



**UNIVERSIDAD UTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE INGENIERA EN**

**ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**TEMA: PROPUESTA DE FACTIBILIDAD DE UN RESTAURANTE DE COMIDA**

**ECUATORIANA UBICADO EN LA PARROQUIA DE BAÑOS DE CUENCA,**

**CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY**

**AUTORA: ACUÑA SALTO ANA PATRICIA**

**DIRECTOR DE TESIS: BENALCÁZAR CARVAJAL LUIS ALFONSO**

**Quito – Ecuador**

**2019 – 2020**

**FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN: 30/09/2020**

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**  
**PROYECTO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CEDULA DE IDENTIDAD	1722731310
APELLIDO Y NOMBRES:	Acuña Salto Ana Patricia
DIRECCIÓN:	El Inca, Isla Isabela y Av. 6 de Diciembre
EMAIL:	ana.salto1997@hotmail.com
TELEFONO FIJO:	2-439-242
TELEFONO MOVIL:	0958621924

DATOS DE LA OBRA	
TITULO	Propuesta de factibilidad de un restaurante de comida ecuatoriana ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca, cantón Cuenca, provincia del Azuay
AUTOR O AUTORES	Acuña Salto Ana Patricia
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN	30/09/2020
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Benalcázar Carvajal Luis Alfonso
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en administración hotelera
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	El restaurante "MariAnitas" es el proyecto de factibilidad ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca, cantón Cuenca, provincia del Azuay, especialmente dirigido a satisfacer una parte de la población desatendida de este lugar, ofertando productos variados que sean de agrado a los clientes potenciales, buscando

satisfacer sus necesidades de consumo y oferta gastronómica con un servicio y producto de calidad a precios accesibles. El establecimiento estará conformado por tres áreas que son: el área de producción, el área de consumo y el área de adquisiciones y almacenamiento; cada área mencionada anteriormente contará con los equipos, insumos, mobiliario, etc., necesarios para el correcto funcionamiento del establecimiento, así como la estandarización de los procesos que lleva cada una de las mismas con la finalidad de generar calidad y funciones específicas que permitan cumplir con los objetivos propuestos. El restaurante de comida ecuatoriana contará con una capacidad para atender a 68 personas con personal capacitado que brinde una atención amable y respetuosa con los clientes potenciales generando de esta manera la fidelidad de los consumidores mejorando así las utilidades del establecimiento y obteniendo un ganar-ganar para las dos partes, también el proyecto generará un impacto positivo tanto para el incremento turístico, gastronómico y ayuda a promover la economía local. Dentro de los estándares de calidad se encuentran los procesos plasmados en flujogramas (servicio, adquisiciones y almacenamiento, producción) para la correcta manipulación de los alimentos y las capacitaciones y actualizaciones constantes a los colaboradores para que su desempeño logre un resultado final satisfactorio.

**PALABRAS CLAVES:**

Áreas, servicio, capital de trabajo, estado de resultados, van, tir.

**ABSTRACT:**

The restaurant "MariAnitas" is the pre-feasibility project located in the parish of Baños de Cuenca, Cuenca canton, Azuay province, especially aimed at satisfying a part of the unattended population of this place, offering varied products that are pleasing to potential customers, seeking to meet their consumption needs and gastronomic offer with a quality service and

	<p>product at affordable prices. The establishment will consist of three areas that are: the production area, the consumption area and the procurement and storage area; Each area mentioned above will have the equipment, supplies, furniture, etc., necessary for the proper functioning of the establishment, as well as the standardization of the processes that each of them carries in order to generate quality and specific functions that allow compliance with the proposed objectives. The Ecuadorian food restaurant will have a capacity to serve 68 people with trained staff that provides a friendly and respectful attention to potential customers, thus generating consumer loyalty thus improving the profits of the establishment and obtaining a win - win for Both parties, also the project will generate a positive impact for both the tourist, gastronomic increase and helps to promote the local economy. Within the quality standards are the processes embodied in flowcharts (service, procurement and storage, production) for the correct handling of food and constant training and updates to employees so that their performance achieves a satisfactory final result.</p>
<p><b>KEYWORDS</b></p>	<p>Areas, service, working capital, income statement, van, tir.</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



f. \_\_\_\_\_

ANA PATRICIA ACUÑA SALTO


Ci: 1722731310

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **ACUÑA SALTO ANA PATRICIA**, CI 1722731310 autor/a del proyecto titulado: **Propuesta de factibilidad de un restaurante de comida ecuatoriana ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca, cantón Cuenca, provincia del Azuay** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración Hotelera** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 30 de septiembre del 2020

f.  \_\_\_\_\_

ANA PATRICIA ACUÑA SALTO

CI: 1722731310

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título **“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD DE UN RESTAURANTE DE COMIDA ECUATORIANA UBICADO EN LA PARROQUIA DE BAÑOS DE CUENCA, CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY”**, para aspirar al título de Administradora Hotelera fue desarrollada por la Srta. Ana Patricia Acuña Salto, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Ciencias Gastronómicas y Turismo; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.



f.....

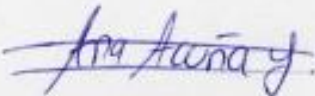
Luis Benalcázar C.  
**Director del Trabajo**

## DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, Acuña Salto Ana Patricia, portador(a) de la cédula de identidad N°1722731310,

declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f.  \_\_\_\_\_

ANA PATRICIA ACUÑA SALTO

CI: 1722731310

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme la fuerza, la paz, el amor y la oportunidad de culminar con este paso importante en mi vida estudiantil.

A mis padres Mariana de Jesús Salto Buestán y Luis Washington Benalcázar quienes con esfuerzo y amor me condujeron a recorrer este camino de manera correcta para alcanzar mis sueños, a sus consejos y ejemplo de lucha y constancia para alcanzar las metas soñadas.

A mi hermana Cristina Acuña Salto y mamá Rosa Amelia Salto quienes me acompañaron día tras día en este proceso tan importante para mi vida tanto personal como profesional, por su amor incondicional, su apoyo y paciencia, en especial para mi madre Rosita, quien me acompañó toda la vida para llegar a ser una buena persona y profesional, en su memoria y la de mi padre Luis que están cuidando y guiando mi camino desde el cielo.

A mi mejor amiga Katherine Erazo quien me apoyó durante todo el proceso para finalizar mis estudios, por estar siempre acompañándome en todo momento, ya que estuvo conmigo uno de los momentos más importantes en mi vida que es el transcurso de estudios durante años hasta la terminación de los mismos.

Finalmente, a mi mejor amigo Edison Bermeo quien me acompañó en todo momento, por estar acompañándome incondicionalmente en los momentos más difíciles, gracias por su apoyo y cariño.



## ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>ANTECEDENTES DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>ii. ENUNCIADO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>2</b>
<b>III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>2</b>
a. Pregunta General:.....	2
b. Preguntas Específicas: .....	3
<b>IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>3</b>
a. Objetivo General: .....	3
b. Objetivos Específicos:.....	3
<b>V. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>VI. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>5</b>
a. Enfoque de Investigación.....	5
b. Tipo de Investigación .....	7
c. Método de Investigación .....	8
d. Técnicas de Investigación.....	9
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>12</b>
<b>1. MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>12</b>
1.1. Revisión Bibliográfica de Referencia.....	12
1.1.1. Importancia del servicio en la actualidad .....	12
1.1.2. Importancia de los atractivos turísticos de la parroquia de Baños de Cuenca .....	14
1.1.3. Importancia del análisis de inversión en el proyecto propuesto y la aceptación del mercado.....	15
1.2. Marco Legal .....	16
1.2.1. Constitución de la República del Ecuador.....	17
1.2.2. Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización .....	18
1.2.3. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria Superior.....	18
1.2.4. Reglamento de Actividades Turísticas para Restaurantes .....	18

1.3. Marco Institucional .....	21
1.3.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 .....	21
1.3.2. Plan de Desarrollo 2017-2021 .....	22
1.4. Marco Conceptual.....	22
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>25</b>
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>25</b>
Objetivos del estudio de mercado .....	25
Perfil del consumidor .....	25
El segmento del mercado .....	26
a) Segmentación geográfica:.....	27
b) Segmentación demográfica:.....	27
c) Segmentación psicográfica: .....	27
d) Segmentación conductual: .....	27
2.1. Localización .....	27
2.1.1. Macro localización .....	28
2.1.2. Micro localización .....	29
2.2. Características generales del sector .....	31
2.2.1. Reseña histórica de Baños de Cuenca .....	32
2.2.2. Ubicación Geográfica.....	33
2.2.3. Clima del lugar .....	34
2.2.4. Transporte .....	34
2.2.4. Atractivos Turísticos .....	34
2.3. Macro entorno.....	39
2.4. Micro entorno.....	40
2.5. Análisis de la oferta (competencia) .....	41
2.6. Demanda o mercado objetivo (estudio empírico) (encuestas).....	44
2.7. Análisis de la demanda (resultados del estudio empírico).....	45
2.8. Análisis de la oferta vs demanda .....	59
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>62</b>
<b>3. PROPUESTA.....</b>	<b>62</b>

3.1. Idea de negocio .....	62
3.2. Estructura organizacional.....	62
3.2.1. Misión, Visión .....	62
3.2.2. Objetivos empresariales, Valores corporativos .....	62
3.3. Dirección estratégica .....	63
3.3.1. Políticas internas .....	63
3.4. Organización empresarial .....	66
3.4.1. Estructura organizacional, funcional .....	66
3.5. Propuesta técnica .....	72
3.5.1. Macro y micro localización .....	72
3.5.2. Recursos técnicos .....	73
Áreas del establecimiento.....	75
Área de producción .....	75
Área de consumo .....	75
Área de adquisiciones y almacenamiento.....	75
Tabla N°24 Utensilios de cocina .....	80
3.6. Estructura Legal.....	87
3.6.1. Requisitos de constitución .....	87
3.6.2. Gastos de constitución.....	92
3.7. Propuesta comercial .....	92
3.7.1. Marketing mix .....	92
3.8. Evaluación de impactos .....	99
3.9. Estudio financiero .....	102
3.9.1. Inversión total .....	102
3.9.2. Financiamiento .....	112
3.9.3. Depreciaciones .....	112
3.9.4. Amortizaciones .....	114
3.9.5. Estados financieros .....	115
3.10. Evaluación financiera.....	118
3.10.1 Flujo de caja .....	118

3.10.2. Van .....	121
3.10.3. TIR.....	123
3.10.4. Periodo de recuperación de la inversión .....	123
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>125</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>127</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>128</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>136</b>

### TABLAS

Tabla N°1 Competencias Directas e Indirectas .....	42
Tabla N°2 Oferta histórica .....	43
Tabla N°3 Oferta proyectada.....	44
Tabla N°4 Cálculo de tamaño de muestra finita (población) .....	45
Tabla N°5 Tamaño de la muestra (número de encuestas) .....	45
Tabla N°6. Pregunta 1. Género .....	46
Tabla N°7. Pregunta 2. Edad .....	47
Tabla N°8. Pregunta 3. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante? .....	48
Tabla N°9. Pregunta 4. ¿Si el restaurante se dirige a un mercado familiar que cumpla con las características anteriores, usted iría? .....	50
Tabla N°10. Pregunta 5. ¿En qué horario usted asiste a un restaurante?.....	51
Tabla N°11. Pregunta 6. Por una bebida y un plato de comida ecuatoriana, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar? .....	53
Tabla N°12. Pregunta 7. ¿Con cuántas personas visita usted generalmente un restaurante?.....	54
Tabla N°13. Pregunta 8. ¿Por qué medio le gustaría recibir promociones y publicidad de nuestro restaurante? .....	56
Tabla N°14 Cuadro de la demanda histórica.....	58
Tabla N°15 Demanda probable .....	58
Tabla N°16 Proyección de la demanda en la parroquia de Baños de Cuenca.....	59
Tabla N°17 Cuadro comparativo de la oferta vs la demanda y su déficit.....	59
Tabla N°18 Total en infraestructura.....	73
Tabla N°19 Imprevistos de la infraestructura.....	74
Tabla N°20 Áreas del restaurante .....	75
Tabla N°21 Muebles y enseres .....	77
Tabla N°22 Equipos .....	78

Tabla N°23 Menaje .....	79
Tabla N°24 Equipos de cómputo.....	80
Tabla N°25 Maquinaria .....	80
Tabla N°26 Suministros de limpieza.....	81
Tabla N°27 Suministros de oficina y varios .....	82
Tabla N°28 Gastos de constitución .....	92
Tabla N°29 Ejemplo receta básica .....	96
Tabla N°30 Impactos en la Parroquia de Baños de Cuenca.....	99
Tabla N°31 Estudio Financiero.....	103
Tabla N°32 Activos Fijos .....	103
Tabla N°33 Activos Diferidos.....	104
Tabla N°34 Capital de Trabajo .....	105
Tabla N°35 Proyección de ventas .....	105
Tabla N°36 Mano de obra .....	106
Tabla N°37 Servicios Básicos, internet, otros administrativos (teléfono) .....	111
Tabla N°38 Gastos de venta (publicidad) .....	111
Tabla N°39 Financiamiento .....	112
Tabla N°40 Depreciaciones.....	113
Tabla N°41 Amortización del préstamo .....	114
Tabla N°42 Estado de situación inicial .....	116
Tabla N°43 Flujo de Caja .....	119
Tabla N°44 TREMA.....	121
Tabla N°45 VAN.....	122
Tabla N°46 TIR .....	123
Tabla N°47 Período de recuperación de la inversión .....	124

## **ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Ciudad de Cuenca. (Gobernación del Azuay, 2018) .....	29
Ilustración 2 Parroquia de Baños de Cuenca (Google Maps) .....	30
Ilustración 3 Ruta a Parroquia Baños desde el Centro de Cuenca. (GAD Parroquial de Baños, 2018).....	33
Ilustración 4 Loma de los Hervideros. (GAD Parroquial de Baños, 2018).....	35
Ilustración 5 La Toma. (GAD Parroquial de Baños, 2018).....	35
Ilustración 6 Fuentes Termales Pumamaqui. (GAD Parroquial de Baños, 2018)..	36
Ilustración 7 Fiestas Tradicionales. (GAD Parroquial de Baños, 2018) .....	38
Ilustración 8 Ferias Artesanales. (GAD Parroquial de Baños, 2018) .....	39

Ilustración 9 Tabla 6. Pregunta 1. Género (A.A, 2019) .....	46
Ilustración 10 Tabla 7. Pregunta 2. Edad (A.A, 2019).....	47
Ilustración 11 Tabla 8. Pregunta 3. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante? (A.A, 2019) .....	49
Ilustración 12 Tabla 9. Pregunta 4. ¿Si el restaurante se dirige a un mercado familiar que cumpla con las características anteriores, usted iría? (A.A, 2019) ....	50
Ilustración 13 Tabla 10. Pregunta 5. ¿En qué horario usted asiste a un restaurante? (A.A, 2019) .....	52
Ilustración 14 Tabla 11. Pregunta 6. Por una bebida y un plato de comida ecuatoriana, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar? (A.A, 2019) .....	53
Ilustración 15 Tabla 12. Pregunta 7. ¿Con cuántas personas visita usted generalmente un restaurante? (A.A, 2019) .....	55
Ilustración 16 Tabla 13. Pregunta 8. ¿Por qué medio le gustaría recibir promociones y publicidad de nuestro restaurante? (A.A, 2019) .....	56
Ilustración 17 Estructura organizacional (A,A. 2019) .....	66
Ilustración 18 Estructura funcional (A,A. 2019).....	67
Ilustración 19 Plano del establecimiento (A.A, 2019).....	76
Ilustración 20 Flujograma de la toma de pedidos (A.A, 2019) .....	84
Ilustración 21 Flujograma de adquisiciones y producción (A.A, 2020) .....	85
Ilustración 22 Flujograma del área de producción (A.A, 2020) .....	86
Ilustración 23 Restaurante MariAnitas (A.A, 2019) .....	87
Ilustración 24 Carta MariAnitas (A.A, 2020) .....	94

**TEMA: PROPUESTA DE FACTIBILIDAD DE UN RESTAURANTE DE COMIDA ECUATORIANA UBICADO EN LA PARROQUIA DE BAÑOS DE CUENCA, CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY.**

**Introducción**

**i. Antecedentes del título de investigación**

Este tema propuesto no ha sido previamente investigado, por lo tanto, se procede a ser analizado e investigado por el motivo de conocer la factibilidad de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca con la finalidad de promover la economía de la zona, plazas de empleo y servicios de calidad.

(Cooper, Floody y McNeill, 2002) afirman que “un restaurante o un bar es un negocio pequeño de ventas al por menor, especializado en un producto o servicio que se le ofrece a un sector particular del mercado” (p.XV).

El restaurante es un negocio dirigido a un segmento de mercado que busca satisfacer sus necesidades o deseos alimenticios brindando un servicio de calidad y un producto de calidad que compensen los mismos. Es importante analizar factores como el lugar en donde estará ubicado el establecimiento de alimentos y bebidas, los atractivos turísticos que existen a su alrededor, la afluencia que tiene la zona, la competencia y demanda.

Dentro de los factores a analizar para la creación de un restaurante también se menciona que el análisis financiero y el estudio de mercado son fundamentales para determinar si el proyecto o la propuesta del mismo es factible o no.

## **ii. Enunciado del problema**

El proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca está siendo propuesto ya que en mencionado lugar existen escasos establecimientos de alimentos que ofrezcan comida y servicio de calidad. Esta zona es muy accesible porque no existe mucha competencia y tiene una gran afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales.

Esta parroquia tiene varios atractivos turísticos como las termas volcánicas en la parroquia de Baños de Cuenca, caminos ecológicos Lucholoma que permite mantener un contacto impresionante con la naturaleza, la Iglesia de la parroquia de Baños y por supuesto la ciudad de Cuenca que está a 15 o 20 minutos, la misma que cuenta con varios atractivos turísticos como el Mirador de Turi, la Catedral de la Inmaculada Concepción, la Escalinata, Museo Pumapungo, Plaza de San Sebastián, entre otros (Miller, s.f.).

La finalidad del proyecto es promover la economía del lugar en donde será establecido el restaurante de comida ecuatoriana, beneficiando a los habitantes alrededor de la zona, así como promover el turismo puesto que el servicio de alimentación será un complemento importante para que la satisfacción del visitante sea alta y lograr fidelizar al mismo.

## **III. Formulación del problema**

### **a. Pregunta General:**

¿La creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Cantón Cuenca, Provincia del Azuay contribuirá al desarrollo económico de la zona?



**b. Preguntas Específicas:**

1. ¿Cuáles son las referencias legales e institucionales necesarias para el desarrollo de la propuesta de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca?
2. ¿El estudio de mercado permitirá conocer cuál es la posible aceptación de los habitantes de la parroquia de Cuenca referente a la implementación de un nuevo establecimiento de alimentos y bebidas?
3. ¿El proyecto propuesto será rentable y generará ingresos futuros a los inversionistas?

**IV. Objetivos de la investigación****a. Objetivo General:**

Elaborar una propuesta de factibilidad de un restaurante de comida ecuatoriana ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca, cantón Cuenca, provincia del Azuay.

**b. Objetivos Específicos:**

1. Recopilar datos informativos sobre el ámbito legal e institucional necesario para el desarrollo de la propuesta del negocio.
2. Analizar las generalidades de la localidad, oferta y demanda de la parroquia de Baños de Cuenca para la obtención de datos cualitativos del lugar con la finalidad de conocer la posible aceptación de los habitantes ante el proyecto propuesto.
3. Analizar el estudio financiero para la medición de la rentabilidad que tendría el tema propuesto.

## **V. Justificación**

Este proyecto está enfocado en fomentar la cultura ecuatoriana en los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Baños de Cuenca, se busca beneficiar a los mismos mediante una experiencia atractiva en conjunto, es decir, que tengan la oportunidad de alimentarse con una comida muy agradable y exquisita al paladar de los visitantes complementado con un servicio de calidad y calidez y a su vez enriquecer su cultura mediante la visita a los lugares que ofrece este maravilloso lugar.

Según las estadísticas otorgadas por la Provincia del Azuay indican un número de 3.000 visitantes anuales en la parroquia de Baños, lo cual permite generar una visión positiva para el proyecto que se está analizando: los beneficios para el proyecto según la estadística obtenida puede ser buena ya que representaría una rentabilidad buena pues los turistas buscan un sitio de calidad tanto en comida como en servicio para satisfacer sus necesidades de alimentación, además, la creación de este restaurante de comida ecuatoriana generará plazas de empleo y proporcionará un plus a este sector, el mismo que buscará ser noble con la naturaleza al incorporar un plan de manejo de desechos y reciclaje (Miller, s.f.).

También este proyecto trabajará en conjunto con fomentar la concientización en los turistas para proteger el patrimonio natural y cultural de la parroquia de Baños de Cuenca, así como el bienestar de las personas que visitan este sitio.

El proyecto propuesto busca beneficiar a la zona en la que está establecida la misma, con la finalidad de promover la economía de la misma, además de fidelizar al visitante no solo por los atractivos turísticos del lugar sino por la satisfacción complementada con un servicio de alimentación de calidad en donde el visitante sienta la necesidad de regresar al restaurante que le proporcionó productos y servicios de estándares de calidad, también se podrán proporcionar plazas de empleo a los mismos habitantes de la zona, los mismos que mediante una capacitación enriquecerán sus conocimientos en el área de atención al cliente.

## **VI. Metodología de la investigación**

### **a. Enfoque de Investigación**

El enfoque metodológico a seguir para la investigación de un proyecto o de un modelo de negocio es esencial de determinarlo específicamente, puesto que esto permitirá conocer de manera específica cuales son las variables a seguir dentro de la misma; el tipo de metodología debe estar fundamentada y relacionada con el tema propuesto y el objetivo planteado (Lerma Gonzáles, 2016, p. Sección 1.6.).

Definir la metodología de la investigación es el primer paso para definir de qué manera se recogerán, analizaran e interpretaran los datos que proporcione información tanto de fuentes primarias como secundarias (Cauas, Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación, 2015).

Este proyecto propuesto estará direccionado al enfoque cualitativo ya que este enfoque estudia el quehacer cotidiano de las personas o de grupos pequeños. En este tipo de investigación interesa lo que la gente dice, piensa, siente o hace; sus patrones culturales; el proceso y significado de sus relaciones interpersonales y con el medio. Su función puede ser dirigir o generar teorías a partir de los datos obtenidos (Lerma Gonzáles, 2016, p, Sección 1.6.).

La investigación cualitativa es aquella que utiliza preferente o exclusivamente información de tipo cualitativo y cuyo análisis se dirige a lograr descripciones detalladas de los fenómenos estudiados. La mayoría de estas investigaciones pone el acento en la utilización práctica de la investigación (Cauas, 2015).

El enfoque cualitativo posee las siguientes características:

1. Descubre y refina las preguntas de investigación e incluso hipótesis.
2. Utiliza métodos de recolección de datos sin medición numérica.
3. Se basa en un esquema inductivo.
4. Reconstruye la realidad.

5. Se guía según las áreas o temas significativos.
6. Las preguntas de la investigación o las hipótesis pueden ser formuladas antes, durante o después de la recolección de los datos y le análisis de los mismos.
7. Trata entender las variables que intervienen en un fenómeno social.
8. Dentro de los métodos de enfoque cualitativos se encuentran las entrevistas abiertas, observaciones no estructuradas, revisión de documentos, discusión de grupos, etc., las mismas que permiten recolectar datos.
9. La recolección de datos e investigaciones son efectuadas en espacios naturales en donde las personas se comporten de igual manera que lo hacen en su vida cotidiana.
10. Permite al investigador analizar y observar eventos y actividades cotidianas.
11. Utiliza técnicas y habilidades sociales de manera flexible (Vega Malagón, y otros, 2014, p. 526).

El enfoque metodológico será utilizado en esta investigación porque nos permite conocer de manera precisa cuales son las necesidades, gustos, preferencias, consumos y disposición de compra de un producto y servicio en el mercado al cual se dirige el proyecto que está ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca.

A su vez, mediante la recolección de datos (encuestas) dirigidas especialmente a los habitantes de esta zona permite al investigador tener conocimiento de si nuevo producto y servicio ofertado será aceptado por los mismos.

## **b. Tipo de Investigación**

### **Investigación exploratoria**

En el proyecto se utilizará la investigación exploratoria ya que la misma pretende darnos una visión general de tipo aproximativo a una determinada realidad. Se singulariza por su carácter preparatorio, ya sea de prueba o ensayo. Este tipo de investigación se realiza cuando el tema elegido ha sido muy poco explorado y reconocido, o cuando por su novedad no admite todavía una descripción sistemática o es difícil para formular una hipótesis precisa o generalizable (Facal Fondo, 2015, p. 26).

Esta investigación también es utilizada cuando los recursos con los que el investigador dispone resultan insuficientes como para emprender un trabajo más profundo o cuando se prefiere enfatizar en un tema en específico con la finalidad de que se pueda contextualizar o delimitar el objeto de estudio correctamente (Facal Fondo, 2015, p. 26).

Esta investigación exploratoria permitirá al investigador familiarizarse con el objeto de estudio propuesto, preparando, seleccionando, adecuando o perfeccionando los medios materiales y los procedimientos a seguir para una investigación posterior, a su vez permite obtener información específica de los temas tratados que van a englobar el tema general, es decir, se logra adquirir los datos precisos de las variables que componen el objeto de estudio con la finalidad de lograr un mejor entendimiento tanto para el investigador como para los posibles lectores e inversionistas interesados en el presente tema (Villaseñor Rodríguez & Gómez García, 2013, p. 30).

### **Investigación descriptiva**

A su vez el proyecto implementará la investigación descriptiva ya que como su nombre mismo lo indica, se basa primordialmente en un carácter descriptiva; suele

responder a las preguntas: ¿quién?, ¿cómo?, ¿qué?, etc. Además, la denominada “investigación descriptiva” está enfocada en un objeto de búsqueda de información de relaciones de causalidad, esto quiere decir que permite al investigador recopilar datos informativos mediante encuestas que le permitan obtener conocimiento de las preferencias, gustos o comportamientos de consumo en el mercado de los habitantes de la zona, en este caso, específicamente de la parroquia de Baños de Cuenca (Facal Fondo, 2015, p. 26).

### **c. Método de Investigación**

#### **Método inductivo**

Según el autor (Cegarra Sánchez , 2012) “Este método consiste en basarse en enunciados singulares, tales como diferentes descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales o generales como hipótesis o teorías”.

El método inductivo no parte de ninguna teoría específica del tema a indagar, dado que el mismo será obtenido a su etapa final ya que principalmente se basa en investigar todas aquellas variables que integran un tema general, pero de una forma mucho más desglosada y específica para finalmente al unir todas las partes estudiadas y analizadas se puedan deducir en algo concreto, facilitando de esta manera la comprensión de todos los puntos importantes tratados en el proyecto (Ibáñez Peinado, 2015, p. 99).

Para mejor comprensión del proyecto propuesto acerca de la implementación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, se procederá a analizar e investigar temas específicos que intervengan correspondientemente al mismo como por ejemplo el estudio de mercado, las generalidades del lugar, macro y micro localización, la base legal, y el estudio técnico y financiero, los mismo que permitirán al investigador determinar la viabilidad que tiene el proyecto, así como los recursos e ingresos a futuro para los

inversionistas y los beneficios para la comunidad, habitantes y turistas que visitan este lugar.

#### **d. Técnicas de Investigación**

Las técnicas de investigación son todos aquellos instrumentos y procedimientos por la que la investigación tomará su curso con la finalidad de adquirir conocimientos e información importante y relevante del tema tratado (Morone , 2015).

La técnica de investigación científica es un procedimiento típico, validado por la práctica, orientado generalmente —aunque no exclusivamente— a obtener y transformar información útil para la solución de problemas de conocimiento en las disciplinas científicas. Toda técnica prevé el uso de un instrumento de aplicación; así, el instrumento de la técnica de Encuesta es el cuestionario; de la técnica de Entrevista es la Guía de tópicos de entrevista (Rojas Crotte, 2011, pp. 277-297).

La técnica está relacionada con el método de la investigación, con la Teoría y aún con el perfil filosófico que caracteriza a dicha investigación como un todo. Suele decirse, en atención de esta relación, que la técnica es una teoría en acto, pero es también un método en acto y una filosofía en acto; la técnica, pues, está vinculada a la decisión metodológica del investigador, a su perspectiva teórica y a su orientación filosófica (Rojas Crotte, 2011, pp. 277-297).

En el proyecto propuesto es importante determinar cuáles son las técnicas que se van a implementar para la obtención de datos que permita al investigador determinar información específica de los diferentes campos que abarca mencionada investigación como por ejemplo, cuales son los gustos y preferencias de lis habitantes de la parroquia de Baños de Cuenca, cuál es la aceptación que tendría

un nuevo restaurante en determinada zona, cuanto están dispuestos a pagar por un producto y servicio, cuales son los competidores, qué ofrecen, la importancia de la calidad del servicio conjuntamente con la del producto ofertado en un establecimiento de alimentos y bebidas, etc., siendo estas una de los principales variables a estudiar, su información será obtenida mediante fuentes primarias, secundarias, observación y la aplicación de encuestas.

**Fuentes primarias:** para el correcto desarrollo del tema propuesto, es importante recurrir a fuentes primarias, son aquellas que permiten al investigador recoger información de manera directa (López & Sandoval , 2013).

**Fuentes secundarias:** Este tipo de información básica se logra obtener mediante la consulta de libros, revistas, periódicos, informes científicos, enciclopedias, etc., con la finalidad de facilitar la obtención de conocimientos referentes a un tema en específico basándose en trabajos ya establecidos por otros autores, tomando dicha investigación como una base para el desarrollo del proyecto (López & Sandoval , 2013).

**Observación:** Es un proceso utilizado por el investigador con la finalidad de obtener información que sea objetiva acerca del comportamiento de los procesos existentes. Para realizar este tipo de investigación se necesita estipular medios de observación basados en instrumentos y elementos que facilitan, amplían y perfeccionan la tarea de observación realizada por el investigador, dentro de los más utilizados están el diario, cuaderno de notas, cuadros de trabajo, cuadro para determinar opiniones, actitudes, cuadros gráficos, etc., (López & Sandoval , 2013).

El proyecto está enfocado en utilizar el método de observación ya que se basa en el apoyo de herramientas como cuadros comparativos y cuaderno de notas para establecer diferencias de la competencia, es decir, de los distintos



establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en la parroquia de Baños de Cuenca, siendo estos considerados una competencia directa.

