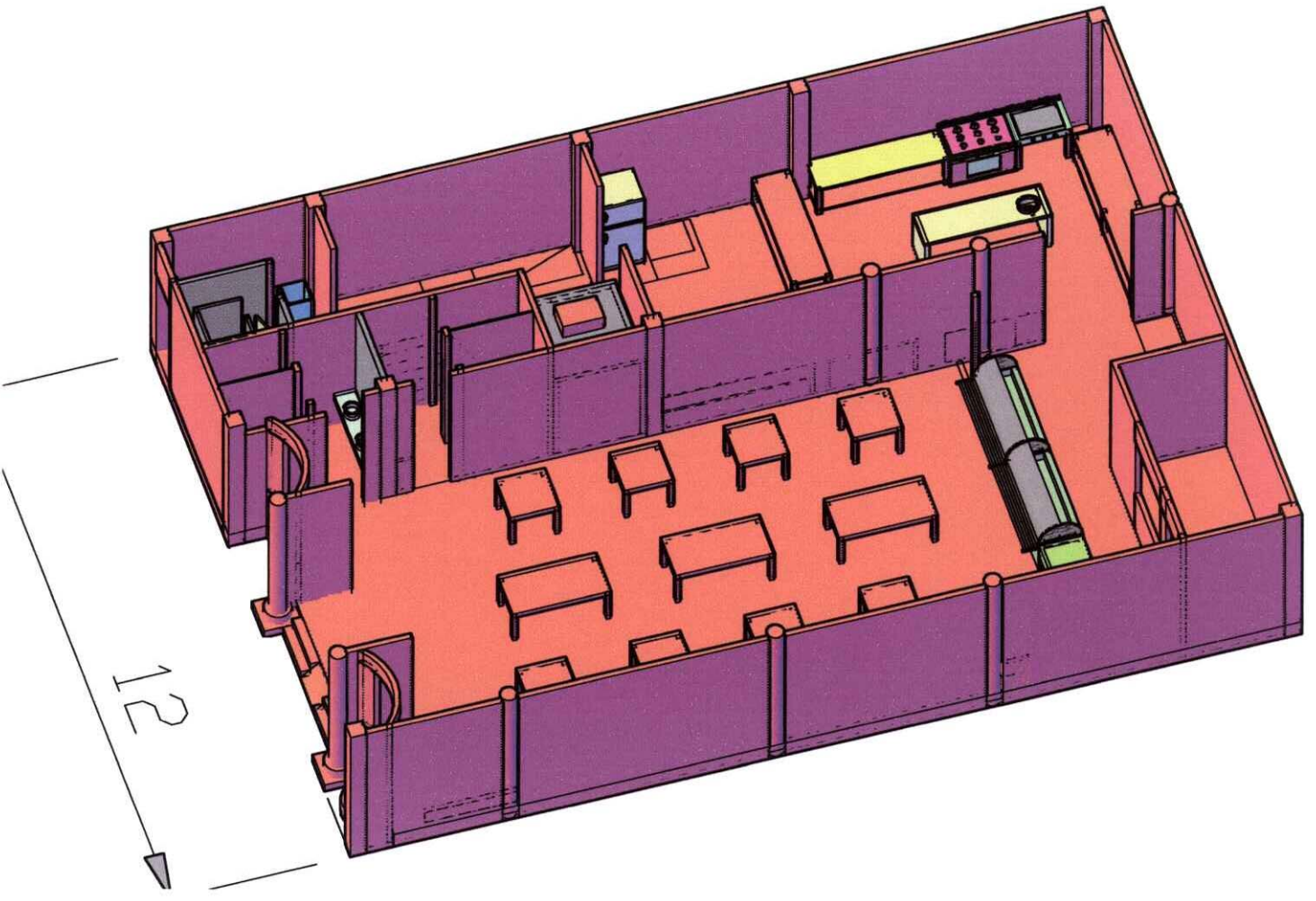
COLEGIO ESCUELA ESCUELA



## ANEXO 06

### Plano del Restaurante





## ANEXO 07

### MESAS



### SILLAS



### CASCADA FALSA EMPOTRADA EN LA PARED



### Decoración de bambú



**ANEXO 08**



**PINTURAS**  
**"EL LEON"**

Dirección Principal: Cocaniguas # 302 y Av.  
29 de Mayo (sector 5 Esq.), Telf.: 2750-928  
Santo Domingo - Ecuador  
Lombeida Zapata Bertha Silvana

Pinturas en todos los colores y  
demás accesorios para pintar  
casas - autos - etc.

CALIDAD QUE PERDURA

R.U.C. 1707921746001  
**PROFORMA**

**L2**

Señor: ..... R.U.C.: .....

Dirección: ..... Telf.: .....

Fecha: **19-06-09** ..... Guía de Remisión: .....

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.UNIT	V.VENTA
2	Canecas color Fresh Satinado blanco	94.65	189.30
2	Brochas blancas 6"	6.10	12.20
2	Rodillo Felpa completo	4.55	9.10
1	Hasquin 1 1/2"	1.35	1.35
2/4	Condor Estuco	2.48	4.96
4	Lijas Agua 120	0.36	1.44
1	Espátula comfort 4"	2.25	2.25
1	Gil Super corona Rojo 1714	22.20	22.20

Sub - Total \$	
Descuentos \$	
I.V.A. 0 %	
I.V.A. 12 %	
VALOR TOTAL \$	<b>242.80</b>

\_\_\_\_\_ Firma Autorizada      \_\_\_\_\_ Firma Cliente



Anexo 10

SOLICITUD DE COMPRA										Nro		
										Fecha		a
ALIMENTOS <input type="checkbox"/>			c	BEBIDAS <input type="checkbox"/>			Fecha requerida			b		
Compra pasada					Pedido				Cotizaciones			
Producto	Proveedor	Cantidad	Precio	Fecha	Producto	Cantidad Pedida	Unidad	Cantidad Mínima	A	B	C	Observaciones
d	e	f	g	h	i	j	k	l	m			n
Bodega			Jefe de compras			Recepción mercadería			Gerente			

- a. Día, mes, año en que se hace la solicitud
- b. Día, mes en que se necesita la mercadería
- c. Se coloca X si se trata de alimentos o X si se trata de Bebidas
- d. i. Nombre de cada artículo solicitado
- e. f. g. h. Proveedor, cantidad, precio y en que fecha se hizo la última compra.
- j. k. Cantidad requerida para la siguiente compra
- l. Cantidad mínima que se podría recibir
- m. Colocar el precio para cada artículo al localizar y pedir la cotización a los proveedores, mínimo tres.
- n. Anotaciones respecto al proveedor, fecha de entrega y plazo de pago.

Anexo 11

<b>ORDEN DE COMPRA</b>		Nro factura:		
Señores		c	d	
a	Solicitud Nro. b	Fecha de elaboración:	Fecha de entrega:	
Sirvase despachar con cargo a este restaurante y en las condiciones pactadas las mercancías que a continuación se detallarán.				
UNIDAD	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIDAD	TOTAL
f	g	h	i	j
1. El plazo de entrega es improrrogable			SUBTOTAL:	
2. La mercancía se entiende puesta en el restaurante			DESCUENTO:	
3. El pedido debe ser acompañado por esta orden			IVA:	
4. Rogamos enviar factura acompañada de la presente orden para su cancelación.			TOTAL	
_____ JEFE DE COMPRAS				e condiciones de pago

- a. A quien se le dirige la orden de compra, nombre y dirección.
- b. Colocar el número de la solicitud de compra que generó esta orden
- c. Día, mes, año en que se elabora la orden
- d. Día, mes pactado con el proveedor para cancelar la factura
- e. Número de días otorgado por el proveedor para cancelar la factura.
- f. Unidad en la que se solicita el producto
- g. Cantidad que se solicita de los mismos productos pactados con el proveedor
- h. Nombre de los correspondientes productos
- i. Valor unitario de cada artículo
- j. Valor total resultado de multiplicar (g) por (i)

Anexo 12

LISTA DE MERCADO PARA FRUTAS Y VERDURAS

Preparado por:

b

Recibido por:

Fecha: a

Artículo	Unidad	Existencia	Tamaño	Estado de Madurez	Color	Forma de Entrega	Aspecto Físico	Pedido	Precio			RECIBIDO
									A	B	C	
c	d	e	f	g	h	i	j	k	l			m
Proveedores:		a.										
n		b.										
		c.										
Jefe de Compras			Recepcionista de MP				Jefe de Costos					

- a. Día, mes, año en la que se prepara el formato
- b. El Chef debe firmar en "preparado por" y anotar la hora. Al entregar la lista al encargado de compras, éste debe firmar en "recibido"
- c. Pre-impreso se encuentran los nombres de los productos.
- d. En la que se adquiere el producto
- e. Cantidad en existencia según inventario físico.
- f. g. h. Tamaño, estado de madurez y color que se requiere del producto
- i. Forma en la que deberá recibir el producto.
- j. Cómo lucía el producto en el momento de la compra fersco, dañado, etc...
- k. Existencia que debe mantenerse y que representa el consumo diario o lo que debe existir en inventario
- l. Precio relacionado de tres cotizaciones o alternativas.
- m. Cantidad efectivamente suministrada.
- n. Nombre de proveedores tanto de frutas y verduras como de carnes.



Anexo 13

LISTA DE MERCADO PARA EL GRUPO DE CARNES, AVES, MARISCOS

Preparado por: b

Recibido Por:

Fecha: a

Artículo	Existencia	Peso	Calidad	Especificación del corte	Color	Forma de entrega	Temperatura	Pedido	Precio			RECIBIDO
									A	B	C	
c	d	e	f	g	h	i	j	k	l			m
Proveedores:		a.										
n		b.										
		c.										
Jefe de compras			Recepcionista de mercadería				Jefe de Costos					

- a. Día, mes, año en la que se prepara el formato
- b. El Chef debe firmar en "preparado por" y anotar la hora. Al entregar la lista al encargado de compras.
- c. Pre-impreso se encuentran los nombres de los productos.
- d. Cantidad en existencia según inventario físico.
- e. f. g. h. peso, calidad, color, especificación del corte, color en la que se requiere el producto
- i. Forma en la que será recibido el producto
- j. Temperatura que debe tener el producto al momento de la compra.
- k. Existencia que debe mantenerse y que representa el consumo diario o lo que debe existir en inventario
- l. Precio relacionado de tres cotizaciones o alternativas.
- m. Cantidad efectivamente suministrada.
- n. Nombre de proveedores tanto de frutas y verduras como de carnes.

