



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO**

**TEMA: “PROPUESTA DE PREFACTIBILIDAD PARA UN RESTAURANTE  
QUE UTILICE LEÑA Y PIEDRA VOLCÁNICA UBICADO EN EL SECTOR DE  
LA VILLAFLORA”**

**AUTOR: Nicole Carolina Santín Sigüencia**

**DIRECTOR DE TESIS: Lic. Juan Pablo Holguín Intriago**

**Agosto 2015**

**QUITO - ECUADOR**

## **AUTORÍA**

Expreso que el siguiente proyecto de tesis fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación del autor, sin ningún tipo de material o información plagiada.

---

Nicole Carolina Santín Sigüencia

CI: 1722224530

## **RESPONSABILIDAD**

Certifico que el contenido del siguiente proyecto ha sido elaborado en su totalidad por: Nicole Carolina Santín Sigüencia

---

Lic: Juan Pablo Holguín Intriago  
Director de Tesis

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser la luz que ha iluminado este camino por darme serenidad ante los problemas y por la vida que me ha permitido vivir todos los días.

Agradezco a mis padres que me han apoyado de muchas formas para terminar con esta etapa de mi vida. Gracias papitos por darme su apoyo en mi decisión de seguir esta hermosa carrera.

A mis hermanas por darme ánimos para concluir con esta etapa de mi vida.

Agradezco a mis maestros quienes han sido parte fundamental de mi crecimiento tanto personal como profesional, en especial a mi director a quien considero un amigo y un ejemplo profesional Juan Pablo Holguín, gracias por los consejos, por la dirección de mi tesis y por las enseñanzas dadas en clase.

Gracias también a mis profesores: Pablo Díaz, Eduardo Jaramillo, Lolita Quintana por sus enseñanzas y paciencia para despejar mis dudas en el desarrollo de mi tesis.

A mis amigos que en el transcurso del tiempo se han convertido en un apoyo incondicional, Eli, Santy, Verito Q, Liz, gracias chicos por todos los momentos que hemos pasado juntos.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis padres, ya que ellos han sido el pilar para que este sueño se haya cumplido.

También a mis hermanas Mariuxi y Michelle, que han estado a mi lado apoyándome de forma incondicional para mi desarrollo personal, les quiero mucho ñañitas.

A mis sobrinitas Chantal y Danna, por toda la alegría que me han dado, por demostrarme su forma sincera de querer, les quiero mucho mis pequeñas, este trabajo es para que ustedes vean que todo con esfuerzo se puede lograr.

A mi abuelita Fanny por ser una segunda mamita en muchas ocasiones, por el cariño y la gratitud que le tengo, este trabajo también va dedicado usted.

GENERALIDADES.....	i
I.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	i
II.   ANTECEDENTES .....	i
III.  JUSTIFICACIÓN .....	ii
IV.  DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	iii
V.    OBJETIVOS.....	iii
OBJETIVO GENERAL.....	iii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	iii
VI.  METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iv
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	iv
Investigación básica .....	iv
Investigación documental .....	iv
Investigación exploratoria.....	iv
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	v
Método inductivo .....	v
El método cualitativo o método no tradicional.....	v
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	vi
Fuentes Primarias .....	vi
Fuentes Secundarias .....	vi
Observación .....	vi
Entrevista estructurada.....	vii
Encuesta .....	vii
CAPÍTULO I.....	1
1.  MARCO TEÓRICO .....	1
1.1.  RESTAURANTE.....	1
1.2.  RESTAURANTES DE ESPECIALIDAD.....	1
1.3.  RESTAURANTES TEMÁTICOS.....	1

1.4.	DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS .....	2
1.5.	DISTINTIVO Q .....	2
1.5.1.	Dentro de los objetivos del Distintivo Q están: .....	3
1.6.	CATEGORIZACIÓN DE RESTAURANTES.....	4
1.6.1.	Restaurantes de Lujo .....	4
Instalaciones .....	4	
Servicios .....	5	
Personal.....	5	
1.6.2.	Restaurantes de Primera Categoría .....	5
Instalaciones .....	5	
Servicios .....	6	
Personal.....	6	
1.6.3.	Restaurantes de Segunda Categoría .....	7
Instalaciones .....	7	
Servicios .....	7	
Personal.....	8	
1.6.4.	Restaurantes de Tercera Categoría .....	8
Instalaciones .....	8	
Servicios .....	8	
Personal.....	8	
1.6.5.	Restaurante de Cuarta Categoría.....	9
Instalaciones .....	9	
Servicios .....	9	
Personal.....	9	
1.7.	ANTECEDENTES DEL BARRIO DE LA VILLAFLORA.....	9
1.8.	ANTECEDENTES DE LA COCINA A LEÑA .....	10
1.8.1.	La leña .....	11

1.8.2. Especies de árboles para leña.....	12
1.9. TÉCNICAS CULINARIAS UTILIZANDO LEÑA.....	13
1.9.1. Asar.....	13
1.9.2. Asar a la parrilla o en asador.....	13
1.9.3. Asar en las cenizas .....	14
1.9.4. Horno de barro .....	15
1.9.5. Asar a la Cruz.....	16
1.9.5.1. Control de temperatura.....	16
1.9.5.2. Estaca para asado a la Cruz .....	17
1.10. ANTECEDENTES DE LA COCINA CON PIEDRAS VOLCÁNICAS..	17
1.10.1. Piedra Volcánica.....	17
1.10.2. El efecto horno .....	18
1.10.3. Exposición a las diferentes fuentes de calor .....	18
1.10.4. Cocción con piedras calientes .....	18
1.11. TÉCNICAS CULINARIAS UTILIZANDO PIEDRA VOLCÁNICA .....	20
1.11.1. Cocción bajo tierra o Pachamanca .....	20
1.11.2. Huatía (Asar con terrones de tierra, adobes o arena caliente) ....	21
1.11.3. Chactar.....	21
1.12. MADURACIÓN DE LA CARNE.....	22
1.12.1. Métodos de maduración de la carne.....	23
1.12.2. Sistema de maduración en seco.....	23
1.12.3. Sistema de maduración en húmedo .....	23
1.13. MARCO LEGAL.....	24
1.13.1. Plan Nacional del Buen Vivir.....	24
1.13.1.1. Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.	24
1.13.1.2. Objetivo 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva. .....	25

CAPÍTULO II .....	27
2. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MERCADO.....	27
2.1 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.....	27
2.1.1. ANÁLISIS PEST .....	27
2.1.1.1. Factor Político .....	27
2.1.1.2. Factor Económico .....	28
2.1.1.3. Factor Social .....	28
2.1.1.4. Factor Tecnológico.....	28
2.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO .....	29
2.2.1. Cinco Fuerzas de Porter.....	29
2.2.1.1. Rivalidad entre los competidores existentes.....	29
2.2.1.2. Amenaza de nuevos competidores .....	32
2.2.1.3. Amenaza de productos y servicios sustitutos.....	32
2.2.1.4. El poder de negociación de los proveedores.....	32
2.2.1.5. Poder de negociación de los clientes: .....	33
2.3. ESTUDIO DE MERCADO.....	33
2.3.1. Definición de mercado .....	33
2.3.2. Objetivos del estudio de mercado .....	33
2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	34
2.4.1. Población económicamente activa de la Magdalena .....	34
2.4.2. Segmentación del mercado .....	35
2.4.3. Tamaño de la muestra.....	35
2.5. MODELO DE LA ENCUESTA.....	36
2.5.1. Tabulación de la Encuesta .....	37
Pregunta N°1 .....	37
Pregunta N°2 .....	38
Pregunta N°3 .....	39

Pregunta N°4 .....	40
Pregunta N°5 .....	41
Pregunta N°6 .....	42
Pregunta N°7 .....	43
Pregunta N°8 .....	49
2.5.2. Conclusiones.....	50
2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	51
2.6.1. Demanda Histórica .....	52
2.6.2. Posible demanda del proyecto .....	52
2.6.3. Análisis de Mínimos Cuadrados de la demanda .....	53
2.6.4. Balance Oferta – Demanda .....	53
CAPÍTULO III .....	54
3. ESTUDIO TÉCNICO .....	54
3.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA .....	54
3.2. INFRAESTRUCTURA.....	55
3.2.1. PLANTA ALTA.....	55
3.2.1.1. Salón del restaurante.....	55
3.2.1.2. Bar.....	55
3.2.1.3. Parrilla .....	55
3.2.1.4. Cocina .....	56
3.2.1.5. Sectores de la cocina .....	56
3.2.1.6. Cocina Caliente .....	56
3.2.1.7. Cocina fría.....	56
3.2.1.8. Bodegas .....	57
3.2.1.9. Vestidores .....	57
3.2.1.10. Comedor para personal .....	57
3.2.1.11. Oficina para el jefe de cocina.....	57

3.2.1.12. Oficina Gerencial .....	57
3.2.1.13. Espacio para juegos infantiles .....	58
3.2.1.14. Cocina bajo tierra .....	58
3.2.1.15. Horno de barro .....	58
3.2.1.16. Patio de abastecimiento .....	58
3.2.1.17. Parqueadero Gerencial.....	59
3.2.2. PLANTA BAJA.....	59
3.2.2.1 Parqueaderos para clientes .....	59
3.2.2.2 Cava.....	59
3.2.2.3 Bodega .....	59
3.3. PLANTA ARQUITECTÓNICAS DEL RESTAURANTE.....	60
3.4. EQUIPOS .....	61
3.4.1. Muebles y Enseres .....	61
3.4.2. Equipo de Oficina .....	61
3.4.3. Cristalería y Cubertería.....	62
3.4.4. Equipo de Computación.....	62
3.4.5. Maquinaria y Equipos .....	63
3.4.6. Edificios y Adecuaciones .....	63
3.4.7. Menaje de Cocina.....	64
3.5. RECURSOS MATERIALES .....	65
3.5.1. ENTRADAS .....	65
3.5.2. SOPAS .....	70
3.5.3. ASADOS.....	73
3.5.4. COMIDA ECUATORIANA.....	77
3.5.5. BEBIDAS .....	81
3.5.6. POSTRES .....	82
3.6 RECURSOS HUMANOS .....	85

3.6.1. Planeación de personal .....	85
3.6.2. Selección del personal.....	85
3.6.3. Reclutamiento del personal .....	85
3.6.4. Política salarial.....	86
3.6.5. Capacitación .....	86
3.7 ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	86
3.7.1. Organigrama Estructural.....	86
3.7.2. Organigrama Funcional .....	87
3.7.3. Descripción de funciones y responsabilidades.....	87
3.7.4 Área administrativa .....	87
3.7.4.1. Administrador .....	87
3.7.4.2. Contador.....	88
3.7.5. Área operativa .....	89
3.7.5.1. Jefe de cocina .....	89
3.7.5.2. Cocinero 1 .....	89
3.7.5.3. Ayudante de cocina .....	90
3.7.5.4. Steward .....	91
3.7.6. Área de servicio al cliente .....	91
3.7.6.1. Capitán.....	91
3.7.6.2. Meseros 1.....	92
3.7.6.3. Cajero.....	92
3.8. HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO .....	93
3.8.1. Horario de trabajo para el personal.....	93
3.9. PROCESOS OPERATIVOS .....	93
3.9.1 Flujograma de la recepción de materia prima .....	94
3.9.2. Flujograma de la elaboración de los platos .....	95
3.10. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	96

3.10.1. Misión .....	96
3.10.2. Visión.....	96
3.10.3. Objetivos.....	96
3.10.4. Valores .....	96
3.11. ESTUDIO LEGAL .....	98
3.11.1. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO PARA EL RESTAURANTE .	98
3.11.1.1 RUC (Registro Único de Contribuyente) .....	98
Requisitos para obtener el RUC.....	98
3.11.1.2. Patente municipal .....	98
Requisitos para la obtención de la patente municipal.....	99
3.11.1.3. Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE) .....	99
Requisitos para sacar la LUAE.....	100
3.11.1.4. Inspección de Bomberos .....	100
3.11.1.5 Permiso de Medio Ambiente.....	101
Seguimiento del Certificado Ambiental por GPA .....	101
3.11.1.6. Obtención del permiso sanitario de funcionamiento.....	102
Requisitos de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública .....	102
3.11.1.7. Quito Turismo .....	103
Registro Turístico.....	103
Requisitos necesarios para la obtención del registro turístico (Alimentos y Bebidas): .....	103
3.11.1.8. Pago del 1.5 por mil sobre los activos totales .....	104
Descripción .....	104
3.11.1.9. Distintivo Q .....	104
3.11.1.10. Instituto Ecuatoriano De La Propiedad Intelectual (IEPI) .....	105
Búsqueda Fonética .....	105
Registro Del Nombre Comercial.....	106

3.11.1.11. Sociedad De Productores O Fonogramas (SOPROFON) ....	106
Obtención de la Licencia .....	107
3.11.1.12. Sociedad De Autores Del Ecuador (SAYCE) .....	107
3.12. PLAN DE MARKETING .....	108
3.12.1 Imagen Corporativa Visual.....	108
3.12.2 Logotipo y Eslogan .....	108
3.12.3. Colores del logotipo .....	109
3.12.4. Tipografía e Imagotipo.....	109
3.12.5. Marketing Mix .....	110
3.12.5.1. Producto .....	110
Servicio.....	110
Uniformes.....	111
Gastos Uniformes .....	111
3.12.5.4. Precio .....	112
3.12.5.5. Plaza .....	117
Localización .....	117
Canales de Distribución .....	117
3.12.5.6. Promoción .....	117
Publicidad .....	117
Redes Sociales .....	118
Promociones .....	119
3.13. ESTUDIO DE IMPACTOS .....	120
3.13.1. Impactos económicos .....	120
• Daños o destrucción de la infraestructura.....	120
• Pérdidas en la producción agrícola.....	120
• Inseguridad y dependencia alimentaria .....	120
3.13.2. Impactos Sociales.....	121

• Trabajo.....	121
• Educación – Formación.....	121
3.13.3. Impactos Ambientales.....	122
• Impacto de desperdicios y desechos.....	122
• Ruido y Visibilidad.....	122
• Degradación de los entornos naturales y especies.....	122
• Deterioro y mayor vulnerabilidad del área rural.....	123
3.13.4. Impactos Culturales.....	123
• Tendencias.....	123
3.13.5. Impactos Generales.....	123
3.13.6. Mitigación de Impactos.....	124
3.14. ESTUDIO FINANCIERO.....	124
3.14.1. Inversión.....	124
3.14.2. Activos Diferidos.....	125
3.14.2.1. Gastos para la Constitución Legal.....	125
3.14.3. Capital de Trabajo.....	126
3.14.4. Sueldos y Salarios.....	126
3.14.4.1. Mano de obra Directa.....	126
Personal Operativo.....	127
3.14.4.2. Personal Administrativo.....	130
3.14.5. Servicios Básicos.....	133
3.14.5.1. Proyección de Servicios Básicos.....	133
3.14.7. Suministros de Limpieza.....	134
3.14.6. Gastos Publicidad.....	134
3.14.8. Suministros de Oficina.....	135
3.14.9. Uniformes.....	135
3.14.10. Consumo Promedio.....	136

3.14.10.1. Costo Promedio de la Carta.....	137
3.14.10.2. Materia Prima .....	138
Cálculo de Pax, Ventas y Materia Prima .....	139
3.14.11. Inversión Total .....	140
3.15 FINANCIAMIENTO .....	140
3.15.1. Tabla de amortización.....	141
3.15.1.1. Pago Anual del Capital e Intereses .....	143
3.15.2. Pronóstico de Ingresos .....	143
3.15.3. Depreciaciones .....	144
3.15.4. Balance General .....	145
3.15.5. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	145
3.15.6. Flujo de Caja Neto .....	146
3.15.7. Indicadores de Rentabilidad.....	146
3.15.7.1. Tasa de Descuento .....	146
3.15.7.2. Valor Actual Neto (VAN) .....	147
3.15.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	147
3.15.8. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	148
3.15.9. Punto de Equilibrio.....	149
• Punto de Equilibrio Valores Monetarios .....	150
CONCLUSIONES .....	151
RECOMENDACIONES .....	153
BIBLIOGRAFÍA .....	154
ANEXOS.....	158
ANEXO 1 .....	159
ANEXO 2 .....	160
ANEXO 3.....	161
ANEXO 4.....	162

ANEXO 5 .....	163
ANEXO 6 .....	164
ANEXO 7 .....	165

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla 2.1. Oferta Histórica .....	30
Tabla 2.2. Análisis de Mínimos Cuadrado de la Oferta.....	31
Tabla 2.3. Proyección de la Oferta .....	31
Tabla 2.4. Población económicamente activa de la Magdalena .....	34
Tabla 2.5. Segmentación de Mercado.....	35
Tabla 2.6. Género de los Encuestados .....	37
Tabla 2.7. Edad de los encuestados .....	38
Tabla 2.8. Comer en un restaurante de cocina en leña y piedra volcánica.....	39
Tabla 2.9. Cocina leña o piedra volcánica en el sector de la Villaflores .....	40
Tabla 2.10. Le gustaría probar comida que sea preparada en leña o piedra volcánica .....	41
Tabla 2.11. Frecuencia semanal que suele salir a comer fuera de casa .....	42
Tabla 2.12. Importancia de la comida .....	43
Tabla 2.13. Importancia en el servicio .....	44
Tabla 2.14. Importancia del precio .....	45
Tabla 2.15. Importancia de la seguridad .....	46
Tabla 2.16. Importancia del ambiente .....	47
Tabla 2.17. Importancia de la localización.....	48
Tabla 2.18. Dispuestos a pagar .....	49
Tabla 2.19. Demanda Histórica .....	52
Tabla 2.20. Posible Demanda del proyecto.....	52
Tabla 2.21. Análisis de Mínimos Cuadrados de la demanda .....	53
Tabla 2.22. Proyección de la Demanda.....	53
Tabla 3.1. Muebles y Enseres .....	61
Tabla 3.2. Equipo de Oficina .....	61
Tabla 3.3. Cristalería y Cubertería .....	62
Tabla 3.4. Equipo de Computación .....	62
Tabla 3.5. Maquinaria y Equipos .....	63

Tabla 3.6. Edificios y Adecuaciones .....	63
Tabla 3.7. Menaje de Cocina .....	64
Tabla 3.8. Horarios de Trabajo para el Personal .....	93
Tabla 3.9. Uniformes.....	111
Tabla 3.10. Gastos Uniformes.....	111
Tabla 3.11. Gastos de Publicidad.....	119
Tabla 3.12. Impactos Generales .....	123
Tabla 3.13. Inversión.....	124
Tabla 3.14. Activos Diferidos.....	125
Tabla 3.15. Gastos para la Constitución Legal .....	125
Tabla 3.16. Capital de Trabajo .....	126
Tabla 3.17. Sueldos Anuales del Personal Operativo.....	127
Tabla 3.18. Proyección de los Sueldos del Personal Operativo .....	128
Tabla 3.19. Sueldos Anuales del Personal Administrativo.....	130
Tabla 3.20. Proyección de los Sueldos Administrativos .....	131
Tabla 3.21. Servicios Básicos .....	133
Tabla 3.22. Proyección de Servicios Básicos .....	133
Tabla 3.23. Suminisstros de Ocicina .....	134
Tabla 3.24. Gastos Publicidad .....	134
Tabla 3.25. Suministros de Oficina.....	135
Tabla 3.26. Gasto Uniformes .....	135
Tabla 3.27. Precio Promedio de la Carta por Categoría .....	136
Tabla 3.28. Consumo Promedio .....	136
Tabla 3.29. Costo Promedio de la Carta .....	137
Tabla 3.30. Cálculo de Pax, Ventas y Materia Prima.....	139
Tabla 3.31. Inversión Total.....	140
Tabla 3.32. Inversión Total.....	141
Tabla 3.33. Tabla de Amortización.....	141
Tabla 3.34. Pago Anual del Capital e Intereses.....	143
Tabla 3.35. Inflaciones .....	144
Tabla 3.36. Pronóstico de Ingresos.....	144
Tabla 3.37. Depreciaciones.....	144
Tabla 3.38. Balance General.....	145
Tabla 3.39. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	145

Tabla 3.40. Flujo de Caja del Inversionista.....	146
Tabla 3.41. Tasa de Descuento .....	146
Tabla 3.42. Valor Actual Neto (VAN) .....	147
Tabla 3.43. Tasa Interna de Retorno .....	147
Tabla 3.44. Periodo de Recuperación de la Inversión .....	148
Tabla 3.45. Costos Fijos .....	149
Tabla 3.46. Costos Variables .....	149
Tabla 3.47. Ventas .....	149
Tabla 3.48. Punto de Equilibrio .....	150

## **INDICE DE ECUACIONES**

Ecuación 1 Fórmula para determinar el tamaño de la muestra .....	35
Ecuación 2 Nivel de impacto general .....	123
Ecuación 3 Fórmula para calcular el Punto Equilibrio en Valores Monetarios	150

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1.1. Rescoldo .....	15
Figura 1.2. Asado a la Cruz.....	16
Figura 1.3. Estaca para Asado a la Cruz.....	17
Figura 2.1. Género de los Encuestados .....	37
Figura 2.2. Edad de los Encuestados.....	38
Figura 2.3. Comer en un restaurante de comida preparada en leña y piedra volcánica .....	39
Figura 2.4. Cocina de leña o piedra volcánica en el sector de la Villaflora .....	40
Figura 2.5. Le gustaría probar comida que sea preparada en leña o piedra volcánica .....	41
Figura 2.6. Frecuencia semanal que suele salir a comer fuera de casa .....	42
Figura 2.7. Importancia de la comida .....	43
Figura 2.8. Importancia en el servicio.....	44
Figura 2.9. Importancia del precio .....	45
Figura 2.10. Importancia de la seguridad .....	46
Figura 2.11. Importancia del ambiente .....	47

Figura 2.12. Importancia de la localización .....	48
Figura 2.13. Dispuesto a pagar .....	49
Figura 3.1 Croquis de la Ubicación del Restaurante .....	54
Figura 3.2. Organigrama Estructural .....	86
Figura 3.3. Organigrama Funcional .....	87
Figura 3.4. Flujograma de la Recepción de la Materia Prima .....	94
Figura 3.5. Flujograma de la elaboración de los Platos .....	95
Figura 3.6. Valores del Restaurante .....	97
Figura 3.7. Logotipo con Fondo Blanco.....	108
Figura 3.8. Logotipo con Fondo Negro .....	109
Figura 3.9. Tipografía e Imagotipo .....	109
Figura 3.10. Uniformes.....	111
Figura 3.11. Portada de la Carta .....	113
Figura 3.12. Página 1 de la Carta.....	114
Figura 3.13. Página 2 de la Carta.....	115
Figura 3.14. Página 3 de la Carta.....	116



# **GENERALIDADES**

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la ciudad de Quito han nacido nuevos proyectos de restaurantes que adoptan tendencias diferentes a las convencionales, muchos han tenido éxito y han logrado mantenerse en el tiempo, esto se debe en gran parte al tipo de oferta que proponen a sus clientes, además de otros detalles que también son de gran importancia al momento de iniciar con este tipo de negocios.

La oferta de preparar alimentos en leña y piedra volcánica es baja, si bien, existen restaurantes que ofrecen preparaciones cocidas en leña, pero no en piedra volcánica, esto le da una característica muy importante a la propuesta de este proyecto, puesto que, los sabores que aportan los distintos tipos de leña a la comida son variados e intensos según cual se utilice, en cambio la piedra volcánica es un medio que aporta un sabor diferente a los alimentos y además ayuda a que la cocción sea uniforme por las propiedades de distribución de calor que esta posee.

Es por ello que se ha visto la necesidad de proponer la creación de un restaurante que utilice leña y piedra volcánica para sus preparaciones, que previamente tenga un estudio de los mismos y de esta manera dar a conocer acerca de las propiedades que tiene cocinar los alimentos en leña y piedra volcánica.

## **II. ANTECEDENTES**

El sur de Quito en los últimos años ha tenido un notorio crecimiento tanto poblacional como en infraestructura comercial y esto se debe mucho a los grandes proyectos que se han ubicado en este sector de la ciudad.

A mediados de los noventa con la construcción del centro comercial “El Recreo” y frente a éste la parada del trole bus, produjeron una activación del sector comercial, dinamizando de esta forma los barrios aledaños al mismo; viéndose como uno de los beneficiados el barrio de la Villaflora.

En la actualidad este barrio es una zona comercial muy importante en el sur de Quito ya que existen oficinas, clínicas, colegios y restaurantes, muchos de estos son de comida rápida, otros ofrecen parrilladas, mariscos, comida típica, pero no existe ningún restaurante de cocina a leña y piedra volcánica.

Al ser un sector comercial, es un punto estratégico que se debe tomar en cuenta para la propuesta que se menciona en esta tesis, sobre todo si la idea no existe en esta zona.

### **III. JUSTIFICACIÓN**

La propuesta de este proyecto es novedosa ya que en el mercado actual existen pocos restaurantes que ofrecen este tipo de preparaciones, esto es fundamental para el desarrollo del negocio, que junto a una buena gestión del mismo, se puede llegar a tener una alta rentabilidad, teniendo como resultado el retorno de inversión de posibles socios en el arranque del proyecto.

Además con la puesta en marcha de este proyecto se busca generar fuentes de empleo para jóvenes profesionales afines a este trabajo, ya que se va a requerir de personal que tenga conocimiento en cuanto a técnicas culinarias, servicio al cliente, contabilidad y administración, porque se pretende brindar un servicio de excelencia y esto sólo se lo puede obtener con un personal calificado.

Al brindar un servicio de excelencia se tiene como resultado la satisfacción de los clientes, que son la razón de ser de la propuesta que se está realizando, por esto ellos también son los beneficiarios del proyecto.

La puesta en marcha de un restaurante dinamiza el comercio a sus alrededores, es por ello que el sector donde estará ubicado el restaurante crecerá más a nivel comercial, sobretodo en el área de restaurantes, lo cual impulsará a que los habitantes de este sector emprendan con sus propios proyectos.

Los proveedores también son beneficiarios de este proyecto ya que dependiendo de la demanda que el restaurante tenga, ellos incrementarán su producción para satisfacer las necesidades del negocio, mejorando de esta manera sus ganancias.

#### **IV. DELIMITACIÓN DEL TEMA**

La presente propuesta de plan de negocios es un proyecto que va a ofrecer preparaciones que sean cocidas en leña y piedra volcánica, que va a estar ubicado en el sector sur de Quito, en el barrio de la Villaflora y va dirigido a las personas de clase media que vivan o transiten en este sector.

#### **V. OBJETIVOS**

##### **OBJETIVO GENERAL**

- Realizar un estudio para la creación de un restaurante que utilice leña y piedra volcánica en el sector de la Villaflora.

##### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Investigar las características de la leña y piedra volcánica para su utilización en el presente proyecto.
- Realizar una investigación de mercado que permita identificar la oferta y demanda del sector donde estará ubicado el restaurante.
- Efectuar el estudio técnico para determinar la estructura, implementación, talento humano y financiamiento que va a ser necesario para el proyecto planteado.

## **VI. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **Investigación básica**

“Es aquel tipo de investigación que da la pauta o sirve como fundamento para cualquier otro tipo de estudio o investigación, ocupándose fundamentalmente de conocer y explicar, buscando nuevas verdades y el conocimiento y comprensión de la naturaleza y el hombre.” (Posso, 2011, pág. 20)

#### **Investigación documental**

“La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiendo por estos todo material al que se puede acudir como fuente de referencia...” (Bernal, 2010, pág. 111).

El propósito de este tipo de investigación es que el lector llegue a analizar la información que encuentre sobre un determinado tema, para establecer de esta manera relaciones o diferencias con respecto al tema de estudio.

Con este tipo de investigación se busca obtener información ya existente que ayude a realizar el marco teórico y también a sustentar la idea principal del proyecto.

#### **Investigación exploratoria**

“Este tipo de investigación pone en contacto al investigador con la realidad que se va a estudiar, porque solamente se obtienen datos para sobre la base de estos, recién plantearse problemas o hipótesis, es decir, la investigaciones

exploratorias no constituyen un fin en sí mismas sino que sirven de base para investigaciones profundas y rigurosas.” (Posso, 2011, pág. 21)

La investigación exploratoria es una herramienta muy práctica que se va a aplicar en el estudio de mercado, puesto que es necesario determinar las preferencias de los posibles clientes, así como también determinar el comportamiento de la competencia, para tener una base de datos concisa y trabajar con ella para el desarrollo de esta tesis.

## **MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **Método inductivo**

Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación se de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentes de una teoría (Bernal, 2010, pág. 59)

### **El método cualitativo o método no tradicional**

De acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000), se orienta a profundizar casos específicos y no generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

Los investigadores que utilizan el método cualitativo busca entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica. En su forma general, la investigación cuantitativa parte de los cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, en tanto que la investigación cualitativa pretende conceptuar sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas. (Bernal, 2010, pág. 60)

## **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

### **Fuentes Primarias**

Es aquella que el investigador obtiene directamente mediante cuestionarios, cédulas de entrevista, guías de investigación, observación ordinaria y participante, etc. (Rojas, 2013, pág. 198)

### **Fuentes Secundarias**

Se refiere a la que se extrae de fuentes documentales (censos, estadísticas vitales, informes de investigación, etc.); para almacenarla ya depurada se emplean fichas de trabajo y archivos computacionales. La información secundaria, según el caso, puede complementar a la primaria o servir de base para efectuar el análisis del problema. (Rojas, 2013, págs. 198-199)

### **Observación**

La técnica de la observación permite proporcionar información del comportamiento de los individuos o grupos sociales tal como ocurre, en comparación con otras técnicas que captan información sobre conductas pasadas o que supuestamente se presentarán en el futuro. Existen dos tipos de observación la ordinaria y la participante.

El tipo de observación que se va a emplear es la ordinaria ya que el investigador se encuentra fuera del grupo que observa, es decir no participa en los sucesos de la vida del grupo estudiado.

La técnica de observación ordinaria puede emplearse en las visitas preliminares para reconocer y delimitar el área de trabajo con el fin de obtener información para estructurar el marco teórico y conceptual, sirve además para

afinar hipótesis y adoptar estrategias en la aplicación de las demás técnicas que se utilizarán en la investigación definitiva. (Rojas, 2013, págs. 205-206)

### **Entrevista estructurada**

Esta técnica se emplea en diversas disciplinas para realizar estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundante y básica sobre el problema. También se utiliza para fundamentar hipótesis y orientar las estrategias para aplicar otras técnicas de recolección de datos.

Asimismo, la entrevista estructurada o dirigida se emplea cuando no existe suficiente material informativo sobre ciertos aspectos que interesa investigar, o cuando la información no puede conseguirse a través de otras técnicas. (Rojas, 2013, pág. 216)

### **Encuesta**

Esta técnica consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, por ejemplo: datos generales, opiniones, sugerencias o respuestas que se proporcionen a preguntas formuladas sobre los diversos indicadores que se pretenden explorar a través de este medio. La información recogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa. (Rojas, 2013, pág. 221)

La recolección de información mediante la encuesta se hace a través de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1. RESTAURANTE

El término *restaurant* fue utilizado por primera vez en Francia por un hombre de apellido Boulanger, quién en el año de 1765 abre un negocio de caldos y sopas que eran reconfortantes para sus comensales y en la puerta de su negocio puso una frase que decía “Venid a mí casa hombres de estómago cansado y yo os restauraré” “esta frase pronto se hizo famosa y fue sinónimo del lugar donde se hacen comidas elaboradas”. (Azcoytia, 2009)

En la actualidad se conoce como restaurante a aquel establecimiento que ofrece alimentos y bebidas en un local con un ambiente agradable para los comensales.

### 1.2. RESTAURANTES DE ESPECIALIDAD

“Los restaurantes de especialidad son aquellos que ofrecen una variedad limitada de un tipo de cocina, es decir que en su carta muestran una extensa variedad de su especialidad, ya sean pastas, mariscos, carnes, entre otros”. (García, 2010)

### 1.3. RESTAURANTES TEMÁTICOS

“Este tipo de restaurantes vienen de una tendencia antigua pero que aún se mantiene viva. En general estos establecimientos son grandes donde se trata de combinar perfectamente desde la fachada, decoración interior, música, productos e incluso uniformes del personal, para que juntos proyecten un mensaje en particular (Snavelly, 2002)”. (Martínez & Pedraza, 2004)

Este proyecto está enfocado en la comida cocida en leña y piedra volcánica, ésta es la característica que le va a distinguir de otros restaurantes que están ubicados en el sector. El tipo de comida que se piensa ofrecer será comida ecuatoriana o asados de carnes con las técnicas que se van a detallar a lo largo de este capítulo; el tipo de comida se definirá según los resultados que se tengan del estudio de mercado.

#### **1.4. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

En el artículo 5 de la Ley de turismo dice:

“Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a) Alojamiento, b) Servicio de alimentos y bebidas...” (Ley Orgánica de Turismo, 2002)

Según el artículo 5, literal b, de la Ley de turismo dice que los servicios de alimentos y bebidas son parte de una actividad turística, esto quiere decir que consideran a los restaurantes como parte de esta actividad dentro de la ciudad, por ello también es importante cumplir con otros requisitos que ayudarán a la mejor difusión y funcionamiento del negocio como son el distintivo Q que se explica a continuación.

#### **1.5. DISTINTIVO Q**

Este distintivo es un reconocimiento que pueden tener los establecimientos turísticos como restaurantes, por la calidad tanto en los productos como en el servicio que ofrecen para todos los clientes nacionales o extranjeros y “es otorgado por el Municipio, a través de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo, esto permite elevar la calidad de la oferta turística del DMQ”. (Quito Turismo, 2014)

El distintivo Q significa calidad y “busca diferenciar y reconocer los esfuerzos realizados por todos aquellos empresarios del Distrito Metropolitano

de Quito, o de otras zonas del país (a través de acuerdos interinstitucionales), que realicen actividades turísticas diferenciadas en la calidad de su oferta, promoviendo la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible y el mejoramiento de los conocimientos y habilidades del personal que labora en los establecimientos turísticos”. (Quito Turismo, 2013).

#### **1.5.1. Dentro de los objetivos del Distintivo Q están:**

- Brindar asistencia Técnica para el cumplimiento de la normativa legal aplicable a los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas y operadores en zonas de interés turístico.
- Proporcionar asistencia técnica especializada y capacitación para elevar la calidad de la prestación de los servicios turísticos y la competitividad del destino, en base a herramienta de gestión de turismo sostenible.
- Mejorar la calidad de servicios y productos comerciales de las empresas, para fomentar el crecimiento de la demanda turística.
- Profesionalización del equipo humano en los establecimientos.

(Quito Turismo, 2014)

En el sector sur de Quito se encuentran pocos restaurantes que tienen este distintivo los cuales son: El Café del Tren de Chimbacalle y el Rincón del Gaucho, ubicado en la Av. Rodrigo de Chávez (Quito Turismo, 2014); el proyecto que se está proponiendo es un restaurante con temática de cocina a leña y piedra volcánica, que va a aplicar ciertas técnicas de cocción diferentes a las convencionales; se cree que es necesario tener este distintivo para la mejor difusión del restaurante, de este modo clientes de otras partes de la ciudad y porque no de extranjeros que disfruten de este tipo de comida, con esto también se busca mejorar la calidad tanto del servicio como de la comida que se piensa ofrecer, además que se tienen muchos beneficios que ayudarán al crecimiento del negocio.

Los requisitos para sacar este distintivo Q están en el estudio legal del proyecto.

## **1.6. CATEGORIZACIÓN DE RESTAURANTES**

Según la Ley Orgánica de Turismo en el capítulo V de las categorías, artículo 19 dice que “El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría” (Ley Orgánica de Turismo, 2002)

El Ministerio de Turismo maneja la categorización en referencia a un instructivo interno, que se lo utiliza como referencia hasta que se emita las nuevas normas técnicas. En el instructivo se definen las categorizaciones según las características que deben tener los restaurantes y se los detalla de la siguiente manera.

### **1.6.1. Restaurantes de Lujo**

#### **Instalaciones**

- Entradas. Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio y mercaderías.
- Vestíbulo. Con guarda ropa, teléfono y servicios higiénicos, independientes para hombres y mujeres. En el vestíbulo podrá instalarse un bar.
- Comedor. Superficie, capacidad y categoría adecuada al servicio.
- Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, office, almacén, cámaras frigoríficas y cuartos fríos para carnes, pescados y verduras, mesa caliente, fregaderos, extracción de humos y olores.
- Mobiliario. Alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela.
- Aire acondicionado y/o calefacción

- Dependencias del personal del servicio. Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.

### **Servicios**

- Carta de platos. Un primer grupo de entradas, con diez variedades y cuatro sopas o cremas.
- Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cinco variedades.
- Un tercer grupo de pescados con cinco variedades.
- Un cuarto grupo de carnes y aves con cinco variedades.
- Un quinto grupo de postres, compuestos de dulces, helados, quesos y frutas con cinco variedades.
- Carta de vinos con cinco variedades, para cada grupo de vinos. Así como aguas. Cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.
- El servicio se hará de fuente o plato, utilizándose mesas auxiliares y cubre fuentes o cubre platos para la salida de platos de la cocina al restaurante.

### **Personal**

- Un Maitre o jefe de comedor con conocimientos del idioma inglés.
- Personal suficiente y uniformado, con estaciones de cuatro mesas por salonero.