**Encuesta:** La encuesta se trata de una estrategia oral o escrita cuyo propósito es obtener información: A) Acerca de un grupo o muestra de individuos. B) En relación con la opinión de éstos sobre un tema en específico. Es importante definir a la encuesta como una técnica propia del diseño de investigación de campo, haciendo hincapié en que la información obtenida y recolectada es únicamente válida solo para el período en que fue recolectada ya que, tanto las características como las opiniones de las personas que dan la información, pueden variar con el tiempo (Arias, 2012, p. 32).

Para realizar el estudio de mercado de la posible demanda y aceptación que puede tener la implementación de un nuevo restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca se utilizará la aplicación de encuestas a los habitantes de la zona ya que se busca saber cuáles son las necesidades, gustos, preferencias y disposición de compra que puedan tener frente a este proyecto, permitiendo al investigador tener una idea más clara y precisa del comportamiento de los futuros clientes o consumidores.

## **CAPÍTULO 1**

### **1. MARCO REFERENCIAL**

#### **1.1. Revisión Bibliográfica de Referencia**

El proyecto propuesto para analizar la factibilidad de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Cantón Cuenca, Provincia del Azuay se basa en ofrecer un servicio alimenticio de calidad dirigido hacia los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan esta zona turística.

“Un restaurante es un establecimiento público en el que sirven comidas y bebidas a un determinado precio, para ser consumidas en la mayoría de los casos en el mismo local” (Vinagre Rey, 2014, p. 12).

En el restaurante serán ofertados platos ecuatorianos, por lo que es preciso mencionar que la gastronomía es muy variada ya que cada una tiene su representación en cada zona o localidad del país, los mismos que son considerados como un Patrimonio Alimentario de Ecuador; en estos platillos refleja la cultura, costumbres, tradiciones y valores de cada localidad utilizando como principal fomento cultural sus propios productos e ingredientes para la elaboración de los mismos (Salazar , 2012, pp. 25;26).

##### **1.1.1. Importancia del servicio en la actualidad**

Sus principales atractivos son las aguas termales ubicadas en esta zona por lo que los visitantes buscan un lugar en donde se puedan relajar y al mismo tiempo disfrutar de una gastronomía ecuatoriana típica, en la actualidad el servicio que ofertan tanto los hoteles como restaurantes del mundo están enfocados en brindar atención de calidad para que los clientes o huéspedes logren tener una experiencia inolvidable y que supere sus expectativas sobre un lugar o establecimiento.

“La atención al comensal debe desarrollarse profesionalmente, sin olvidar la parte humana para no dar la impresión al comensal de que está siendo atendido por

un robot, sino por el contrario, que recibe una atención individualizada” (Höchsmann, 2014, p. 44).

La calidad tomó un gran un gran impulso buscando, no solo la satisfacción de las necesidades del cliente sino apuntando a ser un factor competitivo, por lo cual debe ir más allá de un proyecto diseño, obligándose a estar presente en el servicio percibido del bien o producto en el momento de la entrega, afirmando, entonces, que la calidad no se centra exclusivamente en departamentos de producción, sino que es responsabilidad de toda la organización (Vargas & Aldana de Vega, 2011, p. VII).

La calidad está relacionada no solamente con ofrecer una buena atención al cliente, sino también con aquellos atributos tangible e intangibles que posea el establecimiento, dentro de estos se encuentran las percepciones que tienen los consumidores en relación al personal de servicio y por otro lado el ambiente del restaurante como la iluminación, la limpieza, etc., generando una satisfacción absoluta, parcial o insatisfacción en el mismo (Trujillo, Carrete, Vera, & García, Servir con Calidad en México, 2011).

Según lo anteriormente citado sobre la calidad del servicio, se puede concluir que hoy por hoy en todo el mundo, los restaurantes y hoteles están enfocados de manera más rigurosa en ofrecer una atención eficaz y eficiente a los clientes o consumidores ya que esto permite mantener una posición estable y de mayor categoría en el mercado fomentando e incrementando sus ingresos por medio de la alta demanda que tienen los establecimientos y mejorando continuamente sus tareas y funciones a realizarse.

### **1.1.2. Importancia de los atractivos turísticos de la parroquia de Baños de Cuenca**

En la actualidad la parroquia de Baños de Cuenca es uno de los sitios turísticos más visitados ya que ofrece como principal atractivo turístico “las aguas termales”, sin embargo, existen otros atractivos turísticos muy clamados por los visitantes como, por ejemplo, el mirador, El Calvario y la iglesia de Guadalupe, los mismo que se encuentran muy cerca del centro de Cuenca ya que ahora cuentan con buses que permiten a las personas moverse con mayor facilidad y rapidez de un sitio a otro (Matute, 2017).

El estudio técnico es una herramienta que determina y analiza la macro y micro localización, el tamaño del establecimiento, los implementos y suministros a utilizarse tanto para la construcción como para el funcionamiento, instalaciones, equipos y la organización que requiere (Baca Urbina , 2013, p. 96).

Los visitantes o también llamados turistas son aquellas personas que se desplazan de su lugar de origen para realizar actividades de ocio o de negocios, estas actividades implican que los visitantes realicen gastos públicos al buscar un lugar de alojamiento, alimentación o diversión promoviendo de manera directa con la economía de la zona en la que se encuentran (González, 2016, pp. 10;11).

Partiendo de lo mencionado se analizará cual será la inversión necesaria para el levantamiento del restaurante de comida ecuatoriana tomando en cuenta todos aquellos factores que intervengan en el mismo como por ejemplo, el costo de los activos fijos, diferidos, el pago de permisos, etc., estas variables permiten tener una proyección económica de los implementos necesarios para la apertura el negocio, incluso conocer cuáles serían aproximadamente los ingresos que puede llegar a tener el establecimiento en cierto tiempo.

### **1.1.3. Importancia del análisis de inversión en el proyecto propuesto y la aceptación del mercado**

Según el autor (OCDE, 2013) “los costos y las ganancias pueden ser considerables, en términos de información y acceso al financiamiento que permite a su empresa sobrevivir y prosperar” (p. 172).

La investigación a realizarse para conocer la factibilidad del proyecto se basa en un análisis de los permisos y requerimientos que se deben cumplir para establecer un restaurante de alimentos y bebidas obteniendo información con un enfoque más preciso mediante el uso de fuentes secundarias.

La factibilidad de un proyecto está enfocada en dar a conocer de manera más profunda la investigación de las diferentes variables que van a intervenir a lo largo del proyecto, las mismas que son basadas en fuentes primarias y secundarias; en este punto se analiza el estudio de mercado, la tecnología que se implementará, determina los costos, gastos e ingresos y finalmente la rentabilidad económica del mismo. Evalúa y proyecta la dinámica de los costos y beneficios a largo plazo, aspectos técnicos como la localización y disponibilidad de materias primas y también determina el tipo de organización que tendrá la empresa (Córdoba Padilla , 2011, p. Sección 1.4).

El estudio de mercado permite determinar de manera precisa las necesidades insatisfechas de una zona o localidad en específico ya que abarca información de oferta, demanda, precios y comercializaciones existentes en el lugar, al mismo tiempo da una idea clara al inversionista de que es lo que los futuros clientes requieren para satisfacer dichas necesidades ya sea de un producto o servicio, estos puntos son concluyentes mediante encuestas aplicadas a los habitantes (Baca Urbina , 2013, pp. 23;24).

Para un correcto manejo de control de los costos es necesario conocer cuáles serán los platos que se ofertarán en el establecimiento de alimentos y bebidas, sus insumos requeridos mensualmente, para poder determinar este paso importante en el proyecto es necesario conocer cuánto estará dispuesto el futuro consumidor a

pagar por un plato, sus preferencias y gustos en el ámbito gastronómico y por supuesto si el mismo tendrá aceptación en el mercado, para obtener esta información se realizarán encuestas a los habitantes de la parroquia de Baños de Cuenca con la finalidad de determinar de manera precisa qué es lo que se va a ofrecer en el restaurante.

## **1.2. Marco Legal**

Una vez que se ha determinado de forma clara la idea de negocio, necesitamos considerar algunos detalles relacionados con el ordenamiento jurídico, concretamente relacionados con la forma o denominación que deseamos adquiera nuestra empresa, valorando para ello los instrumentos y alternativas que nos proporciona la disciplina del Derecho (Pardo, 2014, p. 2).

Según lo citado anteriormente se puede concluir que la disciplina del marco legal para la constitución de una empresa es sumamente importante conocer con precisión cuáles serán las obligaciones, requerimientos y derechos que se tienen al poner en marcha un establecimiento.

“La importancia de realizar una correcta elección en este sentido tiene una importancia elemental, ya que dicha forma jurídica establecerá el marco legal dentro del cual podremos actuar” (Pardo, 2014, p. 2).

Comprender de manera correcta cuales son los factores que constituyen la empresa propuesta y primordialmente hacer hincapié en su razón social, cuál es su enfoque y a que ámbito está dirigido la idea de negocio es de vital importancia. Por esta razón se tomarán en cuenta los siguientes puntos:

- Artículos de la Constitución de la República del Ecuador,
- Código Orgánico de Organización Territorial Autónoma y Descentralización,
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria Superior,
- Reglamento de Actividades Turísticas para Restaurantes.

### **1.2.1. Constitución de la República del Ecuador**

El presente proyecto se articula con la Constitución Política de la República del Ecuador, en su título II, “Derechos”; capítulo segundo, “Derechos del buen vivir”, artículo 13, que dice; “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales” (Registro Oficial 449 - Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008).

Afirmando lo anteriormente mencionado en el artículo 13 de la Constitución de la República del Ecuador se determina que las personas tenemos derecho a acceder a consumir y producir alimentos a nivel local, por lo que es importante recalcar que una de las primordiales visiones del proyecto propuesto para la creación de un restaurante de comida ecuatoriana se está rigiendo a dicho artículo al promover la cultura ecuatoriana en el ámbito gastronómico.

El presente proyecto se articula con la Constitución Política de la República del Ecuador, en su título II, “Derechos”; capítulo segundo, “Derechos del buen vivir”, artículo 14, que dice; “Se reconoce el derecho a la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*” (Registro Oficial 449 - Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008).

La creación del establecimiento que ofertará alimentos y bebidas en la parroquia de Baños de Cuenca se regirá a un control exhaustivo para el manejo de desechos sólidos y líquido producidos en el transcurso de las actividades con la finalidad de evitar posibles contaminaciones que puedan perjudicar a los habitantes del a zona.

### **1.2.2. Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización**

A su vez se articula con el COOTAD, en su capítulo III, “Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal”; sección primera, “Naturaleza jurídica, sede y funciones”, artículo 41, Funciones. – “Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes”, y de manera particular en el literal g); “Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;” (Registro Oficial Suplemento N° 206, 2018).

El desarrollo de las actividades turísticas en la parroquia de Baños de Cuenca es un factor muy importante y necesario ya que principalmente son los turistas o visitantes nacionales y extranjeros aquellos que mediante una actividad de ocio o negocios consumen todos aquellos servicios ofertados por la misma, permitiendo no únicamente promover la cultura y tradición gastronómica, sino también el desarrollo económico de la misma ya que por el consumo de cada visitante se generan ingresos y por su puesto la demanda en el lugar va creciendo.

### **1.2.3. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria Superior**

A su vez se articula con el SEPS, en su capítulo II, “De las Unidades Económicas Populares”; sección primera, “Las personas responsables de la Economía del Cuidado”, artículo 74, dice “Para efectos de esta Ley se refiere a las personas naturales que realizan exclusivamente actividades para la reproducción y sostenimiento de la vida de las personas, con relación a la preparación de alimentos, de cuidado humano y otros” (Registro Oficial 444 , 2011).

### **1.2.4. Reglamento de Actividades Turísticas para Restaurantes**

A su vez se articula con el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, en su capítulo II, “Derechos y obligaciones”; sección primera, “Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas”, artículo 7, dice que los



prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas gozarán de los siguientes derechos y obligaciones: a) Percibir el pago por los servicios ofertados; b) Acceder a los incentivos y beneficios establecidos en la normativa vigente; c) Determinar y comunicar políticas de cobro y tarifas para la prestación de sus servicios; d) Contar con el Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento; j) Mostrar el listado de precios en un lugar visible para el usuario; k) Determinar el precio final de los alimentos o bebidas dentro del menú pudiendo estar o no desglosado en el precio final; o) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en condiciones de limpieza y funcionamiento; (Registro Oficial Edición Especial 575, 2018).

El cumplimiento de los derechos y obligaciones de un establecimiento de alimentos y bebidas debe ser cumplido al margen, el mismo que consiste desde el mantener todos los implementos del establecimiento en óptimas condiciones para que sean aptos para el consumo humano, protegiendo de esta manera su salud y seguridad y al mismo tiempo, se estipulan los derechos que posee el dueño o propietario del mismo como por ejemplo el derecho a determinar los costos que se van a manejar, los beneficios y ganancias según la demanda que tenga el establecimiento.

A su vez se articula con el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, en su título II, “Del registro y licencia única de funcionamiento”; capítulo I, “Del Registro”, artículo 8, dice que las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los siguientes requisitos; a) Personas Jurídicas, escritura de constitución y de existir último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil; b) Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial; o, el balance presentado a la Superintendencia, si tuviere, y que contenga los activos de su establecimiento a registrar; c) Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo

Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda; d) Pago del 1 x 1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por a la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales y jurídicas; e) Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y, f) Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio (Registro Oficial Edición Especial 575, 2018).

Es importante cumplir con los requisitos estipulados por la ley para tener un óptimo funcionamiento del establecimiento, los permisos legales solicitados serán necesarios obtenerlos para evitar problemas futuros, además de registrar el establecimiento con el nombre del mismo evitará que en un futuro otras personas registren un establecimiento con el mismo nombre, dando lugar a una posible demanda.

A su vez se articula con el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, en su título III, “De la clasificación, requisitos de categorización y sistema de puntuación”; capítulo I, “Clasificación”, artículo 14, dice los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificará en: c) Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio. Esta tipología incluye los establecimientos con especialidad de comida rápida (Registro Oficial Edición Especial 575, 2018).

A su vez se articula con el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, en su título III, “De la clasificación, requisitos de categorización y sistema de puntuación”; capítulo I, “Clasificación”, artículo 15, dice que según el tipo de servicio se clasifica en un a) A la Carta: Utiliza como instrumento de comunicación y venta

de la oferta de alimentos y bebidas, un listado de platos, a través del cual el consumidor hace su elección para seleccionar lo que va a consumir. El personal de servicio es el encargado de ejecutar la atención al consumidor a la mesa (Registro Oficial Edición Especial 575, 2018).

El establecimiento es categorizado como restaurante en donde se realizarán preparaciones de alimentos, ofrece un servicio a la carta o también llamado menú, ya que en el mismo vendrán especificados únicamente los platos escogidos por el restaurante para la venta y también su servicio será a la mensa, es decir, los platos salen de la cocina directamente servidos al consumidor mediante la atención de un/a mesero/a.

### **1.3. Marco Institucional**

Una vez determinado el marco legal, es necesario determinar cuáles son las estructuras correctas a la base institucional que se articule con el estudio propuesto con la finalidad de establecer puntos claros y precisos que serán tomados en cuenta en la presente investigación; para lo cual se tomaran en cuenta los siguientes puntos:

- Objetivos del Desarrollo Sostenible 2030;
- Plan de Desarrollo 2017-2021;

#### **1.3.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030**

El presente proyecto se articula con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, propuestos por las Naciones Unidas, en este caso con el objetivo 8, “Promover el crecimiento económico, inclusivo y sostenible, el empleo plena y productivo y el trabajo decente para todos”, y de manera particular a la meta 8.9; “De aquí al 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales” (Naciones Unidas, 2019).

### 1.3.2. Plan de Desarrollo 2017-2021

A su vez se articula con el Plan de Desarrollo 2017-2021, propuesto por el Consejo Nacional de Planificación, en este caso con el objetivo 5, “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria” (Consejo Nacional de Participación , 2017-2021, p. 80).

El crecimiento y fortalecimiento de la empresa es un factor esencial para promover la economía local de la parroquia de Baños de Cuenca mediante el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, el dinamismo del mercado, la competitividad y la demanda que tiene la misma con la finalidad de generar plazas de empleo y el desarrollo económico de la zona, permitiendo generar ingresos rentables tanto para la comunidad como para los inversionistas del proyecto (Consejo Nacional de Participación , 2017-2021, p. 83).

### 1.4. Marco Conceptual

- **Activo circulante:** Se compone básicamente de los rubros que son valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar (Baca Urbina , 2013, p. 177).
- **Amortización:** Cargo anual que se hace para recuperar la inversión (Baca Urbina , 2013, p. 175).
- **Base legal:** Determina cuales son los códigos y reglamentos que la empresa debe cumplir estableciendo restricciones y funcionamientos permitidos estipulados por la ley a nivel local, regional y nacional impuesta en un marco jurídico (Baca Urbina , 2013, pp. 140; 141).
- **Calidad en el servicio:** Es aquella percibida por los clientes al momento de adquirir un servicio ofrecido por una empresa, la misma que es comparada por los clientes como expectativa vs percepción, relacionando estos factores con la satisfacción (Trujillo, Carrete , Vera, & García López, Servir con calidad en México, 2011, p. 2).
- **Capital de trabajo:** Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante (Baca Urbina , 2013, p. 177).

- **Demanda:** Es la cantidad y calidad de bienes y servicios adquiridos a los diferentes precios del mercado por el consumidor o por el conjunto de consumidores en un tiempo determinado (Córdoba Padilla , 2011, p. Sección 3.5).
- **Depreciación:** Se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos (Baca Urbina , 2013, p. 175).
- **Desarrollo económico local:** Es un conjunto de actividades que están dirigidas a lograr mejorar de forma significativo el bienestar económico de una zona (Pike , Rodríguez-Pose , & Tomaney, 2011, p. 50).
- **Estudio de Mercado:** Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica (Muñoz Lara, Muñoz Lara , & Tlecuítl Beristain, 2013, p. 13).
- **Factibilidad:** Abarca varios temas como el detalle de implementos a utilizar en un establecimiento o empresa, determina los costos y la rentabilidad económica aproximada que tendrá el proyecto (Tondolo , 2018, p. 13).
- **Inversión inicial:** Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa (Baca Urbina , 2013, p. 175).
- **Necesidad:** Carencia, privación de algo muy necesario para vivir, como alimentos o dinero para conseguirlos (Muñoz Lara, Muñoz Lara , & Tlecuítl Beristain, 2013).
- **Oferta:** Es la cantidad de productos o servicios que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un grupo objetivo por un precio estipulado en un tiempo determinado (Córdoba Padilla , 2011, p. Sección 3.6).
- **Presupuesto:** Determinar la cantidad de dinero que se necesita para adquirir los recursos, y establecer de donde se obtendrá el dinero (Muñoz Lara, Muñoz Lara , & Tlecuítl Beristain, 2013).
- **Productividad:** Es un objetivo estratégico en las empresas ya que permite establecer competitividad de productos y servicios a nivel global, el mismo

que está enfocado en promover calidad y mejoramiento continuo (Medina Fernández de Soto , 2010).

- **Proyecto:** Consiste esencialmente en organizar un conjunto de acciones y actividades a realizar, que implican el uso y aplicación de recursos humanos, ambientales, financieros y técnicos en una determinada área o sector, con el fin de lograr ciertas metas u objetivos que integren las capacidades de varias asignaturas. En el proceso de formulación, quien lo hace organiza las ideas de una manera lógica, precisa los objetivos que puede alcanzar con su acción y concreta las actividades específicas que necesita realizar (Muñoz Lara, Muñoz Lara , & Tlecuítl Beristain, 2013).
- **Punto de equilibrio:** Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables (Baca Urbina , 2013, p. 179).
- **Restaurante:** Es la actividad que se dedica a la preparación de servicios de comida y bebidas (García Gonzáles , 2017, p. 13).
- **Tasa Interna de Rendimiento (TIR):** Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Baca Urbina , 2013, p. 209).
- **Valor Presente Neto (VPN):** Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Baca Urbina , 2013, p. 208).

## **CAPÍTULO 2**

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

El estudio de mercado está dirigido a la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, la comercialización y el análisis de la segmentación del mercado. Su objetivo principal es poder verificar la posibilidad real de penetración de un producto en un mercado determinado, es decir, se logra palpar o sentir el riesgo o la posibilidad de éxito al implementar un producto o servicio en el medio social (Baca, 2010).

El estudio de mercado es un conjunto de actividades investigativas referente al análisis y estudio de viabilidad de un proyecto empresarial, el mismo que se basa en una recopilación de datos sobre los clientes mediante estadísticas de fuentes primarias y secundarias, los competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto, permitiendo conocer la respuesta de los clientes potenciales ante un nuevo producto o servicio (Emprendepyme, 2016).

#### **Objetivos del estudio de mercado**

- Analizar la oferta y la demanda en la parroquia de Baños de Cuenca mediante estadísticas de fuentes primarias y secundarias.
- Determinar los clientes potenciales por medio de la segmentación de mercados.
- Recopilar datos informativos de la proyección que los clientes poseen referente a las necesidades.

#### **Perfil del consumidor**

El perfil del consumidor es una herramienta que ayuda a las empresas y establecimientos de cualquier tipo a determinar cuáles son las características de sus clientes futuros o clientes potenciales, este perfil se basa en la identificación de los gustos y preferencias del cliente, así como las características de los productos o servicios que desean los mismos y sus expectativas (Delgado, 2018).

Las características del consumidor se determinan mediante una investigación del consumidor y su comportamiento de compra, dentro de este análisis se encuentran varios puntos importantes a considerar como son las características demográficas, el estilo de vida, las motivaciones, personalidad, valores, creencias y actitudes, la percepción y finalmente el aprendizaje que permite determinar las pautas correctas para lograr el objetivo de conocer a nuestro futuro consumidor (Delgado, 2018).

El perfil del consumidor del restaurante de comida ecuatoriana ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca, Provincia del Azuay, tiene las siguientes características:

- 1) El consumidor está enfocado en buscar un lugar de alimentos en donde pueda encontrar y degustar de un menú de calidad.
- 2) Cliente con ingresos económicos medio y medio-alto por lo que busca un lugar de comida con precios asequibles.
- 3) Busca un lugar donde pueda ir con toda su familia a consumir alimentos exquisitos en su sabor, el mismo que complementa con su visita turística a la parroquia de Baños de Cuenca satisfaciendo sus necesidades.
- 4) Busca un lugar agradable, confortable, familiar y con ambiente tranquilo.
- 5) Se enfoca en recibir un servicio y producto de calidad generando una experiencia alta referente al lugar que está visitando.

### **El segmento del mercado**

Dentro del estudio del proyecto hay un punto muy importante llamado “segmentación de mercado”, el mismo que hace referencia a la división del mismo, permitiendo establecer patrones de consumidores, en este análisis es necesario agrupar a los consumidores en grupos homogéneos que compartan características en común de manera que permita conocer sus necesidades específicas con la finalidad de crear estrategias efectivas para llegar a ellos (Emprendepyme, 2016).



Para la segmentación de mercado se toma en cuenta diferentes variables que serán utilizadas para conocer a los futuros clientes o también conocidos como clientes potenciales a los cuales se va a dirigir la empresa, entre ellos se encuentran los siguientes segmentos de mercado:

- a) **Segmentación geográfica:** esta segmentación hace referencia a los países, regiones o ciudades en donde estará ubicado el proyecto, el mismo que tiene relación con los clientes potenciales que posiblemente van a ir al establecimiento (Espinosa, 2013).
- b) **Segmentación demográfica:** está enfocado a diferentes variables, las mismas que están compuestas por la edad, el género, la clase social muchas veces entorno al nivel económico de las personas, etc., (Espinosa, 2013).
- c) **Segmentación psicográfica:** se refiere específicamente al estilo de vida de una persona y a su personalidad, la misma que tiene un peso importante en el comportamiento del consumidor (Espinosa, 2013).
- d) **Segmentación conductual:** enfocado en el análisis de la frecuencia de uso del producto que adquiere una persona, su nivel de fidelidad antes el producto, etc., (Espinosa, 2013).

## 2.1. Localización

La localización es el análisis realizado por los investigadores del proyecto para adquirir conocimientos precisos de los factores que determinan el lugar en donde el proyecto logrará obtener la máxima utilidad o el mínimo costo (Córdoba, 2011).

En la localización del proyecto se estudian diversas variables como lo son los costos que tendrán los insumos y productos, así como el transporte para los mismo, la facilidad de vías de acceso al mercado y al lugar en donde se implantará el proyecto, sus factores geográficos, sociales e institucionales, es decir se evaluarán

la macro y micro localización del lugar seleccionado para la ejecución de un proyecto permitiendo conocer su viabilidad (Baca, 2010).

### **2.1.1. Macro localización**

La macro localización para un proyecto se encuentra determinada por la descripción de la zona o el contexto en donde el proyecto causara un impacto a través de sus diversos costos y beneficios al realizarlos, este lugar puede estar ubicado en una determinada país, región, ciudad o barrio, permitiendo definir el sitio geográfico del mismo (Puentes, Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios, 2011).

Para analizar la macro localización se toman en cuenta factores como el mercado de consumo y las fuentes de materias primas; las fuentes de mano de obra, infraestructura, servicios básicos, marco jurídico, económico e institucional del lugar seleccionado (Puentes, Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios, 2011).

El proyecto de la propuesta de creación de un restaurante de comida ecuatoriano está ubicado en la ciudad de Cuenca, la misma que cuenta con los servicios básicos necesarios para la implantación del mismo, así como la facilidad de vías de acceso para la transportación de materias primas e insumos necesarios para la ejecución de las actividades que rigen la creación del restaurante como son la producción de bienes y la prestación de servicios.



*Ilustración 1 Ciudad de Cuenca. (Gobernación del Azuay, 2018)*

Por la facilidad de vías de acceso se puede promover una comunicación importante para obtener fuentes de mano de obra generando plazas de empleo ayudando así a la sociedad que habita en esta ciudad, así como promover la economía de la misma.

### **2.1.2. Micro localización**

La micro localización es un análisis que se encuentra orientado a determinar de forma exacta el lugar en donde se va a implementar un proyecto, es decir, detalla la ubicación de la misma mediante sus calles o zonas determinadas; mediante la evaluación y formulación del proyecto permite conocer un esquema preciso sobre todos aquellos factores y subfactores de la localización elegida (Puentes, Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios, 2011).

Dentro del análisis de micro localización se determinan específicamente las vías de acceso que posee determinado lugar, sus vías de comunicación y medios de transporte, la topografía, los estudios de mercado, marco legal de la localidad y los beneficios que el proyecto aportará a la sociedad o comunidad perteneciente al mismo (Rosales, 2005).

El proyecto de propuesta de la creación de un restaurante de comida ecuatoriano estará ubicado en la Provincia del Azuay, cantón Cuenca; ésta parroquia se encuentra a 15 minutos de la ciudad de Cuenca, la misma que cuenta con facilidad de transporte público o personal para ejercer movilidad, al mismo tiempo se logra destacar que sus carreteras están en óptimas condiciones generando satisfacción en las personas que se movilizan por estas calles.



*Ilustración 2 Parroquia de Baños de Cuenca (Google Maps)*

Al mantener unas vías de acceso positivas se logra determinar que la transportación de insumos y materias primas no tendrá inconveniente, además, la mano de obra que ayudará a la construcción de la infraestructura del establecimiento permitirá generar plazas de empleo que fomentan a la economía de

la zona, promoviendo el ganar-ganar tanto para el personal contratado como para los inversionistas del proyecto.

Los servicios básicos son accesibles para los ciudadanos, sin embargo, mediante un análisis se determinará el impacto que causará la construcción del restaurante en este lugar específico basado en la cantidad de recursos necesarios y la ampliación del terreno necesario.

La propuesta de la creación del restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca puede ser muy beneficioso para la comunidad que habita en este determinado lugar puesto que generará satisfacción en los futuros consumidores de los productos que se ofertarán y los servicios que se prestarán promoviendo de esta manera la economía de la parroquia así como un correcto manejo de residuos para preservar la conservación ambiental del lugar con la finalidad de promover el turismo en la zona.

Mediante un estudio de mercado e implementación de encuestas se logrará determinar la importancia que tiene mencionado proyecto en los posibles clientes potenciales que están interesados en la propuesta ya que está dirigido a satisfacer las necesidades de los mismos.

También se realizará un análisis e investigación rigurosa sobre los permisos legales, requerimientos, condiciones y obligaciones necesarias para la implantación del restaurante con la finalidad de cumplir de forma correcta con las condiciones determinadas por la zona para impedir causar impactos negativos a nivel ambiental y social evitando de esta forma sanciones o problemas en la ejecución del proyecto.

## **2.2. Características generales del sector**

La parroquia de Baños de Cuenca, ubicado a una distancia aproximada de 8 km desde la ciudad de Cuenca, es un atractivo turístico concurrentemente visitado tanto por turistas nacionales como extranjeros, cuenta principalmente con una actividad turística que llama la atención de los visitantes, la misma que se trata de

las aguas termales que posee esta zona, sus componentes y minerales permiten una relajación importante en la persona, así como mejora de la circulación sanguínea.

También cuenta con otros atractivos tanto turísticos como culturales que permiten al visitante conocer de las costumbres y tradiciones que posee este lugar, sus paisajes, edificaciones antiguas y volcanes generan una experiencia única, lo mismo que compone gran satisfacción y fidelización en la mente del consumidor.

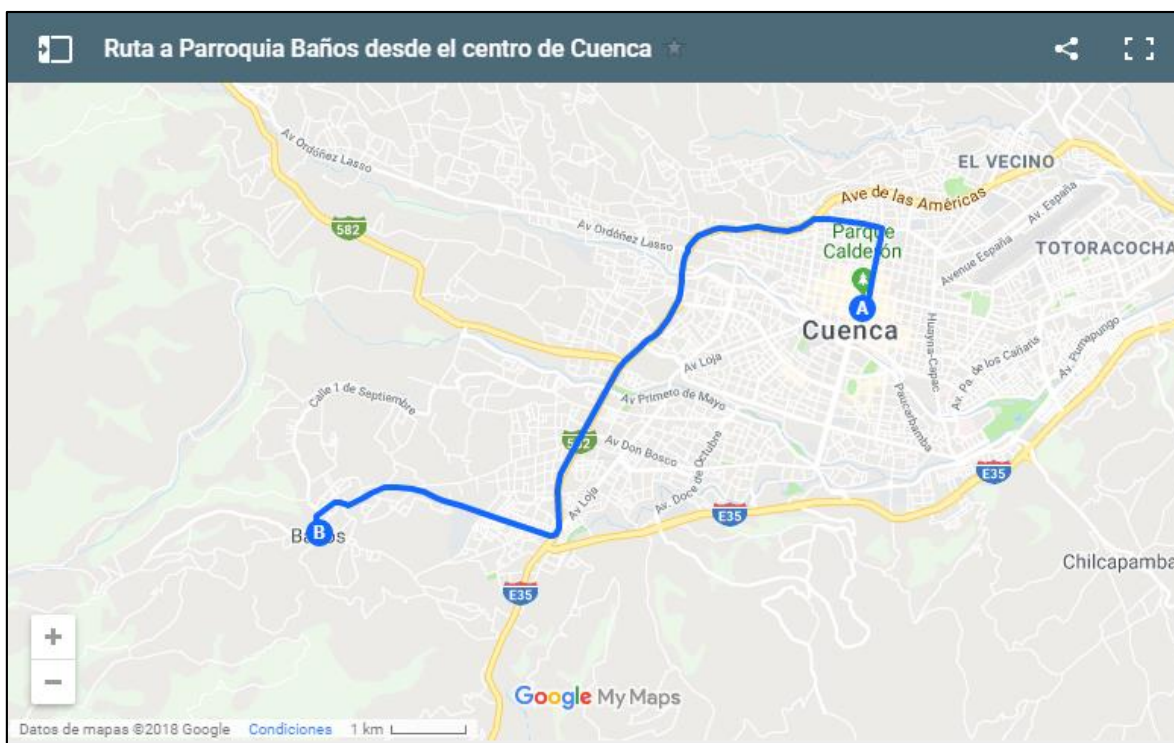
### **2.2.1. Reseña histórica de Baños de Cuenca**

La parroquia de Baños de Cuenca se remota en el siglo XVII cuando los españoles se dedicaban a explotar tanto el oro como la plata de este lugar (Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador, 2009).

