



# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO**

**TEMA: Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida  
manabita, en el sector norte de Quito**

**AUTOR: Carolin Alaska López Solórzano**

**DIRECTOR DE TESIS: Lcdo. Pablo Díaz Duque**

**Quito – Ecuador**

**Junio, 2015**

## **AUTORÍA**

Por medio de la presente, declaro que he realizado la investigación y el desarrollo de mi tesis de Grado titulada “Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida Manabita, en el sector norte de la Ciudad de Quito”.

---

Carolin Alaska López Solórzano  
C.C.: 1721107611

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Certifico que el contenido del siguiente proyecto ha sido elaborado en su totalidad por Carolin Alaska López Solórzano.

---

Lcdo. Pablo Díaz  
Director de Tesis

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente a Dios por darme la vida, luego a mis padres por todo el apoyo recibido, ya que es gracias a ellos que puedo culminar una de las etapas más importantes de mi vida.

A mi esposo por brindarme su apoyo incondicional, su amor y su compañía durante todos los momentos buenos y malos de mi vida.

A mi Director de Tesis el Lcdo. Pablo Díaz por su guía y dirección para poder culminar este trabajo con éxito.

A mis familiares y amigos por darme ánimo y por confiar en mí.

## **DEDICATORIA**

A mis padres Rodil López y Lidia Solórzano, por todo el sacrificio que ha significado esta etapa de mi vida para ellos, por el esfuerzo que han realizado para sacarme adelante sin importar el precio. Por ser mí apoyo incondicional, demostrándome en todo momento su amor, su comprensión y su confianza en mí.

A mis abuelos Constantino Barreno y Dioselina Zambrano por haberme formado y haber inculcado buenos valores en mi vida para poder ser hoy la persona que soy.

Y a mi amado esposo Gabriel Avilés, por todo el amor que siempre me ha dado, el cual ha sido mi inspiración para cumplir todas mis metas propuestas.

## TABLA DE CONTENIDO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	xiv
ANTECEDENTES .....	xv
JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN .....	xvii
OBJETIVOS .....	xviii
Objetivo General.....	xviii
Objetivos Específicos.....	xviii
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	xix
MARCO CONCEPTUAL.....	xx
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	xxi
Métodos .....	xxi
Técnicas e instrumentos de Investigación .....	xxi
CAPITULO I .....	1
1.- GENERALIDADES .....	1
Objetivo del Capítulo.....	1
1.1.- Ciudad de Quito .....	1
1.1.1.- Historia .....	2
1.1.2.- Geografía .....	3
1.1.3.- Clima.....	4
1.1.4.- Lugares turísticos de Quito.....	4
1.1.5.- Gastronomía de Quito .....	4
1.1.6.- Zonas potenciales gastronómicas de Quito .....	5
1.2.- Restaurantes .....	6
1.2.1.- Historia .....	6
1.2.2.- Restaurantes de Quito .....	7
1.2.3.- Clasificación de los Restaurantes.....	8
1.2.4.- Clasificación por su tipo de establecimiento .....	10
1.2.5.- Tipos de servicios .....	12
1.3.- Provincia de Manabí.....	13
1.3.1.- Historia .....	14
1.3.2.- Geografía .....	15
1.3.3.- Clima.....	16
1.3.4.- Cultura y costumbres .....	17

1.3.5.- Gastronomía.....	20
CAPITULO II .....	22
2.- ESTUDIO DE MERCADO .....	22
Objetivo del Capítulo.....	22
2.1.- Definición .....	22
2.2.- Segmentación de mercado .....	23
2.3.- Tamaño de la Muestra .....	24
2.3.1.- Universo .....	24
2.3.2.- Muestra .....	25
2.4.- Análisis y Resultados de la encuesta.....	27
2.4.1.- Formato de la encuesta .....	28
2.4.2.- Tabulación de la encuesta.....	30
2.4.3.- Conclusión de las encuestas.....	43
2.5.- Competencia Directa e Indirecta .....	44
2.6.- Análisis de la demanda .....	46
2.6.1.- Demanda actual.....	46
2.6.2.- Análisis del consumidor .....	47
2.7.- Análisis de la Oferta .....	48
2.8.- Oferta versus Demanda.....	49
2.9.- Plan de marketing.....	51
2.9.1.- Estrategias de introducción al mercado.....	52
2.9.2.- Estrategias de producto y servicio.....	53
2.9.3.- Estrategias de precio.....	54
2.9.4.- Estrategia de plaza .....	55
2.9.5.- Estrategia de promoción y publicidad .....	55
2.10.- Marca.....	57
2.11.- Slogan .....	57
CAPITULO III .....	58
3.- ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO .....	58
3.1.- ESTUDIO TÉCNICO .....	58
3.1.1.- Localización.....	58
3.1.2.- Características del Restaurante.....	59
3.1.3.- Horarios de atención .....	59
3.1.4.- Áreas del Proyecto .....	60

3.1.5.- Planos del proyecto .....	62
3.1.6.- Equipamiento del Establecimiento .....	62
3.1.7.- Fases de producción .....	66
3.1.8.- Requisiciones .....	68
3.1.9.- Inventarios .....	69
3.1.10.- Proveedores .....	69
3.1.11.- La carta .....	71
3.1.12.- Receta Estándar .....	71
3.2.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	73
3.2.1.- Estructura Administrativa.....	73
3.2.2.- Aspectos Legales.....	83
3.3.- ESTUDIO DE IMPACTOS.....	88
3.3.1.- Impacto Ambiental .....	88
3.3.2.- Plan de manejo Ambiental.....	88
3.3.3.- Ficha Ambiental y Matriz de Impactos .....	88
3.4.- ESTUDIO FINANCIERO.....	99
3.4.1.- Inversión.....	99
3.4.2.- Inversión Total.....	116
3.4.3.- Fuentes de Financiamiento .....	117
3.4.4.- Ingresos.....	118
3.4.5.- Egresos .....	119
3.4.6.- Depreciaciones.....	121
3.4.7.- Amortizaciones.....	121
3.4.8.- Estados Financieros .....	122
3.4.9.- Índices de Rentabilidad.....	124
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	129
Conclusiones.....	129
Recomendaciones.....	130
BIBLIOGRAFÍA.....	131
ANEXOS.....	134



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 1: Tipos de Restaurantes en Quito.....	7
TABLA # 2: Datos para el Cálculo de la Muestra.....	26
TABLA # 3: Datos Generales de Género.....	31
TABLA # 4: Datos Generales de Edad.....	32
TABLA # 5: Resultado Pregunta 1.....	33
TABLA # 6: Resultado Pregunta 2.....	34
TABLA # 7: Resultado Pregunta 3.....	35
TABLA # 8: Resultado Pregunta 4.....	36
TABLA # 9: Resultado Pregunta 5.....	37
TABLA # 10: Resultado Pregunta 6.....	38
TABLA # 11: Resultado Pregunta 7.....	39
TABLA # 12: Resultado Pregunta 8.....	40
TABLA # 13: Resultado Pregunta 9.....	41
TABLA # 14: Resultado Pregunta 10.....	42
TABLA # 15: Competencia Directa.....	45
TABLA # 16: Competencia Indirecta.....	45
TABLA # 17: Oferta vs Demanda de la Competencia Directa.....	50
TABLA # 18: Oferta vs Demanda de la Competencia Indirecta.....	50
TABLA # 19: Horario de Atención.....	60
TABLA # 20: Distribución del Restaurante.....	61
TABLA # 21: Materiales para Área de Producción.....	62
TABLA # 22: Materiales para el Área de Bodega.....	64
TABLA # 23: Materiales para el Área del Salón.....	64
TABLA # 24: Materiales para el Servicio Higiénico Clientes.....	65
TABLA # 25: Materiales para el Área de Vestidores del Personal.....	65
TABLA # 26: Materiales para el Área de Oficinas.....	66
TABLA # 27: Materiales para la Decoración del Restaurante.....	66
TABLA # 28: Proveedores del Restaurante.....	70
TABLA # 29: Costos Receta Estándar.....	71
TABLA # 30: Personal del Restaurante.....	74
TABLA # 31: Perfil del Personal del Restaurante.....	81
TABLA # 32: Horario de Trabajo del Personal.....	83
TABLA # 33: Ficha Ambiental.....	89
TABLA # 34: Matriz de Impacto Ambiental.....	98

TABLA # 35: Utensilios de Cocina .....	100
TABLA # 36: Muebles y Enseres .....	102
TABLA # 37: Equipos de Computo .....	102
TABLA # 38: Equipos de Oficina .....	103
TABLA # 39: Maquinaria y Equipos .....	103
TABLA # 40: Gastos de Constitución .....	104
TABLA # 41: Gastos de Infraestructura .....	104
TABLA # 42: Gastos Publicidad .....	105
TABLA # 43: Capital de Trabajo.....	106
TABLA # 44: Sueldos y Salarios Mensuales .....	107
TABLA # 45: Sueldos y Salarios Semestrales .....	107
TABLA # 46: Proyección Mano de Obra en Número.....	108
TABLA # 47: Proyección Mano de Obra en Dólares .....	108
TABLA # 48: Gastos por Arriendo.....	109
TABLA # 49: Gastos Servicios Básicos .....	109
TABLA # 50: Suministros de Limpieza .....	110
TABLA # 51: Suministros de Oficina.....	111
TABLA # 52: Costo Promedio de la Carta .....	112
TABLA # 53: Cálculo Materia Prima .....	115
TABLA # 54: Inversión Total .....	116
TABLA # 55: Financiamiento .....	117
TABLA # 56: Ingresos.....	119
TABLA # 57: Costos Variables .....	119
TABLA # 58: Cálculo Inflación .....	120
TABLA # 59: Costos Fijos .....	120
TABLA # 60: Depreciaciones.....	121
TABLA # 61: Gastos de Operación.....	121
TABLA # 62: Gastos de Preoperativos.....	122
TABLA # 63: Estado de Resultados .....	122
TABLA # 64: Balance General.....	123
TABLA # 65: Flujo de Caja Neto .....	124
TABLA # 66: Calculo CPPC.....	125
TABLA # 67: Cálculo Tasa de Descuento.....	125
TABLA # 68: Cálculo del VAN .....	126
TABLA # 69: Cálculo de la TIR.....	127
TABLA # 70: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	128

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1: Representación Gráfica Datos de Género .....	31
GRÁFICO # 2: Representación Gráfica Datos de Edad .....	32
GRÁFICO # 3: Representación Gráfica Pregunta 1 .....	33
GRÁFICO # 4: Representación Gráfica Pregunta 2 .....	34
GRÁFICO # 5: Representación Gráfica Pregunta 3 .....	35
GRÁFICO # 6: Representación Gráfica Pregunta 4 .....	36
GRÁFICO # 7: Representación Gráfica Pregunta 5 .....	37
GRÁFICO # 8: Representación Gráfica Pregunta 6 .....	38
GRÁFICO # 9: Representación Gráfica Pregunta 7 .....	39
GRÁFICO # 10: Representación Gráfica Pregunta 8 .....	40
GRÁFICO # 11: Representación Gráfica Pregunta 9 .....	41
GRÁFICO # 12: Representación Gráfica Pregunta 10 .....	42

## ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN # 1: Mapa político de Manabí.....	16
IMAGEN # 2: Culturas de Manabí.....	18
IMAGEN # 3: Gastronomía Manabita.....	21
IMAGEN # 4: Slogan del restaurante “Ollita de Barro”.....	57
IMAGEN # 5: Ubicación del proyecto.....	58
IMAGEN # 6: Organigrama Funcional.....	73

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1: Tabla Referencial de la Población Económicamente Activa de la Administración Eugenio Espejo.....	135
ANEXO # 2: Croquis de la Ubicación del Restaurante “Ollita de Barro”.....	138
ANEXO # 3: Planos Arquitectónicos del Restaurante "Ollita de Barro".....	139
ANEXO # 4: Carta del Restaurante “Ollita de Barro” .....	140
ANEXO # 5: Recetas Estándar del Restaurante "Ollita de Barro".....	142
ANEXO # 6: Material de Readecuación y Acabados del Restaurante “Ollita de Barro” ...	165
ANEXO # 7: Detalle de Rol de Pagos de los Trabajadores (Pag .....	166

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La provincia de Manabí es uno de los atractivos turísticos más hermosos que tiene el Ecuador, la diversidad de paisajes, costumbres, culturas y en especial su gastronomía hacen que esta bella provincia sea muy reconocida a nivel nacional e internacional.

La Gastronomía manabita es muy valorada por los ecuatorianos, por esta razón es que existe una gran variedad de restaurantes manabitas a nivel del país, que ponen a disposición de todos sus clientes su exquisita comida. En la ciudad de Quito se pueden encontrar diferentes tipos de restaurantes que ofrecen variedades de platillos manabitas, pero el problema radica en que no existe ninguno en el que se pueda disfrutar de los platos autóctonos de la provincia de Manabí y que a su vez ofrezca un ambiente tradicional y cultural.

Por esta razón surge la necesidad de innovar con la creación de un restaurante de comida manabita, en el cual los habitantes del sector norte de Quito y de la ciudad en sí, además de disfrutar de su exquisita gastronomía puedan conocer un poco más sobre la historia, costumbres y cultura de la provincia.

Este centro de restauración pretende fomentar una experiencia diferente a la que brindan actualmente los restaurantes manabitas que existen en la ciudad de Quito, en donde los habitantes del sector y turistas puedan conocer sobre la historia, cultura, costumbres y artesanías de la provincia, mientras disfrutan de los platos más reconocidos y típicos de Manabí.

Además esta propuesta aspira ofrecer instalaciones concebidas en forma técnica, arquitectónica y decorativa según la imagen cultural que se le quiere dar al negocio, permitiendo así que los habitantes de la ciudad no tengan que esperar un feriado o tomar vacaciones para poder viajar a la provincia de Manabí a disfrutar de su exquisita gastronomía, si no que puedan deleitarse con los encantos gastronómicos y culturales que la provincia ofrece cuando ellos lo deseen.

## **ANTECEDENTES**

El Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica es por esta razón que el servicio de restauración se ha venido incrementando rápidamente dentro del país como resultado a una creciente demanda de alimentos y bebidas que se ha originado para satisfacer las necesidades del consumidor. Esta es una cocina con tradición de siglos en la que se han fundido sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes.

La comida ecuatoriana es el resultado de una rica tradición culinaria, en la que se combinan sabores y costumbres que hacen de esta gastronomía un auténtico manjar a la hora de comer. Así como en la antigüedad, hoy en día la gastronomía del Ecuador sigue entusiasmando a propios y a extraños es por esta razón que actualmente el país cuenta con gran cantidad de establecimientos de alimentos y bebidas de todas las categorías y que ofrecen gran diversidad de platillos, cuya función principal es atender la demanda de cada ciudad, de esta manera los restaurantes se van creando con nuevas tendencias según las necesidades que se van generando, las mismas que buscan ser cubiertas.

El sector Hotelero y de Restaurantes se ha convertido en una fuente de ingresos importantes dentro de la economía nacional. El volumen de recursos generados por la actividad gastronómica ha ascendido en términos significativos en los últimos años.

Los servicios y productos que ofrecen los restaurantes en el país son diversos, uno de los más valorados son los establecimientos que ofertan platillos con especialidad en mariscos, aquellos que mediante su creatividad ofrecen variedad de platos y recetas basadas en la elaboración de productos del mar combinando culturas tanto nacionales como extranjeras, teniendo gran acogida dentro de todas las regiones del país.

## **Pregunta General**

¿En qué ayudaría la creación de un restaurante de comida manabita, en el sector norte de Quito?

## **Preguntas Específicas**

¿Se beneficiaría el sector norte de la ciudad de Quito con la creación de un restaurante de comida manabita?

¿Existe la necesidad de crear un restaurante de comida manabita, en el norte de la ciudad de Quito?

¿Es factible la creación de un restaurante Manabita, en el norte de Quito?

¿Será rentable la creación de un restaurante de comida Manabita en el norte de Quito, en donde se muestre sobre la cultura y costumbres de la provincia?

¿Los clientes se sentirán satisfechos con esta propuesta novedosa y diferente?

## **Actores de la Ejecución del Proyecto**

Inversionistas, trabajadores, proveedores y clientes.

## **Beneficiarios del Proyecto**

Clientes, turistas, la zona norte de Quito, provincia de Manabí, el país y potenciales inversionistas.



## **JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN**

La creación de esta propuesta es importante ya que pretende dar a conocer al consumidor la gastronomía, cultura y costumbres manabitas a través de los platillos típicos más exquisitos que tiene la provincia, acompañado de un ambiente tradicional y cultural lo cual generará una experiencia diferente y única. Esta será una nueva alternativa al momento de elegir un restaurante de comida manabita, promoviendo así a conocer la cultura y costumbres de una de provincias más hermosas que tiene el país, y por consiguiente ayudará a que se desarrolle turísticamente la ciudad de Quito y en especial la provincia de Manabí.

Por este motivo se propone la creación de un restaurante de comida Manabita en el sector Norte de la ciudad de Quito ya que de esta manera se logrará cubrir la demanda insatisfecha que no ve reflejada la sazón tradicional y las costumbres que posee esta provincia a la hora de querer disfrutar de un plato típico de Manabí.

Con esto también se pretende aportar turísticamente al país, porque podrá contar con un nuevo centro de restauración en el cual no solo se dará gusto al paladar sino que podrán conocer más, sobre una de las provincias más bellas del Ecuador.

A demás es importante la creación de este establecimiento, porque de no ser así existen muchas personas que no conocen más allá del alimento que consumen, muchas veces no conocen la historia o tradiciones que hay detrás de cada provincia, por ende el propósito principal del proyecto es generar desarrollo turístico a través del conocimiento de la cultura, tradición, costumbres y gastronomía de la provincia de Manabí.

Este proyecto de inversión pretende ser de beneficio económico y cultural para el país y se ubicará en un sector estratégico con mucha afluencia de comensales, por lo tanto se espera que el establecimiento genere utilidades aceptables.

Esta esta propuesta permitirá abrir nuevas plazas de trabajo, contando así con personal especializado en la comida y atención manabita, además generará un beneficio económico tanto para los socios como para el país. Por otro lado será de beneficio para los comensales quienes podrán disfrutar de la comida típica manabita en un ambiente cultural pensado y creado para los amantes de esta cocina, que muchas veces se les dificulta viajar hasta la provincia para poder deleitarse con los platos autóctonos de Manabí.

Por otro lado se aplicarán varios recursos importantes como lo son, el tiempo, estrategias de ventas e introducción en el mercado utilizando medios de difusión y propaganda, se analizará el costo del proyecto, financiamiento para de esta manera tener una acogida favorable en el segmento de mercado al cual se dirigirá, se cuantificará la demanda y oferta, se analizará el impacto que generará el proyecto en el Norte de la ciudad de Quito, lo cual le proporcionara al proyecto un mercado confiable y en crecimiento.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida Manabita, en el sector norte de la Ciudad de Quito.

### **Objetivos Específicos**

Conocer las generalidades del cantón Quito y los antecedentes de la historia, cultura y gastronomía de la provincia de Manabí.

Realizar una investigación mercado que permita identificar la oferta y la demanda del proyecto, analizar a la posible competencia y diseñar estrategias que permitan ingresar al mercado y ganar clientes.

Desarrollar un estudio técnico, administrativo y financiero que determine mediante la obtención de datos relevantes en cuanto a infraestructura, aspectos legales, personal, materiales y costos la factibilidad del proyecto.

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto busca mostrar la factibilidad de la creación de un restaurante de comida manabita en el norte de la ciudad de Quito, mediante un estudio que contiene 3 capítulos que serán de vital importancia para el desarrollo de esta propuesta.

Capítulo I.- Está conformado por los antecedentes históricos del proyecto, en este capítulo se investigará sobre la ciudad de Quito y la provincia de Manabí, sus Reseñas Históricas, la ubicación, leyendas, atractivos turísticos, culturas, las festividades, artesanías, y los platos típicos que poseen.

Capítulo II.- Va a estar constituido por el estudio de mercado el cual está relacionado con toda la información que se necesita para determinar la oferta y demanda, la competencia, las necesidades del cliente y las estrategias que se implementarán para que el proyecto se lleve a cabo.

Capítulo III.- Estará conformado por un estudio técnico, que revelará la determinación del tamaño del proyecto, la localización, el producto que se ofrecerá, materia prima, equipos y materiales necesarios para la elaboración de los platillos a ofertar.

Por un estudio Administrativo que detallará las características del personal que se requiere para laborar en el establecimiento, aspectos legales importantes para la constitución y el buen funcionamiento del restaurante.

Y por un estudio financiero que determinará la forma de financiamiento del proyecto, junto con presupuestos de costos, gastos en los que incurrirá el inversionista para la operación del proyecto, y los ingresos que poseerá el Restaurante con la venta de la variedad de platillos que se pondrán a la disposición de los consumidores.

## MARCO CONCEPTUAL

**Alimento:** Sustancia que puede ser asimilada por asimilada por el organismo proporcionándole energía para mantener sus funciones vitales. (Océano, 2008)

**Auge:** Periodo o momento de mayor elevación o intensidad de un proceso o estado de cosas. (Océano, 2008)

**Autóctono:** Originario del país en el que vive. Se aplica a personas y, también, a plantas y animales. (Océano, 2008)

**Difusión:** Acción y efecto de difundir o difundirse. (Océano, 2008)

**Estrategia:** Arte, traza para dirigir un asunto. (Océano, 2008)

**Estudio:** Esfuerzo que pone el entendimiento aplicándose a conocer y comprender alguna cosa. (Océano, 2008)

**Factible:** Que se puede hacer. (Océano, 2008)

**Financiar:** Aportar dinero para una empresa. (Océano, 2008)

**Gastronomía:** Conjunto de conocimientos y actividades relacionadas con el buen comer. (Océano, 2008)

**Mercado:** Plaza o país de especial importancia o significación en un orden comercial cualquiera. (Océano, 2008)

**Menaje:** conjunto de muebles, utensilios y ropas de una casa. (Océano, 2008)

**Potencial:** Se aplica a las cosas que tienen la virtud o eficacia de otras y equivalen a ellas. (Océano, 2008)

**Restaurante:** Establecimiento donde se sirven comidas. (Océano, 2008)

**Servicio:** Acción y efecto se servir. (Océano, 2008)

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Métodos**

#### **Método Deductivo**

Este método permite a la investigación partir de teorías generales y conceptos por ende se utilizará para efectuar las conclusiones generales hasta llegar a las explicaciones particulares, se iniciará con la investigación de cada uno de los capítulos de la tesis.

#### **Método Inductivo**

Este método se utilizará para empezar con el estudio individual de los hechos, principios o fundamentos para llegar a las conclusiones generales.

#### **Método Analítico – Sintético**

Este método implica un proceso cognoscitivo de un todo, se apoya en que para conocer y estudiar un objeto es necesario estudiarlo en forma individual y sinterizarlo. Es un método que se utilizará para ver la viabilidad de la propuesta de creación.

### **Técnicas e instrumentos de Investigación**

#### **Observación**

Esta es una técnica que se la empleará en el desarrollo de la tesis, ya que permitirá conocer a la competencia directa y las necesidades de la demanda.

#### **Encuesta**

Esta técnica se la utilizará para realizar la tesis, a través de una serie de preguntas. Con un cuestionario que es el instrumento que se aplicará en el desarrollo de la encuesta que debe estar sustentado en el desarrollo de los objetivos.

## **CAPITULO I**

### **1.- GENERALIDADES**

#### **Objetivo del Capítulo**

El objetivo principal de este capítulo es presentar datos e información relevante de la ciudad de Quito y Manabí, antecedentes que guiarán a conocer más a fondo sobre la historia, geografía, lugares turísticos, cultura y gastronomía de la ciudad de Quito y la provincia de Manabí. También se encontrará información acerca la historia de la restauración, clasificación de los restaurantes y los restaurantes de Quito, esto con el fin de estudiar más a fondo datos que aportarán al desarrollo del proyecto.

#### **1.1.- Ciudad de Quito**

La historia de la hermosa ciudad colonial es extensa, entre sus generalidades de detalla lo siguiente:

La capital del Ecuador, Quito, cuyo nombre evoca innumerables maravillas y aventuras, es una de las ciudades más hermosas de los Andes. La primera impresión que se tiene de ella mientras el avión desciende sobre el aeropuerto es la de llegar a una ciudad idílica situada en un amplio valle y rodeada de montañas nevadas. Al tomar un taxi o un autobús desde el aeropuerto se pasa por delante de típicos edificios de oficinas, hoteles lujosos y centros comerciales con supermercados. Al mismo tiempo se descubre con pesadumbre que Quito no es ajena al mal de las grandes ciudades: los embotellamientos y la contaminación. (Davies, 2010)

Más al sur, en la parte vieja de la ciudad, las calles están empedradas, las iglesias son barrocas y las mansiones coloniales con tejado de teja roja encierran patios tranquilos y fuentes de agradables sonido. Es el cambio de la ciudad nueva a la vieja que juntas conforman una moderna metrópolis que se expande con rapidez a partir del núcleo de la antigua ciudad colonial española. En la ciudad coexisten

pisos que cuestan una millonada en los que viven ejecutivos y narcotraficantes con las barracas miserables de los barrios marginales en las que se hacían los pobres. (Davies, 2010)

En Quito encontrará todos los entretenimientos propios de una gran ciudad. Para los turistas, la mejor zona es La Mariscal, una serie de calles que corren paralelas a la Av. Amazonas entre las avenidas y Francisco de Orellana, en la ciudad nueva. En ella se encontrará con agencias de viajes, compañías aéreas, bares de moda, restaurantes, clubes nocturnos, hostales económicos, hoteles de lujo, galerías vanguardistas e interesantes centros comerciales en los que se puede adquirir artesanía y ropa. (Davies, 2010)

### **1.1.1.-Historia**

El dominio de las montañas que rodean a la actual Quito por parte de los colonizadores españoles fue, en gran medida, cuestión de suerte. Los españoles habían llegado a la costa unas décadas antes, en 1526, cuando muchas de las tribus de la zona acababan de ser subyugadas por el Imperio Inca, que se encontraba en plena guerra civil a causa de la rivalidad entre los dos hermanastros Atahualpa y Huáscar, jefes de los territorios del norte y del sur, respectivamente. Los españoles supieron sacarle partido a esta división asesinando a Atahualpa y ganándose el favor de las tribus que se oponían al dominio Inca. Además las armas de fuego y los cañones de los extranjeros blancos barbudos les dieron una gran superioridad en las batallas. (Davies, 2010)

En 1534, Sebastián de Belalcázar, lugarteniente de Francisco Pizarro, marchó hacia el sur por la espina dorsal de los Andes hacia Quito. Sus tropas encontraron un enorme destacamento Inca cerca de Riobamba, la mayor concentración de soldados incas jamás reunidos para combatir a los españoles, de modo que estos optaron por evitarlos huyendo de noche. Belalcázar y sus hombres siguieron hacia el norte convenciendo a las tribus locales para que se unieran. Finalmente entraron en Quito a principios de diciembre. Tras una corta batalla, el general inca Rumiñahui (Cara de Piedra), viendo que iba a perder, decidió quemar la ciudad para que no quedara a merced de los españoles. La villa de San Francisco de Quito se fundó el 6 de Diciembre sobre las cenizas de la ciudad inca. Rumiñahui fue capturado, torturado y ejecutado. (Davies, 2010)

A Pesar de que mantuvieron el nombre primitivo, Quito (derivado de Quitus, una de las tribus que habitaban en la zona), los españoles no tardaron en construir una ciudad: levantaron iglesias, conventos, monasterios y palacios sobre los cimientos de las antiguas viviendas incas, de las cuales aprovecharon numerosos sillares para suelos y fachadas. La construcción de la gran iglesia de San Francisco, la más antigua de Sudamérica, comenzó a las pocas semanas de la toma española de la ciudad. Las calles, según el modelo importado de España, partían de la plaza principal situada en el centro de la ciudad, que los conquistadores dividieron en 200 lotes y se repartieron entre sí. (Davies, 2010)

Los franciscanos no tardaron en crear la escuela de arte de Quito con la idea de embellecer sus grandiosos edificios. Fue la primera escuela de ese tipo en toda Sudamérica y en ella los artistas y los artesanos locales aprendieron a tallar hermosas esculturas de madera policromada y a pintar realista y originales escenas de la más pura tradición cristiana. Quito se convirtió en sede de la Audiencia Real a fines del siglo XVI, una corte gubernamental que se bautizó como el claustro de América, ya que ocupaba una serie de edificios religiosos que presentaban un cuarto del casco viejo. (Davies, 2010)

En 1978, la UNESCO designó patrimonio mundial el centro de Quito, por la importancia de sus edificios coloniales, lo que motivó que se establecieran estrictos controles para el desarrollo de la zona y se iniciara una serie de programas de conservación. (Davies, 2010)

### **1.1.2.- Geografía**

A demás de su altura, la característica geográfica que más impacta de Quito es su extensión y estrechez. De norte a sur la ciudad mide unos 30km, aunque tan solo tiene de 3 a 5 km de ancho. En el norte, la parte nueva se encuentra el barrio residencial y el de negocios, en el sur está la zona industrial y las viviendas baratas y en el centro, el corazón histórico de la ciudad vieja. (Davies, 2010)

Esta estrecha franja de tierra urbanizada colinda con la falda del monte Pichincha hacia el oeste y con un profundo cañón formado por el río Machángara hacia el este, aunque en los últimos años la ciudad ha crecido hacia la montaña y hacia el valle de los chillos al este. (Davies, 2010)



### **1.1.3.-Clima**

A pesar de la contaminación en algunas zonas de la ciudad en ciertos momentos del día, el clima es casi perfecto y podría describirse como una perpetua primavera. Al rededor del mediodía, la temperatura alcanza unos agradables 22°C, mientras que el promedio de la noche ronda los 11°C. Como la ciudad se encuentra a unos pocos kilómetros al sur del Ecuador, no presenta grandes cambios climáticos. En los meses de invierno suele llover por las tardes. No obstante, es frecuente que las cimas de las montañas que rodean la ciudad estén cubiertas de nubes. La altitud situada a casi 3.000 m sobre el nivel del mar, Quito es la tercera capital más alta del mundo, después de La Paz, en Bolivia, y Lhasa, en el Tíbet. (Davies, 2010)

### **1.1.4.-Lugares turísticos de Quito**

En tanto que es la más antigua y bella ciudad de los Andes, Quito cuenta con muchos puntos de interés. El arte y la arquitectura del centro histórico tienen fama mundial, los museos resultan fascinantes, las tiendas y mercados son el paraíso del regateo y las compras, y la vida nocturna de Quito es uno de los secretos mejor guardados. (Davies, 2010)

La mayor parte de los tesoros de Quito se encuentran en sus iglesias o en los museos que albergan éstas. El Panecillo, un antiguo lugar sagrado en el que los incas adoraban al sol. Sobre la colina se encuentra una enorme estatua de la virgen de Quito luchando con un dragón, uno de los símbolos más conocidos de Quito. (Davies, 2010)

Sus Parques, que constituyen un sitio ideal para descansar, jugar o pasar en familia.

### **1.1.5.-Gastronomía de Quito**

La Capital de los ecuatorianos, conserva una gastronomía muy propia que incluye una gran variedad de platos, unos tan antiguos como la misma ciudad; otros traídos de otras regiones del globo; que conjugan una fusión de historias, costumbres y sabores. (Ministerio de Turismo, 2013)

En su jurisdicción, cada pueblo tiene alguna especialidad gastronómica que atrae a los turistas y a sus residentes. En Guayllabamba hacen el “Locro”, que sirven con aguacate de la zona; en Pomasqui hacen un delicioso cuy y en Nanegalito, excelentes fritadas. (Ministerio de Turismo, 2013)

El “Hornado”, es un cerdo entero asado en horno de leña; se elabora en los alrededores de la ciudad, siendo preferidos los de los Chillos. En El Tingo y en Sangolquí siempre lo sirven con tortilla, mote o choclo mote, maduro frito, ensalada de lechuga, aguacate, acompañado del tradicional agrio criollo, que consiste en una ensalada jugosa hecha con chicha, tomate, cebolla, ají, cilantro y panela. El “sánduche de pernil” es otra especialidad muy quiteña, que se suma a los tamales, humitas y quimbolitos, considerados los mejores del país. (Ministerio de Turismo, 2013)

Quito conserva recetas para elaborar numerosas sopas, todas sabrosas y algunas espectaculares como el caldo de patas, elaborada con pata de res “chamuscada”, mote y maní tostado molido; o el locro de queso quiteño, que tiene infinidad de recetas y variaciones, el secreto del sabor es la papa chola. En el centro de la ciudad existen todavía locales que fabrican artesanalmente los dulces de antaño, como colaciones, quesadillas, aplanchados, moncaibas, etc. (Ministerio de Turismo, 2013)

La oferta gastronómica quiteña no podría estar completa si no se mencionan los postres y entre los más representativos están los dulces de leche, de tomate de árbol, de babaco, de guayaba o de higos; además de pristiños, buñuelos y el arroz de leche. Por esto y mucho más Quito es un crisol de la gastronomía ecuatoriana. (Ministerio de Turismo, 2013)

#### **1.1.6.-Zonas potenciales gastronómicas de Quito**

Quito sin duda es una ciudad con una amplia variedad gastronómica en donde se han constituido varios restaurantes en diferentes zonas establecidas para satisfacer las necesidades de los clientes, estas zonas altamente captadas por los consumidores y esto ha ayudado a que la oferta de comida crezca en estos sectores. (Luna, 2013)

Las zonas potenciales gastronómicas encontradas en Quito son:

- Centro Histórico
- La Mariscal
- La Floresta
- Valle de Cumbayá
- Valle de Tumbaco
- El Batán
- La Carolina
- Cotocollao
- Iñaquito
- Jipijapa
- Kennedy
- Rumipamba

## **1.2.- Restaurantes**

### **1.2.1.-Historia**

Los comienzos de la restauración se remonta a la civilización egipcia; es de ellos de quienes se tiene las primeras pruebas de existencia de un comedor público en el año 512 A.C., quienes tenían un menú limitado, tan solo servían un plato, preparado con cereales, aves salvajes y cebolla; sin embargo los egipcios consumían otros alimentos. En aquel entonces las mujeres no podían acudir a estos comedores. Sin Embargo, hacia el año 402 a.C. las mujeres comenzaron a formar parte del ambiente de las tabernas. (Océano, 2000)

Los antiguos romanos salían mucho a comer fuera de sus casas; aún hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 d. C. fue cubierta de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio. En sus calles había una gran cantidad de bares que servían pan, queso, vino, nueces, dátiles, higos y comidas calientes. (Océano, 2000)

Muchas de estas cantinas eran iguales o muy similares, como si todas formaran parte de una cadena de un único dueño. Las panaderías estaban muy cerca y

algunas se especializaban en pasteles, para los cual una de ellas contaba con 26 moldes de bronce de diferentes tamaños, cuyos diámetros oscilaban entre los diez y quince centímetros. (Océano, 2000)

Después de la caída del Imperio Romano, las comidas fuera de casa se realizaban generalmente en las tabernas o posadas, pero alrededor de 1200 ya existían casas de comidas en Londres, Paris y algunos otros lugares en los que se podía comprar platos ya preparados. (Océano, 2000)

El primer restaurante propiamente dicho tenía la siguiente inscripción en la puerta: “*Venite ad me omnes qui stomacho laboratoratis et ego restaurabo vos*”. No eran muchos los parisinos que en el año 1765 sabían leer francés y menos aún latín, pero los que podían sabían que Monsieur Boulanger, el propietario, decía: “Venid a mí todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados, que yo los restauraré”. (Océano, 2000)

El restaurante de Boulanger, denominado Champs d’Diseau, cobraba los precios lo suficientemente altos como para convertirse en un lugar exclusivo en el que las damas de alta sociedad acudían para mostrar su distinción y su elegancia. (Océano, 2000)

### 1.2.2.-Restaurantes de Quito

La ciudad de Quito está llena de buenos restaurantes con diferente tipo de servicios y los que figuran en la siguiente lista son algunos de ellos.