(Dirección de Registro y Control del MinTur)

## **1.6.2. Restaurantes de Primera Categoría**

### **Instalaciones**

- Entradas. Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicios y mercancías.
- Vestíbulo. Con guarda ropa, teléfono y servicios higiénicos, independientes para hombres y mujeres.

- Comedor. Con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría.
- Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, office, almacén, cámaras frigoríficas y cuartos fríos para carnes, pescados y verduras, mesa caliente, fregaderos, extracción de humos y olores.
- Mobiliario. Alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela.
- Aire acondicionado y/o calefacción
- Dependencias del personal del servicio. Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.

### **Servicios**

- Carta de platos. Un primer grupo de entradas, con cuatro variedades y tres sopas o cremas.
- Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cuatro variedades.
- Un tercer grupo de pescados con cuatro variedades.
- Un cuarto grupo de carnes y aves con cuatro variedades.
- Un quinto grupo de postres, compuestos de dulces, helados, quesos y frutas con cuatro variedades.
- Carta de vinos con cuatro variedades, para cada grupo de vinos. Así como aguas. Cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.
- El servicio se hará de fuente o plato, utilizándose mesas auxiliares y cubre fuentes o cubre platos para la salida de platos de la cocina al restaurante.

### **Personal**

- Un Maitre o jefe de comedor con conocimientos del idioma inglés.
- Personal suficiente y uniformado, con estaciones de seis mesas por salonero.

(Dirección de Registro y Control del MinTur)

### **1.6.3. Restaurantes de Segunda Categoría**

#### **Instalaciones**

- Entradas. Una sola entrada para los clientes y personal de servicio y mercancías
- Teléfono y servicios higiénicos, independientes para hombres y mujeres.
- Sala comedor. Con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría.
- Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos, almacenes y extracción de humos y olores.
- Mobiliario. Alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas acordes a su categoría.
- Dependencias del personal del servicio. servicios higiénicos para el personal.

#### **Servicios**

- Carta de platos. Un primer grupo de entradas, con cinco variedades y dos sopas.
- Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con tres variedades.
- Un tercer grupo de pescados con tres variedades.
- Un cuarto grupo de carnes y aves con tres variedades.
- Un quinto grupo de postres, compuestos de dulces, helados, quesos y frutas con tres variedades.
- Carta de vinos con cuatro variedades, para cada grupo de vinos. Así como aguas. Cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.
- El servicio se hará de fuente o plato, utilizándose mesas auxiliares y cubre fuentes o cubre platos para la salida de platos de la cocina al restaurante.

## **Personal**

- Personal suficiente y uniformado, con estaciones de ocho mesas por saloner.

(Dirección de Registro y Control del MinTur)

### **1.6.4. Restaurantes de Tercera Categoría**

## **Instalaciones**

- Entradas. Una sola entrada para los clientes y personal de servicio y mercancías
- Teléfono y servicios higiénicos comunes para hombres y mujeres.
- Comedor. Adecuado al servicio, capacidad y categoría.
- Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos y bodegas.
- Mobiliario. Alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería y mantelería acorde a su categoría.
- Dependencias del personal del servicio. servicios higiénicos para el personal.

## **Servicios**

- Carta de platos. Un primer grupo de entradas y sopas con cuatro variedades.
- Un segundo grupo de huevos y fideos con dos variedades.
- Un tercer grupo de pescados con dos variedades.
- Un cuarto grupo de carnes y aves con dos variedades.
- Un quinto grupo de postres con dos variedades.

## **Personal**

- El personal en contacto con el público se presentará aseado y limpio usando prendas apropiadas que le identifique como tal.

(Dirección de Registro y Control del MinTur)

### **1.6.5. Restaurante de Cuarta Categoría**

#### **Instalaciones**

- Comedor. Independiente de la cocina y adecuado al servicio y categoría.
- Cocina limpia, decorosa e higiénica.
- Servicios higiénicos comunes para la clientela y para el personal de servicio.

#### **Servicios**

- Carta de platos y Bebidas con una variedad de platos y bebidas

#### **Personal**

- El personal en contacto con el público se presentará aseado y limpio usando prendas apropiadas que le identifique como tal. (Dirección de Registro y Control del MinTur)

### **1.7. ANTECEDENTES DEL BARRIO DE LA VILLAFLORA**

Este barrio surgió hace 69 años en los terrenos de la hacienda Flora, de ahí su nombre, que pertenecían a la familia Salvador y que fueron vendidos a la Caja de Pensiones (hoy IESS) y que se destinó para planes de vivienda de policías y militares. Es considerado como uno de los mejores diseños de urbanización realizados en Quito (Administración Zonal Eloy Alfaro, 2009)

El Machángara fue el abastecimiento natural de agua para el ganado, a su alrededor había plantas y arbustos nativos del río. En este sector estuvo la primera fábrica de madera de donde sacaban leña y virusa para los fogones de las abuelitas. (Administración Zonal Eloy Alfaro, 2009)

Por ser puerta de entrada al sur de Quito o al centro de la ciudad se convirtió en paso “obligado” de los viajeros, esta característica la convirtió en un espacio comercial en donde se asentaron empresas, bancos, restaurantes y diversos negocios prestadores de servicios, fundamentalmente a lo largo de su

arteria principal, la Av. Rodrigo de Chávez. (Administración Zonal Eloy Alfaro, 2009)

## **1.8. ANTECEDENTES DE LA COCINA A LEÑA**

“Hubo un tiempo en que nadie conocía el fuego. Las personas solían calentar la comida al sol; y la parte superior de los víveres, cocida de esta suerte, la comían los hombres, y la parte inferior, que no estaba cocida, la comían las mujeres” (Moreno Lácydes, pág. 307). Cita rescatada de << Cocinas Regionales Andinas, de Julio Pazos Barrera>>.

Desde que el hombre descubrió el fuego empezó a utilizar ramas de árboles secas para la hoguera y así fue como poco a poco domesticaron el fuego y con el pasar del tiempo lo implementaron en el uso de la cocción de alimentos como por ejemplo carnes de animales, teniendo como resultado una textura diferente, nuevos sabores y así distintos tipos de cocción nacieron y muchos de ellos se han mantenido.

Para hablar de los tipos de cocción antiguos de Latinoamérica se tiene que hablar de los Incas ya que ellos fueron quienes trascendieron fronteras, sus territorios antiguamente comprendían desde el sur de Colombia, todo el actual territorio del Ecuador, Perú y Bolivia, parte del norte de Argentina y hasta más o menos la mitad de Chile. Rosario Olivas Weston en su conferencia “Cocinando nuestras Culturas” citada en (Pazos Barrera, 2010, pág. 15)

Durante el periodo que los Incas gobernaron estas tierras fue de casi cien años llevaron; de un lugar a otro varios grupos de personas que aportaron con conocimiento, técnicas y costumbres a las zonas que llegaban. Esto fue reforzado durante los casi cuatrocientos años del periodo virreinal, en el cual las poblaciones nativas siguieron intercambiando conocimientos y tradiciones. Rosario Olivas Weston en su conferencia “Cocinando nuestras Culturas” citada en (Pazos Barrera, 2010, pág. 15)

Cuando los españoles llegaron a Latinoamérica la cultura que fue difundida por los incas cambió y en cada región se desarrollaron tradiciones nuevas pero siguieron manteniendo una misma raíz, por ello hoy en día se puede observar que muchas de las técnicas culinarias de los países nombrados anteriormente son similares, lo que cambia en muchos casos son los ingredientes esto se debe a la ubicación de cada país, su forma de cosechar ciertos alimentos, la utilización de ciertos utensilios también marcaron una diferencia notoria en el cambio de preparaciones.

La supervivencia de los conocimientos culinarios, a través de los siglos, es una realidad indiscutible. Ejemplo de ello son las humitas, los tamales, la pachamanca, la huatia y otras técnicas culinarias que dan nombre a preparaciones. Rosario Olivas Weston en su conferencia “Cocinando nuestras culturas” citado en (Pazos Barrera, 2010, pág. 16).

Muchas de las comidas que se han mantenido en el tiempo han sido aquellas que se preparan en festividades que se celebran solamente una vez al año como ejemplo se puede citar el día de los difuntos con la preparación de la colada morada y las guaguas de pan, de esta manera las familias pasan de generación tras generación estas recetas tan típicas del país.

Los combustibles tradicionales que todavía se utilizan son la leña, taquia o estiércol de animales, el ichu o paja de las punas, la maleza seca y despojos de las cosechas en pequeños pueblos alejados de las grandes metrópolis, aquellos que generación tras generación se ha tratado de mantener este tipo de cocción.

### **1.8.1. La leña**

La leña es parte de los árboles y matas que, cortada y hecha trozos, se emplea como combustible. (Real Academia Española, 2009)

### 1.8.2. Especies de árboles para leña

- La madera más usada para hacer brasas de leña es el quebracho, pues tiene madera dura, resistente y de un agradable aroma. No conviene utilizar madera de pino o plantas coníferas ya que su resina desprende aromas fuertes. (Skilton, 2009)
- El mesquite o algarrobo es excelente para ahumar vacuno, pollo y pescados oleosos como el salmón. El mesquite -que es la madera favorita a la hora de ahumar los famosos asados texanos- tiene un sabor fuerte, por lo que queda mejor para cortes que no se tienen que ahumar o asar por periodos muy largos.
- Acacia auriculiformis: Especie leguminosa productora de leña de excelente calidad aún en suelos pobres y zonas áridas.
- Madera de manzano deja un sabor dulce y suave, es buena para asar cerdo, pavo y pollo.
- Madera de guindo, que también deja en la carne un sabor ligeramente dulce es muy buena para ahumar cerdo, pollo o pescado y también para el vacuno.
- Hickory o nogal americano tiene un sabor fuerte y envolvente que queda muy bien con vacuno o pollo. Tenga cuidado si elige esta madera porque el sabor puede ser un poco invasivo. Hay gente que la mezcla con otras especies (con manzano, por ejemplo) para lograr un efecto más moderado y muy sabroso.
- La madera del pecan (una especie de nogal) acompaña muy bien al vacuno, cerdo y a las presas de caza. Tiene un sabor un poco dulce y toques de nuez.  
(Marambio, 2013)

Para que el sabor del humo se impregne en la carne, lo mejor es cubrir la parrilla (muchos modelos vienen con tapa) aunque sea por un rato. Si no tiene tapa o no le gusta usarla, puede cubrir la carne con papel aluminio. Y después, como cada vez que se prende la parrilla, disfrute. (Marambio, 2013)

El tipo de leña que se puede encontrar en Quito para cocinar es el eucalipto ya que existen plantaciones extensas de esta especie, muchos de los proveedores comercializan este tipo de leña por el grosor y estructura que mantiene, además que genera una brasa excelente al momento de encenderlo. Otra especie que se da pero en poca cantidad y en suelos áridos es el algarrobo, este tipo de leña le da fuerza al fuego para que se prenda, al mezclar estos dos tipos de leña causan un fuego perfecto para el tipo de negocio que se está planteando.

## **1.9. TÉCNICAS CULINARIAS UTILIZANDO LEÑA**

### **1.9.1. Asar**

Rosario Olivas describe a este tipo de cocción como una técnica muy conocida que se ha empleado a lo largo del tiempo los vestigios más antiguos se remontan al precerámico, y significa exponer a los alimentos directamente al fuego para cocinarlos, en el diccionario de quichua de Gonzales Holguín (1608), la palabra que describe este tipo de cocción es cucani; la ventaja de este tipo de cocción es la rapidez con la que se cocinan los alimentos, y no existe la necesidad de usar grasas o agua, por ello los alimentos conservan su sabor original. La complejidad de esta cocción es evitar que los alimentos se carbonicen ya que estos están en contacto directo con el fuego.

### **1.9.2. Asar a la parrilla o en asador**

Una parrilla es una rejilla para asar que se coloca sobre carbones o leña encendidos, existen diferentes tipos de parrillas inclinadas, cuadradas, redondas entre otras.

Los alimentos con este tipo de cocción que han sido empleados ancestralmente son cocidos sobre parrillas y debajo de estas se encuentra el fuego que ha sido producido por leña, carbón entre otros combustibles naturales, según Olivas (2010) en los tiempos de los incas asaban las carnes de cuy,

llamas, alpacas, distintos tipos de aves, pescados, mariscos, choclos, mazorcas verdes y tiernas y para dar sabor a las preparaciones asaban ajíes, las carnes que iban a ser sometidas para asarlas previamente los incas las condimentaban con sal y ají.

El doctor Antúnez de Mayolo dice que el purgano o barbacoa consistía en cuatro horcones, sobre los que se colocaban una cama de caña brava y encima de ella una ramada de hojas de palmera. El fuego se encendía por debajo de la purgana y la carne se volteaba una o más veces. La mantaca era empleada en el sur y consistía en un enrejado de varas sobre el que se ponía la carne para soasarse lentamente. Rosario Olivas Weston en su conferencia “Cocinando nuestras Culturas” citada en (Pazos Barrera, 2010, pág. 23)

### **1.9.3. Asar en las cenizas**

O también conocido como rescoldo que es un método de cocción que consiste en cubrir los ingredientes con brasas calientes y cenizas tibias. Por lo general el rescoldo aprovecha un fuego que se ha usado para cocinar otro plato con anterioridad. (Mallmann, 2010)

Antes de la llegada de los españoles, este estilo de cocina era muy utilizado por los onas, aborígenes del lejano sur de la Patagonia y Tierra del Fuego. Los onas cocinaban al rescoldo los enormes huevos del ñandú y los abundantes mariscos que se encuentran cerca de la costa. En sus canoas mantenían brasas encendidas, cenizas calientes y rocas calentadas al fuego, para poder cocinar aun embarcados. (Mallmann, 2010)

Mallmann explica que los aborígenes en Argentina aprovechaban el fuego de todas las maneras así mismo sus cenizas calientes para cocinar sobretodo verduras como calabazas, camotes, batatas entre otras.

La esencia del rescoldo es capturar hasta el final el calor de un fuego que se va a apagando lentamente. (Mallmann, 2010)

Para emplear este tipo de cocción se debe tener en cuenta que hay que usar solamente las cenizas y brasas calientes, lo adecuado es encender una hora antes el fuego, cuando este se haya apagado hay que aprovechar las brasas calientes para cubrir los alimentos con ellas, al descubrirlos se los encuentra ya cocidos, el tiempo varía dependiendo de los alimentos a cocinar.



**Figura 1.1. Rescoldo**

Fuente: (Concha, 2012)

#### **1.9.4. Horno de barro**

Un instrumento que se ha utilizado mucho en las cocinas desde hace mucho tiempo es el horno de barro, es necesario conocer de su origen y su función para el estudio de este proyecto ya que también va a ser utilizado para la cocción de diversos alimentos.

El horno de barro a leña es similar a los de pan al aire libre, por lo general están ubicados sobre una plataforma de cemento que va ubicada sobre una base de ladrillos, tiene forma de cúpula redondeada y posee una chimenea que permite salir el humo y la humedad creada en el interior del horno. (Skilton, 2009)

Para el uso de este horno según Mallmann se debe encender el fuego por lo menos una hora antes de empezar a cocinar, los paisanos sabían cuando el horno estaba listo, primero encendían el fuego y dejaban que se convirtiese en brasas, después se debe correr las brasas a los lados y finalmente como a modo de prueba colocaban un bollo de papel, si éste se encendía el horno estaba listo

pero en la actualidad la fabricación de estos hornos tienen en las puertas termómetros y así se puede controlar la temperatura. (Skilton, 2009)

Estos hornos se los tiene generalmente en el campo, en éste se pueden cocer lechones, aves, carne vacuna, cuyes, pan etc. En este horno se puede destacar que se utiliza leña para calentarlo y como es hecho de barro su calor se dispersa por toda la superficie y de esta manera se tiene un tipo de cocción uniforme.

### **1.9.5. Asar a la Cruz**

Es un método que consiste en exponer las carnes al aire libre sobre las brasas de modo vertical sostenidas por un armazón que suele tener forma de cruz es el chiporro o asado de cordero patagónico. (Mallmann, 2010)



**Figura 1.2. Asado a la Cruz**

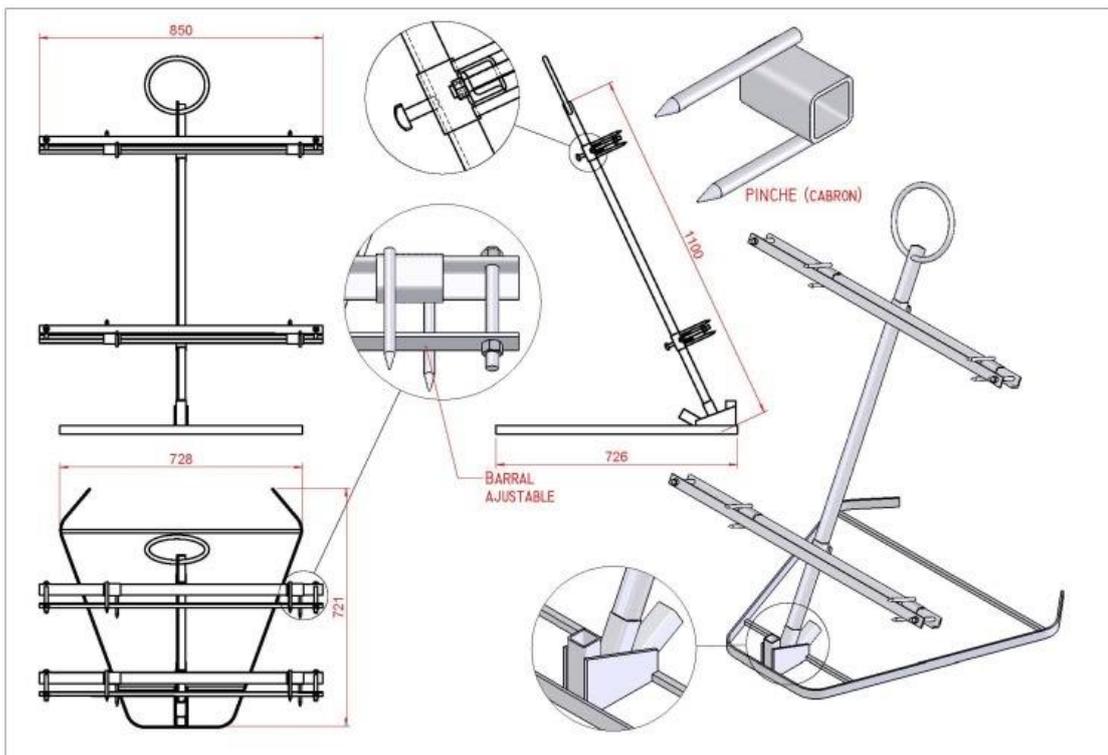
**Fuente:** (Taringa, 2011)

#### **1.9.5.1. Control de temperatura**

Para regular el calor, se acercan las estacas al fuego si se desea más y se alejan si se quiere menos. También se pueden colocar carbones o brasas directamente bajo la vara. (Mallmann, 2010)

### 1.9.5.2. Estaca para asado a la Cruz

Estas estacas son estructuras diseñadas para distintos pesos, muchas de estas son giratorias lo que permiten cocinar de ambos lados con comodidad, está conformada de un soporte estructural, dos planchuelas horizontales regulables, y la base también regulable, lo que permitirá acercar o alejar la carne de las brasas.



**Figura 1.3. Estaca para Asado a la Cruz**

Fuente: (Taringa, 2013)

## 1.10. ANTECEDENTES DE LA COCINA CON PIEDRAS VOLCÁNICAS

### 1.10.1. Piedra Volcánica

El origen de las piedras volcánicas viene de la solidificación del magma y esto ocurre cuando se enfría ya sea en la superficie terrestre o a temperaturas y presiones bajas, estas rocas están dentro del grupo de las rocas ígneas y su nombre proviene del latín que significa fuego. (Guerrero, 2014)

Dentro de la cocina es un material que es utilizado sobre todo para asar carnes debido a sus propiedades de distribución de calor, la utilizan mucho como parrilla o plancha, cazuela o plato para servir diferentes preparaciones.

### **1.10.2. El efecto horno**

“La roca de lava es más ligera, menos densa y más porosa que la mayoría de los tipos de roca, lo cual significa que se calienta más rápido y sirve como buen distribuidor de calor. Usar un lecho de roca de lava sobre la fuente de calor (tal como un quemador a gas de una parrilla) promueve una especie de efecto de horno, ya que absorbe el calor producido por la fuente y luego lo irradia a través de una mayor superficie para una cocción más uniforme de los alimentos”. (Marc Chase, 2014)

### **1.10.3. Exposición a las diferentes fuentes de calor**

“Aunque técnicamente las rocas de lava podrían absorber y ayudar a distribuir el calor producido por fuego de carbón o madera, funcionan mejor dentro de las parrillas de gas. A diferencia de las parrillas de carbón, en las que las brasas mantienen su temperatura durante periodos largos, las parrillas de gas requieren un ardor constante de una corriente de combustible para generar calor. Las rocas de lava son buenas compañeras de las parrillas de gas, ya que absorben y redistribuyen el calor por más tiempo durante el asado.” (Marc Chase, 2014)

### **1.10.4. Cocción con piedras calientes**

Esta es una de las técnicas culinarias más antigua de los Andes y consiste en la cocción de diferentes alimentos al contacto con las piedras calientes, para esto las piedras tenían que estar previamente calentadas al rojo vivo, posteriormente se las colocaba entre o debajo de los alimentos para cocinarlos.

Un ejemplo de este tipo de cocción es la calapurca, la antropóloga Montecino Sonia en su libro *La olla deleitosa* explica que la “calapurca” es una preparación de antigua data en el mundo andino.

En Chile, los aymaras que habitan en el altiplano, valles y ciudades, la mantienen vigente y ha sido también adoptada por el mundo mestizo de los valles y pueblos del norte grande, constituyendo un plato que se identifica como patrimonio 'nortino' y, tal vez, uno de los que con más fuerza restituye los arcaicos gestos culinarios de utilizar piedras como elemento central de la cocción. (Circulo de Cronistas Gastronómicos, 2012)

Este plato muy típico es un caldo espeso que se los puede preparar con distintos tipos de carne especialmente la del cuy, ají, papas, mote de maíz, y para la preparación primero pelaban el cuy lo limpiaban bien y preparaban un guiso de éste y era cocinado con las piedras encendidas dentro de la preparación, calapurca en la lengua aimara significa “piedras del vientre”, porque en este guisado echan las piedras en el vientre del cuy. (Pazos Barrera, 2010, pág. 15). En algunos casos, las piedras se sacan al servir y en otros, el plato se lleva a la mesa con pequeñas piedras. (Circulo de Cronistas Gastronómicos, 2012)

En Argentina, también se consume esta sopa preparada con carne, mote y pan calentado con piedras al rojo. En Perú existe el guiso llamado carapulca o carapulcra, considerado un plato criollo, cuyo ingrediente principal es el chuño o papa seca guisada con carne. (Circulo de Cronistas Gastronómicos, 2012)

Las piedras calientes también se utilizaron para cocinar diferentes tipos de carnes las más típicas del consumo eran las llamas, alpacas, langostas, pescados, cuyes; este tipo de cocción eran al contacto directo con las piedras calentadas al rojo vivo, se debe controlar la temperatura para procurar no cocinar demasiado la carne.

## **1.11. TÉCNICAS CULINARIAS UTILIZANDO PIEDRA VOLCÁNICA**

### **1.11.1. Cocción bajo tierra o Pachamanca**

Existen algunas técnicas en las que se utilizan las piedras calientes para cocer alimentos que todavía se conservan en la actualidad una de ellas es la pachamanca que es una palabra quichua que significa olla en tierra, ésta es una técnica famosa prehispánica de cocer alimentos varios.

Los restos arqueológicos más antiguos que se conocen de la pachamanca fueron hallados en la cueva de Telarmachay, ubicada a 4.400 metros sobre el nivel del mar, en las alturas de San Pedro de Cajas, el hecho de encontrarse algunas muestras de pachamancas de carnes, mariscos, entre otras en los campamentos prehispánicos de las costas del Pacífico descarta la posibilidad que esta técnica haya sido creada por los españoles que se afincaron en estas tierras. Rosario Olivas Weston en su conferencia “Cocinando nuestras Culturas citada en (Pazos Barrera, 2010, pág. 24)

Esta técnica consiste en calentar piedras de preferencia planas al fuego una vez calientes se las coloca dentro de un hueco hecho en la tierra, sobre estas piedras se colocan tubérculos, en una segunda capa se colocan las carnes condimentadas sobre las carnes se colocan hojas de plátano, o achira, y la tercera capa lleva humitas, habas, quesos entre otros finalmente se tapa todo con hojas de plátano y una tela de yute para de esta manera encerrar el calor sobre esta tela se tapa con tierra se deja cocer por 2 horas aproximadamente, suelen colocar una cruz encima que será retirada por el padrino de la Pachamanca.

En Ecuador existe una preparación que se la realiza en la provincia de Loja en el cantón de Zapotillo, ésta se llama chivo al hueco y es una preparación en la cual se utiliza las piedras calientes o la brasa de la leña para cocinar esta preparación, el proceso consiste en colocar la carne de chivo adobada previamente en una olla y después se la coloca dentro del hueco con las piedras calientes o la brasa de la leña, se cubre con tierra y se deja cocinar por tres

horas, esta preparación tiene un sabor diferente por el método de cocción que se le aplica.

### **1.11.2. Huatía (Asar con terrones de tierra, adobes o arena caliente)**

Esta es una técnica culinaria prehispánica más popular en los Andes centrales y consiste en intercalar tubérculos entre terrones o adobes calientes y al final se recubre todo con tierra para mantener el calor, es similar a la Pachamanca la diferencia es que en esta técnica no se separan los alimentos con hierbas, estas suelen actuar como aislantes de la tierra.

En 1608, Diego Gonzales Holguín otorga a la palabra quechua huatiyani el significado de “asar en barbacoa o en hornillos u hoyos abrasados y sacada la lumbre y ceniza cubriendo lo asado con tierra (1989:419) Rosario Olivas Weston en su conferencia “Cocinando nuestras Culturas citada en Rosario Olivas Weston en su conferencia “Cocinando nuestras Culturas” citada en (Pazos Barrera, 2010, pág. 25)

Hoy en día esta técnica todavía la practican pero tiene algunas variaciones como primero calientan un hoyo de arena con leña después se retiran los restos de leña una vez que el hueco este lo suficientemente caliente para enterrar los tubérculos y cocerlos con el calor que ha quedado en el hoyo.

### **1.11.3. Chactar**

Esta es una técnica ancestral aymara que consiste en colocar una piedra sobre la carne, el peso de esta ayuda a que la carne conserve sus características naturales, este método lo aplican para las carnes duras, la piedras que son utilizadas son de río y piedras volcánicas por el sabor que aportan, por lo minerales y aromas naturales que cada una posee.

Algunas matronas aymaras manifiestan que la piedra sirve además para economizar el combustible y el tiempo en la cocción. (Cornejo, pág. 68) Cita rescatada de << Cocinas Regionales Andinas, de Julio Pazos Barrera>>.

## **1.12. MADURACIÓN DE LA CARNE**

Una de las características que los comensales aprecian de un corte de carne es su suavidad además del sabor, ya que esto indica la buena calidad de la carne.

Para obtener una buena calidad en la carne se la debe someter a un proceso de maduración que consiste en dejar reposar la carne a una temperatura y tiempo controlado después del sacrificio animal. “La maduración es un proceso que requiere de carnes de muy buena calidad, de cortes especiales y de una higiene muy estricta”. (Chaves, 2014).

“El añejamiento o maduración lo que permite es que las enzimas proteolíticas llamadas catepsinas y calpaínas presentes en la carne, realicen su trabajo que es la desnaturalización de las proteínas del sarcómero a partir de la Línea Z.” (Chaves, 2014)

“La carne está formada por agua, grasa y proteína. La más variable de estas tres es la grasa, pues depende de muchos factores internos como externos y corresponde desde el 4% al 30%. La cantidad de agua de la carne es de alrededor de 65% al 70%. La proteína es relativamente constante y es alrededor de 16% al 20%”. (Chaves, 2014)

“En la parte proteica se encuentran las fibras musculares compuestas de varios tipos de proteína. Esas proteínas tienen una forma particular que parecen un hilo largo, en donde hay gran cantidad de unidades individuales (es esta unión de pequeñas unidades la que hace que se parezca a una fibra larga) El sitio de unión de estas pequeñas unidades se llama Línea Z y es donde actúa más las enzimas que degradan ese hilo y lo parten, haciendo que la carne se vuelva más suave”. (Chaves, 2014).

### **1.12.1. Métodos de maduración de la carne**

Existen dos tipos de maduración de la carne y estas son: maduración en seco y maduración en húmedo.

#### **1.12.2. Sistema de maduración en seco**

“El sistema de maduración en seco es cuando se dejan los canales de carne en cámaras frías ( de 0° a 2°C) por periodos desde 7 hasta 30 días. Este sistema requiere de grandes espacios y condiciones controladas de humedad y aire. Algún fallo en el frío y la carne se descompondrá”. (Chaves, 2014)

Se llama sistema seco, pues debido a la acción de la cámara se pierde humedad en la carne. (Chaves, 2014)

#### **1.12.3. Sistema de maduración en húmedo**

“El sistema de maduración en húmedo después del desposte de la vaca se corta en piezas la carne, después se empacan las piezas de carne al vacío, se refrigera a una temperatura de 1,5 a 3°C se deja madurar entre 7 a 14 días, la carne se retira, se empaca y se distribuye”. (Wuth, 2014)

“Cualquiera que sea el tipo de maduración, las enzimas realizarán su trabajo de suavizar el corte de carne hasta un punto, en donde por aspectos bioquímicos, la misma enzima se desnaturaliza y deja de hacer su acción benéfica”. (Chaves, 2014)

“Las carnes añejadas o maduras poseen un aroma especial, que las distingue de las carnes sin madurar. Ese aroma es especialmente resaltado cuando las carnes se cocinan en plancha o parrilla. Es un aroma característico muy agradable, más de tipo de nuez que el sabor metálico de la carne fresca”. (Chaves, 2014)

“Un cuidado especial con todas las carnes es que deben dejarse temperar antes de cocinar. Eso es sacarlas de las cámaras de frío y ponerlas en un sitio en donde puedan reposar y alcanzar una temperatura de 20°C antes de cocinar. Esto mejora notablemente la jugosidad y el aroma”. (Chaves, 2014)

## **1.13. MARCO LEGAL**

### **1.13.1. Plan Nacional del Buen Vivir**

Según el portal web del buen vivir dice que es un programa impulsado por el gobierno de turno el economista Rafael Correa Delgado, que trata varios ejes importantes y estos son: La equidad, el desarrollo integral, La Revolución Cultural, La Revolución Urbana, La Revolución Agraria, y La Revolución del conocimiento; dentro de este plan existen 12 objetivos, de los cuales se tratarán dos que son de gran importancia conocer para la creación de este proyecto.

El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito. (SENPLADES, 2013, pág. 14)

#### **1.13.1.1. Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas**

En contraste con esa concepción, y en función de los principios del Buen Vivir, el artículo 33 de la Constitución de la República establece que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo, en sus diferentes formas, es fundamental para el desarrollo saludable de una economía, es fuente de realización personal y es una condición necesaria para la consecución de una vida plena. El reconocimiento del trabajo como un derecho, al más alto nivel de la legislación nacional, da cuenta de una histórica lucha sobre la cual se han sustentado organizaciones sociales y procesos de transformación política en el país y el mundo. (SENPLADES, 2013, pág. 274)

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas. En prospectiva, el trabajo debe apuntar a la realización personal y a la felicidad, además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica. (SENPLADES, 2013, pág. 274)

En este proyecto se busca dar un trabajo digno a todos los empleados cumpliendo con los estatutos de la ley laboral que rige en el Ecuador, en el desarrollo de la tesis se detallan las tablas de remuneraciones y beneficios de ley que cada empleado recibirá mensualmente.

#### **1.13.1.2. Objetivo 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva.**

La Constitución establece la construcción de un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo” (art. 276), en el que los elementos de transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional; a asegurar la soberanía alimentaria; a incorporar valor agregado con eficiencia y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; a lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; a propiciar el intercambio justo en mercados y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos (art. 284). (SENPLADES, 2013, pág. 292)

Los cambios que se plantean con la transformación de la matriz productiva sirven para “...diversificar la economía, dinamizar la productividad, garantizar la soberanía nacional en la producción y el consumo internos...”; el proyecto que se está presentando consiste en la creación de un restaurante, el cual por su naturaleza dinamiza la productividad y economía en el sector donde va a estar

ubicado, puesto que va a abrir varias fuentes de empleo para las personas del sector de alimentos y bebidas; en el aspecto económico es importante recalcar que al haber un negocio en un sector la competencia empieza a crecer dependiendo de la factibilidad del mismo, lo cual hace que el sector se desarrolle comercialmente.

El Programa de Gobierno 2013-2017 (Movimiento Alianza PAIS, 2012) define cambios en la estructura productiva para diversificar la economía, dinamizar la productividad, garantizar la soberanía nacional en la producción y el consumo internos, y salir de la dependencia primario-exportadora.

La conformación de nuevas industrias y el fortalecimiento de sectores productivos con inclusión económica en sus encadenamientos, apoyados desde la inversión pública<sup>99</sup>, nueva inversión privada, las compras públicas, los estímulos a la producción (CEPAL, 2012b), y la biodiversidad y su aprovechamiento<sup>100</sup> (Senplades, 2009), potenciarán la industria nacional, sustituirán importaciones y disminuirán la vulnerabilidad externa.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MERCADO**

#### **2.1 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO**

##### **2.1.1. ANÁLISIS PEST**

El análisis Pest ayuda a evaluar el potencial y la situación de un mercado, indicándonos específicamente si está creciendo o declinando, su atractivo y la conveniencia o no de acceder a él. (Ayala Ruiz, 2014).

Los factores para el análisis PEST son políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

##### **2.1.1.1. Factor Político**

En la actualidad el país ha tenido muchos cambios significativos, uno de estos ha sido el cambio de la matriz productiva, su principal propósito es dinamizar la productividad en el país y esto lo consigue fomentando el nacimiento y crecimiento de nuevos proyectos; para cumplir con este punto entidades públicas y privadas están promoviendo proyectos para el sector turístico, “el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad propuso estandarizar los bienes y servicios de empresas turísticas para que mediante las ruedas de negocios y plataforma en línea conocida como “Encadena en Línea” puedan ser cubiertas las demandas de productos a las empresas turísticas sin intermediarios.” (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2015)

“El gobierno ecuatoriano impulsa varios programas y créditos que permitan a los emprendedores iniciar su propio negocio. Entre los más destacados está el proyecto Emprende Ecuador con financiamiento de hasta 60 mil dólares, este proyecto también promueve la creación de nuevos negocios. En la primera fase otorga asesoría profesional para la creación de un plan de

negocios e investigación de mercado, en la segunda fase otorga el financiamiento.” (Balastro, 2012)

#### **2.1.1.2. Factor Económico**

La Corporación Financiera Nacional (CFN), apoya con créditos a los proyectos que estén relacionados con el turismo y es uno de los objetivos estimular la inversión productiva responsable y rentable, fomentando de esta manera el desarrollo y crecimiento económico del país.

“El monto del préstamo que ofrece la CFN para este tipo de proyectos es desde \$50,000 en adelante, con una tasa pasiva que va de 9,75% hasta 11,15%, a este crédito pueden acceder personas naturales o jurídicas.” (Corporación Financiera Nacional,, 2015)

“El Banco Nacional de Fomento (BNF) otorga financiamiento a empresas de los sectores de la agricultura, pesca, pequeña industria, forestal y turismo. Los montos van desde 420 mil dólares hasta 300 mil dólares” (Balastro, 2012)

#### **2.1.1.3. Factor Social**

La población que vive y trabaja en este sector son personas de clase media, dentro de este grupo se piensa tomar la población económicamente activa para identificar el cliente potencial, al realizar el estudio de mercado se tendrá un dato exacto de las personas a las que el proyecto se va a enfocar.

#### **2.1.1.4. Factor Tecnológico**

Con respecto a este factor, si existe una gran oferta en cuanto a equipos de cocina, que permitirán la facilidad tanto en producción como en almacenamiento de materia prima.

En cuanto a software existentes en el mercado para el manejo de restaurantes, existen un sinnúmero de opciones, los sistemas más completos permiten llevar el manejo de personal controlando el registro de llegada y salida, el control de inventarios, comandas del personal de servicio, facturación del consumo de los clientes, genera informes con respecto a las ventas que se han realizado, entre otras opciones que son muy útiles para el buen manejo de un restaurante.

## **2.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO**

El microentorno de la empresa consiste en otros sectores cercanos a la empresa que se combinan para formar la red de entrega de valor de la empresa o que afectan su capacidad para servir a sus clientes. Incluye el entorno interno de la empresa – Sus distintos departamentos y niveles directivos- en la medida en que influye en la toma de decisiones de marketing. (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 149)

### **2.2.1. Cinco Fuerzas de Porter**

El modelo de las cinco fuerzas de competencia es un método de análisis muy utilizado para formular estrategias en muchas industrias. Según Porter la naturaleza de la competitividad en una industria determinada es vista como el conjunto de cinco fuerzas (Fred, 2003, pág. 98) que se detallan a continuación:

#### **2.2.1.1. Rivalidad entre los competidores existentes**

##### **Análisis de la Competencia Directa**

La oferta de restaurantes que existe en el sector de la Villaflora es amplia, pero no todos estos establecimientos tienen la misma temática que se está proponiendo en esta tesis.

