



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ADMINISTRADORA GASTRONÓMICA**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE LAS TRES REGIONES DEL PAÍS COSTA, SIERRA Y
ORIENTE, UBICADO EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN CARRERA: Establecimientos de Alimentos y bebidas.

AUTOR/A: Verónica Patricia Guanoluisa Simbaña.

**DIRECTOR/A DEL TRABAJO DE TITULACIÓN: Msc. María Dolores Quintana
Lombeida.**

Quito - Ecuador

Junio del 2015

DERECHOS DE AUTOR

© Universidad Tecnológica Equinoccial. 20XX
Reservados todos los derechos de reproducción

AUTORÍA

Expreso que el siguiente Trabajo de Titulación fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación de Verónica, Guanoluisa sin ningún tipo de material o información plagiada.

Verónica Patricia Guanoluisa Simbaña.

CC: 172246653-7

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Certifico que el contenido del siguiente proyecto ha sido elaborado en su totalidad por:

Verónca Patricia Guanoluisa Simbaña.

Msc. María Dolores Quintana Lombeida

Director del Trabajo de Titulación

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser la luz que guía cada uno de mis pasos, permitiéndome así cumplir una de las metas de mi vida y siempre llenarme de bendiciones.

A mi hijo Ismael, por todos estos años de entereza, comprensión y confianza puesta en mí, a mi Esposo por el apoyo brindado y el soporte que es en mi vida.

A mi Madre y mi Padre, por haberme regalado la oportunidad de existir, darme la confianza de hacer lo que me gusta, por estar cada momento y por acompañarme y levantarme cuando las adversidades me han tocado.

A mis Hermanos, por siempre respaldarme en cada una de las decisiones que he tomado, por apoyarme directa e indirectamente en esto que es un paso más de mi vida profesional.

A todos los profesores, que entregaron todos sus conocimientos y forjaron en mí una estudiante con muy buenas bases profesionales

A mi directora de tesis, por haber moldeado y de esa manera guiarme hacia el futuro profesional con cimientos útiles para desempeñarme de manera crítica y lógica.

DEDICATORIA

La presente Tesis va dedicada primero a Dios por ser la el motor que guía mi camino, impulsarme cada momento de mi vida, simple hacerme saber que todo es posible junto a él, por darme cada una de las oportunidades y bendiciones que me ha regalado durante el transcurso de toda mi vida.

A mi madre Carmen Simbaña por haber puesto en mí su confianza absoluta, su amor incondicional y sobre todo su paciencia.

A mi padre Raúl Guanoluisa por siempre creer en mí, hacerme saber que sin esfuerzo y dedicación nada es posible y que el precio del éxito es el trabajo

A mi Hijo Ismael Cadena y mi Esposo Yasser por estar apoyándome incondicionalmente y ser una delas bendiciones más grandes que Dios me pudo haber regalado.

ÍNDICE

DERECHOS DE AUTOR	ii
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD.....	iv
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xviii
ÍNDICE DE TABLAS	xx
I. INTRODUCCIÓN.....	i
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	i
III. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	iii
IV. JUSTIFICACIÓN	iii
V. METODOLOGÍA	v
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.	1
DESCRIPCIÓN DEL ECUADOR	1
1.1. PRE FACTIBILIDAD.	1
1.1.1. El estudio de pre factibilidad se compone de:.....	2
1.1.1.1. Estudio de mercado	2
1.1.1.2. Estudio técnico.....	3

1.1.1.3. Estudio financiero	3
1.1.1.4. Estudio de impacto ambiental.....	4
1.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PROVINCIA	4
1.3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CANTÓN QUITO.....	6
1.3.1. Historia.....	6
1.3.2. Geografía.....	7
1.3.3. Clima	8
1.4. ANÁLISIS DE SITIO	9
1.4.1. Localización	9
1.4.2. Acceso y Visibilidad	9
1.4.3. Parqueaderos.....	10
1.5. NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.....	10
1.6. LUGARES TURÍSTICOS DEL NORTE DE QUITO	11
1.6.1. Centros comerciales del Norte de Quito	13
1.7. DISTANCIA DEL AEROPUERTO DEL NORTE DE QUITO	14
1.8. POBLACIÓN DEL NORTE DE QUITO.....	14
1.9. LA RESTAURACIÓN	14
1.9.1. Restaurantes	15
1.9.2. Restaurantes Temáticos.....	16
1.10. CATASTRO	17
1.11. RESEÑA HISTÓRICA DE LA GASTRONOMÍA ECUATORIANA.	17
1.12. REGIONES DEL ECUADOR	20