**TABLA # 1: Tipos de Restaurantes en Quito**

TIPOS DE RESTAURANTES
<b>Restaurantes Buffet</b>
Parrilladas Columbus
Café Quito
Toronto
Columbia
Techo del Mundo

<b>Restaurantes Comida Rápida</b>
Mc Donals
El Español
Burger King
Subway
Pizza Hut
<b>Restaurantes Comida Gourmet</b>
La choza
El Arrecife
Mare Nostrum
Alma
La Rústica
<b>Restaurantes Temáticos</b>
Baalbek
The Cinema Chef
Sport Planet
Chipote Chillón
Sur

**Elaborado por:** Carolin López S.

### **1.2.3.- Clasificación de los Restaurantes**

El auge del negocio de los restaurantes está directamente relacionado con la cada vez más arraigada costumbre de comer fuera de casa. En la actualidad hay todo tipo de restaurantes y menús para todos los gustos y se valoran por igual los platos especiales y los lugares que ofrecen una decoración agradable o una localización original.

Los siguientes son los tipos de restaurantes más conocidos.

#### **1.2.3.1.- Restaurante buffet**

Es un establecimiento popular, donde el cliente paga una entrada y puede servirse lo que desee y en la cantidad que crea conveniente. Se elige entre una gran variedad de platos que ofrece el local.

### **1.2.3.2.- Restaurante de comida rápida (fast food)**

Es un establecimiento informal donde el alimento se consume de forma rápida, teniendo una preparación y cocción ágil, como hamburguesas, patatas fritas, pizzas, sándwich, pollo horneado, shawarma, entre otros.

### **1.2.3.3.- Restaurantes de alta cocina (gourmet).**

Es un establecimientos en el cual se ofrecen platillos de alta calidad o refinados los cuales son servidos en la mesa. El pedido se lo hace a la carta o se lo escoge de un menú, los alimentos son cocinados en ese momento. El valor de cada plato va de acuerdo al servicio y la calidad de los alimentos que se consumen en el establecimiento.

### **1.2.3.4.- Restaurantes temáticos**

Son establecimientos con características especiales ya que son clasificados por el tipo de comida ofrecida, el diseño o el ambiente tan singular que poseen. Los más habituales son según origen de la cocina, siendo estos uno de los más populares en el mundo, entre estos tenemos; La cocina italiana, cocina china, cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina colombiana, cocina tailandesa, etc. Por otro lado también podemos encontrar establecimientos que son creados de acuerdo a un tema, como por ejemplo el deporte, la música, el cine, etc.

### **1.2.3.5.- Comida para llevar (take away).**

Son tipos de establecimientos que brindan una gran variedad de platillos que se exponen en vitrinas frías o calientes, donde cada cliente elabora un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús.

#### **1.2.4.- Clasificación por su tipo de establecimiento**

El Ministerio de Turismo, es el organismo encargado de establecer la clasificación, categoría, tipo y subtipo de establecimientos turísticos, establecidas según normas técnicas. Por lo tanto, se encarga también de la clasificación de los restaurantes de la ciudad de Quito.

De ésta forma se obtiene la siguiente clasificación:

- Restaurantes de Lujo.
- Primera categoría.
- Segunda categoría.
- Tercera categoría.
- Cuarta categoría.

##### **1.2.4.1.- Restaurante de lujo**

En este tipo de restaurante se debe tener una organización eficaz, los restaurante de este tipo son lujosos, generalmente adornados con madera muy finas, las mesas y sillas deben estar acorde a la decoración del lugar, las alfombras y luces deben ser de muy buena calidad. En estos establecimientos los alimentos y bebidas deben ser de la más alta calidad, la higiene y sanidad deben ser primordiales en el establecimiento y el personal que trabaja en el establecimiento debe estar correctamente uniformado. (Salazar, 2013)

##### **1.2.4.2.- Primera Categoría**

Este tipo de restaurante tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento. La diferencia con el anterior se encuentra en su herramienta de ventas: la carta o menú; estaba presentará de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas. Su personal, tanto de apoyo como de contacto, deberá contar con la capacitación y conocimiento adecuado de los productos que prepara y vende. Aquellos platillos

que lo requieran deberán salir de la cocina con cubre fuentes y otros podrán ser preparados a la vista del comensal. (Salazar, 2013)

#### **1.2.4.3.- Segunda categoría**

Este tipo de restaurante es también conocido como turístico. Pueden tener acceso independiente para comensales, que en su defecto, será utilizada por el personal de servicio exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Con esta misma será el abastecimiento de los diferentes proveedores. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos a ofrecer. El personal de contacto como de apoyo deberá estar presentable y uniformado. (Salazar, 2013)

#### **1.2.4.4.- Tercera categoría**

El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo; su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaque inoxidable, cristalería sencilla y en buen estado, servilletas y mantelería presentables. Deberá tener servicios sanitarios independientes para dama y caballero. La cocina dispondrá lo necesario para la conservación de productos alimenticios, con una buena ventilación o en su caso, con un extractor de humos. El personal portará un informe sencillo bien aseado y atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta o menú presentará tres o cuatro tiempos de servicio. (Salazar, 2013)

#### **1.2.4.5.- Cuarta categoría**

Este establecimiento tendrá el comedor independiente la cocina, plaque inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilleta de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y personal perfectamente aseado. Su carta o menú, aunque sencillo, ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos: sopas, guisados-especialidades, postres de la casa o frutas. (Salazar, 2013)



## **1.2.5.-Tipos de servicios**

### **1.2.5.1.- Servicio francés**

Este tipo de servicio se asocia generalmente a la gastronomía francesa, en la actualidad es poco empleado incluso en Francia, más allá de en restaurantes clásicos de alto nivel. La principal característica de este servicio es que todo su menú es elaborado en el restaurante en presencia del cliente.

### **1.2.5.2.- Servicio a la rusa**

Este servicio se originó en Francia. Al sentarse a la mesa, los comensales encuentran con un plato vacío, sobre el que se coloca una servilleta y la cubertería necesaria, a excepción de cubiertos de postre. El comensal al sentarse coloca la servilleta sobre su regazo. Tras elegir aquello que se va a comer, se retira el plato de servicio y se van trayendo los platos encargados siguiendo un orden específico.

### **1.2.5.3.- Servicio a la inglesa**

En este servicio, el cliente se encuentra una mesa con un plato de servicio vacío y toda la cubertería necesaria, pero a diferencia del servicio a la rusa en este caso el camarero sirve los alimentos al cliente desde una fuente o bandeja. Los alimentos se sirven por la izquierda. La presentación de plato se pierde, y como el servicio es muy incómodo tanto para camarero como para comensal.

### **1.2.5.4.- Servicio americano**

Este servicio es asociado a los restaurantes estadounidenses, similar al servicio a la rusa. Su característica principal es su rapidez, la comida se prepara en la cocina y un mesero la lleva a la mesa de los comensales. Los entremeses se reducen al máximo y las reglas del servicio son muy sencillas.

### 1.3.- Provincia de Manabí

En medio de la Costa Ecuatoriana se encuentra la Provincia de Manabí, tierra de encanto, llena de pasión y belleza. Sus hermosas playas, infraestructura hotelera e inmobiliaria no solo son el imán de los turistas nacionales, también son de los extranjeros que llegan en importantes buques cruceros. Su fama viene por la amabilidad de su gente. (Falconí, 1977)

La provincia de Manabí es una de las más extensas y pobladas de la república. Su singular topografía ha dado lugar para que en su suelo se asisten numerosas poblaciones y formen 13 cantones”. La provincia de Manabí ofrece 350 kilómetros de playa, bosques húmedos, cabalgatas, deportes náuticos, cultura, deliciosa comida. (Falconí, 1977)

La provincia de Manabí está ubicada en la parte interior de las costas ecuatorianas, especialmente en los montes, así como también en la rívera de los ríos y carreteras. Limita con Esmeraldas al norte, Pichincha al este, Guayas al sur y este, el Océano Pacífico al oeste. (Falconí, 1977)

Desde playas de bosque seco hasta verdes orillas de arena y sol, Manabí es la provincia con la mayor extensión de costas del Ecuador continental. Portoviejo, su capital, es una ciudad de 226 477 habitantes ubicada a 30 km del mar de Ecuador y a 35 km, en moderna y segura autovía, de la ciudad de Manta. (Falconí, 1977)

La ciudad de Portoviejo está profusamente orlada por arboles de tamarindo, árbol tutelar de Portoviejo. El centro de la ciudad constituye el parque Central; quien desee tomar el pulso a Portoviejo deberá caminar por sus veredas especialmente los feriados por la noche en que sus gentes salen a tomar la brisa fresca. (Falconí, 1977)

Manta es el principal puerto y el segundo más importante del país después de Guayaquil. Otras playas populares son Bahía de Caráquez, Pedernales, Crucita y Puerto López, donde el avistamiento de ballenas jorobadas atrae a miles de turistas cada año entre junio y agosto. (Falconí, 1977)

En sus casi 20.000 kilómetros cuadrados, Manabí exhibe una variedad de paisajes y suelos, entre llanuras productoras de café, acantilados para la práctica del parapente y centros urbanos de procesamiento de productos como el atún. (Falconí, 1977)

El Parque Nacional Machalilla es uno de los principales atractivos de Manabí y hogar de más de 250 especies de aves y especies de animales como monos, armadillos, ardillas y puercos en sus aproximadamente 50 000 hectáreas. Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados y posee un clima subtropical entre seco y húmedo. (Falconí, 1977)

La naturaleza ha sido pródiga con Manabí, posee montañas, ríos, lagos, cascadas, humedales, bosques seco tropical y húmedo, 350 Km. de playas, islas, cuevas, valles, colinas, etc. (Falconí, 1977)

Las principales actividades económicas son: la agricultura (cacao, café, banano, maíz, arroz, algodón, frutas); los recursos forestales; el ganado vacuno y porcino; la avicultura; las camaroneras; las agroindustrias (fabricación de grasas y aceites, confitería, químicos, papel, cerámica); la artesanía de paja toquilla y mimbre y la minería (calizas, arcilla, yeso). (Falconí, 1977)

Manabí posee una excelente cocina regional, entre sus platos típicos encontramos: el viche (sopa de pescado y maní), el sancocho (sopa de pescado y plátano), empanadas de verde (plátano), patacones (plátano), hayacas (versión costeña de los tamales serranos), cebiches (mariscos diversos, sal prieta (una especie de salsa, hecha con mantequilla de maní, harina de maíz y condimentos), etc. (Falconí, 1977)

### **1.3.1.-Historia**

Al sancionarse la Ley de División Territorial del 25 de junio de 1824, se dio luz a la creación de la provincia de Manabí con sus cantones Portoviejo, que sería su capital, Montecristi y Jipijapa, que también hoy celebran este acontecimiento. Aunque con jurisdicción propia, la naciente provincia dependía administrativamente de Guayaquil. (Falconí, 1977)

Francisco de Paula Santander fue el personaje que, al asumir temporalmente la presidencia de la Gran Colombia, puso el Ejecútese a la ley. Y fue él quien, dos años después, cuando Simón Bolívar anuló la creación de Manabí aludiendo falta de presupuesto, insistió en que se mantuvieran las cosas conforme la ley que había sancionado. (Falconí, 1977)

Esta Ley, fragmentando territorio de Portoviejo, aumenta un tercer cantón, Jipijapa, y al designar un Gobernador frente a la administración pública, colocó a Manabí en plano de igualdad con Guayas. Se asentó la capital en la ciudad de San Gregorio de Portoviejo. (Falconí, 1977)

Cuando se llevó a cabo la creación formal de la provincia, su área territorial ascendía a 25.620 kilómetros cuadrados. Pero en 1825 pierde Atacames, en 1878, en el Gobierno de Veintimilla pierde Muisne (antiguo Mompiche), ya que ambas comarcas fueron anexadas a Esmeraldas. (Falconí, 1977)

Al separarse nuestra nación de la Gran Colombia, el 13 de mayo de 1830, ya como pueblo independiente y soberano con el nombre de República de Ecuador, bajo la presidencia del venezolano Juan José Flores, antiguo lugarteniente del Libertador, fue designado como primer gobernador de Manabí, bajo el estado ecuatoriano, el Coronel Juan Antonio Muñoz.

Desde el 25 de junio de 1824, época de la Gran Colombia, y luego, al iniciarse la vida de la República del Ecuador en 1830, hasta nuestros días han surgido en Manabí 22 cantones con sus pertinentes Concejos Municipales. Los manabitas tienen en esta fecha, más que una ocasión para celebrar, un día para pensar en el sitio importante que esta provincia, primera en la producción de muchos rubros de riqueza, ocupa en el plano nacional.” (Falconí, 1977)

### **1.3.2.- Geografía**

La provincia de Manabí limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con las provincias de Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, y al oeste con el Océano Pacífico.” (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

La provincia de Manabí se encuentra situada en el centro del Ecuador; en el centro del mundo. Tiene una superficie aproximada a los 18.878 kilómetros cuadrados y está al oeste del océano pacífico. Posee 350 kilómetros de playa y atraviesa el paralelo 0 en su parte norte. Su población es cercana a los 1.180.335 habitantes. Tiene un clima agradable, entre subtropical seco y tropical húmedo, con 25 grados centígrados promedio por año. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)



**IMAGEN # 1:** Mapa político de Manabí  
**Fuente:** Gobierno Provincial de Manabí (2013)

### 1.3.3.-Clima

El clima de la zona es tropical atenuado por la cercanía a la región sierra y sujeto a una alta pluviosidad. El Clima oscila subtropical seco a tropical húmedo. La estación invernal que se inicia a principios de diciembre y concluye en mayo es calurosa debido a la influencia de la corriente calida del Niño. El verano que va de junio a diciembre es menos caluroso y está influenciado por la corriente fría de Humboldt. La temperatura no es uniforme en toda la provincia, la temperatura media en Portoviejo, la capital, es de 25~C y en la ciudad puerto, Manta, de 23,80. (Falconí, 1977)

La región tiene abundantes recursos en flora y fauna y una importante riqueza de madera pambil, tagua, caoba, colorado, aguacatillo, laurel y caña gradúa; los productos agrícolas más característicos son banano y una extensa variedad de frutas, cacao, café, arroz, maíz. (Falconí, 1977)

Flora: Cuenta con exuberante vegetación como son: Epifitas y trepadoras, guarumos, balsa, manzano colorado, mamey, guayaba, coco y aguacatillo, entre otros.

Fauna: Existe una variedad de fauna como: tigrillo, oso hormiguero, armadillo, mono aullador, guanta, cusumbo, ardilla, culebra x, culebra verrugosa, culebra chonta, culebra lisa, culebra mata caballo, entre otros.

#### **1.3.4.- Cultura y costumbres**

Manabí la tierra de Eloy Alfaro, Velasco Ibarra, del montubio, de la mujer tejedora y del pescador. A lo largo de la carretera veo a los montubios con su tradicional sombrero de paja, sus botas siete vidas o sandalias, su torso desnudo o con la camisa abierta y en su cintura el machete, montando su caballo o su burro, dirigiéndose a su casa de caña guadua o al campo. (Villegas, 2008)

En los años 500 a 3500 A .C., en esta tierra se desarrollaron varias fases de una cultura avanzada, siendo sus más altos exponentes las culturas de Valdivia, Chorrera, Jama-Coaque, Bahía y Manteña. Esta es una tierra de tradición pesquera y esto no se limita a la recolección de la pesca, sino también a todo lo que tiene que ver con ella. De hecho en los diminutos poblados al pie del mar es posible apreciar a los carpinteros trabajando en las embarcaciones que luego servirán para transportar el producto de las largas jornadas en busca de los apetecidos productos del mar, cuya venta sustenta económicamente a los pobladores de esta zona. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

Pero esta provincia legendaria por sus hermosas playas, las más hermosas del Ecuador tiene gran riqueza histórica y un pasado glorioso. Manabí es historia, es cuna de hombres ilustres y heroicos, es pujanza y progreso. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)



**IMAGEN # 2: Culturas de Manabí**  
**Fuente:** Gobierno Provincial de Manabí (2013)

Manabí la tierra de Eloy Alfaro, Velasco Ibarra, del montubio, de la mujer tejedora y del pescador. A lo largo de la carretera veo a los montubios con su tradicional sombrero de paja, sus botas siete vidas o sandalias, su torso desnudo o con la camisa abierta y en su cintura el machete, montando su caballo o su burro, dirigiéndose a su casa de caña guadua o al campo. (Villegas, 2008)

En los años 500 a 3500 A .C., en esta tierra se desarrollaron varias fases de una cultura avanzada, siendo sus más altos exponentes las culturas de Valdivia, Chorrera, Jama-Coaque, Bahía y Manteña".Esta es una tierra de tradición pesquera y esto no se limita a la recolección de la pesca, sino también a todo lo que tiene que ver con ella. De hecho en los diminutos poblados al pie del mar es posible apreciar a los carpinteros trabajando en las embarcaciones que luego servirán para transportar el producto de las largas jornadas en busca de los apetecidos productos del mar, cuya venta sustenta económicamente a los pobladores de esta zona. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

Pero esta provincia legendaria por sus hermosas playas, las más hermosas del Ecuador tiene gran riqueza histórica y un pasado glorioso. Manabí es historia, es cuna de hombres ilustres y heroicos, es pujanza y progreso. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

#### **1.3.4.1.- Culturas precolombinas**

Para los arqueólogos Manabí es una zona privilegiada. En esta provincia se han efectuado importantes descubrimientos arqueológicos que han determinado la existencia de muy antiguas culturas. Las más antiguas son las del llamado Período Formativo (4.000 a.C), Valdivia, Machalilla, Chorrera. Las del período del desarrollo regional son Bahía y Guangala; del período de integración: Chirije y Manteña”. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

#### **1.3.4.2.- La cultura Manteña**

La cultura Manteña-Huancavilca está en el período de Integración (9500 a 1.500 años d.C.) lo que significa que fue la última cultura precolombina en esta región y la que sufrió el impacto de la llegada de los conquistadores. Esta cultura se habría asentado en un vasto territorio que incluía al de los huancavilcas que Emilio Estrada consideró Manteños del sur. Abarcaría entonces la faja costanera de El Oro y todo el litoral marítimo de la provincia de Manabí y del sur de Esmeraldas. Parece que esta cultura se fusionó con la cultura Milagro-Quevedo. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

Los arqueólogos Emilio Estrada y Francisco Huerta Rendón consideran que los Huancavilcas son parte de la cultura o confederación manteña cuya existencia ya conjeturó Jacinto Jijón cuando habló de la “confederación de los mercaderes” que fueron intrépidos navegantes a lo largo de las costas del Perú y Ecuador. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

Nadie discute hoy el hecho de que la cultura Manteña-Huancavilca fue de agricultores, navegantes y pescadores. La agricultura intensiva, excedentes de alimentos, provocó el comercio e incentivó los viajes marinos estructurando una sociedad estratificada. (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

#### **1.3.4.3.- La Cultura Jocay**

Se sabe que la actual ciudad de Manta se construyó sobre los restos de una población manteña huancavilca llamada JOCAY (JO=Pez; CAY=casa) o sea la casa de los peces. Pedro Pizarro -hermano de Francisco- describe a Jocay como



una ciudad grande en la que se llegaba al templo por una gran avenida a cuyos lados se levantaban estatuas de 2,50 mts. de altura construidas en piedra, que representaba a sus jefes y sacerdotes desnudos de cuerpo, razón por la cual un sacerdote español las mandó a destruir” (“La confederación Manteña”, Viliufo Cedeño). Jocay sería un centro administrativo, comercial, artesanal y sede de un culto religioso.” (Gobierno Provincial de Manabí, 2013)

### **1.3.5.- Gastronomía**

Manabí es una de las provincias más encantadoras del país, posee una gastronomía extraordinaria y muy exquisita, esta provincia posee un emporio en cuanto a menú u ofertas de especialidades culinarias.

Hablar de la gastronomía manabita es abrir un abanico de opciones, desde El Carmen hasta Paján, el seco de gallina criolla, el viche, el corviche, la tonga, las tortillas de yuca y maíz, el ceviche con maní, el greñoso y los tradicionales dulces son solo algunas de las delicias que pueden disfrutar propios y extraños. (Manabita, 2013)

Según comentan las amas de casa manabitas uno de los principales secretos para que la comida de la provincia sea considerada una de las mejores del país es que se la cocina en horno de leña. El plátano es uno de los productos más utilizados en la gastronomía manabita, los bolones, de queso, maní y chicharrón son los más accionados a la hora de servirse un desayuno”. (El Diario Manabita, 2013))

En Manabí también existe una gran producción láctea, lo que determina un importante consumo de queso, leche, cuajada y el famoso suero blanco acompañado de plátano o maduro asado. (El Diario Manabita, 2013)

La comida manabita es una de las potencialidades de la provincia según comenta Ignacio Mendoza, director del departamento de Fomento Productivo del Gobierno Provincial de Manabí, sin embargo Él explica que para que la gastronomía pueda ser conocida a nivel mundial se necesita unificar las riquezas de la provincia. La gastronomía manabita es buena, y se puede potenciar si unimos también a las

artesanías, las playas, y los demás productos que ofrece Manabí" expresa Mendoza. (El Diario Manabita, 2013)

La provincia de Manabí es rica en todo aspecto y lo mejor que se puede hacer para ganar un nombre a nivel mundial es dar a conocer esta bella provincia a través de su gastronomía. Entre los platos típicos de la Provincia de Manabí están: la hallaca, el suero blanco, el caldo de gallina criolla con yuca y el plátanos asado, el pan de almidón, las tortillas de maíz o yuca, tamales, bollos de maní, bolones, empanadas, viche de cangrejo, viche de pescado y camarón, pan, dulces, manjar de leche, mistelas, rompopo, corviche, el chame frito y asado. La salprietá, entre otros. Todos estos exquisitos platillos son los que hacen de esta bella provincia una de las mejores opciones para visitar en el país.



**IMAGEN # 3:** Gastronomía Manabita  
**Fuente:** El Diario Manabita de libre pensamiento (2013)

## **CAPITULO II**

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

#### **Objetivo del Capítulo**

El objetivo principal de este estudio es determinar las necesidades de un cierto grupo o segmento de mercado, analizando la oferta y la demanda existente para definir factores importantes como precios, producto, estrategias en función al entorno de tal manera que se aporte al éxito del proyecto.

#### **2.1.- Definición**

(Kotler P. , 2002) en su libro Dirección de Marketing define al estudio de mercado como “el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa”.

(Malhotra, 1997) dice que los estudios de mercados “describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor”.

“La investigación de mercados es el proceso de planeación, recopilación y análisis de datos pertinentes para una decisión de marketing”. (Lamb, Hair, & McDaniel, 2013)

El estudio de mercado es un proceso fundamental de investigación para realizar un proyecto, el cual generará información necesaria al inversionista para poder tomar decisiones en base a las necesidades de un determinado segmento de mercado. Este estudio permitirá conocer datos relevantes para poder introducir un cierto producto a un mercado específico, datos que se obtendrán realizando una encuesta con su debida tabulación y análisis de información o resultados se sabrá el tamaño del segmento, el poder de compra de los consumidores, la

disponibilidad de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

## **2.2.- Segmentación de mercado**

Según (Klother, Bowen, Makens, García, & Flores, 2011) en su libro Marketing Turístico señalan que la segmentación del mercado “divide un mercado en grupos más pequeños de compradores con necesidades, características o conductas distintivas y que podrían requerir productos o combinaciones con un mix de marketing distintos”

El segmento de mercado es el “subgrupo de personas u organizaciones que comparten una o más características que hacen que necesiten productos similares”. (Lamb, Hair, & McDaniel, 2013)

La segmentación es una forma de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características semejantes. Una buena segmentación debe tener homogeneidad, heterogeneidad entre los segmentos, estabilidad, que sea identificable, accesible, manejable, medible, y sobre todo grande como para ser rentable.

Estos segmentos son grupos homogéneos, debido a la similitud de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado en una forma dada.

Las variables más utilizadas al momento de segmentar son las siguientes:

- Geográficas (País, región, clima, etc.)
- Demográficas (Edad, género, religión, profesión, estado civil, etc.)
- Psicográficas (personalidad, actitudes, clases social)
- De comportamiento (ocasiones especiales, búsqueda de beneficios, niveles de uso).

Este tipo de división de mercado ayuda a facilitar el escoger al tipo de persona al que se dirige el proyecto, esta técnica es utilizada con mucha frecuencia por los vendedores para obtener mayor rentabilidad en cuanto a su inversión se refiere .

En el caso de éste proyecto el segmento de mercado seleccionado son las personas económicamente activas del norte de la ciudad de Quito.

## **Perfil del consumidor**

### **Datos Geográficos**

- Ubicación: Norte de Quito

### **Datos Demográficos**

- Edad: de 18 a 65 años
- Sexo: Masculino y femenino
- Nacionalidad: Todas
- Ocupación: Profesiones en general

### **Datos Psicográficos**

- Clase social: Media, media alta, alta
- Ingresos: \$500,00 en adelante

## **2.3.- Tamaño de la Muestra**

### **2.3.1.- Universo**

(Arias, 2006) Define al universo o población como “el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”.

El universo puede considerarse finito o infinito de acuerdo a la cantidad de elementos que lo poseen y que serán sujeto de estudio, se puede considerar un universo infinito si la cantidad de elementos supera las 100000 unidades. En caso contrario se habla de un universo finito.

Para este proyecto se ha considerado un universo de 258.714 personas, que representan la población económicamente activa de la Administración Zonal Eugenio Espejo del sector norte de la ciudad de Quito, entre las edades de 18 a 65 años, tomando como referencia datos provistos por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda del municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el INEC.

**Anexo 1:** Tabla Referencial de la Población Económicamente Activa de Administración Eugenio Espejo.

### 2.3.2.- Muestra

(Tamayo, 1997) Señala que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”.

Determinar el tamaño de la muestra es un paso muy importante en un estudio de investigación, la muestra es una pequeña parte del universo que debe mostrar los mismos fenómenos que se dan en este, de esta manera es más fácil estudiarlos, analizarlos y medirlos sin tomar todos los elementos.

Para la selección del tamaño de la muestra se tomó en consideración el número de la población económicamente activa de la Administración Zonal Eugenio Espejo del Sector norte de la ciudad de Quito, que va a ser la población de estudio.

La fórmula finita para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

**En donde:**

**n:** Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a realizar).

**Z:** Es el nivel de confianza que vamos a dar. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: Un 95% de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad de 5%.

**e:** Es el error muestral deseado: es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtengamos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntamos al total de ella.

**p:** Es la probabilidad del éxito. Se asume 50%.

**q:** Es la probabilidad del fracaso. Se asume 50%.

**Datos:**

**TABLA # 2: Datos para el Cálculo de la Muestra**

DATOS	
n	?
Z	1.96
p	0.50
q	0.50
e	0.05

**Elaborado por:** Carolin López S.

**Entonces:**

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{(0.05)^2}$$

$$N = 384 \text{ Encuestas}$$

A partir de este resultado se aplicarán 384 encuestas en el sector de La Plaza de Toros, para luego analizar la información que ayudará al desarrollo del proyecto.

#### **2.4.- Análisis y Resultados de la encuesta**

Como información primaria se ha escogido la encuesta, la misma que pretende levantar datos reales de la población para poder determinar cuanta demanda existe en el sector, asimismo la cantidad de personas que pueden ser consideradas el mercado meta y los potenciales compradores.

A demás con los resultados que se obtengan poder establecer precios y estrategias de ventas de acuerdo al análisis de la encuesta y finalmente saber que tan factible puede llegar a ser la ejecución de este proyecto.

La mayoría de preguntas han sido de opción múltiple, estructuradas de tal modo que no induzcan a los encuestados a tener preferencias por una cierta respuesta; en tal virtud lo que se desea obtener fundamentalmente son los hábitos de consumidor y las características del mercado objetivo.

También se aplicará la técnica de observación que ayudará a tener una información más clara y confiable en cuanto al análisis de la oferta y demanda del proyecto.

A continuación veremos el modelo que se elaboró para la encuesta:



### 2.4.1.- Formato de la encuesta

Gracias por aceptar responder a esta encuesta de manera anónima, con el objetivo de recoger información en cuanto a su agrado de la comida manabita.

**Género:** Femenino

Masculino

**Edad:** De 18 a 38 años

De 39 a 59 años

De 60 a más

**1) ¿Usted suele comer fuera de casa?**

Si  No

**2) ¿Señale los días que come fuera de casa en la semana?**

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

Viernes

Sábado

Domingo

**3) ¿Usted suele comer fuera de casa acompañado(a) de?**

Amigos

Familia

Compañeros de trabajo

Solo

**4) ¿Cuándo sale a comer fuera de casa que es lo que más valora?**

- |                    |                          |
|--------------------|--------------------------|
| Comida             | <input type="checkbox"/> |
| Servicio           | <input type="checkbox"/> |
| Precio             | <input type="checkbox"/> |
| Ubicación          | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad          | <input type="checkbox"/> |
| Ambiente del local | <input type="checkbox"/> |
| Otros              | <input type="checkbox"/> |

**5) ¿En qué horario suele comer fuera de casa?**

- |          |                          |
|----------|--------------------------|
| Desayuno | <input type="checkbox"/> |
| Almuerzo | <input type="checkbox"/> |
| Cena     | <input type="checkbox"/> |

**6) ¿Con cuántas personas incluido(a) usted, suele comer fuera de casa?**

- |          |                          |
|----------|--------------------------|
| De 2 a 4 | <input type="checkbox"/> |
| De 5 a 7 | <input type="checkbox"/> |
| 8 o más  | <input type="checkbox"/> |

**7) ¿Ha tenido la oportunidad de probar la comida manabita en algún restaurante en la ciudad de Quito?**

Si  No

**8) ¿Si existiera un nuevo restaurante de comida típica manabita en la ciudad de Quito en el cual se pueda disfrutar de un ambiente cultural y tradicional usted lo visitaría?**

Si  No

9) ¿En qué días de la semana lo visitaría (Señale dos días de la semana que más lo haría)?

Lunes	<input type="checkbox"/>
Martes	<input type="checkbox"/>
Miércoles	<input type="checkbox"/>
Jueves	<input type="checkbox"/>
Viernes	<input type="checkbox"/>
Sábado	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>

10) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona, en un restaurante de comida manabita con estas características?

De \$5 a \$10	<input type="checkbox"/>
De \$11 a \$15	<input type="checkbox"/>
De \$16 a \$20	<input type="checkbox"/>
De 21 o más	<input type="checkbox"/>

#### 2.4.2.- Tabulación de la encuesta

La encuesta fue una de las técnicas que se utilizó para el desarrollo del estudio de mercado, ésta se realizó en el sector de La Plaza de Toros los días 30 y 31 de Agosto y 6 y 7 de Septiembre del 2014, con el objetivo de medir las diferentes apreciaciones de las personas, en cuanto a la frecuencia con que suelen comer fuera de casa y a la acogida de restaurantes de comida manabita en el sector, así como también para conocer sus gustos o tendencias en cuanto a restaurantes. A través de esta técnica se pudo obtener como muestra 384 encuestas, que fueron realizadas a las personas que se encontraban en el sector. Tanto a personas que viven trabajan o visitan el sector con frecuencia.

## Resultados de las preguntas de la encuesta

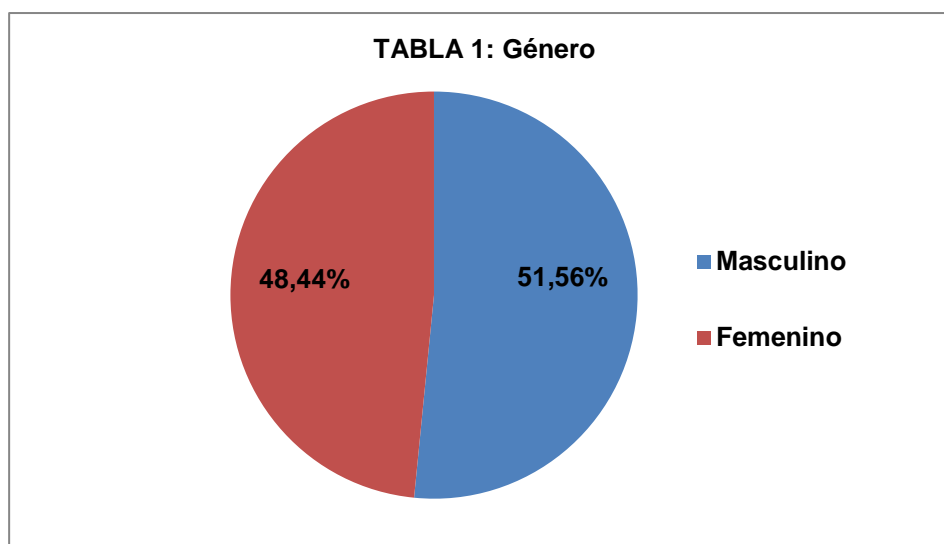
### Datos Generales:

**Género:** a-) Masculino; b-) Femenino

**TABLA # 3: Datos Generales de Género**

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	198	51.56%
Femenino	186	48.44%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Carolin López S.



**GRÁFICO # 1: Representación Gráfica Datos de Género**

**Fuente:** Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
**Elaborado por:** Carolin López S.

### Análisis:

Con los datos obtenidos se puede apreciar que existe una igualdad de personas del género masculino y femenino que transita por el sector escogido para el desarrollo del proyecto, lo cual permite denotar la participación de ambos géneros dentro de la población económicamente activa del sector.

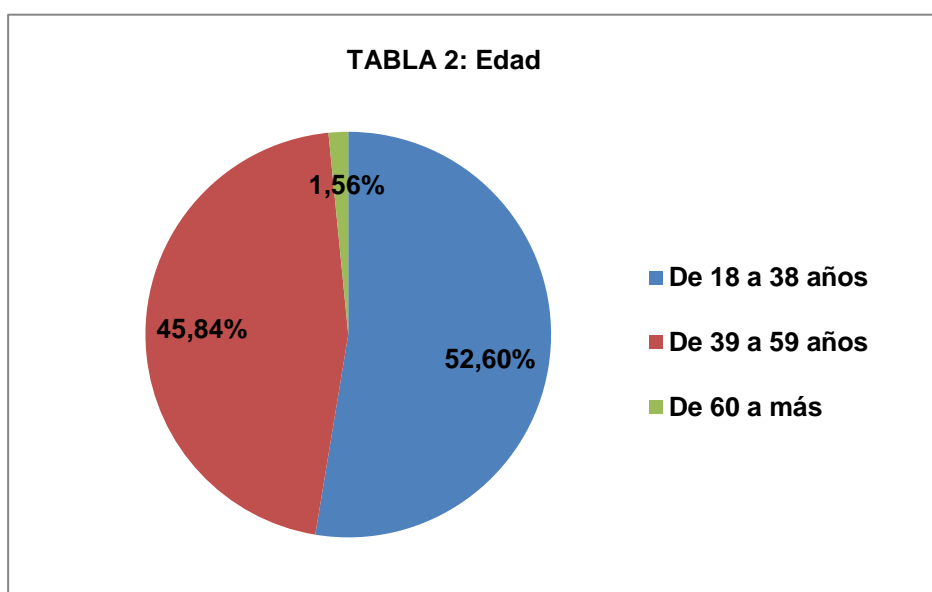
## Datos Generales:

**Edad:** a-) De 18 a 38 años; b-) De 39 a 59 años; c-) De 60 a más

**TABLA # 4: Datos Generales de Edad**

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 38 años	202	52,60%
De 39 a 59 años	176	45,84%
De 60 a más	6	1,56%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Carolin López S.