Según el análisis de la oferta que se ha realizado se tienen dos restaurantes que se van a tomar en cuenta como competencia directa, ya que realizan ciertas técnicas de cocción que se piensan aplicar en el proyecto; en el siguiente cuadro se indica la capacidad y la rotación que han tenido estos establecimientos en los últimos cuatro años.

## Oferta Histórica

**Tabla 2.1. Oferta Histórica**

CAPACIDAD TOTAL DE LA COMPETENCIA								
AÑO	NEGOCIO	PRODUCTO	CONSUMO PROMEDIO X PAX	CAP. MAX.	ROTACIÓN	PAX DIARIOS	PAX MENSUALES	PAX ANUALES
2011	El rincón del Gaucho	Parrilladas	17,00	130	0,70	91	2730	32.760
	La cocina de leña	Comida ecuatoriana	8,50	80	0,50	40	1200	14.400
CAPACIDAD TOTAL								47.160
AÑO	NEGOCIO	PRODUCTO	CONSUMO PROMEDIO X PAX	CAP. MAX.	ROTACIÓN	PAX DIARIOS	PAX MENSUALES	PAX ANUALES
2012	El rincón del Gaucho	Parrilladas	17,00	130	0,75	98	2925	35.100
	La cocina de leña	Comida ecuatoriana	8,50	80	0,55	44	1320	15.840
CAPACIDAD TOTAL								50.940
AÑO	NEGOCIO	PRODUCTO	CONSUMO PROMEDIO X PAX	CAP. MAX.	ROTACIÓN	PAX DIARIOS	PAX MENSUALES	PAX ANUALES
2013	El rincón del Gaucho	Parrilladas	17,00	130	0,80	104	3120	37.440
	La cocina de leña	Comida ecuatoriana	8,50	80	0,60	48	1440	17.280
CAPACIDAD TOTAL								54.720
AÑO	NEGOCIO	PRODUCTO	CONSUMO PROMEDIO X PAX	CAP. MAX.	ROTACIÓN	PAX DIARIOS	PAX MENSUALES	PAX ANUALES
2014	El rincón del Gaucho	Parrilladas	17,00	130	0,80	104	3120	37.440
	La cocina de leña	Comida ecuatoriana	8,50	80	0,60	48	1440	17.280
CAPACIDAD TOTAL								54.720

**Elaborado por:** Nicole Santín

**Tabla 2.2. Análisis de Mínimos Cuadrado de la Oferta**

N	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2011	1	47.160	47.160	1
2012	2	50.940	101.880	4
2013	3	54.720	164.160	9
2014	4	54.720	218.880	16
<b>Σ</b>	<b>10</b>	<b>207.540</b>	<b>532.080</b>	<b>30</b>

Elaborado por: Nicole Santín

**Tabla 2.3. Proyección de la Oferta**

PROYECCION DE LA OFERTA					
Y = mx + b				pronóstico	
			oferta x pax	años ( x )	AÑOS
<b>b =</b>	$\frac{\Sigma y \Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma xy}{N \Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma x}$	Y =	58.500	5	2015
		Y =	61.146	6	2016
		Y =	63.792	7	2017
<b>m =</b>	$\frac{N \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{N \Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma x}$	Y =	66.438	8	2018
		Y =	69.084	9	2019

Elaborado por: Nicole Santín

### Competencia Indirecta

De la competencia indirecta se asumen los establecimientos de alimentos y bebidas que no ofrecen los mismos productos que nosotros, en este caso se tienen dos restaurantes que son “Pollos GUS” y “Los Pollos de San Bartolo”; estos restaurantes ya tienen su mercado ganado tanto por el precio que manejan como la rapidez de su servicio.

Es por ello que es fundamental hacer un seguimiento en cuanto a su nivel de ventas, para cuando el negocio esté en marcha saber definir las estrategias de venta adecuadas.

### **2.2.1.2. Amenaza de nuevos competidores**

Es muy común en este tipo de negocios de alimentos y bebidas, que si el negocio es rentable en corto tiempo la competencia aumenta, es por eso que si se llega a tener una gran demanda en este proyecto es muy probable que exista la amenaza de nuevos competidores, para ello se debe implementar estrategias de marketing para que los clientes prefieran el restaurante que se está proponiendo, la experiencia que se pretende brindar a los clientes debe ser diferente a la competencia.

Al ser un negocio nuevo, nos convierte en nuevos competidores que están entrando al mercado, es por ello que se debe analizar constantemente a la competencia para no perecer en el camino, puesto que este proyecto es grande y va a requerir de una inversión fuerte, así que como nuevos competidores a más de ofrecer productos que cubran las necesidades y gustos del mercado se debe mantener la calidad y el servicio para que nos distinga. Es importante recalcar que las ofertas de venta serán herramientas significativas para competir.

### **2.2.1.3. Amenaza de productos y servicios sustitutos**

La calidad es una de las características que se va a mantener de manera definitiva en el restaurante y esto dará un valor muy importante a nuestros productos lo que nos permite competir con otros restaurantes.

### **2.2.1.4. El poder de negociación de los proveedores**

Éste es un factor muy importante, ya que para determinar con que proveedores se va a trabajar se necesita conocer la calidad del producto que ofrecen, y el tipo de pago que aceptan, también se debe tomar en cuenta la ubicación del proyecto, ya que esto determinará la facilidad de entrega de la materia prima y productos que se van a utilizar en el restaurante. La ubicación del restaurante es dentro de la ciudad lo cual facilita la entrega de productos de los proveedores.

#### **2.2.1.5. Poder de negociación de los clientes:**

Para que los posibles clientes elijan el restaurante, se van a ofertar productos que tengan características distintas a los ya existentes, esto quiere decir que se les va a dar exclusividad tanto en el servicio como en la calidad de los productos, es importante resaltar que la idea central del negocio es de cocinar en leña o en piedra volcánica y ésta ya es una característica diferente a las que normalmente se encuentran en distintos restaurantes que están ubicados en el mismo sector. Además se fijarán los precios de acuerdo a los resultados que se obtengan del estudio de mercado así como también se tomará en cuenta los precios de la competencia.

### **2.3. ESTUDIO DE MERCADO**

En el presente capítulo se va a realizar un estudio para determinar la cuantificación de la demanda y oferta que existirá para el proyecto que se está proponiendo.

#### **2.3.1. Definición de mercado**

“Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio” (Kotler & Armstrong, 2008)

Entonces se entiende como mercado el conjunto de personas, empresas, familias, entre otros que tienen algo en común y es el satisfacer una necesidad con productos o servicios de los ofertantes.

#### **2.3.2. Objetivos del estudio de mercado**

- Determinar la demanda que se tendrá con el proyecto que se está proponiendo.

- Identificar si las características de los productos que se van a ofrecer cubren con las necesidades y deseos de los posibles clientes.
- Determinar el nivel de aceptación que pueden llegar a tener los productos que se están ofreciendo.

## 2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Consiste en “dividir un mercado en distintos grupos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamientos y que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes.” (Kotler & Armstrong, 2008)

“Segmento de mercado es aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de éste son más homogéneas” (Bonta & Farber)

Para la segmentación de mercado que se aplicará en este proyecto, se va a tomar en cuenta la población económicamente activa (PEA) de la parroquia la Magdalena, que contiene el barrio de la Villaflora.

El PEA es el grupo de personas que están en edad y capacidad para trabajar, son la fuerza laboral de la sociedad, por ello se ha visto que es un grupo apropiado para aplicar las encuestas.

### 2.4.1. Población económicamente activa de la Magdalena

**Tabla 2.4. Población económicamente activa de la Magdalena**

#	Sector	# Habitantes
1	MAGDALENA	15100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC 2010)

## 2.4.2. Segmentación del mercado

Tabla 2.5. Segmentación de Mercado

DETERMINACION DEL UNIVERSO			
GEOGRÁFICA	PEA de la Magdalena		15.100
DEMOGRÁFICA	Población de 25 a 65 Años	47%	7.067
	Clase Media	23%	1.611
El universo del proyecto es la representación del mercado meta			1.611

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC 2010)

Elaborado por: Nicole Santín

## 2.4.3. Tamaño de la muestra

Se va a tomar en cuenta la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

### Ecuación 1 Fórmula para determinar el tamaño de la muestra

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z= Margen de Confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

e= Error Muestral

En la cual se tomó un porcentaje de confianza del 95% (z= 1,96) una ocurrencia del 50%, el universo de la investigación es de 2529 y un error del 5%.

Entonces se tiene que:

Z= 1,96

P= 50%

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 1611}{0,05^2(1611-1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

Q= 50%

$$n = \frac{3,84 * 402,75}{0,0025(1610) + 3,8416 * 0,25}$$

N= 1611

$$n = 310$$

e = 5% = 0,05

Según la fórmula realizada para el estudio de mercado se aplicarán 310 encuestas al mercado meta.

## 2.5. MODELO DE LA ENCUESTA

Esta encuesta es para fines académicos le agradezco su sinceridad en la respuesta de las siguientes preguntas:

1.- Género F  M

2.- Edad

De 25 a 30 años

De 30 a 40 años

De 40 a 50 años

De 50 a 60 años

3.- ¿Le gustaría comer en un restaurante que ofrezca comida preparada en leña y piedra volcánica?

SI  NO  Fin de la encuesta

4.- ¿Conoce algún restaurante que ofrezca comida cocida en leña o piedra volcánica en el sector de la Villaflora?

SI  NO

5.- ¿Qué tipo de comida le gustaría probar que sea preparada en leña y piedra volcánica?

Asados

Comida ecuatoriana

Cocina de autor

6.- ¿Con qué frecuencia mensual suele salir a comer fuera de casa?

1 vez por mes

3 veces por mes

5 veces por mes

Más de 5 veces por mes

7.- Señale del 1 al 6 qué características son importantes cuando elige un restaurante. Siendo 1 el menos importante y el 6 el más importante

Comida

Servicio

Ambiente

Seguridad

Localización

Precio

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por persona, en un restaurante que ofrezca preparaciones cocidas con leña o piedra volcánica?

6 a 10 dólares

11 a 15 dólares

16 a 20 dólares

21 a 25 dólares

## 2.5.1. Tabulación de la Encuesta

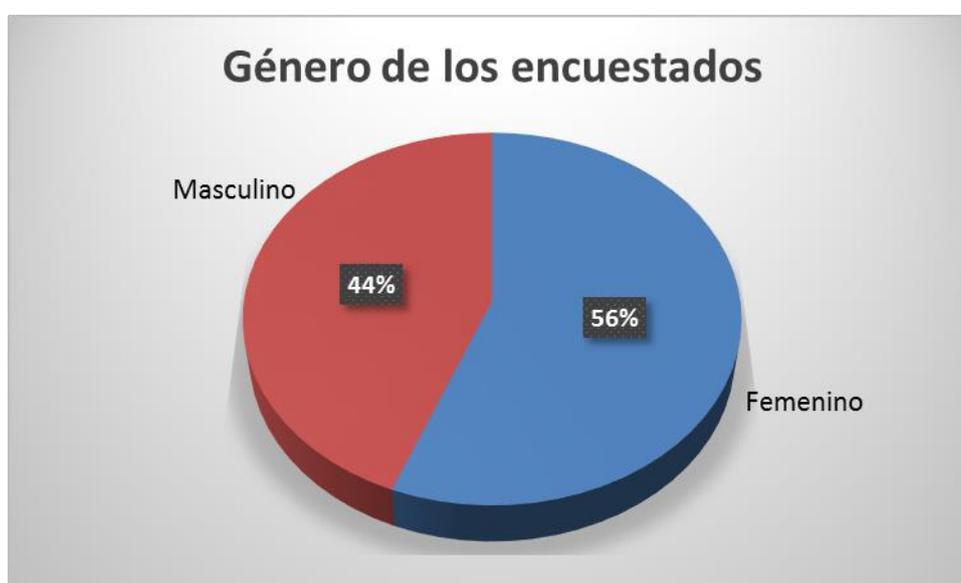
### Pregunta N°1

#### 1.- Género

**Tabla 2.6. Género de los Encuestados**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Femenino	174	56%
Masculino	136	44%
<b>TOTAL</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.1. Género de los Encuestados**

Del total de las 310 encuestas que se aplicaron, se realizó el levantamiento de información a 174 personas de sexo femenino y 136 personas de sexo masculino.

Este dato es importante conocerlo ya que en muchas de las familias del sector en el que se aplicaron las encuestas, son las mujeres las que realizan las compras y en muchos de los casos son ellas las que administran los ingresos de los hogares, por ello al tener más cantidad de mujeres, es un indicador que se debe dirigir una parte de la publicidad para el género femenino, ya que serán ellas en la mayoría de los casos las que tomen la decisión de consumo.

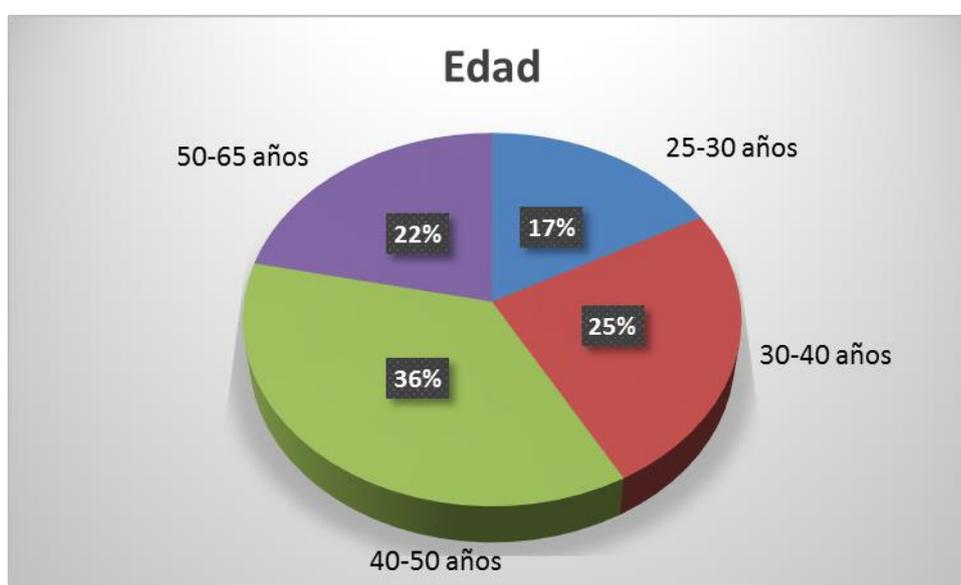
## Pregunta N°2

### 2.-Edad

**Tabla 2.7. Edad de los encuestados**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
25-30 años	53	17%
30-40 años	77	25%
40-50 años	113	36%
50-65 años	67	22%
<b>TOTAL</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.2. Edad de los Encuestados**

De los resultados se puede deducir que los posibles clientes van a ser personas que estén en un rango de edad de 40 a 50 años, es un dato importante ya que con esta información se puede definir el tipo de ambiente que va a tener el restaurante, ya que las personas de esta edad gustan de restaurantes con ambientes cálidos y cómodos en los que puedan compartir con sus familias una buena experiencia.

### Pregunta N°3

3.- ¿Le gustaría comer en un restaurante que ofrezca comida preparada en leña y piedra volcánica?

**Tabla 2.8. Comer en un restaurante de cocina en leña y piedra volcánica**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	276	89%
NO (Fin de encuesta)	34	11%
<b>TOTAL</b>	<b>310</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.3. Comer en un restaurante de comida preparada en leña y piedra volcánica**

Del total de los encuestados el 89% de las personas respondieron que sí les gustaría comer en un restaurante que ofrezca comida preparada en leña o piedra volcánica con estos resultados se concluye que la demanda y la acogida del proyecto son altas es por eso que la gran parte de los encuestados respondieron de manera positiva.

#### Pregunta N°4

4.- ¿Conoce algún restaurante que ofrezca comida cocida en leña o piedra volcánica en el sector de la Villaflora?

**Tabla 2.9. Cocina leña o piedra volcánica en el sector de la Villaflora**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	21	8%
NO	255	92%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.4. Cocina de leña o piedra volcánica en el sector de la Villaflora**

El 92% de las personas encuestadas respondieron que no conocen un restaurante de cocina a leña y piedra volcánica, con estos resultados se concluye que no existe demasiada competencia directa en el mercado, haciendo que el proyecto tenga una gran ventaja en el mercado.

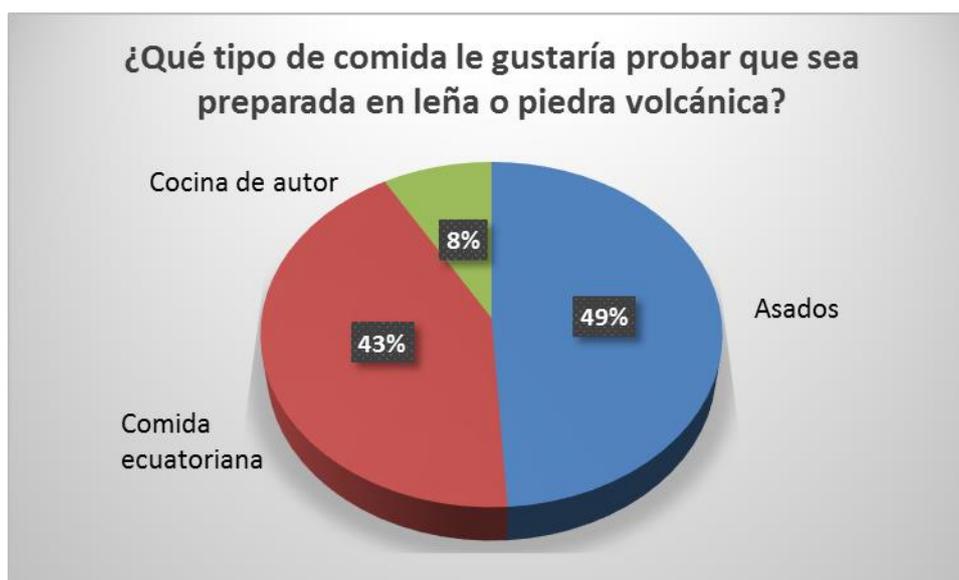
## Pregunta N°5

5.- ¿Qué tipo de comida le gustaría probar que sea preparada en leña o piedra volcánica?

**Tabla 2.10. Le gustaría probar comida que sea preparada en leña o piedra volcánica**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Asados	134	49%
Comida ecuatoriana	120	43%
Cocina de autor	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.5. Le gustaría probar comida que sea preparada en leña o piedra volcánica**

De los encuestados el 49% de las personas respondieron que les gustaría probar asados que sean preparados en leña o piedra volcánica, el 43% les gustaría comida ecuatoriana, con estos resultados se concluye que las personas gustarían de asados como primer lugar y comida ecuatoriana como segundo lugar, esto permite visualizar el tipo de comida que tiene más acogida por el mercado meta y de esta manera proponer ideas para la carta del restaurante.

## Pregunta N°6

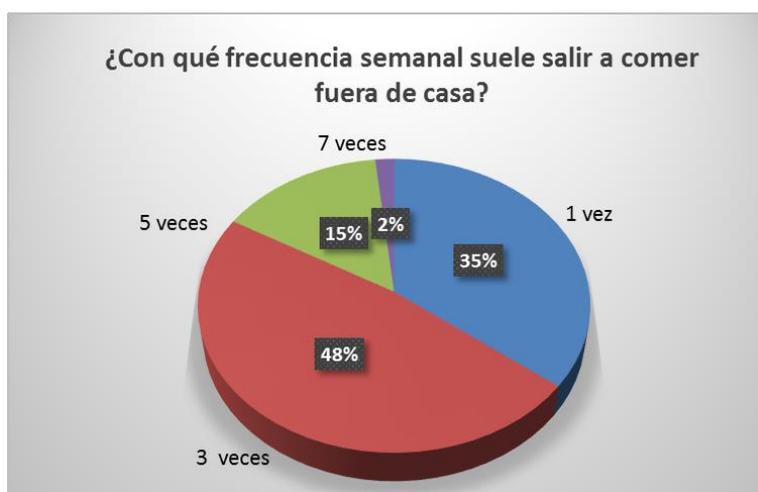
6.- ¿Con qué frecuencia semanal suele salir a comer fuera de casa?

**Tabla 2.11. Frecuencia semanal que suele salir a comer fuera de casa**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
1 vez por semana	97	35%
3 veces por semana	132	48%
5 veces por semana	41	15%
7 veces por semana	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

media	2,7	Veces por semana
-------	-----	------------------

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.6. Frecuencia semanal que suele salir a comer fuera de casa**

De la frecuencia de asistencia el 48% respondieron que asistirían 3 veces a la semana y el 2% asistirían 7 veces por semana, mientras que el promedio de asistencia semanal sería de 2,7 veces, con estos datos se puede concluir que la asistencia de los clientes a un restaurante de las características propuestas serían posiblemente los fines de semana, de esta manera se tiene que la frecuencia de personas que asistirían semanalmente al restaurante es baja, por ello se deben implementar estrategias de marketing para aumentar este porcentaje.

## Pregunta N°7

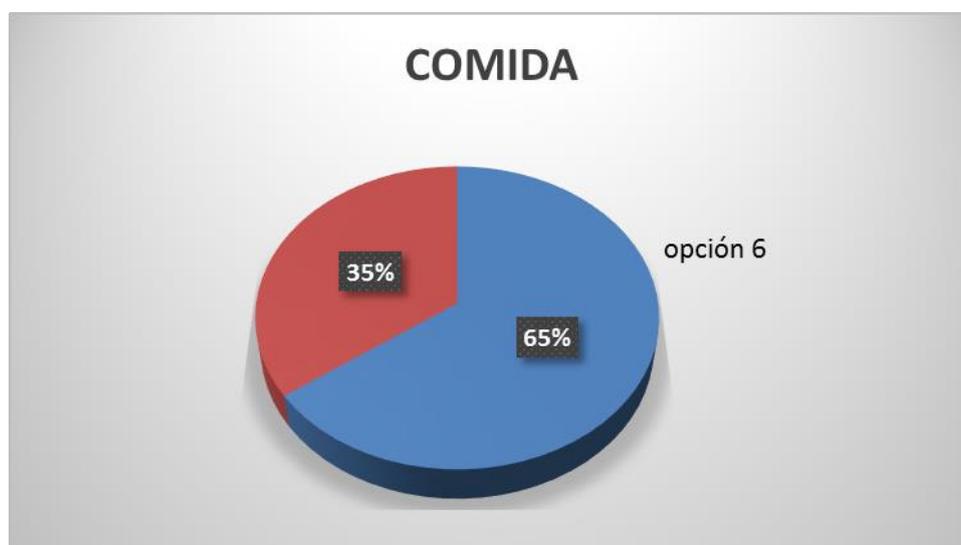
7.- Señale del 1 al 6 qué características son importantes cuando elige un restaurante. Siendo 1 el menos importante y el 6 el más importante

Los encuestados eligieron en orden de importancia según su criterio las siguientes opciones:

**Tabla 2.12. Importancia de la comida**

COMIDA		
IMPORTACIA	FRECUENCIA	%
6	179	65%
5	97	35%
TOTAL	276	100%

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.7. Importancia de la comida**

En primer lugar de importancia (opción 6) está la categoría de la comida con un 65% del total de los encuestados.

**Tabla 2.13. Importancia en el servicio**

<b>SERVICIO</b>		
<b>IMPORTACIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
5	165	60%
4	55	20%
3	56	20%
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Nicole Santín



**Figura 2.8. Importancia en el servicio**

En segundo lugar (opción 5) se encuentra el servicio con un 60% del total de los encuestados.

**Tabla 2.14. Importancia del precio**

PRECIO		
IMPORTACIA	FRECUENCIA	%
6	69	25%
4	97	35%
3	55	20%
1	55	20%
TOTAL	276	100%

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.9. Importancia del precio**

En tercer lugar (opción 4) se encuentra el precio con un 35% del total de los encuestados.

**Tabla 2.15. Importancia de la seguridad**

<b>SEGURIDAD</b>		
<b>IMPORTACIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
6	15	5%
4	54	20%
3	110	40%
2	97	35%
TOTAL	276	100%

**Elaborado por:** Nicole Santín



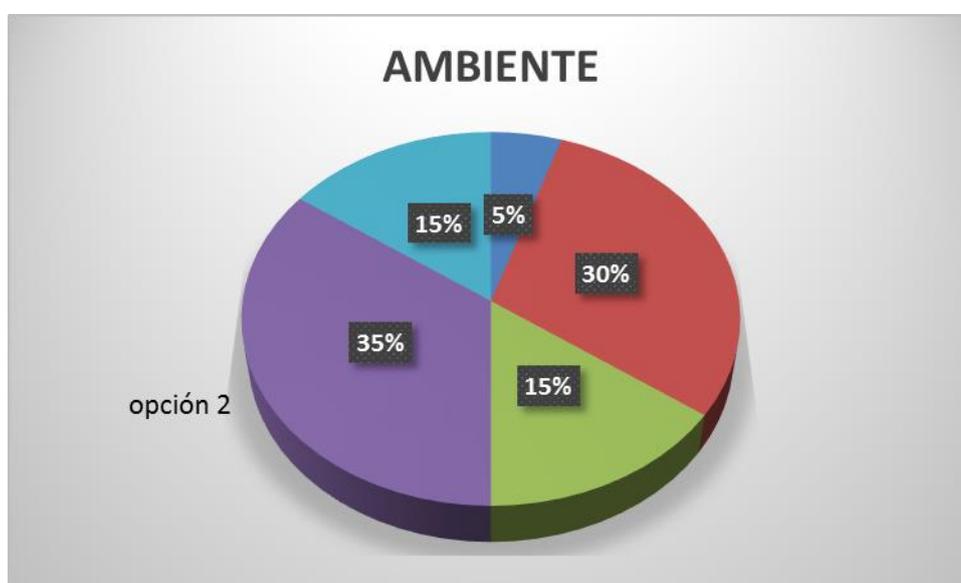
**Figura 2.10. Importancia de la seguridad**

En cuarto lugar (opción 3) se encuentra la seguridad con un 40% del total de los encuestados.

**Tabla 2.16. Importancia del ambiente**

AMBIENTE		
IMPORTACIA	FRECUENCIA	%
5	14	5%
4	84	30%
3	41	15%
2	96	35%
1	41	15%
TOTAL	276	100%

**Elaborado por:** Nicole Santín



**Figura 2.11. Importancia del ambiente**

En quinto lugar (opción 2) se encuentra el ambiente del restaurante con un 35% del total de los encuestados.

**Tabla 2.17. Importancia de la localización**

LOCALIZACION		
IMPORTACIA	FRECUENCIA	%
3	14	5%
2	82	30%
1	180	65%
TOTAL	276	100%

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.12. Importancia de la localización**

En sexto lugar (opción 1) se encuentra el ambiente del restaurante con un 65% del total de los encuestados.

De esta manera se puede observar que las personas prefieren la calidad en la comida y en el servicio, estos valores deben ser tomados en cuenta para la puesta en marcha del restaurante sin descuidar las otras características y así satisfacer a los clientes.

## Pregunta N°8

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por persona, en un restaurante que ofrezca preparaciones cocidas con leña o piedra volcánica?

**Tabla 2.18. Dispuestos a pagar**

OPCIÓN	FRECUENCIA	%	PROMEDIO DEL INTERVALO
6 a 10 dólares	90	33%	8
11 a 15 dólares	120	43%	13
16 a 20 dólares	50	18%	18
21 a 25 dólares	16	6%	23
TOTAL	276	100%	
<b>MEDIA</b>	<b>\$ 12,86</b>		

Elaborado por: Nicole Santín



**Figura 2.13. Dispuesto a pagar**

El promedio que los encuestados estarían dispuestos a pagar es de 11,48 dólares por persona, con estos datos se tiene una base para fijar el posible precio de los platos en la carta del restaurante.

## 2.5.2. Conclusiones

Las encuestas se aplicaron a personas de clase media de 25 a 65 años aleatoriamente, y el rango que más destacó fue el de las personas que tienen de 40 a 50 años, quienes en su gran mayoría tienen poder adquisitivo, lo cual indica que estos serán los posibles clientes del negocio, con este dato se puede determinar el tipo de ambiente que deberá tener el restaurante, ya que la decoración varía según el tipo de edad que tengan los clientes.

En cuanto a la aceptación de la idea principal del negocio, el 89% respondieron positivamente, esto quiere decir que más de la mitad de los encuestados estarían interesados en degustar comida preparada en leña y piedra volcánica, teniendo como consecuencia una demanda posiblemente alta, este último punto se determinará durante el desarrollo del proyecto.

La mayoría de los encuestados respondieron que no conocen un restaurante con estas dos características juntas dentro de la ciudad de Quito; si bien, existen establecimientos que cocinan con leña pero no con piedra volcánica en el que aplique técnicas de cocción como: cocción bajo tierra, asados a la cruz entre otros, que son las técnicas que se piensa aplicar en este proyecto.

En el sector donde se realizó la encuesta las personas respondieron que les gustaría probar asados en primer lugar y comida ecuatoriana como segundo lugar, este es un dato muy importante ya que nos indica las preferencias de los posibles clientes y con estos resultados se determinará el tipo de comida que se va a ofrecer en el restaurante.

De los resultados de la asistencia se obtuvo que en promedio los clientes asistirían 3 veces por semana al restaurante, esto quiere decir que posiblemente asistan los fines de semana, ya que al ser un restaurante familiar se presta para que los clientes frecuenten estos días junto a sus familias, aunque también entre semana se puede tener concurrencia, ya que en los alrededores del lugar donde va a estar ubicado el restaurante existe mucha afluencia de gente, puesto que frente al restaurante está la Administración Zonal Eloy Alfaro, y en sus periferias

están centros de salud, centros de capacitación, escuelas colegios y negocios varios que motivan al movimiento comercial de este sector. El promedio de asistencia por persona es relativamente bajo y es por ello que mediante estrategias de marketing se puede elevar esta cantidad.

En cuanto a las características del restaurante según la importancia que los encuestados le dieron se obtuvo que la calidad en la comida y en el servicio estuvieron en primer lugar, por ello se debe tener una política firme en cuanto a la calidad en todos los aspectos del restaurante poniendo más énfasis en éstos, y esto se consigue dando capacitaciones a todos los empleados.

De los restaurantes que se encuentran alrededor de este sector existen dos que se los ha considerado como la competencia directa según el tipo de comida y las técnicas de cocción que ofrecen, mediante la técnica de observación se llegó a la conclusión de que el promedio de consumo por persona en el restaurante “La Cocina de Leña” es de \$8,50; en cambio en el restaurante “El Rincón del Gaucho” es de \$17,00; y según los resultados de la encuesta se obtuvo que el consumo promedio por persona en el restaurante que se está planteando sería de 12,86 (este valor no incluye impuestos); esto indica que los precios pueden competir tranquilamente con la competencia.

## 2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para este análisis se ha hecho una proyección de la población tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional en Quito que es de 2,18% anual según el censo del 2010; con estos datos se ha segmentado la población según las características que se tomaron en cuenta en la encuesta y estas son:

- **Geográfica** que es la población de la parroquia de La Magdalena;
- **Demográfica** donde se ha dividido a la población por edades de 25 a 65 años, a las personas de este grupo de edad se les aplicó la encuesta.
- **Psicográficas** se ha dividido según la clase social y las preferencias de las personas.
- **Conductuales** se divide de acuerdo a la conducta de la frecuencia de asistencia de los encuestados al restaurante.

La demanda anual histórica se obtuvo en la multiplicación de la cantidad de personas que frecuentarían 3 veces por semana por 4 semanas del mes y por 12 meses del año y esto da como resultado 31.227 personas para el año 2011.

### 2.6.1. Demanda Histórica

**Tabla 2.19. Demanda Histórica**

DEMANDA HISTÓRICA	
PROYECCIONES DE LA POBLACIÓN	
AÑOS	POBLACIÓN
2011	13.852
2012	14.154
2013	14.463
2014	14.778
2015	15.100

			HISTÓRICO			
GEOGRAFICAS		%	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Ubicación	Parroquia La Magdalena					
densidad poblacional historica			13.852	14.154	14.463	14.778
DEMOGRAFICAS						
edad	Población de 25 a 65 años	47%	6.483	6.624	6.768	6.916
PSICOPAGRÁFICAS						
clase social	media	23%	1.478	1.510	1.543	1.577
preferencias:	Asados y Comida ecuatoriana	92%	1.360	1.390	1.420	1.451
HABITOS DE CONSUMO						
conductual	clientes frecuentan 3 veces por semana	48%	651	665	679	694
	<b>DEMANDA ANUAL HISTORICA</b>		31.227	31.907	32.603	33.314

Elaborado por: Nicole Santín

### 2.6.2. Posible demanda del proyecto

En la posible demanda se trabajó con un valor del 0,55, se tomó este valor porque la rotación inicial de la competencia da un promedio de 0,60; por ello se decidió tomar un valor menor ya que al ser un nuevo negocio se deben trabajar con valores conservadores.

**Tabla 2.20. Posible Demanda del proyecto**

	ROTACIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Posible demanda	0,55	17.175	17.549	17.932	18.323

Elaborado por: Nicole Santín

### 2.6.3. Análisis de Mínimos Cuadrados de la demanda

**Tabla 2.21. Análisis de Mínimos Cuadrados de la demanda**

N	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2011	1	17.175	17.175	1
2012	2	17.549	35.098	4
2013	3	17.932	53.795	9
2014	4	18.323	73.290	16
<b>Σ</b>	<b>10</b>	<b>70.978</b>	<b>179.358</b>	<b>30</b>

Elaborado por: Nicole Santín

**Tabla 2.22. Proyección de la Demanda**

PROYECCION DE LA DEMANDA			
		pronóstico	
Y = mx + b		demanda x pax	AÑOS
	Y =	18.701	5 2015
<b>b = <math>\frac{\Sigma y \Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma xy}{N \Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma x}</math></b>	Y =	19.084	6 2016
	Y =	19.466	7 2017
	Y =	19.849	8 2018
<b>m = <math>\frac{N \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{N \Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma x}</math></b>	Y =	20.231	9 2019

Elaborado por: Nicole Santín

Según la proyección de la demanda se tiene que para los próximos años habrá un incremento moderado de clientes.

### 2.6.4. Balance Oferta – Demanda

Se realizó este análisis para determinar si la demanda es satisfecha o no, y comparándola con el análisis de la demanda se obtuvo el siguiente cuadro

BALANCE OFERTA VS DEMANDA	
OFERTA	58.500
DEMANDA	18.701
SATISFECHA	39.799

Elaborado por: Nicole Santín

Al ser la demanda satisfecha se tiene que implementar estrategias de ventas para que los clientes escojan nuestro restaurante versus a otros.

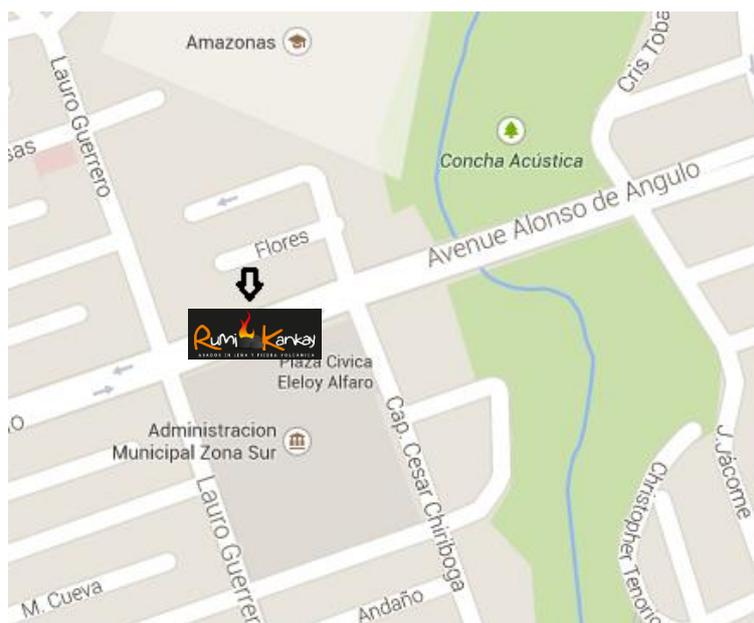
## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Para determinar la localización óptima se tomaron en cuenta muchos factores que tienen impacto en esta decisión, es fundamental que exista un mercado que consuma los productos que se van a ofertar. La competencia es otro factor importante ya que si existieran demasiados restaurantes con iguales o similares características, la oferta sería elevada y por ende la demanda baja, lo cual no es saludable para el proyecto. La infraestructura también se tomó en cuenta y para este proyecto se vio que es mejor comprar un terreno y empezar con la construcción desde cero, porque de este modo se cumplirá con las características que el restaurante requiere.

El lugar donde va a estar ubicado el restaurante es en la ciudad de Quito, en el sector de la Villaflora, en las calles Alonso de Angulo y Cap. Cesar Chiriboga Oe 2358.



**Figura 3.1 Croquis de la Ubicación del Restaurante**

Fuente: Google maps (2014)

## **3.2. INFRAESTRUCTURA**

La infraestructura del restaurante cuenta con dos plantas, la planta alta y baja.

### **3.2.1. PLANTA ALTA**

#### **3.2.1.1. Salón del restaurante**

El área del salón es de 139,24 m<sup>2</sup> y tiene un aforo para 84 personas, además cuenta con un escenario para la presentación de artistas de 8 m<sup>2</sup>, se goza de un área de 66,38 m<sup>2</sup> para una futura ampliación del salón.