1.12.1 La Región Andina o Sierra	20
1.12.1.1. Turismo	21
1.12.1.2. Plato típico de la Región Sierra del Ecuador	22
1.12.2. La Región Amazónica	23
1.12.2.1. Turismo	24
1.12.2.2. Plato típico de la Región amazónica del Ecuador	25
1.12.3. La Región litoral o Costa	25
1.12.3.1. Turismo	27
1.12.3.2. Plato típico de la Región Costa del Ecuador	27
1.13. MARCO CONCEPTUAL	29
1.14. MARCO LEGAL.....	32
1.14.1 Requisitos para apertura de Restaurantes por parte de Ministerio de Salud.	32
1.14.2. Registro Único del contribuyente.....	32
1.14.3. Patente Municipal de Quito	33
1.14.4. Permiso Sanitario de Funcionamiento y Cuerpo de Bomberos	33
1.14.5. Sanción de Cuerpo de Bomberos	33
1.14.6. Registro Sanitario	34
1.14.7. Régimen del suelo del Distrito Metropolitano de Quito	34
1.14.8. Permiso de Turismo	35
1.14.9. Permiso del Ministerio de Salud.....	37
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO.....	38
2.1. MACRO ENTORNO.....	38
2.1.1. Económicos	38
2.1.1.1. 1Inflación	38

2.1.1.2. Canasta básica y vital	40
2.1.1.3. Tasas de interés.....	41
2.1.2. Sociales	47
2.1.2.1. Demografía y sociedad	47
2.1.2.2. Población urbana y las principales ciudades	48
2.1.2.3. Pobreza Nacional.....	48
2.1.2.4. Mercado laboral	49
2.1.2.5. Población activa (total, por sectores, desempleo)	50
2.1.3. Ecológicas y Ambientales	51
2.1.3.1. Factor Ambiental.....	51
2.1.3. Tecnológicas.....	54
2.1.3.1. Identificación de principales debilidades del Sistema Nacional de Innovación:	55
2.1.3.2. Análisis causal de los factores de mayor incidencia en el problema central detectado: “Limitada capacidad de generar ventajas competitivas de las empresas nacionales”	55
2.1.4. Políticas	58
2.1.4.1. Gasto social del Ecuador	59
2.1.4.2. Inversión Extranjera Directa.....	60
2.1.4.4. Riesgo país	61
2.2. MICROENTORNO.....	63
2.2.1. Rivalidad de Competencia existente	63
2.2.2. Posibilidad de Competidores Potenciales	64
2.2.3. Posibilidad de productos sustitutos	64
2.2.4. Poder de Negociación de los Clientes	65
2.2.5. Poder de negociación de los Proveedores	65
2.3. ESTUDIO DE MERCADO.	66
2.3.1. Objetivo General:	66

2.3.2. Objetivos Específicos:.....	66
2.3.3. Investigación de mercado.	66
2.3.3.1. Segmentación del Mercado.....	66
2.3.3.2. Técnicas de investigación.....	72
2.3.3.4. Tamaño de la muestra:	72
2.3.3.5. Modelo del cuestionario.	74
2.3.4. Análisis de los resultados.	76
2.3.5. Análisis de la demanda.....	88
2.3.5.1. Clasificación de la demanda.	88
2.3.5.2. Comportamiento histórico de la demanda.	88
2.3.6. Demanda actual.	89
2.3.7. Demanda proyectada.....	90
2.3.8. Análisis de la oferta.	92
2.3.8.1. Clasificación de la oferta.	92
2.3.8.2. Oferta Actual.	94
2.3.8.3. Proyección de la oferta.	97
2.3.8.4. Estimación de la demanda insatisfecha.....	97
2.3.9. El Marketing Mix.	99
2.3.9.1 Análisis de precios de comercialización.	99
2.3.9.2. Estrategias de precio.	100
2.3.9.3. Estrategias de promoción.....	101
2.3.9.4. Estrategia de producto.....	102
2.3.9.5. Estrategias de plaza o distribución.....	103
CAPITULO III: PROPUESTA.....	104
3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	104
3.1.1. Macro localización	104
3.1.2. Micro localización.	105