Anexo 14

COMPROBANTE DE COMPRA				
b		Sto.dgo, a		
He recibido en la fecha del restaurante		la suma de:		
En letras:				
Por concepto de la compra de los artículos detallados a continuación:				
UNIDAD	CANTIDAD	ARTÍCULO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
c	d	e	f	g
			TOTAL:	
RECIBÍ:		FRIMA Y SELLO:		
NOMBRE: h		j		
ELABORADO POR: i				

- a. Día, mes, año en la que se hace la compra o se recibe la mercadería
- b. Valor del pago en número y en letras.
- c. En la que se adquiere el producto
- d. Cantidad adquirida de cada producto
- e. Nombre de cada producto que se adquiere.
- f. Valor unitario de cada artículo
- g. Resultado de multiplicar (d) por (f)
- h. Nombre del proveedor
- i. Encargado de compras o receptor
- j. Firma del proveedor con sello, si es posible.

Anexo 15

BIN CARD										
ARTICULO:		a			CODIGO:		d			
GRUPO INV:		b			NIVEL MAXIMO:		e			
UNIDAD:		c			NIVEL MINIMO:		f			
FECHA	COM REQ. Nro	ENTRADA i			SALIDA j			BALANCE k		
		Unidad	Precio Unitario	TOTAL	Unidades	Precio Unitario	TOTAL	Unidades	Precio Unitario	TOTAL
g	h									

- a. Nombre del artículo
- b. Grupo al cual pertenece
- c. Presentación del producto
- d. Número que se adjudica al producto
- e. Cantidad consumida del producto entre pedidos
- f. Cantidad que se consume del producto mientras se cumple el ciclo de compra.
- g. En que se hace el movimiento ya sea para dar entrada o salida
- h. Número del comprobante de recibo, si se trata de registrar entradas o número de la requisición si es registro de salida.
- i. Registro de las entradas.
- j. registro de las salidas.
- k. Resultado del inventario perpetuo colocando las cantidades según este sistema.

Anexo 16

MEMO DE CORRECCIÓN DE FACTURA				
		Fecha:		a
Proveedor: e		SubfacturaNro:		b
		De Fecha:		c
		Importe:		d
Hemos hecho la siguiente corrección en du factura, favor adjuntar en sus archivos				
UNIDAD	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
f	g	h	i	j
Razones: p			Corrección	k
			Impuesto	l
			Total Correc.	m
			Importe	n
			TOTAL	o
Elaborado por:		Firma de quien		
q		recibe esta nota		

- a. Día, mes, año en q se elabora la corrección
- b. Número de la factura que da origen a la corrección
- c. Día mes año en que se elaboró la factura
- d. Total que se presenta en la factura
- e. Nombre del proveedor que diligenció el despacho
- f. Unidad en la que se presenta el producto
- g. Cantidad del producto que se relaciona
- h. Nombre del producto
- i. Valor unitario de acuerdo a la factura
- j. Multiplicar (g) por (i)
- k. Resultado de la suma de la columna (j)
- l. Impuesto de la corrección
- m. Sumar (k) y (l)
- n. Total relacionado en la factura
- o. Restar (n) y (m)

**Anexo 17**

MERCANCIA RECIBIDA SIN FACTURA				Nro
Proveedor	a	Fecha:	b	
UNIDAD	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
c	d	e	f	g
TOTAL				
Elaborado por:			Firma de quien Recibe la nota:	

- a. Nombre del proveedor
- b. Día, mes, año en que se elabora la nota
- c. Unidad en que se presenta el producto
- d. Cantidad del producto que se relaciona
- e. Nombre del producto
- f. Valor unitario del artículo
- g. Multiplicar (d) por (f)

**Anexo 18**

<b>SELLO DE FACTURA</b>	
Fecha de recepción:	a
Recibido por:	b
Mercancía revisada por:	c
Comprobante recibo Nro:	d
Precios revisados por:	e
Memo de corrección Nro:	f
Cancelación:	g

- a. Día, mes, año en que se recibe la mercancía
- b. Firma del encargado de recibo
- C. Firma de la persona que supervisó la revisión de la mercancía, cuando se deja en blanco la responsabilidad recae sobre el receptor.
- d. Número del comprobante de recibo de mercancía
- e. Firma del encargado de compras autorizando precios, cuando se deja en blanco significa que los precios son los mismos pactados en Lista de mercado u Orden de compra.
- f. Número del Memo de corrección de factura, en el caso que se diligencie.
- g. Aprobación para ser pagada la factura.

Anexo 19

COMPROBANTE RECIBO DE MERCANCÍA			Nro.			
FECHA:	a	OC Nro:	c	Destino Mercancía		
		LM:	Otros:	A B		
				General		
Proveedor:	b	Fact Nro:	d			
		CC:	RSF:	Renglones Reporte Diario		
UNIDAD	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL	GRUPO INVENTARIO	TRATAMIENTO
						DIRECTO
g	h	i	j	k	l	m
RECOPIACIÓN			p	TOTAL	o	<del> </del>
GRUPO	DIRECTO	INVENTARIO	TOTAL	Recibido por: Compras: Contabilidad:		

a. Día, mes, año en que se elabora el comprobante

b. Nombre del proveedor

c. Gestión de compra; OC, número de la orden de compra; LM, lista de mercado

d. Colocar el número de la factura del proveedor y del memo de corrección; CC, comprobante de compra;

RSF, número de la mercancía recibida sin factura si es el caso.

e. Lugar donde se despacha la mercadería

f. Se colocan los números de los renglones donde se relaciona este comprobante en el Reporte diario recibo

l. Colocar la clave que corresponda de acuerdo al grupo de inventario que pertenece el producto.

m. Colocar esta columna si el producto se considera como "directo"

n. Colocar el valor en esta columna si el producto se considera como "inventario"

p. Relacionar en las casillas los grupos de inventario incluidos en el comprobante y su tratamiento de "Directo" e "inventario" totalizando.

Anexo 20

MEAT TAG		Nro:
a	Grupo:	Clase:
c	Corte:	Peso:
e	Nro Porciones:	Costo libra:
g	Proveedor:	Costo Total:
l	Fecha recibo:	Comprobante:
k	Fecha max consumo:	
Grupo:		Clase:
Corte:		Peso:
Nro Porciones:		Costo libra:
Proveedor:		Costo Total:
Fecha recibo:		Comprobante:
Fecha max consumo:		

- a. Grupo de inventario
- b. Clase de carne de acuerdo al grupo
- c. Nombre del corte
- d. Peso total de las porciones agrupadas en el paquete
- e. Número de porciones que contiene el paquete
- f. Costo por libra
- g. Nombre del proveedor
- h. Resultado de multiplicar (d) por (f)
- i. Día, mes, año en que se elabora la etiqueta
- j. Número del Comprobante de recibo de mercadería
- k. Día, mes, máximo para consumir el producto.

**ANEXO 21****RECETAS ESTÁNDAR****Nombre: Desayuno Americano****# PAX: 1**

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Leche/café	Lt/1000ml	0,250	0,80	0,20
Pan	Unidad	2,000	0,10	0,20
Queso	Kg/1000gr	0,050	2,20	0,11
Huevos	Unidad	2,000	0,10	0,20
Jugo naranja	Vaso	1,000	0,20	0,20
Mantequilla	Kg/300gr	0,035	2,02	0,07
<b>Costo Neto:</b>				0,98
<b>5% Varios:</b>				0,05
<b>Costo por PAX:</b>				1,03

**Nombre: Desayuno Colorado con carne****# PAX: 1**

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Café	Taza	1,000	0,1	0,10
Molido de verde	Unidad	2,000	0,1	0,20
Queso	Kg/1000gr	0,050	2,2	0,11
Carne	Kg/1000gr	0,080	4,38	0,35
Huevos	Unidad	1,000	0,10	0,10
Jugo	Vaso	1,000	0,20	0,20
<b>Costo Neto:</b>				1,06
<b>5% Varios:</b>				0,05
<b>Costo por PAX:</b>				1,11



## Menú 01

SOPA

**Nombre:** Caldo de Gallina

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gallina	Kg/1000gr	0,120	3,00	0,36
Arvejas tiernas	Kg/1000gr	0,040	2,00	0,08
Zanahoria amarilla	Kg/1000gr	0,020	0,50	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,032
Arroz	Kg/1000gr	0,025	0,76	0,02
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,010	0,98	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Apio	Kg/1000gr	0,004	0,92	0,00
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,57
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,60

PLATO FUERTE

**Nombre:** Filete de pescado en salsa de limón y ajo

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Filete de pescado	Kg/1000gr	0,100	5,00	0,50
Aceite	Lt/1000ml	0,003	2,25	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,015	1,90	0,03
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Orégano	kg/50gr	0,005	0,55	0,00
Vino blanco	Lt/750ml	0,030	2,30	0,07
Limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,007	0,45	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,66
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,70

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Zukini	Kg/1000gr	0,080	0,60	0,05
<b>Costo Neto:</b>				0,14
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,14

POSTRE

**Nombre:** Helado de Guanábana

**# PAX:** 15

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Guanábana	Unidad	1,000	2,00	2,00
Leche	Lt/1000ml	0,500	0,80	0,40
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
Huevos	Unidad	5,000	0,10	0,50
Limón	Unidad	0,250	0,05	0,01
Crema de leche	Kg/220gr	1,000	1,10	1,10
			<b>Costo Neto:</b>	4,29
			<b>5% Varios:</b>	0,21
			<b>Costo Total:</b>	4,51
			<b>Costo por PAX:</b>	0,30

BEBIDA

**Nombre:** Jugo de Naranja

**# PAX:** 8

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Naranja	Unidad	10,000	0,06	0,60
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,120	0,56	0,07
			<b>Costo Neto:</b>	0,72
			<b>5% Varios:</b>	0,04
			<b>Costo Total:</b>	0,75
			<b>Costo por PAX:</b>	0,09

## Menú 02

*SOPA*

**Nombre:** Crema de Zanahoria

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,1
Zanahoria amarilla	Kg/1000gr	0,080	0,50	0,04
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Caldo de Carne	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Canguil	Kg/1000gr	0,014	1,00	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Apio	Kg/1000gr	0,004	0,92	0,00
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,30
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,32

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Menestra de fréjol bolón con carne a la plancha

**# PAX:** 1

**Menestra**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Fréjol bolón	Kg/1000gr	0,050	1,60	0,08
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,14
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,15

**Carne y guarnición**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de res	Kg/1000gr	0,100	4,38	0,44
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Ajo	Kg/1000gr	0,004	1,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,57
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,60

*POSTRE*

**Nombre:** Gelatina de coco

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Coco	Lt/1000ml	1,000	1,00	1,00
Leche	Lt/1000ml	1,000	0,80	0,80
Azúcar	Kg/1000gr	0,750	0,56	0,42
Almidón de yuca	Kg/1000gr	0,028	2,02	0,06
Huevos	Unidad	8,000	0,10	0,80
			<b>Costo Neto:</b>	3,08
			<b>5% Varios:</b>	0,15
			<b>Costo Total:</b>	3,23
			<b>Costo por PAX:</b>	0,32