En el año de 1.693 según las historias plasmadas en esta parroquia se dice que empezaron a implantar la religión y la vida eclesiástica, la misma que permitía a sus habitantes sentirse mejor, en paz y liberados de sus pecados, pues esta costumbre ha ido creciendo notablemente a lo largo del tiempo ya que en la actualidad los habitantes de este lugar son muy apegados a sus creencias religiosas incrementando y alimentando su mente, cuerpo y espíritu (Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador, 2009).

Según el libro original de parroquia de Baños, se establece que este lugar era mencionado y conocido como “Hervideros de Baños” debido a sus aguas termales, este acontecimiento se encuentra descrito en el “Libro de Cabildos” de Víctor Manuel Albornoz en su obra. En el año de 1.975 se han ido desarrollando conforme al paso del tiempo las fuerzas vivas de la parroquia, es decir, se incorporó finalmente la celebración de la parroquialización en el mes de enero, la misma que fue creada en el año de 1.852 (Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador, 2009).

## 2.2.2. Ubicación Geográfica



*Ilustración 3 Ruta a Parroquia Baños desde el Centro de Cuenca. (GAD Parroquial de Baños, 2018)*

Ubicada al sur-occidente del cantón Cuenca. Limita al norte, con la parroquia San Joaquín; al sur, con las parroquias Tarqui y Victoria del Portete, San Gerardo del cantón Girón, Chumblín del cantón San Fernando y Zhaglli del cantón Santa Isabel; al este, con la ciudad de Cuenca y la parroquia Turi; y, por el oeste, con la parroquia Chaucha (Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador, 2009).

Baños tiene una extensión de 327,3 Km<sup>2</sup>, representa el 10,6 por ciento del territorio cantonal. Localizado a una distancia aproximada de 8 km desde la ciudad de Cuenca, conectada por vía asfaltada (Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador, 2009).

Encontrada entre la llanura que ocupa la Ciudad de Cuenca y los pajonales de la cuenca alta del Río Yanuncay (GAD Parroquial de Baños, 2018).

### **2.2.3. Clima del lugar**

El clima es cálido y templado en Baños. El clima de este sitio varía entre los 10 a los 16° C (GADPR BAÑOS, 2015).

### **2.2.4. Transporte**

Bus Urbano N° 12, Quinta Chica–Baños se lo toma en la Av. Solano y 12 de Abril esq.; Bus N° 11, Ricaurte Baños se lo toma en calle Vega Muñoz. Frecuencia: cada 10 minutos. Taxis o vehículo particular en dirección a la Panamericana Sur tomando el desvío a Baños o se puede alquilar transporte turístico (Viajandox, 2018).

El transporte hasta Baños, en buses urbanos, funciona desde las 06:00 hasta las 22:00, por el valor de \$ 0,30 (El Telégrafo, 2017).

### **2.2.4. Atractivos Turísticos**

#### **2.2.4.1. Atractivos Naturales**

##### **2.2.4.1.1. Loma de los Hervideros**

Esta formación rocosa es una fuente de aguas termales en donde se puede disfrutar de una experiencia única ya que su belleza permite ofrecer al turista una vista magnífica de la parroquia de Baños de Cuenca; su ruta es de fácil acceso, dura aproximadamente 10 minutos caminando. Las aguas que brotan desde este sitio natural son medicinales, curativas, especialmente para la piel y los dolores reumáticos (GAD Parroquial de Baños, 2018).





*Ilustración 4 Loma de los Hervideros. (GAD Parroquial de Baños, 2018)*

#### **2.2.4.1.2. La Toma**

Este sitio provee de agua a la mayoría de los habitantes de la zona urbana y rural, también ofrece un sin número de paisajes para que los visitantes puedan conectarse con la naturaleza (GAD Parroquial de Baños, 2018).



*Ilustración 5 La Toma. (GAD Parroquial de Baños, 2018)*

#### **2.2.4.1.3. Fuentes Termales Pumamaqui**

Estas fuentes de agua termal se emplazan a orillas del Rio Yanuncay, lo mismo que permite no disfrutar de la calidez de las aguas y el paisaje referente a las montañas y las riveras del río, se encuentra a 45 minutos de la cabecera parroquial (GAD Parroquial de Baños, 2018).



*Ilustración 6 Fuentes Termales Pumamaqui. (GAD Parroquial de Baños, 2018)*

#### **2.2.4.2. Atractivos Culturales**

##### ***Fiestas Tradicionales***

##### **Enero:**

Fiesta de Tres Reyes, según corresponda la fecha.

Las Fiestas en honor a la Virgen de Guadalupe que parten desde la segunda semana (GAD Parroquial de Baños, 2018).

##### **Febrero:**

Desfiles de Carnaval

El Santo Jubileo (GAD Parroquial de Baños, 2018).

##### **Marzo:**

Fiestas en honor al patrono San José (GAD Parroquial de Baños, 2018).

##### **Abril:**

Semana Santa según marque el calendario, semana de profundo recogimiento por parte de los devotos que a su vez participan de varias ceremonias de las cuales solo se puede ser parte en esta zona del Austro, culminando con un gran festejo el Domingo de Gloria con el tradicional Festival del Cuy (GAD Parroquial de Baños, 2018).

Esta fiesta celebrada en la parroquia de Baños de Cuenca viene desde el año 1.693 en donde se plasmó de una forma más exhaustiva todo aquello

relacionado con la religión y cultura por lo que el cuy viene a ser un platillo tradicional de este lugar (GAD Parroquial de Baños, 2018).

**Mayo:**

Celebraciones dedicadas a la Virgen.

Celebración de las tres cruces, en varios barrios (GAD Parroquial de Baños, 2018).

**Junio:**

Celebración de ceremonias por Corpus Christi (GAD Parroquial de Baños, 2018).

**Julio y Agosto:**

Meses que se dedica a realizar eventos de caminatas, ciclismo, entre otras actividades de ocio (GAD Parroquial de Baños, 2018).

**Octubre:**

En este mes podemos trasladarnos a disfrutar de las festividades de Narancay, en memoria de la Virgen del Rosario (GAD Parroquial de Baños, 2018).

**Noviembre:**

Día de los difuntos.

Fiesta del Señor de la Buena Esperanza de Huizhil (GAD Parroquial de Baños, 2018).

**Diciembre:**

Fiestas en Honor a la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre.

Tradicionales pases del Niño Jesús (GAD Parroquial de Baños, 2018).



*Ilustración 7 Fiestas Tradicionales. (GAD Parroquial de Baños, 2018)*

### **2.2.4.3. Atractivos Folklóricos**

#### **Ferias Artesanales**

Cada domingo la parroquia de Baños ofrece a sus visitantes una feria artesanal en donde podrá encontrar delicados recuerdos de su visita en tejidos, trabajos en madera, muñecas, bisutería, plantas medicinales y mucho más, todo esto con el sello de la amabilidad de nuestros artesanos y por supuesto la banda del pueblo en donde los miembros de esta banda musical pueden ofrecer música tradicional demostrando su capacidad y habilidad artística (GAD Parroquial de Baños, 2018).

También se ofrece a los turistas una experiencia única en cuanto se refiere a la gastronomía del lugar, se puede disfrutar de varios platillos y bebidas como por ejemplo empanadas de viento, cuy asado con papas, canelazos, etc., (GAD Parroquial de Baños, 2018).



*Ilustración 8 Ferias Artesanales. (GAD Parroquial de Baños, 2018)*

### **2.3. Macro entorno**

El macro entorno son todas aquellas grandes fuerzas sociales que influyen directamente en las empresas u organizaciones, pero que son poco controlables por esas empresas u organizaciones. Un cambio en una de esas fuerzas puede influir en otras. Por tanto, están interrelacionadas entre sí. Lo que tienen en común es que se trata de fuerzas dinámicas, es decir, están sujetas a cambios (Ortiz de Mendivil , 2013).

Las tendencias del macro entorno son de especial importancia en el proceso de formulación de las estrategias de mercado, porque cualquier plan que hagamos tendrá que ejecutarse en una situación de escenario presente y futuro. En el macro entorno, según las siete fuerzas en las que lo dividen el marketing son factores específicos como: macroeconomía, demografía, cultura, política, legalidad, tecnología y medio ambiente (Ortiz de Mendivil , 2013).

Una de las variantes más importantes de alcance mundial que puede afectar en el funcionamiento de una empresa u organización en el PIB (Producto Interno Bruto), ya que la economía es uno de los principales factores que controlan el movimiento monetario o el valor total o parcial que producen los bienes o servicios que se producen en los diferentes territorios del mundo, además, esto hace que los

valores del mercado cambie de manera constante, haciendo que la estabilidad financiera de las empresas se vaya perdiendo o ganando significativamente dando paso a la inflación o deflación de ciertos productos o servicios haciendo que aumenten los precios del mismo en poco tiempo (Ortiz de Mendivil , 2013).

#### **2.4. Micro entorno**

El micro entorno de una empresa es una parte esencial de la misma ya que se concentra en todos aquello que rodea a la misma ya sea en sentido económico y que por las que logra o no producir ganancias y beneficios monetarios a largo o corto plazo. Los factores más importantes que intervienen en el micro entorno son los siguientes: socios, proveedores, competencia, clientes y reguladores (Arenal Laza , 2019 ).

En donde, los clientes son la variable directa de mayor importancia ya que son aquellas personas que tienen poder de decisión en cuanto se refiere a consumir o no un producto, así mismo como el adquirir o no algún tipo de servicio, teniendo un gran impacto en los consumos y ganancias que tendrían las empresas, por esta razón es importante que el mercado se vaya innovando continuamente porque los consumidores cambian de gustos o preferencias frecuentemente frente a las nuevas tendencias que van apareciendo en el tiempo. La competencia que existe en el mercado busca satisfacer los gustos y deseos de los clientes por lo que constantemente buscan nuevas estrategias de venta con la finalidad de aumentar sus ganancias y a su vez fidelizar al cliente, una de las estrategias más propuestas por los negocios que ofertan los mismos productos o servicios es el bajar los precios de venta o dar algún tipo de beneficio adicional (Arenal Laza , 2019 ).

Los intermediarios o canales de distribución también son aquellas organizaciones o personas que facilitan la venta de ciertos artículos productos que son ofertados al público, otro punto importante dentro del micro entorno es el de los proveedores ya que son aquellas personas o empresas que facilitan los insumos, materias primas o productos finales a la empresa, establecimiento u organización

afectando directamente en la calidad de productos, los costos y los plazos de entrega para cualquier bien o servicio (Arenal Laza , 2019 ).

El tamaño del proyecto o su dimensionamiento está determinado por la capacidad de maquinaria y equipamiento requerido para realizar los procesos necesarios, este análisis permite determinar la cantidad de personas que llegarán al establecimiento o negocio según el estudio de mercado realizado, la oferta y los servicios que ofrece la competencia (Puentes, Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios, 2011).

## **2.5. Análisis de la oferta (competencia)**

La competencia que existe en el lugar de Baños de Cuenca es un dato muy importante para conocer la demanda que tiene el mercado, es necesario hacer una relación de los mismos servicios o servicios similares que se quieren ofertar en este proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana.

Para este análisis se ha tomado en cuenta aquellos restaurantes que se encuentran a los alrededores de la parroquia de Baños de Cuenca mediante la recopilación de información en diferentes sitios web ya que existen establecimientos que no se encuentran registrados en el MINTUR.

La propuesta del restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca está dirigido a un restaurante de cuarta categoría (1 tenedor), el mismo que está dirigido a un mercado familiar en donde se servirán alimentos de platos típicos del lugar a precios accesibles y con un ambiente confortable.

El restaurante debe contar con:

- Comedor y cocina separados.
- Menú sencillo.
- Vajilla, mantelería y cristalería limpia y sencilla (Cursos Gastronomía, 2014)

Tabla N°1 Competencias Directas e Indirectas

COMPETENCIA DIRECTA				
NOMBRE	PUESTOS	DÍAS DE ATENCIÓN AL MES	OFERTA PUESTOS AL MES	OFERTA DE PUESTOS AL AÑO
a) Restaurante Rincón del Sabor	48	12	576	6912
e) Comedor Rosita	20	12	240	2880
<b>TOTAL OFERTA</b>				9792
COMPETENCIA INDIRECTA				
NOMBRE	PUESTOS	DIAS DE ATENCIÓN AL MES	OFERTA PUESTOS AL MES	OFERTA DE PUESTOS AL AÑO
b) Pollo Rico N 2	40	12	480	5760
c) Antojitos Doña Carmita	10	12	120	1440
d) Asadero 4 Esquinas	15	12	180	2160
<b>TOTAL OFERTA</b>				9360
<b>OFERTA TOTAL DE PUESTOS</b>				19152
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto				

La capacidad de los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo, están basados en cuanto al número de establecimientos, total de empleados, número de habitaciones, camas, plazas y mesas, por actividad turística, clasificación, provincia y cantón (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Para determinar la oferta que existirá dentro de cinco años a partir del 2020 es importante considerar a las competencias tanto directas como indirectas, para lo cual se consideró el crecimiento de número de puestos históricos desde el 2016 hasta el 2019 y su proyección, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{puestos ofertados} = \text{número de puestos} \times \text{días de atención al mes}$$



**Tabla N°2 Oferta histórica**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>
<b>2015</b>	12672
<b>2016</b>	14112
<b>2017</b>	16272
<b>2018</b>	16272
<b>2019</b>	19152
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

Para la proyección de la oferta se toma en consideración la siguiente fórmula con la finalidad de conocer el factor de crecimiento:

$$\sqrt[n-1]{\frac{R}{A}}$$

Donde:

R=dato histórico más reciente

A=dato histórico más antiguo

n=número de años de la serie histórica

En donde se determinó un factor de crecimiento del 1,11% el mismo que al ser aplicado en el último año de la oferta considerando el dato del 2019 histórico, se aplica la siguiente fórmula con la finalidad de obtener un aproximado crecimiento de establecimientos que tengan las características similares o iguales a las del proyecto propuesto:

$$\text{oferta 2020} = \text{oferta total año anterior} \times \text{factor de crecimiento}$$

**Tabla N°3 Oferta proyectada**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>
<b>2020</b>	21235
<b>2021</b>	23545
<b>2022</b>	26106
<b>2023</b>	28946
<b>2024</b>	32094
<b>2025</b>	35585

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

Se logra concluir que la oferta al año 2025 va a ir incrementando notablemente en la parroquia de Baños de Cuenca, confirmando que existirán más establecimientos de alimentos y bebidas.

## **2.6. Demanda o mercado objetivo (estudio empírico) (encuestas)**

Para determinar la población de muestra a la que se aplicará las encuestas se procedió a realizar el siguiente calculo aplicando la fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

d= error

Datos:

N = 377038

Z = 95% (1,96)

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$d = 6\% (0,06)$$

$$n = \frac{377038 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,06^2 \times (377038 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 267$$

$$n = 267 \text{ personas}$$

#### Tabla N°4 Cálculo de tamaño de muestra finita (población)

Calculo de tamaño de muestra finita

Parámetro	Insertar valor
<b>N</b>	377038
<b>Z</b>	1,96
<b>P</b>	0,5
<b>Q</b>	0,5
<b>e</b>	0,06
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

#### Tabla N°5 Tamaño de la muestra (número de encuestas)

<b>Tamaño de muestra "n"</b>
<b>267</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto

### 2.7. Análisis de la demanda (resultados del estudio empírico)

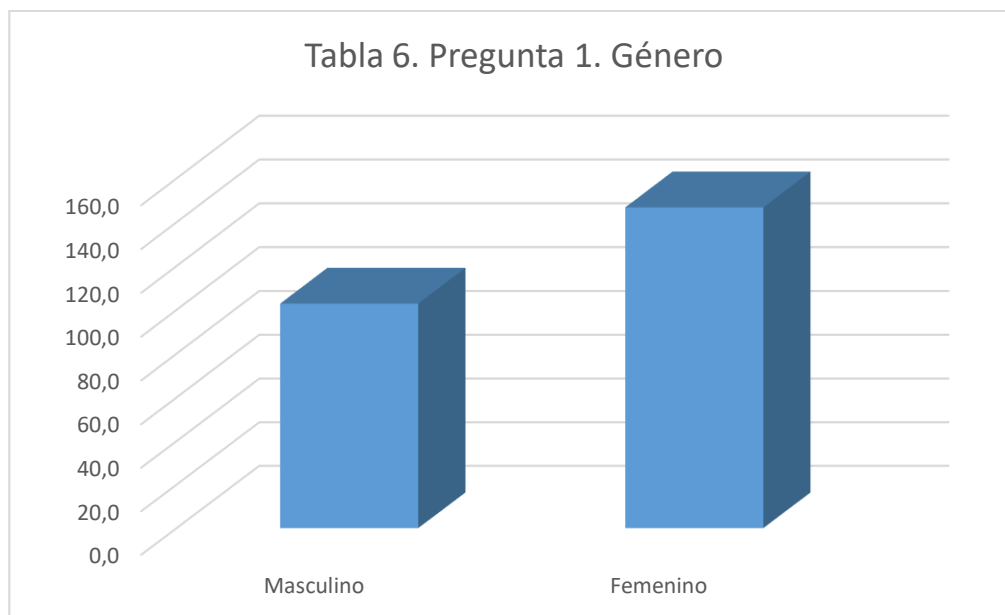
Presentación y análisis de los resultados de la variable propuesta de creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca.

**Tabla N°6. Pregunta 1. Género**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Masculino	110	102,8	102,8
Femenino	157	146,7	146,7
TOTAL	267	100,0	100,0

**Fuente:** Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto



*Ilustración 9 Tabla 6. Pregunta 1. Género (A.A, 2019)*

Figura 1: Pregunta 1. Género

Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En relación al género de los encuestados, se puede determinar que el 102,8% pertenece al género masculino y el 146,7% pertenece al género femenino.

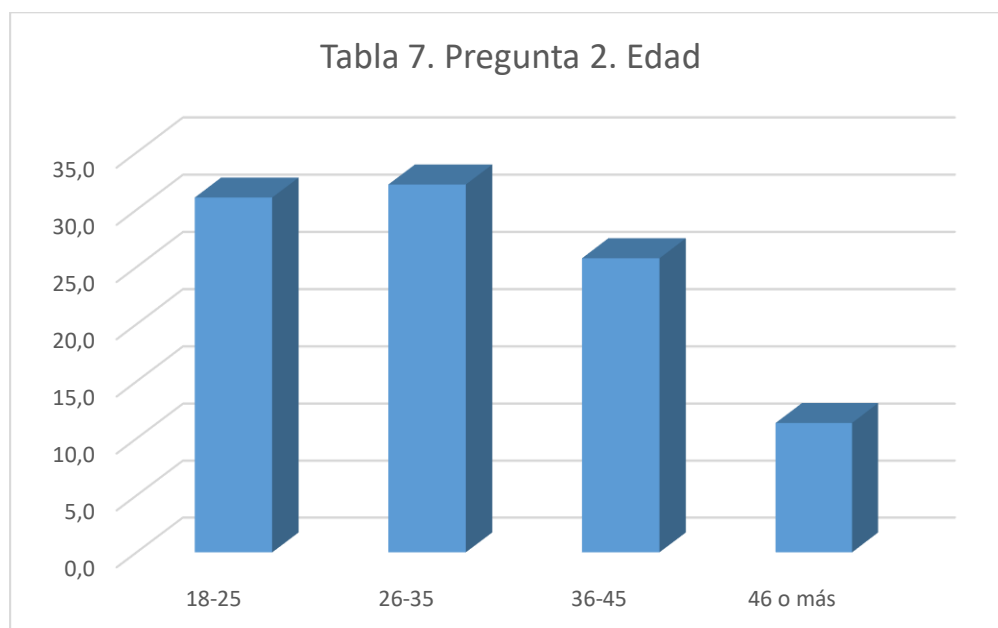
En este sentido se puede enfocar más a un mercado femenino ya que en su mayoría son las mujeres las que toman la iniciativa para escoger un lugar de consumo junto con su familia o amigos que se encuentre en el momento **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

**Tabla N°7. Pregunta 2. Edad**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
18-25	82	31,1	31,1
26-35	85	32,2	32,2
36-45	68	25,8	25,8
46 o más	30	11,4	11,4
TOTAL	265	99,3	99,3

**Fuente:** Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto



*Ilustración 10 Tabla 7. Pregunta 2. Edad (A.A, 2019)*

Figura 2: Pregunta 2. Edad

Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

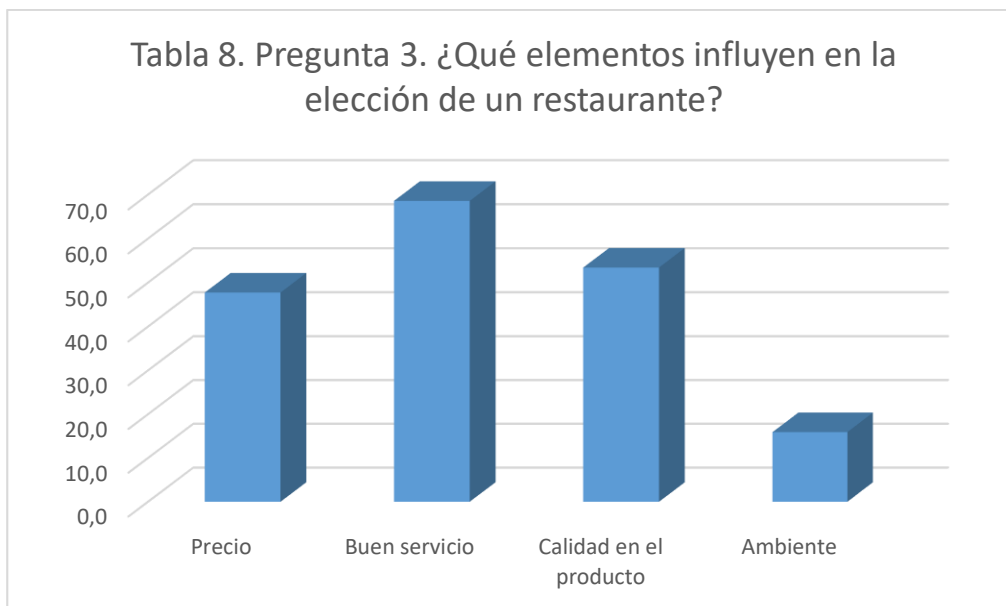
En relación a la edad de los encuestados, se puede determinar que el 31,1% pertenece al rango de 18 a 25 años, el 32,2% de 26 a 35 años, el 25,8% de 36 a 45 años y el 11,4% de 46 años en adelante **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En sentido con los valores más altos que arrojaron las encuestas, la edad en la que hombres o mujeres buscan un restaurante que satisfaga sus necesidades de consumo son las personas entre los 26 a 35 años, los mismos que buscan un lugar acogedor que ofrezca un servicio y producto de calidad **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

Dos personas finalizaron con la encuesta al responder "NO".

**Tabla N°8. Pregunta 3. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
<b>Precio</b>	126	47,7	47,7
<b>Buen servicio</b>	181	68,6	68,6
<b>Calidad en el producto</b>	141	53,4	53,4
<b>Ambiente</b>	42	15,9	15,9
<b>TOTAL</b>	490	183,5	183,5
<b>Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca</b>			
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto			



*Ilustración 11* Tabla 8. Pregunta 3. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante? (A.A, 2019)

Figura 3: Pregunta 3. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?

Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En relación a los elementos que influyen en la elección de un restaurante por parte de los encuestados, se puede determinar que el 47,7% pertenece al precio, el 68,6% al buen servicio, el 53,4% a la calidad del producto y el 15,9 al ambiente **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

Se logra determinar mediante la encuesta realizada que las personas en la actualidad buscan un restaurante que brinde varias atribuciones, por esta razón, el restaurante ecuatoriano “MariAnitas” estará enfocado en brindar una calidad en sus productos a ofertar, un servicio de calidad en donde su personal sea amable, respetuoso y alegre con los clientes con la finalidad de que se sientan en comodidad

y ofrecerá un precio en sus platos asequibles, adicionalmente, todas estas atribuciones se irán incrementando paulatinamente para satisfacer de manera total a los futuros clientes **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

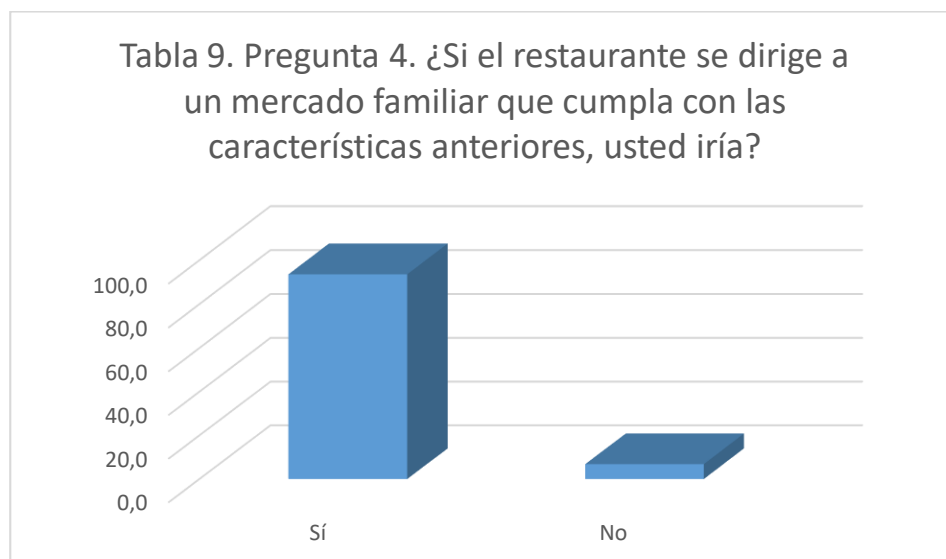
Se podían escoger varias respuestas.

**Tabla N°9. Pregunta 4. ¿Si el restaurante se dirige a un mercado familiar que cumpla con las características anteriores, usted iría?**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
<b>Sí</b>	247	93,6	93,6
<b>No</b>	18	6,8	6,8
<b>TOTAL</b>	265	99,3	99,3

**Fuente:** Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto



*Ilustración 12 Tabla 9. Pregunta 4. ¿Si el restaurante se dirige a un mercado familiar que cumpla con las características anteriores, usted iría? (A.A, 2019)*



Figura 4: Pregunta 4. ¿Si el restaurante se dirige a un mercado familiar que cumpla con las características anteriores, usted iría?

Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En relación a los elementos que influyen en la decisión de ir a consumir alimentos a un restaurante dirigido a un mercado familiar por parte de los encuestados, se puede determinar que el 93,6% dijo que sí y el 6,8% dijo que no **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En este sentido, la mayoría de las personas encuestadas está interesada en que el restaurante esté dirigido a un mercado familiar ya que por lo general buscan un espacio con varios integrantes en un local que ofrezca alimentos y bebidas, por esta razón se refuerza y determinan los números de puestos según cada mesa disponible con la finalidad de que las familias puedan compartir un momento agradable y cómodo **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

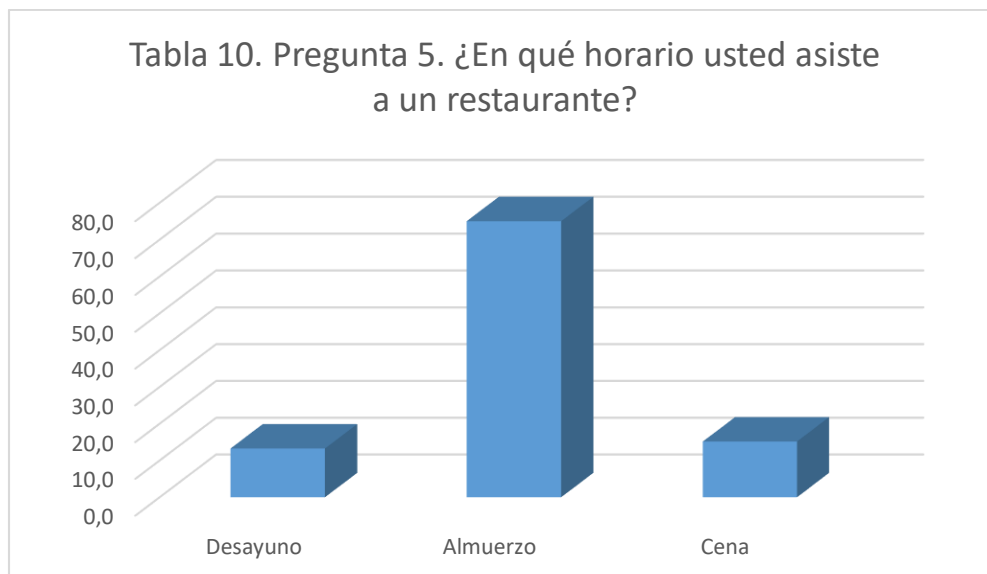
Dos personas finalizaron con la encuesta al responder "NO".

**Tabla N°10. Pregunta 5. ¿En qué horario usted asiste a un restaurante?**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Desayuno	35	13,3	13,3
Almuerzo	198	75,0	75,0
Cena	40	15,2	15,2
<b>TOTAL</b>	<b>273</b>	<b>102,2</b>	<b>102,2</b>

**Fuente:** Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto



*Ilustración 13* Tabla 10. Pregunta 5. ¿En qué horario usted asiste a un restaurante? (A.A, 2019)

Figura 5: Pregunta 5. ¿En qué horario usted asiste a un restaurante?

Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En relación a los elementos que determinan el horario a asistir a un restaurante por parte de los encuestados, se puede determinar que el 13,3% pertenece a la decisión de ir en el desayuno, el 75,0% en el almuerzo y el 15,2% en la cena **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

El horario del almuerzo es uno de los preferidos por los encuestados para ir a consumir alimentos y bebidas en un restaurante, por lo cual el restaurante estará disponible a abrir sus puertas en este horario por su afluencia de gente **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

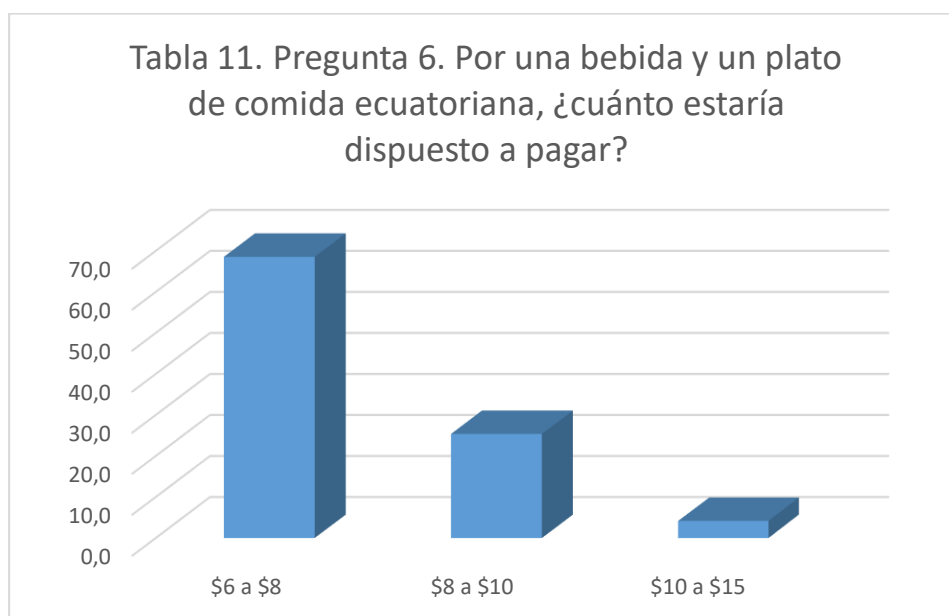
Se podían escoger varias respuestas.

**Tabla N°11. Pregunta 6. Por una bebida y un plato de comida ecuatoriana, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar?**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
\$6 a \$8	181	68,6	68,6
\$8 a \$10	67	25,4	25,4
\$10 a \$15	11	4,2	4,2
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>97,0</b>	<b>97,0</b>

**Fuente:** Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto



*Ilustración 14 Tabla 11. Pregunta 6. Por una bebida y un plato de comida ecuatoriana, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar? (A.A, 2019)*

Figura 6: Pregunta 6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico de la parroquia de Baños de Cuenca?

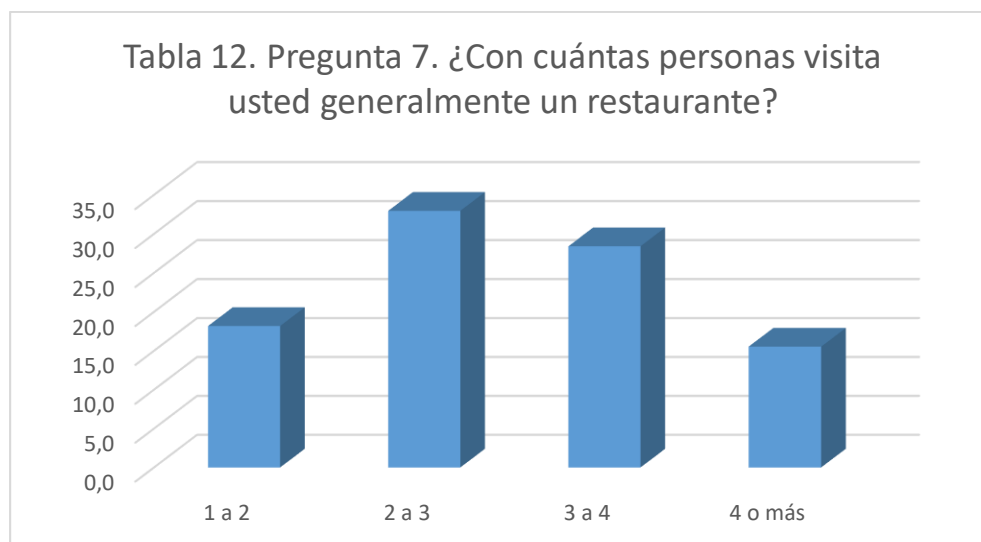
Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En relación a los elementos que determinan la cantidad monetaria a pagar un plato de comida típica de la parroquia de Baños de Cuenca por parte de los encuestados, se puede determinar que el 68,6% está dispuesto a pagar de \$6 a \$8, el 25,4% de \$8 a \$10 y el 4,2% de \$10 a \$15 **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En este sentido los precios de los platos que ofrezca el restaurante “MariAnitas” estará basado en la competencia y en un precio asequible que no dificulte o disminuya el consumo en el mismo **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

**Tabla N°12. Pregunta 7. ¿Con cuántas personas visita usted generalmente un restaurante?**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
1 a 2	48	18,2	18,2
2 a 3	87	33,0	33,0
3 a 4	75	28,4	28,4
4 o más	41	15,5	15,5
<b>TOTAL</b>	251	94,0	94,0
<b>Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca</b>			
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto			



*Ilustración 15* Tabla 12. Pregunta 7. ¿Con cuántas personas visita usted generalmente un restaurante? (A.A, 2019)

Figura 7: Pregunta 7. ¿Con cuántas personas visita usted generalmente un restaurante?

Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En relación a los elementos que determinan el número de personas con quien va acompañado un cliente a un restaurante por parte de los encuestados, se puede determinar que el 18,2% visita el restaurante con 1 o 2 personas, el 33,0% con 2 o 3 personas, el 28,4% con 3 o 4 personas y el 15,5% restante con 4 o más personas **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

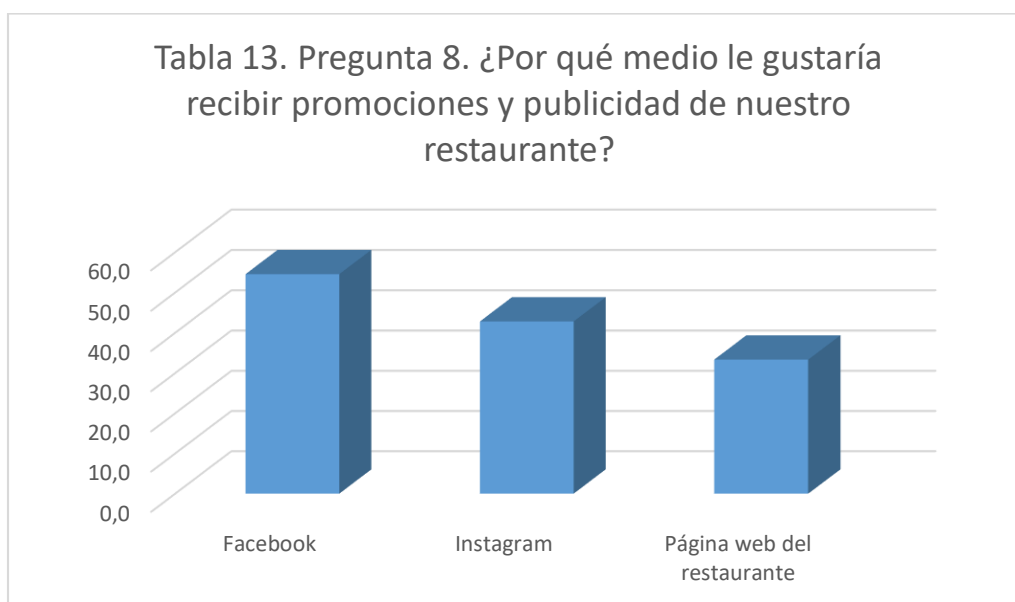
En este sentido se dispondrán más cantidad de mesas para 4 personas ya que los encuestados determinaron que acuden a un restaurante con 2 o 3 personas más **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

**Tabla N°13. Pregunta 8. ¿Por qué medio le gustaría recibir promociones y publicidad de nuestro restaurante?**

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Facebook	144	54,5	54,5
Instagram	113	42,8	42,8
Página web del restaurante	88	33,3	33,3
<b>TOTAL</b>	<b>345</b>	<b>129,2</b>	<b>129,2</b>

**Fuente:** Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto



*Ilustración 16 Tabla 13. Pregunta 8. ¿Por qué medio le gustaría recibir promociones y publicidad de nuestro restaurante? (A.A, 2019)*

Figura 8: Pregunta 8. ¿Con cuántas personas visita usted generalmente un restaurante?

Fuente: Encuesta de la propuesta de la creación de un restaurante en la parroquia de Baños de Cuenca **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En relación con los elementos que determinan el número de personas que prefieren enterarse de publicaciones y promociones del restaurante el 54,5% escogió la opción de Facebook, el 42,8% prefiere por medio de Instagram y el 33,3% escoge como medio publicitario a una página web propia del restaurante propuesto. Esta información es relevante ya que nos empuja a realizar en nuestro proyecto la publicidad a través de Facebook **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

En este sentido, Facebook será una herramienta importante para las promociones que realizará el restaurante, la misma que será sumamente necesaria para mantener un contacto directo con los clientes potenciales **Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto.

Se podían escoger varias respuestas.

Para determinar la proyección de la demanda se toma en consideración primeramente el factor de crecimiento, para lo cual se toman datos históricos que van desde el año 2015 al 2019 aplicando la fórmula:

$$\sqrt[n-1]{\frac{R}{A}}$$

Donde:

R=dato histórico más reciente

A=dato histórico más antiguo

n=número de años de la serie histórica

**Tabla N°14 Cuadro de la demanda histórica**

<b>AÑO</b>	<b>N° DE POBLACIÓN EN LA EN LA CIUDAD DE CUENCA</b>
<b>2015</b>	361837
<b>2016</b>	370016
<b>2017</b>	378380
<b>2018</b>	386933
<b>2019</b>	395679

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

Con base al factor de crecimiento de 1,018 de la demanda histórica se procedió a determinar el factor de crecimiento con la finalidad de proyectar su crecimiento al 2025. Para lo cual se realizó lo siguiente:

$$población\ 2020 = población\ año\ anterior \times factor\ de\ crecimiento$$

Adicionalmente, mediante una demanda probable se tomó en cuenta el número de puestos, rotación aproximada, etc., lo cual ayudó a determinar la demanda desatendida, es decir, aquella parte de la población de la parroquia de Baños de Cuenca que no logra satisfacer sus necesidades y deseos ya que no hay un establecimiento o empresa que genere su atención.

**Tabla N°15 Demanda probable**

<b>Consumo promedio</b>	<b>\$</b>	<b>7,79</b>
<b>Puestos del restaurante</b>		68
<b>Rotación objetiva</b>		0,64
<b>Días al mes de atención</b>		28
<b>Clientes al día</b>		44
<b>Clientes al mes</b>		1219
<b>Ventas al mes</b>	<b>\$</b>	9.488,40
<b>Ventas al año</b>	<b>\$</b>	113.860,75

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto



**Tabla N°16 Proyección de la demanda en la parroquia de Baños de Cuenca**

<b>AÑO</b>	<b>N° DE POBLACIÓN EN LA PARROQUIA DE BAÑOS DE CUENCA</b>
<b>2020</b>	377038
<b>2021</b>	383841
<b>2022</b>	390766
<b>2023</b>	397817
<b>2024</b>	404995
<b>2025</b>	412302

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

## 2.8. Análisis de la oferta vs demanda

**Tabla N°17 Cuadro comparativo de la oferta vs la demanda y su déficit**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DÉFICIT</b>
<b>2020</b>	21235	377038	-355803
<b>2021</b>	23545	383841	-360296
<b>2022</b>	26106	390766	-364660
<b>2023</b>	28946	397817	-368871
<b>2024</b>	32094	404995	-372901

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

Se puede observar que en el cuadro comparativo de la oferta vs la demanda en el presente año se presenta un déficit de 355.803 personas desatendidas, es decir, este número de personas son aquellas que no satisfacen sus necesidades de consumo de acuerdo a su interés, preferencias y gustos, por lo que el proyecto es factible para la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca que esté dedicado y enfocado a atender las necesidades de los ciudadanos que concurren a este lugar.

## Conclusiones

- Según el análisis realizado de la oferta y demanda se logró determinar la proyección futura (5 años) en donde se muestra el crecimiento de la oferta en base a los datos proporcionados por el ministerio de turismo en la Ciudad de Cuenca en donde se tomó un porcentaje del 93,60% perteneciente a la parroquia de Baños de Cuenca según datos oficiales de la misma, lo cual refleja un crecimiento del 1,01% de crecimiento anual, en el caso del crecimiento de la oferta se verificó mediante el catastro oficial del Ministerio de Turismo que únicamente existe un negocio de la zona mencionada anteriormente que se encuentra registrado, por lo que se procedió a tomar en cuenta a 4 negocios adicionales con la finalidad de obtener un dato más real, dando como resultado un crecimiento del 1,11% anual.
- Una vez determinado el crecimiento poblacional y de la oferta a cinco años se realiza el cálculo del déficit, es decir, una comparación entre la oferta VS la demanda en donde se logra analizar que en el año 2020 existen 355.803 personas desatendidas, es decir, este número de persona no satisface sus necesidades en cuanto a ofertas gastronómicas se refiere, el establecimiento estará constituido para atender a 68 puestos, el mismo que fue determinado en base a los puestos que oferta la competencia, adicionalmente se determinó un promedio de rotación del 0,64 según los días de atención y rotación que tiene la competencia por lo que de esta manera se procedió a realizar un promedio de atención por día a 44 puestos de los 68, al mes un total del 144 puestos y al año 1219, por lo tanto se toma en cuenta los 68 puestos X 44 puestos dando como resultado 2992, luego se dividió los 355.803 entre los 2992 dando un total de 11,87%, el mismo que se multiplico por 0,64 de rotación y finalmente restando los 11,87% - 7,59%, que finalmente da como resultado el 4,27% de la población que será atendida.

- Mediante las encuestas realizadas a los pobladores de la parroquia de Baños de Cuenca se obtiene información de sus preferencias y gustos al momento de escoger un restaurante para su consumo y el de su familia, como por ejemplo: los posibles consumidores buscan un lugar que ofrezca productos de calidad a buen precio, un sitio a donde pueda asistir con una familia conformada por 4 personas en donde se sientan cómodos, un precio entre \$6 a \$8 y notificaciones, promociones y publicidad mediante las redes sociales más utilizadas por los usuarios que son Facebook e Intagram.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. PROPUESTA**

#### **3.1. Idea de negocio**

La idea de negocio está enfocada a cubrir la necesidad de consumo de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Provincia del Azuay, ya que en este lugar existe una gran cantidad y afluencia turística de personas tanto nacionales como internacionales buscando satisfacer sus gustos y preferencias por la comida típica ecuatoriana, la misma que debe estar combinada con un servicio de calidad y amabilidad en el servicio al cliente.

#### **3.2. Estructura organizacional**

##### **3.2.1. Misión, Visión**

###### **Misión**

Brindar productos de alta calidad y servicio con el fin de satisfacer las necesidades del cliente ayudando a fomentar y mantener la cultura ecuatoriana basada en la gastronomía del país.

###### **Visión**

En 5 años llegar a ser un establecimiento de comida ecuatoriana reconocida en el mercado, incrementando de manera notable las ventas y brindando siempre un producto y servicio de calidad para los ecuatorianos o extranjeros que visitan la parroquia de Baños de Cuenca.

##### **3.2.2. Objetivos empresariales, Valores corporativos**

###### **Objetivos empresariales**

- Brindar un servicio de calidad hacia los clientes externos con un personal amable y atento para que su estadía en el restaurante se grata.

- Dar al cliente una percepción del lugar como un espacio cómodo para que se sienta como en casa.
- Brindar una comida deliciosa y gustosa al paladar de nuestros clientes para fomentar su fidelidad y generar satisfacción en el mismo **Elaborado por:** La autora.

### **Valores corporativos**

- Generar plazas de empleo con la finalidad de contribuir con la sociedad.
- Manejar el reciclaje de los desechos orgánicos, inorgánicos, vidrio y plástico potencializando el cuidado con el medio ambiente.
- Hacer un convenio con una empresa que convierta los alimentos en fertilizantes con el fin de ayudar al medio ambiente.
- Potenciar el trabajo en equipo y las habilidades de cada uno de los colaboradores que trabajarán en la empresa.
- Fomentar el trabajo colectivo con la finalidad de conseguir o alcanzar los objetivos en común y los objetivos individuales de cada integrante de la organización mediante el respeto, la colaboración, honestidad y disposición para compartir información o conocimientos.
- Generar confianza y calidad en el servicio al cliente, proyectando honestidad y profesionalismo para que el cliente se sienta a gusto en el establecimiento **Elaborado por:** La autora.

### **3.3. Dirección estratégica**

#### **3.3.1. Políticas internas**

- De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales (Ministerio del Trabajo , 2013).
- Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa.

La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve (Ministerio del Trabajo , 2013).

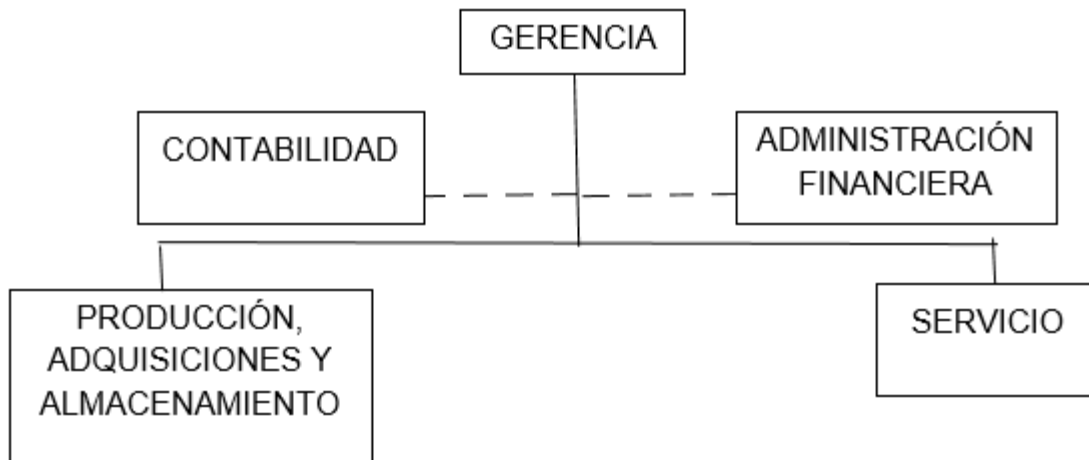
- Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato (Ministerio del Trabajo , 2013).
- El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve (Ministerio del Trabajo , 2013).
- Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces (Ministerio del Trabajo , 2013).
- Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa (Ministerio del Trabajo , 2013).
- Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato (Ministerio del Trabajo , 2013).
- A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso (Ministerio del Trabajo , 2013).
- Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación

laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley (Ministerio del Trabajo , 2013).

- No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:
  - a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
  - b) Recuperar por las interrupciones del trabajo (Ministerio del Trabajo , 2013).
- En el caso de Asesores que se encuentren fuera de la ciudad, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes (Ministerio del Trabajo , 2013).
- El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará media hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato (Ministerio del Trabajo , 2013).
- De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar (Ministerio del Trabajo , 2013).
- Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos (Ministerio del Trabajo , 2013).

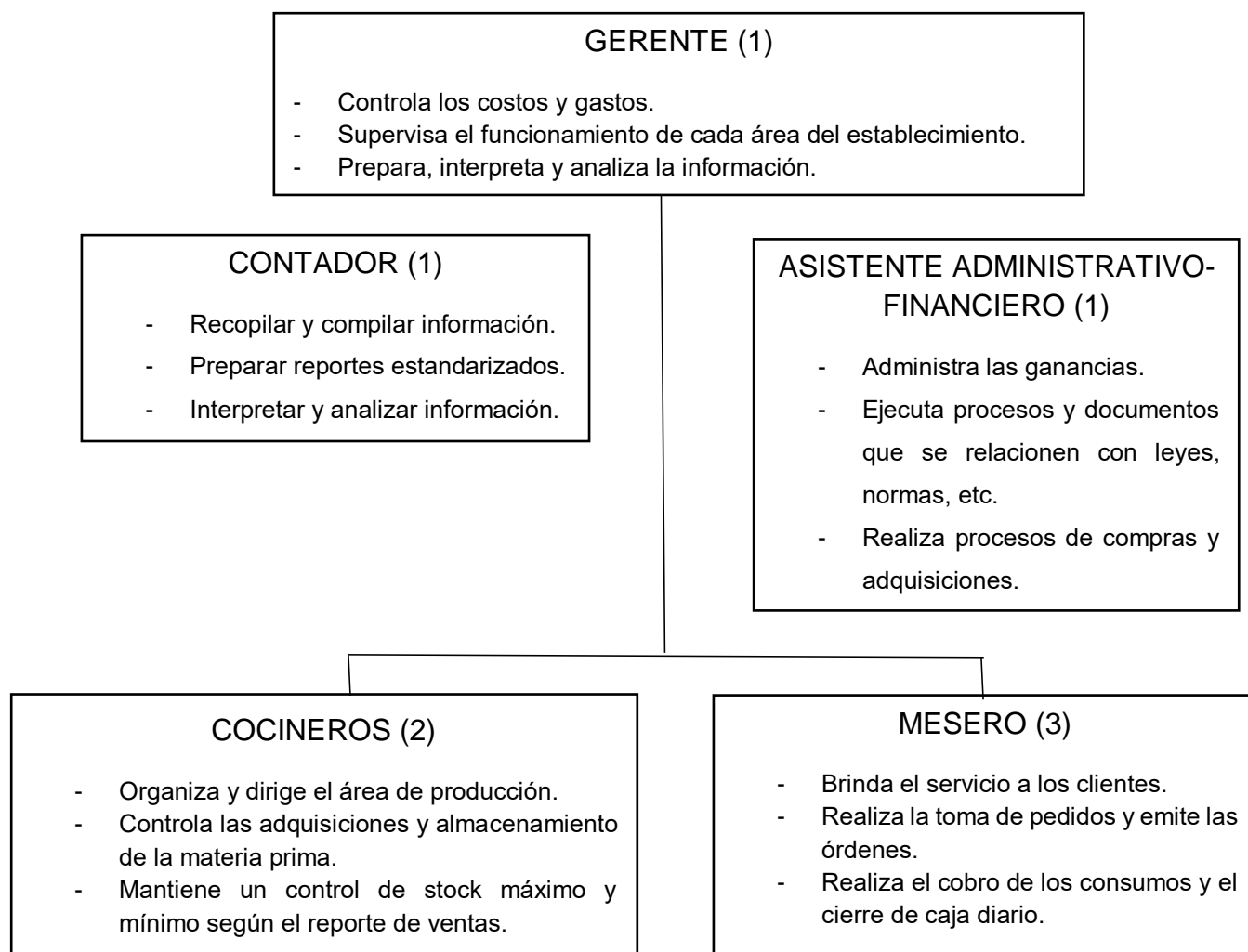
### 3.4. Organización empresarial

#### 3.4.1. Estructura organizacional, funcional



*Ilustración 17 Estructura organizacional (A,A. 2019)*





*Ilustración 18 Estructura funcional (A,A. 2019)*

- **Nivel ejecutivo**

**Gerente**

El gerente se encarga de realizar de manera cualificada, autónoma y responsable las tareas administrativas, archivo y contabilidad correspondiente a su sección elaborando documentos de contabilidad, así como efectuando el registro, control y archivo de correspondencia y facturación con la finalidad de gestionar la contabilidad de la empresa, cobrar las facturas y efectuar pagos a proveedores de

una manera correcta (Hosteleriamadrid.com, 2012). Por esta razón el gerente realiza las siguientes funciones:

- Encargado de la administración del restaurante.
- Controla los costos y gastos mediante inventarios.
- Encargado de dirigir y organizar el trabajo de la cada área.
- Supervisa el funcionamiento del establecimiento, los pagos, ventas, inversiones.
- Hace frente a los problemas que tenga el establecimiento.
- Hace frente ante las situaciones legales que pueda presentar el establecimiento (Wixsite, 2015).
- Recopilar y compilar información.
- Preparar reportes estandarizados.
- Interpretar y analizar información.
- Involucrarse en la toma de decisiones (Horngren Charlest , Stratton , & Stratton , 2006).

### **Contador**

El contador es aquella persona encargada de analizar cada uno de los asuntos tanto financieros como contables dentro de una organización, por esta razón el contador realiza las siguientes funciones:

- Recopilar y compilar información.
- Preparar reportes estandarizados.
- Interpretar y analizar información.

Involucrarse en la toma de decisiones (Horngren Charlest , Stratton , & Stratton , 2006).

### **Asistente administrativo-financiero**

El asistente administrativo financiero se encarga de realizar las siguientes funciones:

- Realizar procesos de compras y adquisiciones.
  - Ejecutar actividades asignadas, en concordancia con las leyes, políticas, normas y reglamentos de la institución.
  - Realizar actividades asignadas para los procesos de administración de recursos humanos y financieros.
  - Supervisar las labores de los colaboradores de la empresa (Asociación Tula Salud, 2016).
- 
- **Puestos operativos**

### **Cocineros**

Realizar de manera cualificada, funciones de planificación, organización y control de todas las tareas propias del departamento de cocina como organizar, dirigir y coordinar el trabajo del personal a su cargo. El jefe de cocina debe realizar inventarios y controles de materiales, mercancías, etc., de uso en el departamento, así como diseñar platos y participar en su elaboración supervisando y controlando el mantenimiento y uso de maquinaria, materiales, utillaje, etc., del departamento (Hosteleriamadrid.com, 2012).

Es aquella persona encargada de controlar todos aquellos productos que entran al área de adquisiciones y almacenamiento con la finalidad de procurar y preservar su conservación adecuada para la transformación de los mismos a un producto final.

Realiza de manera autónoma y responsable, la preparación y presentación de platos utilizando las técnicas más idóneas, también debe colaborar en los pedidos y conservación de materias primas y productos de uso en la cocina,

preparar, cocinar y presentar los productos de uso culinario y finalmente controlar el uso de la cocina cumpliendo correctamente con los estándares de calidad (Hosteleriamadrid.com, 2012). El cocinero debe cumplir con las siguientes funciones:

- Organiza y dirige el trabajo en el área de producción.
- Elabora la producción de los platos ofertados en el establecimiento.
- Provee alimentos preparados.
- Mantiene el control riguroso de la manipulación de alimentos y supervisa la misma.
- Encargado de analizar las cantidades necesarias para la producción de alimentos mediante las recetas estándar.
- Reporta faltantes o sobrantes de materias primas (Wixsite, 2015).
- Encargado de mantener limpia el área de cocina.
- Encargado de lavar la vajilla.
- Encargado de lavar cristalería (Wixsite, 2015).
- Dirige y convoca las funciones del área operacional del establecimiento.
- Organiza los horarios del personal.
- Controla los precios de los productos y los inventarios físicos de manera periódica.
- Encargado de la contratación del personal operativo.
- Controla las ventas diarias del establecimiento.
- Mantiene una comunicación constante con el personal operativo y el alto mando.
- Encargado de reportar novedades o situaciones suscitadas en el establecimiento.
- Hace frente a los problemas que pueda presentar el establecimiento en el área operativo.
- Mantiene el liderazgo y la motivación al personal operativo (Wixsite, 2015).

- Encargado del control de materias primas en bodega.
- Emite inventarios físicos a los altos mandos.
- Mantiene un control riguroso del stock mínimo y máximo de cada producto en bodega.
- Recibe la materia prima mediante un control riguroso de cada producto mediante la utilización de sus sentidos sensoriales.
- Acepta o rechaza la materia prima proporcionada por los proveedores.
- Emite reportes de las materias primas, bajas o alguna situación en bodega. (Wixsite, 2015).

### **Meseros**

El mesero está encargado de generar un servicio de calidad al cliente para lograr satisfacer sus necesidades y fidelizar al mismo. También está encargado de realizar los cobros de los consumos del día, realizar su facturación y pasar un reporte de las ganancias del día.

- Responsable del servicio a la mesa.
- Proporciona información requerida por parte del cliente.
- Reporta cualquier novedad presentada en el área de consumo.
- Maneja una atención al cliente de calidad.
- Encargado de promocionar platos y productos para su venta en maximización.
- Toma los pedidos de los clientes.
- Emite las órdenes o comandas al área de cocina.
- Atiende cualquier petición del cliente.
- Mantiene la calma y tranquilidad en situaciones críticas y toma de decisiones (Wixsite, 2015).
- Realizar el cobro por consumo de los clientes.
- Realiza el cierre de caja del día.

- Entrega documento físico de las ventas del día (Wixsite, 2015).
- Dirigir y planificar el conjunto de actividades del servicio.
- Instruir a los trabajadores y trabajadoras del servicio complementario.
- Dirigir, supervisar, controlar y efectuar el cálculo de costes de las reparaciones, modificaciones y mantenimiento de las instalaciones y del servicio (Hosteleriamadrid.com, 2012).

### **3.5. Propuesta técnica**

El estudio técnico de un proyecto es un análisis minucioso que permite determinar la factibilidad del mismo, es decir, determina si el proyecto propuesto será exitoso o puede fracasar. Este estudio técnico busca establecer y determinar todas aquellas características de la composición óptima para la utilización de recursos para que la producción de un bien o servicio sea manejado e incorporado de manera eficaz y eficiente (Sapag, 2007).

Para realizar este proceso es importante analizar y examinar detenidamente las opciones tecnológicas, los efectos de las mismas en inversiones futuras y sus costos y beneficios. Dentro del estudio técnico se determinan diversas variables que permiten al investigador conocer la localización del proyecto, el tamaño del proyecto, la estructura organizacional, los aspectos legales y finalmente la ingeniería del proyecto puesto que este es el núcleo que permitirá derivar los demás aspectos que conforman un estudio investigativo para la ejecución o planeación e un nuevo proyecto (Sapag, 2007).

#### **3.5.1. Macro y micro localización**

La macro localización determina el lugar en donde el proyecto estará ubicado de forma global, en este caso el restaurante de comida ecuatoriana estará en la ciudad de Cuneca Provincia del Azuay, en donde se determinó mediante encuestas y estadísticas del MINTUR que existe una gran afluencia tanto de turistas nacionales

como extranjeros con poca oferta, lo que permite que el proyecto sea factible para estar acentuado en este sitio.