3.2.	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	106
3.2.1.	Slogan.....	106
3.2.2.	Base Filosófica de la empresa.	106
3.2.2.1.	Visión.....	106
3.2.2.2.	Misión	106
3.2.3.	Principios y valores.....	107
3.2.3.1.	Principios.....	107
3.2.3.2.	Valores	107
3.2.3.3.	Objetivos estratégicos	108
3.3.	PROVEEDORES	108
3.4.	TAMAÑO DEL PROYECTO	110
3.4.1.	Ambiente del restaurante.	112
3.4.2.	Estructura orgánica y funcional.....	114
3.5.	AREAS DE RECURSOS MATERIALES.	127
3.6.	CADENA DE VALOR.....	131
3.7.	IMPACTO AMBIENTAL.....	136
3.7.1.	Ficha ambiental para Identificación Del Proyecto	136
3.7.2.	Matriz de Identificación del Impacto Ambiental	149
3.7.3.	Evaluación de Impacto Ambiental.....	150
3.7.4.	Impacto Socio – Económicas	150
3.7.5.	Mitigación de desperdicios	150
3.8.	ESTUDIO FINANCIERO	153
3.8.1	Inversión	153

3.8.2 Capital de Trabajo	157
3.8.2.1. Propuesta de Producción	157
3.8.2.2. Propuesta gastos de operación	159
3.8.3. Nómina del Personal del Restaurante	162
8.3.4. Arriendo	163
3.8.5. Consumo Promedio.....	163
3.8.6. Porcentaje de Costo Promedio de la Carta	164
3.8.7. Calculo de PAX y Venta	166
3.8.8. Financiamiento.....	166
3.8.9. Inflación Anual	167
3.8.10 Estado de Resultados	168
3.8.11. Valor Actual Neto y Tasa de Interés de Retorno	169
CONCLUSIONES	171
RECOMENDACIONES	172
BIBLIOGRAFÍA:	174
ANEXOS	178
Anexo 1 Menú.....	179
Menú	181
ENSALADA ECUATORIANA	181
ENSALADA CLASICA.....	181
SOPA DE QUINOA.....	181
LOCRO QUITEÑO.....	181

YAHUARLOCRO	181
AGUADO DE GALLINA	181
SANCOCHO COSTEÑO	181
CALDO DE BOLAS	181
ZARAPATERA.....	181
PLATOS FUERTES	182
SECO DE GALLINA.....	182
CHURRASCO	182
SECO DE CHIVO	182
FRITADA	182
LLAPINGACHO	182
GUATITA.....	182
ARROZ MARINERO	182
PESCADO FRITO	182
CEVICHE DE CAMARON	182
CEVICHE MIXTO	182
MENESTRA CON CHULETA DE CERDO	182
REGIÓN AMAZÓNICA	183
MAITO DE PESCADO.....	183
SECO DE GUANTA	183
LIMONADA.....	183
AGUA DE BIJAO.....	183

JUGO DE NARANJA.....	183
JUGO DE MORA	183
JUGO DE NARANJILLA.....	183
JUGO DE TOMATE DE ARBOL.....	183
AGUA SIN GAS.....	183
AGUA CON GAS.....	183
GASEOSA.....	183
TE.....	183
CERVEZA.....	183
Anexo 2 Recetas Estándar	184
Anexo 3 Cotización.....	220

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Mapa político de la provincia de Pichincha.....	5
Imagen 2: Localización.....	9
Imagen 3: Mapa de la Región Andina o Sierra.....	20
Imagen 4: Mapa de la Región Amazónica.....	23
Imagen 5: Mapa de la Región litoral o Costa.....	26
Imagen 6: Inflación acumulada en Enero de cada año (Porcentajes 2001-2013).....	39
Imagen 7: Canasta Básica Vital.....	40
Imagen 8: Tasas de interés 2013.....	41
Imagen 9: Comparación de tasas.....	42
Imagen 10: Crecimiento del PIB en porcentajes.....	44
Imagen 11: PIB en millones de dólares.....	45
Imagen 12: Variación anual IPC.....	46
Imagen 13: Principales etnias.....	47
Imagen 14: Población urbana y las principales ciudades.....	48
Imagen 15: Evolución de la pobreza Nacional.....	49
Imagen 16: Mercado laboral.....	49
Imagen 17: Población activa Ecuador.....	50
Imagen 18: División de la PEA.....	51
Imagen 19: Empresas con licencias ambientales.....	51
Imagen 20: Licencias ambientales otorgadas.....	52