**GRÁFICO # 2: Representación Gráfica Datos de Edad**

**Fuente:** Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
**Elaborado por:** Carolin López S.

## Análisis:

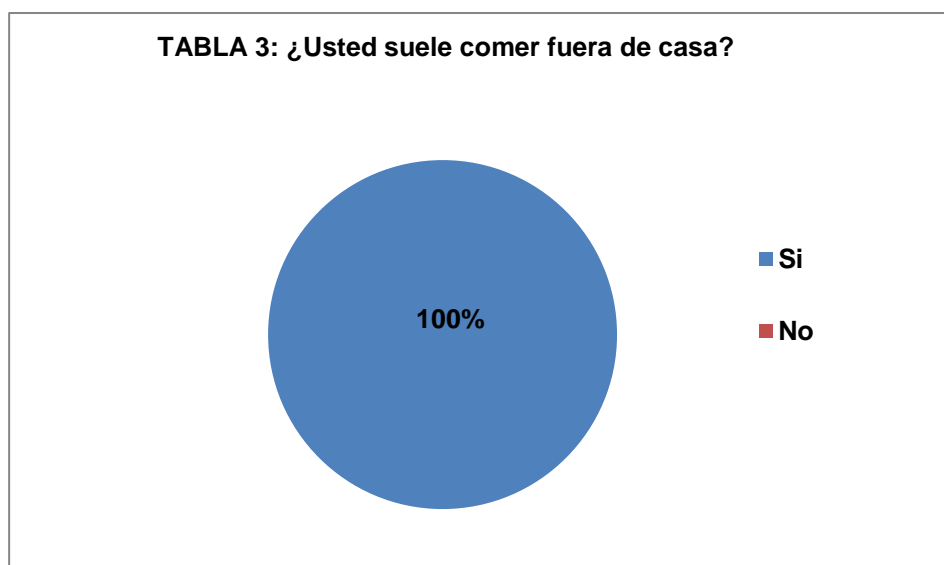
De las personas encuestadas el 98,44% tiene una edad entre 18 a 59 años, siendo esto beneficioso para el proyecto ya que es la edad requerida de la población económicamente activa (PEA) del sector, quienes serán los posibles clientes del proyecto.

**Pregunta 1:** ¿Usted suele comer fuera de casa?

**TABLA # 5: Resultado Pregunta 1**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	384	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 3: Representación Gráfica Pregunta 1**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

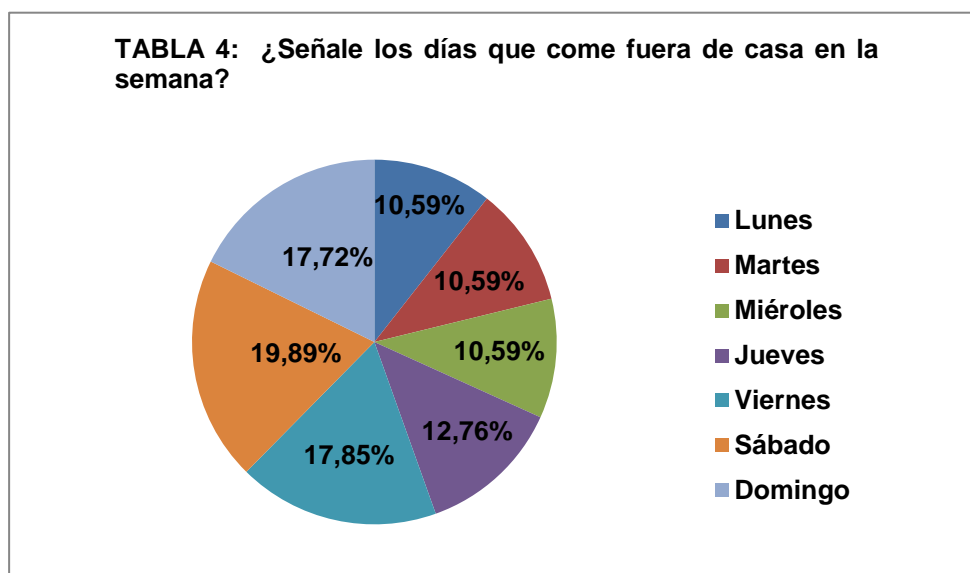
Según los resultados obtenidos el 100% de los encuestados suelen comer fuera de casa, lo cual demuestra que existe una fuerte preferencia por comer en restaurantes, esta información es importante para el desarrollo de establecimientos de alimentos y bebidas ya que al existir una gran demanda de personas que comen fuera del hogar se pueden seguir creando establecimientos que cubran las necesidades alimenticias del sector de estudio.

**Pregunta 2:** ¿Señale los días que come fuera de casa en la semana?

**TABLA # 6: Resultado Pregunta 2**

DÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes	156	10,59%
Martes	156	10,59%
Miércoles	156	10,59%
Jueves	188	12,76%
Viernes	263	17,85%
Sábado	293	19,89%
Domingo	261	17,72%
<b>TOTAL</b>	<b>1473</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 4: Representación Gráfica Pregunta 2**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014

Elaborado por: Carolin López S.

#### **Análisis:**

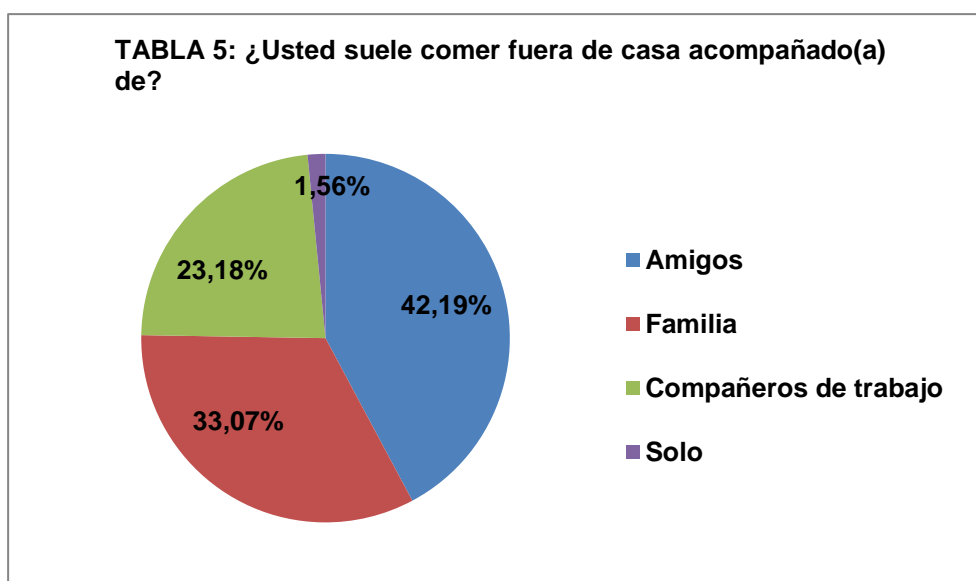
Con esta pregunta se puede definir los días de mayor afluencia que tendría el establecimiento, siendo los días jueves, viernes, sábados y domingos los días de mayor rotación de comensales en los restaurantes del sector, información que sirve para organizar al personal y plantear estrategias para ganar clientes y asegurar su retorno.

**Pregunta 3:** ¿Usted suele comer fuera de casa acompañado(a) de?

**TABLA # 7: Resultado Pregunta 3**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amigos	162	42,19%
Familia	127	33,07%
Compañeros de trabajo	89	23,18%
Solo	6	1,56%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 5: Representación Gráfica Pregunta 3**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

Este dato es muy importante ya que se entiende que la mayor parte de personas, les gusta salir a comer con amigos y familiares y no solo, información que puede ser utilizada para el diseño e implementación de las mesas del establecimiento.

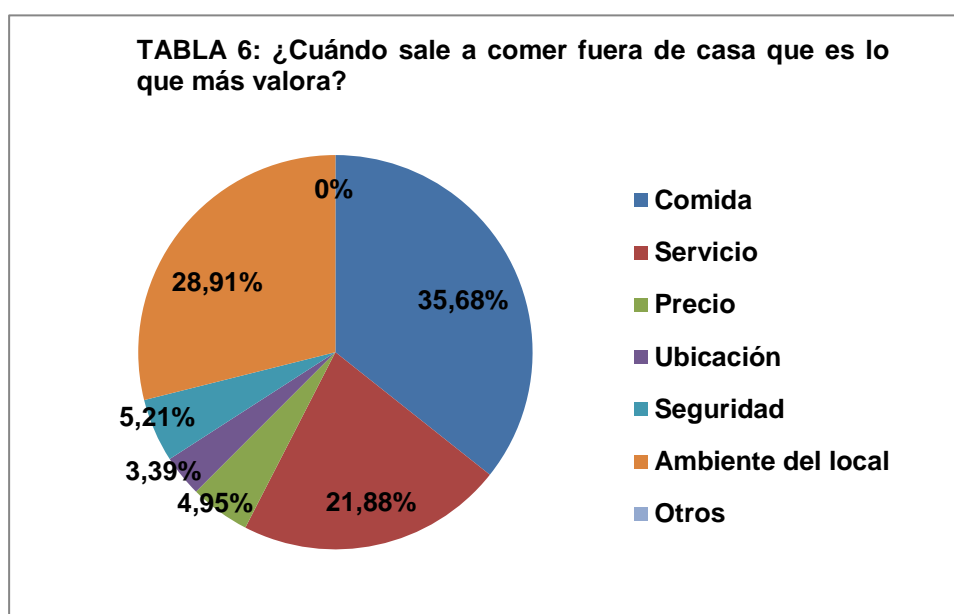


**Pregunta 4:** ¿Cuándo sale a comer fuera de casa que es lo que más valora?

**TABLA # 8: Resultado Pregunta 4**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comida	137	35,68%
Servicio	84	21,88%
Precio	19	4,95%
Ubicación	13	3,39%
Seguridad	20	5,21%
Ambiente del local	111	28,91%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 6: Representación Gráfica Pregunta 4**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

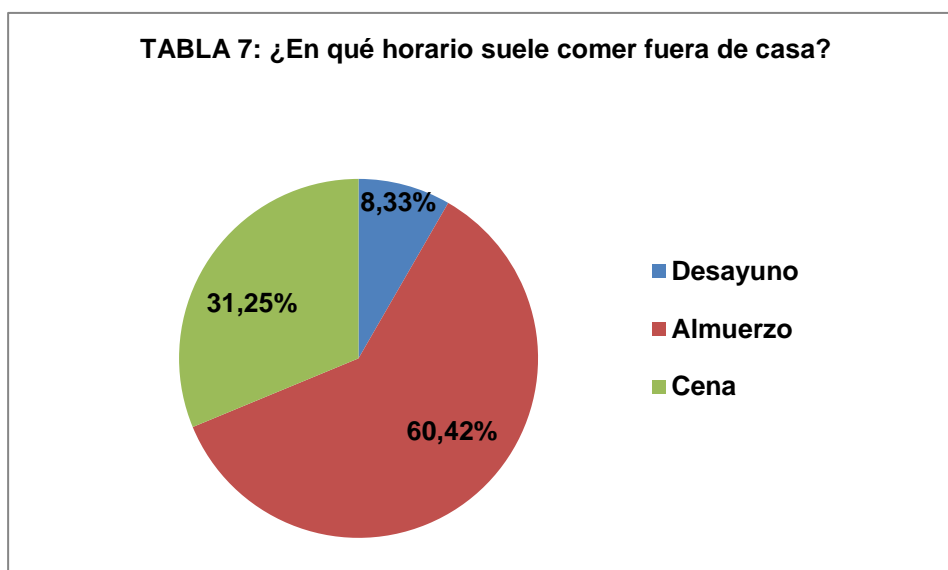
Según lo muestra la gráfica lo más importante para el consumidor al momento de elegir un restaurante, es la comida, el ambiente y el servicio que ofrece, información que se debe tener presente para la creación del restaurante, estas variantes pueden asegurar el retorno y la buena referencia futura con el resto de posibles consumidores.

**Pregunta 5:** ¿En qué horario suele comer fuera de casa?

**TABLA # 9: Resultado Pregunta 5**

HORARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Desayuno	32	8,33%
Almuerzo	232	60,42%
Cena	120	31,25%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 7: Representación Gráfica Pregunta 5**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

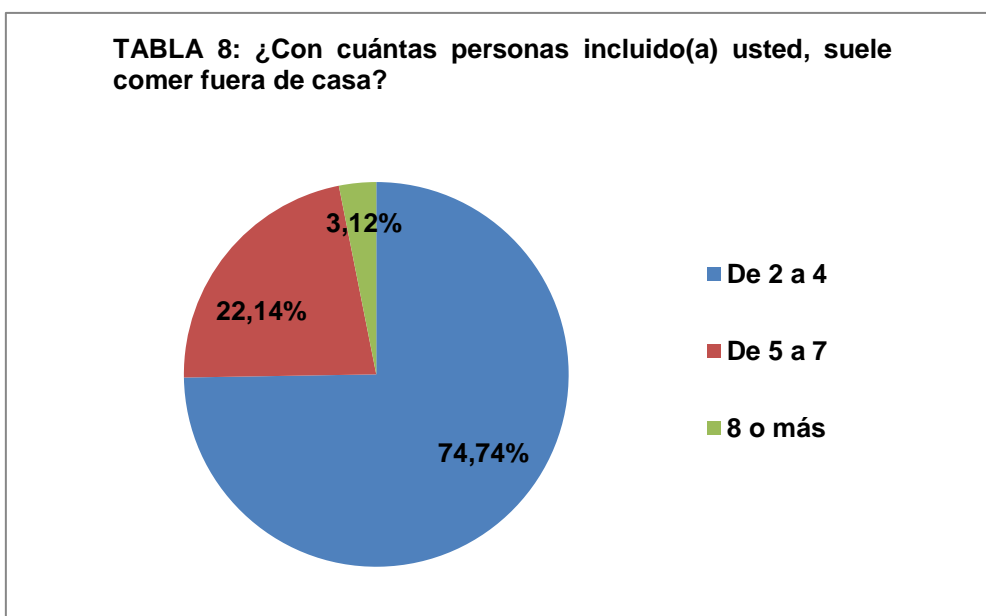
Los resultados demuestran que las personas tienen una fuerte preferencia por almorzar y merendar fuera de casa, dato que es importante para determinar horarios de atención del establecimiento y la organización del personal.

**Pregunta 6:** ¿Con cuántas personas incluido(a) usted, suele comer fuera de casa?

**TABLA # 10: Resultado Pregunta 6**

PERSONAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 2 a 4	287	74,74%
De 5 a 7	85	22,14%
8 o más	12	3,12%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 8: Representación Gráfica Pregunta 6**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

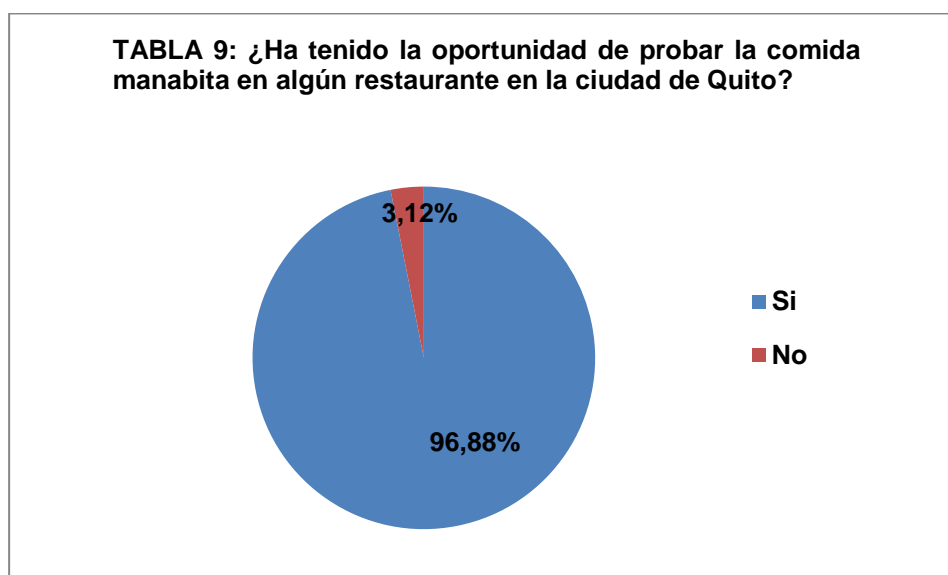
Según los datos obtenidos la mayor parte de los encuestados suelen salir a comer con 2 a 4 personas, siendo este resultado bueno para el establecimiento ya que de esta forma se podrá brindar un servicio más especializado y personal y de esta forma ganar clientes que den buena referencia del servicio del establecimiento.

**Pregunta 7:** ¿Ha tenido la oportunidad de probar la comida manabita en algún restaurante en la ciudad de Quito?

**TABLA # 11: Resultado Pregunta 7**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	372	96,88%
No	12	3,12%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 9: Representación Gráfica Pregunta 7**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

Según los datos que refleja la gráfica el 96,88% de los encuestados han probado la comida manabita en algún restaurante de la ciudad de Quito, lo cual indica que la comida manabita es muy aceptada por los habitantes del sector y de la ciudad en sí, información que favorece a la creación de un restaurante de comida manabita en el sector norte de la ciudad de Quito.

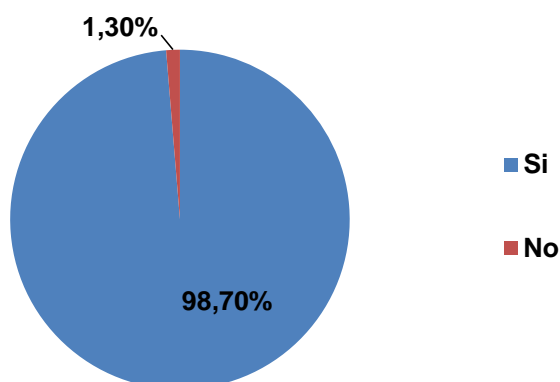
**Pregunta 8:** Si existiera un nuevo restaurante de comida típica manabita en la ciudad de Quito en el cual se pueda disfrutar de un ambiente cultural y tradicional usted lo visitaría?

**TABLA # 12: Resultado Pregunta 8**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	379	98,70%
No	5	1,30%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA 10: Si existiera un nuevo restaurante de comida típica manabita en la ciudad de Quito en el cual se pueda disfrutar de un ambiente cultural y tradicional usted lo visitaría?**



**GRÁFICO # 10: Representación Gráfica Pregunta 8**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

El 98,70% de los encuestados dieron una respuesta positiva para la creación de un restaurante de comida típica manabita en la ciudad de Quito, lo que es clave para el desarrollo del mismo, aprovechando que esta gastronomía tiene una fuerte acogida en el sector y en toda la ciudad.

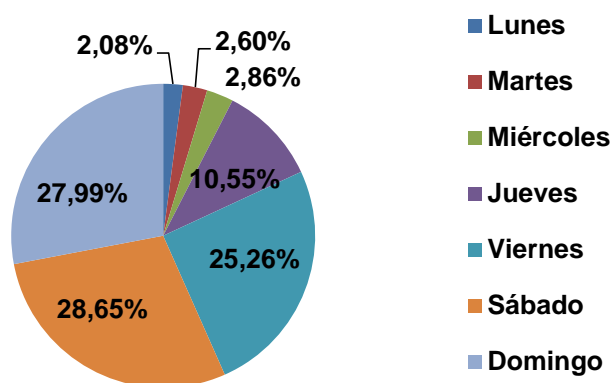
**Pregunta 9:** ¿En qué días de la semana lo visitaría (Señale dos días de la semana que más lo haría)?

**TABLA # 13: Resultado Pregunta 9**

DÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes	16	2,08%
Martes	20	2,60%
Miércoles	22	2,86%
Jueves	81	10,55%
Viernes	194	25,26%
Sábado	220	28,65%
Domingo	215	27,99%
<b>TOTAL</b>	<b>768</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA 11: ¿En qué días de la semana lo visitaría (Señale dos días de la semana que más lo haría)?**



**GRÁFICO # 11: Representación Gráfica Pregunta 9**

Elaborado por: Carolin López S.  
Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014

**Análisis:**

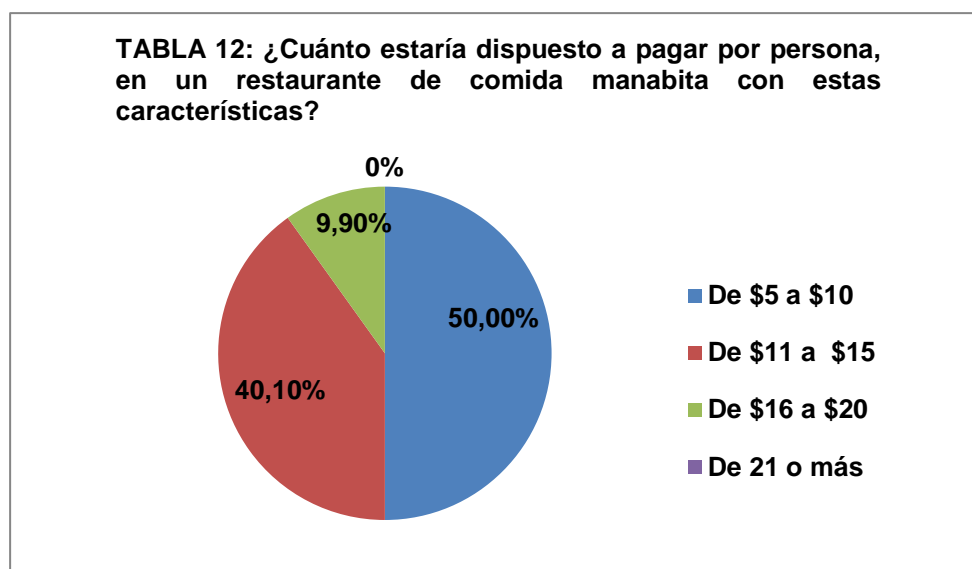
Como lo demuestran los resultados los días de mayor demanda para el restaurante serían los días jueves, viernes, sábados y domingos. Este dato ayudará a establecer los días y horarios de atención del establecimiento.

**Pregunta 10:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona, en un restaurante de comida manabita con estas características?

**TABLA # 14: Resultado Pregunta 10**

PAGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$5 a \$10	192	50,00%
De \$11 a \$15	154	40,10%
De \$16 a \$20	38	9,90%
De 21 o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Carolin López S.



**GRÁFICO # 12: Representación Gráfica Pregunta 10**

Fuente: Encuestas Agosto/Septiembre 2014  
Elaborado por: Carolin López S.

**Análisis:**

Con los resultados obtenidos se puede determinar que en este sector el consumo promedio por persona podría variar entre los \$5 a \$15 por persona, que es el valor promedio que actualmente se maneja en los restaurantes de la competencia, dato muy importante que ayudará a la definir los precios para la carta del establecimiento.

### **2.4.3.- Conclusión de las encuestas**

Se han realizado 384 encuestas a personas que viven, trabajan y frecuentan el sector norte de Quito, zona plaza de toros, entre las calles Av. Amazonas e Isla Floreana.

El propósito principal de la encuesta es determinar con qué frecuencia las personas salen a comer fuera de casa y que agrado tienen en cuanto a la gastronomía manabita, para a través de estos resultados aportar al desarrollo del estudio de factibilidad del proyecto.

Se entrevistaron a personas de diferentes edades y ocupaciones que se encontraban en el sector, con los cuales pueden aportar resultados favorables a la investigación, ya que se concluye que sería viable la creación de un Restaurante de Comida manabita en el Norte de la ciudad de Quito, pues la gente valora mucho esta gastronomía, y más aún si ofrece un ambiente agradable y una excelencia en cuanto a servicio, un restaurante con una temática nacional y tradicional.

El establecimiento debe incluir, platos tradicionales, una decoración acogedora con una tendencia diferente y un servicio oportuno y de calidad. Ya que como se puede observar en los resultados de las encuestas las personas lo que más valoran de un restaurante son la comida, el servicio y el ambiente.

Por otro lado, los platos deben tener un precio superior a los cinco dólares ya que el segmento al que está dirigido el restaurante, es de clase media a media alta que podrán consumir por persona entre \$5 a \$15 dólares como lo muestran los resultados de las encuestas.



## 2.5.- Competencia Directa e Indirecta

Según (Soto, 2013) define a la competencia directa como “las empresas o negocios que venden un producto igual o casi al que se mete en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo”.

(Soto, 2013) Dice que la competencia indirecta “son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente”.

Se conoce como competencia a los establecimientos de alimentos y bebidas que se encuentran dentro del sector norte de la ciudad de Quito, dentro de esta competencia existen dos clases, la competencia directa que son los restaurantes que se encuentran en el sector de La Plaza de Toros que oferten el mismo tipo de comida o especialidad y que ya tienen sus clientes establecidos, y la competencia indirecta son los restaurantes que están dentro del sector que ofertan otro tipo de menú pero también tienen una acogida grande en cuanto a clientela.

Una vez analizado el concepto de competencia directa e indirecta, dentro del estudio de mercado se aplicó otra técnica importante para el desarrollo del proyecto y esta técnica es la observación, la cual ayudará a determinar la competencia directa e indirecta del proyecto según los datos obtenidos.

Conocer datos relevantes de la competencia directa e indirecta es importante para el desarrollo del proyecto, con esta información se podrá determinar la rotación y el consumo promedio que el restaurante “Ollita de Barro” puede llegar a tener. De acuerdo al estudio realizado se encontró una gran competencia, pero a la vez se ha podido observar que la comida de la costa y en especial la comida manabita tiene una gran acogida por parte de los clientes. Por otro lado, también existen algunos restaurantes que son parte importante de la competencia indirecta. A continuación se detallan los restaurantes más importantes de la competencia directa e indirecta.

**TABLA # 15: Competencia Directa**

COMPETENCIA DIRECTA						
Establecimiento	Capacidad Máxima	% Rotación	# Pax diarios	Consumo Promedio	Días de atención	Horarios de Atención
Las Conchitas Asadas Costanera	180	0.80	144	14	30	Lunes/Jueves (09:30-16:00) Viernes/Domingos (09:30-16:30)
Conchitas y Cazuelas	160	0.75	120	15	30	Lunes/Jueves (08:00-17:00) Viernes/Domingos (09:00-17:00)
Rincón Manabita	180	0.95	171	13	30	Lunes/viernes (08:00-16:00) Sábados/Domingos (8:00-16:30)
Las Palmeras	120	0.70	84	12	30	Lunes/Domingos (09:00-17:00)
Manabiche	110	0.80	88	12	30	Lunes/jueves (08:00- 16:00) Viernes/Domingos (8:00-17:00)
Los cebiches de la Rumiñahui	120	0.80	96	12	30	Lunes-viernes (09:00-16:00) Sábados/Domingos (09:00-17:00)
Jocay	90	0.70	63	10	30	Lunes-viernes (08:30-17:30) Sábados-Domingos (09:00-17:00)
La costa Sea Food	100	0.70	70	10	30	Lunes-Domingo (10:00-16:00)
Restaurante La Plaza	70	0.80	56	10	30	Lunes/jueves (10:00-16:00) Viernes/Domingos (09:00-17:00)
El Cucayo (Comida Criolla)	80	0.85	68	12	30	Lunes/viernes (09:30-17:30) Sábados/Domingos (09:00-18:00)

Fuente: Observación directa  
Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA # 16: Competencia Indirecta**

COMPETENCIA INDIRECTA						
Establecimiento	Capacidad Máxima	% Rotación	# Pax diarios	Consumo Promedio	Días de atención mensual	Horarios de Atención
Rincón del Gaucho	190	0.70	133	25	30	Lunes/Sábado (12:00-22:00) Domingos (12:00-21:00)
Restaurante Paraíso	130	0.50	65	8	30	Lunes/Domingos (11:00-22:00)
Restaurante Jin Yuam	120	0.40	48	8	30	Lunes/Domingos (10:30-21:30)
Restaurante tradición	180	0.75	135	15	30	Lunes/Viernes (09:00-22:00) Sábados/Domingos (09:00-21:00)
La Parrillada de Homero	60	0.80	48	20	30	Lunes/Jueves (12:00-17:00) / (18:30-22:00) Viernes/Sábados (12:00-17:00) / (18:30-22:00)
El Rancho de Juancho	120	0.75	90	12	30	Lunes/Domingos (9:00-16:00)

Fuente: Observación directa  
Elaborado por: Carolin López S.

## **2.6.- Análisis de la demanda**

(Lamb, Hair, & McDaniel, 2013) Dicen en su libro Marketing que “la demanda es la cantidad de un producto que se venderá en el mercado a diferentes precios durante un periodo determinado”.

Se entiende por demanda al proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente basados en una necesidad o para buscar una satisfacción específica a un precio determinado, para su determinación depende de varios factores, no solo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y étnicos.

La demanda es la fusión de factores tales como la necesidad del bien, su precio, el nivel de ingresos de la población, etc. Un análisis de la demanda pretende establecer gustos y preferencias para así al momento de ofertar un producto o servicio se los pueda adaptar a las necesidades de cada cliente.

Conocer el comportamiento de la demanda promete buenos resultados a un estudio. Al realizar un análisis de la demanda se pueden establecer algunos aspectos que permitirán identificar a un posible cliente junto con sus necesidades, intereses y comportamientos. Hay que considerar también que la demanda puede verse afectada por diferentes factores como; el alza del precio de combustible, el alza de los pasajes, variación en los precios de la materia prima, inestabilidad gubernamental, que son riesgos que todo proyecto debe considerar.

### **2.6.1.- Demanda actual**

Para determinar la demanda se tomó en cuenta varios factores que son importantes para poder conocer el perfil de los posibles clientes que tendrá el establecimiento. Estos elementos fueron la oportunidad de mercado, consumo promedio, horario de mayor afluencia.

Para tener un dato real en cuanto a la oportunidad de mercado se tomó como referencia la población económicamente activa de la Administración Zonal

Eugenio Espejo que son 258.714 habitantes y basándose en la pregunta # 10 de la encuesta en la cual dice que el 98,70% de los encuestados estarían de acuerdo con la creación del establecimiento y lo visitarían, dando así una aceptación al proyecto de 255.351 personas que corresponderían a la demanda del proyecto.

## **2.6.2.-Análisis del consumidor**

Una vez que se tiene clara la segmentación de mercado, se procede a determinar y analizar la población y en especial a nuestros posibles clientes, tomando como referencia las siguientes características que a continuación se detallan:

### **2.6.2.1.- Características Geográficas**

Para el presente estudio como población se escogió el sector norte de la ciudad de Quito, la Administración Eugenio Espejo, tomando como número de estudio la población económica activa de este sector.

### **2.6.2.2.- Características Demográficas**

Del total de la población encuestada en el sector norte de la ciudad de Quito, (384 casos) el 51,56% de sexo masculino y el 48,44% de sexo femenino, distribuidos por edades y como se puede observar en los resultados obtenidos en las encuestas las personas de 18 a 38 años son las que más visitan este sector, ya sea por trabajo o porque viven ahí, seguido de las personas que tienen de 39 a 59 años de edad y por último las personas que tienen de 60 a más años que son un porcentaje muy pequeño.

### **2.6.2.3.- Características Psicológicas**

Según los resultados obtenidos, son personas con costumbres de comer fuera de casa que buscan lugares de recreación y espacio social, con una cultura y un estilo de vida similar, con características de personalidad iguales.

#### **2.6.2.4.- Hábitos del consumidor**

Después de haber analizado los datos se puede afirmar que la población encuestada, tiene un cierto grado de tendencia hacia la innovación, lo diferente sin perder la cultura y la identidad que los caracteriza, como se puede observar en las encuestas que las tres cosas más importantes a la hora de elegir un restaurante es la comida, el ambiente y el servicio.

#### **2.7.- Análisis de la Oferta**

Para (Kotler, Armstrong, Cámara, & Cruz, 2004) plantea a la oferta como “combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo”.

Según (Lamb, Hair, & McDaniel, 2013) “la oferta es la cantidad de un producto que uno a varios proveedores ofrecerán al mercado a diferentes precios durante un periodo determinado”.

La oferta es la cantidad de productos o servicios que un establecimiento, posterior a un estudio de mercado ofrece a favor de los potenciales consumidores en un determinado mercado. El cálculo de la oferta cuantifica en la capacidad máxima de cada establecimiento versus la demanda también cuantificada, en el número de pax diarios de cada local.

Hoy en día en la ciudad Quito, los restaurantes y locales de comida están en constante crecimiento, ya que es una de las ciudades que más ofrece centros gastronómicos a sus habitantes y visitantes. Es este continuo crecimiento que provoca la competencia entre establecimientos ya sea por calidad, precios, servicio, infraestructura, ambiente, etc., con el fin de captar la mayor parte de clientes.

En los últimos años los restaurantes se han expandido con gran facilidad en toda la ciudad, sin embargo los restaurantes que actualmente existen en el norte

de la ciudad de Quito que ofrecen o hacen mención a la gastronomía manabita, son restaurantes que se han basado en brindar platillos solo de mariscos, perdiendo así la verdadera identidad de la gastronomía típica manabita. Sin embargo es por esta razón que se quiere ofertar un nuevo centro de restauración que brinde una gran gama de platos típicos manabitas, un servicio de calidez, y un ambiente cultural y tradicional agradable.

## **2.8.- Oferta versus Demanda**

La oferta de alimentos y bebidas de los restaurantes de comida manabita en el sector norte de Quito, Zona de la Plaza de Toros es monótona, la repetición de ciertos productos en los platos y en la carta implica que no se están desarrollando estrategias de marketing en cuanto a innovación o desarrollar nuevos productos que asombren al paladar del cliente.

Es por esta razón que las personas que frecuentan esta zona miran con agrado que se cree un nuevo centro de restauración con características diferentes a las que actualmente existen en el sector. Si es verdad que existe una gran oferta de restaurantes similares en esta zona que ofrecen variedad de comidas con un producto muy importante como lo son los mariscos no existe ninguno en el que puedas disfrutar de diversos platos típicos de la provincia manabita, hechos a base de productos como la leche, el coco, el plátano, la yuca, el maní, la salprietra, la gallina criolla, la carne de res, entre otros, que son algunos de los productos con los que se preparan los platos más deliciosos de la provincia de Manabí.

La falta de propuestas de este tipo es lo que hace que exista una demanda segura, ya que sería un establecimiento novedoso al involucrar un ambiente cultural agradable más la variedad de los platillos más deliciosos de cada provincia de Manabí. Además este sector posee un gran potencial adquisitivo, la aceptación y afluencia de personas en esta zona es muy buena, es por esto que todos los restaurantes de la zona son factibles y tienen rentabilidad incluso alguno de ellos llegando a recibir más de 30.000 visitas al año.