La micro localización hace referencia a un lugar en específico dentro de la ciudad de Cuenca, es por esta razón que mediante un estudio de mercado se determinó que en la parroquia de Baños de Cuenca no se satisfacen las necesidades de los turistas que llegan al lugar, por esta razón el restaurant ante de comida ecuatoriana en proyecto “MariAnitas” estará ubicado dentro de esta zona turística.

### 3.5.2. Recursos técnicos

#### 3.5.2.1. Infraestructura

**Tabla N°18 Total en infraestructura**

<b>Activo fijo</b>	<b>\$11.909</b>
<b>Activo diferido</b>	\$890
<b>Capital de trabajo</b>	\$16.561
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$29.360</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

En la tabla se puede observar el total del costo de la infraestructura del restaurante en proyecto, a continuación, se desglosará cada uno de sus rubros con la finalidad de entender de mejor manera cuál será su inversión para cada área, los mismos que cuentan con los equipos y materiales necesarios para la correcta operación y funcionamiento del restaurante.

**Tabla N°19 Imprevistos de la infraestructura**

<b>Costos de producción</b>	<b>\$72.412</b>
<b>Gastos operacionales</b>	\$26.956
<b>Total anual</b>	\$99.369
<b>Valor mensual</b>	\$8.281
<b>Desfase 2 MESES</b>	2
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$16.561</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

En este cuadro se puede observar del total de la infraestructura fue destinado para 2 meses de imprevistos, es decir, esta cantidad de dinero es necesaria para solventar cualquier tipo de inconveniente que pueda suscitarse en un momento imprevisto, cubriendo de cierta manera un gasto adicional al presupuestado con anterioridad.

### **3.5.2.2. Áreas del negocio**

La propuesta de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana ubicada en la parroquia de Baños de Cuenca está dirigido a un restaurante de primera categoría (1 tenedor), el mismo que contará con un ambiente agradable y confortable, personal amable y atento a las peticiones del cliente, precios accesibles y productos alimenticios que logren satisfacer las necesidades del cliente.

El proyecto está enfocado en ofertar servicios para un mercado tipo familiar puesto que en la parroquia de Baños de Cuenca sus visitantes concurren el lugar en familia o así lo desean según los resultados de las encuestas realizadas, estos clientes además de buscar tranquilidad y relajación por las aguas termales del sitio, buscan un lugar en donde consumir alimentos, satisfacer su necesidad y genera una visión positiva del mismo ya que cuenta con todo lo necesario.



El tipo de servicio que tendrá el restaurante es de estilo americano ya que los platos irán desde la cocina directamente a la mesa en donde el cliente se encuentre.

### **Áreas del establecimiento**

**Tabla N°20 Áreas del restaurante**

Descripción
<b>Producción</b>
<b>Área de servicio</b>
<b>Adquisiciones y almacenamiento</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto

### **Área de producción**

Esta área está dirigida al equipamiento y los utensilios necesarios para la producción de los alimentos/platos que ofrece el establecimiento.

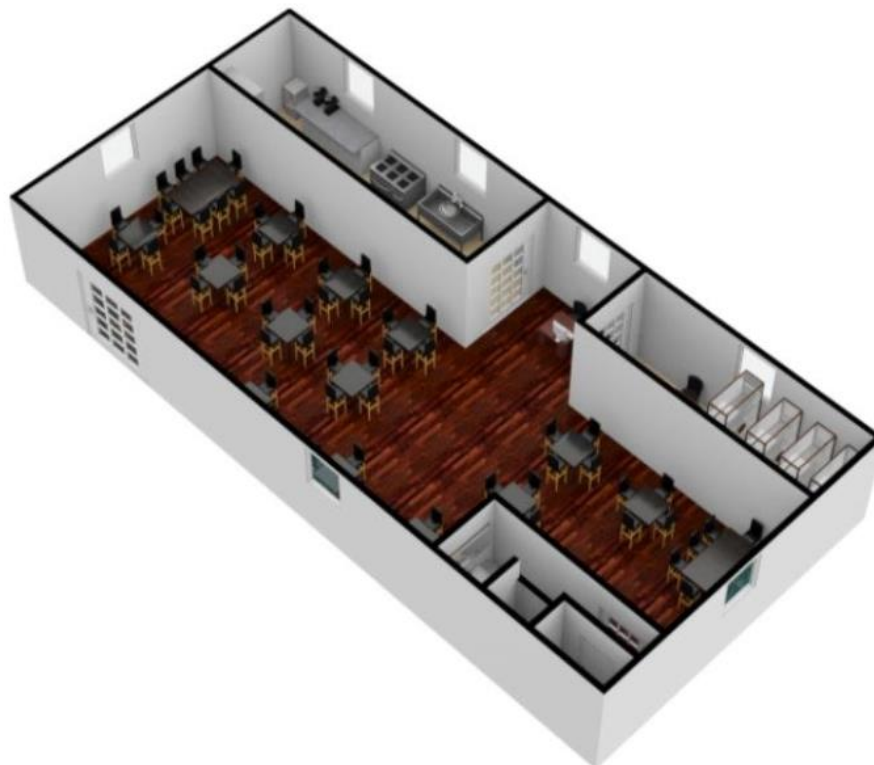
### **Área de consumo**

Esta área estará destinada a la atención personalizada dirigida a los clientes con la finalidad de ofrecer productos que posee el establecimiento establecido en el menú, el mismo que está dirigido a satisfacer las necesidades del cliente.

### **Área de adquisiciones y almacenamiento**

Esta área está destinada a la preservación y conservación de los insumos y provisiones que tendrá el establecimiento almacenado con la finalidad de mantener las materias primas y los demás insumos en un estado óptimo y de calidad, mantener el control de los mismos y conocer el stock mínimo y máximo de cada producto mediante un control de inventario.

### 3.5.2.3. Planos del establecimiento



*Ilustración 19 Plano del establecimiento (A.A, 2019)*

### 3.5.2.4. Capacidad instalada

El establecimiento contará con una capacidad de 68 puestos; está conformado por las áreas de cocina, bodega y el área de consumo. El área de consumo estará conformada por 13 mesas cuadradas con capacidad para 4 puestos y 2 mesas rectangulares con capacidad para 8 puestos.

### 3.5.2.5. Equipos, mobiliario, menaje y uniformes

**Tabla N°21 Muebles y enseres**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
<b>Mesas cuadradas (incluido sillas)</b>	U	13	\$ 150,00	\$ 1.950
<b>Mesas rectangulares (incluido sillas)</b>	U	2	\$ 168,00	\$ 336
<b>Silla</b>	U	1	\$ 45,00	\$ 45
<b>Mesa pequeña</b>	U	1	\$ 70,00	\$ 70
<b>Basurero grande</b>	U	2	\$ 30,00	\$ 60
<b>Silla</b>	U	1	\$ 28,00	\$ 28
<b>Mesa pequeña</b>	U	1	\$ 120,00	\$ 120
<b>Estantes metálicos</b>	U	2	\$ 240,00	\$ 480
				<b>\$ 3.089</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto				

Para el establecimiento se busca incluir muebles y enseres necesarios que serán utilizados para dar a nuestros clientes potenciales comodidad para su consumo generando de esta manera una satisfacción total, fomentando su fidelidad y preferencia.

**Tabla N°22 Equipos**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Horno</b>	U	1	\$ 600,00	\$ 600
<b>Congelador</b>	U	1	\$ 600,00	\$ 600
<b>Balanza</b>	U	1	\$ 23,90	\$ 24
<b>Licuada</b>	U	2	\$ 56,40	\$ 113
<b>Extractor de olores</b>	U	1	\$ 300,00	\$ 300
<b>Refrigerador</b>	U	1	\$ 500,00	\$ 500
<b>Mesas de trabajo acero inoxidable 2,30x1,12x0,9</b>	U	2	\$ 140,00	\$ 280
<b>Anaqueles</b>	U	2	\$ 130,00	\$ 260
				<b>\$ 2.677</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

El equipamiento del establecimiento es un punto importante ya que en este lugar se produce y transforma la materia prima en producto terminado o producto final, por lo que es de suma necesidad contar con todos aquellos materiales necesarios para realizar esta función de una manera correcta, de manera eficiente y eficaz.

Tabla N°23 Menaje

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Plato entrada	U	72	\$ 1,89	\$ 136
Plato sopero	U	72	\$ 2,11	\$ 152
Plato fuerte	U	72	\$ 3,10	\$ 223
Plato postre	U	72	\$ 2,72	\$ 196
Cucharas	U	72	\$ 0,79	\$ 57
Tenedores	U	72	\$ 0,79	\$ 57
Cuchillos	U	72	\$ 1,18	\$ 85
Vasos	U	72	\$ 1,88	\$ 135
Saleros	U	13	\$ 0,95	\$ 12
Pimenteros	U	13	\$ 1,29	\$ 17
Jarras (1 lt)	U	13	\$ 3,01	\$ 39
Ollas 5 t	U	5	\$ 14,41	\$ 72
Ollas 1 t	U	4	\$ 11,52	\$ 46
Paila grande	U	1	\$ 500,00	\$ 500
Cuchara de palo grande	U	4	\$ 7,00	\$ 28
Sartén	U	4	\$ 12,00	\$ 48
Pinzas	U	2	\$ 2,58	\$ 5
Coladores metálicos	U	2	\$ 6,09	\$ 12
Cucharones 6 onz	U	10	\$ 2,71	\$ 27
Tablas para picar	U	2	\$ 10,50	\$ 21
Cuchillos para cocina	U	4	\$ 9,85	\$ 39
				<b>\$ 1.908</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto				

El menaje son todos aquellos platos, vasos, cubiertos, etc., que serán utilizados directamente por los clientes potenciales, por esta razón se busca contar con materiales que sean delicados a la vista del cliente cumpliendo con su primordial función que es el contener dentro de los mismos los alimentos ofertados.

El área de producción necesita diversos utensilios de cocina que faciliten la elaboración de los platos ofertados en la carta "Marianitas" con la finalidad de agilizar su realización y ejecutar la misma de forma correcta mediante la manipulación de alimentos

**Tabla N°24 Equipos de cómputo**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Caja registradora</b>	U	1	\$ 300,00	\$ <b>300</b>
<b>Computadora</b>	U	2	\$ 259,00	\$ <b>518</b>
<b>Impresora</b>	U	1	\$ 248,00	\$ <b>248</b>
				\$ <b>1.066</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

Los equipos de cómputo son sumamente necesarios e importante para facilitar el trabajo y desempeño tanto de los colaboradores como de los dueños del establecimiento, permitiendo un mejor manejo de información, actualizada y verídica.

**Tabla N°25 Maquinaria**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Cocina industrial</b>	U	1	\$ 768,96	\$ <b>769</b>
				\$ <b>769</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

La maquinaria es un implemento esencial para el funcionamiento del restaurante, en este caso se toma como maquinaria la cocina industrial, la misma que será utilizada para la producción y transformación de materia prima en producto terminado.

**Tabla N°26 Suministros de limpieza**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Basurero pequeño	U	2	\$ 10	\$ 20
Dispensador de jabón	U	2	\$ 14	\$ 28
Dispensador de papel	U	2	\$ 22	\$ 44
Dispensador de toalla de manos	U	2	\$ 17	\$ 34
Desinfectante	U	1	\$ 5	\$ 5
Escoba	U	1	\$ 3	\$ 3
Extintor	U	1	\$ 25	\$ 25
Fundas de basura	U	1	\$ 1	\$ 1
Jabón líquido de manos	U	1	\$ 4	\$ 4
Pala	U	1	\$ 2	\$ 2
Papel de cocina	U	1	\$ 3	\$ 3
Papel higiénico (50m)	U	2	\$ 5	\$ 10
Cloro	U	2	\$ 2	\$ 5
Aromatizador para baños	U	2	\$ 2	\$ 4
Esponja para platos (6 unidades)	U	1	\$ 1	\$ 1
Detergente	U	1	\$ 2	\$ 2
Basureros	U	1	\$ 80	\$ 80
Basurero de baño	U	2	\$ 10	\$ 20
Trapeador	U	1	\$ 3	\$ 3
<b>Total</b>				<b>\$ 294</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

Los suministros de limpieza son materiales que serán utilizados tanto para la higiene y limpieza del lugar como para la higiene de los clientes, estos productos permitirán tener una limpieza profunda de cada una de las áreas del restaurante den proyecto por lo que da paso a que el lugar sea seguro en cuanto se refiere a mantener la salud y seguridad tanto de los trabajadores como de los clientes futuros.

**Tabla N°27 Suministros de oficina y varios**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Caja registradora	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Calculadora	2	\$ 10,38	\$ 20,76
Esferos	12	\$ 0,60	\$ 7,20
Grapadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Porta minas	12	\$ 0,70	\$ 8,40
Comandas	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Borradores	10	\$ 0,30	\$ 3,00
Apoya manos	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Papel bond paquetes	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Noteros	4	\$ 2,00	\$ 8,00
<b>Total</b>			<b>\$ 401,36</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

El área de producción, de consumo y de adquisiciones y almacenamiento necesita de los materiales anteriormente mencionados para ejecutar sus funciones eficientemente.

### 3.5.2.6. Procesos

#### Descripción del proceso CRAPS de la receta estándar

- **Compras:**

En este proceso se verifica la calidad, la frescura y estado de los productos, el principio fundamental es comprar el mejor producto ofertado en el mercado al menor precio para obtener un porcentaje de costo de materia prima menor y que la utilidad sea mayor, otro punto importante es la temperatura óptima de la carne de cerdo es de 8 °C máximo para asegurar su maduración, en lo que respecta a los vegetales todos se mantienen a temperatura ambiente entre 18°C-25°C sin ningún problema.



- **Recepción:**

La etapa de recepción del producto se controla principalmente las temperaturas de transporte y almacenamiento por parte de los proveedores, el género cárnico principal que es el cerdo se debe recibir a una temperatura optima de 5°C, se verifica la calidad, el peso requerido y las especificaciones con las que se pide el producto, en el caso de las verduras la recepción se lo hace verificando el estado con el que llega del proveedor y la temperatura aproximada de 20°C.

- **Almacenamiento:**

En el proceso de almacenamiento se separa los productos de acuerdo a la categoría, las frutas y verduras se las almacena a temperatura ambiente aproximadamente entre los 18°C-20°C en un lugar donde no sufran golpes, ni se expongan directamente a la luz solar por que las puede deteriorar, otra categoría son las carnes, aves y pescados, estos productos se los almacena a una temperatura entre 0°C-5°C, para evitar la proliferación bacteriana y aumentar el tiempo de vida útil del producto, se controla mucho este tipo de productos porque son los que mayor costo tienen para un negocio.

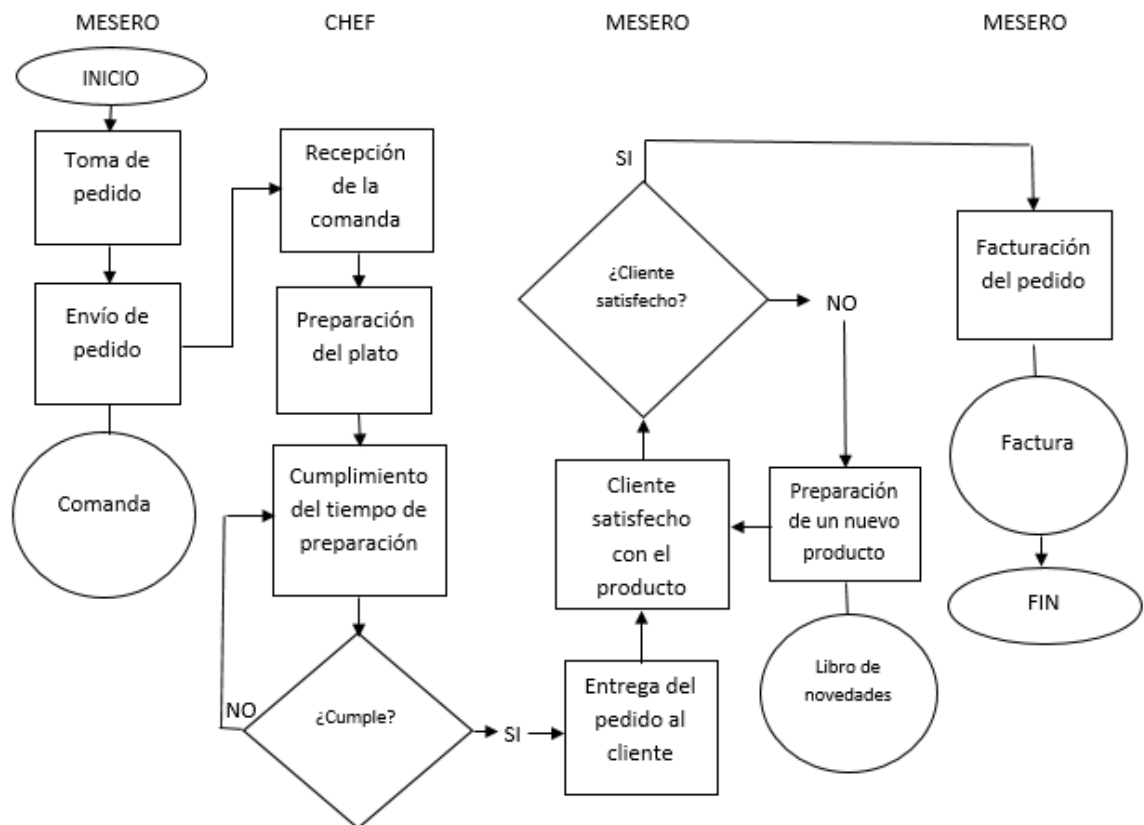
- **Producción:**

La producción es uno de los procesos más importantes siempre se debe seguir un procedimiento y recetas estándar para utilizar las cantidades exactas y no haya desperdicio de productos, la temperatura de cocción es otro punto importante en el caso de la carne de cerdo 68°C, es la óptima para no resecar el cárnico y que el mismo se encuentre fuera de la zona de riesgo para el comensal, las verduras tienen una temperatura de cocción alrededor de los 85°C hasta los 100°C, dependiendo de las técnicas que se utilicen.

- **Servicio:**

La última etapa el servicio sin duda es el aspecto más importante, debido a que es como llega el producto elaborado hacia el consumidor, aspectos importantes a tomar en cuenta son el sabor, la presentación y sobre todo la temperatura con la que llega al consumidor los alimentos, sin duda es todo un conjunto que llega a determinar la experiencia que se lleva el comensal del establecimiento, los platos fuertes como es el caso la temperatura optima de servicio es entre 70°C-80°C.

### Flujograma de la toma de pedidos



*Ilustración 20 Flujograma de la toma de pedidos (A.A, 2019)*

## Flujograma de adquisiciones

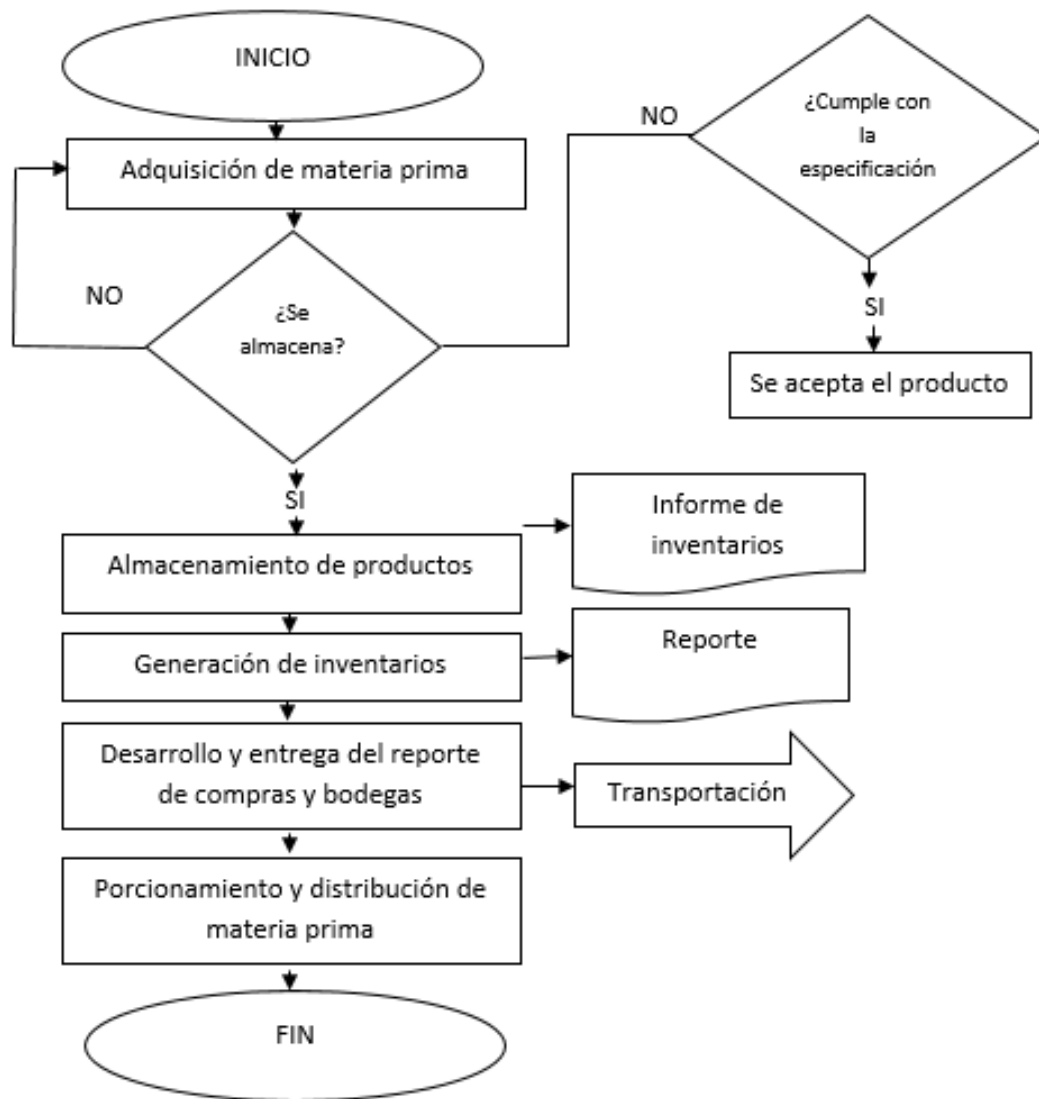


Ilustración 21 Flujograma de adquisiciones y producción (A.A, 2020)

## Flujograma de producción

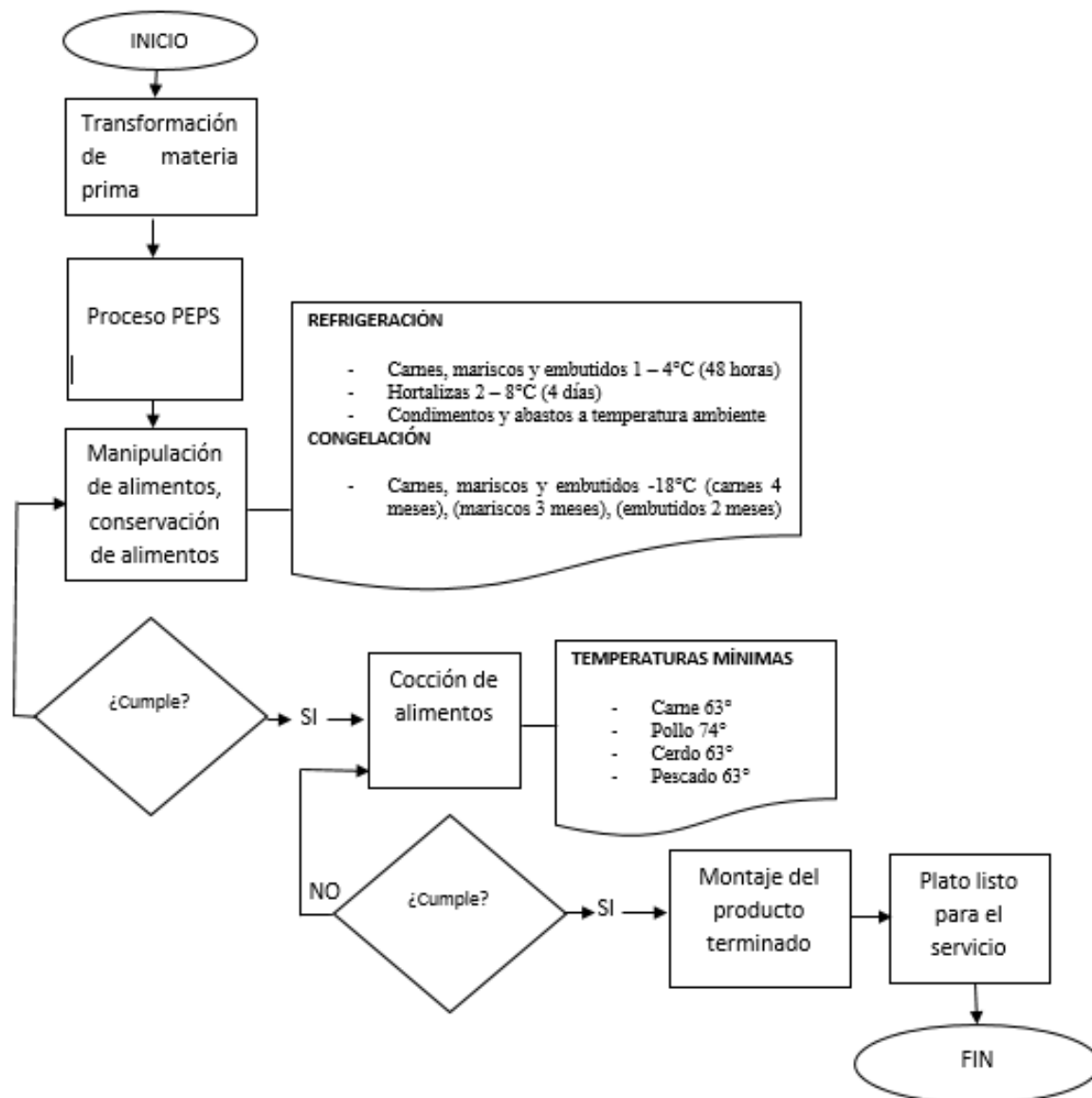


Ilustración 22 Flujograma del área de producción (A.A, 2020)

### 3.6. Estructura Legal

#### 3.6.1. Requisitos de constitución

Requisitos para la construcción de la empresa según (Cuida tu futuro, 2008) son las siguientes:

#### Registro de la marca



*Ilustración 23 Restaurante MariAnitas (A.A, 2019)*

“RESTAURANTE ECUATORIANO MARIANITAS”

#### Estatuto social en la escritura pública

Según la (Ley de Compañías, 1999) estipula en el Art. 103 que los socios fundadores declararán bajo juramento que depositarán el capital pagado de la compañía en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en numerario. Una vez que la compañía tenga personalidad jurídica será objeto de verificación por parte de la Superintendencia de Compañías y Valores a través de la presentación del balance inicial u otros documentos, conforme disponga el reglamento que se dicte para el efecto. Nota: Artículo sustituido por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014 (Ley de Compañías, 1999).

### **Aprueba del estatuto**

Para realizar esta acción la escritura pública es presentada ante el notario

### **Obtención de permisos municipales**

Según (Cuida tu futuro, 2008) se debe:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

### **Inscripción de la compañía en el Registro Mercantil**

Según la (Ley de Compañías, 1999) establece en el Art. 136 que la compañía se constituirá mediante escritura pública que será inscrita en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Unico de Contribuyentes otorgado por parte del SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo. El Registrador Mercantil del cantón donde tuviere su domicilio principal, remitirá los documentos correspondientes con la razón de la inscripción a la Superintendencia de Compañías y Valores a fin de que el Registro de Sociedades incorpore la LEY DE COMPAÑIAS - Página 33 eSilec Profesional - [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec) información en sus archivos. La constitución también podrá realizarse mediante el proceso simplificado de constitución por vía electrónica de acuerdo a la regulación que para el efecto dictará la Superintendencia de Compañías y Valores. Nota: Artículo sustituido por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014 (Ley de Compañías, 1999).

Art. 137.- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado. Los comparecientes deberán declarar bajo juramento lo siguiente:

- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
- El objeto social, debidamente concretado;
- La duración de la compañía;
- El domicilio de la compañía;
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- La indicación de las participaciones que cada socio suscribe y pagará en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo; y la declaración juramentada, que deberán hacer los socios, sobre la correcta integración del capital social, conforme lo establecido en el art. 103 de la Ley de Compañías;
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiese acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal, así como la designación de los primeros administradores, con capacidad de representación legal;
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la; y,
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley (Ley de Compañías, 1999).

### **Obtención de los documentos habilitantes**

Según (Cuida tu futuro, 2008) con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

## **Obtención del RUC**

Según (Cuida tu futuro, 2008) dice que el Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

## **Permisos**

Según el (Ministerio de Salud Pública , 2018) establece que las distribuidoras de alimentos, bebidas y aditivos alimentarios debe cumplir con los siguientes puntos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Lista de productos con su respectivo registro sanitario.
- Permiso de funcionamiento original.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud Ministerio de Salud.
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Adicionalmente:

- Documento otorgado por la autoridad de Salud a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC). (Ministerio de Salud Pública , 2018).



Según (Martinez, 2016) estipula que los permisos necesarios para la apertura de un restaurante en Ecuador se deben cumplir los siguientes pasos:

- Licencia de actividad municipal.
- Licencia de obras para para realizar el acondicionamiento del local.
- Registro de empresas y actividades turísticas.
- Placa identificativa del establecimiento.
- Certificado de manipulador de alimentos.
- Autorización sanitaria.
- Plan de análisis de peligros y puntos de control críticos.
- Lista de precios y cartas.
- Seguro de responsabilidad civil.

#### Agencia Tributaria

- Modelo 036. Declaración de Alta de Inicio de Actividad

#### Seguridad Social

- Alta de Empresa en la Seguridad Social (para la contratación de empleados).
- Alta de Autónomo.
- Alta de Centro de Trabajo.
- Calendario Laboral.
- Evaluación de riesgos y plan de prevención de riesgos laborales
- Libro de Visitas.
- Seguro de Accidentes (Obligatorio).

#### Agencia de Protección de Datos

- Declaración de datos personales de los trabajadores.
- Declaración de datos personales de proveedores y clientes.
- Documento de seguridad si los datos se almacenan en un ordenador propio.

S.G.A.E (Sociedad General de Autores y Editores)

- Alta en entidades que gestionen derecho de autor (TV, radio, música)

Carteles obligatorios en el local

- Horario legalmente establecido de apertura y cierre del local.
- Prohibición de consumo y venta de bebidas alcohólicas a menores.
- Prohibición de dispensar tabaco a menores.
- Prohibido fumar en todo el establecimiento.
- Derecho de admisión en el caso que se desee imponer otra distintas a las genéricas.
- Licencia de apertura del establecimiento.
- Aforo limitado del local (Martinez, 2016).