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Coco

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Coco	Unidad	1,000	1,00	1,00
Leche	Lt/1000ml	1,000	0,80	0,80
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,250	0,56	0,14
			<b>Costo Neto:</b>	1,99
			<b>5% Varios:</b>	0,10
			<b>Costo Total:</b>	2,09
			<b>Costo por PAX:</b>	0,21

### Menú 03

*SOPA*

**Nombre:** Sancocho Serrano

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pecho de res	Kg/1000gr	0,080	2,00	0,16
Cloco tierno	Kg/1000gr	0,040	1,40	0,06
Arveja	Kg/1000gr	0,020	2,00	0,04
Zanahoria	Kg/1000gr	0,080	0,50	0,04
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,010	0,85	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Yuca	Kg/1000gr	0,083	0,35	0,03
Arroz	Kg/1000gr	0,005	0,76	0,00
Mantequilla	Kg/300gr	0,005	2,02	0,01
Ají	Kg/50gr	0,002	0,04	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,37
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,39

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Tallarín con carne y crema

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Fideo tallarín	kg/200gr	0,060	0,70	0,04
Carne de cerdo	Kg/1000gr	0,120	4,82	0,58
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Crema de leche	Kg/220gr	0,050	1,10	0,06
<b>Costo Neto:</b>				0,73
<b>5% Varios:</b>				0,04
<b>Costo por PAX:</b>				0,77

*POSTRE*

**Nombre:** Queso de leche

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Azúcar	Kg/1000gr	0,350	0,56	0,20
Huevos	Unidad	10,000	0,10	1,00
Canela	Kg/30gr	0,001	0,57	0,00
Leche	Lt/1000ml	1,000	0,80	0,80
			<b>Costo Neto:</b>	2,00
			<b>5% Varios:</b>	0,10
			<b>Costo Total:</b>	2,10
			<b>Costo por PAX:</b>	0,17

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Papaya

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Papaya	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	4,000	0,05	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	1,48
			<b>5% Varios:</b>	0,07
			<b>Costo Total:</b>	1,55
			<b>Costo por PAX:</b>	0,08

## Menú 04

*SOPA*

**Nombre:** Chupe de Camarones

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camarón	Kg/1000gr	0,100	5,00	0,50
Yuca	Kg/1000gr	0,083	0,35	0,03
Plátano verde	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
Pimiento	Kg/1000gr	0,010	0,94	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,010	2,25	0,02
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Maní molido	Kg/1000gr	0,040	2,40	0,10
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
<b>Costo Neto:</b>				0,81
<b>5% Varios:</b>				0,04
<b>Costo por PAX:</b>				0,85

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Pescado estofado

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pescado	Kg/1000gr	0,100	5,00	0,50
Jugo de limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Harina	Kg/1000gr	0,010	1,69	0,02
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Salsa de tomate	Bot/390gr	0,028	1,37	0,04
Arvejas tiernas	Kg/1000gr	0,025	2,00	0,05
salsa china	Kg/480gr	0,014	1,33	0,02
Pepinillo	Kg/1000gr	0,050	1,00	0,05
<b>Costo Neto:</b>				0,73
<b>5% Varios:</b>				0,04
<b>Costo por PAX:</b>				0,76

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Plátano verde	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,12
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,12

POSTRE

Nombre: Borrachitos de piña

# PAX: 16

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Piña	Unidad	1,000	0,75	0,75
Azúcar	Kg/1000gr	0,112	0,56	0,06
Huevos	Unidad	2,000	0,10	0,20
Harína	Kg/1000gr	0,112	0,70	0,08
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Aceite	Lt/1000ml	0,500	2,25	1,13
<b>Costo Neto:</b>				2,32
<b>5% Varios:</b>				0,12
<b>Costo Total:</b>				2,43
<b>Costo por PAX:</b>				0,15

Crema

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,250	0,80	0,20
Canela	Kg/30gr	0,001	0,57	0,00
Huevo	Unidad	4,000	0,10	0,40
Vainilla	Lt/175ml	0,014	1,00	0,01
Pisco	Lt/750ml	0,175	6,50	1,14
Azúcar	Kg/1000gr	0,250	0,56	0,14
<b>Costo Neto:</b>				1,89
<b>5% Varios:</b>				0,09
<b>Costo Total:</b>				1,99
<b>Costo por PAX:</b>				0,12

BEBIDA

Nombre: Jugo de Piña

# PAX: 12

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Piña	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
<b>Costo Neto:</b>				1,38
<b>5% Varios:</b>				0,07
<b>Costo Total:</b>				1,45
<b>Costo por PAX:</b>				0,12



## Menú 05

*SOPA*

**Nombre:** Crema de Zapallo

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Zapallo	Kg/1000gr	0,080	0,42	0,03
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Caldo de Carne	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Canguil	Kg/1000gr	0,014	1,00	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Apio	Kg/1000gr	0,004	0,92	0,00
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,30
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,31

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Lengua en salsa de maní

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lengua de res	Kg/1000gr	0,120	2,60	0,31
Papas	Kg/1000gr	0,100	0,45	0,05
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Maní molido	Kg/1000gr	0,014	2,40	0,03
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
<b>Costo Neto:</b>				0,55
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,57

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Vainitas	Kg/1000gr	0,050	1,10	0,06
Zanahoria	Kg/1000gr	0,050	0,50	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,17
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

*POSTRE*

**Nombre:** Torta de choclo con queso y miel

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Choclo	Kg/1000gr	0,500	1,40	0,70
Almíbar	Kg/1000gr	0,250	0,35	0,09
Huevos	Unidad	2,000	0,10	0,20
Mantequilla	Kg/300g	0,056	2,02	0,11
Queso	Kg/1000gr	0,112	2,20	0,25
			<b>Costo Neto:</b>	1,35
			<b>5% Varios:</b>	0,07
			<b>Costo Total:</b>	1,41
			<b>Costo por PAX:</b>	0,14

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Sandía

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Sandía	Unidad	1,000	3,00	3,00
Agua	Lt/1000ml	3,000	0,05	0,15
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	3,43
			<b>5% Varios:</b>	0,17
			<b>Costo Total:</b>	3,60
			<b>Costo por PAX:</b>	0,18

## Menú 06

SOPA

**Nombre:** Caldo de Menudencia

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Menudencia de Pollo	Kg/1000gr	0,080	1,00	0,08
Arvejas secas	Kg/1000gr	0,030	1,40	0,04
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,032
Arroz	Kg/1000gr	0,025	0,76	0,02
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,010	2,25	0,02
Papa	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,26
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,27

PLATO FUERTE

**Nombre:** Pollo en ciruelas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pollo	Kg/1000gr	0,120	2,20	0,26
Harina de trigo	Kg/1000gr	0,005	1,20	0,01
Ciruelas pasas	kg/300gr	0,014	1,88	0,03
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,45
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,47

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Vainitas	Kg/1000gr	0,050	1,10	0,06
Zanahoria	Kg/1000gr	0,050	0,50	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,17
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

POSTRE

Nombre: Muss de maracuyá

# PAX: 12

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Maracuyá	Unidades	10,000	0,10	1,00
Mantequilla	Kg/300g	0,100	2,02	0,20
Huevos	Unidad	2,000	0,10	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,130	0,56	0,07
Gelatina sin sabor	kg/225gr	0,100	1,20	0,12
Crema de leche	Kg/220gr	2,000	1,10	2,20
			<b>Costo Neto:</b>	3,79
			<b>5% Varios:</b>	0,19
			<b>Costo por PAX:</b>	0,33

BEBIDA

Nombre: Jugo de Babaco

# PAX: 15

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Babaco	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	3,000	0,05	0,15
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	1,43
			<b>5% Varios:</b>	0,07
			<b>Costo Total:</b>	1,50
			<b>Costo por PAX:</b>	0,10

## Menú 07

SOPA

**Nombre:** Sopa de Quinua

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costilla de res	Kg/1000gr	0,080	2,00	0,16
Quinua	Kg/1000gr	0,020	2,80	0,06
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Papas	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Caldo de Carne	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Maní molido	Kg/1000gr	0,014	2,40	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,41
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,43

PLATO FUERTE

**Nombre:** Bistec de hígado

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Hígado de res	Kg/1000gr	0,120	3,48	0,42
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,53
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,56

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Plátano maduro	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,12
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,13

*POSTRE*

**Nombre:** Dulce de durazno

**# PAX:** 25

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Duraznos	Unidades	25,000	0,16	4,00
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
Canela	Kg/30gr	0,010	0,57	0,01
<b>Costo Neto:</b>				4,29
<b>5% Varios:</b>				0,21
<b>Costo por PAX:</b>				0,18

*BEBIDA*

**Nombre:** Limonada

**# PAX:** 4

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Limón	Unidad	3,000	0,05	0,15
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,225	0,56	0,13
<b>Costo Neto:</b>				0,33
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo Total:</b>				0,34
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

## Menú 08

SOPA

**Nombre:** Sopa Marinera

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camarón	Kg/1000gr	0,050	5,00	0,25
Cangrejo	Unidad	0,500	0,66	0,33
Calamares	Kg/1000gr	0,050	1,40	0,07
Pescado	Kg/1000gr	0,050	1,50	0,08
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Cebolla Paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
			<b>Costo Neto:</b>	0,80
			<b>5% Varios:</b>	0,04
			<b>Costo por PAX:</b>	0,84

PLATO FUERTE

**Nombre:** Arroz con calamares

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Calamares	Kg/1000gr	0,100	1,40	0,14
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,028	0,85	0,02
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Arroz	Kg/1000gr	0,150	0,76	0,11
Pimiento	Kg/1000gr	0,028	0,94	0,03
Ají	Kg/1000gr	0,004	0,80	0,00
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
			<b>Costo Neto:</b>	0,36
			<b>5% Varios:</b>	0,02
			<b>Costo por PAX:</b>	0,38

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Plátano maduro	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
			<b>Costo Neto:</b>	0,03
			<b>5% Varios:</b>	0,00
			<b>Costo por PAX:</b>	0,03

POSTRE

**Nombre:** Ensalada de frutas con crema

**# PAX:** 10

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papaya	Unidad	0,250	0,45	0,11
Melón	Unidad	0,167	1,40	0,23
Sandía	Unidad	0,125	2,60	0,33
Piña	Unidad	0,250	0,75	0,19
Uvas	Kg/1000gr	0,500	1,00	0,50
Guineo	Unidad	3,000	0,10	0,30
Manzana	Unidad	2,000	0,25	0,50
<b>Costo Neto:</b>				2,16
<b>5% Varios:</b>				0,11
<b>Costo total:</b>				2,27
<b>Costo por PAX:</b>				0,23