**TABLA # 17: Oferta vs Demanda de la Competencia Directa**

<b>OFERTA vs DEMANDA / COMPETENCIA DIRECTA</b>			
<b>Establecimiento</b>	<b>Días de atención (Mensual)</b>	<b>Capacidad Máxima (Oferta)</b>	<b># Pax diarios (Demanda)</b>
Las Conchitas Asadas Costanera	30 días	180	144
Conchitas y Cazuelas	30 días	160	120
Rincón Manabita	30 días	180	171
Las Palmeras	30 días	120	84
Manabiche	30 días	110	88
Los cebiches de la Rumiñahui	30 días	120	96
Jocay	30 días	90	63
La costa Sea Food	30 días	100	70
Restaurante La Plaza (Platos Típicos)	30 días	70	56
El Cucayo (Comida Criolla)	30 días	80	68
<b>TOTAL PAX DIARIO</b>	<b>30 días</b>	<b>1.210</b>	<b>960</b>

Fuente: Observación directa  
 Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA # 18: Oferta vs Demanda de la Competencia Indirecta**

<b>OFERTA vs DEMANDA / COMPETENCIA INDIRECTA</b>			
<b>Establecimiento</b>	<b>Días de atención (Mensual)</b>	<b>Capacidad Máxima (Oferta)</b>	<b># Pax diarios (Demanda)</b>
Rincón del Gaucho	30 días	190	133
Restaurante Paraíso	30 días	130	65
Restaurante Jin Yuam	30 días	120	48
Restaurante tradición	30 días	80	135
La parrillada de Homero	30 días	60	48
El Rancho de Juancho	30 días	120	90
<b>TOTALPAX DIARIO</b>	<b>30 días</b>	<b>700</b>	<b>519</b>

Fuente: Observación directa  
 Elaborado por: Carolin López S.

## **Análisis Demanda insatisfecha: Oferta – Demanda**

Tomando como referencia los resultados obtenidos en la tabla 15 y 16, se puede observar en los dos casos que la oferta es mayor a la demanda, por lo que se concluye que en esta zona no es recomendable la implementación de un establecimiento ya que la oferta supera a la demanda del sector, por lo que para el presente proyecto se trabajará en implementar las estrategias necesarias para captar clientes nuevos y de la competencia, teniendo como punto a favor que el restaurante ofertará una amplia gama de platillos típicos manabitas que no se encuentran en los restaurantes del área y además combinará un servicio personalizado con un ambiente cultural y tradicional agradable.

### **2.9.- Plan de marketing**

Según (Kotler P. , 2000) “un plan de marketing es un documento escrito en el que se escogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relativos a los elementos del marketing Mix, que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia a nivel corporativo, año a año, paso a paso”.

El plan de marketing es una herramienta de gestión necesaria dentro de cualquier empresa, este debe estar orientado a alcanzar un objetivo específico, el objetivo que se plantea para el restaurante es captar clientela para lo cual se ejecutará la debida planificación con la ayuda de recursos y esfuerzos que conllevarán al cumplimiento de este objetivo.

Los objetivos del plan de marketing para el presente proyecto son:

- Conseguir y mantener clientes fieles y rentables que permita la continuidad del negocio en el mercado.
- Conseguir la satisfacción de los clientes que pagarán un precio justo y de beneficio para a la empresa por un producto de calidad y un excelente servicio.



- Conocer los movimientos de la competencia y actuar de manera eficaz.
- Mantener buenas relaciones comerciales con los proveedores, clientes e incluso una buena comunicación con los trabajadores de la empresa.
- Identificar nuevas oportunidades de crecimiento para la empresa.
- Conservar una eficaz nómina de trabajadores bien formados que sean de apoyo a las necesidades de cada unidad de la empresa.
- Disponer de información que permita la toma de decisiones oportunas.

### **2.9.1.- Estrategias de introducción al mercado**

Lo primero que hay que entender y aprender a identificar es que el eje principal sobre el que giran todos los negocios de restauración son los clientes. Así que sin clientes no hay negocio.

Si existen clientes dispuestos a consumir los productos o servicios que se le ofrecen y pagar por ellos, lo demás son elementos que forman parte de la unidad de restauración que pueden ser mejorados o cambiados.

Por esta razón el cliente es el instrumento principal del que depende todo negocio durante su ciclo de vida y con la herramienta de marketing se aprenderá a escogerlo, conocerlo y engancharlo para que formen parte de la clientela rentable de la empresa.

Por otro lado se deben realizar varias funciones y estrategias de marketing que permitan comercializar y promocionar al restaurante en el mercado, se debe destinar una cantidad de dinero adecuada para realizar una campaña publicitaria a través de los medios de comunicación más utilizados en la actualidad o poner en prácticas planes de acción que puedan mantener o incrementar la cantidad de clientes que el restaurante espera captar.

Primero se debe hacer un estudio de las necesidades de los consumidores y fijar una estrategia o plan de acción que logre cubrir esta demanda, tomando en cuenta que la función de las estrategias de marketing son primordiales al momento de querer mejorar los resultados económicos y financieros de la empresa, puesto que se encargará de estudiar y analizar el mercado, la psicología de los clientes potenciales, la situación de la oferta y demanda, así como los flujos económicos y las tendencias sociales e industriales que de una u otra forma afectan a la comercialización y promoción del producto.

### **2.9.2.-Estrategias de producto y servicio**

Este proyecto pretende traer un poco de la provincia de Manabí, a la ciudad de Quito, esto con el fin de poder disfrutar de un establecimiento en el que oferte los platos más reconocidos dentro de la gastronomía manabita, en un ambiente cultural, tradicional y con un servicio que refleje las costumbres que existen en esta bella provincia de la región costera.

Las estrategias que se van a implementar son para ganar clientes, mercado y de esta forma poder mantenerlos. Es por esta razón que se establecerán estrategias que cubran los puntos necesarios para satisfacer los gustos de amantes de la comida manabita.

Las estrategias que se van a utilizar son:

- Se otorgará una cortesía de entrada a base de la salprieda, maduro asado, para que el cliente comience a degustar mientras espera su orden.
- El producto siempre va a ser fresco ya que se contará con proveedores directos manabitas que entregarán la materia prima en excelente estado y a tiempo.
- Dentro del servicio se contratarán meseras de muy buena presencia, oriundas de la provincia de Manabí que serán las encargadas de brindar un

servicio de calidad que demuestre la amabilidad y hospitalidad que caracteriza a las personas manabitas.

- Se tendrá cajeras que cumplirán con funciones de anfitrionas de muy buena presencia, las cuales se encargarán de ofrecer las promociones del restaurante, recibir sugerencias y dar un asesoramiento personalizado al cliente sobre el platillo que quiere consumir.

### **2.9.3.- Estrategias de precio**

Los precios de los platos serán establecidos de acuerdo al estudio realizado a la competencia y en base a la información de las encuestas donde se logró determinar un precio promedio de consumo por persona.

Algunas de las estrategias de precio se detallan a continuación:

- El valor de los platos estará fijado de acuerdo al análisis de los precios de la competencia, con la diferencia que se ofrecerá mayor cantidad de producto que en la competencia.
- En la semana de inauguración, por la compra de un plato fuerte, incluye bebida no alcohólica gratis.
- Se dará una cortesía de 10 empanaditas de verde con queso a las personas que vayan en grupo de más de 10 personas.
- Al cumpleaños que llegue al establecimiento con un grupo de más de 6 personas, se le otorgará gratis un plato fuerte con bebida.
- Los fines de semana el segundo el segundo vaso de limonada gratis.

#### **2.9.4.-Estrategia de plaza**

El canal de distribución que se utilizará para dar a conocer al establecimiento va a ser directo.

Las estrategias que se emplearán son:

- El restaurante contará con un diseño novedoso tanto interior como exterior y con un letrero a base de madera, una olla de barro y caña; lo cual reflejará el ambiente cultural y tradicional que el establecimiento pretende ofrecer.
- Las encargadas de vender los platillos que el restaurante ofertará serán las meseras, quienes usarán una vestimenta con los colores de la bandera de la provincia de Manabí.
- Por otro lado el restaurante ofrecerá un horario más placentero para los comensales ya ofrecerá una amplia gama de platos típicos manabitas que pueden ser consumidos en la noche.
- El restaurante contará con un ambiente tradicional que incluirá: artesanías, accesorios y piezas de las culturas manabitas, lo cual lo distinguirá de cualquier otro establecimiento.

#### **2.9.5.-Estrategia de promoción y publicidad**

Estas estrategias son muy importantes a la hora de montar un establecimiento, ya que mediante esta forma se va a dar a conocer el Restaurante.

Las estrategias que serán utilizadas para el presente proyecto se detallan a continuación:

#### Estrategias de Promoción:

- Se Ofrecerá un descuento del 5% al total del consumo, a los clientes que visiten el establecimiento en horario de 16:00 a 20:00 horas.
- El segundo plato a mitad de precio por consumos de lunes a miércoles.
- Fines de semana 1 vaso de limonada gratis por la compra de platos hecho a base de mariscos.
- En feriados el segundo plato a base de mariscos a mitad de precio.

#### Estrategias de Publicidad:

- Utilizar las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter,) para dar a conocer el restaurante, sus horarios de atención y servicios. Publicar un artículo en el periódico (El Comercio) que hable sobre la apertura del local.
- Desarrollar una página web del establecimiento, donde los clientes puedan obtener información detallada acerca de los horarios de atención, servicios que ofrece el restaurante, la carta, promociones, descuentos entre otras cosas.
- Se promocionará la marca a través de tarjetas de presentación, esferos y con dulces típicos de la provincia de Manabí como lo son los huevos moyos con una etiqueta del restaurante.
- Hojas volantes informando las promociones y productos que vende el restaurante.

## 2.10.- Marca

El restaurante contará con un nombre inspirado en un instrumento o utensilio muy utilizado dentro de la cocina típica manabita “Ollita de Barro”, nombre que formará parte de la identidad del establecimiento ya que muchos de los platos que se prepararán en el restaurante serán cocinados en estas ollas tan tradicionales.

## 2.11.- Slogan

El restaurante contará con un logotipo de una olla de barro, junto al nombre “Ollita de Barro” con letras de color café oscuro, su nombre y logotipo hacen referencia al utensilio principal y tradicional que será utilizado en la cocción y presentación de algunos de los platos típicos manabitas que ofertará el establecimiento.



**IMAGEN # 4:** Slogan del restaurante “Ollita de Barro”  
Elaborado por: Carolin López S.

## CAPITULO III

### 3.- ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

#### 3.1.- ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del siguiente estudio es determinar la localización, distribución del establecimiento, requerimiento de equipos, maquinarias, herramientas que contribuirán al restaurante, de forma que este funcione adecuadamente.

##### 3.1.1.-Localización

###### 3.1.1.1.- Macro Localización

El Restaurante “Ollita de Barro” estará ubicado en Ecuador, provincia de Pichincha, cantón Quito, Parroquia Ñaquito, sector Plaza de Toros.

**Anexo 2:** Mapa de ubicación del “Restaurante Ollita de Barro”.

###### 3.1.1.2.- Micro Localización

“Ollita de Barro” estará ubicada en un local de 300 m<sup>2</sup> de construcción, en el sector de la Plaza de toros entre las calles Amazonas e Isla Floreana.



**IMAGEN # 5:** Ubicación del proyecto  
**Fuente:** Observación directa (2014)

### **3.1.2.- Características del Restaurante**

El Restaurante “Ollita de Barro”, brindará un servicio de alimentación especializado en la gastronomía tradicional manabita, en donde se podrá disfrutar de un ambiente y decoración cultural, es decir que dentro de la temática del restaurante se podrán observar artesanías, réplicas de figuras de las culturas de la provincia, utensilios tradicionales, accesorios, entre otros.

El Restaurante brindará un Servicio Americano, en donde el mesero llevará los platillos solicitados por los comensales a la mesa, platillos que se servirán por el lado derecho y se retirarán por el lado izquierdo del cliente. Este tipo de servicio es casual y elegante de tal manera que el cliente se sienta cómodo y no tenga que levantarse o hacer largas filas para hacer su pedido.

Por otro lado el establecimiento tendrá una infraestructura arquitectónica basada en detalles tradicionales como techo de paja, piso de madera, pared de piedras entre otros. Las mesas, sillas y muebles del salón estarán diseñados con bambú y caña que son maderas muy utilizadas dentro de la fabricación de mobiliario en Manabí. El Restaurante también contará con 5 parqueaderos de uso exclusivo para clientes.

La carta del Restaurante será muy amplia y variada, además incluirá los platillos más conocidos y tradicionales de la cocina manabita, también se ofrecerá servicio de tarjetas de crédito y débito. La música que brindará el establecimiento serán pasillos y música clásica manabita.

### **3.1.3.- Horarios de atención**

El horario de atención del establecimiento será fijado de acuerdo al estudio de mercado realizado en el sector y tomando como referencia a los datos obtenidos en las encuestas y la observación a la competencia. Adicionalmente se extenderá unas horas ya que dentro de la carta se ofertarán platillos que se podrán degustar en la noche.



El Restaurante “Ollita de Barro” para poder brindar un mejor servicio a sus clientes pretende abrir sus puertas de lunes a domingo.

A continuación se detalla el horario de atención:

**TABLA # 19: Horario de Atención**

HORARIO DE ATENCIÓN		
DIA	APERTURA	CIERRE
Lunes	12H00	22H00
Martes	12H00	22H00
Miércoles	12H00	22H00
Jueves	12H00	22H00
Viernes	12H00	22H00
Sábado	12H00	22H00
Domingo	09H00	17H00

**Elaborado por:** Carolin López S.

### **3.1.4.- Áreas del Proyecto**

De acuerdo al estudio de mercado, al análisis y observación de la competencia, se determinó que el establecimiento deberá tener varias áreas que ayudarán a una mejor distribución y organización dentro del establecimiento.

Las cuales se detallan a continuación:

#### **3.1.4.1.- Área de Cocina**

El área de la cocina será muy amplia y tendrá dos entradas, una de estas estará conectada al área de servicio, mientras que la otra estará ubicada en la parte frontal del restaurante para recibir la mercadería y proveedores, esta será también la puerta de ingreso del personal.

Esta área será equipada con los equipos necesarios como; mesas de trabajo, utensilios, congeladores, cocinas, ducto extractores etc., para poder brindar un servicio eficiente.

### 3.1.4.2.- Área de Servicio

El área de Servicio será destinada a la atención al cliente, tendrá 96 puestos bien distribuidos para dar un servicio de calidad, una barra con cinco sillas, área de caja y facturación, baños para damas y caballeros.

### 3.1.4.3.- Área de bodegas

El restaurante contará con un cuarto frío en el que incluirá refrigeración y congelador para poder almacenar los productos correspondientes. Adicional a esto se pondrá una bodega de abarrotes donde se almacenará diferentes tipos de productos ya sean granos, cereales, conservas, gaseosas etc.

### 3.1.4.4.- Área Administrativa

El área administrativa estará ubicada cerca del área de facturación, contando con dos oficinas para el Gerente y personal administrativo, quienes serán los encargados de brindar un adecuado control y seguimiento en las operaciones financieras y a todas las áreas del restaurante.

**TABLA # 20: Distribución del Restaurante**

<b>DISTRIBUCIÓN O ÁREAS DEL RESTAURANTE</b>
Cocina o Área de producción
Comedor
Caja - Bar
Vestidores del Personal
Servicios higiénicos del personal
Servicios higiénicos de los clientes
Oficinas Administrativas
Equipos de refrigeración
Bodega de Abarrotes
Parqueaderos

**Elaborado por:** Carolin López S.

### 3.1.5.- Planos del proyecto

Los planos del proyecto serán definidos de acuerdo a los 300m<sup>2</sup> de terreno y según las necesidades de espacio para cada ambiente del restaurante.

**Anexo 3:** Planos Arquitectónicos del Restaurante “Ollita de Barro”.

### 3.1.6.- Equipamiento del Establecimiento

Para equipar cada una de las áreas del restaurante se tomará en cuenta todos las maquinarias, equipos, materiales y utensilios necesarios para que este funcione correctamente.

El proyecto estará equipado con lo siguiente:

**TABLA # 21: Materiales para Área de Producción**

ÁREA DE PRODUCCIÓN	
EQUIPOS / MATERIALES	CANTIDAD
Cocinas industriales de 4 hornillas con plancha	2
Horno de Leña	1
Freidora	1
Licuada Industrial	1
Licadoras Oster Classic	2
Cuarto (frío y congelador)	1
Campana extractora	1
Microondas	1
Mesa de trabajo de acero inoxidable	3
Estanterías	4
Bombona de Gas	1
Fregadero de 3 posos	1
Fregadero 2 pozos	2
Balanza digital	2
Sartenes de barro de 30 cm	8
Sartenes de barro de 24 cm	8
Sartenes de barro de 15 cm	8
Ollas de barro con tapa de 20 lt	5

Ollas de barro con tapa de 10 lt	6
Ollas de barro con tapa de 6 lt	10
Ollas de barro esmaltadas 10 lt	5
Ollas de acero inoxidable de 10 lt	5
Ollas de presión grandes	2
Paila de barro 40 cm	10
Paila de barro 30 cm	10
Horno de barro para asar verde 50 cm	3
Cazuela de barro con tapa 50 cm	10
Cazuela de barro con tapa 70 cm	5
Cazuela de barro con tapa 20 cm	5
Bowl 8lt	5
Bowl 4lt	10
Bowl 2lt	10
Bowl 500 ml	10
Cucharón de 12 onzas	5
Pinzas	5
Batidor de mano	5
Cuchareta	10
Cucharas de palo	10
Bandejas de barro para hornear	5
Espátulas para plancha	6
Tabla de picar roja	3
Tabla de picar azul	3
Tabla de picar blanca	3
Tabla de picar verde	3
Tabla de picar café	3
Rallador	3
Pelador	2
Cuchillo cebollero	5
Cuchillo deshuesador	5
Cuchillo fileteador	5
Puntilla	5
Coladores	5
Mazo para carne	2
Abre latas manual	2
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>

**Fuente:** Mercado Libre y Técnica de Observación.  
**Elaborado por:** Carolin López S.

**TABLA # 22: Materiales para el Área de Bodega**

<b>ÁREA DE BODEGA</b>	
<b>EQUIPOS / MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Repisas 4 pisos de 3m largo * 1m ancho	4
Balanza digital	1
Balanza industrial	1
Tachos de plástico grandes	4
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

**Fuente:** Mercado Libre y Técnica de Observación.

**Elaborado por:** Carolin López S

**TABLA # 23: Materiales para el Área del Salón**

<b>ÁREA DEL SALÓN</b>	
<b>EQUIPOS / MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Televisión LED de 40 pulgadas.	2
Consola de audio	1
Decodificador para cable	2
Barra de servicio y caja con silla	1
Computadora	1
Impresora	1
Datafast	1
Mesa rectangular 4 puestos	15
Mesa rectangular 6 puestos	6
Sillas para mesas	100
Sillas altas para bar	5
Salero	20
Pimentero	20
Vasos	100
Tenedor trincherero	100
Cuchillo trincherero	100
Cuchara sopera	100
Cuchara para postre	100
Plato de barro sopero	100
Plato de barro redondo 16 cm	100
Plato de barro redondo 27 cm	100
Plato de barro redondo 24 cm	100
Plato de barro ovalado de 30 cm	100
Plato de barro hondo esmaltado 15 cm	120

Cazuela de barro esmaltada 17cm	60
Cacerola de barro pequeña esmaltada 15cm	60
Fuente de barro ovalada 24*15 cm	80
Fuente de barro ovalada 20*12 cm	60
Tazas de barro grandes esmaltadas	100
Tazas de barro redondas esmaltadas	100
Platillos de barro esmaltados de 12 cm	100
Platillos de barro esmaltados 15 cm	100
Jarra grande de barro	100
Canastillas de paja Toquilla	100
Canastillas clásicas de pan 20 cm	100
Pocillos de barro pequeños	100
<b>TOTAL</b>	<b>2355</b>

**Fuente:** Mercado Libre y Técnica de Observación

**Elaborado por:** Carolin López S.

**TABLA # 24: Materiales para el Servicio Higiénico Clientes**

<b>ÁREA SERVICIO HIGIÉNICO DE CLIENTES</b>	
<b>EQUIPOS / MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Secadores de manos	2
Espejos de 2m*1m	2
Basureros	4
Dispensador de jabón	2
Dispensador de toallas desechables	2
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

**Fuente:** Mercado Libre y Técnica de Observación

**Elaborado por:** Carolin López S.

**TABLA # 25: Materiales para el Área de Vestidores del Personal**

<b>ÁREA VESTIDORES Y SERVICIO HIGIÉNICO DEL PERSONAL</b>	
<b>EQUIPOS / MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Canceles de 0.65cm * 0.75 cm	4
Espejo de 0.90 cm * 1m	1
Basureros	1
Secador de manos	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

**Fuente:** Mercado Libre y Técnica de Observación

**Elaborado por:** Carolin López S.

**TABLA # 26: Materiales para el Área de Oficinas**

<b>ÁREA OFICINA DE ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>EQUIPOS / MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Escritorio con silla	2
Computador	2
Impresora	1
Basureros	2
Archivadores	2
Calculadora	2
Teléfono	1
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

**Fuente:** Mercado Libre y Técnica de Observación

**Elaborado por:** Carolin López S.

**TABLA # 27: Materiales para la Decoración del Restaurante**

<b>DECORACIÓN DEL RESTAURANTE</b>	
<b>EQUIPOS / MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Artesanías	10
Cuadros	6
Esculturas	10
Tarima de Madera	1
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>

**Fuente:** Mercado Libre y Técnica de Observación

**Elaborado por:** Carolin López S.

### **3.1.7.- Fases de producción**

#### **3.1.7.1.- Recepción y control de mercadería**

La recepción de la mercadería se la realizará por la puerta directa a la cocina, ya que tendrá conexión inmediata con el parqueadero esto facilitará al bodeguero entrar a la cocina sin tener que pasar por el área de servicio. Por el tipo de comida que va a ofertar el restaurante éste deberá tener un excelente control de calidad del producto, implementando reglas de manipulación y de higiene. Por el extenso horario del establecimiento y por la cantidad de productos que se van a ofertar los cuales deben estar frescos, el restaurante contará con días y horarios específicos para recibir la mercadería.

Dentro de la cocina estará la balanza eléctrica y la balanza industrial que serán utilizadas al ingreso de cualquier mercadería, donde se tendrá que comprobar que la mercadería receptada posee las mismas cantidades de a orden de compra.

Se debe tener mucho control al momento de almacenar los alimentos en la bodega, en la cámara de frío los cárnicos y mariscos deben tener un tratamiento especial de almacenamiento, deben tener un orden en los refrigeradores y congeladores evitando así cualquier contaminación cruzada. El bodeguero debe tener cuidado a la hora de recibir el producto, debe percatarse de la calidad, peso, color, olor y fecha de vencimiento, de igual forma debe rechazar el producto si este es de mala calidad o no cumple con el requerimiento que hace la empresa.

### **3.1.7.2.- Almacenamiento**

Antes de almacenar los productos en sus respectivas bodegas se debe verificar la fecha de elaboración y vencimiento y si este no la tuviere, deberá ser puesta por la persona responsable.

### **Almacenamiento de Productos perecibles**

#### **Carnes**

Las carnes deben estar congeladas a una temperatura máxima de  $-18^{\circ}\text{C}$  y refrigeradas a una temperatura de  $0^{\circ}$  a  $5^{\circ}\text{C}$ . Las carnes y mariscos deben estar separados y deben identificarse por su tipo, cantidad, fecha de recepción y vencimiento.

#### **Lácteos**

Estos productos estarán rotulados con fecha de elaboración y vencimiento y almacenados a una temperatura de  $0^{\circ}$  a  $5^{\circ}\text{C}$ . El yogurt, queso, leche y demás derivados serán almacenados en su empaque original y serán lavados antes de ingresar a la cámara de frío.



## **Huevos**

Los huevos deben ser retirados de las cajas de cartón en la que vienen, deben ser lavados, y colocados en cubetas de plástico y almacenados a una temperatura de 6° a 8°C.

## **Hortalizas y frutas**

Se retirarán de su embalaje original, se acondicionarán en recipientes plásticos debidamente higienizados y separados por clases. Estos alimentos deberán permanecer en una temperatura de 6° a 8°C y las verduras que estén en congelación deberán permanecer en 18°C.

## **Almacenamiento de productos no perecibles**

### **Artículos secos**

Serán almacenados en la bodega de abarrotes en estanterías, los cuales deben estar organizados y clasificados de acuerdo al tipo de alimento, debiendo figurar la fecha fabricación y de vencimiento. Ejemplo: frutos secos, cereales, maní en pasta, aceite, enlatados etc.

### **Artículos de limpieza**

Estos artículos serán almacenados en la bodega de abarrotes, en estanterías alejados de los artículos secos y estarán debidamente identificados.

### **3.1.8.-Requisiciones**

Para realizar la requisición se tomará en cuenta el stock máximo y el stock mínimo para cada bodega, para realizar la requisición se tomará una hoja de compra que incluyen todos los productos que necesita el establecimiento para funcionar, la cual una vez llena debe ser firmada por el gerente o la administración.

Cada persona será responsable de la cantidad y producto que solicite, entre los cuales están:

- El chef principal y en caso de ausencia será remplazado por el cocinero.
- El Administrador del Restaurante y en su ausencia asumirá una persona de confianza.
- Bodeguero

De la requisición habrán 2 copias una para realizar las compras y otra que tendrá la administración quien se encargará de confirmar que la factura de compra concuerde con lo solicitado.

### **3.1.9.- Inventarios**

Esta es una de las etapas más importantes dentro del control de los productos en un restaurante, existen muchas maneras de llevar un inventario, actualmente se conoce los métodos LIFO, FIFO Y PROMEDIO que son los más utilizados. Los inventarios se los puede presentar en forma diaria, semanal, quincenal, mensual, semestral y anual.

Las personas encargadas de realizar los inventarios en el restaurante lo presentarán de forma quincenal, tomando en cuenta que cada entrada o salida de producto de las bodegas debe hacerse diariamente.

### **3.1.10.- Proveedores**

Los proveedores son parte fundamental del negocio, ya que si no hay producto no hay comida y por tal razón no hay clientes, para poder calificar a un proveedor debe tener una carta de presentación con una amplia gama de productos que oferta, al momento de elegir a un proveedor se debe tomar en cuenta dos factores importantes que son el costo y la calidad del producto. Es muy importante abaratar costos sin perder la calidad de los productos.

Los productos que se debe tener más cuidado a la hora de adquirirlos son las carnes y mariscos, estos deben estar frescos, limpios y con buen olor. Por lo que sería recomendable tener dos proveedores en caso de que alguno no cumpla con lo estimado.

El restaurante “ollita de Barro” contará con un proveedor directo que transportará la carne, mariscos y algunas legumbres directamente desde la provincia de Manabí. Esto con el fin de que el producto sea fresco y no pierda las características y frescura de su origen.

El pago a proveedores se lo realizará según el contrato a 30, 60 o 90 días, y se los realizará los viernes desde las 15:00 a 17:00 horas.

El resto de productos serán adquiridos con proveedores locales.

**TABLA # 28: Proveedores del Restaurante**

<b>PROVEEDORES RESTAURANTE “OLLITA DE BARRO”</b>	
<b>GRUPOS</b>	<b>LUGAR DE ADQUISICIÓN</b>
Conservas y víveres	Santa María, Mi Comisariato, Supermaxi
Fruver (Frutas y verduras)	Mercado Iñaquito y Proveedor directo del Cantón Pedernales
Lácteos (Leche, queso, huevos)	Proveedor directo del Cantón Pedernales
Carnes (Res, aves, mariscos)	Proveedor directo del Cantón Pedernales
Bebidas	Arca Continental y Pilsener
Productos de limpieza	Santa María, Mi Comisariato, Supermaxi
Equipos de computación	Infolink Cía. Ltda.
Muebles de oficina y salón	Proveedor directo del cantón Montecristi
Decoración y Artesanías	Proveedor directo del cantón Montecristi

**Elaborado por:** Carolin López S.

### 3.1.11.- La carta

La carta del restaurante estará diseñada según la temática del restaurante, especializada en la gastronomía manabita, la cual incluirá los platos tradicionales y más conocidos de la provincia. La carta del Restaurante “Ollita de Barro” estará conformada por grupos de: estradas, sopas, platos fuertes, postres y bebidas.

El estilo que se dará a la carta será un diseño tradicional, con la portada de una olla de barro y con el nombre del restaurante, en la primera hoja se podrá observar una breve descripción de Manabí y su exquisita Gastronomía, en la segunda hoja estará el primer grupo de platos con su respectivo precio, y así sucesivamente pasará con el resto de platillos que oferta el restaurante.

**Anexo 4:** Carta del Restaurante “Ollita de Barro”.

### 3.1.12.- Receta Estándar

La receta estándar es un instrumento fundamental a la hora de elaborar los platillos, esta herramienta se la utiliza para estandarizar precios, ingredientes, cantidad y porciones. Esta es una herramienta muy importante para el cocinero pues en esta se basa para hacer cada plato, incorporando los pesos, ingredientes y procedimiento que se indican en la receta, para así obtener el producto final.

El restaurante contará con 2 tipos de recetas estándar, una para la administración la cual incluirá ingredientes cantidades y costos y otra para el área de cocina la cual incluirá solo cantidades ingredientes y procedimiento.

**TABLA # 29: Costos Receta Estándar**

No	GRUPO	PRODUCTO	RECETA ESTANDAR			CARTA	
			COSTO x PAX	PRECIO DE VENTA SUGERIDO	% COSTO DE VENTA	PRECIO DE VENTA	% COSTO DE VENTA
1	Entrada	Empanada de Queso	0,21	0,85	25%	1,25	16,80%
2	Entrada	Empanada de Pollo	0,23	0,93	25%	1,25	18,40%
3	Entrada	Bolón de Queso	0,21	0,85	25%	1,25	16,80%
4	Entrada	Muchines de Yuca	0,23	0,91	25%	1,25	18,40%

5	Entrada	Tortillas de Maíz	0,23	0,93	25%	1,25	18,40%
6	Entrada	Pastelillo	0,30	1,19	25%	1,25	24,00%
7	Entrada	Torta de Choclo	0,47	1,88	25%	2,25	20,89%
8	Entrada	Bollos	0,48	1,91	25%	2,25	21,33%
9	Sopa	Caldo de Legumbres	0,57	1,91	30%	2,75	20,73%
10	Sopa	Caldo de Gallina	0,68	2,27	30%	2,75	24,73%
11	Sopa	Caldo de Bolas de Verde	0,56	1,86	30%	2,75	20,36%
12	Sopa	Suero Blanco	0,73	2,43	30%	3,50	20,86%
13	Sopa	Viche de Pescado	1,10	3,67	30%	5,50	20,00%
14	Sopa	Viche de Camarón	1,17	3,88	30%	5,50	21,27%
15	Sopa	Viche de Cangrejo	1,12	3,72	30%	5,50	20,36%
16	Sopa	Encocado de Cangrejo	1,14	3,82	30%	6,00	19,00%
17	Sopa	Sopa Marinera	1,63	5,45	30%	6,50	25,08%
18	Plato Fuerte	Ceviche de Camarón	1,57	4,47	35%	6,00	26,17%
19	Plato Fuerte	Ceviche de Pescado con maní	1,50	4,30	35%	6,00	25,00%
20	Plato Fuerte	Ceviche de Concha	1,82	5,20	35%	6,00	30,33%
21	Plato Fuerte	Cazuela de Pescado	1,08	3,09	35%	6,50	16,62%
22	Plato Fuerte	Cazuela de Camarón	1,21	3,45	35%	6,50	18,62%
23	Plato Fuerte	Cazuela de Mariscos	1,88	5,38	35%	6,50	28,92%
24	Plato Fuerte	Arroz Marinero	1,87	5,34	35%	6,50	28,77%
25	Plato Fuerte	Tonga	0,95	2,73	35%	3,50	27,14%
26	Plato Fuerte	Estofado de Pollo	0,92	2,62	35%	3,50	26,29%
27	Plato Fuerte	Pescado al Horno	1,67	4,76	35%	5,50	30,36%
28	Postre	Natilla	0,37	1,22	30%	1,50	24,67%
29	Postre	Bizcochuelo con Manjar	0,44	1,47	30%	1,50	29,33%
30	Postre	Alfajor con Manjar	0,39	1,32	30%	1,50	26,00%
31	Postre	Torta de Maduro	0,43	1,42	30%	1,50	28,67%
32	Postre	Arroz con Leche	0,37	1,22	30%	1,50	24,67%
33	Bebidas	Mistela de Piña	0,20	0,80	25%	2,00	10,00%
34	Bebidas	Rompopo	0,37	1,48	25%	2,00	18,50%
35	Bebidas	Chocolate con capiruleta	0,33	1,33	25%	2,00	16,50%
36	Bebidas	Quaker con Naranjilla	0,31	1,22	25%	1,50	20,67%
37	Bebidas	Jugo de Piña	0,18	0,71	25%	1,50	12,00%
38	Bebidas	Jugo de Sandía	0,28	1,10	25%	1,50	18,67%
39	Bebidas	Jugo de Papaya	0,19	0,77	25%	1,50	12,67%
40	Bebidas	Jugo de Limón	0,11	0,44	25%	1,50	7,33%
41	Bebidas	Jugo de Maracuyá	0,21	0,83	25%	1,50	14,00%
42	Bebidas	Jugo de Naranja	0,42	1,68	25%	2,00	21,00%
<b>TOTAL</b>			<b>30,13</b>	<b>96,81</b>	<b>29%</b>	<b>133,75</b>	<b>21,20%</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Anexo 5: Receta Estándar de los platillos que ofertará el Restaurante “Ollita de Barro”.

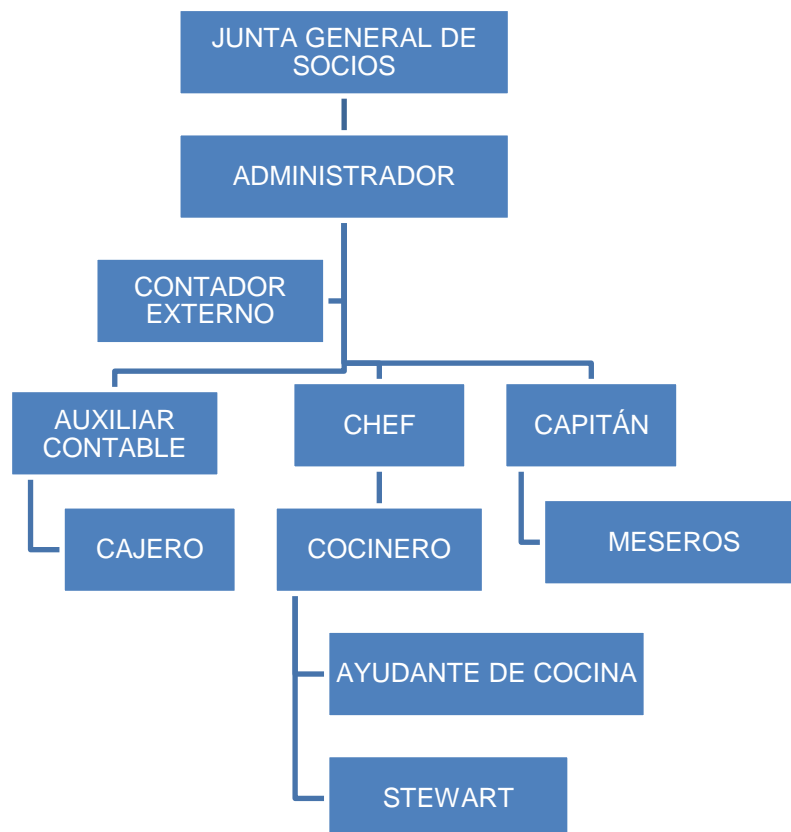
### 3.2.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Describe las funciones y el perfil que el personal debe desempeñar para trabajar en el restaurante, también detalla los aspectos legales que debe seguir y acatar el establecimiento para su constitución y buen funcionamiento.

#### 3.2.1.-Estructura Administrativa

Es muy importante ya que en esto radica el correcto funcionamiento y el adecuado control de cada una de las áreas del restaurante. La estructura administrativa establece relación entre los niveles, es decir existen niveles jerárquicos de autoridad y subordinados, los cuales deben cumplir diferentes funciones y responsabilidades.