### 3.6.2. Gastos de constitución

**Tabla N°28 Gastos de constitución**

	<b>RUBRO</b>	<b>USD</b>
	Permisos de funcionamiento	\$ 140,00
(+)	Patentes	\$ 300,00
(=)	Permiso de bomberos	\$ -
(/12=)	Registro de la propiedad	\$ 150,00
(* desfase)	Gastos legales	\$ 300,00
(=)	<b>TOTAL</b>	890
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto		

### 3.7. Propuesta comercial

#### 3.7.1. Marketing mix

El marketing mix es un concepto de marketing que recoge todas las herramientas a disposición de los marketers para desarrollar acciones eficientes y alcanzar sus objetivos de penetración y de venta en el mercado objetivo (50Minutos.es, 2016).

## **PRODUCTO**

Se dice producto a todo lo que constituye a una oferta que responde a una necesidad en el mercado, es decir, un producto puede ser un objeto físico o un servicio introducido en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad tras la compra, uso o consumo. La política del producto designa desde entonces la selección de las características relativas a los bienes o servicios propuestos por la empresa, es decir la naturaleza, la calidad, la talla, el diseño, etc. También puede tratarse de decisiones sobre la marca, el embalaje, la etiqueta o la gana (50Minutos.es, 2016).

El establecimiento propuesto ofertará una gastronomía andina ecuatoriana ya que se encuentra en una zona turística de gran afluencia, según las encuestas aplicadas a los pobladores de la zona de la parroquia de Baños de Cuenca buscan un restaurante que ofrezca productos ecuatorianos.

En la actualidad la calidad en el producto y servicio ofertados por un restaurante es una clave importante para ganarse la fidelidad de los clientes, consiguiendo de esta manera satisfacer sus necesidades, adicionalmente, el proyecto propuesto está enfocado en ofrecer un ambiente de comodidad, una atención con respeto y amabilidad promoviendo así un servicio de excelencia.

A continuación, se presenta la carta que va a estar disponible en el restaurante "MARIANITAS" en donde se puede visualizar su oferta gastronómica dirigida a los clientes potenciales.



## ENTRADAS

PICADAS MARIANITAS	\$5.00
ARVEJAS CON HABAS Y CHICHARRÓN	\$4.00

## SOPAS

CALDO DE GALLINA CRIOLLA	\$6.00
FANESCA	\$8.00
LOCRO DE PAPA	\$5.00

## PLATOS FUERTES

FRITADA CON MOTE	\$7.00
FRITADA CON CHOCLO Y HABAS	\$7.50
LLAPINGACHOS CON FRITADA	\$8.00
POLLO AL HORNO	\$6.00
PARRILLADA COMPLETA	\$9.00
PARRILLADA BÁSICA	\$7.00
LOMO A LA PARRILLA	\$8.50

## POSTRES

DULCE DE ZAPALLO	\$3.00
MADURO CON QUESO	\$1.50
PRISTIÑOS	\$2.00

## BEBIDAS

JUGOS NATURALES	\$1.60
GASEOSA	\$2.00
GÜITIG	\$1.50
PILSENER	\$2.20

## ADICIONALES

PORCIÓN DE TOSTADO	\$2.50
PORCIÓN DE HABAS	\$2.50

Ilustración 24 Carta MariAnitas (A.A, 2020)

## PRECIO

El precio es la suma de dinero que el consumidor debe gastarse para adquirir el producto. La política de precios comprende las nociones de:

- Precio fijo, es decir, el que propondrá la tienda,
- Descuentos,
- Modalidades de pago,
- Condiciones de devolución,
- Condiciones de crédito.

Se pregunta por el proceso de fijación de un precio a un producto o por el relativo a la fijación de precios a una gama. La política de los precios no es inamovible y puede evolucionar en función de las acciones promocionales o según el ciclo de vida del producto. Debe tener en cuenta numerosas contradicciones y variables, tanto del lado de productor como el del consumidor: los costes de devolución, la imagen del producto, los costes de distribución, la elasticidad del precio (es decir, el impacto de un cambio de precio según la demanda de los consumidores), las condiciones de competencia (monopolio, oligopolio, competencia), etc, (50Minutos.es, 2016).

El precio es establecido según la competencia y el análisis del costo de cada producto a ofertar, el mismo que será accesible ya que según las encuestas realizadas en la parroquia de Baños de Cuenca arrojó un nivel alto en cuanto se refiere a que los clientes potenciales buscan un producto de calidad a un precio no tan alto.

Según las encuestas realizadas a las personas que buscan un restaurante de comida ecuatoriana en la localidad de Baños de Cuenca, manifestaron que estarían dispuestos a pagar entre \$6 a \$8 dólares por un plato de comida y bebida, por lo que se realizó un análisis entre lo que un cliente futuro estaría dispuesto a

pagar, la competencia y verificando mediante una receta estándar que el precio de venta cubra los costos.

**Tabla N°29 Ejemplo receta básica**

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	FRITADA CON MOTE		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	44,94
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$	2,81	<b>PVP:</b>	\$ 6,25
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Carne de cerdo	0,2	kilo	\$ 12,00	\$ 2,40
Mapahuirá	0,01	kilo	\$ 2,50	\$ 0,03
Ajo pelado	0,001	kilo	\$ 1,00	\$ 0,00
Comino	0,001	kilo	\$ 1,00	\$ 0,00
Maduro	0,07	kilo	\$ 2,00	\$ 0,14
Chicharrón Preparado (REC C)	0,15	kilo	\$ 0,33	\$ 0,05
Ají (Rec C)	0,05	kilo	\$ 0,35	\$ 0,02
Mote cocinado (REC C)	0,2	kilo	\$ 0,21	\$ 0,04
			<b>SUBTOTAL:</b>	\$ 2,68
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,13
			<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 2,81
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	35%		<b>PVS:</b>	\$ 8,03
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 6,25
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto				

Se puede concluir que en el plato presentado en la imagen se trata de una receta básica de una de las entradas que el restaurante propone ofrecer gastronómicamente, en donde se determina su precio en base a la competencia y el costo que conlleva realizar la producción del plato, buscando una ganancia del 35%, generando un % de costo de venta de 44,94; el mismo que es ideal para la venta y la accesibilidad monetaria que poseerían nuestros clientes potenciales.

## **PLAZA**

La plaza está determinada como el canal o medio de distribución, la misma que compone los siguientes elementos necesarios para que su función sea correcta:

- Los circuitos de distribución,
- Las redes de distribución,
- La variedad,
- las ubicaciones,
- La disponibilidad,
- Los transportes,
- la logística.

La empresa tiene el deber de establecer y mantener la red de distribución, y también elegirla para que sea responsable de presentar el producto, asegurando su disponibilidad en el mercado, ofreciendo promociones, y produciendo avisos a sus clientes (50Minutos.es, 2016).

La comida ecuatoriana será ofertada en la parroquia de Baños de Cuenca, las personas que visitan este sitio principalmente por sus aguas termales, buscan también completar sus necesidades con un restaurante que brinde productos y servicios de calidad, un ambiente confortable y un precio accesible, por lo que en el cuadro comparativo entre la oferta vs la demanda arrojó un resultado de 380.498 personas desatendidas en el presente año, es decir, se busca que mediante este proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana que será ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca logre atender a una parte de la población anteriormente mencionada.

## **PROMOCIÓN**

La promoción que una empresa debe dirigir para que sus clientes potenciales conozcan de los productos o servicios deben incluir los siguientes elementos:

- Publicidad,
- Comercialización de puntos de venta,
- Marketing directo,
- Relaciones públicas,
- Patrocinio.

Todos estos elementos son necesarios direccionarlos de una manera correcta con la finalidad de orientar a los consumidores potenciales a la compra o adquisición de un producto o servicio (50Minutos.es, 2016).

Las principales promociones tanto de apertura como de promociones de fin de semana realizadas por el restaurante serán publicadas mediante las redes sociales.

El Facebook e intagram serán los medios publicitarios primordiales que permita tener a los clientes un contacto directo con la información que proporcione el restaurante, los mismos que serán direccionados y sistematizados a lanzar alertas de promociones o cualquier otra información que sea necesaria ser compartida.

Se colocarán vallas publicitarias con la palabra “Próximamente” con la finalidad de generar ansiedad al consumidor por conocer el local.

Adicionalmente, se repartirán volantes (flayers) cerca de la zona de aguas termales siendo el principal atractivo turístico de la zona, así como en el centro de la ciudad de Cuenca ya que sus habitantes en su mayoría son aquellos que frecuentan este lugar.



### 3.8. Evaluación de impactos

**Tabla N°30 Impactos en la Parroquia de Baños de Cuenca**

PROPUESTA DE MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS PRODUCIDOS POR LA PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA ECUATORIANA UBICADO EN LA PARROQUIA DE BAÑOS DE CUENCA, CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY																
			1.- Planificación				2.- Construcción			3.- Operación			4.- Abandono			
Actividades proyecto			1.1.Rec onoci miento Sitio	1.2.Dis eño arquite ctónico	1.3. Pres upus to	1.4. Per mis os	2.1.Compra de materiales para desechos	2.2.Compra de materiales de producción	2.3. Transporte de materiales de producción	3.1.Per sonal especia lizado	3.2.Ali menta ción menú	3.3.Asig .Puesto s de trabajo	4.1.Daños en la salud de los pobladores	4.2.Re tiro de desechos	4.3.Cont aminaci ón ambient al	T O T A L
Com pone nte s	Recur sos	Impacto s														
SO CIA L	POBL ACIÓ N	Cambio s en la aliment ación	0	0	0	0	0	X	X	0	X	0	X	0	0	4
	LOCA L	Satisfac ción del cliente	X	X	0	0	X	X	0	X	X	X	X	X	X	1 0
EC ON ÓM ICO	POBL ACIÓ N	Promue ve la econom ía local	X	X	X	X	0	X	X	X	0	X	0	0	0	8
	LOCA L	Genera plazas	0	0	X	0	X	X	X	X	0	X	0	0	0	6

		de empleo															
CULTURAL	POBLACIÓN LOCAL	Promueve el turismo local	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	2
AMBIENTAL-BIOTICO	PAISAJE	Contaminación visual	0	0	0	0	X	0	0	0	0	0	0	0	X	X	3
		Manejo de desechos	0	0	0	0	X	0	0	0	X	0	0	X	X	4	
TOTAL			2	2	2	1	4	4	3	4	4	3	2	3	3	37	
															SUMA HORIZONTAL	37	
X= Si hay posible interacción			Total posibles interacciones: 91		7 X	13	91									SUMA VERTICAL	37
O= No hay posible Interacción			Total interacciones: 37														
Elaborado: Ana Patricia Acuña Salto																	

**Análisis de la Matriz de Identificación de Impactos producidos por la propuesta de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Provincia del Azuay.**

1. El proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Provincia del Azuay tiene la posibilidad de producir un total de 91 impactos. Sin embargo, luego de analizada la matriz se identifica que consta tan solo 37 posibles impactos generados por el proyecto.
2. El proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Provincia del Azuay, produce mayor impacto sobre el componente socio-económico-cultural a través del fortalecimiento de la economía local y la generación de plazas de empleo.
3. El proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Provincia del Azuay produce impactos sobre el componente ambiental a través de la contaminación por desechos.
4. La obtención de los permisos para la ejecución del proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, Provincia del Azuay, es la actividad que menos impactos produce en el área del proyecto.
5. La actividad referente al diseño arquitectónico del restaurante para la ejecución del proyecto de la creación de un restaurante de comida ecuatoriana en la parroquia de Baños de Cuenca, causa un impacto muy bajo en el área del mismo.
6. La actividad referente a daños en la salud de los posibles clientes que consuman en el restaurante es un impacto bajo ya que se establecerá un menú basado en una correcta manipulación y conservación de alimentos desde su misma producción hasta su entrega de producto final.

Se puede concluir que el impacto del proyecto es en grado medio, generando un impacto positivo ya que implica la apertura de nuevas plazas de empleo, promueve el turismo y genera un incremento económico en la parroquia.

### **3.9. Estudio financiero**

En el estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo (González y López, 2019).

#### **3.9.1. Inversión total**

La inversión de un proyecto está basada en torno al tamaño de la empresa, emprendimiento, obra o actividad a realizarse en un futuro, las mismas que están determinadas a un plazo más amplio generando recursos para cubrir cantidades monetarias de cierto período de tiempo (Corominas y Companys, 1988).

También se denomina como “fondos” a mencionada inversión puesto que son recursos monetarios que permitirán cumplir con la planificación propuesta por los empresarios o propietarios del negocio con la finalidad de cumplir un objetivo o meta que permita sustentar a la empresa durante cierto tiempo cubriendo diversas variables como capital de trabajo, pago de servicios básicos, arriendo, mantenimiento, etc., (Corominas y Companys, 1988).

### Tabla N°31 Estudio Financiero

La evaluación financiera permitirá identificar la factibilidad del presente proyecto y establecer parámetros para el buen uso y control de los recursos económicos y financieros vinculados con la misma.

<b>Activo fijo</b>	\$11.909
<b>Activo diferido</b>	\$ 890
<b>Capital de trabajo</b>	\$16.561
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$29.360</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

#### 3.9.1.1. Activos fijos

En este punto se toma en cuenta todos aquellos activos fijos utilizados para el funcionamiento del establecimiento, dentro de los mismos se encuentran los equipos, mobiliarios, menaje e insumos, de la sumatoria de todos estos rubros se tomó el 2% para imprevistos, es decir, que cierta cantidad de dinero será destinada a utilizarse en caso de que se lo requiera.

### Tabla N°32 Activos Fijos

<b>RUBRO</b>	
Edificios	\$2.400
Muebles, enseres y menaje	\$4.997
Equipo	\$2.677
Maquinaria	\$ 769
Equipo de cómputo	\$1.066
Vehículos	-
Terrenos	-
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$11.909</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

#### 3.9.1.2. Activos diferidos

Son aquellos gastos utilizados para el correcto funcionamiento y operación del restaurante propuesto.

**Tabla N°33 Activos Diferidos**

	<b>RUBRO</b>	<b>USD</b>
	Permisos de funcionamiento	\$ 140,00
(+)	Patentes	\$ 300,00
(=)	Permiso de bomberos	\$ -
(/12=)	Registro de la propiedad	\$ 150,00
(* desfase)	Gastos legales	\$ 300,00
(=)	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 890</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto		

### 3.9.1.3. Capital de trabajo

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está situado por el capital adicional (distinto de la inversión en actividad personal y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprar materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituiría el activo circulante. Pero, así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar (Baca Urbina , 2013).

En esta tabla se realizó el cálculo del capital de trabajo tomando en cuenta el total de la materia prima, mano de obra directa, mano de obra indirecta, servicios básicos, arriendo, mantenimiento y publicidad, adicionalmente para realizar el cálculo total se procedió a la suma trimestral de los rubros anteriormente mencionado, excepto el de materia prima, ya que de este rubro se tomó en cuenta

el valor mensual por la razón de que es una suma de dinero que posee un retorno del mismo a un tempo menor.

**Tabla N°34 Capital de Trabajo**

	<b>\$72.412</b>
<b>Costos de producción</b>	
<b>Gastos operacionales</b>	\$26.956
<b>Total anual</b>	\$99.369
<b>Valor mensual</b>	\$8.281
<b>Desfase 2 MESES</b>	2
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$16.561</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

**Tabla N°35 Proyección de ventas**

<b>DEMANDA PROBABLE</b>		
<b>Consumo promedio</b>	\$	7,79
<b>Puestos del restaurante</b>		68
<b>Rotación objetiva</b>		0,64
<b>Días al mes de atención</b>		28
<b>Clientes al día</b>		44
<b>Clientes al mes</b>		1219
<b>Ventas al mes</b>	\$	9.488,40
<b>Ventas al año</b>	\$	113.860,75
<b>Costo de venta al año 1</b>		\$32.937,63
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto		

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESO POR VENTAS</b>	\$113.860,75	\$116.893,75	\$120.007,53	\$123.204,26	\$126.486,14
<b>COSTO DE VENTA</b>	\$32.937,63	\$33.815,02	\$34.715,77	\$35.640,52	\$36.589,90
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto					

Tabla N°36 Mano de obra

AÑO 1											
MANO DE OBRA DIRECTA							PROVISIONES				
CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	FONDO RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Cocineros	2	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 567,00	\$ 7.000,00	\$ 780,50	\$ 499,80	\$ 250,00	\$ 17.060,60
Meseros	3	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 453,60	\$ 5.600,00	\$ 624,40	\$ 399,84	\$ 200,00	\$ 20.472,72
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>											<b>\$ 37.533,32</b>
SUELDOS ADMINISTRATIVOS							PROVISIONES				
CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PERSONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Gerente	1	\$ 800	\$ 9.600	\$ 800	\$ 500	\$ 907	\$ 10.900	\$ 1.215	\$ 800	\$ 400	\$ 13.315,03
Asistente administrativo-financiero	1	\$ 450	\$ 5.400	\$ 450	\$ 501	\$ 510	\$ 6.351	\$ 708	\$ 450	\$ 225	\$ 7.733,96
Contador	1	\$ 200	\$ 2.400	\$ 200	\$ 501	\$ 227	\$ 3.101	\$ 346	\$ 200	\$ 100	\$ 3.746,68
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>											<b>\$ 24.795,67</b>



<b>AÑO 2</b>											
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>							<b>PROVISIONES</b>				
<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>BÁSICO ANUAL</b>	<b>13er SUELDO</b>	<b>14to SUELDO</b>	<b>APORTE PATRONAL IESS 9,45</b>	<b>SUB. TOTAL</b>	<b>APORTE PATRONAL 11,15%</b>	<b>FONDO RESERVA 8,33%</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Cocineros</b>	2	\$ 515,00	\$ 6.180,00	\$ 515,00	\$ 515,00	\$ 584,01	\$ 7.210,00	\$ 803,92	\$ 514,79	\$ 257,50	\$ 17.572,42
<b>Meseros</b>	3	\$ 412,00	\$ 4.944,00	\$ 412,00	\$ 412,00	\$ 467,21	\$ 5.768,00	\$ 643,13	\$ 411,84	\$ 206,00	\$ 21.086,90
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>											<b>\$ 38.659,32</b>
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>							<b>PROVISIONES</b>				
<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>BÁSICO ANUAL</b>	<b>13er SUELDO</b>	<b>14to SUELDO</b>	<b>APORTE PERSONAL IESS 9,45</b>	<b>SUB. TOTAL</b>	<b>APORTE PATRONAL IESS 12,15%</b>	<b>FONDO RESERVA</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Gerente</b>	1	\$ 824,00	\$ 9.888,00	\$ 824,00	\$ 500,00	\$ 934,42	\$ 11.212,00	\$ 1.250,14	\$ 823,67	\$ 412,00	\$ 13.697,81
<b>Asistente administrativo-financiero</b>	1	\$ 463,50	\$ 5.562,00	\$ 463,50	\$ 501,00	\$ 525,61	\$ 6.526,50	\$ 727,70	\$ 463,31	\$ 231,75	\$ 7.949,27
<b>Contador</b>	1	\$ 206,00	\$ 2.472,00	\$ 206,00	\$ 501,00	\$ 233,60	\$ 3.179,00	\$ 354,46	\$ 205,92	\$ 103,00	\$ 3.842,38
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>											<b>\$ 25.489,45</b>
<b>AÑO 3</b>											

MANO DE OBRA DIRECTA							PROVISIONES				
CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	FONDO RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Cocineros	2	\$ 530,45	\$ 6.365,40	\$ 530,45	\$ 530,45	\$ 601,53	\$ 7.426,30	\$ 828,03	\$ 530,24	\$ 265,23	\$ 18.099,59
Meseros	3	\$ 424,36	\$ 5.092,32	\$ 424,36	\$ 424,36	\$ 481,22	\$ 5.941,04	\$ 662,43	\$ 424,19	\$ 212,18	\$ 21.719,51
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>											<b>\$ 39.819,10</b>

SUELDOS ADMINISTRATIVOS							PROVISIONES				
CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PERSONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Gerente	1	\$ 848,72	\$ 10.184,64	\$ 848,72	\$ 500,00	\$ 962,45	\$ 11.533,36	\$ 1.285,97	\$ 848,38	\$ 424,36	\$ 14.092,07
Asistente administrativo-financiero	1	\$ 477,41	\$ 5.728,86	\$ 477,41	\$ 501,00	\$ 541,38	\$ 6.707,27	\$ 747,86	\$ 477,21	\$ 238,70	\$ 8.171,04
Contador	1	\$ 212,18	\$ 2.546,16	\$ 212,18	\$ 501,00	\$ 240,61	\$ 3.259,34	\$ 363,42	\$ 212,10	\$ 106,09	\$ 3.940,94
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>											<b>\$ 26.204,05</b>

AÑO 4

MANO DE OBRA DIRECTA						PROVISIONES					
CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	FONDO RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Cocineros	2	\$ 546,36	\$ 6.556,36	\$ 546,36	\$ 546,36	\$ 619,58	\$ 7.649,09	\$ 852,87	\$ 546,14	\$ 273,18	\$ 18.642,58
Meseros	3	\$ 437,09	\$ 5.245,09	\$ 437,09	\$ 437,09	\$ 495,66	\$ 6.119,27	\$ 682,30	\$ 436,92	\$ 218,55	\$ 22.371,09
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>											<b>\$ 41.013,67</b>
SUELDOS ADMINISTRATIVOS						PROVISIONES					
CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PERSONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Gerente	1	\$ 874,18	\$ 10.490,18	\$ 874,18	\$ 500,00	\$ 991,32	\$ 11.864,36	\$ 1.322,88	\$ 873,83	\$ 437,09	\$ 14.498,16
Asistente administrativo-financiero	1	\$ 491,73	\$ 5.900,73	\$ 491,73	\$ 501,00	\$ 557,62	\$ 6.893,45	\$ 768,62	\$ 491,53	\$ 245,86	\$ 8.399,47
Contador	1	\$ 218,55	\$ 2.622,54	\$ 218,55	\$ 501,00	\$ 247,83	\$ 3.342,09	\$ 372,64	\$ 218,46	\$ 109,27	\$ 4.042,46
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>											<b>\$ 26.940,09</b>
<b>AÑO 5</b>											
MANO DE OBRA DIRECTA						PROVISIONES					

CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	FONDO RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL ANUAL
<b>Cocineros</b>	2	\$ 562,75	\$ 6.753,05	\$ 562,75	\$ 562,75	\$ 638,16	\$ 7.878,56	\$ 878,46	\$ 562,53	\$ 281,38	\$ 19.201,86
<b>Meseros</b>	3	\$ 450,20	\$ 5.402,44	\$ 450,20	\$ 450,20	\$ 510,53	\$ 6.302,85	\$ 702,77	\$ 450,02	\$ 225,10	\$ 23.042,23
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>											<b>\$ 42.244,08</b>
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>						<b>PROVISIONES</b>					
CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASE	BÁSICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	APORTE PERSONAL IESS 9,45	SUB. TOTAL	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	TOTAL ANUAL
<b>Gerente</b>	1	\$ 900,41	\$ 10.804,88	\$ 900,41	\$ 500,00	\$ 1.021,06	\$ 12.205,29	\$ 1.360,89	\$ 900,05	\$ 450,20	\$ 14.916,43
<b>Asistente administrativo-financiero</b>	1	\$ 506,48	\$ 6.077,75	\$ 506,48	\$ 501,00	\$ 574,35	\$ 7.085,23	\$ 790,00	\$ 506,28	\$ 253,24	\$ 8.634,75
<b>Contador</b>	1	\$ 225,10	\$ 2.701,22	\$ 225,10	\$ 501,00	\$ 255,27	\$ 3.427,32	\$ 382,15	\$ 225,01	\$ 112,55	\$ 4.147,03
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>											<b>\$ 27.698,21</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

**Tabla N°37 Servicios Básicos, internet, otros administrativos (teléfono)**

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Agua	\$ 45,00	\$ 540,00
Internet y TV cable	\$ 18,55	\$ 222,60
Energía eléctrica	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	\$ 7,00	\$ 84,00
<b>Total</b>	<b>\$ 110,55</b>	<b>\$ 1.326,60</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto		

**Tabla N°38 Gastos de venta (publicidad)**

<b>PUBLICIDAD</b>					
Las técnicas de comunicación integral que se seleccionaron en la etapa de promoción del marketing mix alcanzará un margen de inversión de 433,50 dólares, a través del impacto en diferentes medios					
<b>DISEÑO GRÁFICO</b>					<b>COSTO</b>
Logo					\$ 30,00
Flyers					\$ 30,50
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 60,50</b>
<b>IMPRESIÓN</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>PAPEL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>COLOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>
Flyers	couche 150gr	21 * 9 cm.	full color	400	\$ 60,00
Trarjetas de presentación	couche 150gr	8,5 * 5,5 cm.	full color	400	\$ 49,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 109,00</b>
<b>PUBLICIDAD POR WEB SITE</b>					
<b>PROVEEDOR</b>	<b>DOMINIO</b>	<b>DISEÑO FLASH</b>	<b>PAGINAS</b>	<b>COSTO</b>	
Facebook	\$ 0,00	\$ 22,00	1	\$ 22,00	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 22,00</b>	
<b>TOTAL EN PUBLICIDAD</b>					
Diseño Grafico					\$ 60,50
Impresión					\$ 109,00
Web Site					\$ 264,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 433,50</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto					

El capital de trabajo se conforma por varios rubros a tomarse en cuenta para el funcionamiento correcto del establecimiento propuesto, dentro de estos rubros se encuentran los costos de producción, gastos operacionales, capital de trabajo y un desfase por alguna situación que se suscite fuera de lo planeado y planteado con anterioridad.

### 3.9.2. Financiamiento

El financiamiento será realizado con Interfinanzas Ecuador, empresa que otorga el 6% de interés efectivo anual y 6% de interés nominal anual, obteniendo un préstamo de \$17.357,88 ya que se cuenta con un capital propio de \$12.000,00.

**Tabla N°39 Financiamiento**

CONCEPTO	VALOR
<b>Monto</b>	\$ 17.357,88
<b>Interés efectivo anual</b>	6,00%
<b>Interés nominal anual</b>	6,00%
<b>Periodos</b>	5
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

### 3.9.3. Depreciaciones

Son gastos que se aplican por el deterioro de la maquinaria, vehículo, mobiliario y edificios por el uso del mismo, también conocido como “vida útil de un bien o de un activo”. Se calculan generalmente por el método de línea directa = (valor del activo menos valor de salvamento "1%") entre (años de vida útil) aprobados por el gobierno (Entrepreneur, 2019).

Tabla N°40 Depreciaciones

Tabla de depreciaciones y valores en libros					Horizonte de evaluación		
Activo Fijo	% depreciación	Valor de Compra	Depreciación anual	Años depreciación	Años Presupuestados	Años por depreciar	Valor en libros
<b>Edificios</b>	5%	\$2.400	120	20	5	15	\$1.800
<b>Muebles y enseres</b>	10%	\$4.997	500	10	5	5	\$2.499
<b>Equipo</b>	10%	\$2.677	268	10	5	5	\$1.338
<b>Maquinaria</b>	10%	\$769	77	10	5	5	\$384
<b>Equipo de cómputo</b>	33%	\$1.066	355	3	5	-	-
<b>Vehículos</b>	20%	-	-		5	-	-
<b>Terrenos N/A</b>	0%	-	-				-
<b>Totales</b>		<b>\$11.909</b>					<b>\$6.022</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

### 3.9.4. Amortizaciones

Son gastos que no se incluyen directamente en el estado de resultado, pero si se toma el valor total de los mismos para ser considerados gastos distribuidos en varios años = (Valor del gasto) entre (número de años) (Entrepreneur, 2019).

**Tabla N°41 Amortización del préstamo**

AÑO	CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	TOTAL
0	\$ -	\$ -	\$ -	17.357,88
1	\$ 4.120,70	\$ 3.079,23	\$ 1.041,47	14.278,65
2	\$ 4.120,70	\$ 3.263,98	\$ 856,72	11.014,68
3	\$ 4.120,70	\$ 3.459,82	\$ 660,88	7.554,86
4	\$ 4.120,70	\$ 3.667,41	\$ 453,29	3.887,45
5	\$ 4.120,70	\$ 3.887,45	\$ 233,25	-

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

En esta tabla se puede observar que la cuota a pagar durante un período de 5 años de préstamo es de \$4.120,70.



### **3.9.5. Estados financieros**

En el estado de situación inicial se toman en cuenta todos aquellos insumos, mobiliarios, equipos, etc., necesarios para la iniciación operativa y funcional del establecimiento propuesto, así como los gastos de constitución que implican los permisos, el capital de trabajo y mantenimiento, finalmente se toma en cuenta los pasivos que hacen referencia al préstamo solicitado a la entidad financiera y el patrimonio que es el capital propio que posee el propietario y sus socios.

Tabla N°42 Estado de situación inicial

CÉDULA PRESUPUESTARIA RESUMEN DE INVERSIONES, INGRESOS Y GASTOS PARA EL AÑO 1			
	AÑOS	Año 0	Año 1
<b>INVERSIONES</b>		<b>\$29.360</b>	
Activo Fijo		\$11.909	
Activo Diferido		\$ 890	
Capital de Trabajo		\$16.561	
<b>Costos de Producción</b>			<b>\$72.412</b>
<b>Costo Directo</b>			<b>\$70.471</b>
Materia prima			\$32.938
Mano de obra			\$37.533
<b>Costo Indirecto</b>			<b>\$1.941</b>
Materiales Indirectos			\$1.647
Mano de obra indirecta			-
Otros indirectos			\$294
<b>Gastos Administrativos</b>			<b>\$26.524</b>
Sueldos			\$24.796
Suministros de oficina			\$ 401,36
SSBB			\$1.020
Internet			\$223
Otros Administrativos			\$84
<b>Gastos de ventas</b>			<b>\$433</b>
Sueldos vendedores			-
Comisiones			-
Publicidad			\$433

<b>Otros gastos de ventas</b>	-
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

<b>OTROS COSTOS INDIRECTOS</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel plástico film	14	\$13,56	\$189,84
Papel de aluminio	12	\$12,88	\$154,56
Empacadora manual	2	\$185,00	\$370,00
Empaques al vacío	2	\$157,00	\$314,00
Papel anti grasa	13	\$10,00	\$130,00
Papel encerado 1000 láminas	3	\$70,00	\$210,00
Papel industrial	20	\$13,93	\$278,60
<b>Total</b>			<b>\$ 1.647,00</b>
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto			

### **3.10. Evaluación financiera**

#### **3.10.1 Flujo de caja**

El flujo de caja es un informe financiero para ordenar los ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa durante un tiempo definido, es decir, ayuda a conocer la liquidez de tu negocio.

El flujo de caja expresa en “efectivo”, es decir el dinero en efectivo que ha entrado y salido de la caja (Jiménez, 2019).