Crema

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Crema de leche	Kg/220gr	0,110	1,10	0,12
Azúcar impalpable	kg/250gr	0,010	0,65	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,13
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo total:</b>				0,13
<b>Costo por PAX:</b>				0,01

BEBIDA

**Nombre:** Chicha

**# PAX:** 12

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Chicha	Lt/1000ml	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,225	0,56	0,13
<b>Costo Neto:</b>				1,23
<b>5% Varios:</b>				0,06
<b>Costo Total:</b>				1,29
<b>Costo por PAX:</b>				0,11



## Menú 09

SOPA

**Nombre:** Caldo de patas de res

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pata de res	Kg/1000gr	0,080	1,98	0,16
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,010	2,25	0,02
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Mote	Kg/1000gr	0,025	1,60	0,04
<b>Costo Neto:</b>				0,35
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,37

PLATO FUERTE

**Nombre:** Ubre en vino

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Ubre	Kg/1000gr	0,120	2,60	0,31
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Harina	Kg/1000gr	0,010	1,69	0,02
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,028	0,85	0,02
Vino Blanco	Lt/750ml	0,030	2,30	0,07
<b>Costo Neto:</b>				0,48
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,51

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Papas fritas	Kg/1000gr	0,100	0,82	0,08
<b>Costo Neto:</b>				0,17
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

POSTRE

Nombre: Helado de babaco

# PAX: 10

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Babaco	Unidad	1,000	1,00	1,00
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
Huevos	Unidad	3,000	0,10	0,30
Limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Crema de leche	Kg/220gr	1,000	1,10	1,10
			<b>Costo Neto:</b>	2,71
			<b>5% Varios:</b>	0,14
			<b>Costo total:</b>	2,84
			<b>Costo por PAX:</b>	0,28

BEBIDA

Nombre: Jugo de Badea

# PAX: 24

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Badea	Unidad	1,000	2,00	2,00
Agua	Lt/1000ml	6,000	0,05	0,30
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	2,58
			<b>5% Varios:</b>	0,13
			<b>Costo Total:</b>	2,71
			<b>Costo por PAX:</b>	0,11

## Menú 10

SOPA

**Nombre:** Locro de Acelgas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Acelgas	Kg/1000gr	0,040	0,50	0,02
Papas	Kg/1000gr	0,150	0,45	0,07
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,27
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,28

PLATO FUERTE

**Nombre:** Estofado de carne y verduras

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de res	Kg/1000gr	0,100	4,38	0,44
Papas	Kg/1000gr	0,030	0,45	0,01
Zanahoria	Kg/1000gr	0,030	0,50	0,015
Vainitas	Kg/1000gr	0,030	1,20	0,04
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,028	0,85	0,02
Pimiento	Kg/1000gr	0,028	0,94	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,028	2,25	0,06
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,67
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,71

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*POSTRE*

**Nombre:** Dulce de peras

**# PAX:** 32

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Peras	Unidades	16,000	0,12	1,92
Azúcar	Kg/1000gr	0,250	0,56	0,14
Canela	Kg/30gr	0,010	0,57	0,01
			<b>Costo Neto:</b>	2,07
			<b>5% Varios:</b>	0,10
			<b>Costo por PAX:</b>	0,07

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Coco

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Coco	Unidad	1,000	1,00	1,00
Leche	Lt/1000ml	1,000	0,80	0,80
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,250	0,56	0,14
			<b>Costo Neto:</b>	1,99
			<b>5% Varios:</b>	0,10
			<b>Costo Total:</b>	2,09
			<b>Costo por PAX:</b>	0,21

## Menú 11

SOPA

**Nombre:** Locro de Papas con col

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Col	Kg/1000gr	0,005	0,40	0,00
Papas	Kg/1000gr	0,150	0,45	0,07
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Aguacate	Unidad	0,250	0,25	0,06
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,31
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,33

PLATO FUERTE

**Nombre:** Pollo a la Italiana

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pollo	Kg/1000gr	0,125	5,04	0,63
Aceite	Lt/1000ml	0,020	2,25	0,05
Vinagre	Lt/500ml	0,015	0,82	0,01
Mostaza	Kg/240gr	0,005	1,05	0,01
Páprika	Kg/30gr	0,003	1,67	0,01
Tomillo seco	Kg/50gr	0,003	0,62	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,70
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,73

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Coliflor	Kg/454gr	0,050	0,25	0,01
Arveja	Kg/1000gr	0,040	2,00	0,08
<b>Costo Neto:</b>				0,18
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,18

POSTRE

**Nombre:** Torta de maqueño

**# PAX:** 10

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Maqueño	Unidad	4,000	0,15	0,60
Mantequilla	Kg/300gr	0,056	2,02	0,11
Queso	Kg/1000gr	0,224	2,20	0,49
Azúcar	Kg/1000gr	0,224	0,56	0,13
Huevos	Unidad	3,000	0,10	0,30
Limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Pasas	Kg/300gr	0,056	1,88	0,11
Canela en polvo	Kg/30gr	0,001	0,57	0,00
<b>Costo Neto:</b>				1,76
<b>5% Varios:</b>				0,09
<b>Costo total:</b>				1,85
<b>Costo por PAX:</b>				0,19

BEBIDA

**Nombre:** Jugo de Naranja

**# PAX:** 5

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Naranja	Unidad	5,000	0,10	0,50
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,200	0,56	0,11
<b>Costo Neto:</b>				0,66
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo Total:</b>				0,70
<b>Costo por PAX:</b>				0,14

## Menú 12

*SOPA*

**Nombre:** Sopa de fréjol palmito

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costilla de res	Kg/1000gr	0,080	2,00	0,16
Fréjol palmito	Kg/1000gr	0,030	1,60	0,05
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Papas	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Cebolla Paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,30
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,32

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Carne de cerdo en salsa de uvillas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cerdo	Kg/1000gr	0,100	4,82	0,48
Uvillas	Kg/420g	0,030	2,39	0,07
Vino blanco	Lt/750ml	0,030	2,30	0,07
Crema de leche	Kg/220gr	0,014	1,10	0,02
<b>Costo Neto:</b>				0,64
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,67

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Coliflor	Kg/454gr	0,050	0,25	0,01
Arveja	Kg/1000gr	0,040	2,00	0,08
<b>Costo Neto:</b>				0,18
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,18

*POSTRE*

**Nombre:** Manzanas al horno

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Manzanas	Unidad	10,000	0,25	2,50
Vino blanco	Lt/750ml	0,125	2,30	0,29
Azúcar	Kg/1000gr	0,250	0,56	0,14
crema de leche	Kg/220gr	1,000	1,10	1,10
Huevo	Unidad	3,000	0,10	0,30
Agua	Lt/1000ml	0,250		
<b>Costo Neto:</b>				4,33
<b>5% Varios:</b>				0,22
<b>Costo total:</b>				4,54
<b>Costo por PAX:</b>				0,23

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Tomate de árbol

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Tomate de árbol	Unidad	10,000	0,10	1,00
Agua	Lt/1000ml	3,000	0,05	0,15
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
<b>Costo Neto:</b>				1,43
<b>5% Varios:</b>				0,07
<b>Costo Total:</b>				1,50
<b>Costo por PAX:</b>				0,13



## Menú 13

SOPA

**Nombre:** Sopa de Albóndigas de verde

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de Pulpa	Kg/1000gr	0,080	4,38	0,35
Plátano verde	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
Zanahoria	Kg/1000gr	0,080	0,50	0,04
Papas	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Caldo de Carne	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Col	Kg/1000gr	0,005	0,40	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,51
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,54

PLATO FUERTE

**Nombre:** Guatita criolla

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mondongo	Kg/1000gr	0,100	3,40	0,34
Papas	Kg/1000gr	0,100	0,45	0,05
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,020	2,25	0,05
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Maní molido	Kg/1000gr	0,028	2,40	0,07
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
<b>Costo Neto:</b>				0,63
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,66

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Rodaja de limón	Unidad	0,250	0,05	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,15
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,15

POSTRE

Nombre: Bizcochuelo de naranjilla

# PAX: 12

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Maicena	Kg/400gr	0,028	0,99	0,03
Naranjilla	Unidad	5,000	0,10	0,50
Azúcar	Kg/1000gr	0,336	0,56	0,19
Huevos	Unidad	4,000	0,10	0,40
<b>Costo Neto:</b>				1,12
<b>5% Varios:</b>				0,06
<b>Costo Total:</b>				1,17
<b>Costo por PAX:</b>				0,10

Relleno

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Maicena	Kg/400gr	0,028	0,99	0,03
Naranjilla	Unidad	5,000	0,10	0,50
Azúcar	Kg/1000gr	0,336	0,56	0,19
Huevos	Unidad	4,000	0,10	0,40
Azúcar impalpable	kg/200gr	1,000	0,65	1,00
Mantequilla	Kg/300gr	0,028	2,02	0,06
<b>Costo Neto:</b>				2,17
<b>5% Varios:</b>				0,11
<b>Costo total:</b>				2,28
<b>Costo por PAX:</b>				0,19

BEBIDA

Nombre: Jugo de Mandarina

# PAX: 4

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mandarina	Unidad	5,000	0,10	0,50
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,200	0,56	0,11
<b>Costo Neto:</b>				0,66
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo Total:</b>				0,70
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

## Menú 14

SOPA

**Nombre:** Sopa de Avena Tostada

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Avena	Kg/1000gr	0,010	0,60	0,01
Huevo	Unidad	0,500	0,10	0,05
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Papas	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Caldo de Pollo	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Pimiento Verde	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,24
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,26

PLATO FUERTE

**Nombre:** Chuleta de chanco en salsa de naranja

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Chuleta de cerdo	Kg/1000gr	0,125	4,38	0,55
Aceite	Lt/1000ml	0,028	2,25	0,06
Naranja	Unidad	0,500	0,06	0,03
Harina de trigo	Kg/1000gr	0,005	1,20	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,65
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,68

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Col morada	Kg/454gr	0,100	0,50	0,05
Vino tinto	Lt/750ml	0,010	2,30	0,02
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,16
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

*POSTRE*

**Nombre:** Helado de Guineo

**# PAX:** 8

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Guineo	Unidad	3,000	0,10	0,30
Huevos	Unidad	4,000	0,10	0,40
Azúcar	Kg/1000gr	0,336	0,56	0,19
Huevos	Unidad	4,000	0,10	0,40
Limón	Unidad	1,000	0,05	0,05
Vainilla	Lt/175ml	0,014	1,00	0,01
<b>Costo Neto:</b>				1,35
<b>5% Varios:</b>				0,07
<b>Costo total:</b>				1,42
<b>Costo por PAX:</b>				0,18