##### 3.2.1.1.- Organigrama Funcional



**IMAGEN # 6:** Organigrama Funcional  
Elaborado por: Carolin López S.

### 3.2.1.2.- Descripción de funciones del personal

**TABLA # 30: Personal del Restaurante**

<b>PERSONAL DE “OLLITA DE BARRO”</b>	
<b>CARGO</b>	<b># DE PERSONAS</b>
Administrador	1
Auxiliar contable	1
Chef	1
Cajeros	3
Cocinero	1
Ayudante de cocina	2
Stewart	1
Capitán	1
Meseros	4
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>

Elaborado por: Carolin López S.

#### **Nivel Administrativo**

En el nivel administrativo se encuentran la Junta General de Accionistas, El Administrador, el Auxiliar Contable y Cajeros.

Los puestos que se describirán a continuación serán los del Administrador, el Auxiliar Contable y Cajeros, ya que el Contador es externo y no forma parte directa del Restaurante y la Junta General de Accionista solo interviene en un inicio en la conformación de la empresa y no tiene permitido intervenir en la Administración del Restaurante, la junta recibe reportes de cómo marcha el Restaurante y las utilidades correspondientes.

#### **Administrador:**

Es la persona encargada de la empresa, sobre esté recae toda la responsabilidad de planificar, organizar, coordinar y controlar el buen desempeño administrativo y financiero del restaurante. Entre sus funciones están:

- Autorizaciones de compras y realizar los pagos a proveedores.
- Analizar la situación financiera de la empresa y reportar todas las actividades a la Junta General de Accionistas.
- Se encarga de la contratación del personal y pago de nómina.
- Publicidad del Restaurante.
- Control de calidad, de inventarios y costos de los productos elaborados en el restaurante.
- Control de limpieza del local.
- Control de facturación y cuadros de caja.
- Mantener el buen servicio y calidad del restaurante.

**Auxiliar Contable:**

Esta persona tiene como responsabilidades ser soporte para el área administrativa, tanto para el Administrador como para el Contador. Entre sus funciones están:

- Redactar cualquier oficio o memo que solicite el Gerente.
- Ingresar todas las facturas de compra y venta al sistema.
- Control, recaudación y archivo de todos los documentos contables y legales de la empresa.
- Elaboración de contratos de trabajadores.
- Control y manejo de Agenda.



- Encargada de receptor la requisición y realizar los pedidos a los proveedores.

### **Cajeros:**

Son los encargados de receptor el dinero por la venta de los platillos que oferta el establecimiento. Entre sus funciones están:

- Abrir y cerrar el restaurante en los horarios establecidos.
- Realizar el cuadro y reporte de caja al de apertura y cierre.
- Facturar los consumos de cada mesa.
- Recoger las sugerencias o quejas de los clientes.
- Manejo de Caja Chica
- Mantener sueltos en caja para dar un mejor servicio.
- Recibir efectivo cheque o tarjetas de crédito por concepto de ventas, siguiendo los procedimientos y normas establecidas por el restaurante.
- Mantener el cubículo de caja limpio y en buen estado.
- Entregar al gerente el cuadro de caja con las facturas y dinero correspondiente.
- Participar en el control de los inventarios del restaurante.
- Tendrán como función adicional ser anfitriones del establecimiento, ser soporte y guía para el cliente.

## **Nivel Operativo**

En este nivel están todos los cargos que operan dentro del servicio y cocina del restaurante, es decir; el Chef, Cocineros, Ayudantes de Cocina, Stewart, Capitán y Meseros. A continuación se detalla las funciones que cada uno de ellos debe cumplir para que el restaurante funcione de una manera exitosa.

### **Chef:**

Su función principal es trabajar en conjunto con el área administrativa, el equipo de cocina y de servicio. Sus funciones son:

- Elabora de las recetas estándar que ofertará el restaurante.
- Controla al personal de cocina y servicio.
- Controla el buen desempeño en producción y correcta manipulación de alimentos.
- Controla pedidos que soliciten para abastecer la cocina y elaboración de requisiciones.
- Controla el buen funcionamiento del área del restaurante.
- Controla que se cumplan las normas de higiene y sanitación dentro del establecimiento.
- Control de Stocks de productos para la producción.
- Control e inventario de equipos del restaurante.

## **Cocineros:**

El cocinero debe ser el apoyo del chef, su mano derecha en quien confía para la preparación de los alimentos. Sus funciones serán:

- La preparación tradicional de los platos manabitas según las recetas estándar.
- Se encargará del despacho de los platos junto con los ayudantes.
- Limpieza de la estación.
- Encargado de la cocina cuando el Chef no se encuentre.
- Encargado de la requisición cuando el Chef no esté en el establecimiento.
- Reportar al Chef la falta de materia prima.

## **Ayudantes de Cocina:**

El ayudante es la persona encargada de colaborar con todo lo necesario dentro de la cocina para que la producción y salida de platos sea un éxito. Las funciones encomendadas son:

- Elaboración de mise en place.
- Mantener limpios los equipos de cocina y estación de trabajo.
- Almacenaje de materia prima.
- Apoyo en la preparación de alimentos.
- Despachar los platos listos.

**Stewart:**

Es el encargado de tener toda la vajilla lista para ser utilizada. Sus funciones son:

- Mantener limpia la cocina
- Limpieza de vajilla, cubertería, ollas y demás utensilios.
- Apoyo al cocinero y ayudante de cocina en caso de ser necesario.
- Encargado de recolectar y despachar la basura.

**Capitán:**

El capitán o supervisor, será el encargado de controlar el correcto funcionamiento del área del restaurante, tanto en el servicio, despacho y limpieza del lugar de trabajo. Entre sus funciones están:

- Control y organización en el área de servicio.
- Participación de rangos a los meseros.
- Atención al cliente y tomar las órdenes o pedidos.
- Ingresar las comandas al sistema para facilitar la facturación y el despacho del plato en cocina.
- Limpieza del área de servicio.
- Controlar la vestimenta e higiene de los meseros.
- Pulir utensilios para el servicio.

- Controlar el Stock de utensilios de servicio.
- Requisición de utensilios de servicio.
- Verificar calidad y temperatura de los platos a servir.

### **Meseros:**

Su función principal es atender a los clientes que ingresen al restaurante, la presentación y atención que brinden debe ser cordial y amable para de esta forma ofrecer un buen servicio y captar más clientela. A continuación se detallan sus funciones:

- Tomar las órdenes de las mesas a su cargo e ingresarlas al sistema.
- Limpieza del área de servicio.
- Guía para los clientes a la hora de querer elegir el plato a degustar.
- Pulir los utensilios para el servicio.
- Sugerir platos de la carta a los clientes.
- Verificar calidad y temperatura de los platos antes de servir.

### **Perfil de puestos**

A continuación se detallaran las características, conocimientos y requerimientos que se debe cumplir para cada perfil Administrativo y Operativo del restaurante, con el fin de consolidar la empresa y poder brindar un servicio de calidad a los clientes.

**TABLA # 31: Perfil del Personal del Restaurante**

<b>PERFIL DE TRABAJADORES DEL RESTAURANTE “OLLITA DE BARRO”</b>	
<b>PERFIL ADMINISTRATIVO – ADMINISTRADOR</b>	
<b>CARGO:</b>	Administrador
<b>FORMACIÓN:</b>	Título de Tercer Nivel en Administración Gastronómica o Empresas Hoteleras.
<b>SEXO:</b>	Masculino o Femenino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 1 año en negocios afines.
<b>COMPETENCIA:</b>	Liderazgo, Ética profesional, pensamiento analítico, buenas relaciones interpersonales.
<b>PERFIL ADMINISTRATIVO – AUXILIAR CONTABLE</b>	
<b>CARGO:</b>	Auxiliar Contable.
<b>FORMACIÓN:</b>	Cursando los primeros años de Universidad en carreras contables.
<b>SEXO:</b>	Femenino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 1 año.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, Ética profesional, compromiso, pensamiento analítico, rapidez, calidad de trabajo.
<b>PERFIL ADMINISTRATIVO – CAJEROS</b>	
<b>CARGO:</b>	Cajera.
<b>FORMACIÓN:</b>	Estudios superiores en Gastronomía u Hotelería.
<b>SEXO:</b>	Femenino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 1 año.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, Ética profesional, responsabilidad, pensamiento analítico, calidad de trabajo.
<b>OBSERVACIÓN:</b>	Para este puesto se requiere de mujeres autóctonas de la provincia de Manabí.
<b>PERFIL OPERATIVO – CHEF</b>	
<b>CARGO:</b>	Chef o Jefe de Cocina.
<b>FORMACIÓN:</b>	Título de Tercer Nivel en Gastronomía.
<b>SEXO:</b>	Masculino o Femenino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo 2 años.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, ética profesional, creatividad, organización, calidad de trabajo.
<b>PERFIL OPERATIVO – COCINERO</b>	
<b>CARGO:</b>	Cocinero.
<b>FORMACIÓN:</b>	Título de Bachiller o Estudiante de Gastronomía.
<b>SEXO:</b>	Masculino o Femenino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 2 años en cocina manabita.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, pro actividad, responsabilidad, orientación al aprendizaje, calidad de trabajo.
<b>OBSERVACIÓN:</b>	Para este puesto, se requiere de un cocinero autóctono de la Provincia de Manabí.
<b>PERFIL OPERATIVO – AYUDANTE DE COCINA</b>	
<b>CARGO:</b>	Ayudante de Cocina.
<b>FORMACIÓN:</b>	Título de Bachiller o Estudiante de Gastronomía.
<b>SEXO:</b>	Masculino o Femenino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 1 año en cocina manabita.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, pro actividad, responsabilidad, orientación al aprendizaje, calidad de trabajo.
<b>OBSERVACIÓN:</b>	Para este puesto, se requiere de personal autóctono de la Provincia de Manabí.

<b>PERFIL OPERATIVO – STEWART</b>	
<b>CARGO:</b>	Stewart.
<b>FORMACIÓN:</b>	Título de Bachiller.
<b>SEXO:</b>	Masculino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 1 año de experiencia.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, pro actividad, responsabilidad, orientación al aprendizaje, calidad de trabajo.
<b>OBSERVACIÓN:</b>	Hombre, puesto que dentro del menaje del restaurante existen ollas pesadas.
<b>PERFIL OPERATIVO – CAPITÁN O JEFE DE MESEROS</b>	
<b>CARGO:</b>	Capitán.
<b>FORMACIÓN:</b>	Estudios superiores en Hotelería.
<b>SEXO:</b>	Femenino
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 1 año.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, pro actividad, buenas relaciones interpersonales, calidad de trabajo.
<b>OBSERVACIÓN:</b>	Se requiere de una mujer autóctona de la Provincia de Manabí.
<b>PERFIL OPERATIVO – MESEROS</b>	
<b>CARGO:</b>	Mesera.
<b>FORMACIÓN:</b>	Estudios superiores en Hotelería o carreras afines
<b>SEXO:</b>	Femenino.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo de 1 año.
<b>COMPETENCIA:</b>	Conocimiento, pro actividad, buenas relaciones interpersonales, calidad de trabajo.
<b>OBSERVACIÓN:</b>	Mujeres autóctonas de la Provincia de Manabí, de 20 a 28 años de edad.

**Elaborado por:** Carolin López S.

#### **3.2.1.4.- Horario de trabajo**

El horario de trabajo está calculado de tal forma que todos los trabajadores laboren 40 horas semanales como lo exige la ley. Dentro del horario está contemplado media hora de almuerzo para el personal.

Si por alguna razón se requiere que los empleados laboren horas adicionales estas se las reconocerá como horas extra o suplementarias, cancelándolas dentro del rol de pago.

**TABLA # 32: Horario de Trabajo del Personal**

<b>HORARIO DEL PERSONAL “OLLITA DE BARRO”</b>							
<b>CARGO</b>	<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIÉRCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SÁBADO</b>	<b>DOMINGO</b>
<b>Administrador</b>	13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-18:00	
<b>Auxiliar Contable</b>	10:00-18:00	10:00-18:00	10:00-18:00	10:00-18:00	10:00-18:00		
<b>Cajero 1</b>	12:00-19:00	12:00-19:00		12:00-19:00	12:00-19:00	12:00-19:00	08:30-13:30
<b>Cajero 2</b>		15:00-22:00	15:00-22:00	15:00-22:00	13:00-22:00	13:00-22:00	10:30-15:30
<b>Cajero 3</b>	13:00-20:00		13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	12:30-17:30
<b>Chef</b>			11:00-19:00	12:00-20:00	12:00-20:00	11:00-19:00	09:30-17:30
<b>Cocinero</b>	11:00-18:00	11:00-18:00		11:00-18:00	11:00-18:00	11:00-18:00	08:30-13:30
<b>Ayudante de Cocina 1</b>		12:00-19:00	12:00-19:00	12:00-19:00	12:00-19:00	12:00-19:00	10:30-15:30
<b>Ayudante de Cocina 2</b>	15:00-22:00	15:00-22:00		15:00-22:00	15:00-22:00	15:00-22:00	12:30-17:30
<b>Stewart</b>		15:00-22:00	15:00-22:00	15:00-22:00	15:00-22:00	15:00-22:00	12:30-17:30
<b>Capitán</b>	12:00-19:00	12:00-19:00		12:00-19:00	12:00-19:00	12:00-19:00	08:30-13:30
<b>Mesero1</b>		15:00-22:00	15:00-22:00	15:00-22:00	15:00-22:00	13:00-22:00	10:30-15:30
<b>Mesero 2</b>	13:00-20:00		13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	12:30-17:30
<b>Mesero 3</b>	12:00-19:00	12:00-19:00		12:00-19:00	12:00-19:00	12:00-19:00	08:30-13:30
<b>Mesero 4</b>	13:00-20:00		13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	13:00-20:00	12:30-17:30

**Elaborado por:** Carolin López S.

### **3.2.2.- Aspectos Legales**

El Restaurante “Ollita de Barro” se pretende constituir como una empresa por lo cual cumplirá con todas las normas, aspectos y estatutos legales necesarios para su creación, así como lo solicita a Superintendencia de compañías y el Municipio Metropolitano de Quito.

Por esta razón se procederá a sacar todos los permisos y pagos de obligaciones necesarias para que el establecimiento comience a funcionar de manera correcta.



### **3.2.2.1.- Estructura Legal del Restaurante**

La estructura legal es el primer requisito para crear una empresa según la Superintendencia de compañías y la ley vigente en el país, el primer paso es constituir a la empresa ya sea en una entidad tipo familiar con límites de socios (compañía limitada), con un capital cerrado o una entidad sin límites de socios (sociedad anónima), con un capital abierto que pueda cotizarse en el mercado bursátil.

El restaurante “Ollita de Barro” será creado bajo el perfil de Compañía de Responsabilidad Limitada, para lo cual deberá conformarse por mínimo 2 y máximo 15 socios, los cuales aportarán con valores que responden a un capital cerrado, con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la bolsa de valores, esta información la corrobora (Télegrafo, 2013).

### **3.2.2.2.- Constitución del Restaurante**

“Ollita de Barro” será una empresa constituida por 4 accionistas que serán personas de una misma familia, quienes invertirán un capital cerrado con el fin de generar rentabilidad y crecimiento para el establecimiento. Según la publicación del diario El Télegrafo, (2013) basada en la ley de compañías, para la creación y constitución del restaurante es necesario realizar los siguientes trámites:

- Reservar el nombre escogido para la empresa en el Balcón de Servicios de la Superintendencia de Compañías.
- Elaborar los estatutos que son validados a través de una minuta firmada por un abogado.
- Abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco del país.
- Elevar a escritura pública el estatuto social en una notaría.
- Llevar a aprobación la escritura pública de estatutos a la Superintendencia de Compañías.

- Publicación de la resolución que emite la Superintendencia de Compañías, en un diario del país.
- Obtención de permisos municipales, para lo cual se debe pagar la patente municipal y solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones.
- Inscripción de la compañía en el Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa.
- Realizar la Junta General de Accionistas, donde se nombre al presidente, gerente, etc.
- Obtener los documentos habilitantes en la Superintendencia de Compañías una vez realizada la inscripción en el Registro Mercantil.
- Inscribir el nombramiento del Representante en el Registro Mercantil.
- Obtención de Ruc en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Obtención de la carta para el Banco emitida por la Superintendencia de Compañía, luego de haber sacado el Ruc de la empresa.

### **3.2.2.3.- Permisos y Documentación**

#### **Registro Único de Contribuyentes (RUC):**

(SRI, 2015) En su página web detalla que estos son los documentos necesarios para sacar el Ruc como persona Jurídica:

- Formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia del nombramiento del Representante Legal.
- Copias a color de cédula y papeleta de Votación del Representante Legal.
- Planilla de servicio básico.

#### **Patente municipal o Licencia Única de Funcionamiento:**

(Trámites-Ecuador, 2015) Dice que los documentos necesarios para sacar la Patente Municipal por primera vez son:

- Formulario de inscripción de patente. (Descargar en la página del Municipio).
- Acuerdo de Responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación del Representante Legal.
- Copia del RUC.
- Correo electrónico y número de teléfono del Representante Legal
- Copia de la Escritura de Constitución de la Empresa.
- Copia del nombramiento del Representante Legal.

### **Registro del ministerio de Turismo:**

(Ministerio-Turismo, 2013) Desarrolla una campaña para el registro de establecimientos turísticos, para lo cual es importante presentar los documentos que se detallan a continuación:

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos de tratarse de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del Representante Legal.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social o nombre del establecimiento.
- Copia del título de propiedad o carta de pago del Impuesto predial en caso de ser el dueño o contrato de arrendamiento del local.
- Lista de inventario de bienes valorados del establecimiento.
- Fotocopias de las instalaciones del establecimiento.

### **Cuerpo de Bomberos:**

El (Cuerpo-Bomberos, 2015) indica los requisitos para el permiso de funcionamiento:

- Copia del RUC y
- Copia y original de la cédula de identidad del Representante Legal de la Empresa.
- Informe favorable de la inspección.

### **Permiso Sanitario:**

(Ministerio-Salud, 2015) Detalla los requisitos para el permiso de funcionamiento de los locales.

- Formulario de Solicitud llenado y suscrito por el propietario.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad del Representante Legal del establecimiento.
- Nombramiento del Representante Legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento.
- Certificados de salud de los empleados de la empresa.
- Comprobante de pago por derecho de permiso de funcionamiento.
- Costo del Permiso de Funcionamiento.

### **Afiliación a la cámara Provincial de Turismo de Pichincha C.A.P.T.U.R.:**

(CAPTUR, 2015) En su página web hace referencia de los documentos necesarios para la afiliación.

- Formulario de afiliación debidamente lleno.
- Copia y original de la cédula de identidad del Representante Legal de la Empresa.
- Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía.
- Copia del Nombramiento de Representante Legal.
- Copia de Certificado de Registro del ministerio de Turismo.
- Copia del RUC.
- Cancelar la cuota correspondiente a la afiliación.

### **3.3.- ESTUDIO DE IMPACTOS**

#### **3.3.1.-Impacto Ambiental**

Al Impacto Ambiental se lo puede definir como los daños o beneficios que se puede causar al ecosistema por conceptos una actividad humana sobre el medio ambiente.

#### **3.3.2.-Plan de manejo Ambiental**

EL plan de manejo ambiental contempla los siguientes programas:

- Prevención y Reducción de Contaminación Ambiental.
- Gestión de Compras y correcto almacenamiento.
- Programa de Seguridad Industrial y salud ocupacional.
- Plan de contingencia y emergencia Ambientales.
- Mitigación en manejos de Residuos sólidos y líquidos.

Este proyecto al ser un local arrendado y ubicado en dentro del sector urbano de la ciudad de Quito tendrá los siguientes impactos:

- Impacto Cultural.
- Generación de empleos.
- Alteraciones Socioeconómicas
- Impacto de desperdicios y desechos.

#### **3.3.3.-Ficha Ambiental y Matriz de Impactos**

A continuación se detallan una Ficha Ambiental y una Matriz de Impactos que contienen datos de ubicación y ambientales que generará el restaurante Ollita de Barro, fundamentos que ayudarán a saber qué tipos de impactos se generarán y cuál será la manera que contrarrestarlos.

**TABLA # 33: Ficha Ambiental**

<b>Ficha Ambiental</b>			
<b>Restaurante "Ollita de Barro"</b>			
<b>Nombre del Proyecto:</b>	Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida Manabita en el sector Norte de Quito.	Código:	001
		Fecha:	22/05/2015
<b>Localización del Proyecto:</b>	<b>Provincia:</b> Pichincha		
	<b>Cantón:</b> Quito		
	<b>Parroquia:</b> Eugenio Espejo		
	<b>Sector:</b> Plaza de Toros		
<b>Auspiciado Por:</b>	<b>Ministerio de:</b>		
	<b>Gobierno provincial:</b>		
	<b>Gobierno Municipal:</b>		
	<b>Otro:</b> Negocio Propio		
<b>Tipo de Proyecto:</b>	<b>Abastecimiento de agua:</b>		
	<b>Agricultura y ganadería:</b>		
	<b>Amparo y bienestar social:</b>		
	<b>Protección áreas naturales:</b>		
	<b>Educación:</b>		
	<b>Hidrocarburos:</b>		
	<b>Industria y comercio:</b>		
	<b>Minería:</b>		
	<b>Pesca:</b>		
	<b>Salud:</b>		
	<b>Saneamiento ambiental:</b>		
	<b>Turismo:</b>		
	<b>Vialidad y transporte:</b>		
	<b>Otros:</b> Alimentos y Bebidas		
Establecimiento de Comida Típica Manabita.			
<b>Descripción del proyecto:</b>	Es un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida manabita, en el sector norte de la ciudad de Quito, que pretende dar a conocer la gastronomía tradicional de Manabí, su cultura y sus costumbres con la ayuda de su música, artesanías, cultura y una decoración típica y ancestral que pretenden fomentar el crecimiento turístico de la provincia y del país.		

<b>Nivel de los estudios Técnicos del proyecto:</b>	Idea o pre-factibilidad	
	Factibilidad	X
	Definitivo	
<b>Categoría del Proyecto:</b>	Construcción	
	Rehabilitación	
	Ampliación o mejoramiento	
	Mantenimiento	
	Equipamiento	
	Capacitación	
	Apoyo	
	Otro: Restaurante	X
<b>Datos del Promotor/Auspiciante</b>		
Nombre o Razón Social:	Restaurante "Ollita de Barro"	
Representante legal:	Carolin López	
Dirección:	Av. Amazonas e Isla Floreana	
Sector: Plaza de Toros	Ciudad: Quito	Provincia: Pichincha
Teléfono: 2505137	Fax: 2505137	E-mail: ollitadebarro@gmail.com
<b>Características del Área de Influencia</b>		
<b>Caracterización del Medio Físico - Localización</b>		
<b>Región geográfica:</b>	Costa	
	Sierra	X
	Oriente	
	Insular	
<b>Coordenadas:</b>	Geográficas	
	UTM	X
<b>Altitud:</b>	A nivel del mar	
	Entre 0 y 500 msnm	
	Entre 501 y 2.300 msnm	
	Entre 2.301 y 3.000 msnm	X
	Entre 3.001 y 4.000 msnm	
	Más de 4000 msnm	

<b>Clima</b>			
<b>Temperatura</b>	Cálido-seco	Cálido-seco (0-500 msnm)	
	Cálido-húmedo	Cálido-húmedo (0-500 msnm)	
	Subtropical	Subtropical (500-2.300 msnm)	
	Templado	Templado (2.300-3.000 msnm)	X
	Frío	Frío (3.000-4.500 msnm)	
	Glacial	Menor a 0°C en altitud (>4.500 msnm)	
<b>Geología, geomorfología y suelos</b>			
<b>Ocupación actual del Área de influencia:</b>	Asentamientos humanos		
	Áreas agrícolas o ganaderas		
	Áreas ecológicas protegidas		
	Bosques naturales o artificiales		
	Fuentes hidrológicas y cauces naturales		
	Manglares		
	Zonas arqueológicas		
	Zonas con riqueza hidrocarburífera		
	Zonas con riquezas minerales		
	Zonas de potencial turístico		X
	Zonas de valor histórico, cultural o religioso		
	Zonas escénicas únicas		
	Zonas inestables con riesgo sísmico		
	Zonas reservadas por seguridad nacional		
Otra: Zona Urbano y Comercial		X	
<b>Pendiente del suelo</b>	Llano	El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%.	X
	Ondulado	El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100 %).	
	Montañoso	El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100 %.	



<b>Tipo de suelo</b>	Arcilloso		
	Arenoso		
	Semi-duro		X
	Rocoso		
	Saturado		
<b>Calidad del suelo</b>	Fértil		
	Semi-fértil		
	Erosionado		
	Saturado		
	Otro: Pavimentado		X
<b>Permeabilidad del suelo</b>	Altas	El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente.	X
	Medias	El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.	
	Bajas	El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas.	
<b>Condiciones de drenaje</b>	Muy buenas	No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvias.	X
	Buenas	Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones.	
	Malas	Las condiciones son malas. Existen estancamientos de agua, aún en épocas cuando no llueve.	
<b>Hidrología</b>			
<b>Fuentes</b>	Agua superficial		X
	Agua subterránea		
	Agua de mar		
	Ninguna		
<b>Nivel freático</b>	Alto		X
	Profundo		

<b>Precipitaciones:</b>	Altas	Lluvias fuertes y constantes.	
	Medias	Lluvias en época invernal o esporádica.	X
	Bajas	Casi no llueve en la zona.	
<b>Aire</b>			
<b>Calidad del aire:</b>	Pura	No existen fuentes contaminantes que lo alteren	
	Buena	El aire es respirable, presenta malos olores en forma esporádica o en alguna época del año. Se presentan irritaciones leves en ojos y garganta.	X
	Mala	El aire ha sido poluído. Se presentan constantes enfermedades bronquio-respiratorias. Se verifica irritación en ojos, mucosas y garganta.	
<b>Recirculación de aire:</b>	Muy Buena	Brisas ligeras y constantes Existen frecuentes vientos que renuevan la capa de aire.	
	Buena	Los vientos se presentan sólo en ciertas épocas y por lo general son escasos.	X
	Mala		
<b>Ruido:</b>	Bajo	No existen molestias y la zona transmite calma.	
	Tolerable	Ruidos admisibles o esporádicos. No hay mayores molestias para la población y fauna existente.	X
	Ruidoso	Ruidos constantes y altos. Molestia en los habitantes debido a intensidad o por su frecuencia. Aparecen síntomas de sordera o de irritabilidad.	

<b>Caracterización del Medio Biótico</b>		
<b>Ecosistema:</b>	Páramo	
	Bosque pluvial	
	Bosque nublado	
	Bosque seco tropical	
	Ecosistemas marinos	
	Ecosistemas lacustres	
	Ninguno	X
<b>Flora</b>		
<b>Tipo de cobertura Vegetal:</b>	Bosques	
	Arbustos	
	Pastos	
	Cultivos	
	Matorrales	
	Sin vegetación	X
<b>Importancia de la Cobertura vegetal:</b>	Común del sector	X
	Rara o endémica	
	En peligro de extinción	
	Protegida	
	Intervenida	
<b>Usos de la vegetación:</b>	Alimenticio	
	Comercial	
	Medicinal	
	Ornamental	X
	Construcción	
	Fuente de semilla	
	Mitológico	
	Otro	
<b>Fauna silvestre</b>	Microfauna	
	Insectos	
	Anfibios	
	Peces	
	Reptiles	
	Aves	X
	Mamíferos	

<b>Importancia</b>	Común	X
	Rara o única especie	
	Frágil	
<b>Caracterización del Medio Socio-Cultural</b>		
<b>Demografía</b>		
<b>Nivel de consolidación del área de influencia:</b>	Urbana	X
	Periférica	
	Rural	
<b>Tamaño de la población</b>	Entre 0 y 1.000 habitantes	
	Entre 1.001 y 10.000 habitantes	
	Entre 10.001 y 100.000 habitantes	X
	Más de 100.00 habitantes	
<b>Características étnicas de la Población</b>	Mestizos	X
	Indígena	
	Negros	
	Blancos	
	Otros	
<b>Infraestructura social</b>		
<b>Abastecimiento de agua</b>	Agua potable	X
	Conexión domiciliaria	X
	Agua de lluvia	
	Grifo público	
	Servicio permanente	X
	Racionado	
	Tanquero	
	Acarreo manual	
	Ninguno	
<b>Evacuación de aguas Servidas</b>	Alcantarillado Sanitario	X
	Alcantarillado Pluvial	
	Fosas sépticas	
	Letrinas	
	Ninguno	

<b>Evacuación de aguas Lluvias</b>	Alcantarillado Pluvial	X
	Drenaje superficial	
	Ninguno	
<b>Desechos sólidos</b>	Barrido y recolección	X
	Botadero a cielo abierto	
	Relleno sanitario	
	Otro	
<b>Electrificación</b>	Red energía eléctrica	X
	Plantas eléctricas	
	Ninguno	
<b>Transporte público</b>	Servicio Urbano	X
	Servicio intercantonal	
	Rancheras	
	Canoa	
	Otro	
<b>Vialidad y accesos</b>	Vías principales	X
	Vías secundarias	
	Caminos vecinales	
	Vías urbanas	X
	Otro	
<b>Telefonía</b>	Red domiciliaria	X
	Cabina pública	
	Ninguno	
<b>Actividades socio-económicas</b>		
<b>Aprovechamiento y uso de la tierra</b>	Residencial	
	Comercial	X
	Recreacional	X
	Productivo	
	Baldío	
	Otro	
<b>Tenencia de la tierra:</b>	Terrenos privados	X
	Terrenos comunales	
	Terrenos municipales	
	Terrenos estatales	
<b>Organización social</b>	Primer grado	
	Segundo grado	
	Tercer grado	
	Otra	
	Ninguno	X

<b>Aspectos culturales</b>			
<b>Lengua</b>	Castellano		X
	Nativa		
	Otro		
<b>Religión</b>	Católicos		X
	Evangélicos		
	Otra		
<b>Tradiciones</b>	Ancestrales		X
	Religiosas		X
	Populares		X
	Otras		
<b>Medio Perceptual</b>			
<b>Paisaje y turismo</b>	Zonas con valor paisajístico		
	Atractivo turístico		X
	Recreacional		X
	Otro		
<b>Riesgos Naturales e inducidos</b>			
<b>Peligro de Deslizamientos</b>	Inminente	La zona es muy inestable y se desliza con relativa frecuencia.	
	Latente	La zona podría deslizarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.	
	Nulo	La zona es estable y prácticamente no tiene peligro de deslizamientos.	X
<b>Peligro de Inundaciones</b>	Inminente	La zona se inunda con frecuencia	
	Latente	La zona podría inundarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.	
	Nulo	La zona, prácticamente, no tiene peligro de inundaciones.	X
<b>Peligro de Terremotos</b>	Inminente	La tierra tiembla frecuentemente	
	Latente	La tierra tiembla ocasionalmente (está cerca de o se ubica en fallas geológicas).	
	Nulo	La tierra, prácticamente, no tiembla.	X

Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA # 34: Matriz de Impacto Ambiental**

<b>MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL RESTAURANTE "OLLITA DE BARRO"</b>														
<b>ACTIVIDADES DEL PROYECTO</b>			<b>PLANIFICACIÓN</b>				<b>CONSTRUCCIÓN</b>			<b>OPERACIÓN</b>			<b>TOTAL</b>	
Componentes Ambientales			Rec. Sitio	Diseño Arq.	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Desbroce	Ejecución de Obra	Ingreso de visitantes	Uso de Instalación	Mantenimiento		
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Erosión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Eutrofización	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Aire	Ruido	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
Biótico	Flora	Pérdida de la biodiversidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Pérdida cobertura vegetal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Introducción especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fauna	Introducción especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cambio de patrones de conducta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Disminución tamaños de la población	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ecosistemas	Migración de especies	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Alteración de hábitats	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Socio Económico Cultural	Población Local	Alteración de paisajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Pérdidas de prácticas tradicionales y estilos de vidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Generación de nuevos ingresos alternativos	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
Provisión de fuentes de empleos	0	0	0	0	0	0	0	0	X	0	X	2		
<b>TOTAL</b>			0	0	0	0	0	0	0	5	4	5	14	
<b>Total posibles interacciones: 230</b>			<b>Total Interacciones: 14</b>											

Elaborado por: Carolin López S.

### **3.4.- ESTUDIO FINANCIERO**

El objetivo principal de realizar el estudio financiero es medir la rentabilidad del presente proyecto, mediante el análisis de varios factores que determinarán la factibilidad de la creación del restaurante “Ollita de Barro”, para lo cual se necesita determinar la inversión, los gastos y las ventas que generará el mismo.

#### **3.4.1.- Inversión**

La inversión que se requiere para el restaurante “Ollita de Barro”, será definida de acuerdo al capital que se necesite en cuanto a infraestructura, remodelación, adecuaciones, equipos, muebles, menaje, gastos de constitución, capital de trabajo, etc., para que el establecimiento pueda comenzar a operar correctamente.

Para la creación del restaurante se contará con un plan de inversión que contendrá valores de Propiedad, Planta y Equipo, Activos diferidos y Capital de Trabajo.

##### **3.4.1.1.- Activo Corriente**

Los activos corrientes son de gran importancia para una empresa, ya que con ellos la empresa puede comenzar a operar. Al activo corriente o circulante se lo conoce habitualmente como activos que son susceptibles a convertirse en efectivo en un periodo inferior a un año, inversiones a corto plazo, cartera o inventarios.

En el restaurante “Ollita de Barro” incluirá en la cuenta de inventarios todo el menaje de cocina que posee, para de esta forma llevar un mejor control del stock de utensilios y dar de baja el bien al momento de pérdida o deterioro.



### 3.4.1.2.- Propiedad Planta y Equipo

“La propiedad, planta y equipo representan a los activos que son tangibles, los cuales se han construido, están en construcción o que han sido adquiridos los cuales sirven para la fabricación de otros bienes o servicios, estos activos tangibles se los arrienda, o se los utiliza en la administración, pero la cualidad de estos activos es que no están a la venta por su vida útil que es mayor a un año de utilización”. (Kester, 1980)

#### Menaje de Cocina

Este cuadro detalla todos los utensilios y menaje necesarios para la producción y servicio del restaurante.