Tabla N°43 Flujo de Caja

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO</b>		<b>9.488,40</b>					
<b>AÑOS</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>	
<b>VENTAS</b>		<b>\$ 113.861</b>	<b>\$ 116.894</b>	<b>\$ 120.008</b>	<b>\$ 123.204</b>	<b>\$ 126.486</b>	
<b>INVERSIONES</b>							
<b>Activo Fijo</b>	<b>-\$</b>	<b>11.909</b>					
<b>Activo Diferido</b>	<b>-\$</b>	<b>890</b>					
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>-\$</b>	<b>16.561</b>					
<b>Total inversiones</b>	<b>-\$</b>	<b>29.360</b>					
<b>(-) Costos de Producción</b>		<b>\$ 72.412</b>	<b>\$ 74.341</b>	<b>\$ 76.322</b>	<b>\$ 78.355</b>	<b>\$ 80.442</b>	
<b>(-) Gastos Administrativos</b>		<b>\$ 26.524</b>	<b>\$ 26.524</b>	<b>\$ 26.524</b>	<b>\$ 26.524</b>	<b>\$ 26.524</b>	
<b>(-) Gastos de ventas</b>		<b>\$ 433</b>	<b>\$ 433</b>	<b>\$ 433</b>	<b>\$ 433</b>	<b>\$ 433</b>	
<b>(-) Depreciaciones</b>		<b>\$ 1.320</b>	<b>\$ 1.320</b>	<b>\$ 1.320</b>	<b>\$ 964</b>	<b>\$ 964</b>	
<b>(-) Amortizaciones</b>		<b>\$ 178</b>	<b>\$ 178</b>	<b>\$ 178</b>	<b>\$ 178</b>	<b>\$ 178</b>	
<b>(-) Gastos Financieros</b>		<b>\$ 1.041</b>	<b>\$ 857</b>	<b>\$ 661</b>	<b>\$ 453</b>	<b>\$ 233</b>	
<b>Utilidad en Operación</b>		<b>\$ 11.953</b>	<b>\$ 13.242</b>	<b>\$ 14.571</b>	<b>\$ 16.298</b>	<b>\$ 17.713</b>	
<b>(-) 15% Trabajadores</b>		<b>\$ 1.793</b>	<b>\$ 1.986</b>	<b>\$ 2.186</b>	<b>\$ 2.445</b>	<b>\$ 2.657</b>	

(=) Utilidad antes de impuestos	\$	<b>10.160</b>	\$	<b>11.256</b>	\$	<b>12.386</b>	\$	<b>13.853</b>	\$	<b>15.056</b>		
<b>(-) 25% Impuestos</b>	\$	2.540	\$	2.814	\$	3.096	\$	3.463	\$	3.764		
Utilidad Neta	\$	<b>7.620</b>	\$	<b>8.442</b>	\$	<b>9.289</b>	\$	<b>10.390</b>	\$	<b>11.292</b>		
<b>(+) Depreciaciones</b>	\$	1.320	\$	1.320	\$	1.320	\$	964	\$	964		
<b>(+) Amortizaciones del activo diferido</b>	\$	178	\$	178	\$	178	\$	178	\$	178		
<b>(+) Capital de trabajo</b>									\$	16.561		
<b>(+) Valor en libros</b>									\$	6.022		
<b>(+) Crédito Recibido</b>	\$	17.358										
<b>(-) Amortización de préstamos</b>	\$	3.079	\$	3.264	\$	3.460	\$	3.667	\$	3.887		
(=) Flujo de Efectivo Neto	-\$	<b>12.003</b>	\$	<b>6.039</b>	\$	<b>6.675</b>	\$	<b>7.327</b>	\$	<b>7.865</b>	\$	<b>31.130</b>
Flujo descontado	-\$	<b>12.003</b>	\$	<b>4.726</b>	\$	<b>4.089</b>	\$	<b>3.513</b>	\$	<b>2.951</b>	\$	<b>9.143</b>
Flujo descontado acumulado	-\$	<b>12.003</b>	-\$	<b>7.276</b>	-\$	<b>3.187</b>	\$	<b>326</b>	\$	<b>3.277</b>	\$	<b>12.420</b>

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

### 3.10.2. TREMA, VAN

La TREMA es la tasa que recupera el costo del capital más el riesgo ya sea económico o de la empresa, es decir, la posible declinación de la mismas, en donde se define que, si la TIR es mayor que el costo del capital, estamos frente a un proyecto aceptable porque la tasa de los flujos de efectivo paga el costo del capital y sobra; por lo tanto, los valores presentes netos de los flujos de efectivo son positivos. Si la TIR es mayor que la TREMA es un efecto mucho mejor ya que no solo recupera el costo del capital, sino que también permite cubrir los riesgos probables con una inflación, devaluación, alianzas entre empresas, etcétera (Pacheco Coello , 2018).

**Tabla N°44 TREMA**

<b>Cálculo de la tasa mínima aceptable TREMA</b>				
<b>Fuente</b>	<b>Aporte \$</b>	<b>% Aporte</b>	<b>% q quieren ganar</b>	<b>% Prom Ponderado</b>
Socios	12.002	40,88%	25,00%	10,22%
Otros Inversionistas	-	0,00%	0,00%	0,00%
<u>Bancos</u>	17.358	59,12%	6,00%	3,55%
<b>41% Total Inversión \$</b>	<b>29.360</b>	<b>100,00%</b>	<b>(=) Promedio ponderado</b>	<b>13,77%</b>
			<b>(+) Riesgo País</b>	<b>14,00%</b>
Inversiones	<b>29.360</b>		<b>(=)TREMA</b>	<b>27,77%</b>
Cuadre	0			
		59,12%		

**Elaborado:** Ana Patricia Acuña Salto

El VAN representa lo que se gana en el proyecto después de restar los flujos descontados de cada año con la inversión (Entrepreneur, 2019).

El valor actual neto se trae al día de hoy, por medio de una tasa de corte cada año de lo que se está ganado según el flujo neto de efectivo. A esto se le llama Flujos descontados, con la VAN medimos cuanto ganaríamos hoy si ese dinero que vamos a percibir en el futuro lo recibiéramos hoy (Entrepreneur, 2019).

Una VAN igual a 0 significaría que solamente recuperaríamos la inversión inicial, una VAN negativa significaría que estaríamos perdiendo esas cantidades al conocer el valor real del dinero y una VAN positiva significaría que estaríamos ganando esas cantidades al conocer nuestros flujos descontados (Entrepreneur, 2019).

**Tabla N°45 VAN**

		<b>VAN</b>				
<b>TREMA</b>	27,77%					
<b>VNA</b>	\$ 12.420					
<hr/>						
<b>BENEFICIOS</b>		113.861	116.894	120.008	123.204	126.486
<b>COSTOS</b>	12.003	106.241	108.452	110.718	112.814	115.194
<hr/>						
<b>VAN BENEFICIOS</b>	\$301.643	<b>1,04</b>				
<b>VAN COSTOS</b>	\$290.841					
<hr/>						
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto						



### 3.10.3. TIR

La Tasa Interna de Retorno es una medida de la rentabilidad del proyecto, el criterio de valoración es que, si ésta es mayor que la tasa de corte el negocio se acepta (Entrepreneur, 2019).

**Tabla N°46 TIR**

<b>TIR</b>	
<b>TREMA</b>	27,77%
<b>VNA</b>	\$ 12.420
<b>TIR</b>	62%
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto	

### 3.10.4. Periodo de recuperación de la inversión

Son aquellos que están representados específicamente por la venta de productos o por la prestación de un bien o servicio, también son considerados como los elementos basados en rendimientos financieros de una inversión.

Permite determinar si el proyecto está apto para realizarse o no de acuerdo a los posibles ingresos futuros que proyecta mediante un estudio previo de mercado basado en el comportamiento de las ventas, el consumo y rotación aproximada que tiene el establecimiento.

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se aplicó la siguiente fórmula:

$$P \frac{R}{K} = N - 1 + \left[ \frac{(F.A)n - 1}{(F)n} \right]$$

Donde:

$P \frac{R}{K}$  = periodo de recuperación de capital

N = año en el que flujo acumulado cambia de signo

(F.A)n-1 = flujo de efectivo acumulado en el año previo a N (valor absoluto, sin importar el signo)

(F)n = FNE en el año N

Para lo cual se toma la siguiente información:

**Tabla N°47 Período de recuperación de la inversión**

PERÍODO DE RECUPERACIÓN				
<b>TREMA</b>	27,77%			
<b>VNA</b>	\$ 12.420			
<b>TIR</b>	62%			
<b>PRC DESCONTADO</b>	2,89	2 años 9 meses	9,96	meses 28,8
<b>Elaborado:</b> Ana Patricia Acuña Salto				

En este cuadro se puede observar que la recuperación de la inversión inicial se recupera en 2 años, 9 meses y 28 días.

## CONCLUSIONES

Considerando el estudio realizado sobre la propuesta de factibilidad de un restaurante de comida ecuatoriana ubicado en la parroquia de Baños de Cuenca, cantón Cuenca, provincia del Azuay se logra determinar que:

- La información que se determinó en el capítulo I nos permite fijar claramente cuál es la estructura necesaria para la implementación de un establecimiento de comida ecuatoriana, el mismo que brindará servicios de alimentación, por lo cual se sustenta en los derechos que tienen los ciudadanos ecuatorianos el consumir productos o servicios de calidad.
- En el capítulo II se determina la zona y ubicación en donde será establecido el proyecto propuesto basado en un análisis de la oferta y demanda de la ciudad de Cuenca, por lo que según el catastro y los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo arrojó un déficit de población desatendida en la parroquia de Baños de Cuenca, la misma que es una zona turística muy concurrida por sus atractivos turísticos, que primordialmente son las aguas termales, generando una necesidad de complementar el turismo y la gastronomía.
- El perfil del consumidor según las encuestas está dentro de un rango de edad de 18 a 35 años quienes serían nuestros clientes potenciales según el margen más alto como resultado de las mismas, a lo que, a su vez, los clientes potenciales buscan productos de calidad y un servicio eficaz y eficiente.
- La inversión del proyecto es de un total de \$29.360,42 que consta de obra civil, gastos de constitución, capital de trabajo y la infraestructura del establecimiento.
- El resultado del VAN es de \$12.420, la TIR tiene un valor porcentual del 62% lo que determina que el proyecto es viable, es decir, el proyecto recuperara

su inversión inicial con un costo-beneficio de \$2,89 por lo que se debe aceptar el proyecto, esto significa que por cada dólar se recibe como utilidad \$1,04.

## RECOMENDACIONES

- Considerar las preferencias y gustos de los clientes potenciales con la finalidad de satisfacer sus necesidades en cuanto a la parte gastronómica de la zona.
- Aprovechar el proyecto propuesto para lograr satisfacer las necesidades de los clientes desatendidos de la zona brindando servicios y productos de calidad.
- Las redes sociales son un apoyo importante para promocionar y promover la fidelidad de los clientes a lo largo del funcionamiento del establecimiento.
- Aprovechar la aceptación que arrojó el estudio financiero del proyecto, dando como resultado su viabilidad lo que genera un costo beneficio tanto para los propietarios del establecimiento como para los consumidores futuros.
- El proyecto propuesto aportará tanto al desarrollo turístico de la zona como a sus habitantes y propietarios del establecimiento de comida ecuatoriana propuesto, fomentando de esta manera un crecimiento económico y turístico.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. (Sexta edición ed.). Caracas-República Bolivariana de Venezuela: Editorial Episteme, C.A. Recuperado el 07 de julio de 2019, de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=tipos+de+investigacion+&ots=kXoKdrqop4&sig=cnJPRWSpPW1By06eEIOcvzmVS1Y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang_es&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=tipos+de+investigacion+&ots=kXoKdrqop4&sig=cnJPRWSpPW1By06eEIOcvzmVS1Y#v=onepage&q&f=false)
- 50Minutos.es. (2016). El Marketing Mix: Las 4 Ps para aumentar sus ventas. En *Gestión y Marketing*.
- Arenal Laza , C. (2019 ). *Entorno e información de mercados. UF1779*. Logroño, La Rioja : Editorial Tutor Formación .
- Asociación Tula Salud. (02 de Mayo de 2016). *TulaSalud*. Obtenido de Asistente Administrativo Financiero: <http://www.tulasalud.org/empleo/asistente-administrativo-financiero>
- Baca Urbina , G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Séptima edición ed.). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 18 de junio de 2019, de [http://iindustrialitp.com.mx/msamuel.lopezr/Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_7ma\\_Ed\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina.pdf](http://iindustrialitp.com.mx/msamuel.lopezr/Evaluacion_de_Proyectos_7ma_Ed_Gabriel_Baca_Urbina.pdf)
- Baca, G. (2010). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS* (Sexta edición ed.). (M. Zapata, Ed.) México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://leonelmartinez.files.wordpress.com/2015/01/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>
- Cegarra Sánchez , J. (2012). *La investigación científica y tecnológica*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos . Recuperado el 11 de julio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=9H92x1jVqrgC&pg=PA39&dq=metodologia+de+la+investigacion+cientifica+y+tecnologic&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwixahHkhazjAhWHGc0KHdBJDi4Q6AEIMjAC#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica%20y%20tecnologic&f>
- CLIMATE-DATA.ORG. (2018). *CLIMA BAÑOS*. Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/provincia-de-tungurahua/banos-12719/>

- Consejo Nacional de Participación . (2017-2021). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_OK.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf)
- Cooper, Floody y McNeill. (2002). *CÓMO INICIAR Y ADMINISTRAR UN RESTAURANTE*. (M. d. Garcés, Ed., & A. Buitrago, Trad.) Bogotá, Colombia: Editorial Norma S.A. Recuperado el 28 de mayo de 2019, de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=EAB1IkM2gDIC&oi=fnd&pg=PR15&dq=que+es+un+restaurante&ots=11kVF35orZ&sig=7rTcXbOMt\\_23K22oURhPRjafaGw#v=onepage&q=que%20es%20un%20restaurante&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang_es&id=EAB1IkM2gDIC&oi=fnd&pg=PR15&dq=que+es+un+restaurante&ots=11kVF35orZ&sig=7rTcXbOMt_23K22oURhPRjafaGw#v=onepage&q=que%20es%20un%20restaurante&f=false)
- Córdoba Padilla , M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Segunda edición ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones. Recuperado el 27 de junio de 2019, de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=1drDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=que+es+la+prefactibilidad+de+proyectos&ots=7jKYwAEly9&sig=IWcdCqMPUQT-5q72BHN2h9isyE#v=onepage&q=que%20es%20la%20prefactibilidad%20de%20proyectos&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang_es&id=1drDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=que+es+la+prefactibilidad+de+proyectos&ots=7jKYwAEly9&sig=IWcdCqMPUQT-5q72BHN2h9isyE#v=onepage&q=que%20es%20la%20prefactibilidad%20de%20proyectos&f=false)
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda edición ed.). (A. Sierra, Ed.) Bogotá, D.C., Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=1drDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estudio+tecnico+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwinqabTjOneAhXqpVkkHczAm0Q6AEIPjAF#v=onepage&q&f=false>
- Corominas y Companys. (1988). *Planificación y rentabilidad de proyectos industriales*. Barcelona, España: MARCOMBO, S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=6PNr1sPd-AoC&pg=PA31&dq=concepto+de+inversion+segun+autores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjeu9TRoelFahXuYt8KHdmXAScQ6AEIjAB#v=onepage&q=concepto%20de%20inversion%20segun%20autores&f=false>
- Cuida tu futuro. (2008). *Educando en Finanzas personales 2008*. Obtenido de PASOS PARA CREAR UNA EMPRESA EN ECUADOR : <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- Cursos Gastronomía. (12 de marzo de 2014). *Tipos de restaurante*. Obtenido de <http://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>
- Delgado, L. (22 de mayo de 2018). *Gestión de la captación de la clientela en la actividad de mediación de seguros y reaseguros*. ADGN0210. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ZoNcdwAAQBAJ&pg=PT36&dq=gestion+de+la+captacion+de+la+clientela&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwizkqTezNfeAhXLyIMKHfPrANsQ6AEIjAA#v=onepage&q=gestion%20de%20la%20captacion%20de%20la%20clientela&f=false>

El Telégrafo. (26 de marzo de 2017). *La parroquia cuencana Baños atrae con sus aguas termales a viajeros*. Obtenido de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/702/51/la-parroquia-cuencana-banos-atrae-con-sus-aguas-termales-a-viajeros>

Emprendepyme. (2016). *¿Qué es un estudio de mercado?* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

Emprendepyme. (2016). *Segmentación de mercados*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/segmentacion-de-mercados>

Entrepreneur. (09 de junio de 2019). *Las claves de un estudio financiero*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/262306>

Espinosa, R. (17 de septiembre de 2013). *SEGMENTACIÓN DE MERCADO , CONCEPTO Y ENFOQUE*. Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

GAD Parroquial de Baños. (2018). *Atractivos Culturales*. Obtenido de <http://parroquiabanos.gob.ec/attractivos-culturales/>

GAD Parroquial de Baños. (2018). *Atractivos Folkloricos*. Obtenido de <http://parroquiabanos.gob.ec/attractivos-folkloricos/>

GAD Parroquial de Baños. (2018). *Atractivos Naturales*. Obtenido de <http://parroquiabanos.gob.ec/attractivos-naturales/>

GAD Parroquial de Baños. (2018). *Reseña de baños*. Obtenido de <http://parroquiabanos.gob.ec/resena-de-banos/>

GADPR BAÑOS. (2015). *PDOT GADPR BAÑOS*. Cuenca.  
doi:file:///G:/TESIS/PDyOT\_BANOS\_2015\_14ago\_14-08-2015\_16-41-17.pdf

García González , M. (2017). *Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio*. Madrid: EDITORIAL CEP S.L. Recuperado el 06 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=wcU-DwAAQBAJ&pg=PA13&dq=definici%C3%B3n+de+restaurante&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjBoc3IwPPiAhWRq1kKHcs3BEcQ6AEINTAC#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20restaurante&f=false>

González y López. (2019). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios* . Obtenido de [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf)



- González, P. (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. UF0083. Logroño (La Rioja): EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN. Recuperado el 11 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=ZRL-CwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+importancia+de+los+atractivos+turisticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUu5OS2-LiAhUQ2VkkHQDICis4KBD0AQgxMAM#v=onepage&q=la%20importancia%20de%20los%20atractivos%20turisticos&f=false>
- Google Maps. (2018). *Baños de Cuenca*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Ba%C3%B1os/@-2.9234465,-79.0748558,15z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91cd230075a995b9:0x777aac8428de71a6!8m2!3d-2.923468!4d-79.066101>
- Höchsmann, F. (2014). *Servicio de calidad desde el punto de vista del huésped y el comensal*. (M. C. Höchsmann, Trad.) Alemania: BoD-Book on Demand. Recuperado el 11 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=daO4BQAAQBAJ&pg=PA35&dq=servicio+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMyuLQzOLiAhVpplkKHfdWC9QQ6AEILTAB#v=onepage&q=servicio%20de%20calidad&f=false>
- Horngren Charlest , G., Stratton , S., & Stratton , W. (2006). *Contabilidad administrativa* . México : PEARSON EDUCACIÓN .
- Hosteleriamadrid.com. (2012). *2.1. Clasificación Funcional y Tareas del personal*. Convenio Diseno . doi:[https://www.hosteleriamadrid.com/wp-content/uploads/2012/03/boletines\\_Web\\_Laboral\\_ConvenioDiseno\\_ALEHClasificacionFuncional.pdf](https://www.hosteleriamadrid.com/wp-content/uploads/2012/03/boletines_Web_Laboral_ConvenioDiseno_ALEHClasificacionFuncional.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador. (13 de noviembre de 2009). *Azuay por Dentro*. Obtenido de <file:///C:/Users/hp/Downloads/Azuay%20Por%20Dentro%202006.pdf>
- Jiménez, L. (2019). *Flujo de caja ¿qué es y cómo elaborarlo?* Obtenido de <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/quiero-mejorar-mi-negocio/flujo-de-caja-que-es-y-como-elaborarlo>
- Ley de Compañías. (1999). *LEY DE COMPAÑÍAS*. Quito: Lexis.
- López , N., & Sandoval , I. (2013). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Recuperado el 07 de julio de 2019, de [http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/1\\_Metodos\\_y\\_tecnicas\\_cuantitativa\\_y\\_cualitativa.pdf](http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf)

- Martinez, A. (16 de febrero de 2016). *¿Cuáles son los trámites para cumplir con la apertura de un restaurante?* Obtenido de <https://www.grupo2000.es/cuales-son-los-tramites-para-cumplir-con-la-apertura-de-un-restaurante/>
- Matute, R. (26 de marzo de 2017). *el telégrafo*. Recuperado el 11 de junio de 2019, de La parroquia cuencana Baños atrae con sus aguas termales a viajeros: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/la-parroquia-cuencana-banos-atrae-con-sus-aguas-termales-a-viajeros>
- Medina Fernández de Soto , J. (junio de 2010). Modelo Integral de Productividad, aspectos importantes para su implementación. *Revista EAN No. 69*, 110-119. Recuperado el 18 de junio de 2019, de <https://www.redalyc.org/html/206/20619966006/>
- Miller, P. (s.f.). *PARROQUIA BAÑOS DE CUENCA, DESARROLLO TURISTICO DEL AZUAY*. Obtenido de <https://patomiller.wordpress.com/2018/08/31/banos-desarrollo-turistico-del-azuay/>
- Ministerio de Salud Pública . (2018). *Conozca los requisitos y valores a pagar para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos comerciales y de servicios*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/>
- Ministerio de Salud Pública . (2018). *Dirección Provincial de Salud Pichincha* . Obtenido de REQUISITOS PARA RENOVACIÓN DE LOS PERMISOS DE: [http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos\\_renovacin\\_1.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos_renovacin_1.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *DISTRIBUCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio del Trabajo . (octubre de 2013). *Reglamento Interno de Trabajo* . Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:q3Gb4NU0dz8J:www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Reglamento-Interno-MRL-corregido-21.doc+&cd=10&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Ministerio del Turismo del Ecuador. (2015). *Establecimientos Registrados* . Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Morone , G. (2015). *Métodos y técnicas de la investigación científica*. Recuperado el 07 de julio de 2019, de [http://colegioebenezer.net/wp-content/uploads/2015/04/metodologias\\_investigacion.pdf](http://colegioebenezer.net/wp-content/uploads/2015/04/metodologias_investigacion.pdf)

- Muñoz Lara, M., Muñoz Lara, R., & Tlecuitl Beristain, S. (2013). *Ingeniería de Proyectos. Ingeniería en Biotecnología*. México, D.F.: DR © 2013 Coordinación de Universidades Politécnicas. Recuperado el 18 de junio de 2019, de [https://upzmg.edu.jalisco.gob.mx/sites/upzmg.edu.jalisco.gob.mx/files/ma-ingenieria\\_de\\_proyectos.pdf](https://upzmg.edu.jalisco.gob.mx/sites/upzmg.edu.jalisco.gob.mx/files/ma-ingenieria_de_proyectos.pdf)
- Naciones Unidas. (2019). *8 Trabajo decente y crecimiento económico*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- OCDE. (2013). *Temas y políticas clave sobre PYMES y emprendimiento en México*. México: OECD Publishing. doi:<http://dx.doi.org/10.1787/9789264204591-es>
- Ortiz de Mendivil, E. (2013). *Análisis del entorno y prospectiva*. Instituto Mediterráneo Publicaciones.
- Pacheco Coello, C. E. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (Vol. 1). (A. G. Nares, Ed.) México: Sextil Online, S.A. de C.V/ Ink it. doi:<https://books.google.com.ec/books?id=RcRXDwAAQBAJ&pg=PP92&dq=QUE+ES+EL+TREMA+EN+ESTADO+FINANCIERO&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKewjXulWempzrAhUoo1kKHSHnAwUQ6AEwA3oECAUQAg#v=onepage&q=QUE%20ES%20EL%20TREMA%20EN%20ESTADO%20FINANCIERO&f=false>
- Pardo, C. (2014). *Las formas de la empresa*. Marpadal Interactive Media, S.L. Recuperado el 11 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=jMWDBQAAQBAJ&pg=PA2&dq=marco+legal+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewiXv9y79uLiAhXqzVkkHdWac2A4FBD0AQhOMAg#v=onepage&q=marco%20legal%20de%20una%20empresa&f=false>
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2011). *Desarrollo Local y Regional*. (J. N. Tur, Trad.) Univerditat de València. Recuperado el 18 de junio de 2019
- Puentes, G. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios* (Primera edición ed.). (A. Acosta, Ed.) Bogotá, D.C., Colombia: ECOE Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=KL80DgAAQBAJ&pg=PT82&dq=macro+y+microlocalizacion+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewitv9nOneAhWck1kKHf3aDugQ6AEIOzAE#v=onepage&q=macro%20y%20microlocalizacion%20de%20un%20proyecto&f=false>
- Puentes, G. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios* (Primera edición ed.). Bogotá, D.C: Ecoe Ediciones. Obtenido de <file:///C:/Users/hp/Downloads/proyectos%20agropecuarios.pdf>

- Registro Oficial 444 . (10 de mayo de 2011). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Registro Oficial 449 - Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (20 de octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Registro Oficial Edición Especial 575. (05 de octubre de 2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. *Ministerio de Turismo*. Quito, Ecuador. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas\\_OCTUBRE.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf)
- Registro Oficial Suplemento Nº 206. (2018). Código Orgánico de Organización Territorial. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2018/07/LI-CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf>
- Rosales, R. (2005). *LA FORMULACIÓN Y LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS CON ÉNFASIS EN EL SECTOR AGRÍCOLA* (Primera edición ed.). San José , Costa Rica: EUNED Editorial Universidad Estatal a Distancia. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=4Q1xH-UdSAMC&pg=PA116&dq=concepto+de+macro+y+microlocalizacion+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj3PLan-neAhXlzlKkHfk8AgUQ6AEISTAG#v=onepage&q=concepto%20de%20macro%20y%20microlocalizacion%20de%20un%20proyecto&f=fa>
- Salazar , D. (05 de noviembre de 2012). *Variables intrínsecas del Patrimonio Cultural Alimentario Ecuatoriano*. Quito-Ecuador : Universidad Iberoamericana del Ecuador. Recuperado el 18 de junio de 2019, de [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/4.3variables\\_intrinsecas.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/4.3variables_intrinsecas.pdf)
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. (M. Castillo, Ed.) 53519 Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson Educación de México S.A. de C.V. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=pIS1QnFYt5IC&pg=PT90&dq=estudio+tecnico+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwinqabTjOneAhXqpVkkHcztAm0Q6AEITTAI#v=onepage&q=estudio%20tecnico%20de%20un%20proyecto&f=false>

- Tondolo , K. (2018). *Análisis de factibilidad para la adquisición de un inmueble como proyecto de inversión: Estado de Florida de los Estados Unidos de América*. German National Library. Recuperado el 18 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=FXNhDwAAQBAJ&pg=PA13&dq=definicion+de+factibilidad+2010&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjAl4e05vPiAhVwoFkKHVjUCEEQ6AEIJzAA#v=onepage&q=definicion%20de%20factibilidad%202010&f=false>
- Trujillo, A., Carrete , L., Vera, J., & García López, S. (2011). *Servir con calidad en México*. México DF: LID Editorial Mexicana . Recuperado el 18 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=zPkHTf2u8VAC&pg=RA1-PA1&dq=definici%C3%B3n+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj088DoxPPiAhVkvFkKHb2SBhM4HhDoAQzMAI#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>
- Trujillo, A., Carrete, L., Vera, J., & García, S. I. (2011). *Servir con Calidad en México*. México: LIDEDITORIAL.COM.MX. Recuperado el 11 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=zPkHTf2u8VAC&pg=RA1-PT68&dq=servicio+de+calidad+en+los+restaurantes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJxOPD1OLiAhWRwFkKHbK-AhsQ6AEISTAG#v=onepage&q=servicio%20de%20calidad%20en%20los%20restaurantes&f=false>
- Vargas, M. E., & Aldana de Vega, L. (2011). *Calidad y Servicio: Conceptos y Herramientas* (Segunda edición ed.). Bogotá, D.C., Colombia: Ecoe Ediciones: Universidad de La Sabana. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=KhFRG7SfQRUC&pg=PR8&dq=servicio+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMyuLQzOLiAhVpplkKHfdWC9QQ6AEIPTAE#v=onepage&q=servicio%20de%20calidad&f=false>
- Viajandox. (2018). *Baños de Cuenca*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/cuenca/banos-de-cuenca-A142>
- Vinagre Rey, M. (2014). *Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio: Preparación y acondicionamiento en distintos servicios de restauración*. España: Ideaspropias Editorial. Recuperado el 18 de junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=7Uv9CAAAQBAJ&pg=PA12&dq=definicion+de+restaurante+2010&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjLi6vcuvTiAhViZN8KHbo4DekQ6AEILzAB#v=onepage&q=definicion%20de%20restaurante%202010&f=false>
- Wixsite. (11 de febrero de 2015). *Funciones del personal de Restaurantes y Cafeterías*. Obtenido de Atención al cliente : <http://dionet63.wixsite.com/atencion-al-comensal/single-post/2015/02/12/Funciones-del-personal-de-Restaurantes-y-Cafeter%C3%ADas>

## ANEXOS

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	ACOMPAÑADO DE FANESCA	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 3,84	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 1,54	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Queso fresco	0,2	Kilo	\$ 4,00	\$ 0,80
Huevos	1	Cubeta de 24 uni	\$ 3,00	\$ 3,00
Cilantro	0,01	kilo	\$ 0,50	\$ 0,01

		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 3,81
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,04
		<b>TOTAL:</b>		\$ 3,84

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	AGRIO	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,34	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,14	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Cebolla paiteña	0,02	kilo	\$ 1,50	\$ 0,03
Tomate riñon	0,2	kilo	\$ 1,50	\$ 0,30
Cilantro	0,01	kilo	\$ 0,50	\$ 0,01
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 0,34
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,00
		<b>TOTAL:</b>		\$ 0,34

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	CHICHARRON COCINADO	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,82	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,33	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Chicharron	0,15	kilo	\$ 5,00	\$ 0,75

Sal	0,01	kilo	\$ 5,50	\$ 0,06
Pimienta	0,001	kilo	\$ 1,00	\$ 0,00
Ajo pelado	0,004	kilo	\$ 1,00	\$ 0,00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,81
<b>EXTRA:</b>			1%	\$ 0,01
<b>TOTAL:</b>				\$ 0,82

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	MOTE COCINADO	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,52	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,21	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Mote	0,2	Kilo	\$ 2,50	\$ 0,50
Sal	0,003	kilo	\$ 5,50	\$ 0,02
Agua	-			
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,52
<b>EXTRA:</b>			1%	\$ 0,01
<b>TOTAL:</b>				\$ 0,52