Imagen 21: Gasto Total vs. Gasto Ambiental.....	52
Imagen 22: Inversión Total vs. Inversión Ambiental	53
Imagen 23: Personal ocupado en actividades ambientales	53
Imagen 24: Empresas con licencia ambiental.....	54
Imagen 25: Inversión en I+D, en % del PIB	54
Imagen 26: Posición competitiva del factor tecnológico.....	56
Imagen 27: Comportamiento de la inversión extranjera directa	60
Imagen 28: Variación Inversión Extranjera Directa	61
Imagen 29: Variación del riesgo país últimos años	61
Imagen 30: Distribución de la población en el Distrito Metropolitano de Quito Según edad y género (Quito Urbano).....	68
Imagen 31: Población del distrito metropolitano de Quito.....	70
Imagen 32: Población del distrito metropolitano de quito.....	70
Imagen 33: Demanda Histórica	89
Imagen 34: Macro localización.....	104
Imagen 35: Micro localización	105
Imagen 36: Plano de las instalaciones del Restaurante.....	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Edad de los encuestados.....	76
Gráfico N° 2: Género de los encuestados.	77
Gráfico N° 3: Qué tipo de comida prefiere consumir cuando está en un restaurant?.....	78
Gráfico N° 4: ¿Cómo considera en general a los restaurantes que están en el norte de la Ciudad de Quito?	79
Gráfico N° 5: ¿Conoce usted restaurantes que brinden el servicio de comida de las tres regiones del país?.....	80
Gráfico N° 6: ¿Considera necesario la existencia en el sector norte de un restaurante que brinde el servicio de comida de las tres regiones del país?.....	81
Gráfico N° 7: ¿Qué es más importante para usted cuando va a un Restaurante?	82
Gráfico N° 8: ¿Cuánto normalmente usted consume en cada salida a un Restaurante?.....	83
Gráfico N° 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por acudir a un restaurante que brinde comidas típicas de las 3 regiones de Ecuador?	84
Gráfico N° 10: ¿Con qué frecuencia usted asiste a este tipo de restaurantes?.....	85
Gráfico N° 11: ¿Estaría de acuerdo en acudir a un nuevo Restaurante y conocer la gastronomía y cultura de las regiones de la Costa, Sierra y Amazonía de Ecuador?	86
Gráfico N° 12: ¿Por qué vía quisiera conocer los servicios de comida de un nuevo Restaurante de las regiones de la Costa, Sierra y Amazonía de Ecuador?	87
Gráfico N° 13: Demanda Proyectada.....	92
Gráfico N° 14: Proyección de la oferta.....	97
Gráfico N° 15: Proyección de la demanda insatisfecha.....	99
Gráfico N° 16: Estructura organizacional del Restaurante	115

Gráfico N° 17: Organigrama de personal del Restaurante	116
Gráfico N° 18: Cadena de Valor.....	131
Gráfico N° 19: Procesos de Compras y Bodegas.	132
Gráfico N° 20: Procesos de Producción.....	133
Gráfico N° 21: Procesos de Servicio	134
Gráfico N° 22: Procesos de Marketing y Servicio de Post Venta.....	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados Censo de Población	5
Tabla 2: Cantones de la provincia de Pichincha.....	5
Tabla 3: Tabla datos cantón Quito.....	7
Tabla 4: Provincias de la Región Andina o Sierra.....	21
Tabla 5: Provincias de la Región Amazónica.....	24
Tabla 6: Provincias de la Región litoral o Costa.....	26
Tabla 7: Costos de Registro Sanitario.....	34
Tabla 8: Variación de la Inflación acumulada, referencia mes de Enero	39
Tabla 9: Variación de las tasas de interés	42
Tabla 10: Salario Nominal	43
Tabla 11: Variación anual del crecimiento del PIB	45
Tabla 12: Variación IPC anual, referencia mes de Enero.....	46
Tabla 13: Riesgo país.....	62
Tabla 14: Variación del riesgo país	62
Tabla 15: Competencia Directa	63
Tabla 16: Competencia Indirecta.....	63
Tabla 17: Análisis de la variable Geográfica.....	67
Tabla 18: Análisis de la variable Demográfica.....	71
Tabla 19: Análisis de la variable Psicográfica.....	72
Tabla 20: Demanda actual	90