**TABLA # 35: Utensilios de Cocina**

UTENSILIOS DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNIUTARIO	P. TOTAL
Sartenes de barro de 30 cm	5	11,00	55,00
Sartenes de barro de 24 cm	5	9,00	45,00
Sartenes de barro de 15 cm	5	7,50	37,50
Ollas de barro con tapa de 20 lt	3	20,40	61,20
Ollas de barro con tapa de 10 lt	5	10,20	51,00
Ollas de barro con tapa de 6 lt	5	6,30	31,50
Ollas de barro esmaltadas 10 lt	5	10,40	52,00
Ollas de acero inoxidable de 10 lt	5	49,37	246,85
Ollas de presión grandes	2	59,30	118,60
Paila de barro 40 cm	5	28,00	140,00
Paila de barro 30 cm	5	22,00	110,00
Horno de barro para asar verde 50 cm	3	25,00	75,00
Cazuela de barro con tapa 50 cm	5	28,00	140,00
Cazuela de barro con tapa 70 cm	5	32,00	160,00
Cazuela de barro con tapa 20 cm	5	24,00	120,00
Bowl 8lt	5	7,30	36,50
Bowl 4lt	5	5,50	27,50
Bowl 2lt	5	3,10	15,50
Bowl 500 ml	5	2,15	10,75
Cucharón de 12 onzas	3	1,30	3,90
Pinzas	3	1,45	4,35

Batidor de mano	5	1,15	5,75
Cuchareta	5	1,25	6,25
Cucharas de palo	5	1,10	5,50
Bandejas de barro para hornear	5	15,20	76,00
Espátulas para plancha	2	1,10	2,20
Tabla de picar roja	2	4,10	8,20
Tabla de picar azul	2	4,10	8,20
Tabla de picar blanca	2	4,10	8,20
Tabla de picar verde	2	4,10	8,20
Tabla de picar café	2	4,10	8,20
Rallador	3	2,30	6,90
Pelador	2	1,10	2,20
Cuchillo cebollero	5	3,30	16,50
Cuchillo deshuesador	2	3,10	6,20
Cuchillo fileteador	2	3,50	7,00
Puntilla	5	1,10	5,50
Coladores	2	3,70	7,40
Abre latas manual	2	1,30	2,60
Salero	25	0,86	21,50
Pimentero	25	0,86	21,50
Vasos	100	0,50	50,00
Tenedor trincherero	100	0,60	60,00
Cuchillo trincherero	100	0,60	60,00
Cuchara sopera	100	0,60	60,00
Cuchara para postre	100	0,40	40,00
Plato de barro sobero	100	1,45	145,00
Plato de barro redondo 16 cm	100	1,80	180,00
Plato de barro redondo 27 cm	100	2,40	240,00
Plato de barro redondo 24 cm	100	2,10	210,00
Plato de barro ovalado de 30 cm	100	2,75	275,00
Plato de barro hondo esmaltado 15 cm	120	1,50	180,00
Cazuela de barro esmaltada 17cm	60	1,80	108,00
Cacerola de barro pequeña esmaltada 15cm	60	1,50	90,00
Fuente de barro ovalada 24*15 cm	50	1,95	97,50
Fuente de barro ovalada 20*12 cm	50	1,75	87,50
Tazas de barro grandes esmaltadas	100	0,99	99,00
Tazas de barro redondas esmaltadas	100	0,60	60,00
Platillos de barro esmaltados de 12 cm	100	1,10	110,00
Platillos de barro esmaltados 15 cm	100	1,25	125,00
Jarra grande de barro	50	1,50	75,00
Canastillas de paja Toquilla	50	0,45	22,50
Canastillas clásicas de pan 20 cm	50	1,45	72,50
Pocillos de barro pequeños	100	1,20	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.343,15</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Muebles y Enseres

El presente cuadro resume los valores que se requieren para los muebles y adecuaciones internas del restaurante.

**TABLA # 36: Muebles y Enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNIUTARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
Barra de servicio y caja con silla	1	450,00	450,00
Mesa rectangular 4 puestos	15	30,00	450,00
Mesa rectangular 6 puestos	6	50,00	300,00
Sillas para mesas	100	30,00	3000,00
Sillas altas para bar	5	25,00	125,00
Canceles de 0.65cm * 0.75 cm	4	60,00	240,00
Espejo de 0.90 cm * 1m	1	20,00	20,00
Archivadores	2	75,00	150,00
Espejos de 2m*1m	2	35,00	70,00
Artesanías	10	6,30	63,00
Cuadros	6	30,00	180,00
Esculturas	10	50,00	500,00
Tarima de Madera	1	250,00	250,00
Escritorio con silla	2	125,00	250,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.048,00</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Equipos de Computo

Los valores de inversión que el restaurante "Ollita de Barro" necesita para los equipos de computación son los siguientes:

**TABLA # 37: Equipos de Computo**

<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNIUTARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
Computador HP	2	550,00	1100,00
Impresora sistema tinta continua	1	280,93	280,93
Computadora Samsung	1	750,00	750,00
Impresora matricial	1	230,00	230,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.360,93</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Equipos de Oficina

A continuación se detalla el valor que se necesita invertir en equipos de oficinas para el correcto funcionamiento del restaurante.

**TABLA # 38: Equipos de Oficina**

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNIUTARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
Televisión LED de 40 pulgadas.	2	750,00	1500,00
Consola de audio	1	330,00	330,00
Decodificador para cable	2	20,00	40,00
Calculadora sumadora Casio	2	70,00	140,00
Teléfono	1	28,90	28,90
Datafast	1	20,00	20,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.058,90</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Maquinaria y Equipos

Estos son los equipos de cocina con los que contará el establecimiento.

**TABLA # 39: Maquinaria y Equipos**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P. UNIUTARIO</b>	<b>P. TOTAL</b>
Cocinas industriales de 4 hornillas con plancha	2	400,00	800,00
Freidora	1	600,00	600,00
Licuada Industrial	1	650,00	650,00
Licadoras Oster Classic	2	45,00	90,00
Cuarto (frío y congelador)	1	3200,00	3200,00
Campana extractora	1	610,00	610,00
Microondas	1	120,00	120,00
Mesas de trabajo de acero inoxidable	3	259,00	777,00
Estanterías	4	110,00	440,00
Bombona de Gas	1	560,00	560,00
Fregadero de 3 posos	1	310,80	310,80
Fregadero 2 pozos	2	250,00	500,00
Balanza digital	2	50,00	100,00
Repisas 4 pisos de 3m largo * 1m ancho	4	220,00	880,00
Balanza digital	1	50,00	50,00
Balanza industrial	1	230,00	230,00
Secador de manos	2	45,00	90,00
<b>TOTAL</b>			<b>10.007,80</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.1.3.- Activos diferidos

Se conoce como Activos Diferidos a los gastos ya pagados pero aún no utilizados, estos son gastos que la empresa no utilizará de forma inmediata sino que los utilizará en el transcurso del tiempo, permaneciendo así como activos. Los rubros que entran dentro de los activos diferidos son los gastos de constitución de la empresa, publicidad prepagada, adecuaciones, etc.

#### Gastos de Constitución:

Estos gastos son necesarios para el inicio de la actividad económica de la empresa, son gastos de carácter obligatorios para la creación de la empresa.

**TABLA # 40: Gastos de Constitución**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Constitución Legal	1000,00
Permisos y Patentes	250,00
Licencia Anual de funcionamiento	125,00
Cuerpo de Bomberos	20,00
Imprevistos (5%)	70,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.465,00</b>

Elaborado por: Carolin López S.

#### Infraestructura:

El siguiente cuadro detalla la inversión en dólares, que se necesita para la adecuación y remodelación del restaurante.

**TABLA # 41: Gastos de Infraestructura**

INFRAESTRUCTURA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNIUTARIO	P. TOTAL
Remodelación Local	1	23.513,10	23.513,10
<b>TOTAL</b>			<b>23.513,10</b>

Elaborado por: Carolin López S.

Éste rubro corresponde al gasto total por adecuaciones, levantamiento e instalación de nuevos materiales para la construcción del restaurante “Ollita de Barro” que estará ubicado en la zona Plaza de Toros, su espacio aproximado para construcción es de 300 m<sup>2</sup>.

**Anexo 6:** Material de readecuación y acabados del restaurante “Ollita de Barro”.

**Publicidad:**

Los rubros que se invertirán en cuanto a publicidad son los siguientes:

**TABLA # 42: Gastos Publicidad**

<b>PUBLICIDAD PREPAGADA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Vallas Publicitarias	200,00
Flyers	150,00
Página Web	150,00
Productos Promocionales	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>700,00</b>

Elaborado por: Carolin López S.

**3.4.1.4.- Capital de trabajo**

“El capital de trabajo que es el excedente de los activos a corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos a corto plazo”. (Perdomo, 2000)

En el Restaurante “Ollita de Barro” el Capital de Trabajo será calculado con el fin de determinar la cantidad de dinero que necesitará el establecimiento para poder comenzar a funcionar sin contar con el dinero proveniente de las ventas,

ya que el restaurante es nuevo y seguramente durante este periodo no facturará lo suficiente como para cubrir los gastos. Este Capital tiene como objetivo cubrir los costos que genere el negocio durante los primeros 6 meses.

Los costos que se contemplan para cubrir este rubro son: La mano de obra, costos por servicios básicos y otros gastos imprevistos que puedan presentarse durante los primeros 6 meses de operación del negocio.

**TABLA # 43: Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Mano de Obra	36.141,30
Materia Prima	27.405,00
Gastos de Arriendo	15.000,00
Gastos Servicios Básicos	2.016,00
Suministros de Limpieza	1.440,60
Suministros de Oficina	680,70
<b>CAPITAL DE TRABAJO ( 6 MESES)</b>	<b>82.683,60</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### **Sueldos y Salarios:**

Los sueldos para los trabajadores del Restaurante “Ollita de Barro” han sido determinados según el cargo de cada trabajador y las funciones de confianza que puedan ser encomendadas.

A demás para calcular el sueldo para años siguientes, se tomará en cuenta un porcentaje promedio de la inflación del 4,09% para los siguientes años, dato que se obtiene del promedio de inflación de los tres años anteriores al presente estudio. Teniendo como resultado lo siguiente:

**TABLA # 44: Sueldos y Salarios Mensuales**

<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>
Administrador	588,58
Auxiliar Contable	362,20
Chef	543,30
Cajero 1	362,20
Cajero 2	362,20
Cajero 3	362,20
Cocinero	362,20
Ayudante de Cocina 1	316,93
Ayudante de Cocina 2	316,93
Stewart	316,93
Capitán	362,20
Mesero 1	316,93
Mesero 2	316,93
Mesero 3	316,93
Mesero 4	316,93
<b>TOTAL</b>	<b>5.523,55</b>

Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA # 45: Sueldos y Salarios Semestrales**

<b>SUELDOS Y SALARIOS (MENSUAL, SEMESTRAL, ANUAL)</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>ANUAL</b>
Personal	5523,55	33141,30	66282,60
Contador Externo	500,00	3000,00	6000,00
<b>TOTAL</b>	<b>6023,55</b>	<b>36141,30</b>	<b>72282,60</b>

Elaborado por: Carolin López S.



**TABLA # 46: Proyección Mano de Obra en Número**

<b>PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA (EN NÚMERO)</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Administrador	1	1	1	1	1
Auxiliar Contable	1	1	1	1	1
Chef	1	1	1	1	1
Cajeros	3	3	3	3	3
Cocinero	1	1	1	2	2
Ayudantes de Cocina	2	2	2	2	2
Stewart	1	2	2	2	2
Capitán	1	1	1	1	1
Meseros	4	4	4	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>17</b>

Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA # 477: Proyección Mano de Obra en Dólares**

<b>PROYECCIÓN MANO DE OBRA (EN DÓLARES)</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Administrador	588,58	612,65	637,71	663,79	690,94
Auxiliar Contable	362,20	377,01	392,43	408,48	425,19
Chef	543,30	565,52	588,65	612,73	637,79
Cajeros	1.086,60	1.131,04	1.177,30	1.225,45	1.275,57
Cocinero	362,20	377,01	392,43	816,97	850,38
Ayudantes de Cocina	633,86	659,78	686,77	714,86	744,10
Stewart	316,93	659,78	686,77	714,86	744,10
Capitán	362,20	377,01	392,43	408,48	425,19
Meseros	1.267,72	1319,57	1373,54	1429,72	1.488,19
<b>TOTAL (MENSUAL)</b>	<b>5.523,59</b>	<b>6.079,40</b>	<b>6.328,04</b>	<b>6.995,35</b>	<b>7.281,46</b>
<b>TOTAL (ANUAL)</b>	<b>66.283,08</b>	<b>72.952,77</b>	<b>75.936,54</b>	<b>83.944,15</b>	<b>87.377,47</b>

Elaborado por: Carolin López S.

La proyección de incremento de Mano de Obra para el Restaurante “Ollita de Barro”, se la hará en base a las ventas y a la necesidad del establecimiento.

**Anexo 7:** Detalle de Rol de Pagos de los trabajadores del Restaurante.

## Arriendo:

El arriendo es un rubro muy importante dentro de los gastos del establecimiento, para el restaurante “Ollita de Barro” se arrendará una casa que está ubicada en el sector Plaza de Toros, la cual va a ser sometida a adecuación y remodelación y se firmará un contrato de arriendo por 5 años, el cual especificará que el valor del arriendo será fijo por todo este tiempo.

**TABLA # 48: Gastos por Arriendo**

ARRIENDO			
DETALLE	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
Arriendo Local	2.500,00	15.000,00	30.000,00

Elaborado por: Carolin López S.

Firmando así un contrato de arriendo a 5 años, por un total de \$150000,00 dólares de los Estados Unidos de América, que serán pagados en cuotas mensuales de \$2500,00.

## Servicios Básicos:

Éste rubro es fundamental para el correcto funcionamiento del restaurante, ya que de uso diario en la producción y operatividad del mismo.

**TABLA # 49: Gastos Servicios Básicos**

SERVICIOS BÁSICOS			
DETALLE	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
Agua	70,00	420,00	840,00
Luz	110,00	660,00	1320,00
Teléfono	30,00	180,00	360,00
Internet	21,00	126,00	252,00
Gas	80,00	480,00	960,00
Cable	25,00	150,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>336,00</b>	<b>2016,00</b>	<b>4032,00</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Suministros de Limpieza:

Estos valores serán calculados para 6 meses directamente, que es lo que se necesita para determinar el Capital de Trabajo.

**TABLA # 50: Suministros de Limpieza**

SUMINISTROS DE LIMPIEZA					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	SEMESTRAL	ANUAL
Basureros Medianos	1	2,50	2,50	15,00	30,00
Basureros Industriales	1	12,00	12,00	72,00	144,00
Fundas de basura industrial x10	12	2,60	31,20	187,20	374,40
Fundas de basura medianas x10	12	1,55	18,60	111,60	223,20
Escoba	1	1,60	1,60	9,60	19,20
Trapeador	1	1,50	1,50	9,00	18,00
Pala	1	0,90	0,90	5,40	10,80
Jabón de Platos (Lava)	5	2,20	11,00	66,00	132,00
Espojas lava platos	2	0,45	0,90	5,40	10,80
Lustres de cocina	2	0,55	1,10	6,60	13,20
desinfectante de piso (Galón)	1	5,50	5,50	33,00	66,00
Papel de Cocina (Rollo)	1	7,70	7,70	46,20	92,40
Gel desinfectante (Galón)	1	11,00	11,00	66,00	132,00
Jabón líquido para manos (Galón)	1	8,50	8,50	51,00	102,00
Basureros Grandes	1	12,00	12,00	72,00	144,00
Basureros Medianos	1	10,00	10,00	60,00	120,00
Dispensador de jabón	2	15,30	30,60	183,60	367,20
Dispensador de toallas desechables	2	12,00	24,00	144,00	288,00
Tachos de plástico grandes	1	15,00	15,00	90,00	180,00
Limpia vidrios (Galón)	1	8,50	8,50	51,00	102,00
Papel Higiénico Industrial x 8u	2	13,00	26,00	156,00	312,00
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>144,35</b>	<b>240,10</b>	<b>1.440,60</b>	<b>2.881,20</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Suministros de Oficina:

En este cuadro se muestran los valores requeridos para los suministros de oficinas necesarios para la realización de la operación del negocio.

**TABLA # 51: Suministros de Oficina**

SUMINISTROS DE OFICINA					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	SEMESTRAL	ANUAL
Bolígrafos	5	0,25	1,25	7,50	15,00
Lapiz punta fina	5	0,35	1,75	10,50	21,00
Resaltadores de Colores	2	0,45	0,90	5,40	10,80
Resmas de Papel Bond A-4	2	4,50	9,00	54,00	108,00
Carpetas Archivadoras Grandes	2	3,20	6,40	38,40	76,80
Carpetas Archivadoras Pequeñas	1	1,80	1,80	10,80	21,60
CD - RW (Caja)	1	11,00	11,00	66,00	132,00
Grapadora	1	2,50	2,50	15,00	30,00
Perforadora	1	2,80	2,80	16,80	33,60
Scotch mediano	1	0,35	0,35	2,10	4,20
Dispensador de cinta adhesiva	1	1,70	1,70	10,20	20,40
Caja de Grapas	1	1,10	1,10	6,60	13,20
Caja de Clips	1	0,60	0,60	3,60	7,20
Tinta de Impresoras	4	3,60	14,40	86,40	172,80
Corrector	1	0,60	0,60	3,60	7,20
Sellos	1	8,00	8,00	48,00	96,00
Sobres de manila (funda de 10U)	1	1,10	1,10	6,60	13,20
Block de Facturas	1	12,00	12,00	72,00	144,00
Block de Retenciones	1	9,90	9,90	59,40	118,80
Block de Comandas	1	8,50	8,50	51,00	102,00
Block de Pedidos de Compras	1	8,90	8,90	53,40	106,80
Block Liquidación de Compras	1	8,90	8,90	53,40	106,80
<b>TOTAL</b>			<b>113,45</b>	<b>680,70</b>	<b>1361,40</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## Consumo Promedio:

El consumo promedio es el valor que estaría dispuesto a pagar un cliente por el servicio de alimentación en un determinado restaurante. Para el presente proyecto se tomará como referencia los datos obtenidos en la pregunta 10 de la encuesta desarrollada en el Capítulo # 2; ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona, en un restaurante de comida manabita con estas características? Donde el 90.10% de los encuestados respondió que ellos pagarían por un platillo manabita entre \$5,00 a \$15,00. De esta manera se determina que el consumo promedio por persona del restaurante Ollita de Barro será \$10,00.

Por otra parte se puede observar que dentro de los \$10,00 un cliente podría consumir un plato fuerte con una bebida y un postre, otra opción podría ser una entrada, una sopa, una bebida y un postre o un una entrada, un plato fuerte y una bebida ya que los precios de venta de los platillos que ofrece el establecimiento entran dentro este valor determinado como consumo promedio.

**TABLA # 52: Costo Promedio de la Carta**

COSTO PROMEDIO DE LA CARTA				
No.	PRODUCTO	COSTO	PRECIO DE VENTA SUGERIDO	% COSTO DE VENTA
<b>ENTRADAS</b>				
1	Empanada de Queso	0,21	0,85	25%
2	Empanada de Pollo	0,23	0,93	25%
3	Bolón de Queso	0,21	0,85	25%
4	Muchines de Yuca	0,23	0,91	25%
5	Tortillas de Maíz	0,23	0,93	25%
6	Pastelillo	0,30	1,19	25%
7	Torta de Choclo	0,47	1,88	25%
8	Bollos	0,48	1,91	25%
<b>SOPAS</b>				
9	Caldo de Legumbres	0,57	1,91	30%
10	Caldo de Gallina	0,68	2,27	30%
11	Caldo de Bolas de Verde	0,56	1,86	30%
12	Suero Blanco	0,73	2,43	30%

13	Viche de Pescado	1,10	3,67	30%
14	Viche de Camarón	1,17	3,88	30%
15	Viche de Cangrejo	1,12	3,72	30%
16	Encocado de Cangrejo	1,14	3,82	30%
17	Sopa Marinera	1,63	5,45	30%
<b>PLATO FUERTE</b>				
18	Ceviche de Camarón	1,57	4,47	35%
19	Ceviche de Pescado con maní	1,50	4,3	35%
20	Ceviche de Concha	1,82	5,2	35%
21	Cazuela de Pescado	1,08	3,09	35%
22	Cazuela de Camarón	1,21	3,45	35%
23	Cazuela de Mariscos	1,88	5,38	35%
24	Arroz Marinero	1,87	5,34	35%
25	Tonga	0,95	2,73	35%
26	Estofado de Pollo	0,92	2,62	35%
27	Pescado al Horno	1,67	4,76	35%
<b>POSTRE</b>				
28	Natilla	0,37	1,22	30%
29	Bizcochuelo con Manjar	0,44	1,47	30%
30	Alfajor con Manjar	0,39	1,32	30%
31	Torta de Maduro	0,43	1,42	30%
32	Arroz con Leche	0,37	1,22	30%
<b>BEBIDAS</b>				
33	Mistela de Piña	0,20	0,80	25%
34	Rompopo	0,37	1,48	25%
35	Chocolate con capiruleta	0,33	1,33	25%
36	Quaker con Naranja	0,31	1,22	25%
37	Jugo de Piña	0,18	0,71	25%
38	Jugo de Sandía	0,28	1,10	25%
39	Jugo de Papaya	0,19	0,77	25%
40	Jugo de Limón	0,11	0,44	25%
41	Jugo de Maracuyá	0,21	0,83	25%
42	Jugo de Naranja	0,42	1,68	25%
<b>TOTAL</b>		<b>30,13</b>	<b>96,81</b>	<b>29%</b>

Elaborado por: Carolin López S.

## **Materia Prima**

La materia prima es todo lo que necesita para la elaboración de un producto. Este es uno de los rubros más importantes para el restaurante, ya que aquí se calcula la cantidad exacta de productos que se necesitarán para la elaboración del plato final.

Para calcular este rubro es necesario conocer el costo promedio de la carta; es decir realizar la sumatoria de los costos de cada plato, la suma del precio de venta de cada plato y dividir la sumatoria total de los costos para la sumatoria total de precio de venta y multiplicar por cien.

Datos para el cálculo del costo de materia prima:

- El porcentaje de rotación que se utilizará para el presente proyecto es de 0,73. Este dato se lo obtuvo del promedio de rotación de la competencia directa e indirecta.
- El costo promedio de venta es 29%
- La capacidad máxima del establecimiento es para 96 personas.
- El consumo promedio por persona es de \$10,00.
- El Restaurante Ollita de Barro atenderá los 7 días de la semana.
- Con estos datos se procede hacer el cálculo de la materia prima requerida para el restaurante.

**TABLA # 53: Cálculo Materia Prima**

CALCULO MATERIA PRIMA													
ROTACIÓN	CAPACIDAD MÁXIMA	CONSUMO PROMEDIO	VENTAS	% COSTO DE VENTA	PAX			VENTAS			MATERIA PRIMA		
					DÍA	MES	AÑO	MES	SEMESTRE	AÑO	MES	SEMESTRE	AÑO
0,73	96	10,00	100%	29%	70	2100	25200	21.000,00	126.000,00	252.000,00	6.090,00	36.540,00	73.080,00

Elaborado por: Carolin López S.



### 3.4.2.-Inversión Total

La inversión total es el rubro que el restaurante “Ollita de Barro” necesita para comenzar a operar.

**TABLA # 54: Inversión Total**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Utensilios de Cocina	4.343,15
Muebles y Enseres	6.048,00
Equipos de Computo	2.360,93
Equipos de Oficina	2.058,90
Maquinaria y Equipos	10.007,80
<b>TOTAL</b>	<b>24.818,78</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos de Constitución	1.465,00
Gastos de Remodelación	23.513,10
Publicidad Prepagada	700,00
<b>TOTAL</b>	<b>25.678,10</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Mano de Obra	36.141,30
Materia Prima	36.540,00
Arriendo	15.000,00
Servicios Básicos	2.016,00
Suministros de Oficina	680,70
Suministros de Limpieza	1.440,60
<b>TOTAL</b>	<b>91.818,60</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>142.315,48</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.3.- Fuentes de Financiamiento

Al determinar la inversión inicial, se deben establecer las fuentes de financiamiento del proyecto, se deben seleccionar las fuentes más viables para poder solventar los gastos de la empresa.

El financiamiento es el rubro que la empresa necesita para comenzar a operar correctamente es decir para poner el proyecto en marcha, el financiamiento de un establecimiento se lo puede hacer a través de la participación de socios, de préstamos bancarios o de cooperativas, etc.

Para su financiamiento, el restaurante “Ollita de Barro” contará con una inversión o aportación de 4 socios, los cuales aportarán un capital total de \$142.315,48 dólares de los Estados Unidos de América.

Es decir que el 100% de capital con el que contará el restaurante “Ollita de Barro” provendrá de parte de los socios. Teniendo como referencia la siguiente tabla de distribución del capital.

**TABLA # 55: Financiamiento**

<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Socio 1	35.578,87	25%
Socio 2	35.578,87	25%
Socio 3	35.578,87	25%
Socio 4	35.578,87	25%
<b>TOTAL</b>	<b>142.315,48</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.4.- Ingresos

Para lograr determinar cuáles serán los ingresos para los años subsiguientes, es necesario determinar las ventas para poder saber cuál será la rentabilidad, posicionamiento y permanencia en el mercado del restaurante. Para conocer cuáles serán los ingresos son necesarios los siguientes datos.

- El porcentaje de rotación para el primer año es de 0,73.
- El costo promedio de la carta es 29%
- El consumo promedio por persona determinado es \$10,00.
- La capacidad máxima instalada del restaurante es 96 pax.
- El restaurante Ollita de barro atenderá los 365 días del año.

El restaurante “Ollita de Barro” se propone captar mercado en el sector que estará ubicado, incrementando de esta manera su rotación para los años siguientes, por lo que estima un aumento en su rotación del 10% a partir del segundo año.

Dependiendo de la rotación del establecimiento para los siguientes años, se podrá pensar en una ampliación o remodelación del área de servicio para incorporar mesas y sillas y de esta manera incrementar la capacidad instalada, pero esta opción solo se la aplicará viendo la necesidad que se tenga en el restaurante, mientras tanto contará con la misma capacidad instalada inicialmente.

El consumo promedio se elevará en un 4,09%, porcentaje promedio de la inflación para los siguientes años, dato que se obtiene de la comparación de precios al consumidor (IPC) frente al (PIB), % de variación anual de los años 2011 cuya inflación fue de (5,41%), año 2012 de (4,16%) y año 2013 de (2,70%) información proporcionada por el Banco Central del Ecuador.

**TABLA # 56: Ingresos**

INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación	0,73	0,8	0,88	0,97	1,07
Capacidad Máxima	96	96	96	96	96
Días de atención	365	365	365	365	365
Comensales al día	70	77	84	93	103
Comensales al año	25579	28032	30835	33989	37493
Consumo promedio	10	10,41	10,83	11,28	11,74
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>255.792,00</b>	<b>291.785,09</b>	<b>334.091,01</b>	<b>383.321,22</b>	<b>440.132,98</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.5.- Egresos

Para determinar los Egresos es necesario conocer los costos fijos y costos variables los cuales se obtienen del costo de materia prima, del costo de mano de obra y otros costos generales que no están directamente vinculados a la producción, tomando en cuenta los siguientes datos.

- Valores de Venta de los 5 años.
- Costo promedio de la carta 29%
- Calculo del costo variable con proyección para 5 años.

**TABLA # 57: Costos Variables**

COSTOS VARIABLES					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	255.792,00	291.785,09	334.091,01	383.321,22	440.132,98
% Costo de Venta	29%	29%	29%	29%	29%
<b>TOTAL</b>	<b>74.179,68</b>	<b>84.617,68</b>	<b>96.886,39</b>	<b>111.163,15</b>	<b>127.638,56</b>

Elaborado por: Carolin López S.

Para realizar la proyección de los costos fijos a 5 años, se tomará como referencia el porcentaje promedio de inflación del (4,09%), dato que se obtiene de la base histórica de los índices otorgados por el Banco Central del Ecuador, de los años 2011, 2012 y 2013. Este porcentaje de inflación se lo utilizará para la proyección de los años subsiguientes.

**TABLA # 58: Cálculo Inflación**

% DE INFLACIÓN	
Año 2011	5.41%
Año 2012	4.16%
Año 2013	2.70%
<b>PROMEDIO</b>	<b>4.09%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Carolin López S.

En el Rubro del costo de mano de obra también variará de acuerdo a la proyección del personal que se contratará para los años siguientes en base al crecimiento e incremento de la rotación del restaurante “Ollita de Barro”. Esta proyección del personal se lo encuentra en la tabla # 45 de proyección de mano de obra en dólares. Calculo del costo fijo con proyección para 5 años.

**TABLA # 59: Costos Fijos**

COSTOS FIJOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costos Fijos de Operación</b>					
Mano de Obra	66.283,08	72.952,77	75.936,54	83.944,15	87.377,47
Arriendo	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Servicios Básicos	4.032,00	4.196,91	4.368,56	4.547,24	4.733,22
Suministros de limpieza	2.881,20	2.999,04	3.121,70	3.249,38	3.382,28
Suministros de oficina	1.361,40	1.417,08	1.475,04	1.535,37	1.598,17
<b>TOTAL</b>	<b>104.557,68</b>	<b>111.565,80</b>	<b>114.901,84</b>	<b>123.276,14</b>	<b>127.091,13</b>
<b>Otros Costos Fijos</b>					
Gastos de Constitución	1.465,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Publicidad	700,00	728,63	758,43	789,45	821,74
Remodelación	23.513,10	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento	0,00	1.000,00	1.040,90	1.083,47	1.127,79
<b>TOTAL</b>	<b>25.678,10</b>	<b>1.728,63</b>	<b>1.799,33</b>	<b>1.872,92</b>	<b>1.949,53</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>130.235,78</b>	<b>113.294,43</b>	<b>116.701,17</b>	<b>125.149,06</b>	<b>129.040,66</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.6.-Depreciaciones

El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica en activo fijo, ya que con el uso estos vienen valen menos; es decir se deprecian; en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. (Baca, 2010)

Las depreciaciones son rubros que contablemente se van restando del valor original durante los años de vida del bien. A continuación se detalla la tabla de depreciaciones:

**TABLA # 60: Depreciaciones**

DEPRECIACIONES				
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	VALOR	% ANUAL	AÑOS	TOTAL
Utensilios de Cocina	4.343,15	33%	3	965,19
Muebles y Enseres	6.048,00	10%	10	544,32
Equipos de Computo	2.360,93	33%	3	524,68
Equipos de Oficina	2.058,90	10%	10	185,30
Maquinaria y Equipos	10.007,80	10%	10	900,70
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>				<b>3.120,19</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.7.-Amortizaciones

Según la nueva normativa las amortizaciones de especie de vida útil finita deberán distribuirse en un solo año.

**TABLA # 61: Gastos de Operación**

AMORTIZACION GASTOS DE OPERACIÓN			
DESCRIPCIÓN	PAGO ANUAL	%	SALDO
Gastos de Constitución	1.465,00	20%	293,00
Gastos de Publicidad	700,00	20%	140,00
<b>TOTAL</b>	<b>2165,00</b>	<b>20%</b>	<b>433,00</b>

Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA # 62: Gastos de Preoperativos**

<b>AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS</b>			
<b>AÑO</b>	<b>%</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
0			23.513,10
1	20%	4.702,62	18.810,48
2	20%	4.702,62	14.107,86
3	20%	4.702,62	9.405,24
4	20%	4702,62	4.702,62
5	20%	4.702,62	0,00

Elaborado por: Carolin López S.

**3.4.8.- Estados Financieros****3.4.8.1.- Estado de Resultados**

“La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas de ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta y los impuestos que debe pagar”. (Baca, 2010)

**TABLA # 63: Estado de Resultados**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos	255.792,00	291.785,09	334.091,01	383.321,22	440.132,98
(-) Costo de Ventas (29%)	74.179,68	84.617,68	96.886,39	111.163,15	127.638,56
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>181.612,32</b>	<b>207.167,41</b>	<b>237.204,62</b>	<b>272.158,06</b>	<b>312.494,41</b>
(-) Gastos (Costos fijos)	130.235,78	113.294,43	116.701,17	125.149,06	129.040,66
(-) Amortizaciones	6.867,62	4.702,62	4.702,62	4.702,62	4.702,62
(-) Depreciaciones	3.120,19	3.120,19	3.120,19	3.120,19	3.120,19
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>41.388,73</b>	<b>86.050,17</b>	<b>112.680,63</b>	<b>139.186,19</b>	<b>175.630,94</b>
(-) Intereses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad antes de Reparto</b>	<b>41.388,73</b>	<b>86.050,17</b>	<b>112.680,63</b>	<b>139.186,19</b>	<b>175.630,94</b>
(-) 15% Participación a trabajadores	6.208,31	12.907,53	16.902,09	20.877,93	26.344,64
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>35.180,42</b>	<b>73.142,65</b>	<b>95.778,54</b>	<b>118.308,26</b>	<b>149.286,30</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	7.739,69	16.091,38	21.071,28	26.027,82	32.842,99
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>27.440,73</b>	<b>57.051,26</b>	<b>74.707,26</b>	<b>92.280,44</b>	<b>116.443,32</b>

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.8.2.- Balance General

“Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son de propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa”. (Baca, 2010)

El Balance General es un informe financiero contable que refleja la situación económica de la empresa donde el Activo es igual a la suma del Pasivo + Patrimonio.

**TABLA # 64: Balance General**

<b>BALANCE GENERAL</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	
Capital de Trabajo	91.818,60
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>91.818,60</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	
Utensilios de Cocina	4.343,15
Muebles y Enseres	6.048,00
Equipos de Oficina	2.058,90
Equipos de Computo	2.360,93
Maquinaria y Equipos	10.007,80
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>24.818,78</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
Gastos de Operación	1.465,00
Publicidad	700,00
Gastos Preoperativos - Adecuación	23.513,10
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>25.678,10</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>142.315,48</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
Préstamos Bancarios	0,00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Socios	142.315,48
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>142.315,48</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>142.315,48</b>

Elaborado por: Carolin López S.



### 3.4.8.3.- Flujo de Caja Neto

**TABLA # 65: Flujo de Caja Neto**

<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Utilidad Neta		27.440,73	57.051,26	74.707,26	92.280,44	116.443,32
(+) Depreciación		3.120,19	3.120,19	3.120,19	3.120,19	3.120,19
(+) Amortización		6.867,62	4.702,62	4.702,62	4.702,62	4.702,62
<b>(=) Flujo de caja operativo</b>	<b>0,00</b>	<b>37.428,54</b>	<b>64.874,08</b>	<b>82.530,07</b>	<b>100.103,26</b>	<b>124.266,13</b>
(-) Inversión Activos Fijos	24.818,78					
(-) Inversión Activos Diferidos	25.678,10					
(-) Inversión Capital de Trabajo	91.818,60					
(+)Préstamo Bancario						
(-) Pago del Capital de Préstamo Bancario						
(+)Recuperación del Capital de Trabajo						91818,60
(+)Valor Residual de Activos Fijos						4045,94
<b>(=) Flujo de Caja Neto</b>	<b>-142.315,48</b>	<b>37.428,54</b>	<b>64.874,08</b>	<b>82.530,07</b>	<b>100.103,26</b>	<b>220.130,67</b>

Elaborado por: Carolin López S.

Para el cálculo del valor Residual de los Activos Fijos se multiplicó el valor de cada cuenta del Activo Fijo como son (Muebles y Enseres, Equipos de oficina, Equipos de Cómputo y Maquinaria y Equipos) y cada una de ellas se multiplico para su porcentaje de depreciación y la suma total de estos rubros da el Valor Residual.

### 3.4.9.- Índices de Rentabilidad

Para poder determinar la rentabilidad del restaurante “Ollita de Barro”, se utilizarán algunos indicadores, los cuales son:

- VAN (Valor Actual Neto)
- TIR (Tasa Interna de Retorno)
- PAYBACK (Periodo de Recuperación)

### 3.4.9.1.- VAN (Valor Actual Neto)

“Se define operacionalmente como el resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados a una determinada tasa de descuento menos la inversión inicial”. (Canelos, 2010)

Para poder determinar el Valor Actual Neto es necesario determinar la tasa de descuento, la cual es el % de rentabilidad que el inversionista exige al renunciar a estos recursos. Para este proyecto se determinó una tasa de descuento del 15%.

Según (Álvarez, 2014), “La idea es considerar que la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) es equivalente a la tasa de Rentabilidad que un accionista exige”.

**Tasa de Descuento:** Costo Promedio Ponderado Capital + Tasa de Inflación Promedio + Tasa de Riesgo País.

**TABLA # 66: Calculo CPPC**

DETALLE	MONTO	%	TASA DE INTERÉS PASIVA	CPPC
Recursos Propios	142.315,48	100%	5,17%	5,17%

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Carolin López S.