RECETA COMPLEMENTARIA			
<b>RECETA:</b>	Miel de panela	<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,40	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,16



<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Panela	0,2	kilo	\$ 2,00	\$ 0,40
Agua				\$ -
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 0,40
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,00
		<b>TOTAL:</b>		\$ 0,40

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	huevo frito	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 3,03	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 1,21	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Huevos	1	Cubeta de 24 uni	\$ 3,00	\$ 3,00
Aceite	0,001	litros	\$ 1,00	\$ 0,00
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 3,00
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,03
		<b>TOTAL:</b>		\$ 3,03

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	curtido	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,15	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,06	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>

Cebolla perla	0,01	kilo	\$ 2,00	\$ 0,02
Culantro	0,01	kilo	\$ 0,60	\$ 0,01
Tomate riñon	0,03	kilo	\$ 1,50	\$ 0,05
pimientos	0,02	Kilo	\$ 2,50	\$ 0,05
aceite	0,02	litros	\$ 1,00	\$ 0,02
limon	0,01	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 0,15
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,00
		<b>TOTAL:</b>		\$ 0,15

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	Vinagreta	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,19	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,07	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
vinagre	0,02	ml	\$ 0,89	\$ 0,02
limon	0,1	kilo	\$ 1,00	\$ 0,10
aceite	0,02	litros	\$ 1,00	\$ 0,02
especias	0,02	kilo	\$ 1,80	\$ 0,04
limon	0,01	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 0,18
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,00
		<b>TOTAL:</b>		\$ 0,19

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	Salsa verde	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 3,07	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 1,23	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Limon	0,01	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
Huevos	1	Cubeta de 24 uni	\$ 3,00	\$ 3,00
Aceite	0,01	litros	\$ 1,00	\$ 0,01
Sal	0,001	litro	\$ 5,50	\$ 0,01
Ajo pelado	0,01	KILO	\$ 1,00	\$ 0,01
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 3,04
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,03
		<b>TOTAL:</b>		\$ 3,07

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	salsa mani	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,45	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,18	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mani en pasta	0,1	kilo	\$ 2,00	\$ 0,20
Leche	0,1	litros	\$ 1,00	\$ 0,10
Sal	0,02	kilo	\$ 5,50	\$ 0,11
Ajo pelado	0,001	KILO	\$ 1,00	\$ 0,00
Achiote molido	0,02	litro	\$ 1,59	\$ 0,03
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 0,44
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,00
		<b>TOTAL:</b>		\$ 0,45

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	Tortilla de papa	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,64	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,26	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papa chola	0,2	kilo	\$ 1,00	\$ 0,20

Queso fresco	0,1	Kilo	\$ 4,00	\$ 0,40
Achiote molido	0,02	kilo	\$ 1,59	\$ 0,03
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 0,63
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,01
		<b>TOTAL:</b>		\$ 0,64

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	locro de papa	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 1,25	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,50	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Sal	0,2	kilo	\$ 5,50	\$ 1,10
Papa chola	0,1	kilo	\$ 1,00	\$ 0,10
Espicias	0,02	kilo	\$ 1,80	\$ 0,04
		<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 1,24
		<b>EXTRA:</b>	1%	\$ 0,01
		<b>TOTAL:</b>		\$ 1,25

RECETA COMPLEMENTARIA				
<b>RECETA:</b>	Tostado hecho	<b>FECHA:</b>		
<b>FOLIO:</b>		<b>UNIDAD DE LA PRODUCCIÓN:</b>	KILO	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,41	<b>COSTO DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN:</b>	\$ 0,17	
<b>RINDE EN KILOS:</b>	2,5			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Maiz Para tostado	0,2	kilo	\$ 1,00	\$ 0,20

Aceite	0,1	litros	\$ 1,00	\$ 0,10
Sal	0,02	kilo	\$ 5,50	\$ 0,11
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,41
<b>EXTRA:</b>			1%	\$ 0,00
<b>TOTAL:</b>				\$ 0,41

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	PICADA MARIANITAS		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	8,00
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,36		<b>PVP:</b>	\$ 4,46
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Mote cocinado (REC C)	0,25	kilo	\$ 0,21	\$ 0,05
Chicharron Preparado (REC C)	0,2	kilo	\$ 0,33	\$ 0,07
Aguacate	0,07	kilo	\$ 1,00	\$ 0,07
Cilantro	0,02	kilo	\$ 0,50	\$ 0,01
Aji (Rec C)	0,03	kilo	\$ 0,35	\$ 0,01
Choclo tierno	0,06	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,01
Habas	0,06	kilo	\$ 2,00	\$ 0,12
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,34
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,02
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,36
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	25%		<b>PVS:</b>	\$ 1,43
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 4,46

RECETA BÁSICA					
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	TOSTADO		<b>FECHA:</b>		<b>ADICIONALES</b>
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	16,46	
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,37		<b>PVP:</b>	\$ 2,23	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	
Maiz para tostado	0,25	kilo	\$ 1,00	\$ 0,25	
Mantequilla	0,02	kilo	\$ 4,00	\$ 0,08	
Ajo pelado	0,02	kilo	\$ 1,00	\$ 0,02	
				<b>SUBTOTAL:</b>	\$ 0,35
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,02	
				<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,37
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	35%		<b>PVS:</b>	\$ 1,05	
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 2,23	2,5

RECETA BÁSICA					
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	HABAS		<b>FECHA:</b>		<b>ADICIONALES</b>
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	29,16	
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,65		<b>PVP:</b>	\$ 2,23	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	
Habas	0,2	kilo	\$ 2,00	\$ 0,40	
Sal	0,04	kilo	\$ 5,50	\$ 0,22	

				\$
<b>SUBTOTAL:</b>				0,62
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,03
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,65
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 2,17
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 2,23

2,5

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	ARVEJAS CON HABAS Y CHICHARRON		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	19,08
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,68		<b>PVP:</b>	\$ 3,57
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Arvejas	0,1	kilo	\$ 2,00	\$ 0,20
Habas	0,2	kilo	\$ 2,00	\$ 0,40
Chicharron Preparado (REC C)	0,15	kilo	\$ 0,33	\$ 0,05
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,65
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,03
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,68
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	35%		<b>PVS:</b>	\$ 1,95
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 3,57

4

## RECETA BÁSICA

<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	CALDO DE GALLINA CRIOLLA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	35,87
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 1,92		<b>PVP:</b>	\$ 5,36
<b>INGREDIENTES</b>				
	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Gallina criolla	0,2	kilo	\$ 8,00	\$ 1,60
Cebolla perla	0,05	kilo	\$ 2,00	\$ 0,10
Cilantro	0,02	kilo	\$ 0,50	\$ 0,01
Papa chola	0,1	kilo	\$ 1,00	\$ 0,10
Arroz	0,02	kilo	\$ 1,00	0,02
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 1,83
<b>CONTINGENCIA:</b>		<b>30%</b>	<b>5%</b>	\$ 0,09
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 1,92
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>			<b>PVS:</b>	\$ 6,41
<b>PVP SIN IMP:</b>				\$ 5,36

6

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO</b>	FANESCA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	20,98
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 1,50		<b>PVP:</b>	\$ 7,14
<b>INGREDIENTES</b>				
	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Bacalao	0,1	libra	\$ 6,00	\$ 0,60
Leche	0,02	litros	\$ 1,00	\$ 0,02



Mani en pasta	0,01	kilo	\$ 2,00	\$ 0,02
Achiote molido	0,01	kilo	\$ 1,59	\$ 0,02
Arvejas	0,20	kilo	\$ 2,00	\$ 0,40
Cebolla perla	0,01	kilo	\$ 2,00	\$ 0,02
Chochos	0,02	Kilo	\$ 5,00	\$ 0,10
Choclo tierno	0,02	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,00
Comino	0,01	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
Col	0,02	kilo	\$ 2,00	\$ 0,03
Frejol	0,02	Unid.	\$ 0,50	\$ 0,01
Habas	0,02	kilo	\$ 2,00	\$ 0,03
Mantequilla	0,01	kilo	\$ 4,00	\$ 0,04
Papa chola	0,10	kilo	\$ 1,00	\$ 0,10
Acompañado de Fanesca (Rec C)	0,02	kilo	\$ 1,54	\$ 0,02
Aji (Rec C)	0,02	kilo	\$ 0,35	\$ 0,01
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 1,43
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,07
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 1,50
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	45%		<b>PVS:</b>	\$ 3,33
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 7,14

8

RECETA BÁSICA			
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	LOCRO DE PAPA	<b>FECHA:</b>	

<b>FOLIO:</b>		<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	26,77
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 1,20	<b>PVP:</b>	\$ 4,46
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>
Papa chola	0,2	kilo	\$ 1,00
Queso fresco	0,2	Kilo	\$ 4,00
Aguacate	0,07	kilo	\$ 1,00
Tostado REC C	0,1	kilo	\$ 0,17
<b>SUBTOTAL:</b>			\$ 1,09
<b>CONTINGENCIA:</b>		<b>10%</b>	\$ 0,11
<b>COSTO DEL PLATO:</b>			\$ 1,20
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	30%	<b>PVS:</b>	\$ 3,98
<b>PVP SIN IMP:</b>			\$ 4,46

5

<b>RECETA BÁSICA</b>			
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Fritada con mote	<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>		<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	44,94
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 2,81	<b>PVP:</b>	\$ 6,25
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>
Carne de cerdo	0,2	kilo	\$ 12,00
Mapahuirá	0,01	kilo	\$ 2,50
Ajo pelado	0,001	kilo	\$ 1,00
Comino	0,001	kilo	\$ 1,00

Maduro	0,07	kilo	\$ 2,00	\$ 0,14
Chicharron Preparado (REC C)	0,15	kilo	\$ 0,33	\$ 0,05
Aji (Rec C)	0,05	kilo	\$ 0,35	\$ 0,02
Mote cocinado (REC C)	0,2	kilo	\$ 0,21	\$ 0,04
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 2,68
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,13
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 2,81
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	35%		<b>PVS:</b>	\$ 8,03
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 6,25

7

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	FRITADA CON CHOCLO Y HABAS		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	49,01
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 3,28		<b>PVP:</b>	\$ 6,70
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Carne de cerdo	0,2	kilo	\$ 12,00	\$ 2,40
Mapahuirá	0,01	kilo	\$ 2,50	\$ 0,03
Ajo pelado	0,008	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
Comino	0,008	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
Maduro	0,08	kilo	\$ 2,00	\$ 0,16
Chicharron Preparado (REC C)	0,2	kilo	\$ 0,33	\$ 0,07
Aji (Rec C)	0,05	kilo	\$ 0,35	\$ 0,02

Mote cocinado (REC C)	0,2	kilo	\$ 0,21	\$ 0,04
Choclo tierno	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20
Habas	0,1	kilo	\$ 2,00	\$ 0,20
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 3,13
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,16
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 3,28
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 10,94
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 6,70

7,  
5

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	LLAPINGACHOS CON FRITADA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	31,16
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 2,23		<b>PVP:</b>	\$ 7,14
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Lomo fino	0,18	kilo	\$ 10,00	\$ 1,80
Ajo pelado	0,006	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
Pimienta	0,009	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
Comino	0,009	kilo	\$ 1,00	\$ 0,01
Cebolla paiteña	0,05	kilo	\$ 1,50	\$ 0,08
Achiote molido	0,01	kilo	\$ 1,59	\$ 0,02
Aceite	0,09	litros	\$ 1,00	\$ 0,09
Tortilla de papa (REC C)	0,15	kilo	\$ 0,26	\$ 0,04

Mote cocinado (REC C)	0,2	kilo	\$ 0,21	\$ 0,04
Lechuga	0,07	kilo	\$ 0,50	\$ 0,04
Tomate riñon	0,03	kilo	\$ 1,50	\$ 0,05
Aji (Rec C)	0,06	kilo	\$ 0,35	\$ 0,02
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 2,12
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,11
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 2,23
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	35%		<b>PVS:</b>	\$ 6,36
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 7,14

8

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	POLLO AL HORNO		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	33,70
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 1,81		<b>PVP:</b>	\$ 5,36
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Arroz	0,12	kilo	\$ 1,00	\$ 0,12
Pollo	0,19	kilo	\$ 8,00	\$ 1,52
Tomate riñon	0,02	kilo	\$ 1,50	\$ 0,03
Lechuga	0,02	kilo	\$ 0,50	\$ 0,01
Vinagreta (REC. C.)	0,002	litros	\$ 0,07	\$ 0,00
Ajo en polvo	0,006	Frasco de 300g	\$ 1,00	\$ 0,01
Sal	0,006	kilo	\$ 5,50	\$ 0,03

			<b>SUBTOTAL:</b>	\$ 1,72
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,09
			<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 1,81
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>		35%	<b>PVS:</b>	\$ 5,16
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 5,36

6

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	PARRILLADA COMPLETA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	39,70
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 3,19		<b>PVP:</b>	\$ 8,04
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papa chola	0,09	kilo	\$ 1,00	\$ 0,09
Choclo tierno	0,06	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,01
Chorizo parrillero	0,015	Funda 2 kg	\$ 4,00	\$ 0,06
Morzilla negra	0,03	Kilo	\$ 3,50	\$ 0,11
Pollo	0,18	kilo	\$ 8,00	\$ 1,44
Tomate riñon	0,06	kilo	\$ 1,50	\$ 0,09
Lechuga	0,002	kilo	\$ 0,50	\$ 0,00
Lomo fino	0,12	kilo	\$ 10,00	\$ 1,20
Habas	0,02	kilo	\$ 2,00	\$ 0,04
Vinagreta (REC. C.)	0,001	litros	\$ 0,07	\$ 0,00
Salsa verde (REC.C)	0,002	litros	\$ 1,23	\$ 0,00

			<b>SUBTOTAL:</b>	\$ 3,04
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,15
			<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 3,19
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>		35%	<b>PVS:</b>	\$ 9,11
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 8,04

9

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	PARRILLADA BÁSICA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	27,67
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 1,98		<b>PVP:</b>	\$ 7,14
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Papa chola	0,12	kilo	\$ 1,00	\$ 0,12
Pollo	0,19	kilo	\$ 8,00	\$ 1,52
Chorizo parrillero	0,03	Funda 2 kg	\$ 4,00	\$ 0,12
Tomate riñon	0,03	kilo	\$ 1,50	\$ 0,05
Lechuga	0,05	kilo	\$ 0,50	\$ 0,03
Vinagreta (REC. C.)	0,04	litros	\$ 0,07	\$ 0,00
Salsa verde (REC.C)	0,04	litros	\$ 1,23	\$ 0,05
			<b>SUBTOTAL:</b>	\$ 1,88
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,09
			<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 1,98
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>		35%	<b>PVS:</b>	\$ 5,65

	<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 6,25	7
--	---------------------	------------	---

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	LOMO A LA PARRILLA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	33,96
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 2,43		<b>PVP:</b>	\$ 7,14
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Lomo fino	0,2	kilo	\$ 10,00	\$ 2,00
Arroz	0,13	kilo	\$ 1,00	\$ 0,13
Papa chola	0,08	kilo	\$ 1,00	\$ 0,08
Tomate riñon	0,05	kilo	\$ 1,50	\$ 0,08
Lechuga	0,05	kilo	\$ 0,50	\$ 0,03
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 2,31
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,12
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 2,43
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	35%		<b>PVS:</b>	\$ 6,93
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 7,59

8,  
5

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Pristiños		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	14,68
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,26		<b>PVP:</b>	\$ 1,79



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Harina	0,1	Kilo	\$ 2,00	\$ 0,20
Polvo de hornear	0,003	kilo	\$ 2,15	\$ 0,01
Miel de panela (REC.C)	0,02	litros	\$ 0,16	\$ 0,00
Leche	0,04	litros	\$ 1,00	\$ 0,04
Huevos	0,002	Cubeta de 24 uni	\$ 3,00	\$ 0,01
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,25
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,01
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,26
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	35%		<b>PVS:</b>	\$ 0,75
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 1,79

2

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE MORA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	5,69
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,08		<b>PVP:</b>	\$ 1,43
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mora	0,125	Kilo	\$ 2,00	\$ 0,25
Sorbete	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
Servilleta	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
Azucar	0,02	kilo	\$ 0,99	\$ 0,02
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,31

<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,02
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,08
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>		30%	<b>PVS:</b>	\$ 0,27
<b>PVP SIN IMP:</b>				\$ 1,43

1,  
6

<b>RECETA BÁSICA</b>				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO DE TOMATE DE ÁRBOL		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	4,53
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,06		<b>PVP:</b>	\$ 1,43
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Tomate de arbol	0,125	kilo	\$ 1,00	\$ 0,13
Servilleta	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
Sorbete	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
Azucar	0,02	kilo	\$ 0,99	\$ 0,02
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,18
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,01
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,06
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>		30%	<b>PVS:</b>	\$ 0,22
<b>PVP SIN IMP:</b>				\$ 1,43

1,  
6**RECETA BÁSICA**

<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	JUGO GUANÁBANA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	7,90
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,11		<b>PVP:</b>	\$ 1,43
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Pulpa guanabana	0,125	kilo	\$ 2,10	\$ 0,26
Sorbete	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
Servilleta	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
Azucar	0,02	kilo	\$ 0,99	\$ 0,02
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,32
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,02
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,11
<b>COSTO OBJETIVO/IDEAL:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 0,38
<b>PVP SIN IMP:</b>				\$ 1,43

1,  
6

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	LIMONADA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	6,37
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,09		<b>PVP:</b>	\$ 1,43
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Jugo de limon	0,2	litros	\$ 1,00	\$ 0,20
Servilleta	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02

Azucar	0,02	kilo	\$ 0,99	\$ 0,02
Sorbete	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,26
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,01
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,09
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 0,30
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 1,43

1,  
6

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	COCA - COLA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	43,51
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,78		<b>PVP:</b>	\$ 1,79
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Coca-cola	1	Bot 500ml	\$ 0,70	\$ 0,70
Servilleta	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,020
Sorbete	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,020
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,74
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,04
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,78
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 2,59
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 1,79

2

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	FANTA		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	43,51
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,78		<b>PVP:</b>	\$ 1,79
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Fanta	1	Bot 500ml	\$ 0,70	\$ 0,70
Servilleta	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
Sorbete	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,74
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,04
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,78
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 2,59
<b>PVP SIN IMP:</b>				\$ 1,79

2

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	GASEOSA PERSONAL		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	55,59
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,55		<b>PVP:</b>	\$ 0,98
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Gaseosa Personal	1	Bot 240ml	\$ 0,50	\$ 0,50

Servilleta	0,01	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,02
				\$ -
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,52
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,03
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,55
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 1,82
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 0,98
<b>SISTEMA DE ELABORACIÓN</b>				

1,  
1

RECETA BÁSICA				
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	GUITIG		<b>FECHA:</b>	
<b>FOLIO:</b>			<b>% DE COSTO DE VENTA:</b>	58,02
<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,78		<b>PVP:</b>	\$ 1,34
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Guitig	1	Bot 500ml	\$ 0,70	\$ 0,70
Servilleta	0,02	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,04
				\$ -
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 0,74
<b>CONTINGENCIA:</b>			5%	\$ 0,04
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 0,78
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>	30%		<b>PVS:</b>	\$ 2,59
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 1,34

1,  
5

RECETA BÁSICA				
NOMBRE DEL PLATO:	PILSENER		FECHA:	
FOLIO:			% DE COSTO DE VENTA:	60,94
COSTO DEL PLATO:	\$ 1,20		PVP:	\$ 1,96
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Pilsener	1	Bot 750 ml	\$ 1,10	\$ 1,10
Servilleta	0,02	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,04
				\$ -
<b>SUBTOTAL:</b>				\$ 1,14
CONTINGENCIA:			5%	\$ 0,06
<b>COSTO DEL PLATO:</b>				\$ 1,20
COSTO OBJETIVO/IDEAL:	30%		PVS:	\$ 3,99
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 1,96

2,  
2

RECETA BÁSICA				
NOMBRE DEL PLATO:	SPRITE		FECHA:	
FOLIO:			% DE COSTO DE VENTA:	43,51
COSTO DEL PLATO:	\$ 0,78		PVP:	\$ 1,79
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Sprite	1	Bot 500ml	\$ 0,70	\$ 0,70
Servilleta	0,02	Paquete de 200	\$ 2,00	\$ 0,04
				\$ -

			<b>SUBTOTAL:</b>	\$ 0,74
<b>CONTINGENCIA:</b>			<b>5%</b>	\$ 0,04
			<b>COSTO DEL PLATO:</b>	\$ 0,78
<b>COSTO OBJETIVO/IDEA L:</b>		<b>30%</b>	<b>PVS:</b>	\$ 2,59
			<b>PVP SIN IMP:</b>	\$ 1,79

2





## ENTRADAS

PICADAS MARIANITAS	\$5.00
ARVEJAS CON HABAS Y CHICHARRÓN	\$4.00

## SOPAS

CALDO DE GALLINA CRIOLLA	\$6.00
FANESCA	\$8.00
LOCRO DE PAPA	\$5.00

## PLATOS FUERTES

FRITADA CON MOTE	\$7.00
FRITADA CON CHOCLO Y HABAS	\$7.50
LLAPINGACHOS CON FRITADA	\$8.00
POLLO AL HORNO	\$6.00
PARRILLADA COMPLETA	\$9.00
PARRILLADA BÁSICA	\$7.00
LOMO A LA PARRILLA	\$8.50

## POSTRES

DULCE DE ZAPALLO	\$3.00
MADURO CON QUESO	\$1.50
PRISTIÑOS	\$2.00

## BEBIDAS

JUGOS NATURALES	\$1.60
GASEOSA	\$2.00
CÚITIG	\$1.50
PILSENER	\$2.20

## ADICIONALES

PORCIÓN DE TOSTADO	\$2.50
PORCIÓN DE HABAS	\$2.50

**TERMALIMEX CIA. LTDA.**

QUITO: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO.  
GUAYAQUIL: VIRGILIO JAIME SALINAS 1-2 Y 4TO PASAJE

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRUBUYENTES

RESOLUCION SRI No 345 07/07/2004

COTIZACION

98504

Cliente: ACUÑA SALTO ANA PATRICIA

FECHA: 29/01/2020

Contacto:

Dirección: EL INCA

Ciudad: QUITO

R.U.C.: 1722731310

Email: anitapaty-salto@hotmail.com

Telefono: 2439242

Cod. Vendedor: F.B.

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
1.00	1	Cocina industrial tipo counter ANVIL HPA1004; operación a gas con cuatro hornillas abiertas de 26.000 BTU cada una; parrillas de 30x30 cms. unidad fabricada de acero inoxidable . Dimensiones 60 x69.2x36.4 cms. de alto.	HPA1004	768.96	0.00%	768.96
2.00	1	Cocina industrial IMPERIAL IR-6 de fabricación americana; operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y piloto independiente; parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cms.; unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 91 x 72 x 91 cms. de alto.	IR-6	3.713.04	0.00%	3.713.04
3.00	1	Congelador industrial TURBOAIR M3F24-1; 665 litros de capacidad; compuesto de un cuerpo puerta solida; sistema de refrigeracion ventilada que garantiza la distribucion del aire frio en el espacio interno y sistema de evaporacion que elimina la condensacion; compresor de 1/4 HP; refrigerante R404a; 4 amperios; 560 watts. Medidas 73x78x210.6cms. Especificacion electrica 115/60/1.	M3F24-1	2.145.31	0.00%	2.145.31
4.00	1	Refrigerador industrial TURBOAIR M3R24-1; 665 litros de capacidad; compuesto de un cuerpo puerta solida; sistema de refrigeracion ventilada que garantiza la distribucion del aire frio en el espacio interno y sistema de evaporacion que elimina la condensacion; compresor de 1/4 HP; refrigerante R134a; 2.8 amperios; 314 watts. Medidas 73x78x210cms. Especificacion electrica 115/60/1.	M3R24-1	1.753.38	0.00%	1.753.38
5.00	1	Balanza digital UPDATE; U-DPS-20; de 9kg	U-DPS-20	59.16	0.00%	59.16
6.00	1	Licuada WARING Mod. MX1050XTX; capacidad 64 onz.; contenedor de policarbonato; control digital; espec. elec. 115/60/1.	MX1050XTX	508.26	0.00%	508.26
7.00	1	Cuchara sopa brasil DOGGERS 69823 fabricada de acero inoxidable	69823	0.79	0.00%	0.79
8.00	1	Tenedor mesa brasil DOGGERS 69847 fabricada de acero inoxidable	69847	0.79	0.00%	0.79
9.00	1	Cuchillo mesa brasil DOGGERS 69830 fabricado de acero inoxidable	69830	1.18	0.00%	1.18
10.00	1	Plato tendido ARCOPAL (H) 57975; fabricado en vidrio templado. Diámetro: 23.6 cms. Color blanco.	57975	3.10	0.00%	3.10
11.00	1	Tazon multusos ARCOPAL 50061; fabricado en vidrio templado. Capacidad: 15 onz.	50061	2.24	0.00%	2.24
12.00	1	Plato 25.8 CM ARC N6393	N6393	3.30	0.00%	3.30
13.00	1	Plato para postre ARCOPAL (H) 57974; fabricado en vidrio templado. Diámetro:19.5 cms. Color blanco.	57974	2.72	0.00%	2.72
14.00	1	Plato ARCOPAL (H) 58621; fabricado en vidrio templado. Diámetro: 15.5 cms. Color blanco.	58621	2.11	0.00%	2.11
15.00	1	Vaso BORMIOLI 1.91190; de 11 3/4 onz de capacidad; 35 cl	1.91190	1.88	0.00%	1.88
16.00	1	Taza ARCOPAL (R) 25269; fabricado en vidrio templado. Capacidad: 7-1/4 onz. Color blanco.	25269	1.66	0.00%	1.66
17.00	1	Salero 2oz UPDATE; U-SK-PM2; fabricado en vidrio.	U-SK-PM2	0.95	0.00%	0.95

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
18.00	1	Salero 1oz UPDATE; U-SK-PM1; fabricado en vidrio.	U-SK-PM1	0.91	0.00%	0.91
19.00	11	Olla alta UPDATE U-APT-20T fabricada de aluminio de 20 Qt. de capacidad; provista de tapa.	U-APT-20T	42.42	0.00%	466.62
20.00	1	Olla alta UPDATE U-APT-10T fabricada de aluminio de 10 Qt. de capacidad; provista de tapa.	U-APT-10T	28.81	0.00%	28.81
21.00	1	Olla alta UPDATE U-APT-100T fabricada de aluminio de 100Qt. de capacidad provista de tapa.	U-APT-100T	168.96	0.00%	168.96
22.00	1	Olla ancha UPDATE U-ALP-34T fabricada de aluminio de 34 Qt. de capacidad; provista de tapa.	U-ALP-34T	73.06	0.00%	73.06
23.00	1	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5511GR fabricada de acero inoxidable con mango aislado verde de 22.86 cms. de longitud.	5511GR	2.58	0.00%	2.58
24.00	1	Pinza aislada de utilidad general HALO 5512GR fabricada de acero inoxidable con mango aislado verde de 30.48 cms. de longitud.	5512GR	2.97	0.00%	2.97
25.00	1	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5513GR fabricada de acero inoxidable con mango aislado verde de 40.6 cms. de longitud.	5513GR	3.52	0.00%	3.52
26.00	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-20 fabricado de acero inoxidable de 2 onzas de capacidad.	U-LOP-20	1.50	0.00%	1.50
27.00	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-40 fabricado de acero inoxidable de 4 onzas de capacidad.	U-LOP-40	2.26	0.00%	2.26
28.00	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-60 fabricado de acero inoxidable de 6 onza de capacidad.	U-LOP-60	2.71	0.00%	2.71
29.00	1	Colador UPDATE U-SSF-8/SS; malla fina de acero inoxidable; diámetro 19.5 cms.; mango de madera.	U-SSF-8/SS	6.09	0.00%	6.09
30.00	1	Colador UPDATE U-SSM-10/SS; malla media de acero inoxidable; diámetro 26 cms.; mango de madera.	U-SSM-10/SS	12.78	0.00%	12.78
31.00	1	Tazón KING METAL K-MBD01 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3/4 Qt.	K-MBD01	1.53	0.00%	1.53
32.00	1	Tazón KING METAL K-MBD05 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 5 Qt.	K-MBD05	4.20	0.00%	4.20
33.00	1	Tazón KING METAL K-MBD08 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 8 Qt.	K-MBD08	5.85	0.00%	5.85
34.00	1	Tazón KING METAL K-MBD13 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 13 Qt.	K-MBD13	9.33	0.00%	9.33
35.00	1	Tabla de picar HALCO 57361201 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm.; color blanco.	57361201	10.50	0.00%	10.50
36.00	1	Tabla de picar HALCO 57361501 fabricada en polietileno de 38.1 x 50.8 x 1.3 cm.; color blanco.	57361501	14.87	0.00%	14.87
37.00	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/080 10" (25.4 cms.); mango plástico.	24609/080	9.85	0.00%	9.85
38.00	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24621/080 10" (25.4 cms.); mango plástico.	24621/080	10.93	0.00%	10.93
39.00	1	Puntilla TRAMONTINA 24625/083; hoja de 3" (7;62 cms); mango microban blanco	24625/083	2.12	0.00%	2.12
40.00	1	Cuchillo tipo sierra TRAMONTINA 24627/080 10" (25.4 cms.); mango plástico.	24627/080	6.56	0.00%	6.56
41.00	1	Chaira TRAMONTINA 24642/080 10" ( 25.4 cms.) .	24642/080	8.39	0.00%	8.39
42.00	1	Cuchillo camicero TRAMONTINA 24607/080; 10" (25.4 cms.); mango plástico.	24607/080	9.62	0.00%	9.62
43.00	1	Cuchillo deshuesador TRAMONTINA 24653/086; mango de 6" (15;24 cms); mango microban blanco	24653/086	4.10	0.00%	4.10

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
					<b>SUMAN:</b>	9,839.45
					<b>DESCUENTO:</b>	0.00
					<b>SUBTOTAL:</b>	9,839.45
					<b>I.V.A. 12% :</b>	1,180.73
					<b>TOTAL:</b>	11,020.18

**FORMA DE PAGO:** A CONVENIR

**PLAZO DE ENTREGA:** INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA

**VALIDEZ DE LA OFERTA:** 5 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE

**LUGAR DE ENTREGA:** BODEGAS DE TERMALIMEX QUITO

-----  
-----  
Esta proforma no garantiza la reserva de ninguna mercadería; todos los precios estan sujetos a confirmación

ATENTAMENTE  
FRANCISCO BALLESTEROS  
ASESOR COMERCIAL  
TERMALIMEX

Mail: [ventas2@termalimex.com](mailto:ventas2@termalimex.com)  
Telf: 2275912 Ext. 112  
Cel: 0962796503