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Mango

**# PAX:** 4

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Mango	Unidad	2,000	0,25	0,50
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,200	0,56	0,11
<b>Costo Neto:</b>				0,66
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo Total:</b>				0,70
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

## Menú 15

SOPA

**Nombre:** Aguado de Gallina

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gallina	Kg/1000gr	0,120	3,00	0,36
Caldo de Pollo	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Arvejas tiernas	Kg/1000gr	0,020	2,00	0,04
Zanahoria amarilla	Kg/1000gr	0,020	0,50	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,032
Arroz	Kg/1000gr	0,014	0,76	0,01
Pimiento Verde	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Apio	Kg/1000gr	0,004	0,92	0,00
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,010	2,25	0,02
Mantequilla	Kg/300gr	0,005	2,02	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,58
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,61

PLATO FUERTE

**Nombre:** Riñones estofados

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Riñones de res	Kg/1000gr	0,100	2,40	0,24
Jugo de limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Tomate	Kg/1000gr	0,014	0,80	0,01
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,028	0,85	0,02
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Vino	Lt/750ml	0,020	2,30	0,05
<b>Costo Neto:</b>				0,39
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,41

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papa Salteada	Kg/1000gr	0,100	0,60	0,06
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
			<b>Costo Neto:</b>	0,15
			<b>5% Varios:</b>	0,01
			<b>Costo por PAX:</b>	0,16

POSTRE

**Nombre:** Zapallo con miel de panela

**# PAX:** 10

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Panela	Kg/200gr	1,000	0,20	0,20
Canela	Kg/30gr	0,001	0,57	0,00
Zapallo	Kg/1000gr	1,000	0,42	0,42
			<b>Costo Neto:</b>	0,62
			<b>5% Varios:</b>	0,03
			<b>Costo Total:</b>	0,65
			<b>Costo por PAX:</b>	0,07

BEBIDA

**Nombre:** Quaker

**# PAX:** 16

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Avena	Kg/1000gr	0,225	0,60	0,14
Agua	Lt/1000ml	4,000	0,05	0,20
Naranja	Unidad	2,000	0,10	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,300	0,56	0,17
			<b>Costo Neto:</b>	0,70
			<b>5% Varios:</b>	0,04
			<b>Costo Total:</b>	0,74
			<b>Costo por PAX:</b>	0,05

## Menú 16

SOPA

**Nombre:** Crema de Tomate

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,1
Tomate	Kg/1000gr	0,080	0,80	0,064
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Caldo de Carne	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Canguil	Kg/1000gr	0,014	1,00	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Apio	Kg/1000gr	0,004	0,92	0,00
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,33
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,34

PLATO FUERTE

**Nombre:** Pollo Agridulce

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pollo	Kg/1000gr	0,110	2,20	0,24
Vinagre	Lt/500ml	0,015	0,82	0,01
Salsa de tomate	Bot/390gr	0,006	1,37	0,01
Brócoli	Kg/1000gr	0,060	0,45	0,03
Pimiento rojo	Kg/1000gr	0,028	0,98	0,03
Pimiento verde	Kg/1000gr	0,028	0,94	0,03
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Cebolla perla	Kg/1000gr	0,014	1,10	0,02
Caldo de Pollo	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Maicena	Kg/400gr	0,005	0,99	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,40
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,42

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*POSTRE*

**Nombre:** Budín de guineo

**# PAX:** 15

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Guineo	Unidad	8,000	0,10	0,80
Maicena	Kg/400gr	0,028	0,99	0,03
Mantequilla	Kg/300gr	0,028	2,02	0,06
Vainilla	Lt/175ml	0,010	1,00	0,01
Huevos	Unidad	8,000	0,10	0,80
Azúcar	Kg/1000gr	0,170	0,56	0,10
<b>Costo Neto:</b>				1,79
<b>5% Varios:</b>				0,09
<b>Costo por PAX:</b>				0,13

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Tamarindo

**# PAX:** 16

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Tamarindo	Kg/1000gr	0,500	2,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	4,000	0,05	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
<b>Costo Neto:</b>				1,48
<b>5% Varios:</b>				0,07
<b>Costo Total:</b>				1,55
<b>Costo por PAX:</b>				0,10



## Menú 17

SOPA

**Nombre:** Biche de Cangrejo

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cangrejo	Unidad	1,000	0,66	0,66
Maní	Kg/1000gr	0,030	2,40	0,07
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Maduro	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
Choclo	Kg/1000gr	0,028	1,40	0,04
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Yuca	Kg/1000gr	0,040	0,35	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,87
<b>5% Varios:</b>				0,04
<b>Costo por PAX:</b>				0,91

PLATO FUERTE

**Nombre:** Corvina en salsa de pimientos

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Corvina	Kg/1000gr	0,100	6,00	0,60
Pimientos verdes	Kg/1000gr	0,030	0,94	0,03
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,020	0,85	0,02
Fideo tallarín	kg/200gr	0,005	0,70	0,00
Rábanos	Kg/1000gr	0,010	1,05	0,01
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Yemas de huevo	Unidad	1,000	0,10	0,10
Caldo de pescado	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Salsa inglesa	Lt/160ml	0,004	1,70	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,85
<b>5% Varios:</b>				0,04
<b>Costo por PAX:</b>				0,89

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lechuga crespá	Kg/1000gr	0,030	0,42	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,14
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,14

*POSTRE*

**Nombre:** Helado de naranja

**# PAX:** 8

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Naranja	Unidad	4,000	0,06	0,24
Crema de leche	Kg/220gr	0,220	1,10	0,24
Azúcar	Kg/1000gr	0,375	0,56	0,21
<b>Costo Neto:</b>				0,69
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Mora

**# PAX:** 8

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Mora	Kg/1000gr	0,500	2,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,300	0,56	0,17
<b>Costo Neto:</b>				1,27
<b>5% Varios:</b>				0,06
<b>Costo Total:</b>				1,33
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

## Menú 18

SOPA

**Nombre:** Crema de Papas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,1
Papa	Kg/1000gr	0,160	0,45	0,072
Mantequilla	Kg/300gr	0,005	2,02	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Yema de Huevo	unidad	0,500	0,10	0,05
			<b>Costo Neto:</b>	0,25
			<b>5% Varios:</b>	0,01
			<b>Costo por PAX:</b>	0,26

PLATO FUERTE

**Nombre:** Bistec de pollo

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pollo	Kg/1000gr	0,120	2,20	0,26
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
			<b>Costo Neto:</b>	0,38
			<b>5% Varios:</b>	0,02
			<b>Costo por PAX:</b>	0,40

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lechuga crespá	Kg/1000gr	0,030	0,42	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
			<b>Costo Neto:</b>	0,14
			<b>5% Varios:</b>	0,01
			<b>Costo por PAX:</b>	0,14

*POSTRE*

**Nombre:** Torta de chocolate

**# PAX:** 15

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	Kg/1000gr	0,336	0,70	0,24
Maicena	Kg/400gr	0,056	0,99	0,06
Chocolate	kg/200gr	1,000	0,95	0,95
Azúcar	Kg/1000gr	0,336	0,56	0,19
Huevos	Unidad	4,000	0,10	0,40
Leche	Lt/1000ml	0,500	0,80	0,40
Mantequilla	Kg/300gr	0,168	2,02	0,34
Vainilla	Lt/175ml	0,010	1,00	0,01
Polvo de hornear	Kg/100gr	0,014	1,30	0,02
			<b>Costo Neto:</b>	2,60
			<b>5% Varios:</b>	0,13
			<b>Costo por PAX:</b>	0,18

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Guanábana

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Guanábana	Unidades	1,000	2,00	2,00
Agua	Lt/1000ml	5,000	0,05	0,25
Azúcar	Kg/1000gr	0,600	0,56	0,34
			<b>Costo Neto:</b>	2,59
			<b>5% Varios:</b>	0,13
			<b>Costo Total:</b>	2,72
			<b>Costo por PAX:</b>	0,14

## Menú 19

*SOPA*

**Nombre:** Morocho de Sal

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Morocho Quebrado	Kg/1000gr	0,050	1,20	0,06
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,28
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,29

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Lomo en vino tinto y hongos

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lomo de res	Kg/1000gr	0,080	5,00	0,40
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Vino tinto	Lt/750ml	0,020	2,50	0,05
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,020	0,85	0,02
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Pimiento verde	Kg/1000gr	0,020	0,94	0,02
Salsa inglesa	Lt/160ml	0,004	1,70	0,01
Mostaza	Kg/240gr	0,005	1,05	0,01
Laurel	Kg/50gr	0,001	0,68	0,00
Hongos frescos	Kg/220gr	0,020	1,16	0,02
<b>Costo Neto:</b>				0,56
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,58

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Brócoli	Kg/1000gr	0,070	1,10	0,08
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,17
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,18

*POSTRE*

**Nombre:** Torta de yuca

**# PAX:** 18

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Yuca	Kg/1000gr	0,450	0,35	0,16
Mantequilla	Kg/300gr	0,112	2,02	0,23
Azúcar	Kg/1000gr	0,168	0,56	0,09
Queso	Kg/1000gr	0,056	2,20	0,12
Huevos	Unidad	5,000	0,10	0,50
Limón	Unidad	0,040	0,05	0,00
Vainilla	Lt/175ml	0,020	1,00	0,02
			<b>Costo Neto:</b>	1,12
			<b>5% Varios:</b>	0,06
			<b>Costo por PAX:</b>	0,07

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Badea

**# PAX:** 24

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Badea	Unidad	1,000	2,00	2,00
Agua	Lt/1000ml	6,000	0,05	0,30
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	2,58
			<b>5% Varios:</b>	0,13
			<b>Costo Total:</b>	2,71
			<b>Costo por PAX:</b>	0,11

## Menú 20

*SOPA*

**Nombre:** Sancocho Costeño

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Hueso de res	Kg/1000gr	0,080	1,60	0,13
Cloco tierno	Kg/1000gr	0,040	1,40	0,06
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Yuca	Kg/1000gr	0,083	0,35	0,03
Plátano verde	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,30
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,32

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Cuero de cerdo con arvejas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cuero de cerdo	Kg/1000gr	0,070	3,28	0,23
Arvejas tiernas	Kg/1000gr	0,050	2,00	0,10
Papas	Kg/1000gr	0,070	0,45	0,03
Huevo	Unidad	0,500	0,10	0,05
Maní	Kg/1000gr	0,020	2,40	0,05
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,60
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,63