Se tiene también los baños para hombres y mujeres con un área de 33,56 m<sup>2</sup>. El ambiente del restaurante va a ser rústico y acogedor para los clientes, con combinaciones de madera y ladrillo, música como pasillos, San Juanitos, entre otras.

#### **3.2.1.2. Bar**

La barra del bar tiene un área de 15,20 m<sup>2</sup> en la cual también se ubicará la caja, tendrá un espacio para 5 sillas y los terminados serán de madera compartiendo el mismo ambiente del restaurante. Las bebidas se preparan en este lugar puesto que se cuenta con el espacio y la infraestructura necesaria.

#### **3.2.1.3. Parrilla**

Este espacio cuenta con una parrilla mixta de combustión a gas y leña o carbón que será vista hacia el salón del restaurante, cuenta con una plancha de piedra volcánica desmontable de 1 m de largo, con dos mesones a los costados para tener el mise en place necesario para los asados a la piedra, se contará con mesones frigoríficos que además de ser buenos para aprovechar el espacio estarán cerca de la parrilla para que el parrillero tenga las porciones de carne al momento que las necesite.

#### **3.2.1.4. Cocina**

El área de la cocina es de 32 m<sup>2</sup>, el piso será de baldosa anti deslizable y las paredes serán de pintura lavable, todos los mesones y repisas serán de acero inoxidable.

#### **3.2.1.5. Sectores de la cocina**

La cocina está distribuida en dos sectores que son cocina fría y cocina caliente.

#### **3.2.1.6. Cocina Caliente**

Se cuenta con dos mesones de acero inoxidable, la cocina caliente está conectada con la parrilla, al lado contrario de ésta se encuentran las hornillas de combustión mixta (leña o carbón y gas), ambos sectores contarán con campanas extractoras de humo.

La parrilla va a ser vista hacia el salón del restaurante y va a tener terminados de piedra volcánica en la parte exterior.

Se tendrán tres lavaderos, uno simple para que los empleados se laven las manos, otro doble para la vajilla y otro para las ollas, ubicados estratégicamente para no afectar con el flujo de los cocineros y meseros.

#### **3.2.1.7. Cocina fría**

La cocina fría cuenta con un área de pastelería, una para el montaje de entradas o acompañados fríos, un refrigerador congelador y un área de Stewart.

Debajo de los mesones se encontrará el menaje de la cocina, y los platos estarán en una repisa ubicada en el sector de la cocina caliente.

### **3.2.1.8. Bodegas**

Existirá una bodega de víveres que tendrá un área de 10,25 m<sup>2</sup> en la cual estarán ubicadas repisas desmontables de acero inoxidable para poderlas lavar, también existirá un cuarto frío para los alimentos perecibles con un área de 4,00 m<sup>2</sup>.

### **3.2.1.9. Vestidores**

El área de los vestidores será de 10,40 m<sup>2</sup>, aquí estarán colocados canceles para cada uno de los empleados en los que podrán guardar sus objetos personales, en la parte de frente están ubicados los baños que cuentan con dos duchas, lavamanos y urinarios.

### **3.2.1.10. Comedor para personal**

Cuenta con un área de 11,20 m<sup>2</sup> donde estará un comedor con sillas para que los empleados tengan un espacio exclusivo para su hora de comida.

### **3.2.1.11. Oficina para el jefe de cocina**

Esta oficina estará ubicada detrás del salón del restaurante, cuenta con un área de 9,90 m<sup>2</sup>, este es un espacio destinado para el chef ejecutivo, el cual podrá hacer la planificación de las compras, los horarios del personal y todas las funciones que debe realizar. También podrá recibir clientes que deseen organizar en las instalaciones del restaurante.

El espacio también se presta para realizar reuniones con el personal para planificar actividades laborales o para capacitaciones.

### **3.2.1.12. Oficina Gerencial**

Con un espacio de 7,44 m<sup>2</sup> esta oficina será ocupada por el gerente del negocio, se tiene espacio para un escritorio, sillas para recibir visitas o consultas de los empleados y un archivador.

### **3.2.1.13. Espacio para juegos infantiles**

Este espacio es de 20,26 m<sup>2</sup> en los cuales se contará con columpios, resbaladera, sube y baja, y una casita para que los niños jueguen, al ser un restaurante familiar se creyó necesario contar con un área de este tipo, así se brinda un plus que no todos los restaurantes de la ciudad tienen.

### **3.2.1.14. Cocina bajo tierra**

Por la temática del restaurante se creó este espacio que tiene 13,20 m<sup>2</sup>, en el cuál se encuentra un hoyo donde se realizarán las preparaciones bajo tierra, como el chivo al hueco, entre otras, también se tiene un espacio para el asado a la cruz, donde estará ubicada la estaca para las carnes y las brasas; al rededor se construirán mesones y sillas para que los clientes sean espectadores de este tipo de preparaciones en vivo.

En la parte de afuera de la cocina esta un espacio destinado para almacenar el gas industrial y también existe una conexión para en un futuro colocar cocinas de inducción para las preparaciones pequeñas.

### **3.2.1.15. Horno de barro**

Se contará con un horno de barro pequeño en la parte de afuera de la cocina, en donde se prepararán panes y ciertas preparaciones con leña de eucalipto.

### **3.2.1.16. Patio de abastecimiento**

Todos los proveedores podrán dejar su mercadería en la parte trasera del restaurante, en este lugar estará ubicada una balanza para receptar la mercadería y hacer la verificación pertinente, para luego llevarla a las respectivas bodegas donde tiene conexión el patio de abastecimiento. El área de este lugar es de 63,28 m<sup>2</sup> donde pueden entrar dos carros medianos o un camión grande.

### **3.2.1.17. Parqueadero Gerencial**

Este parqueadero tiene espacio para dos carros, cuenta con un espacio de 37,70 m<sup>2</sup>, y es de uso exclusivo para el gerente y para el chef ejecutivo.

## **3.2.2. PLANTA BAJA**

### **3.2.2.1 Parqueaderos para clientes**

Los parqueaderos para los clientes van a estar ubicados en este sector que cuenta con un área de 170m<sup>2</sup>, tendrá espacio para albergar 15 carros.

### **3.2.2.2 Cava**

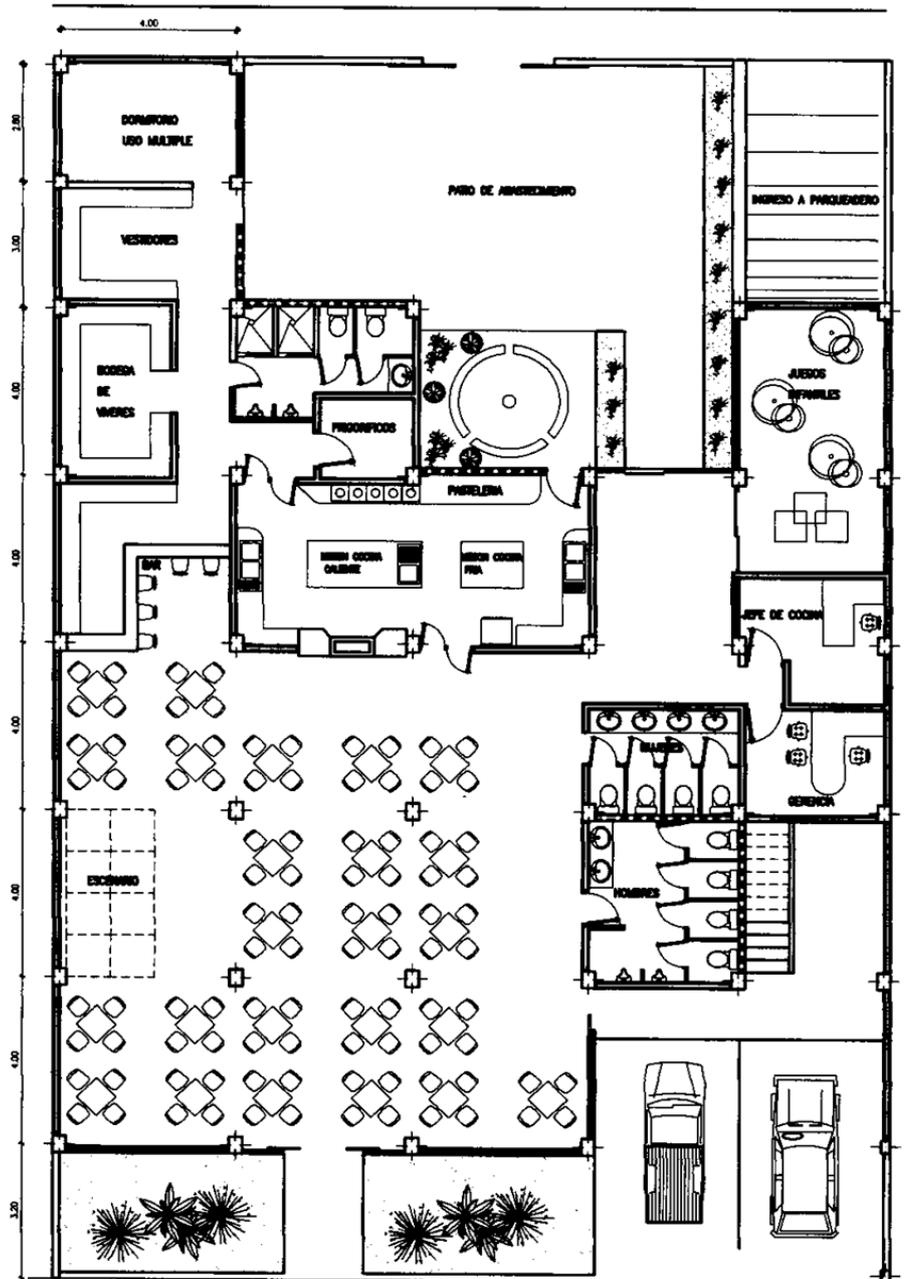
Se vio importante poner una cava en la planta baja, por la temperatura que necesita para almacenar los vinos, el espacio es de 22,62 m<sup>2</sup> y se tendrán unas repisas de madera para colocar los vinos.

### **3.2.2.3 Bodega**

En esta bodega se guardaran mantelería, sillas, mesas y menaje como bandejas y calentadores para eventos, el espacio total es de 16,82 m<sup>2</sup>.

### 3.3. PLANTA ARQUITECTÓNICAS DEL RESTAURANTE

CALLE CABO JUAN FLORES



CALLE AV. ALONSO DE ANGULO

PLANTA BAJA N=±0.00  
ESCALA 1:100

### 3.4. EQUIPOS

#### 3.4.1. Muebles y Enseres

Tabla 3.1. Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL
Archivador aéreo 90cm	1	110,00	110,00
Basureros para baño	6	1,40	8,40
Caja registradora	1	450,00	450,00
Dipensador de papel	2	29,57	59,14
Dispensador de jabón	3	13,00	39,00
Escritorio estación estándar 1,50 x 1,60	2	210,00	420,00
Mesas de 1,20 x 0,60	21	65,00	1.365,00
Silla de espera	2	30,00	60,00
Silla tipo secretaria ergonómica	2	90,00	180,00
Sillas	84	50,00	4.200,00
Taburetes para barra	4	98,00	392,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.283,54</b>

Elaborado por: Nicole Santín

#### 3.4.2. Equipo de Oficina

Tabla 3.2. Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL
Biblioteca 2,00m x 90cm x 42cm	1	600,00	600,00
Basureros para oficina	2	1,75	3,50
Cartelera	1	20,00	20,00
Organizador de papelería	2	12,00	24,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 647,50</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.4.3. Cristalería y Cubertería

La cantidad de cristalería y cubertería se definirá en base a la capacidad instalada del restaurante, que es de 88 pax, partiendo de este valor se ha previsto tener 100 unidades de cada ítem, se tendría con esto una docena extra para reposición en caso de rupturas.

**Tabla 3.3. Cristalería y Cubertería**

<b>CRISTALERIA, CUBERTERÍA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Copas para vino blanco	100	2,41	241,00
Copas para vino tinto	100	2,79	279,00
Cubiertos	100	0,50	50,00
Cucharas	100	0,35	35,00
Cucharita para postre	100	0,25	25,00
Cuchillo trincherero	100	0,66	66,00
Individuales de mimbre	100	0,80	80,00
Jarras de vidrio	30	11,24	337,20
Miniparrillas con piedras volcánicas	80	25,00	2.000,00
Pimenteros	25	0,94	23,50
Platos de barro	100	1,50	150,00
Platos de porcelana	100	3,25	325,00
Saleros	25	0,94	23,50
Tenedor trincherero	100	0,80	80,00
Tenedores	100	0,60	60,00
Vasos de vidrio	100	2,83	283,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.058,20</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.4.4. Equipo de Computación

**Tabla 3.4. Equipo de Computación**

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Calculadora casio	2	8,93	17,86
Computadora de escritorio	1	707,00	707,00
Impresora multifunción	1	217,00	217,00
Laptop	1	600,00	600,00
Teléfono	1	100,00	100,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.641,86</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.4.5. Maquinaria y Equipos

Tabla 3.5. Maquinaria y Equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL
Balanza 33 libras	1	25,00	25,00
Basureros industriales para cocina	2	20,00	40,00
Batidora Oster	1	120,00	120,00
Campana extractora 1,90x 1,00	1	150,00	150,00
Campana extractora 3,00 x 1,10	1	700,00	700,00
Cocina industrial 6 quemadores en ac	1	900,00	900,00
Congeladora y refrigeradora Armario	1	1.250,00	1.250,00
Cuarto frío con cámara de congelación	1	4.000,00	4.000,00
Empacadora al vacío	1	1.500,00	1.500,00
Estractor de jugo	1	50,00	50,00
Gradillero de latas	1	100,00	100,00
Grifo flexible de agua	2	297,78	595,56
Horno de piedra	1	850,00	850,00
Juegos infantiles	6	250,00	1.500,00
Latas para horno 41cm x 43cm	20	3,50	70,00
Letrero de la fachada principal	1	320,00	320,00
Liquidadora oster	2	65,00	130,00
Mandolina	1	120,00	120,00
Mesa de trabajo 1,50m x 70cm	2	400,00	800,00
Microondas	1	60,00	60,00
Parrilla de acero inox de 1,00m x 60cm	1	880,00	880,00
Pica papas	1	65,00	65,00
Plancha de piedra volcánica	1	50,00	50,00
Rollo de fundas para cocinar al vacío	1	100,00	100,00
Termocirculador	1	500,00	500,00
Trampa de grasa	2	402,19	804,38
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.679,94</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.4.6. Edificios y Adecuaciones

Tabla 3.6. Edificios y Adecuaciones

EDIFICIOS Y ADECUACIONES			
CONCEPTO	UNIDAD mts	VALOR (\$) m2	TOTAL
Terreno	551	310,00	170.810,00
Construcción	407,63	250,00	101.907,50
			<b>\$ 272.717,50</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.4.7. Menaje de Cocina

**Tabla 3.7. Menaje de Cocina**

<b>MENAJE DE COCINA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Abrelatas	1	13,72	13,72
Arañas	3	3,69	11,07
Bandejas	15	9,72	145,80
Batidor de mano	2	8,00	16,00
Bowls 1,5 Q	10	2,54	25,40
Bowls 3 Q	10	2,88	28,80
Bowls 8 Q	6	8,45	50,70
Chaira	1	9,46	9,46
Caserola 3,5 lt	5	32,62	163,10
Caserola 2,6 lt	5	29,21	146,05
Colador chino	2	11,94	23,88
Colgador magnético de cuchillos	2	12,10	24,20
Cucharas de palo	5	9,89	49,45
Cucharetas	6	2,21	13,26
Cucharones	5	1,22	6,10
Cuchillo cebollero	4	11,16	44,64
Cuchillo fileteador	2	6,92	13,84
Descorchador	4	2,46	9,84
Espátulas	5	6,22	31,10
Espátulas de alta temperatura	4	8,10	32,40
Espumaderas	4	7,60	30,40
Jarras de medida	1	9,99	9,99
Maso para carne	2	12,94	25,88
Moldes para tortas	3	18,00	54,00
Molino de pimienta	1	8,00	8,00
Ollas	5	50,00	250,00
Ollas de Barro	8	15,00	120,00
Peladores	2	2,05	4,10
Piedra de afilar	1	3,10	3,10
Pinzas	4	5,60	22,40
Pirex	6	8,80	52,80
Puntillas	2	2,03	4,06
Ralladores	2	8,94	17,88
Rack para tablas	1	13,53	13,53
Sartén 20 cm	6	12,07	72,42
Sartén 30 cm	6	24,57	147,42
Tablas de picar diferentes colores	5	27,78	138,90
Tijeras para cocina	2	5,45	10,90
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.844,59</b>

Elaborado por: Nicole Santín

## 3.5. RECURSOS MATERIALES

### 3.5.1. ENTRADAS

						
<b>Nombre de la Receta:</b>	Pan hecho en parrilla	Foto				
<b>Porción/peso:</b>	20					
<b>Género:</b>	Entrada					
<b>Tipo de Cocción:</b>	Parrilla-Leña					
<b>Menaje principal:</b>	Asadero de aluminio					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE		
Harina	kg	1	1,20	Tamizada		
Aceite de oliva	ml	75	0,71			
Sal	g	20	0,02			
Pimienta	g	10	0,06			
Azúcar	g	15	0,01			
Levadura	g	25	0,12	Fresca		
Ají seco	g	3	0,07			
Orégano	g	5	0,04			
Ajo seco	g	5	0,09			
Romero	g	5	0,08			
Cebolla perla	g	20	0,01	brunoise		
Aceite	ml	50	0,06			
			<b>Costo Neto</b>	2,47		
			<b>5% Varios</b>	0,12		
			<b>Costo Total</b>	2,59		
			<b>Costo Unitario</b>	0,13		
			<b>% Costo</b>	30%		
			<b>PVP SUGERIDO</b>	0,43		
PROCEDIMIENTO						
1. Prender la leña debajo de la parrilla						
2. En un bowl colocar la harina y condimentarla con sal y pimienta, agregar el aceite de oliva y mezclar						
3. En 175 ml de agua tibia agregar la levadura junto con el azúcar y mezclar todo.						
4. Agregar la levadura en la harina y mezclar todo hasta que se incorpore						
5. En 350g de agua agregar el ají, orégano y ajo deshidratado y dejar reposar por 15 min.						
6. Cuando los secos se hayan hidratado mezclar con la harina, incorporar la cebolla, el romero y amasar por 10 min.						
7. Formar un bollo con la masa y dejar leudar por 40 min, hasta que duplique su tamaño tapandolo con papel film en un lugar caliente						
8. Dar forma rectangular al pan con un espesor de 2 cm.						
9. Poner papel aluminio sobre la parrilla, colocar la masa y pintar con aceite de ajo, tapar con un asadero de aluminio y sobre éste poner unas brasas por 40 min. Verificar su cocción						

**Elaborado por:** Nicole Santín

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Mote Sucio	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	10			
<b>Género:</b>	Entrada			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Leña			
<b>Menaje principal:</b>	Olla de barro			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Mote	g	500	1,65	
Cebolla paiteña	g	100	0,10	Brunoise
Ajo	g	5	0,05	Repicado
Manteca de cerdo	g	100	0,4	
Chicharrón	g	250	1,58	
Sal	g	10	0,01	
Pimienta	g	3	0,02	
Comino	g	3	0,01	
		<b>Costo Neto</b>	3,82	
		<b>5% Varios</b>	0,19	
		<b>Costo Total</b>	4,01	
		<b>Costo Unitario</b>	0,40	
		<b>% Costo</b>	30%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	1,34	
PROCEDIMIENTO				
1. Cocinar en una olla de barro el mote durante 5 horas o hasta que este suave.				
2. Cuando el mote esté cocinado colocar en un bowl la cantidad necesaria.				
3. Hacer un refrito con la cebolla, ajo, manteca de cerdo, sal, pimienta y comino.				
4. Meaclar el refrito caliente con el mote y agregar pedazos de chicharrón.				
Subreceta para preparar el chicharrón				
1. Cocinar en una sartén los pedazos de lonja del cerdo con dientes de ajo, cebolla paiteña, sal y agua hasta que reduzca todo el líquido.				
2. Dejar cocinar en leña por aproximadamente 1 hora y media y servir				

**Elaborado por:** Nicole Santín

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Bonitísimas	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	35			
<b>Género:</b>	Entrada			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Fritura-Leña			
<b>Menaje principal:</b>	Tiesto			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
<b>MASA</b>				
Harina de maíz tostado	g	250	0,33	Tamizada
Mantequilla	g	90	0,81	
Huevos	u	1	0,15	
Fondo de res	ml	75	0,14	
Sal y comino	c/n	c/n		
<b>RELLENO</b>				
Papas	g	125	0,08	small dice
Queso Fresco	g	65	0,33	desmenuzado
Cebolla blanca	g	45	0,08	Brunoise
Achiote	g	10	0,05	
		<b>Costo Neto</b>	1,97	
		<b>5% Varios</b>	0,10	
		<b>Costo Total</b>	2,07	
		<b>Costo x Pax</b>	0,06	
		<b>% Costo</b>	20%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	0,30	
PROCEDIMIENTO				
1. Mezclar la harina de maíz tostada con la mantequilla derretida, los huevos, luego poco a poco añadir el agua, sal y comino, formar la masa, dejar reposar hasta hacer el relleno.				
2. Hacer un refrito con aceite achiote y cebolla, cuando esté listo mezclar con el queso desmenuzado.				
3. Cocinar las papas, reducirlas a puré y mezclar con el refrito anterior.				
4. Elbaora pequeñas bolas con la masa, rellenar y freír con un poco de mantequilla sobre el tiesto de barro.				
<b>NOTA:</b>				
La harina mientras más gruesa sea necesita gran cantidad de líquido.				
No utilizar aceite para freír ya que la masa contiene grasa				

**Elaborado por: Nicole Santín**

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Ensalada de la casa	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	5			
<b>Género:</b>	Entrada o guarnición			
<b>Tipo de Cocción:</b>				
<b>Menaje principal:</b>				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Lechuga	g	200	0,35	Desinfectada
Tomates Cherrys	g	50	0,30	
Cebolla perla	g	50	0,10	Aros
Rúcula	g	50	0,20	
Albahaca	g	20	0,10	Hojas enteras
Maíz dulce	g	50	0,50	
Vinagreta	g	100	0,20	
		<b>Costo Neto</b>	1,75	
		<b>5% Varios</b>	0,09	
		<b>Costo Total</b>	1,84	
		<b>Costo Unitario</b>	0,37	
		<b>% Costo</b>	20%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	1,84	
PROCEDIMIENTO				
1. Prender la leña debajo de la parrilla				
2. En un bowl colocar la harina y condimentarla con sal y pimienta, agregar el aceite de oliva y mezclar				
3. En 175 ml de agua tibia agregar la levadura junto con el azúcar y mezclar todo.				
4. Agregar la levadura en la harina y mezclar todo hasta que se incorpore				
5. En 350g de agua agregar el ají, orégano y ajo deshidratado y dejar reposar por 15 min.				
6. Cuando los secos se hayan hidratado mezclar con la harina, incorporar la cebolla, el romero y amasar por 10 min.				
7. Formar un bollo con la masa y dejar leudar por 40 min, hasta que duplique su tamaño tapandolo con papel film en un lugar caliente				
8. Dar forma rectangular al pan con un espesor de 2 cm.				
9. Poner papel aluminio sobre la parrilla, colocar la masa y pintar con aceite de ajo, tapar con un asadero de aluminio y sobre éste poner unas brasas por 40 min. Verificar su cocción				

**Elaborado por: Nicole Santín**

						
<b>Nombre de la Receta:</b>	Papas gratinadas	Foto				
<b>Porción/peso:</b>	10					
<b>Género:</b>	Guarnición					
<b>Tipo de Cocción:</b>						
<b>Menaje principal:</b>						
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE		
Papas	g	800	1,60	Rodajas		
Mantequilla	g	100	0,1			
Crema de leche	g	300	2,1			
Queso parmesano	g	200	1,35	Rallado		
Sal	g	10	0,01			
Pimienta	g	5	0,01			
Nuez moscada	g	5	0,08			
Ajo en polvo	g	15	0,24			
		<b>Costo Neto</b>	5,49			
		<b>5% Varios</b>	0,27			
		<b>Costo Total</b>	5,76			
		<b>Costo x Pax</b>	0,58			
		<b>% Costo</b>	30%			
		<b>PVP SUGERIDO</b>	1,92			
PROCEDIMIENTO						
1. Cocinar las papas hasta que estén al dente.						
2. Engrasar un molde con mantequilla y espolvorear el ajo en polvo. Precalentar el horno a 180°C.						
3. Mezclar la mantequilla derretida con el ajo en polvo						
4. En un bowl mezclar la crema de leche con sal, pimienta, nuez moscada y reservar.						
5. Colocar las rodajas de papa en el molde y añar con la mantequilla y la crema de leche.						
6. Alternar las capas de papa con la mezcla de la crema y mantequilla						
7. Al final agregar el queso parmesano y hornear durante 20 min.						

**Elaborado por:** Nicole Santín

### 3.5.2. SOPAS

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Timbushca	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	5			
<b>Género:</b>	Sopa			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Bajo tierra-Piedras volcánicas			
<b>Menaje principal:</b>	Olla de barro			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Pecho de res	g	500	4,00	
Cebolla blanca	g	60	0,15	
Perejil	g	20	0,05	
Tomate	g	50	0,06	
Ajo	g	10	0,08	
Carne de res Punta de cadera	g	225	1,01	
Col	g	200	0,56	
Papas	g	900	0,54	
Achiote	g	15	0,08	
Pasta de maní	g	100	0,6	
Leche	g	250	0,16	
Culantro	g	10	0,05	
Huevo	u	1	0,12	
Sal, pimienta y Comino	g	c/n	-	
			<b>Costo Neto</b>	7,46
			<b>5% Varios</b>	0,37
			<b>Costo Total</b>	7,83
			<b>Costo x Pax</b>	1,57
			<b>% Costo</b>	30%
			<b>PVP SUGERIDO</b>	5,22
PROCEDIMIENTO				
1. Colocar en una olla de barro el pecho de res, la carne entera, la rama de cebolla, perejil, tomate, ajo y la sal.				
2. Agregar de 3 a 4 litros de agua fría y cocinar por 30 min.				
3. En el hueco hecho bajo tierra se colocan las piedras calientes como base para poner la olla de barro.				
4. Tapar el hueco con una tapa de aluminio y después con tierra ára que se cocine la carne durante 40 min.				
5. Cuando la carne esté lista, colar y reservar las carnes; agregar las papas y dejar cocinar sobre las brasas de leña fuera del hueco, cuando la papa este al dente, agregar la col y seguir la cocción.				
6. Corta el pecho el large dice y agregar al caldo.				
7. Hacer un refirto con achiote, cebolla, ajo, comino, sal y pimienta.				
8. Cortar la punta de cadera en cubos grandes y agregar a la preparación anterior. Añadir maní y leche.				
9. Dejar hervir por 5 minutos, retirar del fuego y agregar huevo picado.				
10. Servir el caldo en un plato hondo y bañar cada papa con la salsa de maní.				

**Elaborado por:** Nicole Santín

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Caldo de patas	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	5			
<b>Género:</b>	Sopa			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Cocción en leña			
<b>Menaje principal:</b>	Olla de presión			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. TOTAL</b>	<b>MISE EN PLACE</b>
Patatas de res	g	1500	5,63	Rodajas
Cebolla blanca	g	300	0,38	
Ajo	g	15	0,09	
Perejil	g	20	0,05	Rallado
Aceite	l	10	0,33	
Maní	g	45	0,15	
Leche	l	20	0,26	
Mote	g	500	1,65	
Achiote	ml	20	0,1	
Sal	g	15	0,05	
Comino	g	10	0,06	
			<b>Costo Neto</b>	8,75
			<b>5% Varios</b>	0,44
			<b>Costo Total</b>	9,19
			<b>Costo x Pax</b>	1,84
			<b>% Costo</b>	30%
			<b>PVP SUGERIDO</b>	6,13
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Cocinar la pata con cebolla blanca y la rama de perejil en una olla de presión.				
2. En una olla de barro hacer el refrito con el achiote, cebolla, ajo, condimentar con sal y comino.				
3. Licuar la pasta del maní con leche y agregar al refrito mezclando bien.				
4. Cuando la para esté cocida mezclar el caldo cernido con la mezcla anterior, dejar cocer por 20 minutos.				
5. Agregar la para al final y dejar cocer por 5 minutos más.				
6. Mezclar con mote cocido en leña y acompañar con cebolla blanca y perejil				

**Elaborado por:** Nicole Santín



<b>Nombre de la Receta:</b>	Yahuarlocro	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	5			
<b>Género:</b>	Sopa			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Cocción en leña			
<b>Menaje principal:</b>	Olla de barro			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Papa chola	g	2500	1,15	Small dice
Cebolla blanca	g	180	0,30	Brunoise
Achiote	g	50	0,15	
Leche	ml	500	0,40	
Rama de cilantro	u	2	0,08	
Rama de paico	u	2	0,08	
Mantequilla	g	50	0,45	
Crema de leche	ml	100	0,43	
Ají	g	10	0,06	Repicado
Menudo de borrego	g	500	4,25	Picado
Mirepoix	g	200	0,50	
Hierba buena	g	20	0,70	
Orégano	g	10	0,08	
Tomate	g	50	0,15	Brunoise
Cebolla paitaña	g	60	0,20	Brunoise
Aguacate	g	1	0,90	
<b>SANGRE</b>				
Sangre de borrego	l	1	2,50	
Cebolla blanca	g	80	0,10	Brunoise
Cilantro	g	10	0,05	Repicado
Achiote	ml	20	0,1	
Sal, pimienta y comino	g	15	0,06	
			<b>Costo Neto</b>	12,69
			<b>5% Varios</b>	0,63
			<b>Costo Total</b>	13,32
			<b>Costo x Pax</b>	2,66
			<b>% Costo</b>	30%
			<b>PVP SUGERIDO</b>	8,88
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Cocer a presión menudo de borrego con mirepoix, sal, pimienta, comino y orégano durante 40 minutos.				
2. en una olla de barro a la brasa de la leña realizar un refrito con cebolla blanca y achiote.				
3. Añadir el 70% de papa troceada y rehogar hasta que empiece a formar una costra en la base de la olla.				
4. Aromatizar con cilantro, paico y ají.				
5. Desglazar con fondo del menudo hasta cubrir completamente.				
6. Dejar cocer hasta que la papa se desintegre.				
7. Añadir el 30% de papa, leche, fondo de menudo, sazonar con sal, pimienta y comino.				
8. Reducir, ligar con mantequilla y crema de leche				
<b>SANGRE</b>				
9. Poner la sangre en doble funda y cocinar a presión por 40 min. Sacar y repicar.				
10. Realizar un refrito con cebolla blanca y achiote.				
11. Añadir sangre, sazonar con sal, pimienta y comino, aromatizar con cilantro, rectificar el sabor y servir.				

**Elaborado por: Nicole Santín**

### 3.5.3. ASADOS

						
<b>Nombre de la Receta:</b>	Asado en Cenizas	Foto				
<b>Porción/peso:</b>	5					
<b>Género:</b>	Plato Fuerte					
<b>Tipo de Cocción:</b>	Cocción en leña					
<b>Tipo de leña:</b>	Algarrobo					
<b>Menaje principal:</b>	Olla de barro					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE		
Pulpa de cerdo	kg	1	6,10			
Costillar de cerdo	kg	1	9,60			
Longaniza	g	250	1,90			
Cebolla paiteña	g	200	0,20			
Papas	g	300	0,40			
Habas	g	200	0,30			
Mashuas	g	200	0,90			
Culantro	g	80	0,09			
Mellico mullo	g	200	0,50			
Aceite vegetal	ml	500	0,55			
			<b>Costo Neto</b>	20,54		
			<b>5% Varios</b>	1,03		
			<b>Costo Total</b>	21,57		
			<b>Costo x Pax</b>	4,31		
			<b>% Costo</b>	30%		
			<b>PVP SUGERIDO</b>	14,38		
PROCEDIMIENTO						
1. Prender la leña y dejar consumir hasta que queden las brasas.						
2. Se adoba las carnes con la cebolla, ajo, aceite vegetal, sal y pimienta.						
3. Envolver las piezas de carne adobadas en papel aluminio y colocarlas sobre las brasas durante una hora, cubrir las piezas de carne con ceniza.						
4. Dejar cocer de 30 a 45 min, cuando esté cocido completamente retirar todo el papel alumnio y servir.						

Elaborado por: Nicole Santín

						
<b>Nombre de la Receta:</b>	Costillar a la cruz	Foto				
<b>Porción/peso:</b>	25					
<b>Género:</b>	Plato Fuerte					
<b>Tipo de Cocción:</b>	Asado a la cruz					
<b>Tipo de leña:</b>	Algarrobo y eucalipto					
<b>Menaje principal:</b>	Cruz para asar					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE		
Costillar de cerdo	kg	8	76,80			
<b>SALMUERA</b>						
Sal parrillera	g	500	2,75			
Romero	u	4	0,03			
Laurel hojas	u	5	0,05			
Agua	lt	3				
Ajo	g	30	0,10	Dientes		
<b>GUARNICIÓN</b>						
Papas	g	2500	3,00	Bastones		
Aceite	lt	2	3,36	Para frituraprofunda		
Col	g	1250	2,00	Chiffonade		
Zanahoria	g	1000	0,50	Rallada		
Mayonesa	g	350	1,12			
Crema Agria	g	40	0,44			
Cebolla perla	g	50	0,30	Brunoise		
Azúcar	g	50	0,03			
Sal	g	60	0,01			
Pimienta	g	60	0,01			
Vinagre blanco	ml	5	0,45			
Mostaza	g	2	0,35			
			<b>Costo Neto</b>	91,30		
			<b>5% Varios</b>	4,57		
			<b>Costo Total</b>	95,87		
			<b>Costo x Pax</b>	3,83		
			<b>% Costo</b>	30%		
			<b>PVP SUGERIDO</b>	12,78		
PROCEDIMIENTO						
1. Dejar una hora fuera del cuarto frío el costillar, hasta que tome temperatura ambiente						
2. Prender la leña media hora antes de empezar a asar el costillar.						
3. Colocar en el asador de cruz el costillar en forma extendida, se debe apoyar la parte de la carne sobre la cruz se ensarta con la ayuda de los ganchos del asador, tiene que quedar bien agarrado arriba, abajo y en el centro.						
4. Cuando el fuego esté encendido se clava la cruz a unos 80 cm de distancia de la leña y se coloca con los huesos hacia el fuego. Se debe fijar de la dirección a la que sopla el fuego para colocar la carne.						
5. Mezclar el agua tibia con la sal parrillera, ajo, laurel y romero.						
6. Cuando las costillas hayan tomado color se lo debe bañar con la salmuera que se preparó anteriormente, para que de este modo el sabor penetre mientras se va cocinando.						
<b>GUARNICIÓN:</b> Servir con papas fritas y ensalada coleslaw.						

**Elaborado por:** Nicole Santín



<b>Nombre de la Receta:</b>	Parrillada Rumi Kankay	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	5			
<b>Género:</b>	Plato Fuerte			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Asado-Plancha de piedra			
<b>Tipo de leña:</b>	Eucalipto			
<b>Menaje principal:</b>	Plancha de piedra volcánica			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Pollo	g	875	7,00	Presas
Lomo fino	g	1000	9,79	
Chuleta de Cerdo	g	875	4,82	
Chorizo	g	250	0,88	
Morcilla	g	250	1,38	
Papas	g	750	0,65	Bastones
Choclo	g	1000	1,95	Cocido
Pimiento rojo	g	50	0,60	
Lechuga	g	100	0,25	
Tomate	g	50	0,15	
Chochos	g	25	0,10	
Mayonesa	g	50	0,20	
Salsa de tomate	g	50	0,20	
Sal parrillera	g	200	1,10	
<b>CHIMICHURRI</b>				
Ajo	g	40	0,10	Ecrasé
Perejil	g	25	0,05	Repicado
Sal	g	15	0,05	
Pimienta	g	6	0,08	
Ají	g	15	0,11	
Orégano	g	15	0,22	
Aceite	ml	200	0,27	
Vinagre de vino	ml	50	0,32	
		<b>Costo Neto</b>	30,27	
		<b>5% Varios</b>	1,51	
		<b>Costo Total</b>	31,78	
		<b>Costo x Pax</b>	6,36	
		<b>% Costo</b>	30%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	21,19	
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Encender la leña, agregar sal parrillera a las carnes y ponerlas sobre la parrilla.				
2. Preparar el chimichurri mezclando todos los ingredientes dentro de un frasco de vidrio, y untar las carnes de ambos lados.				
3. Envolver las papas con papel aluminio y cocinar en las cenizas de la brasa.				
4. Cocinar en una olla de barro los choclos y asar los pimientos para servir como guarnición.				
5. Preparar la ensalada fresca con lechuga, tomate y chochos, agregar vinagreta.				