**TABLA # 67: Cálculo Tasa de Descuento**

TASA DE DESCUENTO	
CPPC	5,17
% INFLACIÓN	4,09
RIESGO PAIS	6,18
TOTAL	<b>15%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Carolin López S.

**Fórmula para calcular el VAN:**

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

**Datos:**

VAN: Valor Actual Neto.

Vt: Flujo de Caja Neto Anual.

k: Tasa de descuento del Inversionista (15%).

t: Periodo (5años).

lo: Inversión

**TABLA # 68: Cálculo del VAN**

<b>VAN =</b>	-142.315,48	+	$\frac{37.428,54}{(1+0,15)^1}$	+	$\frac{64.874,08}{(1+0,15)^2}$	+	$\frac{82.530,07}{(1+0,15)^3}$	+	$\frac{100.103,26}{(1+0,15)^4}$	+	$\frac{220.130,67}{(1+0,15)^5}$
<b>VAN =</b>	-142.315,48	+	32.546,56	+	49.054,12	+	54.264,86	+	57.234,36	+	109.443,85
<b>VAN =</b>	\$ 160.228,27										

**Elaborado por:** Carolin López S.

**3.4.9.2.- TIR (Tasa Interno de Retorno)**

“Se define operacionalmente como la tasa que mide la rentabilidad del proyecto. El criterio de la TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de beneficios actualizados son exactamente iguales a los costos expresados en moneda actual”. (Canelos, 2010)

La Tasa Interna de Retorno, consiste en evaluar el proyecto en función de una tasa de rendimiento o interés más alta que los inversionistas pagarían sin tener que perder su inversión, la tasa de descuento hace que el valor de caja será igual a cero.

**TABLA # 69: Cálculo de la TIR**

AÑO	FLUJO	TIR 25%	TIR 35%	TIR 45%
0	-142.315,48	-142.315,48	-142.315,48	-142.315,48
1	37.428,54	29.942,83	27.724,84	25.812,79
2	64.874,08	41.519,41	35.596,20	30.855,69
3	82.530,07	42.255,40	33.543,70	27.071,24
4	100.103,26	41.002,30	30.137,91	22.645,20
5	220.130,67	72.132,42	49.092,11	34.343,18
		84.536,87	33.779,28	-1.587,38

Elaborado por: Carolin López S.

La tasa interna de retorno muestra la rentabilidad de un proyecto cuando:

VAN > 0 entonces TIR > Costo de Oportunidad

VAN < 0 entonces TIR < Costo de Oportunidad

VAN = 0 entonces TIR = Costo de Oportunidad

**Fórmula para calcular la TIR:**

$$TIR = k_1 + (k_2 - k_1) \left( \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

**Datos:**

$K_1 = 35\%$

$K_2 = 45\%$

$VAN_1 = 33.779,29$

$VAN_2 = -1.587,38$

$$\text{TIR} = 35 + (45-35) * \frac{33.779,28}{33.779,28 - (-1587,38)}$$

$$\text{TIR} = 35 + 10 * \frac{33.779,28}{35.366,66}$$

$$\text{TIR} = 45 * 0.955116485$$

$$\text{TIR} = 42,98\%$$

### 3.4.9.3.- Periodo de Recuperación

Con el método del periodo de recuperación se logró determinar que la inversión se recuperará en el 4to año de operatividad del restaurante, dando como resultado un valor positivo de \$17109.37.

**TABLA # 70: Periodo de Recuperación de la Inversión**

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-142315,48	37428,54	64874,08	82530,07	100103,26	220130,67
	-104886,94	-40012,86	<b>42517,21</b>	142620,46	362751,13

Elaborado por: Carolin López S.

### 3.4.9.4.- Análisis VAN, TIR Y PRI

Los resultados expresan que la creación del restaurante “Ollita de Barro” es factible, teniendo como datos del estudio Financiero un VAN de \$ 160.228,27, ya que es mayor a 0 se recupera la inversión y se obtiene ganancias, este dato lo corrobora el resultado de la TIR con un 42.98% que refleja que es mayor a la tasa de descuento, y se considera que el periodo de recuperación de la inversión sería en el 3er año por lo que se demuestra que el proyecto es factible y rentable.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Luego de haber culminado el estudio de factibilidad se concluye que:

- En la ciudad de Quito el sector de la Plaza de Toros es un sitio estratégico, altamente potencial para la puesta en marcha de un establecimiento de Alimentos y bebidas, por lo que se demuestra que el restaurante ollita de Barro tendrá una gran acogida en este sector y logrará satisfacer las necesidades de los clientes, ofertando platillos tradicionales manabitas que no son muy factibles de conseguir en cualquier otro establecimiento.
- La factibilidad de crear un restaurante de comida manabita es positiva, ya que según el estudio de mercado y los datos obtenidos en las encuestas reflejan que existe un mercado potencial amante de la gastronomía manabita. Por lo que el restaurante Ollita de Barro se podría posesionar para captar clientela.
- Para el proceso de producción de los platillos que ofertará el restaurante, en cuanto a materia prima se refiere, en su mayoría se contará con proveedores directos de la provincia de Manabí lo cual asegurará un producto fresco, de calidad y a un precio asequible para el negocio, manejándose con un costo de venta del 29% que se encuentra dentro del rango permitido para este tipo de actividades. También se contará con personal oriundo de la provincia lo cual le dará al establecimiento un ambiente más real.
- A través del estudio financiero se puede observar que con la creación del restaurante se obtendrán ingresos rentables, que los costos y gastos dentro del primer año son considerables y a que a partir del primer año se obtienen ganancias teniendo un VAN positivo y una TIR del 42.98% que es mayor a la tasa de descuento y recuperando la inversión al tercer año de funcionamiento del establecimiento, lo que demuestra que es factible la creación del mismo.

## Recomendaciones

- Mantener un buen nivel de servicio demostrado la calidad y la hospitalidad que caracterizan a los habitantes de la provincia de Manabí, cumpliendo con todas las políticas del restaurante que deben ser tomadas muy en cuenta y respetadas en su totalidad, ya que son la base del buen funcionamiento del mismo.
- Buscar la satisfacción y fidelidad de los clientes, manteniendo siempre productos frescos con materia prima calificada y de calidad, con proveedores serios que puedan ofertar descuentos de acuerdo al volumen de consumo para así poder bajar el costo de venta y que incremente el margen de contribución de los socios, sin perjudicar el equilibrio entre satisfacer al cliente y su necesidad con el consumo de los platillos ofertados por el restaurante.
- Aplicar cada una de las estrategias de marketing planteadas y evaluar periódicamente la necesidad de mejorarlas o cambiarlas para beneficio del establecimiento, mantener estándares en la calidad del servicio sobre todo para los clientes ya que esto asegura la captación de los mismos.
- Permanecer dentro del presupuesto determinado para cada uno de los gastos necesarios para la apertura y correcto funcionamiento del restaurante. Adicional a esto mantener un correcto control del plan de manejo ambiental, para no generar costos extras, buscando siempre el menor daño posible a la ciudad y al medio ambiente. También es importante mantener normas higiénicas dentro del establecimiento, aplicar una correcta manipulación y almacenamiento de alimentos lo que se verá reflejado en el producto final entregado al cliente y este factor ayudará a que el restaurante pueda crecer y tener permanencia en el tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica*. Caracas - Venezuela: Episteme.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México, D.F: Mc Graw Hill / Interamericana Editores S.A.
- Canelos, R. (2010). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Quito - Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. Caracas - Venezuela: Uyapal.
- Davies, D. (2010). *Guías del Buen Viajero Ecuador*. Barcelona, España: Blume.
- Díaz, P. (2010). *La historia de los Restaurantes*. Ecuador: Editorial Omega.
- El Diario Manabita. (2013). *Gastronomía y Cultura manabita*.
- Elena rouse. (2014). *la magia* . Quito: Sony.
- Falconí, J. (1977). *Reseña Historia de Manabí*. Ecuador.
- Kester, R. B. (1980). *Contabilidad Teoría y Práctica*. Barcelona: Editorial Labor S.A.
- Klother, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., García, J., & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico* (5ta Edición ed.). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Kotler Philip, C. D. (2000). *Dirección de Marketing*. México : Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Fundamentos del Marketing*. Mexico : Perason Educación de México.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales* . En *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2010). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación de México.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2004). *Marketing* (7ma ed.). Mexico: PEARSON Prentice Hall.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2013). *Marketing* (7ma. edición ed.). México: CENGAGE Learning S.A.
- Luna, R. (julio de 2013). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Restaurante especializado en Sopas y Caldos en el sector norte de la ciudad de Quito. Tipos de Restaurantes en la ciudad de Quito*. Quito, Ecuador.



- Malhotra, N. (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Manabita, e. D. (mayo de 2013). *Manabi y la comida*, pág. 4.
- Océano. (2000). *Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes*. Barcelona, España: Océano Grupo Editorial S.A.
- Océano, G. (2008). *Diccionario Ilustrado Océano de la Lengua Española*. España: Editorial Océano.
- Perdomo, M. A. (2000). *Administración Financiera del Capital de trabajo*. México, D.F: International Thomson Editores.
- Philip Kotler y Gary Amstrong. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México.
- Stanton, Etzel y Walker. (2001). *Fundamentos de Marketing*. España: Editorial Norma.
- Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa S.A.
- Villegas, M. P. (2008). *Ecuador visto desde una bicicleta*. Ecuador: IMAGINE Comunicación visual.

## **NETGRAFÍA**

- Álvarez, F. (11 de Junio de 2014). *Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas ESPOL*. Recuperado el 04 de 05 de 2015, de [http://www.fcsh.espol.edu.ec/Estimacion\\_TasaDscto\\_FelipeA](http://www.fcsh.espol.edu.ec/Estimacion_TasaDscto_FelipeA)
- CAPTUR. (Enero de 2015). *Cámara Provincia de Turismo Pichincha*. Obtenido de [http://www.captur.travel/web2011/porque\\_afiliarte/formulario\\_afiliacion.html](http://www.captur.travel/web2011/porque_afiliarte/formulario_afiliacion.html)
- Cuerpo-Bomberos. (Enero de 2015). *Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de [http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6](http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6)
- Gobierno Provincial de Manabí. (2013). *Gobierno Provincial de Manabí*. Recuperado el 05 de Agosto de 2014, de Manabí: [www.manabi.gob.ec](http://www.manabi.gob.ec)
- Ministerio de Turismo. (27 de Febrero de 2013). *Gastronomía Quiteña combina historias, costumbres y sabores*. Recuperado el 10 de 08 de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/gastronomia-quitena-combina-historias-costumbres-y-sabores/>

- Ministerio-Salud. (Enero de 2015). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- Ministerio-Turismo. (05 de 03 de 2013). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-desarrolla-campana-de-registro-a-establecimientos-turisticos/>
- Salazar, P. (Septiembre de 2013). *Prezi*. Recuperado el 01 de Agosto de 2014, de Categorización y Tipos de Restaurantes: [http://prezi.com/sb\\_r2fn8aqfv/categorizacion-y-tipos-de-restaurantes/](http://prezi.com/sb_r2fn8aqfv/categorizacion-y-tipos-de-restaurantes/)
- Soto, B. (22 de Febrero de 2013). *Gestion.Org*. Recuperado el 10 de Octubre de 2014, de <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>
- SRI. (Enero de 2015). *SRI*. Recuperado el Enero de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/actualizacion>
- Télegrafo, E. (01 de 12 de 2013). *EL TELÉGRAFO*. Recuperado el 30 de 05 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/estructura-legal-primer-requisito-para-crear-una-empresa.html>
- Trámites-Ecuador. (enero de 2015). *Trámites Ecuador*. Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/social/municipio-quito/patente-municipal-obtencion-de-clave/>

# ANEXOS

**ANEXO # 1: Tabla Referencial de la Población Económicamente Activa de la  
Administración Eugenio Espejo (Pag.25).**

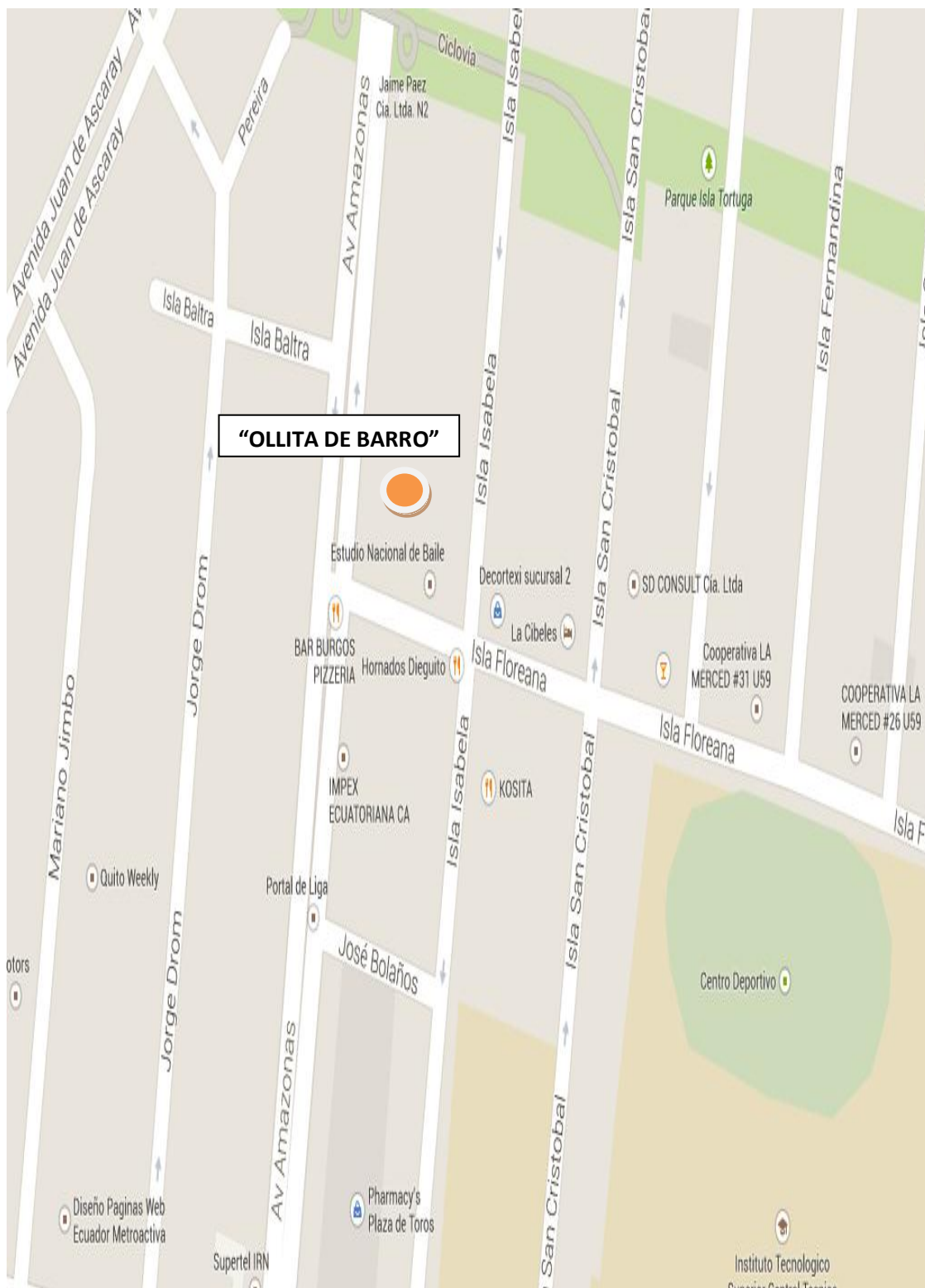
Parroquia y Barrio-Sector	Población Económicamente Activa (PEA)			Población en Edad de Trabajar (PET)			Tasa global de participación laboral		
	%								
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<b>BELISARIO QUEVEDO</b>									
CDLA UNIVERSITAR	201	112	89	254	122	132	79,1	91,8	67,4
COND.S_PICHINCHA	476	234	242	752	337	415	63,3	69,4	58,3
EL ARMERO	267	160	107	349	174	175	76,5	92,0	61,1
LA GASCA	3740	1827	1.913	5.095	2.287	2.808	73,4	79,9	68,1
LA GRANJA	2229	1155	1.074	2.841	1.316	1.525	78,5	87,8	70,4
LA PRIMAVERA	2543	1362	1.181	2.942	1.428	1.514	86,4	95,4	78,0
LAS CASAS	4569	2366	2.203	5.871	2.765	3.106	77,8	85,6	70,9
LAS CASAS BAJO	4040	2060	1.980	5.407	2.472	2.935	74,7	83,3	67,5
MARIANA DE JESUS	2372	1169	1.203	3.247	1.439	1.808	73,1	81,2	66,5
MIRAFLORES	859	428	431	1.114	522	592	77,1	82,0	72,8
PAMBACHUPA	3296	1709	1.587	4.132	1.937	2.195	79,8	88,2	72,3
S CLARA S_MILAN	1325	683	642	1.666	785	881	79,5	87,0	72,9
S_CLARA S_MILAN	2784	1512	1.272	3.120	1.503	1.617	89,2	100,6	78,7
S_VICENTE	1809	991	818	2.005	966	1.039	90,2	102,6	78,7
PROTEC. BELISARI	730	929	801	1.882	928	954	91,9	100,1	84,0
<b>TOTAL</b>	<b>31240</b>								
<b>MARISCAL SUCRE</b>									
LA COLON	984	498	486	1.335	599	736	73,7	83,1	66,0
LA FLORESTA	3928	2.029	1.899	5.167	2.391	2.776	76,0	84,9	68,4
MARISCAL SUCRE	3982	2.044	1.938	5.221	2.415	2.806	76,3	84,6	69,1
<b>TOTAL</b>	<b>8894</b>								
<b>ÍNAQUITO</b>									
ANA LUISA	1164	560	604	1.497	671	826	77,8	83,5	73,1
BATAN ALTO	1197	583	614	1.627	720	907	73,6	81,0	67,7
BATAN BAJO	1666	842	824	2.243	975	1.268	74,3	86,4	65,0
BATAN BAJO	1429	744	685	2.026	905	1.121	70,5	82,2	61,1
BELLAVISTA	2369	1.191	1.178	2.992	1.357	1.635	79,2	87,8	72,0
BELLAVISTA ALTO	2180	1.134	1.046	2.648	1.262	1.386	82,3	89,9	75,5
BENALCAZAR CD	3105	1.712	1.393	4.009	1.902	2.107	77,5	90,0	66,1
EL BATAN	2785	1.399	1.386	3.746	1.692	2.054	74,3	82,7	67,5
ESTADIO ATAHUALP	1350	697	653	1.835	838	997	73,6	83,2	65,5
GONZALES SUAREZ	2624	1.369	1.255	3.424	1.586	1.838	76,6	86,3	68,3
INIAQUITO	1297	626	671	1.641	705	936	79,0	88,8	71,7
JARDINES DEL BAT	998	522	476	1.229	575	654	81,2	90,8	72,8
LA CAROLINA	1366	703	663	1.744	805	939	78,3	87,3	70,6
LA PAZ	2134	1.106	1.028	2.790	1.287	1.503	76,5	85,9	68,4
LA PRADERA	902	469	433	1.113	488	625	81,0	96,1	69,3
LA REPUBLICA	2325	1.147	1.178	3.142	1.409	1.733	74,0	81,4	68,0
P.LA CAROLINA	96	57	39	121	69	52	79,3	82,6	75,0
PROTEC.BELLAVIST	748	424	324	795	414	381	94,1	102,4	85,0
<b>TOTAL</b>	<b>29735</b>								
<b>RUMIPAMBA</b>									
CHAUPICRUZ	977	478	499	1.290	566	724	75,7	84,5	68,9
COLINA PICHINCHA	317	163	154	367	172	195	86,4	94,8	79,0
GRANDA CENTENO	2600	1.356	1.244	3.550	1.645	1.905	73,2	82,4	65,3
IYAQUITO ALTO	484	246	238	529	246	283	91,5	100,0	84,1
LIFE	664	332	332	864	387	477	76,9	85,8	69,6

NINGUILLA	161	82	79	188	92	96	85,6	89,1	82,3
PROF MUNICIPALES	906	466	440	1.183	537	646	76,6	86,8	68,1
QUITO TENIS G.C	1498	785	713	1.981	919	1.062	75,6	85,4	67,1
RUMIPAMBA	1953	966	987	2.614	1.193	1.421	74,7	81,0	69,5
S_GABRIEL	2513	1.269	1.244	3.175	1.459	1.716	79,1	87,0	72,5
TENNIS CLUB	3430	1.764	1.666	4.457	2.030	2.427	77,0	86,9	68,6
UNION NACIONAL	2229	1.158	1.071	2.890	1.337	1.553	77,1	86,6	69,0
VOZ DE LOS ANDES	1666	824	842	2.205	1.000	1.205	75,6	82,4	69,9
PROTEC. RUMIPAMB	394	213	181	454	221	233	86,8	96,4	77,7
<b>TOTAL</b>	<b>19792</b>								
<b>JIPIJAPA</b>									
6 DE DICIEMBRE	1557	793	764	2.152	976	1.176	72,4	81,3	65,0
CAMPO ALEGRE	1142	608	534	1.387	660	727	82,3	92,1	73,5
EL INCA	3800	1.780	2.020	4.829	2.070	2.759	78,7	86,0	73,2
EL INCA	845	430	415	1.063	486	577	79,5	88,5	71,9
GABRIEL MARINA	295	158	137	387	187	200	76,2	84,5	68,5
JIPIJAPA	2260	1.128	1.132	3.282	1.461	1.821	68,9	77,2	62,2
LAS BROMELIAS	1683	874	809	2.068	985	1.083	81,4	88,7	74,7
LOS LAURELES	1813	921	892	2.257	1.005	1.252	80,3	91,6	71,2
MONTESERRIN	2270	1.153	1.117	2.800	1.290	1.510	81,1	89,4	74,0
PROTEC.JIPIJAPA	357	200	157	419	216	203	85,2	92,6	77,3
S_JOSE INCA	5922	3.187	2.735	7.103	3.386	3.717	83,4	94,1	73,6
ZALDUMBIDE	2324	1.150	1.174	3.234	1.453	1.781	71,9	79,1	65,9
<b>TOTAL</b>	<b>24268</b>								
<b>COCHAPAMBA</b>									
ANA MARIA BAJO	653	352	301	751	375	376	87,0	93,9	80,1
ATUCUCHO	8375	4.555	3.820	8.975	4.416	4.559	93,3	103,1	83,8
BELLAVISTA	3043	1.727	1.316	3.725	1.837	1.888	81,7	94,0	69,7
COCHAPAMBA NORTE	2607	1.399	1.208	3.070	1.469	1.601	84,9	95,2	75,5
COCHAPAMBA SUR	1793	954	839	2.145	1.053	1.092	83,6	90,6	76,8
CORDILLERA	1454	750	704	1.789	835	954	81,3	89,8	73,8
EL BOSQUE	2567	1.395	1.172	2.871	1.399	1.472	89,4	99,7	79,6
EL PEDREGAL	304	152	152	375	173	202	81,1	87,9	75,2
EL PINAR ALTO	2087	1.144	943	2.548	1.246	1.302	81,9	91,8	72,4
EL PORVENIR	1844	960	884	2.127	1.036	1.091	86,7	92,7	81,0
LA PULIDA	5231	2.826	2.405	5.840	2.834	3.006	89,6	99,7	80,0
PABLO ART SUAREZ	1242	655	587	1.338	661	677	92,8	99,1	86,7
RUPERTO ALARCON	425	227	198	467	236	231	91,0	96,2	85,7
S_CARLOS VENCEN	1745	907	838	1.996	918	1.078	87,4	98,8	77,7
S_FERNANDO	1860	953	907	2.245	1.065	1.180	82,9	89,5	76,9
S_LORENZO	905	480	425	933	444	489	97,0	108,1	86,9
S_VICENT FLORIDA	1930	1.067	863	2.318	1.148	1.170	83,3	92,9	73,8
UNION NACIONAL	583	303	280	709	341	368	82,2	88,9	76,1
PROTEC. COCHAPAM	1534	859	675	1.766	863	903	86,9	99,5	74,8
ANA MARIA	500	252	248	494	237	257	101,2	106,3	96,5
<b>TOTAL</b>	<b>40682</b>								
<b>CONCEPCION</b>									
AERONAUTICO	1153	619	534	1.569	745	824	73,5	83,1	64,8
AEROPUERTO	119	59	60	130	60	70	91,5	98,3	85,7
AEROPUERTO	605	329	276	895	444	451	67,6	74,1	61,2
ANDALUCIA	1760	937	823	2.391	1.120	1.271	73,6	83,7	64,8
BETANIA	1051	546	505	1.446	673	773	72,7	81,1	65,3
EL PINAR BAJO	910	491	419	1.243	604	639	73,2	81,3	65,6
EL ROSARIO	476	246	230	722	340	382	65,9	72,4	60,2
FELIXRIVADENEIRA	262	134	128	342	147	195	76,6	91,2	65,6
FRANKLIN TELLO	456	229	227	633	288	345	72,0	79,5	65,8
LA CONCEPCION	1250	648	602	1.762	820	942	70,9	79,0	63,9
LA FLORIDA	1473	768	705	2.004	947	1.057	73,5	81,1	66,7
MALDONADO	439	250	189	602	297	305	72,9	84,2	62,0
MEXTERIOR	1099	567	532	1.524	703	821	72,1	80,7	64,8
OMNIBUS URBANO	2000	1.000	1.000	2.656	1.201	1.455	75,3	83,3	68,7
S_CARLOS	2976	1.483	1.493	3.961	1.771	2.190	75,1	83,7	68,2
S_CARLOS MULTIF	1597	852	745	2.032	933	1.099	78,6	91,3	67,8

S_PEDRO CLAVEL	2143	1.039	1.104	2.856	1.271	1.585	75,0	81,7	69,7
S_PEDRO CLAVERI	1238	605	633	1.711	743	968	72,4	81,4	65,4
<b>TOTAL</b>	<b>21007</b>								
<b>KENNEDY</b>									
BAKER	1674	866	808	2.243	1.017	1.226	74,6	85,2	65,9
CALIFORN BONANZA	3287	1.728	1.559	4.259	1.955	2.304	77,2	88,4	67,7
COFAVI	2167	1.105	1.062	2.869	1.324	1.545	75,5	83,5	68,7
COOP.MONSERRAT	805	413	392	992	466	526	81,1	88,6	74,5
DAMMER	1745	908	837	2.223	1.055	1.168	78,5	86,1	71,7
DAMMER 1	1621	828	793	2.046	950	1.096	79,2	87,2	72,4
DAMMER 2	611	327	284	778	374	404	78,5	87,4	70,3
JULIO MATOVELLE	2131	1.121	1.010	2.576	1.242	1.334	82,7	90,3	75,7
LA KENNEDY	3210	1.658	1.552	4.182	1.925	2.257	76,8	86,1	68,8
LA LUZ	4150	2.103	2.047	5.912	2.692	3.220	70,2	78,1	63,6
LA VICTORIA	2848	1.503	1.345	3.847	1.789	2.058	74,0	84,0	65,4
LAS ACACIAS	2813	1.408	1.405	3.905	1.758	2.147	72,0	80,1	65,4
LUCIA ALBAN DER.	1302	655	647	1.479	672	807	88,0	97,5	80,2
RODRIGUEZ AGUIRR	4574	2.377	2.197	5.605	2.670	2.935	81,6	89,0	74,9
RUMINIAHUI	3763	1.980	1.783	5.687	2.629	3.058	66,2	75,3	58,3
S_ISIDRO INCA	8987	4.919	4.068	10.056	4.942	5.114	89,4	99,5	79,5
STA.LUCIA ALTA	901	472	429	1.114	522	592	80,9	90,4	72,5
<b>TOTAL</b>	<b>42826</b>								
<b>SAN ISIDRO DEL INCA</b>									
BELLA AURORA	1388	731	657	1.612	786	826	86,1	93,0	79,5
BUENOS AIRES	4834	2.661	2.173	5.488	2.711	2.777	88,1	98,2	78,2
EL EDEN	1154	595	559	1.423	680	743	81,1	87,5	75,2
HOSPITAL SOLCA	877	452	425	1.131	542	589	77,5	83,4	72,2
JARDINES DEL INC	773	436	337	883	439	444	87,5	99,3	75,9
LA VICTORIA	6048	3.296	2.752	6.946	3.374	3.572	87,1	97,7	77,0
NTR. MADRE MERCE	1328	711	617	1.517	709	808	87,5	100,3	76,4
QUINTANA	2092	1.148	944	2.297	1.101	1.196	91,1	104,3	78,9
S_FELIPE	261	151	110	267	140	127	97,8	107,9	86,6
S_MIGUEL AMAGASI	8045	4.295	3.750	9.233	4.452	4.781	87,1	96,5	78,4
SIN NOMBRE 37	867	472	395	1.027	502	525	84,4	94,0	75,2
UNION Y PROGRESO	1671	869	802	1.960	948	1.012	85,3	91,7	79,2
<b>TOTAL</b>	<b>29338</b>								
<b>NAYON</b>									
CENTRAL	4477	2.392	2.085	5.110	2.474	2.636	87,6	96,7	79,1
GUAYRALOMA	96	51	45	116	57	59	82,8	89,5	76,3
MIRAVALLE	81	47	34	98	45	53	82,7	104,4	64,2
MIRAVALLE (AMANZ	2645	1.375	1.270	3.409	1.614	1.795	77,6	85,2	70,8
S_FCO DE TANDA	730	395	335	859	426	433	85,0	92,7	77,4
S_FRANCISCO TAND	1008	557	451	1.124	545	579	89,7	102,2	77,9
S_PED INCHAPICHO	465	252	213	549	258	291	84,7	97,7	73,2
S_VICENTE TANDA	277	141	136	327	161	166	84,7	87,6	81,9
STA.ROSA DE VALL	79	40	39	79	43	36	100,0	93,0	108,3
TACURI	281	161	120	307	152	155	91,5	105,9	77,4
TACURI	60	33	27	61	30	31	98,4	110,0	87,1
VALLE DE NAYON	733	377	356	785	393	392	93,4	95,9	90,8
<b>TOTAL</b>	<b>10932</b>								
<b>ZAMBIZA</b>									
CENTRAL	897	463	434	1.081	510	571	83,0	90,8	76,0
LA TOLA ALTA	547	301	246	640	311	329	85,5	96,8	74,8
S_MIGUEL	516	285	231	596	301	295	86,6	94,7	78,3
S_MIGUEL	167	95	72	244	115	129	68,4	82,6	55,8
S_MIGUEL	281	167	114	326	153	173	86,2	109,2	65,9
YURA AL PALOMA	276	155	121	360	185	175	76,7	83,8	69,1
<b>TOTAL</b>	<b>2684</b>								
<b>TOTAL</b>	<b>261398</b>								

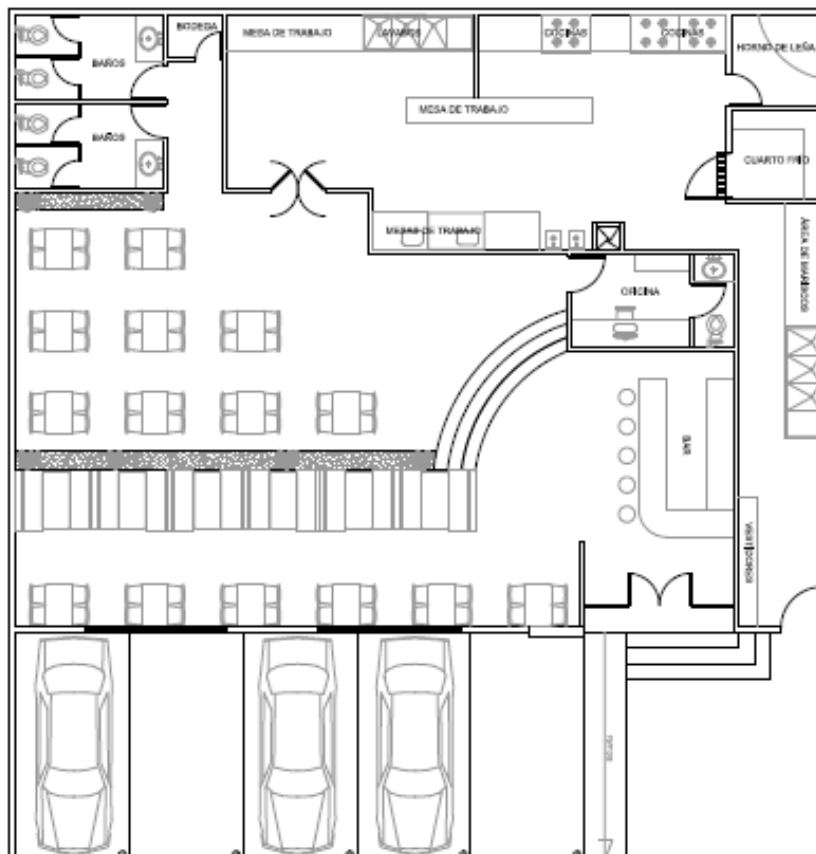
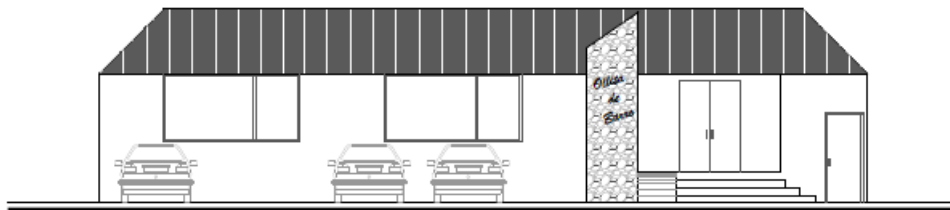
Fuente: Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda del municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el INEC.

**ANEXO # 2:** Croquis de la Ubicación del Restaurante “Ollita de Barro” (Pag.58).



**Fuente:** Google Map.

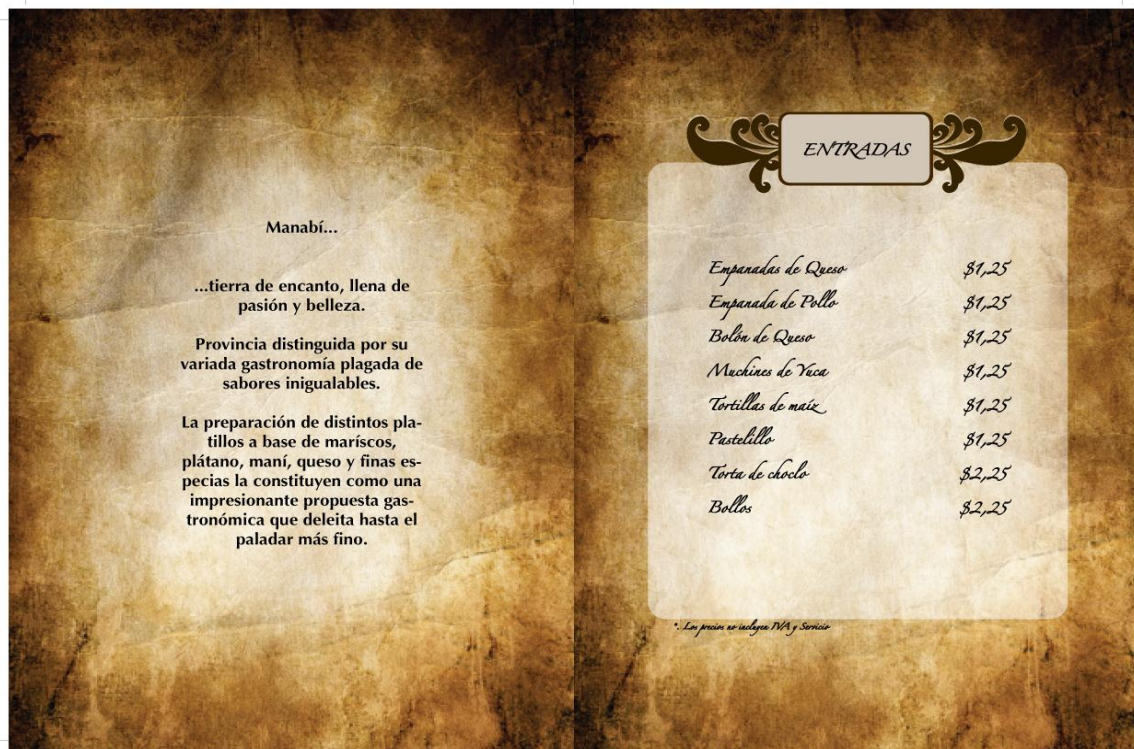
**ANEXO # 3:** Planos Arquitectónicos del Restaurante "Ollita de Barro"(Pag.62).