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*POSTRE*

**Nombre:** Heldo de coco

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Coco	Lt/1000ml	1,000	1,00	1,00
Leche	Lt/1000ml	0,500	0,80	0,4
Azúcar	Kg/1000gr	0,336	0,56	0,19
Mantequilla	Kg/300gr	0,112	2,02	0,23
Huevos	Unidad	4,000	0,10	0,40
			<b>Costo Neto:</b>	2,21
			<b>5% Varios:</b>	0,11
			<b>Costo por PAX:</b>	0,23

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Guayaba

**# PAX:** 8

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Guayaba	Unidad	20,000	0,05	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,400	0,56	0,22
			<b>Costo Neto:</b>	1,32
			<b>5% Varios:</b>	0,07
			<b>Costo Total:</b>	1,39
			<b>Costo por PAX:</b>	0,17



## Menú 21

*SOPA*

**Nombre:** Sopa de Habichuelas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Costilla de res	Kg/1000gr	0,080	2,00	0,16
Habichuelas	Kg/1000gr	0,100	1,45	0,15
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Papas	Kg/1000gr	0,080	0,50	0,04
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,42
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,44

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Lengua estofada

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lengua de res	Kg/1000gr	0,120	2,60	0,31
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,010	0,85	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,010	2,25	0,02
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Maní molido	Kg/1000gr	0,020	2,40	0,05
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Papas	Kg/1000gr	0,125	0,45	0,06
<b>Costo Neto:</b>				0,56
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,58

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Remolacha	Kg/1000gr	0,100	0,50	0,05
<b>Costo Neto:</b>				0,14
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,14

*POSTRE*

**Nombre:** Helado de mora y crema

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Moras	Kg/1000gr	1,000	1,00	1,00
Leche	Lt/1000ml	0,375	0,80	0,30
Azúcar	Kg/1000gr	0,224	0,56	0,13
Huevos	Unidad	4,000	0,10	0,40
Crema de leche	Kg/220gr	0,220	1,10	0,24
<b>Costo Neto:</b>				2,07
<b>5% Varios:</b>				0,10
<b>Costo por PAX:</b>				0,18

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Naranja

**# PAX:** 8

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Naranja	Unidad	10,000	0,06	0,60
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,120	0,56	0,07
<b>Costo Neto:</b>				0,72
<b>5% Varios:</b>				0,04
<b>Costo Total:</b>				0,75
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

## Menú 22

*SOPA*

**Nombre:** Caldo de Bagre

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Bagre	Kg/1000gr	0,080	2,50	0,20
Yuca	Kg/1000gr	0,040	0,35	0,01
Plátano verde	Kg/1000gr	0,040	0,40	0,02
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Cebolla Paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,27
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,29

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Camarón encocado

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,010	0,98	0,01
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Leche de coco	Lt/1000ml	0,100	1,00	0,10
Camarón	Kg/1000gr	0,080	5,00	0,40
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,005	2,25	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,020	0,80	0,02
<b>Costo Neto:</b>				0,59
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,61

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Chifles	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,12
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,12

*POSTRE*

**Nombre:** Babarois de piña

**# PAX:** 15

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Piña	Unidad	1,000	0,75	0,75
Cola pez	Kg/7.5gr	0,015	0,19	0,00
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
Crema de leche	Kg/220gr	0,440	1,10	0,48
			<b>Costo Neto:</b>	1,52
			<b>5% Varios:</b>	0,08
			<b>Costo Total:</b>	1,59
			<b>Costo por PAX:</b>	0,11

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Piña

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Piña	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	1,38
			<b>5% Varios:</b>	0,07
			<b>Costo Total:</b>	1,45
			<b>Costo por PAX:</b>	0,12

## Menú 23

*SOPA*

**Nombre:** Sopa de arroz de cebada

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Hueso de Cerdo	Kg/1000gr	0,080	2,20	0,18
Arroz de cebada	Kg/1000gr	0,050	1,20	0,06
Col	Kg/1000gr	0,005	0,40	0,00
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,00	0,00
Papa	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,010	2,25	0,02
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,34
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,36

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Albóndigas caseras

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de res molida	Kg/1000gr	0,080	2,90	0,23
Aceite	Lt/1000ml	0,002	2,25	0,00
Salsa de tomate	Bot/390gr	0,004	1,37	0,01
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Harina	Kg/1000gr	0,010	1,69	0,02
Miga de pan	Kg/250gr	0,040	0,50	0,02
Cebolla perla	Kg/1000gr	0,010	1,10	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,31
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,32

*Guarnición*

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tallarín	Kg/400gr	0,120	0,85	0,10
<b>Costo Neto:</b>				0,10
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,11

*POSTRE*

**Nombre:** Dulce de mangos

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Mangos	Unidades	6,000	0,50	3,00
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
Limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
			<b>Costo Neto:</b>	3,31
			<b>5% Varios:</b>	0,17
			<b>Costo por PAX:</b>	0,35

*BEBIDA*

**Nombre:** Chicha

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Chicha	Lt/1000ml	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,225	0,56	0,13
			<b>Costo Neto:</b>	1,23
			<b>5% Varios:</b>	0,06
			<b>Costo Total:</b>	1,29
			<b>Costo por PAX:</b>	0,11

## Menú 24

*SOPA*

**Nombre:** Chupe de Corvina

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cabeza de corvina	Kg/1000gr	0,100	1,30	0,13
Papas	Kg/1000gr	0,040	0,45	0,02
Mantequilla	Kg/300gr	0,005	2,02	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Cebolla Paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Arvejas tiernas	Kg/1000gr	0,040	2,00	0,08
Salsa de tomate	Bot/390gr	0,005	1,37	0,01
Queso crema	Kg/1000gr	0,010	11,20	0,11
			<b>Costo Neto:</b>	0,41
			<b>5% Varios:</b>	0,02
			<b>Costo por PAX:</b>	0,43

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Pescado encocado

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,010	0,98	0,01
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Leche de coco	Lt/1000ml	0,100	1,00	0,10
Filete de pescado	Kg/1000gr	0,080	5,00	0,40
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,005	2,25	0,01
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,020	0,80	0,02
			<b>Costo Neto:</b>	0,59
			<b>5% Varios:</b>	0,03
			<b>Costo por PAX:</b>	0,61

*Guarnición*

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Chifles	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
			<b>Costo Neto:</b>	0,12
			<b>5% Varios:</b>	0,01
			<b>Costo por PAX:</b>	0,12

*POSTRE*

**Nombre:** Helado de leche y taxo

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Leche en polvo	Lt/1000ml	0,112	1,20	0,13
Jugo de taxo	Unidad	10,000	0,10	1,00
Azúcar	Kg/1000gr	0,280	0,56	0,16
Gelatina	kg/225gr	0,084	1,20	0,10
Huevos	Unidad	3,000	0,10	0,30
<b>Costo Neto:</b>				1,69
<b>5% Varios:</b>				0,08
<b>Costo por PAX:</b>				0,18

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Coco

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Coco	Unidad	1,000	1,00	1,00
Leche	Lt/1000ml	1,000	0,80	0,80
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,250	0,56	0,14
<b>Costo Neto:</b>				1,99
<b>5% Varios:</b>				0,10
<b>Costo Total:</b>				2,09
<b>Costo por PAX:</b>				0,21



## Menú 25

*SOPA*

**Nombre:** Sopa de fideo con papas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Fideos	Kg/400gr	0,010	0,85	0,01
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,160	0,45	0,07
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,010	2,25	0,02
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,29
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,30

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Carne y frutas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne molida	Kg/1000gr	0,120	2,18	0,26
Manzana	Unidad	0,040	0,25	0,01
Piña	Unidad	0,040	0,75	0,03
Maqueño	Kg/1000gr	0,020	0,40	0,01
Pasas	Kg/300gr	0,025	1,88	0,05
Apio	Kg/1000gr	0,004	0,92	0,00
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Miga de pan	Kg/1000gr	0,030	0,25	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Salsa inglesa	Lt/160ml	0,010	2,00	0,02
Huevo	unidad	0,500	0,10	0,05
Mantequilla	Kg/300gr	0,004	2,02	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,46
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,48

*Guarnición*

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*POSTRE*

**Nombre:** Arroz de leche

**# PAX:** 18

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Leche	Lt/1000ml	1,000	0,80	0,80
Arroz	Kg/1000gr	0,250	0,76	0,19
Azúcar	Kg/1000gr	0,250	0,56	0,14
Pasas	Kg/300gr	0,056	1,88	0,11
Canela	Kg/30gr	0,002	0,57	0,00
Mantequilla	Kg/300gr	0,028	2,02	0,06
Vainilla	Lt/175ml	0,010	1,00	0,01
Huevos	Unidad	2,000	0,10	0,20
<b>Costo Neto:</b>				1,50
<b>5% Varios:</b>				0,08
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Papaya

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Papaya	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	4,000	0,05	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
<b>Costo Neto:</b>				1,48
<b>5% Varios:</b>				0,07
<b>Costo Total:</b>				1,55
<b>Costo por PAX:</b>				0,08

## Menú 26

*SOPA*

**Nombre:** Caldo de mondongo

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mondongo	Kg/1000gr	0,100	3,40	0,34
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Yuca	Kg/1000gr	0,040	0,35	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Choclo	Kg/1000gr	0,028	1,40	0,04
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,45
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,47

### Majado de verde

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Plátano verde	Kg/1000gr	0,100	0,40	0,04
Leche	Lt/1000ml	0,040	0,80	0,03
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Mantequilla	Kg/300gr	0,005	2,02	0,01
Limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,12
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,12

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Carne a la plancha con menestra de lenteja

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lenteja	Kg/1000gr	0,050	0,90	0,05
Achiote	Frasco/130gr	0,004	0,90	0,00
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,010	0,98	0,01
Caldo de Carne	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Plátano verde	Kg/1000gr	0,014	0,40	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

**Carne**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de res	Kg/1000gr	0,100	4,38	0,44
Aceite	Lt/1000ml	0,014	2,25	0,03
Ajo	Kg/1000gr	0,004	1,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,48
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,50

**Guarnición**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

**POSTRE****Nombre:** Masitas fritas de guineo**# PAX:** 10

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Guineo	Unidad	3,000	0,10	0,30
Huevos	Unidad	2,000	0,10	0,20
Harina	Kg/1000gr	0,112	0,70	0,08
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Aceite	Lt/1000ml	0,500	2,25	1,13
<b>Costo Neto:</b>				1,80
<b>5% Varios:</b>				0,09
<b>Costo Total:</b>				1,89
<b>Costo por PAX:</b>				0,19

**BEBIDA****Nombre:** Jugo de Naranja**# PAX:** 5

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Naranja	Unidad	5,000	0,10	0,50
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,200	0,56	0,11
<b>Costo Neto:</b>				0,66
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo Total:</b>				0,70
<b>Costo por PAX:</b>				0,14