**Elaborado por: Nicole Santín**

					
<b>Nombre de la Receta:</b>	Lomo fino a la piedra	Foto			
<b>Porción/peso:</b>	5				
<b>Género:</b>	Plato Fuerte				
<b>Tipo de Cocción:</b>	Asado-Plancha de piedra				
<b>Tipo de leña:</b>	Eucalipto				
<b>Menaje principal:</b>	Plancha de piedra volcánica				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE	
Lomo fino	g	1000	8,50		
Sal parrillera	g	100	0,55		
Champiñones	g	500	3,60	Picado en láminas	
<b>CHIMICHURRI</b>					
Ajo	g	40	0,08	Ecrasé	
Perejil	g	25	0,05	Repicado	
Sal	g	15	0,04		
Pimienta	g	6	0,05		
Ají	g	15	0,10		
Orégano	g	15	0,20		
Aceite	l	200	0,10		
Vinagre de vino	ml	50	0,32		
		<b>Costo Neto</b>	13,59		
		<b>5% Varios</b>	0,68		
		<b>Costo Total</b>	14,27		
		<b>Costo x Pax</b>	2,85		
		<b>% Costo</b>	30%		
		<b>PVP SUGERIDO</b>	9,51		
<b>PROCEDIMIENTO</b>					
1. Agregar, untr sal parrillera al lomo fino y colocarlo sobre la plancha de piedra caliente, untar con el chimichurri el lado visible de la carne, y dejar cocinar hasta que tome color y dar la vuelta, repetir el proceso de untar el chimichurri.					
2. Cuando la carne esté lista desglazar los restos adheridos en la plancha con vino tinto y dejar que reduzca parla preparación					
3. Agregar champiñones y servir junto con la carne.					

**Elaborado por:** Nicole Santín

### 3.5.4. COMIDA ECUATORIANA

					
<b>Nombre de la Receta:</b>	Cecina Lojana a la piedra	Foto			
<b>Porción/peso:</b>	5				
<b>Género:</b>	Plato Fuerte				
<b>Tipo de Cocción:</b>	Asado-Plancha de piedra				
<b>Tipo de leña:</b>	Eucalipto				
<b>Menaje principal:</b>	Plancha de piedra volcánica				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE	
Lomo de cerdo	g	750	7,80		
Yuca	g	1000	1,00		
Cebolla paiteña	g	50	0,15	Corte pluma	
Limón	u	3	0,10	Zummo	
Tomate	g	50	0,22	Brunoise	
Ajo	g	50	0,05	Repicado	
Comino	g	10	0,02		
Sal	g	10	0,02		
Pimienta	g	10	0,02		
Aceite vegetal	ml	50	0,10		
		<b>Costo Neto</b>	9,48		
		<b>5% Varios</b>	0,47		
		<b>Costo Total</b>	9,95		
		<b>Costo x Pax</b>	1,99		
		<b>% Costo</b>	30%		
		<b>PVP SUGERIDO</b>	6,64		
PROCEDIMIENTO					
1. Filetear el lomo de cerdo y porcionarlo.					
2. Adobar los filetes de carne con sal, comino, pimienta y ajo.					
3. Dejar secar los filetes de carne por 1/2 hora sobre el humo de la leña.					
4. Calentar la piedra volcánica y agregar aceite en la superficie, colocar los filetes de carne y freirlos con el calor de la piedra					
5. Cocinar la yuca en agua con sal.					
6. Picar la cebolla y curtirla, mezclar con el tomate junto con el jugo de limón y rectificar el sabor con sal.					

Elaborado por: Nicole Santín

						
<b>Nombre de la Receta:</b>	Chivo al hueco	Foto				
<b>Porción/peso:</b>	5					
<b>Género:</b>	Plato Fuerte					
<b>Tipo de Cocción:</b>	Bajo tierra-Piedras volcánicas					
<b>Menaje principal:</b>	Olla de barro					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE		
Carne de chivo	g	1250	6,40	Porcionado		
<b>ADOBO</b>						
Ají	g	15	0,05			
Orégano	g	25	0,20	Fresco		
Culantro	g	50	0,10			
Mostaza	g	150	0,75			
Vinagre de piña	ml	500	4,00			
Cebolla	g	300	0,60	Dados de 2 cm		
Ajo	g	50	0,05	Dientes		
Comino	g	10	0,03			
Pimienta	g	10	0,02			
Sal	g	22	0,01			
<b>GUARNICIONES</b>						
Yuca	g	1000	1,25	Cocida		
Cebolla paiteña	g	250	0,15	Corte pluma		
Tomate	g	300	0,33	Brunoise		
Limón	u	2	0,10	Zummo		
Arroz	g	600	0,40	Cocido		
		<b>Costo Neto</b>	14,44			
		<b>5% Varios</b>	0,72			
		<b>Costo Total</b>	15,16			
		<b>Costo x Pax</b>	3,03			
		<b>% Costo</b>	30%			
		<b>PVP SUGERIDO</b>	10,11			
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
1. Licuar todos los ingredientes para el adobo de la carne, adobar la carne durante un día y refrigerar.						
2. Calentar las piedras volcánicas al rojo vivo y colocarlas con cuidado dentro del hueco bajo tierra, colocar la olla donde está la carne del chivo dentro del hueco sobre las piedras y tapar con papel aluminio y la tapa de la olla.						
3. Tapar con una tapa de acero el hueco y cubrirla con tierra.						
4. Cocinar por 3 horas la carne y destapar el hueco para retirar la olla.						
5. Servir la carne de chivo con arroz, yuca y curtido de cebolla y tomate.						

**Elaborado por:** Nicole Santín

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Cuy Asado	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	5			
<b>Género:</b>	Plato Fuerte			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Asado en leña			
<b>Tipo de leña:</b>	Eucalipto y algarrobo			
<b>Menaje principal:</b>	Estaca para asar			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Cuy	g	2000	12,70	
Manteca de cerdo	g	100	0,40	
Pasta de achiote	g	20	0,05	
<b>ADOBO</b>				
Ajo	g	15	0,05	Ecrasé
Cebolla paiteña	g	60	0,20	
Achiote en grano	g	100	0,50	
Comino	g	15	0,05	
Sal	g	15	0,01	
Pimienta	g	15	0,01	
<b>SALSA DE MANÍ</b>				
Maní tostado	g	500	0,94	
Leche	l	1	0,8	
Cebolla blanca	g	100	0,20	Brunoise
Culantro	g	15	0,05	Repicado
Achiote	g	10	0,05	Tajadas
<b>GUARNICIONES</b>				
Papa Chola	g	500	0,5	Peladas
Aguacate	g	1	0,60	
Lechuga	g	60	0,15	Desinfectada
Tomate	g	60	0,12	Rodajas
		<b>Costo Neto</b>	17,38	
		<b>5% Varios</b>	0,87	
		<b>Costo Total</b>	18,25	
		<b>Costo x Pax</b>	3,65	
		<b>% Costo</b>	30%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	12,17	
PROCEDIMIENTO				
1. <b>ADOBO:</b> Licuar la cebolla, ajo, achiote en grano, comino, pimienta y sal al gusto.				
2. Marinar el cuy por 24 horas.				
3. Hornear el cuy en las brasas de leña durante 1 hora, pincelando el cuy con manteca a cada momento.				
4. Cocinar las papas a la inglesa.				
5. Hacer el refrito de cebolla blanca con el achiote.				
6. Licuar la leche y el maní.				
7. Mezclar el refrito con lo que se licuó y agregar el culantro repicado.				
8. Acompañar con las guarniciones.				

Elaborado por: Nicole Santín

						
<b>Nombre de la Receta:</b>	Fritada	Foto				
<b>Porción/peso:</b>	15					
<b>Género:</b>	Plato Fuerte					
<b>Tipo de Cocción:</b>	Cocido en leña					
<b>Tipo de Leña:</b>	Eucalipto y Algarrobo					
<b>Menaje principal:</b>	Paila de bronce					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE		
Carne de cerdo	g	3000	15,00			
Lonja der cerdo	g	1000	4,40			
Cebolla blanca	g	200	0,45			
Achiote	g	100	0,35			
Cebolla paiteña	g	100	0,40			
Ajo	g	15	0,05			
Cerveza	ml	750	0,90			
Sal	g	75	0,08			
Comino	g	30	0,08			
GUARNICIÓN						
Mote	g	500	1,50			
Papas	g	500	0,60			
Choclos	g	2500	4,50			
Aguacate	u	5	0,90			
Cebolla paiteña	g	300	0,25			
Tomate	g	450	0,50			
Cilantro	g	15	0,08			
Tostado	g	150	0,60			
		<b>Costo Neto</b>	30,64			
		<b>5% Varios</b>	1,53			
		<b>Costo Total</b>	32,17			
		<b>Costo x Pax</b>	2,14			
		<b>% Costo</b>	30%			
		<b>PVP SUGERIDO</b>	7,15			
PROCEDIMIENTO						
1. Cocinar la lonja de cerdo con ajo, sal, comino y reservar la manteca.						
2. Colocar en la brasa de la leña la paila de bronce y rehogar la cebolla blanca y el ajo.						
3. Poner agua en la paila de bronce y cocinar la carne de cerdo, dejar reducir a fuego bajo.						
4. Agregar la cebolla paiteña, sal, comino y cerveza.						
5. Dejar cocinar la carne en sus propios jugos.						
6. Freir el tostado utilizando la manteca de cerdo hasta que esté completamente dorado.						
7. Mezclar el mote con la mapahuirá sobrante en la paila, sazonar y aromatizar con cilantro.						
8. Hacer un encurtido con el tomate, cebolla y cilantro.						

**Elaborado por:** Nicole Santín

### 3.5.5. BEBIDAS

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Chicha	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	20			
<b>Género:</b>	Bebida			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Cocción en leña			
<b>Tipo de leña:</b>	Eucalipto y Algarrobo			
<b>Menaje principal:</b>	Olla de barro			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Maíz de jora	g	1500	4,13	
Arroz de cebada	g	1000	1,76	
Clavo de olor	u	10	0,05	
Azúcar	g	400	0,40	
Agua	l	10		
		<b>Costo Neto</b>	6,34	
		<b>5% Varios</b>	0,32	
		<b>Costo Total</b>	6,66	
		<b>Costo x Pax</b>	0,33	
		<b>% Costo</b>	20%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	1,66	
PROCEDIMIENTO				
1. En el tiesto tostar el maíz de jora y la cebada por aproximadamente 20 minutos.				
2. En una olla de barro hervir 5 litros de agua, la cebada, el maíz de jora y el clavo de olor, mover constantemente				
3. Cuando la motad del agua se haya consumido, agregar los 5 litros restantes y dejar hervir por una hora y media.				
4. Añadir azúcar y mezclar bien hasta que se haya diluido.				
5. Colocar en una vasija de barro y dejar fermentar durante 3 días.				

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Jugo Natural	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	15			
<b>Género:</b>	Postre			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Vapor-Leña			
<b>Menaje principal:</b>	Olla tamalera			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Pulpa de Fruta	g	1600	2,50	
Azúcar	g	140	0,30	
Agua	ml	1000		
		<b>Costo Neto</b>	2,80	
		<b>5% Varios</b>	0,14	
		<b>Costo Total</b>	2,94	
		<b>Costo x Pax</b>	0,20	
		<b>% Costo</b>	20%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	0,98	
PROCEDIMIENTO				
1. Licuar la pulpa de cualquier sabor con azúcar y agua.				
2. Servir en una jarra.				

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.5.6. POSTRES

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Helado de paila	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	15			
<b>Género:</b>	Postre			
<b>Menaje principal:</b>	Paila de bronce			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Pulpa de mora	g	1000	4,00	
Azúcar	g	300	0,22	
Claras de huevo	u	2	0,24	
Hielo seco	g	1000	5,00	
Sal	g	10	0,05	
Paja	g	600	1,20	
			<b>Costo Neto</b>	10,71
			<b>5% Varios</b>	0,54
			<b>Costo Total</b>	11,25
			<b>Costo x Pax</b>	0,75
			<b>% Costo</b>	30%
			<b>PVP SUGERIDO</b>	2,50
PROCEDIMIENTO				
1. Sobre una cama de hielo con sal, colocar la paila de bronce y poner paja alrededor de la bandeja que contiene el Hielo seco				
2. Verter la pulpa de la fruta con el azúcar, batir con una cuchara de madera, haciendo girar la paila por 15 min.				
3. Cuando empiece a tomar consistencia agregar las claras batidas, sin dejar de batir hasta que tome la consistencia esperada				

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Mousse de maracuyá	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	15			
<b>Género:</b>	Postre			
<b>Menaje principal:</b>	Pyrex			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Gelatina sin sabor	g	10	0,20	
Pulpa de maracuyá	g	250	0,50	
Agua	g	50		
Crema de leche	g	280	2,24	
Claras de huevo	u	3	0,45	
Azúcar	g	190	0,38	
Frambuesas	g	50	0,60	
Formas de chocolate	g	5	1,00	
			<b>Costo Neto</b>	5,37
			<b>5% Varios</b>	0,27
			<b>Costo Total</b>	5,64
			<b>Costo x Pax</b>	0,38
			<b>% Costo</b>	30%
			<b>PVP SUGERIDO</b>	1,25
PROCEDIMIENTO				
1. Hidratar la gelatina sin sabor en cinco partes de agua.				
2. Hacer un refrito con el agua y el azúcar, batir las claras de huevo a punto de nieve y agregar en forma de hilo el almíbar sin dejar de batir.				
3. Calentar la pulpa de maracuyá y agregar la gelatina sin sabor.				
4. Batir la crema de leche hasta que haya duplicado su volumen.				
5. Finalmente mezclar en forma envolvente la pulpa de maracuyá, el merengue y la crema batida.				
6. Colocar esta mezcla en un molde de silicona y refrigerar.				
7. Para servir el mousse decorar con figuras de chocolate.				

Elaborado por: Nicole Santín

				
<b>Nombre de la Receta:</b>	Quimbolito	Foto		
<b>Porción/peso:</b>	15			
<b>Género:</b>	Postre			
<b>Tipo de Cocción:</b>	Vapor-Leña			
<b>Menaje principal:</b>	Olla tamalera			
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE
Azúcar	g	250	0,30	
Harina de maíz	g	150	0,25	Tamizada
Harina de trigo	g	150	0,30	Tamizada
Mantequilla	g	200	1,70	
Huevos	u	6	0,90	
Licor anisado	ml	20	0,18	
Polvo de hornear	g	20	0,20	
Queso fresco	g	150	0,75	Rallado
Pasas	g	100	0,80	
Leche	ml	250	0,16	
Hojas de achira	u	15	0,55	Lavadas
		<b>Costo Neto</b>	6,09	
		<b>5% Varios</b>	0,30	
		<b>Costo Total</b>	6,39	
		<b>Costo x Pax</b>	0,43	
		<b>% Costo</b>	30%	
		<b>PVP SUGERIDO</b>	1,42	
PROCEDIMIENTO				
1. Cremar la mantequilla con el azúcar y las yemas.				
2. Mezclar la harina de trigo con la de maíz y el polvo de hornear				
3. Llevar las claras a punto de nieve.				
4. Mezclar la mantequilla cremada con los secos e incorporar poco a poco la leche				
5. Incorporar el queso y finalmente en forma envolvente las claras batidas.				
6. Agregar el licor anisado para aromatizar la masa.				
7. Agregar dos cucharadas en cada hoja de achira y envolver, poner una pasa sobre cada tamal.				
8. Cocinar en una olla tamalera a las brasas de leña durante una hora.				

**Elaborado por:** Nicole Santín

						
<b>Nombre de la Receta:</b>	Humitas	Foto				
<b>Porción/peso:</b>	15					
<b>Género:</b>	Postre					
<b>Tipo de Cocción:</b>	Vapor-Leña					
<b>Menaje principal:</b>	Olla tamalera					
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	P. TOTAL	MISE EN PLACE		
Choclo semimaduro	g	600	2,25	Desgranado		
Hojas de choclo	u	5	0,35			
Huevos	u	2	0,30			
Mantequilla	g	100	1,22			
Queso fresco	g	150	0,75	Rallado		
Sal	g	10	0,03			
Azúcar	g	10	0,05			
		<b>Costo Neto</b>	4,95			
		<b>5% Varios</b>	0,25			
		<b>Costo Total</b>	5,20			
		<b>Costo x Pax</b>	0,35			
		<b>% Costo</b>	20%			
		<b>PVP SUGERIDO</b>	1,73			
PROCEDIMIENTO						
1. Moler el choclo y colocarlo en un bowl						
2. Separar las claras de las yemas y batirlas a punto de nieve.						
3. Mezclar el choclo molido con la mantequilla, queso, azúcar, yemas, polvo de hornear y sal.						
4. Mezclar la preparación anterior con las claras a punto de nieve e incorporar con movimiento envolventes.						
5. En las hojas del choclo colocar 2 cucharadas de la masa de la humita y envolver.						
6. Prender la leña y en una olla tamalera cocinar las humitas, agregar agua y colocar la tapa intermedia, poner las humitas en orden y dejar cocinar por 1 hora.						

**Elaborado por: Nicole Santín**

## **3.6 RECURSOS HUMANOS**

### **3.6.1. Planeación de personal**

La planeación de personal es el proceso de decisión respecto a los recursos humanos necesarios, para alcanzar los objetivos organizacionales en determinado tiempo.

Para la planificación del personal es necesario tener en cuenta el aforo y los horarios de atención del restaurante, además también es importante conocer qué tipo de personal se va a requerir en cada área, para tener esta información se realizará un organigrama estructural y funcional, para tener una visión clara antes de realizar el reclutamiento del personal.

### **3.6.2. Selección del personal**

Para el proyecto que se está planteando es necesario tomar en cuenta que van a existir tres equipos que son: el departamento administrativo, el equipo de trabajo de cocina y el equipo de trabajo del restaurante, para proceder a la selección del personal es necesario definir las responsabilidades y funciones que van a tener cada uno de ellos.

### **3.6.3. Reclutamiento del personal**

El tipo de reclutamiento que se va a aplicar es el reclutamiento externo ya que por ser una empresa nueva no se puede aplicar el interno, y consiste en buscar candidatos fuera de la empresa con la ayuda de técnicas que permitirán hacer un llamado a todos los profesionales que cumplan con los requisitos que sean necesarios para cubrir la vacante.

Para tener un número considerable de personas a las que se les va a entrevistar se necesita hacer publicaciones en periódicos o revistas que tengan gran acogida en el medio.

### 3.6.4. Política salarial

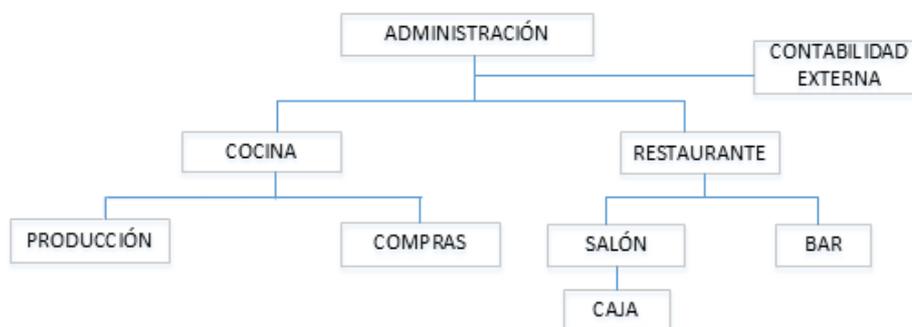
Para la política salarial se va a tomar en cuenta la tabla de remuneraciones del Ministerio de Relaciones Laborales que está elaborada según el acuerdo ministerial Salario Digno del año en curso, además de esto se pagará el 10% del servicio que es una obligación que se les debe pagar si se cobra en las facturas este valor.

### 3.6.5. Capacitación

El personal siempre va a estar capacitado para que brinde un servicio de calidad y para ello se va a tomar en cuenta a la Cámara de Comercio de Quito que siempre está dictando cursos de capacitación para pequeñas y medianas empresas, dentro de los cuales existen cursos de atención y calidad de servicio al cliente, para el personal de cocina se los debe capacitar en manipulación de alimentos que es un aspecto muy importante que se debe tomar en cuenta, la capacitación constante será una herramienta para el crecimiento tanto personal como corporativo.

## 3.7 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

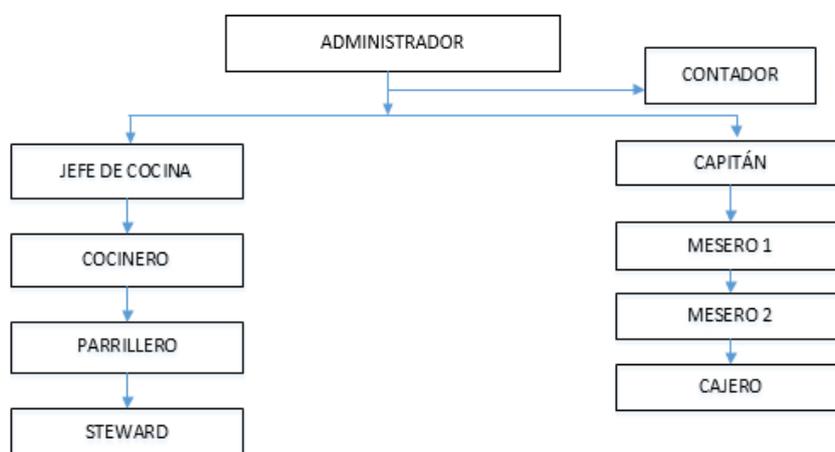
### 3.7.1. Organigrama Estructural



**Figura 3.2. Organigrama Estructural**

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.7.2. Organigrama Funcional



**Figura 3.3. Organigrama Funcional**

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.7.3. Descripción de funciones y responsabilidades

En este punto se detallarán el perfil y las funciones que debe cumplir el personal dentro de la empresa.

#### 3.7.4 Área administrativa

Esta área consta de dos puestos que son:

##### 3.7.4.1. Administrador

###### Perfil del Puesto

**Edad:** de 25 a 40 años

**Experiencia:** mínima de 2 años como administrador en restaurantes.

**Estudios:** Administrador de empresas o Administrador gastronómico

### **Funciones y responsabilidades:**

- Debe supervisar el adecuado funcionamiento de la empresa
- Emitir informes del funcionamiento del negocio a los dueños del mismo.
- Toma de decisiones a nivel gerencial del restaurante.
- Dar soluciones a la brevedad posible ante cualquier problema que pudiera presentarse.
- Debe controlar que se cumplan con los estándares de producción.
- Controlar los ingresos y egresos diarios que el negocio tenga.
- Analizar los reportes de ventas.
- Coordinar junto con el jefe de cocina la materia prima a utilizarse en el negocio evaluado siempre la calidad, formas de pago a proveedores y puntualidad en la entrega.
- Realizar pagos a proveedores y al personal.
- Planificar la misión, visión y objetivos de la empresa para los siguientes años en los que funcione el negocio.

### **3.7.4.2. Contador**

#### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 25 a 35 años

**Experiencia:** mínima de 1 año como contador público autorizado.

**Estudios:** Contador CPA

#### **Funciones y responsabilidades:**

- Declarar los impuestos generados en la actividad comercial al SRI.
- Mantener actualizado el RUC.
- Elaborar y firmar las declaraciones de los contribuyentes.
- Elaboración de roles pago del personal.
- Manejar el libro diario del negocio.
- Preparar los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- Analizar todos los movimientos de los registros contables.

### **3.7.5. Área operativa**

Esta área consta de 5 puestos que son:

#### **3.7.5.1. Jefe de cocina**

##### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 27 a 35 años

**Experiencia:** 2 años como jefe de cocina en restaurantes.

**Estudios:** Gastronomía

##### **Funciones y responsabilidades:**

- Realizar las recetas estándar del restaurante.
- Delegar y controlar las tareas asignadas al personal de cocina.
- Realizar las órdenes de compra y verificar la materia prima.
- Dar ideas de innovación para nuevas propuestas de platillos
- Verificar que los procesos de producción se cumplan como están establecidos.
- Controlar que los trabajadores apliquen la correcta manipulación de los alimentos.
- Realizar los horarios de los trabajadores de su área.
- Verificar que las bodegas estén siempre abastecidas, y que se cumpla el método FIFO.
- Organizar eventos que el restaurante pueda tener.

#### **3.7.5.2. Cocinero 1**

##### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 23 a 35 años

**Experiencia:** 1 año en cocina caliente y fría.

**Estudios:** Gastronomía

### **Funciones y responsabilidades:**

- Realizar el mise en place que el jefe de cocina les haya asignado.
- Trabajar cumpliendo siempre con las normas de manipulación de alimentos.
- Utilizar los insumos de manera adecuada para lograr el mayor rendimiento posible.
- Realizar una lista de la materia prima que llegue a su stock mínimo para realizar la orden de compra.
- Hacer el inventario de la materia prima existente en bodega.
- Realizar la limpieza del área de cocina al finalizar su turno de trabajo.
- Realizar el montaje de los platos.
- Verificar que la materia prima que se ha comprado esté cumpliendo los estándares necesarios.
- Preparar la parrilla y verificar los cortes de carne que va a utilizar cuando le toque estar en esta área.

### **3.7.5.3. Ayudante de cocina**

#### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 20 a 35 años

**Experiencia:** 1 año en cocina caliente y cocina fría.

**Estudios:** 2do año de universidad en adelante

#### **Funciones y responsabilidades:**

- Ayudar a la realización del mise en place que se le asigne.
- Realizar la preparación de salsas.
- Hacer y pedir la requisición de materia prima a la bodega.
- Porcionar la materia prima que sea necesaria tales como carnes, frutas, verduras.
- Organizar las compras en las bodegas de almacenamiento y en cuartos fríos.
- Mantener limpia y en orden el área de la cocina.
- Ser apoyo en la producción de los platillos.

#### **3.7.5.4. Steward**

##### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 20 a 35 años

**Experiencia:** No necesita experiencia.

**Estudios:** Bachiller

##### **Funciones y responsabilidades:**

- Lavar menaje, platos, ollas, cubiertos.
- Limpieza de pisos de cocina.
- Apoyar en el trabajo al ayudante de cocina

#### **3.7.6. Área de servicio al cliente**

Esta área consta de 4 puestos que son:

##### **3.7.6.1. Capitán**

##### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 25 a 35 años

**Experiencia:** 2 años como jefe de salón o capitán en hoteles o restaurantes

**Estudios:** Hotelería o gastronomía

##### **Funciones y responsabilidades:**

- Verificar que el área del restaurante esté en orden y limpio, así mismo que el montaje de las mesas esté listo a la hora adecuada.
- Delegar y controlar el trabajo de los meseros.
- Pedir las comandas a la cocina.
- Preparación de cokteles.
- Recibir y ofrecer una mesa a los clientes.
- Dirigir el servicio para que no exista descoordinación con los meseros.
- Verificar el uniforme y buena presencia de los meseros.

### **3.7.6.2. Meseros 1**

#### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 20 a 35 años

**Experiencia:** 1 año en servicio al cliente.

**Estudios:** Especializado en servicio al cliente

#### **Funciones y responsabilidades:**

- Atención directa con el cliente.
- Mantener limpia el área del restaurante.
- Pulir cristalería y vajilla.
- Dar información detallada acerca del menú a los clientes.
- Ofrecer bebidas, platillos, sugerencias del chef, de manera que incremente las ventas del restaurante.
- Hacer volanteo de promociones del restaurante en horas muertas.

### **3.7.6.3. Cajero**

#### **Perfil del Puesto**

**Edad:** de 25 a 35 años

**Experiencia:** 1 año de ser cajero polivalente.

**Estudios:** Especializado en servicio al cliente

#### **Funciones y responsabilidades:**

- Cobrar los consumos de los comensales.
- Realizar facturas y retenciones a los clientes.
- Se va a encargar del cierre de caja y se hará responsable si hubiese faltantes.
- Apoyo en el área de servicio si fuese necesario.
- Se encargará de la limpieza de su lugar de trabajo.
- Encargarse de registrar la hora de llegada de los trabajadores.

### 3.8. HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO

Martes – Sábado: 13:00 – 21:00

Domingo: 11:00 – 17:00

#### 3.8.1. Horario de trabajo para el personal

Todos los días martes se piensa hacer las compras, el porcionamiento de materia prima y orden de bodegas.

**Tabla 3.8. Horarios de Trabajo para el Personal**

HORARIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO							
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Administrador</b>	Libre	10:00 - 18:00	Libre	10:00 - 18:00	14:00 - 22:00	14:00 - 22:00	10:00 - 18:00

HORARIO DEL PERSONAL DE COCINA							
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Jefe de cocina</b>	Libre	Libre	11:00 - 19:00	14:00 - 22:00	11:00 - 19:00	11:00 - 19:00	10:00 - 18:00
<b>Cocinero 1</b>	Libre	14:00 - 22:00	14:00 - 22:00	Libre	14:00 - 22:00	14:00 - 22:00	10:00 - 18:00
<b>Ayudante de cocina</b>	Libre	11:00 - 19:00	11:00 - 15:00 18:00 - 22:00	11:00 - 19:00	14:00 - 22:00	14:00 - 22:00	Libre
<b>Steward</b>	Libre	11:00 - 15:00 18:00 - 22:00	Libre	11:00 - 15:00 18:00 - 22:00	11:00 - 15:00 18:00 - 22:00	11:00 - 15:00 18:00 - 22:00	10:00 - 18:00

HORARIO DEL PERSONAL DE SERVICIO							
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Capitán</b>	Libre	13:00 - 21:00	13:00 - 21:00	Libre	12:00 - 20:00	13:00 - 21:00	10:00 - 18:00
<b>Mesero 1</b>	Libre	13:00 - 21:00	Libre	13:00 - 21:00	13:00 - 21:00	13:00 - 21:00	10:00 - 18:00
<b>Cajero</b>	Libre	Libre	13:00 - 21:00	13:00 - 21:00	13:00 - 21:00	13:00 - 21:00	10:00 - 18:00

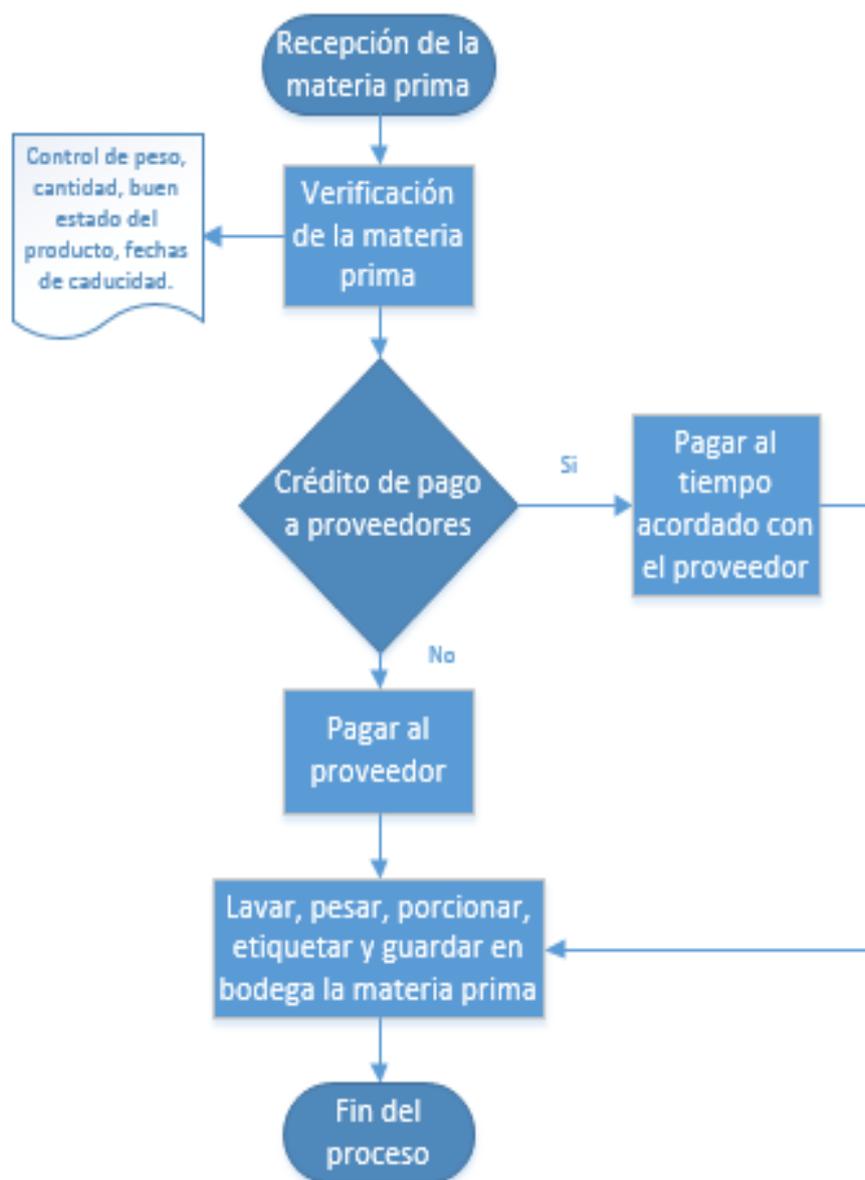
Elaborado por: Nicole Santín

### 3.9. PROCESOS OPERATIVOS

Dentro de los procesos operativos se encuentran los diagramas de flujo que son gráficos que detallan paso a paso los procesos que se realizarán en la marcha del negocio.

### 3.9.1 Flujograma de la recepción de materia prima

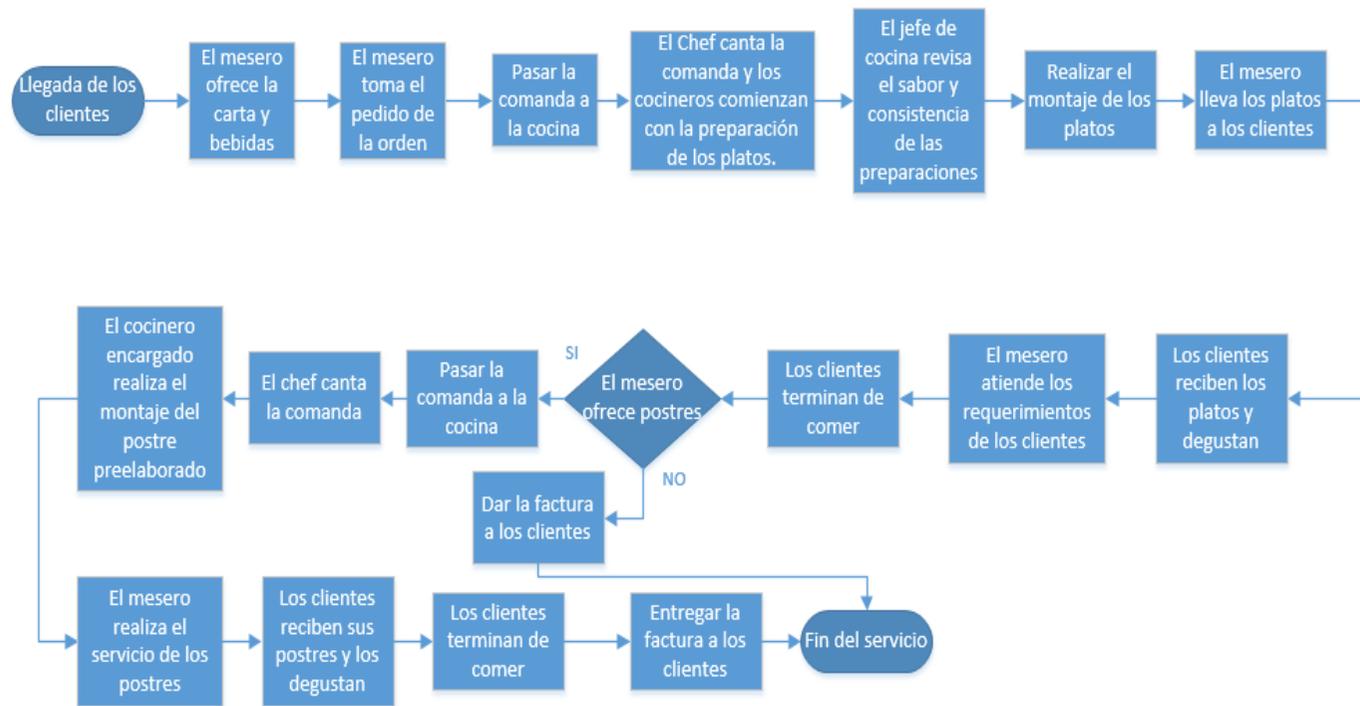
Es importante detallar un flujograma de la recepción de la materia prima, ya que en este aspecto suele haber pérdidas o desperdicios de la misma, por ello es necesario detallar cada proceso que deben realizar los trabajadores.



**Figura 3.4. Flujograma de la Recepción de la Materia Prima**

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.9.2. Flujograma de la elaboración de los platos



**Figura 3.5. Flujograma de la elaboración de los Platos**

Elaborado por: Nicole Santín

## **3.10. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

### **3.10.1. Misión**

Ser un restaurante que ofrezca preparaciones cocidas en leña y piedra volcánica, aplicando técnicas de cocción diferentes a las convencionales, con productos y servicio de calidad, brindando un ambiente cálido y familiar para nuestros clientes.

### **3.10.2. Visión**

Llegar a ser un restaurante reconocido por su tipo de cocina y por la calidad de los productos que ofrece en el sector sur de Quito.

### **3.10.3. Objetivos**

- Ofrecer productos y un servicio de calidad
- Tener procesos de producción adecuados
- Tener un buen ambiente laboral
- Trabajar con materia prima de calidad
- Realizar publicidad del restaurante para que los clientes empiecen a conocer el establecimiento.
- Incrementar ventas

### **3.10.4. Valores**

- Compromiso en el trabajo, todos nuestros socios estratégicos (trabajadores) deben sentir que el restaurante es una parte importante en sus vidas, que si el restaurante crece ellos crecen.
- Respeto entre todos los trabajadores ya sean de mayor jerarquía a menor jerarquía y viceversa.