**Elaborado por:** Arq. Dennis Samaniego.



ANEXO # 4: Carta del Restaurante "Ollita de Barro" (Pag.71).



### SOPAS

<i>Suero Blanco</i>	\$3,50
<i>Caldó de Legumbres</i>	\$2,75
<i>Caldó de Gallina</i>	\$2,75
<i>Caldó de Bolas de Verde</i>	\$2,75
<i>Sopa Marinera</i>	\$6,50
<i>Viche de Pescado</i>	\$5,50
<i>Viche de Camarón</i>	\$5,50
<i>Viche de Cangrejo</i>	\$5,50
<i>Encocado de Cangrejo</i>	\$6,00

\* Los precios no incluyen IVA y Servicio

### PLATOS FUERTES

<i>Cazuela de Pescado</i>	\$6,50
<i>Cazuela de Camarón</i>	\$6,50
<i>Cazuela de Mariscos</i>	\$6,50
<i>Ceviche de Camarón</i>	\$6,00
<i>Ceviche de Pescado con Marí</i>	\$6,00
<i>Ceviche de Cocha</i>	\$6,00
<i>Arroz Marinero</i>	\$6,50
<i>Tonja</i>	\$3,50
<i>Estofado de Pollo</i>	\$3,50
<i>Pescado al Horno</i>	\$5,50

\* Los precios no incluyen IVA y Servicio

### POSTRES

<i>Natilla</i>	\$1,50
<i>Biscochuelo con Manjar</i>	\$1,50
<i>Alfajor con manjar</i>	\$1,50
<i>Torta de Maduro</i>	\$1,50
<i>Arroz con leche</i>	\$1,50

\* Los precios no incluyen IVA y Servicio

### BEBIDAS

ALCOHOLICAS	
<i>Mistela de Piña</i>	\$2,00
<i>Remppe</i>	\$2,00
<i>Cerveza</i>	\$1,50
SIN ALCOHOL	
<i>Jugos Naturales</i> (Ábaca, Mango, Naranja, Piña, Papaya, Coco, Sandía, limón, Maracuyá, Mandarina, Melón, Naranja)	\$1,50
<i>Chocolate con capireleta</i>	\$2,00
<i>Queser con Naranja</i>	\$1,50
<i>Gaseosas</i>	\$1,25
<i>Agua</i> (Natural o mineral)	\$1,00

\* Los precios no incluyen IVA y Servicio

Elaborado por: Carolin López S

**ANEXO # 5:** Recetas Estándar del Restaurante "Ollita de Barro" (Pag.72).

**ENTRADAS**

<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 1</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>SALPRIETA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	<b>ENTRADA</b>			
<b># DE PAX</b>	<b>10</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Maní Tostado	0,30	Kg	6,00	1,80
Harina de maíz	0,30	Kg	1,20	0,36
Achiote	0,02	Lt	2,30	0,05
Comino	0,02	Kg	8,60	0,17
Manteca	0,01	Kg	3,80	0,04
Cilantro	0,10	Atado	0,20	0,02
<b>Costo Neto</b>				<b>2,44</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,12</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,56</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,26</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,02</b>

<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 2</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>EMPANADA DE QUESO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	<b>ENTRADAS</b>			
<b># DE PAX</b>	<b>10</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Plátano verde	4	U	0,15	0,60
Queso fresco	0,30	Kg	4,50	1,35
Mantequilla	0,02	Kg	4,00	0,08
<b>Costo Neto</b>				<b>2,03</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,10</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,13</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,21</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,85</b>

<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 3</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>EMPANADA DE POLLO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	<b>ENTRADAS</b>			
<b># DE PAX</b>	<b>10</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Plátano verde	4	U	0,15	0,60
Pechuga de pollo	0,30	Kg	4,50	1,35
Arveja	0,04	Kg	1,50	0,06
Cebolla paiteña	0,10	Kg	1,15	0,12
Mantequilla	0,02	Kg	4,00	0,08
<b>Costo Neto</b>				<b>2,21</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,11</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,32</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,23</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,93</b>

<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 4</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>BOLÓN DE QUESO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	<b>ENTRADAS</b>			
<b># DE PAX</b>	<b>10</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Plátano verde	4	U	0,15	0,60
Queso fresco	0,30	Kg	4,50	1,35
Mantequilla	0,02	Kg	4,00	0,08
<b>Costo Neto</b>				<b>2,03</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,10</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,13</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,21</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,85</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 5				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>MUCHINES DE YUCA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	ENTRADAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Yuca	1	Kg	0,80	0,80
Queso fresco	0,25	Kg	4,50	1,13
Cebolla paiteña	0,05	Kg	1,15	0,06
Huevo	1	U	0,11	0,11
Mantequilla	0,02	Kg	4,00	0,08
<b>Costo Neto</b>				<b>2,17</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,11</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,28</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,23</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,91</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 6				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>TORTILLAS DE MAÍZ</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	ENTRADAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina de maíz amarillo	0,80	Kg	0,85	0,68
Leche	0,25	Lt	0,60	0,15
Huevo	1	U	0,11	0,11
Queso fresco	0,25	Kg	4,50	1,13
Mantequilla	0,02	Kg	4,00	0,08
Manteca	0,02	Kg	3,80	0,08
<b>Costo Neto</b>				<b>2,22</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,11</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,33</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,23</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,93</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 7				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	TORTA DE CHOCLO			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	ENTRADAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Choclo tierno	12	U	0,20	2,40
Leche	0,35	Lt	0,60	0,21
Pasas	0,03	Kg	8,50	0,26
Huevo	5	U	0,11	0,55
Azúcar	0,04	Kg	1,15	0,05
Mantequilla	0,03	Kg	4,00	0,12
Queso fresco	0,20	Kg	4,50	0,90
<b>Costo Neto</b>				<b>4,48</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,22</b>
<b>Costo Total</b>				<b>4,71</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,47</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,88</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 8				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	PASTELILLO			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	ENTRADAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina de Trigo	0,50	Kg	1,10	0,55
Pechuga de pollo	0,20	Kg	4,50	0,90
Galleta dulce	0,20	Kg	3,40	0,68
Leche	0,25	Lt	0,60	0,15
Arveja	0,03	Kg	1,50	0,05
Huevo	1	U	0,11	0,11
Pasas	0,03	Kg	8,50	0,26
Mantequilla	0,03	Kg	4,00	0,12
Cebolla paiteña	0,03	Kg	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>2,84</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,14</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,99</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,30</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,19</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 9				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>BOLLOS</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	ENTRADAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plátano verde	4	U	0,15	0,60
Pasta de Maní	0,30	Kg	3,80	1,14
Cebolla paiteña	0,05	Kg	1,15	0,06
Cebolla blanca	0,05	Kg	1,30	0,07
Pimiento verde	0,03	Kg	1,80	0,05
Ajo	0,03	Kg	3,20	0,10
Cilantro	0,10	Atado	0,25	0,03
Corvina	0,40	Kg	6,00	2,40
Hojas de plátano	5	U	0,02	0,10
<b>Costo Neto</b>				<b>4,54</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,23</b>
<b>Costo Total</b>				<b>4,76</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,48</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,91</b>

## SOPAS

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 10				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>SUERO BLANCO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Leche	8	Lt	0,60	4,80
Pastilla de cuajo	2	U	0,70	1,40
Plátano verde	5	U	0,15	0,75
<b>Costo Neto</b>				<b>6,95</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,35</b>
<b>Costo Total</b>				<b>7,30</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,73</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>2,43</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 11				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CALDO DE LEGUMBRES</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Habas tiernas	0,30	Kg	1,20	0,36
Choclo	3	U	0,20	0,60
Pepino	0,30	Kg	1,20	0,36
Plátano maduro	1	U	0,20	0,20
Camote	0,30	Kg	1,40	0,42
Achocha	0,30	Kg	1,60	0,48
Zapallo	0,30	Kg	0,90	0,27
Leche	2	Lt	0,60	1,20
Cebolla paiteña	0,10	Kg	1,15	0,12
Cebolla blanca	0,10	Kg	1,30	0,13
Cilantro	0,10	Atado	0,25	0,03
Mantequilla	0,05	Kg	4,00	0,20
Huevo	10	U	0,11	1,10
<b>Costo Neto</b>				<b>5,46</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,27</b>
<b>Costo Total</b>				<b>5,73</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,57</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,91</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 12				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CALDO DE GALLINA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Presas de pollo	1,60	Kg	3,50	5,60
Yuca	0,50	Kg	0,80	0,40
Cebolla blanca	0,10	Kg	1,30	0,13
Cebolla paiteña	0,10	Kg	1,15	0,12
Pimiento verde	0,05	Kg	1,80	0,09
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Ajo	0,03	Kg	3,20	0,10
<b>Costo Neto</b>				<b>6,48</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,32</b>
<b>Costo Total</b>				<b>6,81</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,68</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>2,27</b>



RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 13				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CALDO DE BOLAS DE VERDE</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plátano verde	3	U	0,15	0,45
Carne de Res	0,50	Kg	4,20	2,10
Choclo	3	U	0,20	0,60
Yuca	0,50	Kg	0,80	0,40
Zanahoria	0,30	Kg	1,40	0,42
Huevo	5	U	0,11	0,55
Arveja	0,05	Kg	1,50	0,08
Ajo	0,04	Kg	3,20	0,13
Cebolla paiteña	0,20	Kg	1,15	0,23
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Mantequilla	0,08	Kg	4,00	0,32
<b>Costo Neto</b>				<b>5,32</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,27</b>
<b>Costo Total</b>				<b>5,59</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,56</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,86</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 14				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>SOPA MARINERA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Albacora	0,35	Kg	4,00	1,40
Camarón	0,35	Kg	6,00	2,10
Cangrejo	10	U	0,48	4,80
Almeja	0,20	Kg	7,00	1,40
Mejillón	0,20	Kg	6,50	1,30
Pulpo	0,20	Kg	6,75	1,35
Calamar	0,20	Kg	5,20	1,04
Conchas	10	U	0,10	1,00
Plátano verde	1	U	0,15	0,15
Cebolla paiteña	0,10	Kg	1,15	0,12
Ajo	0,04	Kg	3,20	0,13
Pasta de Maní	0,20	Kg	3,80	0,76
Cilantro	0,10	Atado	0,25	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>15,57</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,78</b>
<b>Costo Total</b>				<b>16,35</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,63</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>5,45</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 15				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>VICHE DE PESCADO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Albacora	1,20	Kg	4,00	4,80
Pasta de Maní	0,30	Kg	3,80	1,14
Leche	1	Lt	0,60	0,60
Plátano maduro	1	U	0,20	0,20
Plátano verde	1	U	0,15	0,15
Zapallo	0,20	Kg	0,90	0,18
Yuca	0,20	Kg	0,80	0,16
Choclo	4	U	0,20	0,80
Achocha	0,20	Kg	1,60	0,32
Zanahoria	0,20	Kg	1,40	0,28
Col	0,20	Kg	0,60	0,12
Habas tiernas	0,20	Kg	1,20	0,24
Frejol tierno	0,20	Kg	1,80	0,36
Camote	0,20	Kg	1,40	0,28
Cebollín verde	0,10	Atado	0,40	0,04
Pimiento verde	0,10	Kg	1,80	0,18
Pepino	0,20	Kg	1,20	0,24
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Cebolla paiteña	0,20	Kg	1,15	0,23
Ajo	0,04	Kg	3,20	0,13
<b>Costo Neto</b>				<b>10,50</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,52</b>
<b>Costo Total</b>				<b>11,02</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,10</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>3,67</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 16				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>VICHE DE CAMARÓN</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Camarón	0,90	Kg	6,00	5,40
Pasta de Maní	0,30	Kg	3,80	1,14
Leche	1	Lt	0,60	0,60
Plátano maduro	1	U	0,20	0,20
Plátano verde	1	U	0,15	0,15
Zapallo	0,20	Kg	0,90	0,18
Yuca	0,20	Kg	0,80	0,16
Choclo	4	U	0,20	0,80
Achocha	0,20	Kg	1,60	0,32
Zanahoria	0,20	Kg	1,40	0,28
Col	0,20	Kg	0,60	0,12
Habas tiernas	0,20	Kg	1,20	0,24
Frejol tierno	0,20	Kg	1,80	0,36
Camote	0,20	Kg	1,40	0,28
Cebollín verde	0,10	Atado	0,40	0,04
Pimiento verde	0,10	Kg	1,80	0,18
Pepino	0,20	Kg	1,20	0,24
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Cebolla paiteña	0,20	Kg	1,15	0,23
Ajo	0,04	Kg	3,20	0,13
<b>Costo Neto</b>				<b>11,10</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,55</b>
<b>Costo Total</b>				<b>11,65</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,17</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>3,88</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 17				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>VICHE DE CANGREJO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cangrejo	10	U	0,48	4,80
Pasta de Maní	0,30	Kg	3,80	1,14
Leche	1	Lt	0,60	0,60
Plátano maduro	1	U	0,20	0,20
Plátano verde	1	U	0,15	0,15
Yuca	0,20	Kg	0,80	0,16
Zanahoria	0,20	Kg	1,40	0,28
Choclo	4	U	0,20	0,80
Achocha	0,20	Kg	1,60	0,32
Col	0,20	Kg	0,60	0,12
Zapallo	0,20	Kg	0,90	0,18
Camote	0,20	Kg	1,40	0,28
Pepino	0,20	Kg	1,20	0,24
Habas tiernas	0,20	Kg	1,20	0,24
Frejol tierno	0,20	Kg	1,80	0,36
Pimiento verde	0,10	Kg	1,80	0,18
Ajo	0,04	Kg	3,20	0,13
Cebollín verde	0,10	Atado	0,40	0,04
Cebolla blanca	0,10	Kg	1,30	0,13
Cebolla paiteña	0,20	Kg	1,15	0,23
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
<b>Costo Neto</b>				<b>10,63</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,53</b>
<b>Costo Total</b>				<b>11,16</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,12</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>3,72</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 18				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>ENCOCCADO DE CANGREJO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cangrejo	10	U	0,48	4,80
Coco	2	U	0,40	0,80
Plátano maduro	2	U	0,20	0,40
Plátano verde	3	U	0,15	0,45
Cebolla paitaña	0,20	Kg	1,15	0,23
Pimiento verde	0,10	Kg	1,80	0,18
Cebolla blanca	0,10	Kg	1,30	0,13
Ajo	0,04	Kg	3,20	0,13
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Comino	0,01	Kg	8,60	0,09
Huevo	10	U	0,11	1,10
Pasas	0,30	Kg	8,50	2,55
<b>Costo Neto</b>				<b>10,90</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,55</b>
<b>Costo Total</b>				<b>11,45</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,14</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>3,82</b>

## PLATOS FUERTES

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 19				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CEVICHE DE CAMARÓN</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	PLATO FUERTE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camarón	2	Kg	6,00	12,00
Cebolla paitaña	0,50	Kg	1,15	0,58
Cebolla blanca	0,20	Kg	1,30	0,26
Tomates	0,60	Kg	1,25	0,75
Limón	10	U	0,02	0,20
Naranja	4	U	0,05	0,20
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Salsa de tomate	0,20	Kg	3,50	0,70
mostaza	0,03	Kg	4,60	0,14
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>14,91</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,75</b>
<b>Costo Total</b>				<b>15,65</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,57</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>4,47</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 20				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CEVICHE DE PESCADO CON SALSA DE MANÍ</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	PLATO FUERTE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Picudo	2	Kg	5,50	11,00
Limón	15	U	0,02	0,30
Pasta de Maní	0,30	Kg	3,80	1,14
Cebolla paiteña	0,50	Kg	1,15	0,58
Tomates	0,60	Kg	1,25	0,75
Pimiento verde	0,15	Kg	1,80	0,27
Naranja	4	U	0,05	0,20
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>14,32</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,72</b>
<b>Costo Total</b>				<b>15,04</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,50</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>4,30</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 21				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CEVICHE DE CONCHA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	PLATO FUERTE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Conchas	150	U	0,10	15,00
Limón	10	U	0,02	0,20
Tomates	0,50	Kg	1,25	0,63
Cebolla paiteña	0,50	Kg	1,15	0,58
Naranja	4	U	0,05	0,20
Salsa de tomate	0,15	Kg	3,50	0,53
mostaza	0,03	Kg	4,60	0,14
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>17,35</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,87</b>
<b>Costo Total</b>				<b>18,21</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,82</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>5,20</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 22				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CAZUELA DE PESCADO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plátano verde	6	U	0,15	0,90
Pasta de Maní	0,50	Kg	3,80	1,90
Albacora	1,50	Kg	4,00	6,00
Tomates	0,20	Kg	1,25	0,25
Cebolla paiteña	0,25	Kg	1,15	0,29
Cebolla blanca	0,20	Kg	1,30	0,26
Pimiento verde	0,15	Kg	1,80	0,27
Ajo	0,045	Kg	3,20	0,14
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Comino	0,02	Kg	8,60	0,17
Orégano fresco	0,10	Atado	0,40	0,04
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>10,31</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,52</b>
<b>Costo Total</b>				<b>10,82</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,08</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>3,09</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 23				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CAZUELA DE CAMARÓN</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plátano verde	6	U	0,15	0,90
Pasta de Maní	0,50	Kg	3,80	1,90
Camarón	1,20	Kg	6,00	7,20
Tomates	0,20	Kg	1,25	0,25
Cebolla paiteña	0,25	Kg	1,15	0,29
Cebolla blanca	0,20	Kg	1,30	0,26
Pimiento verde	0,15	Kg	1,80	0,27
Ajo	0,045	Kg	3,20	0,14
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Comino	0,02	Kg	8,60	0,17
Orégano fresco	0,10	Atado	0,40	0,04
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>11,51</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,58</b>
<b>Costo Total</b>				<b>12,08</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,21</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>3,45</b>

<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 24</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CAZUELA DE MARISCOS</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	SOPAS			
<b># DE PAX</b>	10			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Plátano verde	6	U	0,15	0,90
Pasta de Maní	0,50	Kg	3,80	1,90
Albacora	0,40	Kg	4,00	1,60
Camarón	0,40	Kg	6,00	2,40
Almeja	0,15	Kg	7,00	1,05
Mejillón	0,15	Kg	6,50	0,98
Pulpo	0,15	Kg	6,75	1,01
Calamar	0,15	Kg	5,20	0,78
Cangrejo	10	U	0,48	4,80
Conchas	10	U	0,10	1,00
Tomates	0,20	Kg	1,25	0,25
Cebolla paiteña	0,25	Kg	1,15	0,29
Cebolla blanca	0,20	Kg	1,30	0,26
Pimiento verde	0,15	Kg	1,80	0,27
Ajo	0,045	Kg	3,20	0,14
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Comino	0,02	Kg	8,60	0,17
Orégano fresco	0,10	Atado	0,40	0,04
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>17,93</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,90</b>
<b>Costo Total</b>				<b>18,82</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,88</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>5,38</b>



RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 25				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>ARROZ MARINERO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	PLATO FUERTE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arroz	1,50	Kg	0,87	1,31
Albacora	0,25	Kg	4,00	1,00
Camarón	0,25	Kg	6,00	1,50
Conchas	100	U	0,10	10,00
Almeja	0,15	Kg	7,00	1,05
Mejillón	0,15	Kg	6,50	0,98
Calamar	0,15	Kg	5,20	0,78
Cebolla paiteña	0,15	Kg	1,15	0,17
Cebolla blanca	0,15	Kg	1,30	0,20
Pimiento verde	0,10	Kg	1,80	0,18
Ajo	0,045	Kg	3,20	0,14
Mantequilla	0,02	Kg	4,00	0,08
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Comino	0,02	Kg	8,60	0,17
Plátano maduro	1	U	0,20	0,20
<b>Costo Neto</b>				<b>17,80</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,89</b>
<b>Costo Total</b>				<b>18,69</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,87</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>5,34</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 26				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>TONGA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	PLATO FUERTE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arroz	1	Kg	0,87	0,87
Pasta de Maní	0,30	Kg	3,80	1,14
Presas de pollo	1,60	Kg	3,50	5,60
Cebolla paiteña	0,30	Kg	1,15	0,35
Cebolla blanca	0,30	Kg	1,30	0,39
Yuca	0,20	Kg	0,80	0,16
Plátano maduro	2	U	0,20	0,40
Hojas de plátano	5	U	0,02	0,10
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>9,09</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,45</b>
<b>Costo Total</b>				<b>9,54</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,95</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>2,73</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 27				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>ESTOFADO DE POLLO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	PLATO FUERTE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Presas de pollo	1,60	Kg	3,50	5,60
Papa	0,80	Kg	0,75	0,60
Cebolla paiteña	0,50	Kg	1,15	0,58
Cebolla blanca	0,50	Kg	1,30	0,65
Tomates	0,50	Kg	1,25	0,63
Pimiento verde	0,20	Kg	1,80	0,36
Cilantro	0,20	Atado	0,25	0,05
Comino	0,02	Kg	8,60	0,17
Mantequilla	0,02	Kg	4,00	0,08
Aceite	0,03	Lt	1,15	0,03
<b>Costo Neto</b>				<b>8,75</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,44</b>
<b>Costo Total</b>				<b>9,18</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,92</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>2,62</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 28				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>PESCADO AL HORNO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	PLATO FUERTE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Corvina	2,50	Kg	4,50	11,25
Cebolla paiteña	0,25	Kg	1,15	0,29
Cebolla blanca	0,20	Kg	1,30	0,26
Tomates	0,20	Kg	1,25	0,25
Limón	3	U	0,02	0,06
Pasta de Maní	0,25	Kg	3,80	0,95
Mantequilla	0,05	Kg	4,00	0,20
Plátano maduro	5	U	0,20	1,00
Yuca	0,30	Kg	0,80	0,24
Camote	0,30	Kg	1,40	0,42
Vino tinto	0,25	Lt	3,50	0,88
Aceite	0,07	Lt	1,15	0,08
<b>Costo Neto</b>				<b>15,87</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,79</b>
<b>Costo Total</b>				<b>16,67</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>1,67</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>35%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>4,76</b>

**POSTRES**

<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 29</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>NATILLA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	<b>POSTRE</b>			
<b># DE PAX</b>	10			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Leche	1	Lt	0,60	0,60
Huevo	5	U	0,11	0,55
Panela	0,10	Kg	2,00	0,20
Harina de maíz	0,35	Kg	1,20	0,42
Esencia de Vainilla	0,30	Lt	4,50	1,35
Canela	0,03	Kg	12,00	0,36
<b>Costo Neto</b>				<b>3,48</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,17</b>
<b>Costo Total</b>				<b>3,65</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,37</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,22</b>

<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 30</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>BIZCOCHUELO CON MANJAR</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	<b>POSTRE</b>			
<b># DE PAX</b>	10			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina de trigo	0,40	Kg	1,10	0,44
Huevo	8	U	0,11	0,88
Esencia de Vainilla	0,02	Lt	4,50	0,09
Azúcar	0,40	Kg	1,15	0,00
Mantequilla	0,10	Kg	4,00	0,40
Manjar	0,40	Kg	6,00	2,40
<b>Costo Neto</b>				<b>4,21</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,21</b>
<b>Costo Total</b>				<b>4,42</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,44</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,47</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 31				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>ALFAJOR CON MANJAR</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	POSTRE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina de trigo	0,20	Kg	1,10	0,22
Maicena	0,10	Kg	1,70	0,17
Mantequilla	0,10	Kg	4,00	0,40
Bicarbonato de sodio	0,007	Kg	8,90	0,06
Esencia de Vainilla	0,015	Lt	4,50	0,07
Limón	1	U	0,02	0,02
Huevo	4	U	0,11	0,44
Azúcar	0,20	Kg	1,15	0,23
Coñac	0,25	Lt	3,80	0,95
Manjar	0,30	Kg	4,00	1,20
<b>Costo Neto</b>				<b>3,76</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,19</b>
<b>Costo Total</b>				<b>3,95</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,39</b>
<b>30% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,32</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 32				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>TORTA DE MADURO</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	POSTRE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plátano maduro	5,00	U	0,20	1,00
Queso fresco	0,30	Kg	4,50	1,35
Pasas	0,05	Kg	8,50	0,43
Azúcar	0,20	Kg	1,15	0,23
Mantequilla	0,15	Kg	4,00	0,60
Canela	0,03	Kg	12,00	0,36
Leche	0,15	Lt	0,60	0,09
<b>Costo Neto</b>				<b>4,06</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,20</b>
<b>Costo Total</b>				<b>4,26</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,43</b>
<b>30% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,42</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 33				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	ARROZ CON LECHE			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	POSTRE			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arroz	0,30	Kg	0,87	0,26
Leche	2	Lt	0,60	1,20
Azúcar	0,30	Kg	1,15	0,35
Pasas	0,05	Kg	8,50	0,43
Canela	0,03	Kg	12,00	0,36
Esencia de Vainilla	0,015	Lt	4,50	0,07
Mantequilla	0,10	Kg	4,00	0,40
Huevo	4	U	0,11	0,44
<b>Costo Neto</b>				<b>3,50</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,17</b>
<b>Costo Total</b>				<b>3,67</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,37</b>
<b>30% Costo de venta</b>				<b>30%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,22</b>

## BEBIDAS

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 34				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	MISTELA DE PIÑA			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Piña	1	U	0,50	0,50
Azúcar	0,50	Kg	1,15	0,58
Canela	0,04	Kg	12,00	0,48
Aguardiente	0,40	Lt	0,9,00	0,36
<b>Costo Neto</b>				<b>1,92</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,10</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,01</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,20</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,80</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 35				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>ROMPOPE</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Leche	3	Lt	0,60	1,80
Huevo	6	U	0,11	0,66
Azúcar	0,50	Kg	1,15	0,58
Esencia de Vainilla	0,015	Lt	4,50	0,07
Canela	0,02	Kg	12,00	0,24
Aguardiente	0,20	Lt	0,90	0,18
<b>Costo Neto</b>				<b>3,52</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,18</b>
<b>Costo Total</b>				<b>3,70</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,37</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,48</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 36				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>QUAQUER CON NARANJILLA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Avena	0,40	Kg	3,80	1,52
Azúcar	0,60	Kg	1,15	0,69
Naranja	0,06	Kg	1,10	0,07
Panela	100	Gr	0,20	0,07
Canela	0,03	Kg	12,00	0,36
Clavo de Olor	0,02	Kg	10,40	0,21
<b>Costo Neto</b>				<b>2,91</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,15</b>
<b>Costo Total</b>				<b>3,06</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,31</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,22</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 37				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE PIÑA			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Piña	2	U	0,50	1,00
Azúcar	0,60	Kg	1,15	0,69
<b>Costo Neto</b>				<b>1,69</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,08</b>
<b>Costo Total</b>				<b>1,77</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,18</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,71</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 38				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE SANDÍA			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sandía	20	U	1,20	2,40
Azúcar	0,20	Kg	1,15	0,23
<b>Costo Neto</b>				<b>2,63</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,13</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,76</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,28</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,10</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 39				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE PAPAYA			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papaya	30	U	0,50	1,50
Azúcar	0,3	Kg	1,15	0,35
<b>Costo Neto</b>				<b>1,85</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,09</b>
<b>Costo Total</b>				<b>1,94</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,19</b>
<b>25% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,77</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 40				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE LIMÓN			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Limón meyer	10	U	0,05	0,50
Azúcar	0,50	Kg	1,15	0,58
<b>Costo Neto</b>				<b>1,08</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,05</b>
<b>Costo Total</b>				<b>1,13</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,11</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,45</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 41				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE MARACUYÁ			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Maracuyá	15	U	0,10	1,50
Azúcar	0,40	Kg	1,15	0,46
<b>Costo Neto</b>				<b>1,96</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,10</b>
<b>Costo Total</b>				<b>2,06</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,21</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>0,82</b>

RESTAURANTE OLLITA DE BARRO				
RECETA ESTANDAR # 42				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE NARANJA			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Naranja	80	U	0,05	4,00
<b>Costo Neto</b>				<b>4,00</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,20</b>
<b>Costo Total</b>				<b>4,20</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,42</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,68</b>



<b>RESTAURANTE OLLITA DE BARRO</b>				
<b>RECETA ESTANDAR # 43</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CHOCOLATE CON CAPIRULETA</b>			
<b>GRUPO PERTENECIENTE:</b>	BEBIDAS			
<b># DE PAX</b>	10			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Tableta de Chocolate	1	U	0,80	0,80
Leche	3	Lt	0,60	1,80
Huevo	2	U	0,11	0,22
Azúcar	0,30	Kg	1,15	0,35
<b>Costo Neto</b>				<b>3,17</b>
<b>5% varios</b>				<b>0,16</b>
<b>Costo Total</b>				<b>3,32</b>
<b>Costo por pax</b>				<b>0,33</b>
<b>% Costo de venta</b>				<b>25%</b>
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				<b>1,33</b>

**ANEXO # 6: Material de Readequación y Acabados del Restaurante “Ollita de Barro” (Pag.105).**

<b>ESTRUCTURA Y ADECUACIÓN DEL LOCAL</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>MANPOSTERIA</b>					
Bloques	Hormigón	120	m <sup>2</sup>	8,50	1020,00
Cemento Chimborazo	Cemento	20	U	9,50	190,00
Alisado Baño	Montero	54	m <sup>2</sup>	6,75	364,50
Alisado Cocina	Montero	86	m <sup>2</sup>	6,75	580,50
Alisado Bar	Montero	24	m <sup>2</sup>	6,75	162,00
Recubrimiento Baño	Cerámica	76	m <sup>2</sup>	8,41	639,16
Recubrimiento Cocina	Cerámica	110	m <sup>2</sup>	8,41	925,10
Recubrimiento Bar	Madera	45	m <sup>2</sup>	15,40	693,00
Recubrimiento Salón	Pintura Esmaltada	160	m <sup>2</sup>	2,30	368,00
Ventanas	Vidrio	25	m <sup>2</sup>	11,40	285,00
<b>TOTAL</b>					<b>5.227,26</b>
<b>INTERIORES</b>					
Revestimiento del Baño	Cerámica	47	m <sup>2</sup>	10,11	475,17
Revestimiento cocina	Cerámica	82	m <sup>2</sup>	10,11	829,02
Revestimiento Bar	Duela de Chanul	25	m <sup>2</sup>	43,50	1087,50
Revestimiento Salón	Duela de Chanul	146	m <sup>2</sup>	43,50	6351,00
Puertas	Madera	7	U	125,00	875,00
Lámparas	3 Boquillas	3	U	35,00	105,00
Lámparas	2 Boquillas	7	U	24,00	168,00
Pintura Extra	Esmaltada	120	m <sup>2</sup>	2,30	276,00
<b>TOTAL</b>					<b>10.166,69</b>
<b>EXTERIORES</b>					
Parqueadero	Piedra	25	m <sup>3</sup>	33,35	833,75
Jardín	Plantas	2	m <sup>2</sup>	18,20	36,40
Pared de piedra	Natural	8	m <sup>2</sup>	16,20	129,60
Pintura	Esmaltada	480	m <sup>2</sup>	2,30	1104,00
<b>TOTAL</b>					<b>2.103,75</b>
<b>PIEZAS SANITARIAS Y GRIFERÍA</b>					
Inodoros Baños	Tubos y Accesorios	5	U	128,50	642,50
Lavamanos Baños	Tubos y Accesorios	3	U	65,40	196,20
Urinaros Baños	Tubos y Accesorios	3	U	48,00	144,00
Grifería cocina	FV	1	U	65,00	65,00
Grifería Baños	FV	5	U	67,00	335,00
<b>TOTAL</b>					<b>1.382,70</b>
<b>OTROS</b>					
Derrocamiento	Servicio Volqueta	1	U	250,00	250,00
Mano de Obra	3 trabajadores	1	U	2.800,00	2.800,00
Pegamentos y Extras	(Sika, Bondex, ect)	1	U	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>					<b>4.632,70</b>
<b>TOTAL REMODELACIÓN</b>					<b>23.513,10</b>

Fuente: Revista Construcción Diciembre 2014

Elaborado por: Carolin López

**ANEXO # 7: Detalle de Rol de Pagos de los Trabajadores (Pag.108).**

<b>ROL DE PAGOS</b>											
<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Fondos Reserva</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Bono de Eficiencia</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total Beneficios</b>	<b>Aporte Personal</b>	<b>Total Egreso</b>	<b>Líquido a recibir</b>
Administrador	650,00	54,17	79,04	54,17	28,33	200,00	27,08	442,79	61,43	61,43	588,58
Auxiliar Contable	400,00	33,33	48,64	33,33	28,33	100,00	16,67	260,31	37,80	37,80	362,20
Chef	600,00	50,00	72,96	50,00	28,33	100,00	25,00	326,29	56,70	56,70	543,30
Cajera 1	400,00	33,33	48,64	33,33	28,33	100,00	16,67	260,31	37,80	37,80	362,20
Cajera 2	400,00	33,33	48,64	33,33	28,33	100,00	16,67	260,31	37,80	37,80	362,20
Cajera 3	400,00	33,33	48,64	33,33	28,33	100,00	16,67	260,31	37,80	37,80	362,20
Cocinero	400,00	33,33	48,64	33,33	28,33	100,00	16,67	260,31	37,80	37,80	362,20
Ayudante de Cocina 1	350,00	29,17	42,56	29,17	28,33	100,00	14,58	243,81	33,08	33,08	316,93
Ayudante de Cocina 2	350,00	29,17	42,56	29,17	28,33	100,00	14,58	243,81	33,08	33,08	316,93
Stewart	350,00	29,17	42,56	29,17	28,33	100,00	14,58	243,81	33,08	33,08	316,93
Capitán	400,00	33,33	48,64	33,33	28,33	100,00	16,67	260,31	37,80	37,80	362,20
Mesero 1	350,00	29,17	42,56	29,17	28,33	100,00	14,58	243,81	33,08	33,08	316,93
Mesero 2	350,00	29,17	42,56	29,17	28,33	100,00	14,58	243,81	33,08	33,08	316,93
Mesero 3	350,00	29,17	42,56	29,17	28,33	100,00	14,58	243,81	33,08	33,08	316,93
Mesero 4	350,00	29,17	42,56	29,17	28,33	100,00	14,58	243,81	33,08	33,08	316,93
<b>TOTAL</b>	<b>5.400,00</b>	<b>450,00</b>	<b>656,64</b>	<b>450,00</b>	<b>368,33</b>	<b>1.400,00</b>	<b>225,00</b>	<b>3.549,97</b>	<b>510,30</b>	<b>510,30</b>	<b>5.523,55</b>

Elaborado por: Carolin López S.