## Menú 27

*SOPA*

**Nombre:** Crema de Espinacas

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,1
Espinacas	Kg/1000gr	0,050	0,80	0,04
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Caldo de Carne	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Apio	Kg/1000gr	0,004	0,92	0,00
Aceite	Lt/1000ml	0,030	2,25	0,07
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,36
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,38

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Cueritos con papas y salsa de maní

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cuero de cerdo	Kg/1000gr	0,070	3,28	0,23
papas	Kg/1000gr	0,125	0,45	0,06
Maní molido	Kg/1000gr	0,020	2,40	0,05
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,010	0,98	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,46
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,48

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*POSTRE*

**Nombre:** Queso de Piña

**# PAX:** 15

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Piña	Unidades	0,500	1,00	0,50
Azúcar	Kg/1000gr	0,448	0,56	0,25
Huevos	Unidad	8,000	0,10	0,80
Vainilla	Lt/175ml	0,014	1,00	0,01
Licor	Lt/750ml	0,020	6,00	0,12
			<b>Costo Neto:</b>	1,68
			<b>5% Varios:</b>	0,08
			<b>Costo por PAX:</b>	0,12

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Melón

**# PAX:** 16

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Melón	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	4,000	0,05	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,600	0,56	0,34
			<b>Costo Neto:</b>	1,54
			<b>5% Varios:</b>	0,08
			<b>Costo Total:</b>	1,61
			<b>Costo por PAX:</b>	0,10

## Menú 28

*SOPA*

**Nombre:** Sopa de camarones y pescado

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camarones	Kg/1000gr	0,060	5,00	0,30
Filete de pescado	Kg/1000gr	0,060	5,00	0,30
Yuca	Kg/1000gr	0,040	0,35	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Leche de coco	Lt/1000ml	0,125	1,00	0,13
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,030	2,25	0,07
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,90
<b>5% Varios:</b>				0,05
<b>Costo por PAX:</b>				0,95

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Cerdo encocado

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de cerdo	Kg/1000gr	0,100	4,82	0,48
Mostaza	Kg/240gr	0,003	1,05	0,00
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,010	0,98	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,003	1,90	0,01
Cerveza	Lt/1000ml	0,125	0,70	0,09
Leche de coco	Lt/1000ml	0,080	1,00	0,08
<b>Costo Neto:</b>				0,67
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,70

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papas salteadas	Kg/1000gr	0,200	0,60	0,12
<b>Costo Neto:</b>				0,12
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,12

*POSTRE*

**Nombre:** Helado de Babaco

**# PAX:** 25

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Babaco	Unidad	2,000	1,00	2,00
Azúcar	Kg/1000gr	0,450	0,56	0,25
Limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Huevos	Unidad	3,000	0,10	0,30
Crema de Leche	Kg/220gr	0,250	1,10	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	2,85
			<b>5% Varios:</b>	0,14
			<b>Costo por PAX:</b>	0,12

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Sandía

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Sandía	Unidad	1,000	3,00	3,00
Agua	Lt/1000ml	3,000	0,05	0,15
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	3,43
			<b>5% Varios:</b>	0,17
			<b>Costo Total:</b>	3,60
			<b>Costo por PAX:</b>	0,18



## Menú 29

*SOPA*

**Nombre:** Crema de Chochos

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,1
Chochos	Kg/1000gr	0,030	2,00	0,06
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Tomtate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,100	0,45	0,05
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Pimieto rojo	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Mantequilla	Kg/300gr	0,005	2,02	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,29
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,30

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Lomo con champiñones

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lomo de res	Kg/1000gr	0,080	5,00	0,40
Aceite	Lt/1000ml	0,005	2,25	0,01
Jugo de limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Harina de trigo	Kg/1000gr	0,005	1,20	0,01
Caldo de res	Lt/1000ml	0,100	0,20	0,02
Caldo de pollo	Lt/1000ml	0,100	0,20	0,02
Crema de leche	Kg/220gr	0,030	1,10	0,03
Champiñones	Kg/220gr	0,014	1,16	0,02
Nuez moscada	kg/30g	0,004	0,57	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,56
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,59

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Espinaca	Kg/1000gr	0,100	0,80	0,08
<b>Costo Neto:</b>				0,17
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

*POSTRE*

**Nombre:** Muss de mora

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Mora	Kg/1000gr	0,125	1,00	0,13
Mantequilla	Kg/300g	0,100	2,02	0,20
Huevos	Unidad	2,000	0,10	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,130	0,56	0,07
Gelatina sin sabor	kg/225gr	0,100	1,20	0,12
Crema de leche	Kg/220gr	2,000	1,10	2,20
<b>Costo Neto:</b>				2,92
<b>5% Varios:</b>				0,15
<b>Costo por PAX:</b>				0,26

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Tamarindo

**# PAX:** 16

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Tamarindo	Kg/1000gr	0,500	2,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	4,000	0,05	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
<b>Costo Neto:</b>				1,48
<b>5% Varios:</b>				0,07
<b>Costo Total:</b>				1,55
<b>Costo por PAX:</b>				0,10

## Menú 30

SOPA

**Nombre:** Biche de pescado

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Fielte de pescado	Kg/1000gr	0,080	5,00	0,40
Maní	Kg/1000gr	0,030	2,40	0,07
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Maduro	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
Choclo	Kg/1000gr	0,028	1,40	0,04
Cebolla paitaña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Yuca	Kg/1000gr	0,040	0,35	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,61
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,64

PLATO FUERTE

**Nombre:** Calamares al jengibre

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Calamares	Kg/1000gr	0,100	1,40	0,14
Vinagre	Lt/500ml	0,015	0,82	0,01
Jengibre	Kg/1000gr	0,002	0,60	0,00
Ajo	Kg/1000gr	0,003	1,90	0,01
Cebolla perla	Kg/1000gr	0,014	1,10	0,02
Jugo de limón	Unidad	0,500	0,10	0,05
Aceite	Lt/1000ml	0,005	2,25	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,25
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,26

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Rábano	Kg/1000gr	0,100	0,69	0,07
<b>Costo Neto:</b>				0,16
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,16

*POSTRE*

**Nombre:** Pristiños

**# PAX:** 10

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	Kg/1000gr	0,450	0,70	0,32
Jugo de Limón	Unidad	0,500	0,05	0,03
Mantequilla	Kg/300gr	0,100	2,02	0,20
Polvo de Hornear	Kg/1000gr	0,014	4,20	0,06
Aceite	Lt/1000ml	0,250	2,25	0,56
			<b>Costo Neto:</b>	1,16
			<b>5% Varios:</b>	0,06
			<b>Costo por PAX:</b>	0,12

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Tomate de árbol

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Tomate de árbol	Unidad	10,000	0,10	1,00
Agua	Lt/1000ml	3,000	0,05	0,15
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	1,43
			<b>5% Varios:</b>	0,07
			<b>Costo Total:</b>	1,50
			<b>Costo por PAX:</b>	0,13

## Menú 31

*SOPA*

**Nombre:** Sopa de Legumbres

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de res	Kg/1000gr	0,080	4,38	0,35
Cloco tierno	Kg/1000gr	0,040	1,40	0,06
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Sambo Tierno	Kg/1000gr	0,080	0,44	0,04
Zanahoria	Kg/1000gr	0,020	0,50	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Arroz	Kg/1000gr	0,020	0,76	0,02
Vainitas	Kg/1000gr	0,020	1,10	0,02
Arvejas	Kg/1000gr	0,040	2,00	0,08
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,62
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,66

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Carne enrollada con puré

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne molida	Kg/1000gr	0,120	2,18	0,26
Huevos	Unidad	1,000	0,10	0,10
Miga de pan	Kg/250gr	0,050	0,50	0,03
Papas	Kg/1000gr	0,100	0,45	0,05
Ají	Kg/50gr	0,001	0,04	0,00
<b>Costo Neto:</b>				0,43
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,45

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,020	0,85	0,02
Tomate	Kg/1000gr	0,080	0,80	0,06
<b>Costo Neto:</b>				0,17
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

*POSTRE*

**Nombre:** Torta helada de piña

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina de Trigo	Kg/1000gr	0,280	0,70	0,20
Mantequilla	Kg/300gr	0,560	2,02	1,13
Azúcar	Kg/1000gr	0,476	0,56	0,27
Huevos	Unidades	3,000	0,10	0,30
Polvo de hornear	Kg/1000gr	0,014	4,20	0,06
Leche	Lt/1000ml	0,250	0,80	0,20
Piña	Kg/1000gr	1,000	1,00	1,00
Crema de leche	Kg/220gr	0,250	1,10	0,28
Azúcar impalpable	Kg/250gr	0,168	0,65	0,11
Colorante vegetal	kg/60gr	0,001	0,30	0,00
Escencia de vainilla	Lt/175ml	0,014	1,00	0,01
<b>Costo Neto:</b>				3,55
<b>5% Varios:</b>				0,18
<b>Costo por PAX:</b>				0,19

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Mango

**# PAX:** 4

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Mango	Unidad	2,000	0,25	0,50
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,200	0,56	0,11
<b>Costo Neto:</b>				0,66
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo Total:</b>				0,70
<b>Costo por PAX:</b>				0,17

## Menú 32

SOPA

**Nombre:** Sopa de Zapallo

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de Cerdo	Kg/1000gr	0,080	4,82	0,39
Zapallo	Kg/1000gr	0,080	0,42	0,03
Maní molido	Kg/1000gr	0,040	2,40	0,10
Pimiento	Kg/1000gr	0,014	0,94	0,01
Cebolla Paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Aceite	Lt/1000ml	0,030	2,25	0,07
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
			<b>Costo Neto:</b>	0,66
			<b>5% Varios:</b>	0,03
			<b>Costo por PAX:</b>	0,69

PLATO FUERTE

**Nombre:** Fritada

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de cerdo	Kg/1000gr	0,120	4,82	0,58
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Cerveza	Lt/1000ml	0,040	0,70	0,028
Zanahoria	Kg/1000gr	0,020	0,50	0,01
			<b>Costo Neto:</b>	0,63
			<b>5% Varios:</b>	0,03
			<b>Costo por PAX:</b>	0,66

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mote	Kg/1000gr	0,080	1,60	0,13
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Tomate	Kg/1000gr	0,014	0,80	0,01
Jugo de limón	Unidades	0,500	0,10	0,05
Plátano maduro	Kg/1000gr	0,080	0,40	0,03
Papa	Kg/1000gr	0,050	0,45	0,02
			<b>Costo Neto:</b>	0,26
			<b>5% Varios:</b>	0,01
			<b>Costo por PAX:</b>	0,27