- Responsabilidad para realizar las tareas que a cada trabajador le corresponda.
- Disciplina todos los empleados deben cumplir sus horarios de trabajo establecidos previamente por el administrador.
- Todo el personal debe ser pro activo, deben actuar por si mismos si algún percance ocurriera y dar soluciones inmediatas.
- La lealtad es un valor que todos los trabajadores deben tener con el negocio, ya que existirán muchos aspectos que se manejen de manera interna.
- El trabajo en equipo también debe ser un valor que gobierne en las acciones de los empleados, porque de esta manera la calidad del trabajo es notoria.



**Figura 3.6. Valores del Restaurante**

Fuente: (INDUSTRIAS LÁCTEAS TONI S.A., 2013)

## **3.11. ESTUDIO LEGAL**

### **3.11.1. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO PARA EL RESTAURANTE**

#### **3.11.1.1 RUC (Registro Único de Contribuyente)**

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, 2014)

#### **Requisitos para obtener el RUC**

##### **Sociedades**

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

(Tramites Ecuador, 2014)

#### **3.11.1.2. Patente municipal**

##### **Descripción**

El registro de patente municipal es un documento obligatorio para ejercer un negocio en Quito. El pago es anual y lo deben hacer las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que

ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. (Foros Ecuador, 2014)

### **Requisitos para la obtención de la patente municipal**

#### **Requisitos generales:**

- Formulario de inscripción de patente.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.

La declaración del impuesto se realizará en la página web del municipio [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec) (Servicio de Rentas Internas, 2014)

#### **3.11.1.3. Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE)**

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

(Distrito Metropolitano Quito, 2014)

## **Requisitos para sacar la LUAE**

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal de las última elecciones.
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones.
- En caso de no ser el local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local
- En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo

(Distrito Metropolitano Quito, 2014)

## **Inspecciones previas a la emisión de la licencia**

- Inspección de Bomberos
- Inspección de Ambiente
- Inspección de Salud
- Inspección de Turismo
- Inspección de publicidad (posterior a la emisión de la licencia)

(Distrito Metropolitano Quito, 2014)

### **3.11.1.4. Inspección de Bomberos**

## **Sistema declarativo de prevención de incendios para la obtención de la LUAE**

### **➤ Declaración Electrónica**

Para acceder al servicio se debe ingresar a:  
[portal.bomberosquito.gob.ec/autoinspección/](http://portal.bomberosquito.gob.ec/autoinspección/)

## ➤ Instrucciones

1.- Digitar el RUC del establecimiento, el número de trámite LUAE y la dirección electrónica.

2.- Mediante un correo se recibe un enlace desde el cual se podrá continuar con la declaración, para ello se debe ingresar los datos del representante legal de la empresa, los datos que se piden son nombre, número de cédula de identidad, las características físicas del establecimiento como tipo de construcción, área útil en metros cuadrados, aforo, etc.

3.- Después de haber llenado estos datos se desplegará el formulario declarativo de condiciones de seguridad contra incendios. Se tienen tres opciones para completar: Si, el establecimiento cumple con el requisito. No, el establecimiento no cumple con el requisito. No aplica, el establecimiento no requiere el cumplimiento de este requisito.

4.- Una vez que la declaración haya sido aprobada, el Cuerpo de Bomberos de Quito enviarán el resultado favorable al Municipio.

(Cuerpo de Bomberos, Quito, 2014)

### **3.11.1.5 Permiso de Medio Ambiente**

La secretaría de ambiente, es la entidad rectora de la gestión ambiental integral en el territorio del Distrito Metropolitano de Quito, y como tal, determina con la participación ciudadana políticas, estrategias, directrices, normas y ejerce control para contribuir a mejorar la calidad de vida de sus habitantes a base de una cultura de respeto e integración social al ambiente. (Secretaria del Ambiente, 2015)

### **Seguimiento del Certificado Ambiental por GPA**

La Secretaría de Ambiente, por medio de las Entidades de Seguimiento, realizará al menos una inspección para verificar el cumplimiento de las Guías de Prácticas Ambientales (Sectorial o General) por parte del establecimiento regulado. (Secretaria del Ambiente, 2015)

Las guías de prácticas ambientales apoyan la mejora continua de la actividad con relación al medio ambiente, mediante prácticas cuya aplicación reducirá el efecto causado por las emisiones a la atmósfera, el ruido, los residuos y los vertidos. (Secretaría del Ambiente, 2015)

#### **3.11.1.6. Obtención del permiso sanitario de funcionamiento**

El artículo 9 del Decreto expresa: “La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, será el organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de los siguientes productos: alimentos procesados, aditivos alimentarios....; así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario establecidos en la Ley Orgánica de Salud y demás normativa aplicable, exceptuando aquellos de servicios de salud públicos y privados”.

(Ministerio de Salud Pública, 2014)

#### **Requisitos de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública**

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del RUC del establecimiento
- Copias de cédula y certificado de votación del propietario o representante legal
- Certificado en capacitación en manipulación de alimentos
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud. (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

(Ministerio de Salud Pública, 2014)

### **3.11.1.7. Quito Turismo**

#### **Registro Turístico**

El Registro Turístico es la inscripción del prestador de servicios turísticos previo a la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) al inicio de sus actividades, y que debe hacerlo por una sola vez en las oficinas de Quito Turismo. En este registro se establece la clasificación y categoría del establecimiento y se le asigna un número de identificación que permite darle seguimiento a futuro. (Quito Turismo, 2014)

El Certificado de Registro Turístico es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que realicen actividades turísticas, se lo emite por una sola vez a cada establecimiento turístico, siempre y cuando no exista un cambio de propietario. (Quito Turismo, 2014)

#### **Requisitos necesarios para la obtención del registro turístico (Alimentos y Bebidas):**

- Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto (personas jurídicas)
- Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil (personas jurídicas)
- Copia del trámite del ingreso para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) del año en curso (trámite otorgado por el Municipio de Quito a través de la Administración Zonal correspondiente a la jurisdicción del establecimiento turístico)
- Copia a color de cédula de identidad y papeleta de votación, pasaporte (extranjeros) del representante legal
- Copia a color del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado
- Copia del resultado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)

- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos del establecimiento turístico a registrarse debidamente firmado por el representante legal (original y copia)
- Original y dos copias del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL (el formulario solicitarlo en las ventanillas de atención al cliente de las oficinas de Quito Turismo).

(Quito Turismo, 2014)

### **3.11.1.8. Pago del 1.5 por mil sobre los activos totales**

#### **Descripción**

Es un impuesto anual, que debe pagar únicamente las personas jurídicas y naturales obligadas a llevar contabilidad.

Se paga en función de los activos totales menos el pasivo corriente y contingente x 1.5 por mil.

La declaración se la debe hacer en la página web: [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)

(Distrito Metropolitano Quito, 2014)

### **3.11.1.9. Distintivo Q**

El distintivo Q no tienen ningún costo y los requisitos que se deben tener para participar son los siguientes:

- Cumplir con la normativa nacional y local vigentes de acuerdo al tipo de actividad turística.
- Contar con el registro turístico y constar como activo dentro del Catastro de Establecimientos Turísticos de Quito.
- Contar con la LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) vigente o demostrar estar en proceso efectivo de licenciamiento.
- Llenar el formulario de aplicación.

(Quito Turismo, 2014)

### **3.11.1.10. Instituto Ecuatoriano De La Propiedad Intelectual (IEPI)**

El IEPI es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2015)

La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, símbolos, nombres, imágenes, dibujos y modelos utilizados en el comercio, en base a esto, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada por la ONU, reconoce como un derecho fundamental la protección de las creaciones intelectuales y designa al Estado como su defensor. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2015)

#### **Búsqueda Fonética**

Para proteger el nombre o marca de un establecimiento se realiza el trámite para la búsqueda fonética, este consiste básicamente en verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a las que pretendemos registrar.

#### **Trámites**

- Pagar 16,00 dólares para realizar una búsqueda general en el Banco del Pacífico a nombre del IEPI (no requiere presentar número de cuenta ni código)
- Para el informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado) \$ 2,00
- Con el comprobante de pago acercarse a las oficinas del IEPI, tomar un turno “EXPRESS de TESORERÍA” para canjear el comprobante de pago por un comprobante de ingreso.
- En el lapso de una semana el IEPI entrega el informe de búsqueda general de Signo Distintivo.

## **Registro Del Nombre Comercial**

El nombre comercial es el rótulo o enseña comercial que identifica un local comercial y las actividades que desarrolla.

### **Trámites**

Tiempo de trámite: 7 a 8 meses.

Costo del trámite: 208 dólares

Tiempo de duración de la protección de la marca: 10 años

- Después de haber realizado la búsqueda de la fonética se debe descargar la solicitud para el registro de la marca de la página [www.propiedadintelectual.gob.ec](http://www.propiedadintelectual.gob.ec) y una vez llena la solicitud se debe acercar a las oficinas del IEPI para que le registren.
- Publicación de la gaceta: esto consiste en que publican todas las marcas que han sido registradas y salen en un libro virtual de la página web del IEPI que es de notorio conocimiento para todas las personas.
- Presentación de oposición a la gaceta: esta información sirve para determinar si no se encuentra existente el nombre logotipo o eslogan dentro de la lista de gacetas que se han publicado en un mes.
- Registrabilidad: Consiste en registrar el nombre comercial si ha pasado sin ningún inconveniente con los items anteriores.
- Resolución: este el paso final y consiste conforme a la ley la marca se encuentra protegida en el lapso de 10 años.

### **3.11.1.11. Sociedad De Productores O Fonogramas (SOPROFON)**

Es una sociedad de gestión colectiva de derechos conexos, legalmente constituida de acuerdo a la normativa oficial y aprobación del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), creada con el único fin de licenciar

en el territorio que comprende la República del Ecuador el uso de fonogramas a los diferentes usuarios de la música (radio, televisión, establecimientos abiertos al público, etc.) (SOPROFON, 2015)

### **Obtención de la Licencia**

El uso de la música comercialmente, como es el caso de los establecimientos públicos, requiere de una licencia previa, de tal manera que la explotación de la música es legal. (SOPROFON, 2015)

La licencia sobre la comunicación pública de fonogramas, es otorgada por SOPROFON en el caso de los catálogos que representa. Esta licencia comprende la autorización de dos derechos concedidos por la Ley de Propiedad Intelectual: el que corresponde al productor fonográfico y el de los artistas, intérpretes, músicos ejecutantes, SAMIRE. (SOPROFON, 2015)

#### **3.11.1.12. Sociedad De Autores Del Ecuador (SAYCE)**

Conocida como SAYCE es una entidad de gestión colectiva, que protege y administra los derechos de los autores y compositores sobre sus obras musicales. (SAYCE, 2015)

Deben pagar los derechos de autor, los usuarios, quienes emplean la música como parte principal o complementaria de su actividad económica (empresarial o comercial), independientemente del medio por el que se difunda: radio, televisión, parlante fijo, interpretaciones en vivo, entre otros. (SAYCE, 2015)

El pago va de acuerdo a la categoría del establecimiento, como lo estipula la Resolución N°001 – 2012 DNDAyDC (vigente desde el año 2012):

Categoría: Sector de Alojamiento, Alimentos y Bebidas

Los restaurantes, cevicherías, picanterías, grilles y similares.- Por difusión pública de obras administradas por SAYCE, abonarán anualmente, de acuerdo al siguiente detalle:

- De lujo, el equivalente al 45% de un Salario Básico Unificado más IVA
- De primera el equivalente al 36% de un Salario Básico Unificado más IVA
- De segunda, el equivalente al 27% de un Salario Básico Unificado más IVA
- De tercera y cuarta categoría, al 18% de un Salario Básico Unificado más IVA.

Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39. (SAYCE, 2015)

## **3.12. PLAN DE MARKETING**

### **3.12.1 Imagen Corporativa Visual**

El nombre del restaurant es Rumi Kankay que son dos palabras en quichua que significan: Rumi = piedras y Kankay = utilización del fuego de leña para cocinar alimentos, entonces la unión de las dos palabras se relaciona con la utilización de leña y piedras para cocinar alimentos.

El slogan del restaurante es: Asados en Leña y Piedra volcánica

### **3.12.2 Logotipo y Eslogan**



**Figura 3.7. Logotipo con Fondo Blanco**



**Figura 3.8. Logotipo con Fondo Negro**

Se tiene dos tipos de logo uno con el fondo blanco y el otro con el fondo negro, que serán utilizados tanto en la carta, como en los uniformes de los empleados así como también en la presencia de marca en la publicidad que se vaya a realizar.

### 3.12.3. Colores del logotipo

COLORES	
	<p><b>NARANJA</b>            C 0% M 60% Y 100% K 0%</p>
	<p><b>NEGRO</b>            C 0% M 0% Y 0% K 100%</p>
	<p><b>DEGRADADO (FUEGO)</b>            C 0% M 100% Y 100% K 100%            C 0% M 0% Y 100% K 100%</p>
	<p><b>ESCALA DE GRISES (ROCAS)</b>            C 0% M 0% Y 0% K 0%            C 0% M 0% Y 0% K 100%</p>

### 3.12.4. Tipografía e Imagotipo

LOGOTIPO (tipografía)	ÍCONO (gráfico)	IMAGOTIPO
<p>AUGIE REGULAR            AVANT GARDE DEMI</p>		

**Figura 3.9. Tipografía e Imagotipo**

La tipografía y la gráfica está enfocada a la técnica gastronómica utilizada en los platos con un estilo semi formal en su forma y con un ritmo dinámico para mostrar la juventud y modernidad enfocada a un target familiar de un segmento medio, colores cálidos y negros como referencia al fuego de la leña y la piedra.

### **3.12.5. Marketing Mix**

#### **3.12.5.1. Producto**

Los productos que se van a ofrecer son asados y comida ecuatoriana cocida en leña y piedra volcánica, utilizando ciertas técnicas de cocción que permiten que los alimentos tomen un sabor característico de estos tipos de cocción y una consistencia diferente, además los cortes de carne que se van a utilizar para los asados van a ser carnes maduradas en los cuartos fríos del restaurante lo cual garantiza la calidad del producto.

#### **Servicio**

El servicio y el ambiente que se ofrece son de calidad ya que los meseros van a ser personas capacitadas para atención al cliente, haciendo que la experiencia de éste sea grata y desee regresar al restaurante; para el ambiente se ha buscado la comodidad de los clientes y al ser un restaurante familiar la planta del restaurante cuenta con espacios verdes para juegos infantiles, también se cuenta con un espacio para una tarima en la que se realizarán presentaciones de artistas de diferente índole.

Además se tiene un espacio para realizar una demostración de cocción bajo tierra en la que el cocinero encargado indicará a los clientes como se preparan ciertos platillos con esta técnica de cocción. Se contará también con parqueadero para 20 pax de esta manera se busca dar tranquilidad al cliente con su automóvil.

## Uniformes

Los uniformes tendrán el logotipo del restaurante tanto para el personal de servicio como para cocina.



**Figura 3.10. Uniformes**

**Tabla 3.9. Uniformes**

Área	Uniformes
Administración	Camiseta polo negra con el logo, jean, zapatos negros
Cocina	Chaqueta blanca con el logo, pantalón mil cuadros, toca blanca, delantal negro, zapatos negros.
Servicio	Camiseta polo negra con el logo, jean, zapatos negros

Elaborado por: Nicole Santín

## Gastos Uniformes

**Tabla 3.10. Gastos Uniformes**

GASTOS UNIFORMES				
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	VALOR TOTAL
Uniformes de cocina	u	8,00	59,15	473,20
Uniforme para cajero y administrador	u	6,00	9,25	55,50
Uniformes para personal de servicio	u	8,00	11,25	90,00
<b>TOTAL</b>				<b>618,70</b>

Elaborado por: Nicole Santín

#### **3.12.5.4. Precio**

- Para definir el precio de los platos se han tomado en cuenta algunos factores que se los detalla a continuación:
- El precio se ha definido en base a las recetas estándar y se ha manejado un porcentaje del costo de venta con un rango de un 20% a un 30% dependiendo de los platos.
- También se ha definido los precios en base a la pregunta número 8 que se realizó en la encuesta del estudio de mercado, en la que se pregunta cuánto estaría dispuesto a gastar en un restaurante de las características propuestas y el promedio de consumo por persona sería de 12, 86.
- Los precios de la carta se fijaron haciendo un análisis de los precios de la competencia, que están en un rango de 8 a 17 dólares dependiendo de los platos que ofrecen, lo cual indica que los precios que están definidos en la carta han tenido un estudio antes de fijarlos.
- Existen preparaciones que es necesario que se realice un pedido mínimo de 10 a 15 personas, ya que por el tipo de preparación amerita hacerlo para grupos.
- Existirán descuentos para grupos de personas o para fechas especiales.
- La forma de pago que se aceptará será en efectivo, tarjetas de crédito y débito.
- Los precios que se ven reflejados en la carta no incluyen impuestos ni servicio.

Carta



Figura 3.11. Portada de la Carta

# ENTRADAS

- PAN PARRILLADO** ▶ USD 2,00  
4 panes con queso frito con salsa de tomate.
- MOLLEJONES** ▶ USD 1,50  
Mollejones con papa y salsa de tomate.
- DORITOS** ▶ USD 2,00  
Tortilla de maíz de maíz y queso de cabra y queso mozzarella con salsa de tomate.

# VINOS

**VINOS TINTOS**  
Cabernet Sauvignon / Merlot / Malbec

- Corcha y Toro ▶ USD 29,00
- Casillero del Diablo ▶ USD 25,00
- Cerro Sur Wines ▶ USD 23,00
- Gaesparran ▶ USD 20,00

**VINOS BLANCOS**  
Sauvignon Blanc / Chardonnay

- Casillero del Diablo ▶ USD 25,00
- Rosario Common Los Arboles ▶ USD 23,00
- Gaesparran ▶ USD 20,00
- Primo de casa de vino ▶ USD 5,00

**OTROS**

- Sangría para ▶ USD 12,00
- Sangría media para ▶ USD 6,00
- Cerveza pequeña ▶ USD 1,50
- Cerveza grande ▶ USD 2,50

# SOPAS

- TIBUISHCA** ▶ USD 5,50  
Risa cocida con papa de agua y queso y papas cocidas bajo salsa de tomate.
- CALDO DE PATA** ▶ USD 6,00  
Sopa de pato con papa y queso y salsa de tomate.
- YAHUARECRO** ▶ USD 9,00  
Tapa de papa de papa y queso de cabra y queso mozzarella con salsa de tomate.

# COCTELES

- Cuba Libre ▶ USD 6,00
- Daiquiri ▶ USD 6,00
- Mojito ▶ USD 6,50
- Tocalla Surtida ▶ USD 6,50

**R&K**  
RESTAURANTE Y BAR

**MEÑÚ**

Figura 3.12. Página 1 de la Carta

# PLATOS A TU GUSTO

Combina tu plato con la carne y guarnición de tu preferencia

## Res

Carnes de res cocidas en piedra volcánica, por 1kg, bajo tierra (pedidos mínimo 10 personas)

100 GR. ▶ USD 6,00

220 GR. ▶ USD 8,00

## Pollo

Carnes de Pollo cocidas en piedra volcánica, por 1kg, bajo tierra (pedidos mínimo 10 personas)

100 GR. ▶ USD 4,50

220 GR. ▶ USD 6,50

## Cerdo

Cocido en piedra volcánica, por 1kg, bajo tierra (pedidos mínimo 10 personas)

100 GR. ▶ USD 5,00

220 GR. ▶ USD 7,00

### \* COSTILLAR ASADO A LA CRUZ

300 GR. ▶ USD 11,00

Abrir a 15 min.

Cocido en piedra volcánica, por 1kg, bajo tierra (pedidos mínimo 10 personas)

# GUARNICIONES

- ENSALADA DE LA CASA ▶ USD 3,00
- FRITAS DE JEROMEY ▶ USD 3,00
- PAPEL GASTRADO ▶ USD 3,00
- POREYON DE ARROZ ▶ USD 1,50
- CHOCLO ▶ USD 2,00
- PANAS FREITAS ▶ USD 2,00

MENÚ

Figura 3.13. Página 2 de la Carta



## DELICIOSOS POSTRES

- HELADO DE PALA** ▶ USD 2,50  
Tres porciones de helado de chocolate sabroso, rico de helado y el helado.
- MOUSSE DE MARACUYÁ** ▶ USD 2,00  
Mousse de maracuyá decorado con fresas de chocolate.
- QUINDÍCITOS** ▶ USD 1,50  
Masa de helado de vainilla y tipo de sabor de maracuyá, en forma de abito y cubre el plato.
- HUMITAS** ▶ USD 1,50  
Preparación hecha a base de maíz, con queso en sus hojas y queso a gusto.




## PLATOS NACIONALES

- CECINA A LA PIEDRA** ▶ USD 7,00  
Filete de cecina ahumado cocido en piedra volcánica acompañado de salsa criollo y arroz.
- CHIVO AL HUESO** ▶ USD 10,50  
Carne de chivo con hueso de 1 kg cocido bajo tierra con piedras volcánicas ahumadas.
- GUY ASADO EN LERNA** ▶ USD 12,50  
Carne de gey asado en la acequia de papas en salsa de mar y amolado.
- FRITADA** ▶ USD 7,00  
Carne de cerdo cocida en olla con arroz de sabor sabroso y chifón.



MARQUE EN UNA PIEDRA VOLCÁNICA

## JUGOSOS ASADOS

- ASADOS EN CENIZAS** ▶ USD 15,00  
Escallo asado de carne de puerco y pollo asado en cenizas de lava.
- PITIFELLADA TURI KAMRAY** ▶ USD 22,00  
(Coca o puerco asado)  
Deliciosos cortes de carne de res, pollo y cerdo cocidos en piedra volcánica.
- LOMO PINO A LA PIEDRA** ▶ USD 10,50  
200g de lomo pino cocido en una piedra de piedra volcánica con salsa de champiñones.



MARQUE EN UNA PIEDRA VOLCÁNICA



## BEBIDAS

- CHUCHA** ▶ USD 2,50  
Bebida a base de miel de caña y azúcar cocido en olla y aromatizado con limón.
- JAGÓN** ▶ USD 2,50
- SABROSAS** ▶ USD 1,50
- AGUA CON GAS** ▶ USD 1,00



MENÚ



MENÚ

Figura 3.14. Página 3 de la Carta

### **3.12.5.5. Plaza**

#### **Localización**

El restaurante va a estar ubicado en el sector de la Villaflora, entre las calles Alonso de Angulo y Cap. Cesar Chiriboga, al estar ubicado en un lugar céntrico es una ventaja ya que los proveedores tienen accesibilidad para entregar la materia prima sin ningún inconveniente, además para los clientes es una ubicación fácil para que visiten el restaurante.

El restaurante cuenta con dos entradas una principal para los clientes y otra secundaria que queda en la parte trasera del restaurante, donde se va a receptor la materia prima de los proveedores. También se va a contar con parqueaderos lo cual permite que los clientes puedan acudir al restaurante en sus automóviles.

#### **Canales de Distribución**

El canal de distribución va a ser directo porque no se va a contar con intermediarios, ya que en el restaurante se elaboran las preparaciones y se realiza el servicio directamente a los clientes en las instalaciones del restaurante.

### **3.12.5.6. Promoción**

#### **Publicidad**

Se realizarán flyers que serán entregados por los meseros con el uniforme, ellos serán los que presenten el producto principal directamente a los posibles clientes.

Se realizarán tarjetas de presentación para entregar a los clientes que visiten el restaurante.

Realizar un convenio con las personas que trabajan en el Municipio, que se encuentra frente al restaurante, para entregar tarjetas de descuento para sus consumos o para fechas especiales que pueden celebrarlos en el establecimiento.

Hacer pautas radiales para llegar de manera amplia con la publicidad del restaurante y así tener más cobertura para las personas que se encuentran en otros sectores diferentes al restaurante.

## **Redes Sociales**

- **Facebook**

Se creará una página de Facebook ya que es una red que muchas personas la manejan hoy en día, por esta razón es una buena forma de dar a conocer al restaurante, publicando promociones para que los clientes estén al tanto de lo que se ofrece.

- **Instagram**

Se publicarán las fotos de los platos con sus especificaciones para que nuestros seguidores vean y comenten acerca de los platillos que se ofrecen.

- **Código QR**

Es un sistema en el que se puede almacenar información en una especie de código de barras bidimensional y puede leerse con la ayuda de un teléfono inteligente, que prácticamente lo direcciona al sitio web en el que está enlazado. Se generará un código QR el cuál direccionará a la página de Facebook del restaurante para que las personas que accedan estén al tanto de promociones y nuevos productos.

La imagen del código QR estará en la parte trasera de la carta, con el fin de que los clientes mientras esperan su orden, puedan acceder a juegos interactivos, con el fin de que si terminan de jugar antes de que llegue la orden, ellos puedan ganar postres o entradas gratis.

- **Página Web**

Es necesario manejar una página web del restaurante, porque de esta manera se facilita la información del establecimiento a posibles clientes que busquen ofertas gastronómicas en el sector sur de Quito, además permitirá que los clientes pidan cotizaciones para eventos especiales.

## Promociones

Se darán cupones de descuento por el consumo de 10 dólares en adelante durante la apertura del restaurante.

Se realizarán promociones de entradas para los días y horarios que haya menos afluencia de clientes, esto se hará como estrategia para incrementar la rotación del restaurante.

En días especiales como días de la madre, padre, cumpleaños, se harán promociones en los asados a la cruz, haciendo que los festejados no paguen su consumo.

Durante los fines de semana se tendrá un espectáculo en vivo con las preparaciones como asado a la cruz y cocciones bajo tierra, para que los clientes puedan observar a detalle y de manera interactiva como se preparan sus platillos favoritos.

Se realizará el happy hour los días miércoles y viernes de 15:00 a 18:00.

Se tendrá música en vivo para que nuestros clientes tengan un ambiente cómodo y armónico durante los fines de semana.

**Tabla 3.11. Gastos de Publicidad**

GASTOS PUBLICIDAD						
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO POR UNIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Tarjetas de presentación	u	100	\$ 0,05	\$ 5,00	\$ 30,00	\$ 60,00
Flyers	u	500	\$ 0,01	\$ 3,50	\$ 21,00	\$ 42,00
Redes Sociales	u	Sin costo	Sin Costo	\$ -	\$ -	\$ -
Pauta Radial	u	4,00	\$ 50,00	\$ 200,00	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 208,50</b>	<b>\$ 1.251,00</b>	<b>\$ 2.502,00</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### **3.13. ESTUDIO DE IMPACTOS**

En este estudio se pretende analizar todos los impactos que el proyecto va a tener, para determinar si es factible según los factores que en el desarrollo del mismo se presentan.

#### **3.13.1. Impactos económicos**

- **Daños o destrucción de la infraestructura**

No existirán daños o destrucción de la infraestructura, ya que se va a construir el restaurante desde cero, con planos diseñados propiamente para el proyecto que se está planteando, esta una de las inversiones más fuertes que se va a realizar para la creación del restaurante.

- **Pérdidas en la producción agrícola**

En la producción agrícola de los productores las plagas, sequías, heladas y todos los factores ambientales que están fuera de nuestro control afectarán a su producción y por consecuencia a los precios de la materia prima que se desee comprar, en lo posible se comprarán productos de temporadas para evitar hacer gastos excesivos.

También se evitará tener desperdicios exagerados en la producción ya que este también es un impacto económico dentro del restaurante.

- **Inseguridad y dependencia alimentaria**

La inseguridad alimentaria tiene varios puntos que a nivel social involucra el no poder acceder a alimentos inocuos y nutritivos, esto sucede por la falta de producción de alimentos de calidad, escases en la producción, regulación gubernamental, este es un problema de países tercermundistas, actualmente en el país este no es el caso, ya que existe apoyo a la producción nacional, exigiendo al productor procesos de calidad, al tener una producción nacional con el apoyo del gobierno la población tiene alimentos de calidad a un costo normal que dependiendo de las temporadas estos precios pueden tener un incremento pero así mismo bajan cuando hay más producción.

La dependencia alimentaria así como se explica anteriormente, gracias al cambio de la matriz productiva, el apoyo a la producción interna hace que la dependencia de productos importados no sea muy alta, sobretodo en productos de primera necesidad.

Este es un impacto muy importante que se debe tomar en cuenta en el proyecto, ya que afecta directamente a la materia prima, que es el producto principal de donde parte la carta del restaurante y en el caso de tener inseguridad y dependencia alimentaria haría que los costos aumenten.

### **3.13.2. Impactos Sociales**

- **Trabajo**

Al ser un proyecto nuevo se crearán varias fuentes de empleo para personas jóvenes con o sin experiencia dependiendo del cargo que tengan que ocupar, ayudando de esta manera a la economía social y familiar.

- **Educación – Formación**

La capacitación de los empleados será una prioridad que se realice en el restaurante, ya que de esta manera se benefician ambas partes, al tener trabajadores más capacitados se tendrá mejores resultados en su desempeño laboral y la persona se sentirá más segura de las acciones que realice provocando satisfacción en su trabajo. También se apoyará con acceso en horarios si los trabajadores quieren estudiar, para que sientan que se les apoya de todas las formas posibles, además de que de esta manera trabajaran mejor al sentirse comprendidos por sus jefes.

### **3.13.3. Impactos Ambientales**

- **Impacto de desperdicios y desechos**

Se procurará reciclar ciertos elementos que se puedan reutilizar, tales como fundas de compras, cartones, entre otros, en cuanto a los desperdicios y desechos se los botará en los basureros que se encuentran en la parte trasera del restaurante.

Para el aceite se lo recogerá en botellas plásticas para evitar contaminar el agua, y se los botará en la basura o se entregará a su vez a personas que reciclan este tipo de aceites.

- **Ruido y Visibilidad**

Al estar ubicado en una calle principal existirá ruido de buses y carros que transitan por la zona, pero la construcción del restaurante es de 3 metros desde la vereda hacia adentro, lo cual permite alejar un poco de los posibles ruidos al salón del restaurante, además que el ambiente tendrá música agradable para los clientes. La visibilidad del restaurante va ser amplia y contará con un rótulo grande para que los clientes puedan observarlo.

- **Degradación de los entornos naturales y especies**

Por el tipo de cocción que se piensa realizar existiría un consumo de leña de aproximadamente 5 metros mensuales, ya que el restaurante no solo cocinara a leña sino que también contará con cocinas a gas disminuyendo la demanda de leña que se necesitaría normalmente. Este es un impacto que afectaría a la degradación de los entornos naturales y como medida para ayudar al medioambiente se creará un proyecto en el que todos los trabajadores del restaurante ayuden a la reforestación en zonas destinadas para este tipo de trabajo, de este modo se busca ayudar con la degradación de los entornos naturales.

- **Deterioro y mayor vulnerabilidad del área rural**

El restaurante no va a estar ubicado en una zona rural así que no habrá ninguna afectación al deterioro del área rural.

### 3.13.4. Impactos Culturales

- **Tendencias**

La propuesta del restaurante es cocinar alimentos en leña y piedra volcánica que además del sabor que brindan, es una forma en la que no se utilizan demasiados medios grasos para su cocción, haciendo de estos tipos de cocción saludables para los clientes y además esta es una tendencia que muchos restaurantes han tomado ya que en la actualidad las personas se preocupan más por su salud, escogiendo alimentos sanos y de buena calidad.

### 3.13.5. Impactos Generales

**Tabla 3.12. Impactos Generales**

IMPACTO GENERAL							
INDICADOR/NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
SOCIAL							X
ECONÓMICO							X
CULTURAL						X	
EDUCATIVO					X		
AMBIENTAL			X				
TECNOLÓGICO				X			
<b>TOTAL</b>			-1	0	1	2	6

Elaborado por: Nicole Santín

### Ecuación 2 Nivel de impacto general

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{\text{suma}}{\text{número de indicadores}}$$

$$\text{NI} = \frac{8}{6}$$

Nivel de impacto = 1,3 / bajo positivo

El nivel de impacto que tendrá este proyecto es 1,3 que significa bajo positivo, éste resultado se obtuvo por el consumo de leña que se va a utilizar en la cocción de los diferentes platos que se ofertan en el restaurante, lo que indica que en el aspecto ambiental existe un impacto negativo.

### 3.13.6. Mitigación de Impactos

Para mitigar el impacto ambiental, se ha visto la importancia de que los trabajadores del restaurante tengan un día al mes destinado para sembrar árboles en sectores que permitan esta actividad, de tal manera que el restaurante se compromete con el cuidado del medio ambiente.

## 3.14. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, el cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012).

### 3.14.1. Inversión

Dentro de la inversión se tiene todos los activos fijos del proyecto con sus respectivas depreciaciones, así como también los activos diferidos que son los gastos de constitución del negocio.

**Tabla 3.13. Inversión**

INVERSIONES		TOTALES
1	MUEBLES Y ENSERES	\$ 7.283,54
2	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 15.679,94
3	EQUIPO DE OFICINA	\$ 647,50
4	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.641,86
5	CRISTALERIA, CUBERTERÍA	\$ 4.058,20
6	MENAJE DE COCINA	\$ 1.844,59
8	EDIFICIOS YA DECUACIONES	\$ 101.907,50
9	TERRENO	\$ 170.810,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 303.873,13</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.2. Activos Diferidos

Son todos los costos que se realizan para la constitución de la empresa o negocio y se detallan en el siguiente cuadro.

**Tabla 3.14. Activos Diferidos**

ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Constitución Legal	\$ 765,00
Patente municipal	\$ 22,00
Permiso sanitario	\$ 120,00
Afiliación CAPTUR	\$ 50,00
Bomberos	\$ 20,00
LUAE	\$ 35,00
IEPI	\$ 224,00
ARCSA	\$ 169,92
Diseño del logo y la carta	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.555,92</b>

Elaborado por: Nicole Santín

#### 3.14.2.1. Gastos para la Constitución Legal

**Tabla 3.15. Gastos para la Constitución Legal**

REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR TOTAL
Reservar denominación para constitución por internet	\$ -
Presentar estatutos de la compañía en la Superintendencia de Compañías (Elevada a escritura Pública)	\$ -
Escritura Pública	\$ 200,00
Superintendencia emite resolución de aprobación para la constitución	\$ -
Publicación en el periódico del extracto	\$ 85,00
Inscripción en el registro mercantil	\$ 60,00
Inscripción de nombramientos de presidente y gerente	\$ 20,00
Retiro de capital de integración y movimiento económico de la empresa	\$ -
Pago honorarios profesionales de abogado	\$ 400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 765,00</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo son los recursos que necesita la empresa para poder operar y consiste en la diferencia de activo corriente menos pasivo corriente, es decir, inversiones a corto plazo menos financiamiento de terceros. (Tanaka Nacasone, 2005)

El Capital de trabajo con el que se va arrancar el negocio fue calculado para 6 meses como se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla 3.16. Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL
Mano de obra directa	\$ 3.755,24	\$ 22.531,47
Gastos administración	\$ 1.033,90	\$ 6.203,40
Servicios básicos	\$ 571,17	\$ 3.427,02
Gastos publicidad	\$ 208,50	\$ 1.251,00
Suministros de limpieza	\$ 193,39	\$ 1.160,34
Suministros de oficina	\$ 30,62	\$ 183,74
Materia prima	\$ 1.249,88	\$ 7.499,27
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.042,71</b>	<b>\$ 42.256,23</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.4. Sueldos y Salarios

Para fijar los sueldos y salarios se basó según la tabla de remuneraciones del Ministerio de Relaciones Laborales, los décimos también están calculados según lo establecido conforme a la ley. En cuanto al aporte patronal de acuerdo a las nuevas reformas se aporta con un 11,15% de parte del patrono y un 9,45% por los empleados y esto se calcula sobre el salario de cada empleado.

#### 3.14.4.1. Mano de obra Directa

Para realizar la proyección de la mano de obra se tomó en cuenta una tasa del 1,1% que se encuentra dentro de la tasa de crecimiento impuesta por el Consejo Nacional de Salarios Sectoriales

## Personal Operativo

**Tabla 3.17. Sueldos Anuales del Personal Operativo**

SUELDOS OPERATIVOS	
AÑO	COSTO TOTAL MANO DE OBRA
1	\$ 45.062,94
2	\$ 49.569,23
3	\$ 54.526,15
4	\$ 62.249,45
5	\$ 68.474,40

**Elaborado por:** Nicole Santín

**Tabla 3.18. Proyección de los Sueldos del Personal Operativo**

AÑO 1									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Jefe de Cocina	1,00	\$ 500,00	\$ 29,50	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 31,25	\$ 55,75	\$ 699,83	\$ 8.398,00
Cocinero	1,00	\$ 360,00	\$ 29,50	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 22,50	\$ 40,14	\$ 512,14	\$ 6.145,68
Parrillero	1,00	\$ 360,00	\$ 29,50	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 22,50	\$ 40,14	\$ 512,14	\$ 6.145,68
Stewart	1,00	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 22,13	\$ 39,47	\$ 504,10	\$ 6.049,15
Capitán	1,00	\$ 365,00	\$ 29,50	\$ 30,42	\$ 30,42	\$ 22,81	\$ 40,70	\$ 518,84	\$ 6.226,12
Mesero	1,00	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 22,13	\$ 39,47	\$ 504,10	\$ 6.049,15
Cajero	1,00	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 22,13	\$ 39,47	\$ 504,10	\$ 6.049,15
<b>TOTAL</b>	<b>7,00</b>	<b>\$ 2.647,00</b>	<b>\$ 206,50</b>	<b>\$ 220,58</b>	<b>\$ 220,58</b>	<b>\$ 165,44</b>	<b>\$ 295,14</b>	<b>\$ 3.755,24</b>	<b>\$ 45.062,94</b>
<b>Salario Básico Unificado</b>	<b>\$ 354,00</b>								

AÑO 2									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Jefe de Cocina	1,00	\$ 550,00	\$ 32,45	\$ 45,83	\$ 45,83	\$ 34,38	\$ 61,33	\$ 769,82	\$ 9.237,80
Cocinero	1,00	\$ 396,00	\$ 32,45	\$ 33,00	\$ 33,00	\$ 24,75	\$ 44,15	\$ 563,35	\$ 6.760,25
Parrillero	1,00	\$ 396,00	\$ 32,45	\$ 33,00	\$ 33,00	\$ 24,75	\$ 44,15	\$ 563,35	\$ 6.760,25
Stewart	1,00	\$ 389,40	\$ 32,45	\$ 32,45	\$ 32,45	\$ 24,34	\$ 43,42	\$ 554,51	\$ 6.654,07
Capitán	1,00	\$ 401,50	\$ 32,45	\$ 33,46	\$ 33,46	\$ 25,09	\$ 44,77	\$ 570,73	\$ 6.848,73
Mesero	1,00	\$ 389,40	\$ 32,45	\$ 32,45	\$ 32,45	\$ 24,34	\$ 43,42	\$ 554,51	\$ 6.654,07
Cajero	1,00	\$ 389,40	\$ 32,45	\$ 32,45	\$ 32,45	\$ 24,34	\$ 43,42	\$ 554,51	\$ 6.654,07
<b>TOTAL</b>	<b>7,00</b>	<b>\$ 2.911,70</b>	<b>\$ 227,15</b>	<b>\$ 242,64</b>	<b>\$ 242,64</b>	<b>\$ 181,98</b>	<b>\$ 324,65</b>	<b>\$ 4.130,77</b>	<b>\$ 49.569,23</b>
<b>SBU</b>	<b>\$ 389,40</b>								

AÑO 3									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Jefe de Cocina	1,00	\$ 605,00	\$ 35,70	\$ 50,42	\$ 50,42	\$ 37,81	\$ 67,46	\$ 846,80	\$ 10.161,58
Cocinero	1,00	\$ 435,60	\$ 35,70	\$ 36,30	\$ 36,30	\$ 27,23	\$ 48,57	\$ 619,69	\$ 7.436,27
Parrillero	1,00	\$ 435,60	\$ 35,70	\$ 36,30	\$ 36,30	\$ 27,23	\$ 48,57	\$ 619,69	\$ 7.436,27
Stewart	1,00	\$ 428,34	\$ 35,70	\$ 35,70	\$ 35,70	\$ 26,77	\$ 47,76	\$ 609,96	\$ 7.319,47
Capitán	1,00	\$ 441,65	\$ 35,70	\$ 36,80	\$ 36,80	\$ 27,60	\$ 49,24	\$ 627,80	\$ 7.533,61
Mesero	1,00	\$ 428,34	\$ 35,70	\$ 35,70	\$ 35,70	\$ 26,77	\$ 47,76	\$ 609,96	\$ 7.319,47
Cajero	1,00	\$ 428,34	\$ 35,70	\$ 35,70	\$ 35,70	\$ 26,77	\$ 47,76	\$ 609,96	\$ 7.319,47
<b>TOTAL</b>	<b>7,00</b>	<b>\$ 3.202,87</b>	<b>\$ 249,87</b>	<b>\$ 266,91</b>	<b>\$ 266,91</b>	<b>\$ 200,18</b>	<b>\$ 357,12</b>	<b>\$ 4.543,85</b>	<b>\$ 54.526,15</b>
<b>SBU</b>		<b>\$ 428,34</b>							

AÑO 4									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Jefe de Cocina	1,00	\$ 665,50	\$ 39,26	\$ 55,46	\$ 55,46	\$ 41,59	\$ 74,20	\$ 931,48	\$ 11.177,74
Cocinero	1,00	\$ 479,16	\$ 39,26	\$ 55,46	\$ 55,46	\$ 29,95	\$ 53,43	\$ 712,72	\$ 8.552,58
Parrillero	1,00	\$ 479,16	\$ 39,26	\$ 55,46	\$ 55,46	\$ 29,95	\$ 53,43	\$ 712,72	\$ 8.552,58
Stewart	1,00	\$ 471,17	\$ 39,26	\$ 55,46	\$ 55,46	\$ 29,45	\$ 52,54	\$ 703,34	\$ 8.440,07
Capitán	1,00	\$ 485,82	\$ 39,26	\$ 55,46	\$ 55,46	\$ 30,36	\$ 54,17	\$ 720,53	\$ 8.646,34
Mesero	1,00	\$ 471,17	\$ 39,26	\$ 55,46	\$ 55,46	\$ 29,45	\$ 52,54	\$ 703,34	\$ 8.440,07
Cajero	1,00	\$ 471,17	\$ 39,26	\$ 55,46	\$ 55,46	\$ 29,45	\$ 52,54	\$ 703,34	\$ 8.440,07
<b>TOTAL</b>	<b>7,00</b>	<b>\$ 3.523,16</b>	<b>\$ 274,85</b>	<b>\$ 388,21</b>	<b>\$ 388,21</b>	<b>\$ 220,20</b>	<b>\$ 392,83</b>	<b>\$ 5.187,45</b>	<b>\$ 62.249,45</b>
<b>SBU</b>		<b>\$ 471,17</b>							

AÑO 5									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Jefe de Cocina	1,00	\$ 732,05	\$ 43,19	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 45,75	\$ 81,62	\$ 1.024,63	\$ 12.295,51
Cocinero	1,00	\$ 527,08	\$ 43,19	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 32,94	\$ 58,77	\$ 783,99	\$ 9.407,84
Parrillero	1,00	\$ 527,08	\$ 43,19	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 32,94	\$ 58,77	\$ 783,99	\$ 9.407,84
Stewart	1,00	\$ 518,29	\$ 43,19	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 32,39	\$ 57,79	\$ 773,67	\$ 9.284,08
Capitán	1,00	\$ 534,40	\$ 43,19	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 33,40	\$ 59,59	\$ 792,58	\$ 9.510,97
Mesero	1,00	\$ 518,29	\$ 43,19	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 32,39	\$ 57,79	\$ 773,67	\$ 9.284,08
Cajero	1,00	\$ 518,29	\$ 43,19	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 32,39	\$ 57,79	\$ 773,67	\$ 9.284,08
<b>TOTAL</b>	<b>7,00</b>	<b>\$ 3.875,47</b>	<b>\$ 302,34</b>	<b>\$ 427,03</b>	<b>\$ 427,03</b>	<b>\$ 242,22</b>	<b>\$ 432,12</b>	<b>\$ 5.706,20</b>	<b>\$ 68.474,40</b>
<b>SBU</b>		<b>\$ 518,29</b>							

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.4.2. Personal Administrativo

Tabla 3.19. Sueldos Anuales del Personal Administrativo

SUELDOS ADMINISTRACIÓN	
AÑO	VALOR ANUAL
1	\$ 12.406,80
2	\$ 13.647,48
3	\$ 15.012,23
4	\$ 16.513,45
5	\$ 18.164,80

Elaborado por: Nicole Santín

**Tabla 3.20. Proyección de los Sueldos Administrativos**

SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 1									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Administrador	1,00	\$ 600,00	\$ 29,50	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 37,50	\$ 66,90	\$ 833,90	\$ 10.006,80
Contador externo	1,00	\$ 200,00						\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 1.033,90</b>	<b>\$ 12.406,80</b>
<b>Salario Básico Unificado</b>	<b>\$ 354,00</b>								

SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 2									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Administrador	1,00	\$ 660,00	\$ 32,45	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 41,25	\$ 73,59	\$ 917,29	\$ 11.007,48
Contador externo	1,00	\$ 220,00						\$ 220,00	\$ 2.640,00
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 1.137,29</b>	<b>\$ 13.647,48</b>
<b>Salario basico unificado</b>	<b>\$ 389,40</b>								

SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 3									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Administrador	1,00	\$ 726,00	\$ 35,70	\$ 60,50	\$ 60,50	\$ 45,38	\$ 80,95	\$ 1.009,02	\$ 12.108,23
Contador externo	1,00	\$ 242,00						\$ 242,00	\$ 2.904,00
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 1.251,02</b>	<b>\$ 15.012,23</b>
<b>Salario basico unificado</b>	<b>\$ 428,34</b>								

SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 4									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Administrador	1,00	\$ 798,60	\$ 39,26	\$ 66,55	\$ 66,55	\$ 49,91	\$ 89,04	\$ 1.109,92	\$ 13.319,05
Contador externo	1,00	\$ 266,20						\$ 266,20	\$ 3.194,40
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 1.376,12</b>	<b>\$ 16.513,45</b>
<b>Salario basico unificado</b>	<b>\$ 471,17</b>								

SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 5									
Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	(14to Sueldo)	(13er Sueldo)	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Costo de Mano de Obra Directa	Total Anual
Administrador	1,00	\$ 878,46	\$ 43,19	\$ 73,21	\$ 73,21	\$ 54,90	\$ 97,95	\$ 1.220,91	\$ 14.650,96
Contador externo	1,00	\$ 292,82						\$ 292,82	\$ 3.513,84
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 1.513,73</b>	<b>\$ 18.164,80</b>
<b>Salario basico unificado</b>	<b>\$ 518,29</b>								

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.5. Servicios Básicos

Los servicios básicos que se pronostican gastar mensual y anualmente en el restaurante Rumi Kankay son los siguientes:

**Tabla 3.21. Servicios Básicos**

SERVICIO BÁSICO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO POR UNIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
AGUA	m <sup>3</sup>	200,00	\$ 0,54	\$ 112,55	\$ 1.350,60
LUZ	KW / H	1.080,00	\$ 0,15	\$ 162,00	\$ 1.944,00
TELÉFONO	MIN	1.200,00	\$ 0,02	\$ 28,80	\$ 345,60
INTERNET	USD / MES	1,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
GAS	tanque	2,00	\$ 18,91	\$ 37,82	\$ 453,84
LEÑA	mt	10,00	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 571,17</b>	<b>\$ 6.854,04</b>

Elaborado por: Nicole Santín

#### 3.14.5.1. Proyección de Servicios Básicos

Para hacer la proyección de los servicios básicos se tomó en cuenta el 4,87% que es la inflación del año en curso.

**Tabla 3.22. Proyección de Servicios Básicos**

PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS	
AÑO	TOTAL
1	\$ 6.854,04
2	\$ 7.187,83
3	\$ 7.537,88
4	\$ 7.904,97
5	\$ 8.289,95

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.7. Suministros de Limpieza

**Tabla 3.23. Suministros de Ocinia**

SUMINISTROS DE LIMPIEZA				
PRODUCTO	UNIDADES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
ESCOBAS	U	4	\$ 2,46	\$ 9,84
TRAPEDORES	U	4	\$ 5,00	\$ 20,00
PALAS DE LIMPIEZA	U	3	\$ 2,05	\$ 6,15
LITOS	U	30	\$ 2,67	\$ 80,10
GUANTES	CAJA	5	\$ 15,00	\$ 75,00
DETERGENTE	CANECA	8	\$ 35,00	\$ 280,00
COLORO	GALON	8	\$ 2,87	\$ 22,96
LAVAVAJILLAS	TARRINA	30	\$ 2,27	\$ 68,10
ESPONJAS DE VAJILLA	U	30	\$ 0,47	\$ 14,10
CEPILLO	U	3	\$ 1,16	\$ 3,48
DISPENSADOR DESINFECTANTE	U	2	\$ 21,81	\$ 43,62
JABON DE 800 ml KIMKARE	U	80	\$ 7,56	\$ 604,80
GEL KIMKARE 500 ml	U	80	\$ 4,69	\$ 375,20
FUNDA DE BASURA 23"X28" PQTEX PAQUETE 10 UNIDADES	U	50	\$ 0,70	\$ 35,00
DESINFECTANTE	GALON	8	\$ 4,29	\$ 34,32
ROLLO DE PAPEL	U	40	\$ 16,20	\$ 648,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 2.320,67</b>
<b>TOTAL SEMESTRAL</b>				<b>\$ 1.160,34</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>				<b>\$ 193,39</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.6. Gastos Publicidad

**Tabla 3.24. Gastos Publicidad**

GASTOS PUBLICIDAD						
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO POR UNIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Tarjetas de presentación	u	100	\$ 0,05	\$ 5,00	\$ 30,00	\$ 60,00
Flyers	u	500	\$ 0,01	\$ 3,50	\$ 21,00	\$ 42,00
Redes Sociales	u	Sin costo	Sin Costo	\$ -	\$ -	\$ -
Pauta Radial	u	4,00	\$ 50,00	\$ 200,00	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 208,50</b>	<b>\$ 1.251,00</b>	<b>\$ 2.502,00</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.8. Suministros de Oficina

**Tabla 3.25. Suministros de Oficina**

SUMINISTROS DE OFICINA				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
CUADERNOS PEQUEÑOS	U	5	\$ 1,12	\$ 5,60
CLIPS	CAJAS	5	\$ 0,35	\$ 1,74
GRAPAS	CAJAS	5	\$ 1,28	\$ 6,38
LIQUID PAPER	U	2	\$ 3,53	\$ 7,06
TIJERAS	U	2	\$ 3,37	\$ 6,74
HOJAS PAPEL BOND	RESMAS	10	\$ 2,70	\$ 27,00
PERFORADORA	U	2	\$ 9,09	\$ 18,19
ENGRAPADORAS	U	2	\$ 17,79	\$ 35,57
RESALTADORES	U	4	\$ 1,69	\$ 6,76
LAPICES	DOCENA	12	\$ 0,32	\$ 3,90
CARPETA ARCHIVADOR	DOCENA	12	\$ 3,44	\$ 41,26
CARPETA FOLDER	DOCENA	12	\$ 0,73	\$ 8,74
ESFEROS	DOCENA	12	\$ 0,34	\$ 4,03
CALCULADORA	U	2	\$ 13,00	\$ 26,01
TINTA PARA IMPRESORA	U	8	\$ 4,00	\$ 32,00
LIBRETIN FACTURERO 100u	U	15	\$ 8,50	\$ 127,50
SOBRES DE MANILA	U	30	\$ 0,30	\$ 9,00
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 367,48</b>
<b>TOTAL SEMESTRAL</b>				<b>\$ 183,74</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>				<b>\$ 30,62</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.9. Uniformes

Se comprarán dos uniformes para cada personal y se los cambiará cada 2 años.

**Tabla 3.26. Gasto Uniformes**

GASTOS UNIFORMES				
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	VALOR TOTAL
Uniformes de cocina	u	8,00	\$ 59,15	\$ 473,20
Uniforme para cajero y administrador	u	6,00	\$ 9,25	\$ 55,50
Uniformes para personal de servicio	u	8,00	\$ 11,25	\$ 90,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 618,70</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.10. Consumo Promedio

El consumo promedio es lo que los clientes están dispuestos a consumir en el restaurante y de acuerdo a las encuestas realizadas en la pregunta número 8, que se refiere a cuanto estarían dispuestos a gastar por persona en el restaurante, el 43% del total de los encuestados respondieron en un rango de 11 a 15 dólares; la media del consumo promedio de todos los encuestados es de 12,86 dólares, este valor indica con exactitud lo que la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a consumir en el restaurante.

**Tabla 3.27. Precio Promedio de la Carta por Categoría**

PRECIO PROMEDIO POR CATEGORÍA	
Categoría	Consumo
Entradas	\$ 1,83
Sopas	\$ 6,83
Asados	\$ 9,50
Comida ecuatoriana	\$ 8,01
Asados de porciones de carne	\$ 7,00
Guarniciones	\$ 2,50
Bebidas	\$ 2,50
Postres	\$ 1,88

Elaborado por: Nicole Santín

**Tabla 3.28. Consumo Promedio**

CONSUMO PROMEDIO	
Comida ecuatoriana	\$ 8,01
Bebida	\$ 2,50
Postre	\$ 1,88
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12,39</b>

Elaborado por: Nicole Santín

Para saber el consumo promedio de los clientes se realizó un cuadro en el que se detalla el consumo normal que un cliente realizaría, el valor que se ha obtenido es de \$12,39, este dato está dentro del rango que escogieron los encuestados, lo que indica que el valor no está sobrestimado.

### 3.14.10.1. Costo Promedio de la Carta

Para calcular el costo promedio de la carta se debe tener el % costo de venta de cada plato, que se obtiene dividiendo el costo potencial para el precio de venta; después se suman todos los % de costo de venta y se divide para la cantidad de platos existentes para sacar el promedio.

**Tabla 3.29. Costo Promedio de la Carta**

% COSTO PROMEDIO DE LA CARTA					
PLATOS	RECETA ESTÁNDAR			CARTA	
	COSTO POTENCIAL	% COSTO DE VENTA POTENCIAL	PRECIO DE VTA SUGERIDO	PRECIO DE VENTA	% COSTO VENTA
<b>ENTRADAS</b>					
Pan parrilla (4 porciones)	0,52	30%	\$ 1,73	\$ 2,00	26%
Mote sucio	0,40	30%	\$ 1,33	\$ 1,50	27%
Bonitimas (6 porciones)	0,36	20%	\$ 1,80	\$ 2,00	18%
<b>SOPAS</b>					
Timbushca	1,57	30%	\$ 5,23	\$ 5,50	29%
Caldo de patas	1,84	30%	\$ 6,13	\$ 6,00	31%
Yahuarlocro	2,66	30%	\$ 8,87	\$ 9,00	30%
<b>ASADOS</b>					
Asado en cenizas	4,31	30%	\$ 14,37	\$ 7,50	57%
Parrillada Rumikankay	6,36	30%	\$ 21,20	\$ 11,00	58%
Lomo fino a la piedra	2,85	30%	\$ 9,50	\$ 10,00	29%
<b>COMIDA ECUATORIANA</b>					
Cecina lojana a la piedra	1,99	30%	\$ 6,63	\$ 7,00	28%
Chivo al hueco	3,03	30%	\$ 10,10	\$ 5,25	58%
Cuy asado	3,65	30%	\$ 12,17	\$ 12,50	29%
Fritada	2,14	30%	\$ 7,13	\$ 7,30	29%
<b>PLATOS PARA ARMAR</b>					
Res 180g	1,80	30%	\$ 6,00	\$ 6,00	30%
Res 220g	2,30	30%	\$ 7,67	\$ 8,00	29%
Cerdo 180 g	1,65	30%	\$ 5,50	\$ 5,50	30%
Cerdo 220 g	2,15	30%	\$ 7,17	\$ 7,50	29%
Pollo 180 g	1,35	30%	\$ 4,50	\$ 4,50	30%
Pollo 220 g	1,90	30%	\$ 6,33	\$ 6,50	29%
Costillar a la cruz	3,83	30%	\$ 12,77	\$ 11,00	35%
<b>GUARNICIONES</b>					
Ensalada de la casa	0,37	20%	\$ 1,85	\$ 3,50	11%
Papas gratinadas	0,58	30%	\$ 1,93	\$ 3,00	19%
Porción de arroz	0,30	20%	\$ 1,50	\$ 1,50	20%
Choclo	0,6	30%	\$ 2,00	\$ 2,00	30%
Papas fritas	0,5	30%	\$ 1,67	\$ 2,50	20%
<b>BEBIDAS</b>					
Chicha	0,33	20%	\$ 1,65	\$ 2,50	13%
Jugos naturales	0,20	20%	\$ 1,00	\$ 2,50	8%
<b>POSTRES</b>					
Helado de paila	0,75	30%	\$ 2,50	\$ 2,50	30%
Mousse de maracuyá	0,38	30%	\$ 1,27	\$ 2,00	19%
Quimbolitos	0,43	30%	\$ 1,43	\$ 1,50	29%
Humitas	0,35	20%	\$ 1,75	\$ 1,50	23%
<b>% COSTO PROMEDIO DE LA CARTA</b>					<b>28%</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.10.2. Materia Prima

La materia prima es importante en un establecimiento de alimentos y bebidas puesto que son todos aquellos elementos que se utilizan para la elaboración de platos.

Para obtener este valor se debe multiplicar las ventas mensuales por el costo promedio de la carta y si es para calcular semestralmente se debe multiplicar el valor mensual por 6 meses.

Los datos que se necesitan para calcular la demanda probable y los ingresos proyectados son los siguientes:

- Se decidió usar una rotación de 0,55; se tomó este valor por que la competencia manejó un rango de rotación inicial del 0,50 a 0,70 correspondientes a “La Cocina de Leña” y “El Rincón del Gaucho” respectivamente, el promedio de estos valores da como resultado 0,60, no se escogió este valor puesto que al ser un negocio que está iniciando se debe manejar valores conservadores.
- La capacidad máxima son de 21 mesas de 4 pax cada una, esto da un total de 84 pax y 4 sillas en la barra, la capacidad máxima del restaurante es de 88 pax.
- Como se explicó anteriormente el consumo promedio es de 12,39.
- El costo promedio de la carta es del 28%.
- Los días de atención del restaurante Rumi Kankay mensualmente son 26 días.

## Cálculo de Pax, Ventas y Materia Prima

**Tabla 3.30. Cálculo de Pax, Ventas y Materia Prima**

Cálculo de Pax, Ventas y Materia Prima													
					Pax			Ventas			Materia Prima		
Rotación	Capacidad Máxima	Consumo Promedio	Ventas	% Costo Venta Carta	Día	Mes	Año	Mes	Semestre	Año	Mes	Semestre	Año
0,55	88	\$ 12,39	100%	28%	48	1258	15101	\$ 15.591,58	\$ 93.549,46	\$ 187.098,91	\$ 4.365,64	\$ 26.193,85	\$ 52.387,70

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.14.11. Inversión Total

**Tabla 3.31. Inversión Total**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Muebles y Enseres	\$ 7.283,54
Maquinaria y Equipo	\$ 15.679,94
Equipo de Oficina	\$ 647,50
Equipo de Computación	\$ 1.641,86
Cristalería y Cubertería	\$ 4.058,20
Menaje de Cocina	\$ 1.844,59
Edificios y Adecuaciones	\$ 101.907,50
Terreno	\$ 170.810,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 303.873,13</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos Constitución	\$ 1.555,92
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.555,92</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Mano de obra directa	\$ 22.531,47
Gastos administración	\$ 6.203,40
Servicios básicos	\$ 3.427,02
Gastos publicidad	\$ 1.251,00
Suministros de limpieza	\$ 1.160,34
Suministros de oficina	\$ 183,74
Materia prima	\$ 7.499,27
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 42.256,23</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 347.685,28</b>

### 3.15 FINANCIAMIENTO

Es el recurso más importante para emprender con un negocio, y se consigue mediante la aportación de un capital sea este propio o prestado, cuando es propio en muchos de los negocios es una inversión fuerte para que una persona lo solvente solo, es por ello que entra la participación de socios que dependiendo de la cantidad de dinero que aporten, tendrán voz y voto en el negocio.

Para el proyecto se tendrá dos tipos de financiamiento, uno con un capital propio que en este caso sería de un 40% y otro con un financiamiento bancario que es el 60%, en el siguiente cuadro se detallan estos datos.

**Tabla 3.32. Inversión Total**

INVERSION TOTAL			
INVERSIÓN	FUENTE		MONTO
	PROPIO	PRÉSTAMO	
inversion fija	\$ 122.171,62	\$ 183.257,43	\$ 305.429,05
capital de trabajo	\$ 16.902,49	\$ 25.353,74	\$ 42.256,23
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 139.074,11</b>	<b>\$ 208.611,17</b>	<b>\$ 347.685,28</b>
<b>PORCENTAJE (%)</b>	40%	60%	100%

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.1. Tabla de amortización

El préstamo bancario se lo va a pedir a la Corporación Financiera Nacional, éste tiene una tasa de interés del 9,50% a un plazo de 5 años, en la siguiente tabla de amortización se detallan los pagos tanto del capital como del interés.

**Tabla 3.33. Tabla de Amortización**

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA		<b>CFN</b>			
MONTO EN USD		<b>208.611,17</b>			
TASA DE INTERES		<b>9,50%</b>		<b>T. EFECTIVA</b>	<b>9,9248%</b>
PLAZO		<b>5 años</b>			
GRACIA		<b>0 años</b>			
FECHA DE INICIO		04/08/2015			
MONEDA		<b>DOLARES</b>			
AMORTIZACION CADA		<b>30 días</b>			
Número de períodos		<b>60 para amortizar capital</b>			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		208.611,17			
1	03-sep-2015	205.881,45	1.651,51	2.729,72	4.381,22
2	03-oct-2015	203.130,12	1.629,89	2.751,33	4.381,22
3	02-nov-2015	200.357,01	1.608,11	2.773,11	4.381,22
4	02-dic-2015	197.561,95	1.586,16	2.795,06	4.381,22
5	01-ene-2016	194.744,76	1.564,03	2.817,19	4.381,22
6	31-ene-2016	191.905,27	1.541,73	2.839,49	4.381,22
7	01-mar-2016	189.043,29	1.519,25	2.861,97	4.381,22
8	31-mar-2016	186.158,66	1.496,59	2.884,63	4.381,22

9	30-abr-2016	183.251,20	1.473,76	2.907,47	4.381,22
10	30-may-2016	180.320,71	1.450,74	2.930,48	4.381,22
11	29-jun-2016	177.367,03	1.427,54	2.953,68	4.381,22
12	29-jul-2016	174.389,96	1.404,16	2.977,07	4.381,22
13	28-ago-2016	171.389,33	1.380,59	3.000,64	4.381,22
14	27-sep-2016	168.364,94	1.356,83	3.024,39	4.381,22
15	27-oct-2016	165.316,60	1.332,89	3.048,33	4.381,22
16	26-nov-2016	162.244,13	1.308,76	3.072,47	4.381,22
17	26-dic-2016	159.147,34	1.284,43	3.096,79	4.381,22
18	25-ene-2017	156.026,04	1.259,92	3.121,31	4.381,22
19	24-feb-2017	152.880,02	1.235,21	3.146,02	4.381,22
20	26-mar-2017	149.709,10	1.210,30	3.170,92	4.381,22
21	25-abr-2017	146.513,07	1.185,20	3.196,03	4.381,22
22	25-may-2017	143.291,75	1.159,90	3.221,33	4.381,22
23	24-jun-2017	140.044,92	1.134,39	3.246,83	4.381,22
24	24-jul-2017	136.772,38	1.108,69	3.272,53	4.381,22
25	23-ago-2017	133.473,94	1.082,78	3.298,44	4.381,22
26	22-sep-2017	130.149,39	1.056,67	3.324,55	4.381,22
27	22-oct-2017	126.798,51	1.030,35	3.350,87	4.381,22
28	21-nov-2017	123.421,11	1.003,82	3.377,40	4.381,22
29	21-dic-2017	120.016,97	977,08	3.404,14	4.381,22
30	20-ene-2018	116.585,88	950,13	3.431,09	4.381,22
31	19-feb-2018	113.127,63	922,97	3.458,25	4.381,22
32	21-mar-2018	109.642,00	895,59	3.485,63	4.381,22
33	20-abr-2018	106.128,78	868,00	3.513,22	4.381,22
34	20-may-2018	102.587,74	840,19	3.541,04	4.381,22
35	19-jun-2018	99.018,67	812,15	3.569,07	4.381,22
36	19-jul-2018	95.421,35	783,90	3.597,33	4.381,22
37	18-ago-2018	91.795,54	755,42	3.625,80	4.381,22
38	17-sep-2018	88.141,04	726,71	3.654,51	4.381,22
39	17-oct-2018	84.457,60	697,78	3.683,44	4.381,22
40	16-nov-2018	80.745,00	668,62	3.712,60	4.381,22
41	16-dic-2018	77.003,01	639,23	3.741,99	4.381,22
42	15-ene-2019	73.231,39	609,61	3.771,62	4.381,22
43	14-feb-2019	69.429,92	579,75	3.801,47	4.381,22
44	16-mar-2019	65.598,35	549,65	3.831,57	4.381,22
45	15-abr-2019	61.736,44	519,32	3.861,90	4.381,22
46	15-may-2019	57.843,97	488,75	3.892,48	4.381,22
47	14-jun-2019	53.920,68	457,93	3.923,29	4.381,22
48	14-jul-2019	49.966,32	426,87	3.954,35	4.381,22
49	13-ago-2019	45.980,67	395,57	3.985,66	4.381,22
50	12-sep-2019	41.963,46	364,01	4.017,21	4.381,22
51	12-oct-2019	37.914,45	332,21	4.049,01	4.381,22
52	11-nov-2019	33.833,38	300,16	4.081,07	4.381,22
53	11-dic-2019	29.720,01	267,85	4.113,38	4.381,22
54	10-ene-2020	25.574,07	235,28	4.145,94	4.381,22
55	09-feb-2020	21.395,30	202,46	4.178,76	4.381,22

56	10-mar-2020	17.183,46	169,38	4.211,84	4.381,22
57	09-abr-2020	12.938,27	136,04	4.245,19	4.381,22
58	09-may-2020	8.693,09	102,43	4.278,79	4.381,22
59	08-jun-2020	4.414,29	68,82	4.312,40	4.381,22
60	08-jul-2020	101,89	34,95	4.346,28	4.381,22
<b>PAGO DEL PRÉSTAMO</b>				<b>208.611,17</b>	

Fuente: (Corporación Financiera Nacional 2015)

### 3.15.1.1. Pago Anual del Capital e Intereses

**Tabla 3.34. Pago Anual del Capital e Intereses**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PAGO INTERESES</b>	\$ 18.353,47	\$ 14.957,09	\$ 11.223,64	\$ 7.119,65	\$ 2.609,15
<b>PAGO CAPITAL</b>	\$ 34.221,21	\$ 37.617,58	\$ 41.351,03	\$ 45.455,02	\$ 49.965,52

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.2. Pronóstico de Ingresos

El pronóstico de ingresos detalla los ingresos proyectados de los primeros cinco años del negocio, estos valores se calculan con los siguientes datos:

- 1.- El porcentaje de la rotación del primer año es de 0,55; desde el segundo año en adelante se piensa que va haber un incremento de 0,5 se tomó este valor porque se pretende que el restaurante ya estará posicionado en el mercado.
- 2.- La capacidad máxima del restaurante es de 88 pax.
- 3.- Se va atender 312 días al año.
- 4.- El consumo promedio para el año 1 es de 12,39 este valor se proyectó tomando en cuenta el 10,85%, este valor se toma en relación al índice inflacionario más el índice de precios al consumidor, estos datos son proporcionados por el INEC y el Banco Central del Ecuador.

**Tabla 3.35. Inflaciones**

Inflación	4,87%
Indice de precios al consumidor restaurantes y hoteles	5,98%
<b>TOTAL</b>	<b>10,85%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC 2010) y Banco Central del Ecuador

Con estos datos se tiene el siguiente cuadro

**Tabla 3.36. Pronóstico de Ingresos**

PRONÓSTICO DE INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación	0,55	0,60	0,65	0,70	0,75
Capacidad Máxima	88	88	88	88	88
Días del año	312	312	312	312	312
Comensales al día	48	53	57	62	66
Comensales al año	15101	16473,60	17846	19219	20592
Consumo Promedio	\$ 12,39	\$ 13,73	\$ 15,22	\$ 16,87	\$ 18,70
<b>Total ventas</b>	<b>\$ 187.098,91</b>	<b>\$ 226.182,53</b>	<b>\$ 271.622,21</b>	<b>\$ 324.227,90</b>	<b>\$ 385.070,40</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.3. Depreciaciones

Los valores de todo bien material o inmaterial sufren una disminución periódica en el tiempo es por ello que existe la depreciación.

**Tabla 3.37. Depreciaciones**

INVERSIONES	TOTALES	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 MUEBLES Y ENSERES	\$ 7.283,54	10	10%	\$ 728,35	\$ 728,35	\$ 728,35	\$ 728,35	\$ 728,35
2 MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 15.679,94	10	10%	\$ 1.567,99	\$ 1.567,99	\$ 1.567,99	\$ 1.567,99	\$ 1.567,99
3 EQUIPO DE OFICINA	\$ 647,50	10	10%	\$ 64,75	\$ 64,75	\$ 64,75	\$ 64,75	\$ 64,75
4 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.641,86	3	33%	\$ 541,81	\$ 541,81	\$ 541,81		
5 CRISTALERIA, CUBERTERÍA	\$ 4.058,20	2	50%	\$ 2.029,10	\$ 2.029,10			
6 MENAJE DE COCINA	\$ 1.844,59	2	50%	\$ 922,30	\$ 922,30			
8 EDIFICIOS Y ADECUACIONES	\$ 101.907,50	20	5%	\$ 5.095,38	\$ 5.095,38	\$ 5.095,38	\$ 5.095,38	\$ 5.095,38
9 TERRENO	\$ 170.810,00							
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 303.873,13</b>			<b>\$ 10.949,68</b>	<b>\$ 10.949,68</b>	<b>\$ 7.998,29</b>	<b>\$ 7.456,47</b>	<b>\$ 7.456,47</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.4. Balance General

Tabla 3.38. Balance General

BALANCE GENERAL ( Inicial)			
ACTIVOS	MONTOS	PASIVOS	MONTOS
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 42.256,23		
<b>Activos fijos</b>		<b>Pasivo Largo Plazo</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 7.283,54	PRESTAMO	\$ 208.611,17
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 15.679,94		
EQUIPO DE OFICINA	\$ 647,50		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.641,86	<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 208.611,17
CRISTALERIA Y CUBERTERÍA	\$ 4.058,20	<b>PATRIMONIO</b>	
MENAJE DE COCINA	\$ 1.844,59	SOCIOS	\$ 139.074,11
EDIFICIOS Y ADECUACIONES	\$ 101.907,50	SOCIO 1	\$ 46.358,04
TERRENOS	\$ 170.810,00	SOCIO 2	\$ 46.358,04
		SOCIO 3	\$ 46.358,04
<b>Activo diferido</b>			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.555,92		
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 139.074,11
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 347.685,28</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 347.685,28</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.5. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 3.39. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Alimentos y bebidas	\$ 187.098,91	\$ 226.182,53	\$ 271.622,21	\$ 324.227,90	\$ 385.070,40
<b>( - ) TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	(97.450,63)	(112.900,34)	(130.580,37)	(153.033,27)	(176.294,11)
Materia prima	\$ (52.387,70)	\$ (63.331,11)	\$ (76.054,22)	\$ (90.783,81)	\$ (107.819,71)
Mano de obra directa	\$ (45.062,94)	\$ (49.569,23)	\$ (54.526,15)	\$ (62.249,45)	\$ (68.474,40)
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 89.648,28	\$ 113.282,19	\$ 141.041,84	\$ 171.194,64	\$ 208.776,29
<b>( - ) GASTOS FIJOS</b>	(47.829,98)	(45.957,18)	(40.933,74)	(38.100,28)	(35.567,39)
Gtos de administración	\$ (12.406,80)	\$ (13.647,48)	\$ (15.012,23)	\$ (16.513,45)	\$ (18.164,80)
Gtos publicidad	\$ (2.502,00)	\$ (2.623,85)	\$ (2.751,63)	\$ (2.885,63)	\$ (3.026,16)
Gtos depreciaciones	\$ (10.949,68)	\$ (10.949,68)	\$ (7.998,29)	\$ (7.456,47)	\$ (7.456,47)
Gtos amortización	\$ (311,18)	\$ (311,18)	\$ (311,18)	\$ (311,18)	\$ (311,18)
Otros gastos indirectos	\$ (3.306,85)	\$ (3.467,89)	\$ (3.636,78)	\$ (3.813,89)	\$ (3.999,62)
Gtos intereses financieros	\$ (18.353,47)	\$ (14.957,09)	\$ (11.223,64)	\$ (7.119,65)	\$ (2.609,15)
<b>UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES</b>	\$ 41.818,30	\$ 67.325,01	\$ 100.108,09	\$ 133.094,36	\$ 173.208,90
<b>E IMPUESTOS</b>					
( - ) 15 % Reparto trabajadores	\$ (6.272,75)	\$ (10.098,75)	\$ (15.016,21)	\$ (19.964,15)	\$ (25.981,34)
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 35.545,56	\$ 57.226,26	\$ 85.091,88	\$ 113.130,21	\$ 147.227,57
( - ) 22 % Impuesto renta	\$ (7.820,02)	\$ (12.589,78)	\$ (18.720,21)	\$ (24.888,65)	\$ (32.390,06)
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 27.725,53	\$ 44.636,48	\$ 66.371,67	\$ 88.241,56	\$ 114.837,50

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.6. Flujo de Caja Neto

**Tabla 3.40. Flujo de Caja del Inversionista**

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Total	\$ 347.685,28					
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>						
Utilidad Neta		\$ 27.725,53	\$ 44.636,48	\$ 66.371,67	\$ 88.241,56	\$ 114.837,50
(+) Gastos Depreciación		\$ 10.949,68	\$ 10.949,68	\$ 7.998,29	\$ 7.456,47	\$ 7.456,47
(+) Gastos Amortización		\$ 311,18	\$ 311,18	\$ 311,18	\$ 311,18	\$ 311,18
(+) Capital Prestado	\$ 208.611,17					
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>						
(-) Pago préstamo		\$ (34.221,21)	\$ (37.617,58)	\$ (41.351,03)	\$ (45.455,02)	\$ (49.965,52)
<b>INVERSIONES:</b>						
MUEBLES Y ENSERES	\$ (2.913,42)					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ (6.271,98)					
EQUIPO DE OFICINA	\$ (259,00)					
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ (656,74)					
CRISTALERIA, CUBERTERÍA	\$ (1.623,28)					
MENAJE DE COCINA	\$ (737,84)					
EDIFICIOS Y ADECUACIONES	\$ (40.763,00)					
TERRENO	\$ (68.324,00)					
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ (622,37)					
(-) capital de trabajo	\$ (16.902,49)					
(+) Recuperación Capital de Trabajo						
<b>FLUJO DE CAJA INICIAL</b>		\$ 42.256,23				
<b>FLUJO DE CAJA FINAL</b>	\$ (139.074,11)	\$ 47.021,42	\$ 18.279,77	\$ 33.330,10	\$ 50.554,19	\$ 72.639,63

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.7. Indicadores de Rentabilidad

#### 3.15.7.1. Tasa de Descuento

Se la conoce también como Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR), “esta tasa se la puede determinar considerando el costo del dinero para el que decide; esto es, lo que paga por recibir dinero prestado, o lo que deja de ganar por el dinero que tiene.” (Vélez PAreja, 2003, pág. 57). “Es equivalente a la Tasa de rentabilidad que un accionista exige...” (Econ. Álvarez Ordóñez, 2014)

Para esta tasa de descuento se han tomado en cuenta: la tasa pasiva por depósitos a plazo del Banco Central del Ecuador y el riesgo país que también fue tomada de la fuente antes nombrada.