*POSTRE*

**Nombre:** Enrollado de manzana

**# PAX:** 15

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina de trigo	Kg/1000gr	0,450	0,70	0,32
Polvo de hornear	Kg/100gr	0,030	1,30	0,04
Huevos	Unidades	3,000	0,10	0,30
Azúcar	Kg/1000gr	0,252	0,56	0,14
Mantequilla	Kg/300gr	0,112	2,02	0,23
Leche	Lt/1000ml	0,060	0,80	0,05
Manzana	Unidades	5,000	0,20	1,00
Canela en polvo	Kg/30gr	0,010	0,57	0,01
Pasas	Kg/300gr	0,112	1,88	0,21
			<b>Costo Neto:</b>	2,29
			<b>5% Varios:</b>	0,11
			<b>Costo por PAX:</b>	0,16

*BEBIDA*

**Nombre:** Limonada

**# PAX:** 4

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Limón	Unidad	3,000	0,05	0,15
Agua	Lt/1000ml	1,000	0,05	0,05
Azúcar	Kg/1000gr	0,225	0,56	0,13
			<b>Costo Neto:</b>	0,33
			<b>5% Varios:</b>	0,02
			<b>Costo Total:</b>	0,34
			<b>Costo por PAX:</b>	0,09



## Menú 33

*SOPA*

**Nombre:** Locro de Mellocos

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mel loco	Kg/1000gr	0,050	0,80	0,04
Papas	Kg/1000gr	0,150	0,45	0,07
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,10
Queso	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Cebolla Blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Achiote	Frasco/130gr	0,006	0,90	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,30
<b>5% Varios:</b>				0,02
<b>Costo por PAX:</b>				0,32

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Hígado en cerveza

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Hígado de res	Kg/1000gr	0,120	3,48	0,42
Cerveza	Lt/1000ml	0,030	0,70	0,02
Huevo	Unidad	0,500	0,10	0,05
Harina	Kg/1000gr	0,005	1,69	0,01
Cebolla perla	Kg/1000gr	0,014	1,10	0,02
Tomates	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Laurel	Kg/50gr	0,001	0,68	0,00
Salsa de ají	Lt/450ml	0,004	1,30	0,01
Caldo de res	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
<b>Costo Neto:</b>				0,58
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,60

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Zanahoria	Kg/1000gr	0,050	0,50	0,025
Col	Kg/1000gr	0,100	0,40	0,04
<b>Costo Neto:</b>				0,16
<b>5% Varios:</b>				0,01
<b>Costo por PAX:</b>				0,16

*POSTRE*

**Nombre:** Dulce de higos con queso

**# PAX:** 25

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Higos	Unidades	50,000	0,05	2,50
Panela	Barra	8,000	0,10	0,80
Canela	Kg/30gr	0,010	0,57	0,01
Queso	Kg/1000gr	0,450	2,20	0,99
			<b>Costo Neto:</b>	4,30
			<b>5% Varios:</b>	0,21
			<b>Costo por PAX:</b>	0,18

*BEBIDA*

**Nombre:** Chicha

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Chicha	Lt/1000ml	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,225	0,56	0,13
			<b>Costo Neto:</b>	1,23
			<b>5% Varios:</b>	0,06
			<b>Costo Total:</b>	1,29
			<b>Costo por PAX:</b>	0,11

## Menú 34

*SOPA*

**Nombre:** Sopa de chanco y fréjol

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Carne de Cerdo	Kg/1000gr	0,080	4,82	0,39
Fréjol rojo	Kg/1000gr	0,060	1,60	0,10
Caldo de Pollo	Lt/1000ml	0,125	0,20	0,03
Tomate	Kg/1000gr	0,040	0,80	0,03
Cebolla perla	Kg/1000gr	0,014	1,10	0,02
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
			<b>Costo Neto:</b>	0,56
			<b>5% Varios:</b>	0,03
			<b>Costo por PAX:</b>	0,59

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Pollo en coca cola

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pollo	Kg/1000gr	0,120	2,20	0,26
Coca Cola	Lt/1500ml	0,040	0,80	0,032
Mantequilla	Kg/300g	0,014	2,02	0,03
Ajo	Kg/1000gr	0,002	1,90	0,00
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,85	0,01
Pimienta dulce	Kg/30gr	0,010	0,32	0,00
Laurel	Kg/50gr	0,001	0,68	0,00
Culantro	Kg/1000gr	0,004	1,00	0,00
Perejil	Kg/1000gr	0,004	2,50	0,01
Clavo de olor	kg/30gr	0,004	0,47	0,00
			<b>Costo Neto:</b>	0,36
			<b>5% Varios:</b>	0,02
			<b>Costo por PAX:</b>	0,38

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
Mellocos	Kg/1000gr	0,100	0,50	0,05
			<b>Costo Neto:</b>	0,14
			<b>5% Varios:</b>	0,01
			<b>Costo por PAX:</b>	0,14

*POSTRE*

**Nombre:** Flan de coco

**# PAX:** 15

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Coco	Lt/1000ml	1,000	1,00	1,00
Mantequilla	Kg/300gr	0,028	2,02	0,06
Azúcar	Kg/1000gr	0,392	0,56	0,22
Leche evaporada	Kg/1000gr	0,125	1,50	0,19
Harina de trigo	Kg/1000gr	0,028	0,70	0,02
Azúcar impalpable	kg/250gr	0,084	0,65	0,05
Huevos	Unidad	6,000	0,10	0,60
<b>Costo Neto:</b>				2,14
<b>5% Varios:</b>				0,11
<b>Costo Total:</b>				2,24
<b>Costo por PAX:</b>				0,15

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Papaya

**# PAX:** 20

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Papaya	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	4,000	0,05	0,20
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
<b>Costo Neto:</b>				1,48
<b>5% Varios:</b>				0,07
<b>Costo Total:</b>				1,55
<b>Costo por PAX:</b>				0,08

## Menú 35

*SOPA*

**Nombre:** Crema de Choclos

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	Lt/1000ml	0,125	0,80	0,1
Choclo maduro	Kg/1000gr	0,028	1,40	0,04
Carne de Chanco	Kg/1000gr	0,080	4,82	0,39
Huevo	Unidad	0,500	0,10	0,05
Cebolla blanca	Kg/1000gr	0,014	0,98	0,01
Papa	Kg/1000gr	0,080	0,45	0,04
Ajo	Kg/1000gr	0,005	1,90	0,01
Aceite	Lt/1000ml	0,030	2,25	0,07
Mantequilla	Kg/300gr	0,005	2,02	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,71
<b>5% Varios:</b>				0,04
<b>Costo por PAX:</b>				0,75

*PLATO FUERTE*

**Nombre:** Ensalada de pollo con mayonesa de limón

**# PAX:** 1

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pechuga de pollo	Kg/1000gr	0,080	5,04	0,40
Mayonesa	kg/240gr	0,014	1,05	0,01
Zanahoria	Kg/1000gr	0,028	2,20	0,06
Perejil	Lt/1000ml	0,014	2,00	0,03
Apio	Kg/1000gr	0,014	0,92	0,01
Lechuga crespa	Kg/1000gr	0,030	0,42	0,01
Limón y ralladura	Unidad	0,500	0,10	0,05
Cebolla paiteña	Kg/1000gr	0,014	0,76	0,01
<b>Costo Neto:</b>				0,59
<b>5% Varios:</b>				0,03
<b>Costo por PAX:</b>				0,62

Guarnición

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Arroz	Kg/1000gr	0,120	0,76	0,09
<b>Costo Neto:</b>				0,09
<b>5% Varios:</b>				0,00
<b>Costo por PAX:</b>				0,09

*POSTRE*

**Nombre:** Empanadas fritas

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	Kg/1000gr	0,225	0,70	0,16
Mantequilla	Kg/300gr	0,084	2,02	0,17
Leche	Lt/1000ml	0,060	0,80	0,05
Polvo de hornear	Kg/100gr	0,028	1,30	0,04
Queso	Kg/1000gr	0,225	2,20	0,50
			<b>Costo Neto:</b>	0,91
			<b>5% Varios:</b>	0,05
			<b>Costo por PAX:</b>	0,08

*BEBIDA*

**Nombre:** Jugo de Piña

**# PAX:** 12

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Piña	Unidad	1,000	1,00	1,00
Agua	Lt/1000ml	2,000	0,05	0,10
Azúcar	Kg/1000gr	0,500	0,56	0,28
			<b>Costo Neto:</b>	1,38
			<b>5% Varios:</b>	0,07
			<b>Costo Total:</b>	1,45
			<b>Costo por PAX:</b>	0,12



**GOBIERNO MUNICIPAL DE SANTO DOMINGO**  
**DIRECCIÓN FINANCIERA**  
**ANEXO 22**



**INSCRIPCIÓN EN REGISTRO DE PATENTES MUNICIPALES**

**VALOR**

**USD 3.00**

**Nº 027255**

Santo Domingo de los Colorados, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_\_

Señor  
**DIRECTOR FINANCIERO**  
 Ciudad.- \_\_\_\_\_

Yo, \_\_\_\_\_

Con cédula de ciudadanía No.: \_\_\_\_\_

Registro Único de Contribuyentes No.: \_\_\_\_\_

Domiciliado en: \_\_\_\_\_

En mi calidad de: \_\_\_\_\_

Ubicado en: \_\_\_\_\_

Base Imponible de: \_\_\_\_\_

Dando cumplimiento a lo dispuesto en la Ordenanza para la Determinación, Administración, Control y Recaudación del Impuesto de Patentes Municipales vigentes en el Cantón Santo Domingo, solicito la inscripción en el Registro de Patentes Municipales correspondiente a: \_\_\_\_\_

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad, declaro que toda la información consignada en este formulario es verídica y correcta.

Atentamente,

F) \_\_\_\_\_

Impuesto de Patente Anual: \_\_\_\_\_

C.C. \_\_\_\_\_

Servicios Téc. Administrativo: \_\_\_\_\_

Revisado y emitido por: \_\_\_\_\_

Infracción a la Ordenanza: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Otros: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Intereses: \_\_\_\_\_

f).- \_\_\_\_\_

Total: \_\_\_\_\_



**Anexo 23**  
**SOLICITUD DE REGISTRO**

....., a..... de.....de 200.....

Yo.....en calidad de Representante Legal de la empresa.....solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigente, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):.....

Nombre del Establecimiento.....

Provincia      Cantón      Ciudad

.....

Calle      No.      Transversal      Sector      Teléfono

Fecha de Constitución:.....

Fecha de Inicio de Operaciones:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....No de cédula:.....

Montón de Inversión:.....

Número de empleados:.....

Número de mesas:.....Número de plazas:.....

Número de habitaciones:.....Número de plazas:.....

Observaciones:.....

Atentamente,  
Propietario Administrador Representante Legal