**Tabla 3.41. Tasa de Descuento**

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>15,39%</b>
inflacion	4,87%
tasa pasiva	5,22%
riesgo país	5,30%

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.7.2. Valor Actual Neto (VAN)

“EL VAN y el TIR son dos de los indicadores empleados habitualmente para evaluar inversiones; la evaluación supone determinar el grado de deseabilidad de cada proyecto....”, “... Si el VAN expresa la contribución neta de riqueza de la inversión, serán efectuables los proyectos con un valor neto positivo y la deseabilidad será tanto mayor cuanto más alto sea dicho valor.” (Sánchez, Monelos, & García, 2007, pág. 118).

Este cálculo permite conocer el valor presente de los flujos de caja futuros, de esta manera determina si el proyecto es viable o no.

**Tabla 3.42. Valor Actual Neto (VAN)**

VALOR ACTUAL NETO			
Tasa de descuento			15,39%
AÑO	FLUJO	PV	FLUJO A
0	\$ (139.074,11)	\$ (139.074,11)	\$ (139.074,11)
1	\$ 47.021,42	\$ 40.750,00	\$ (98.324,11)
2	\$ 18.279,77	\$ 13.728,86	\$ (84.595,26)
3	\$ 33.330,10	\$ 21.693,63	\$ (62.901,63)
4	\$ 50.554,19	\$ 28.515,73	\$ (34.385,90)
5	\$ 72.639,63	\$ 35.508,54	\$ 1.122,64
	<b>VAN</b>	\$ 140.196,75	

Elaborado por: Nicole Santín

### 3.15.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno representa la tasa de interés más alta que un inversionista puede percibir, en este proyecto se la comparó con la tasa de descuento.

**Tabla 3.43. Tasa Interna de Retorno**

<b>VALOR ACTUAL NETO ( VAN)</b>	\$ 140.196,75
<b>BENEFICIO</b>	<b>1.122,64</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO( TIRR)</b>	16%

Elaborado por: Nicole Santín

El valor de la TIR del proyecto es del 16%, lo que indica que hay un crecimiento para el restaurante, comparándolo con la tasa de descuento se tiene una

diferencia de 0,61%, este valor indica que el proyecto es factible con un crecimiento pequeño al inicio, puesto que la inversión sobre todo por la compra del terreno y la construcción del restaurante es muy alta, pero en los siguientes años se ve que hay un incremento en cuanto a la utilidad neta.

### 3.15.8. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

**Tabla 3.44. Periodo de Recuperación de la Inversión**

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	
<b>inversión inicial</b>	<b>139.074,11</b>
<b>1</b>	40.750,00
<b>2</b>	13.728,86
<b>3</b>	21.693,63
<b>4</b>	28.515,73
<b>5</b>	35.508,54
<b>Recuperación parcial al 4to año</b>	<b>104.688,21</b>
<b>Costo no recuperado</b>	<b>34.385,90</b>
	0,968384051
	4,968384051

**Elaborado por:** Nicole Santín

La recuperación parcial es de 104.688,21 que es la sumatoria de los periodos que van del 1ro al 4to año y para calcular el costo no recuperado se debe restar la inversión inicial menos la recuperación al 4to año.

Para saber la recuperación exacta se debe dividir el costo no recuperado para el flujo neto del efectivo del 5to año, a este valor se le debe sumar el periodo anterior que es el 4to y el resultado es de 4,97; en la siguiente tabla se hace la transformación en días y meses para calcular exactamente los días de recuperación de la inversión del proyecto.

<b>AÑOS</b>	<b>MESES</b>	<b>DÍAS</b>
4	11,62	
4	11	19

Para calcular los meses se debe multiplicar 12 que es el número de meses al año por los decimales que se obtuvieron del cálculo anterior que son 0,97 y el

resultado que se tiene es de 11,62; para el cálculo en días se debe multiplicar 30 que son los días que tiene un mes por 0,62 que son los decimales del cálculo anterior y así se obtiene que la recuperación de la inversión es en 4 años 11 meses y 19 días exactamente.

### 3.15.9. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio indica la cantidad que se debe vender para no percibir pérdidas o ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio se requiere de los siguientes datos:

**Tabla 3.45. Costos Fijos**

<b>COSTOS FIJOS</b>	
<b>DETALE</b>	<b>AÑO 1</b>
Mano Obra	\$ 57.469,74
Servicios básicos	\$ 6.854,04
Uniformes	\$ 618,70
Suministros de Oficina	\$ 367,48
Suministros de limpieza	\$ 2.320,67
Publicidad	\$ 2.502,00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 70.132,62</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### Costos Variables

**Tabla 3.46. Costos Variables**

<b>COSTOS VARIABLES</b>	
<b>DETALE</b>	<b>AÑO 1</b>
Ventas	\$ 187.098,91
% Costo de Venta	28%
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>\$ 53.199,31</b>

Elaborado por: Nicole Santín

### Ventas

**Tabla 3.47. Ventas**

<b>VENTAS</b>	<b>\$ 187.098,91</b>
---------------	----------------------

Elaborado por: Nicole Santín

Con estos datos se tiene lo siguiente:

- **Punto de Equilibrio Valores Monetarios**

### **Ecuación 3 Fórmula para calcular el Punto Equilibrio en Valores Monetarios**

$$PE_{ventas} = \frac{Costo\ Fijo}{1 - \frac{Costo\ Variable}{Ventas}}$$

**Tabla 3.48. Punto de Equilibrio**

<b>Punto de equilibrio\Tiempo</b>	<b>año</b>	<b>mes</b>	<b>día</b>
<b>PE x ventas (\$)</b>	\$ 97.996,84	\$ 8.166,40	\$ 314,09

**Elaborado por:** Nicole Santín

Al año es necesario vender \$97, 996,84 como punto de equilibrio lo que indica que al mes se deben hacer unas ventas mínimas de \$8, 166,40 y al día de \$314,09; con estos valores se traza una guía para saber cuánto como mínimos se debe vender en el restaurante.

## CONCLUSIONES

- El sector de la Villaflora es un buen lugar para un restaurante de este tipo, ya que al frente del terreno donde se va a ubicar este restaurante se encuentra la Administración Zonal Eloy Alfaro, que es el cliente potencial al que se está apuntando, en este espacio del Municipio suelen realizar eventos de todo tipo, convirtiendo a este sector en un lugar comercial.
- El costo promedio de la carta es de un 28%, este valor es un aspecto positivo para el restaurante, puesto que es un rango bastante bueno para este tipo de negocios en los que se ofertan distintos tipos de carne, esto se debe a que se va a contar con buenos proveedores que ofrecen la materia prima a costos cómodos, permitiéndonos fijar precios convenientes para los clientes.
- Pese a que se está manejando una rotación baja los ingresos por ventas son altas y eso se debe al consumo promedio, este dato se lo calculó en base a los valores que resultaron de las encuestas y de los precios que ofrece la competencia.
- Al ser un proyecto grande es recomendable que el capital de trabajo esté calculado para seis meses, ya que al iniciar el negocio si no se obtuvieran ventas suficientes, se va a necesitar cubrir todos los gastos que son altos como para tener un capital de trabajo calculado en menos tiempo.
- En el estado de pérdidas y ganancias al primer año se tiene un valor positivo, esto sucede por los ingresos de alimentos y bebidas que en este proyecto son valores altos puesto que el consumo promedio por persona que se tomó en cuenta es de \$12,39.

- El periodo del retorno de la inversión es de 4 años, 11 meses y 19 días, que es un plazo normal para un negocio de este tipo.
  
- Según los indicadores financieros que se utilizaron en el proyecto se llega a la conclusión de que si bien el proyecto es viable financieramente, el TIR es bajo para un negocio de este tipo, lo que indica que se debe analizar bien los gastos que se tienen para poder subir este porcentaje que a comparación a la tasa de descuento hay una diferencia de un 0,61%.

## RECOMENDACIONES

- Se debe procurar tener unas ventas altas para que el restaurante se mantenga en el tiempo, esto se consigue mediante un buen impacto en la publicidad, además se debe conservar la calidad tanto en la comida, ambiente y servicio que son los pilares fundamentales del negocio.
- Para mantener el costo de la materia prima se debe buscar proveedores que ofrezcan productos de buena calidad y que den crédito o facilidades de pago de esta manera se busca abaratar o conservar los costos y aumentar las ganancias.
- Al arrancar con el negocio es necesario llevar un registro de la rotación del restaurante, para que en base a los datos que se tengan, tomar una decisión en cuanto a proponer promociones que ayuden a aumentar la rotación en días muertos.
- Para que el TIR del negocio aumente es necesario analizar la cantidad de empleados que se tienen ya que si el restaurante no tiene una rotación de 1 en adelante, lo ideal sería tener menos empleados hasta que el negocio tenga clientes fijos.
- Se podría trabajar con pasantes universitarios en días festivos o fines de semana, en este caso se debería proyectar los gastos de mano de obra tomando en cuenta el valor que se piensa pagar por persona, de esta manera disminuyen los gastos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Administración Zonal Eloy Alfaro, s. (2009). *Saberes Culturales y Memoria Colectiva*. Quito.
- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (7 de Abril de 2015). Gobierno de Ecuador incentiva la inversión del sector privado en el turismo. *Andes*.
- Anzil, F. (Enero de 2012). *Zona económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Ayala Ruiz, L. E. (2014 de Mayo de 2014). *Gerencia de mercadeo*. Obtenido de <http://www.3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm#Top>
- Azcoytia, C. (2009). *Historiadores de la cocina*. Obtenido de <http://www.historiacocina.com/gourmets/articulos/restaurante.html>
- Balastro, A. (1 de Mayo de 2012). *Scribd*. Obtenido de [es.scribd.com](http://es.scribd.com)
- Bernal, T. C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Bonta, P., & Farber, M. (s.f.). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Norma.
- Chaves, J. (22 de Junio de 2014). *CORFOGA*. Obtenido de <http://www.corfoga.org/pdf/revvol07/maduracion.pdf>
- Circulo de Cronistas Gastronómicos, C. (2 de Marzo de 2012). *Sitio oficial de turismo de Chile*. Obtenido de Chile: <http://www.chile.travel/es/novedades/platos-ta-picos-chilenos-calapurca.html>
- Concha, B. (8 de Julio de 2012). *Nuestras recetas para barbacoa*. Recuperado el 9 de Febrero de 2015, de <http://www.velocidadcuchara.com/verduras-asadas-al-rescoldo-paso-a-paso/>
- Cornejo, H. (s.f.). *La cocina aymara: técnicas ancestrales.*, (pág. 68). Quito.
- Corporación Financiera Nacional,. (22 de Junio de 2015). *Corporación Financiera Nacional*. Obtenido de [www.cfn.fin.ec](http://www.cfn.fin.ec)

- Cuerpo de Bomberos, Quito. (24 de Septiembre de 2014). *Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de <http://www.bomberosquito.gob.ec/>
- Dirección de Registro y Control del MinTur. (s.f.). *Resolución No. 172*. Recuperado el 27 de Enero de 2015, de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- Distrito Metropolitano Quito. (22 de Septiembre de 2014). *Servicios Ciudadanos*. Obtenido de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb.html?showall=&limitstart=>
- Econ. Álvarez Ordóñez, F. (2014). Estimación de la Tasa de descuento para la Evaluación de Proyectos de Inversión Privados: Caso Ecuador. *FEN Opina online*.
- El Mule Carajonero. (Septiembre de 2014). *El Mule Carajonero*. Obtenido de <http://www.mulecarajonero.com/recetas/89-conocimientos-basicos/4980-la-parilla>
- Foros Ecuador, E. (22 de Septiembre de 2014). *Foros Ecuador*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/1547-patente-municipal-quito>
- Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Pearson Educación.
- García, J. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante temático con show cocina en vivo, en el sector norte de Quito*. Quito: Tesis.
- Guerrero, L. (Abril de 2014). *About en español*. Obtenido de <http://vidaverde.about.com/od/Tecnologia-y-arquitectura/tp/Clasificacion-De-Piedras-Y-Su-Uso-En-La-Construccion.htm>
- INDUSTRIAS LÁCTEAS TONI S.A. (22 de Abril de 2013). *Abatus.com*. Recuperado el 12 de Febrero de 2015, de <http://easy-cita.com/industrias-lacteas-toni-fabrica/pw/informacion>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Education.
- Ley Orgánica de Turismo. (2002). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec>
- Mallmann, F. (2010). *Siete Fuegos*. Argentina: Vergara y Riba editoras.

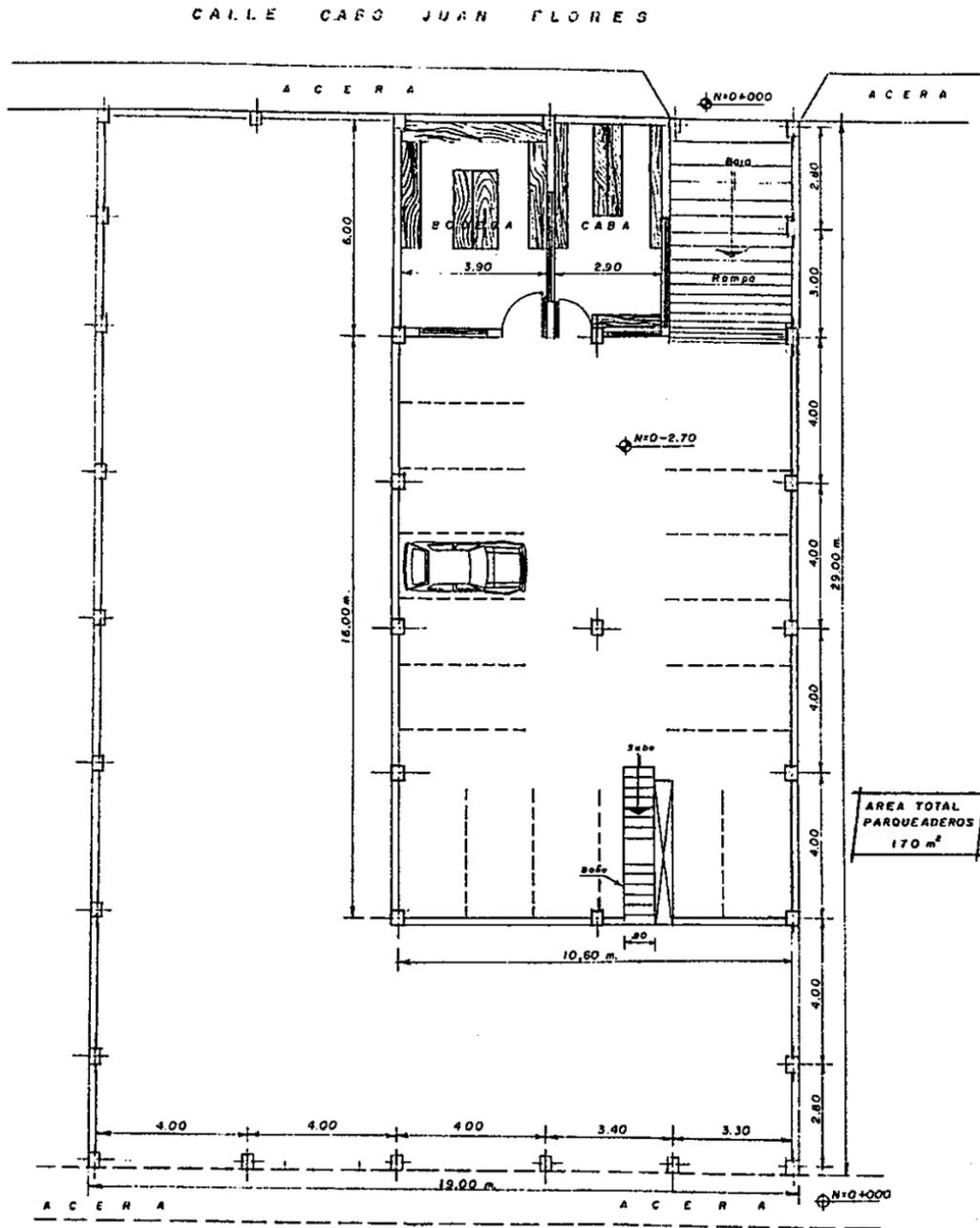
- Marambio, M. (15 de Febrero de 2013). *Humo con sabor*. Obtenido de <http://asados.about.com/od/Tips-Y-Secretos/a/Humo-Con-Sabor.htm>
- Marc Chase. (12 de Diciembre de 2014). e *How en español*. Obtenido de [http://www.ehowenespanol.com/ventajas-del-roca-lava-asar-info\\_167358/](http://www.ehowenespanol.com/ventajas-del-roca-lava-asar-info_167358/)
- Martínez, M. d., & Pedraza, V. (2004). *Aplicación de métodos de localización para un restaurante-bar temático en la isla de Tenerife*. México: Tesis.
- Ministerio de Salud Pública. (24 de Septiembre de 2014). *Establecimientos de servicios de salud públicos y privados*. Obtenido de [http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos\\_renovacion\\_\\_2012\\_revisado1\\_final1.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos_renovacion__2012_revisado1_final1.pdf)
- Ministerio de Salud Pública. (24 de Septiembre de 2014). *Instructivos y formularios de permisos de funcionamiento Arcsa*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/instructivos-y-formularios-de-permisos-de-funcionamiento-arcsa/>
- Moreno Lácides, B. (2010). *La palabra hija también del fuego*.
- Pazos Barrera, J. (2010). *Cocinas Regionales Andinas*. Quito: Corporación Editorial Nacional.
- Posso, M. (2011). *Proyectos, tesis y marco lógico*.
- Quito Turismo. (2013). *Reglamento general del distintivo Q a la calidad turística*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/destacados/3-distintivo-q>
- Quito Turismo. (2014). *Quito Turismo*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/destacados/3-distintivo-q>
- Rojas, S. R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdés.
- Sánchez, C., Monelos, P., & García, B. (2007). *Dirección Financiera Modelos Avanzados de Decisión con Excel*. Madrid: García, Fernando.
- SAYCE. (2015). SAYCE. Obtenido de <http://www.sayce.com.ec/preguntas-frecuentes.html>
- Secretaría del Ambiente. (2015).
- SENPLADES. (24 de Junio de 2013). Buen Vivir Plan Nacional 2013-2017. Quito, Pichincha, Ecuador.

- Servicio de Rentas Internas. (22 de Septiembre de 2014). *Sercicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.es/de/web/10138/92>
- Skilton, G. (2009). *Cocinando a la parrilla*. Argentina: Lesa.
- SOPROFON. (2015). *SOPROFON*. Obtenido de [http://www.soprofon.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=95:faq&catid=43:noticias-home-8&Itemid=707](http://www.soprofon.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=95:faq&catid=43:noticias-home-8&Itemid=707)
- Tanaka Nacasone, G. (2005). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de decisiones*. Perú: Pontificia Universidad Católica de Guayaquil.
- Taringa. (2011). *Taringa*. Recuperado el 9 de Febrero de 2015, de <http://www.taringa.net/posts/recetas-y-cocina/9443105/Asado-a-la-estaca.html>
- Taringa. (2013). *Taringa*. Recuperado el 9 de Febrero de 2015, de <http://www.taringa.net/post/hazlo-tu-mismo/16540650/Como-hacer-tu-estaca-para-el-asado.html>
- Tramites Ecuador, S. (22 de Septiembre de 2014). *Tramites Ecuador*. Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- Vélez Pareja, I. (2003). *Decisiones Empresariales bajo riesgo e incertidumbre*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Wuth, H. (23 de Junio de 2014). *Im Chef*. Obtenido de <http://www.imchef.org/que-es-la-maduracion-en-seco-de-las-carnes/>

## **ANEXOS**

# ANEXO 1

## Planta Arquitectónica de Parquaderos

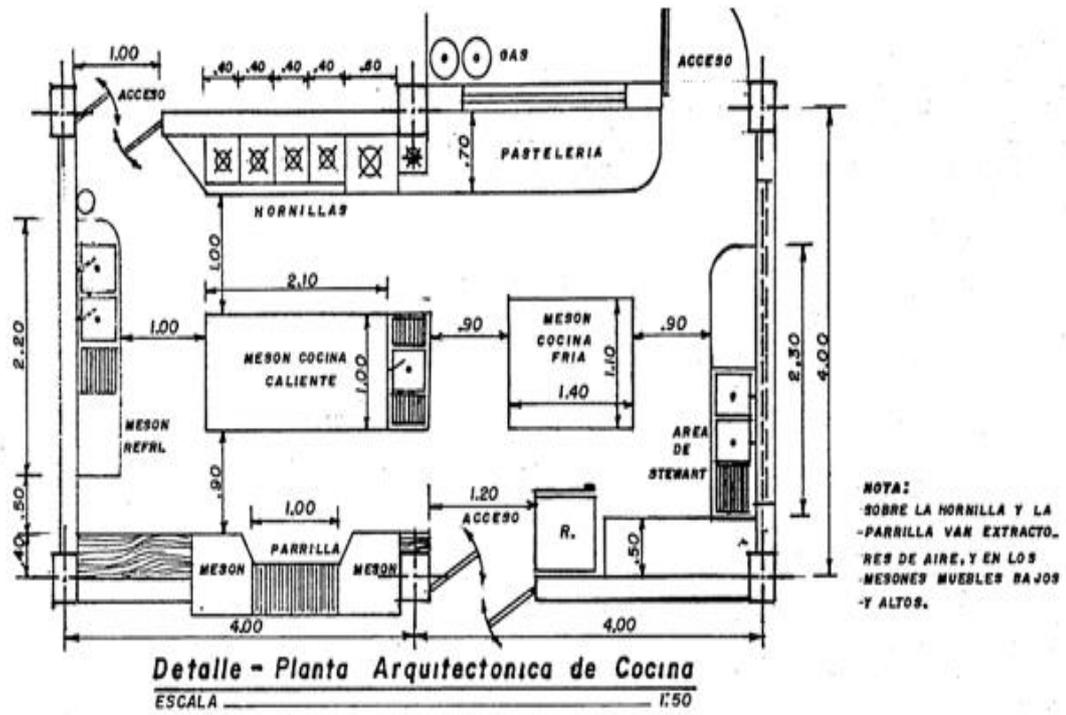


AVCHICA ALVARO DE ANOULO

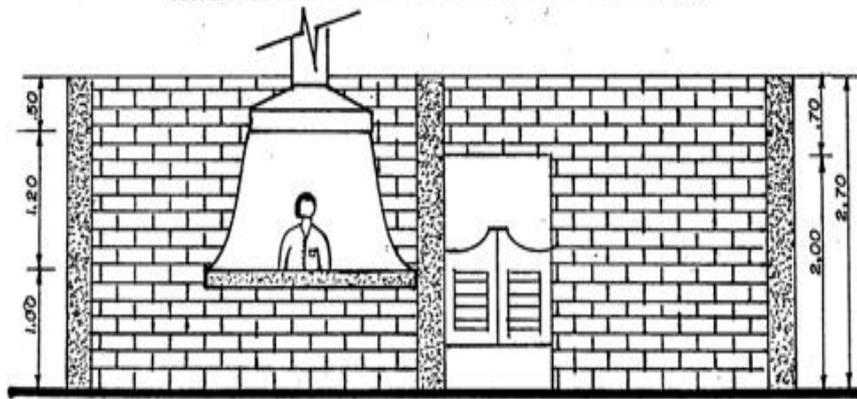
Planta Arquitectónica "Parquaderos"  
ESCALA 1:100

## ANEXO 2

### Planta arquitectónica de la cocina



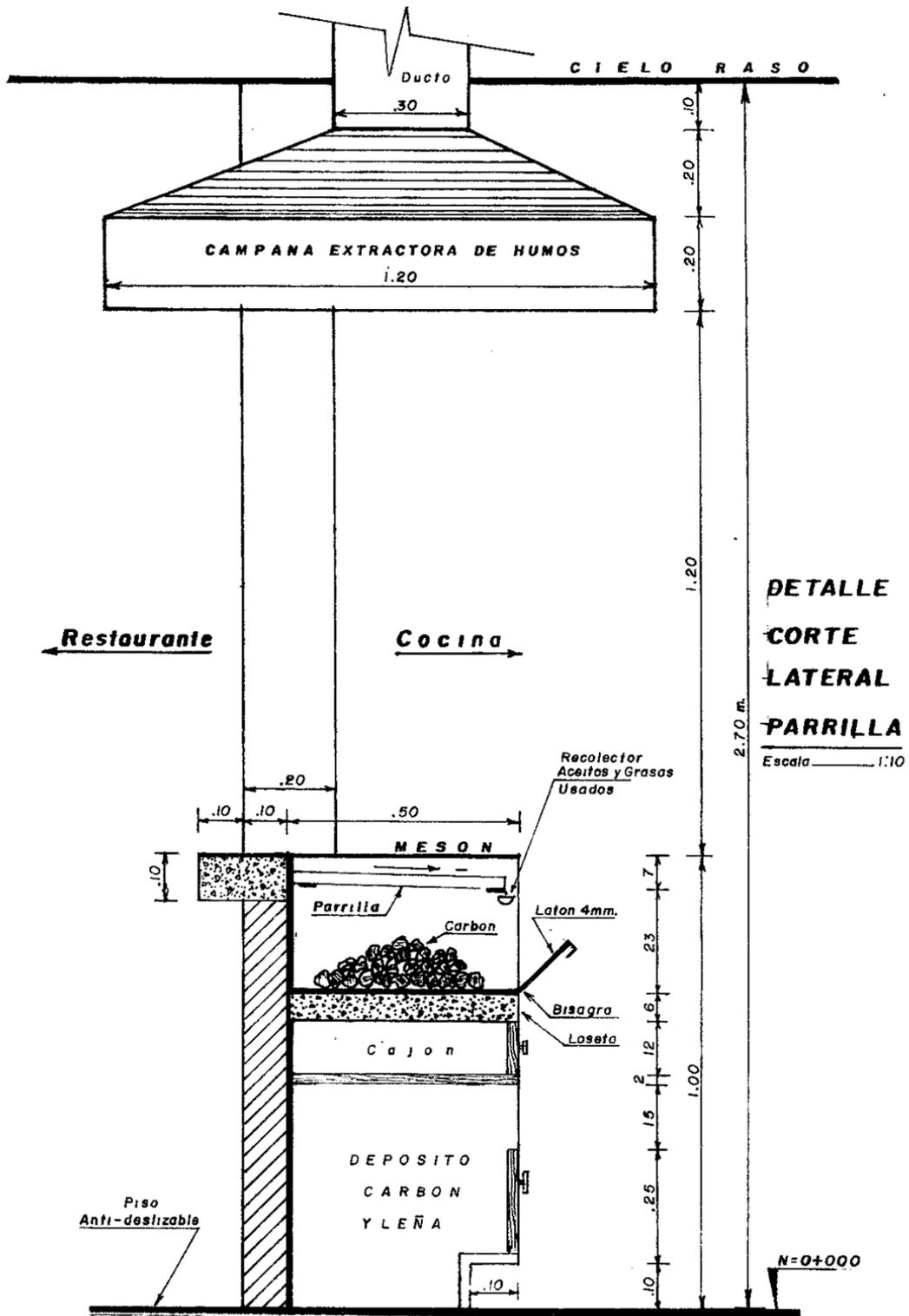
**NOTA:**  
 -SOBRE LA HORNILLA Y LA  
 -PARRILLA VAN EXTRACTO,  
 -RES DE AIRE, Y EN LOS  
 -MESONES MUEBLES BAJOS  
 Y ALTOS.



**Vista Frontal**  
 ESCALA 1:50

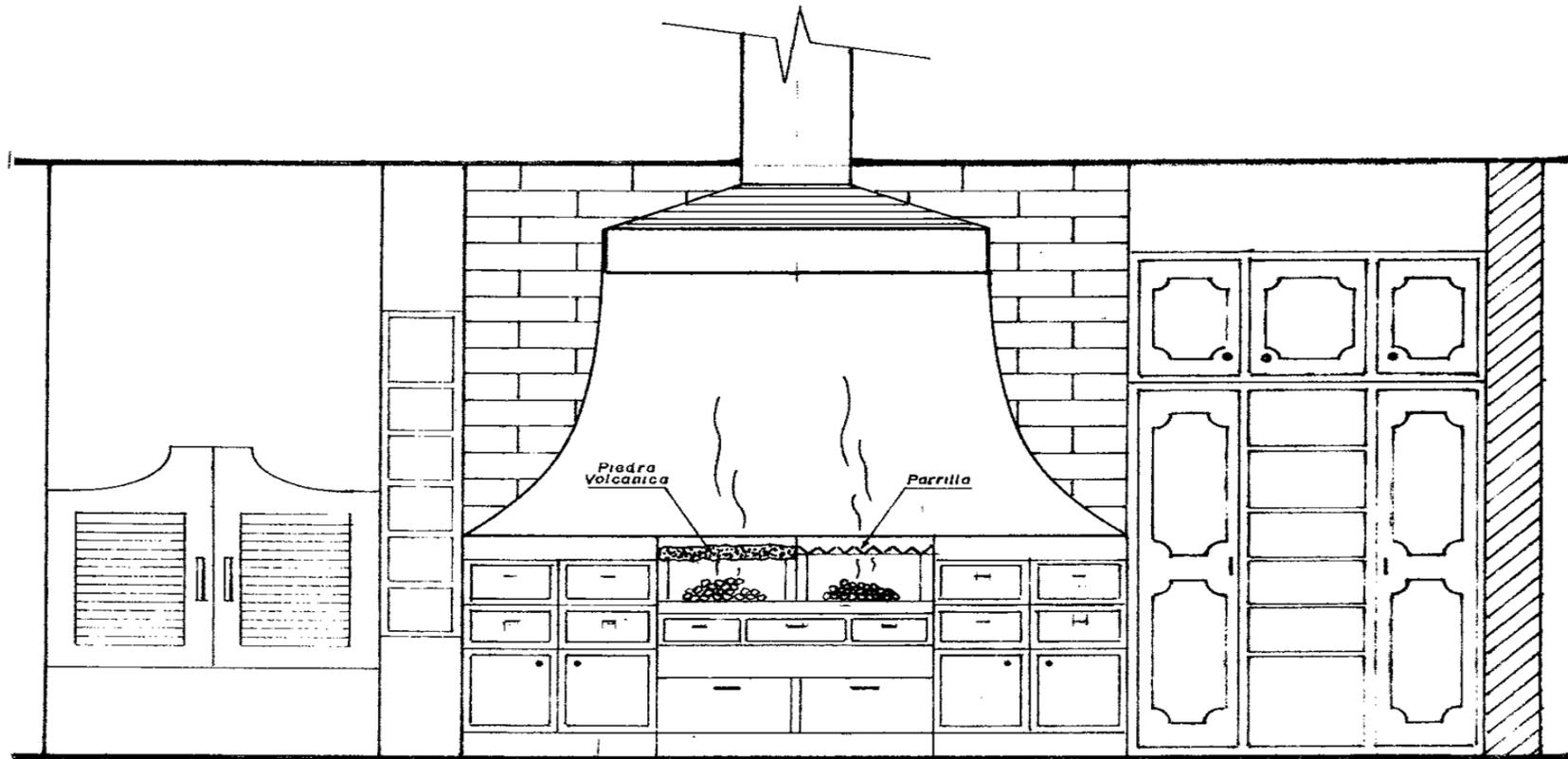
# ANEXO 3

## Diseño de la parrilla



## ANEXO 4

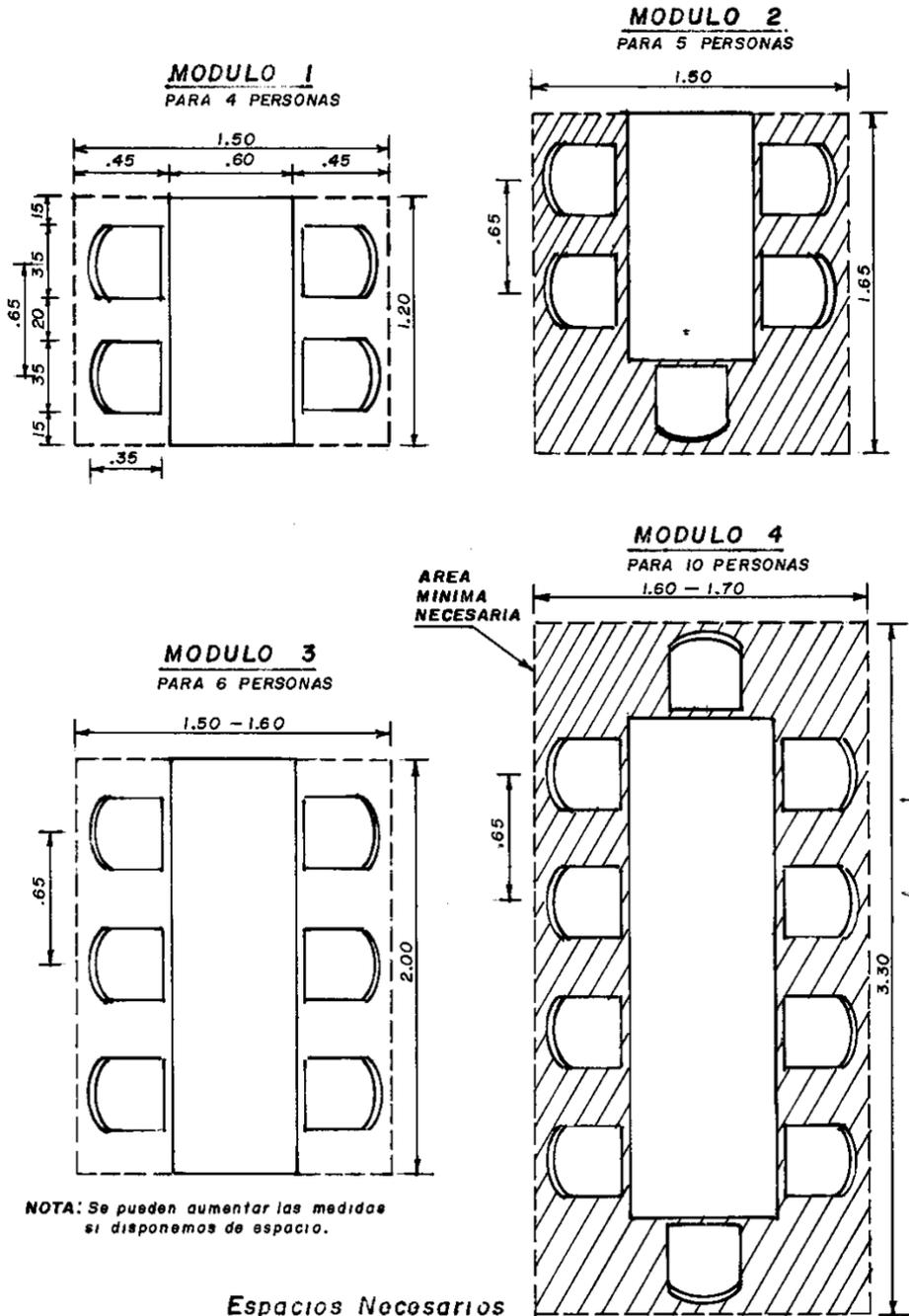
### Diseño Frontal de la parrilla



**DETALLE - VISTA FRONTAL INTERIOR DE PARRILLA**  
ESCALA \_\_\_\_\_ 1:20

## ANEXO 5

### Módulos de mesas y sillas



NOTA: Se pueden aumentar las medidas si disponemos de espacio.

Para mesas de Comedores según C/Modulo  
ESCALA \_\_\_\_\_ 1:25

**ANEXO 6**  
**Fachada del restaurante**



## ANEXO 7

### Tarjeta de Presentación

TIRO



RETIRO



**MEDIDA: 11,3 X 6,5 cm**