Tabla 21: Demanda Proyectada	91
Tabla 22: Oferta Actual	96
Tabla 23: Proyección de la Demanda Insatisfecha	98
Tabla 24: Proveedores.....	109
Tabla 25: Dimensión de las áreas del Restaurante.....	110
Tabla 26: Recursos Humanos	117
Tabla 27: Funciones y requisitos del Gerente General	118
Tabla 28: Funciones y requisitos del Contador General	119
Tabla 29: Funciones y requisitos del Jefe de Salón	120
Tabla 30: Funciones y requisitos del Gerente de Operaciones	121
Tabla 31: Funciones y requisitos del Chef.....	122
Tabla 32: Funciones y requisitos del Mesero	123
Tabla 33: Funciones y requisitos del Cocinero.....	124
Tabla 34: Funciones y requisitos de la Cajera-Recepcionista	125
Tabla 35: Funciones y requisitos del Auxiliar de limpieza.....	126
Tabla 36: Funciones y requisitos del Bodeguero	127
Tabla 37: Equipos y muebles de cocina.....	128
Tabla 38: Utensilios de cocina.....	129
Tabla 39: Menaje y Cristalería.....	130
Tabla 40: Muebles de salón	130
Tabla 41: Equipos y muebles de oficina	131

Tabla 42: Activos fijos.....	153
Tabla 43: Edificios (Obra civil)	154
Tabla 44: Maquinaria y equipo de fabricación	154
Tabla 45: Gastos de Instalación	154
Tabla 46: Mobiliario	155
Tabla 47: Equipo de computación	156
Tabla 48: Activos Diferidos (Estudios de pre factibilidad)	157
Tabla 49: Propuesta de Producción.....	157
Tabla 50: Mano de Obra Directa	158
Tabla 51: Mano de Obra Indirecta	158
Tabla 52: Costos indirectos de Fabricación	158
Tabla 53: Propuesta gastos de operación.....	159
Tabla 54: Gastos de Venta	159
Tabla 55: Gastos Administrativos.....	160
Tabla 56: Presupuestos de Costos Fijos y Variables	161
Tabla 57: Nomina del Personal.....	162
Tabla 58: Arriendo.....	163
Tabla 59: Consumo Promedio	163
Tabla 60: Proyección de Precios Promedio Anual	164
Tabla 61: Costo de la Carta.....	164
Tabla 62: Calculo de PAX y Venta.....	166

Tabla 63: Financiamiento	167
Tabla 64: valor de variables.....	167
Tabla 65: Estado de Resultados	168
Tabla 66: VAN Y TIR	170

I. INTRODUCCIÓN

La falta de restaurantes temáticos en la ciudad de Quito que ofrezcan un atractivo adicional en calidad y variedad de la comida es la razón para la propuesta de creación de este proyecto.

En la ciudad capital el mercado de restaurantes temáticos es muy limitado, en general que tengan como especialidad comida nacional que estén incluidas las tres regiones del país, además del valor agregado como se plantea en este proyecto: el restaurante contará con un efecto visual, que basado en técnicas arquitectónicas y decorativas permiten que siempre sea de noche mostrando así la belleza del centro histórico en la Sierra, el esplendor del Malecón 2000 en la Costa, y la abundancia de contrastes que brinda el Oriente.

El ambiente será el valor agregado del restaurante, la adaptación de las instalaciones, la decoración, el efecto de las luces, la pintura serán los ingredientes para obtener un lugar diferente.

Con este se busca cubrir la necesidad de los clientes de encontrar un ambiente nuevo e innovador, por el cual se sientan atraídos e identificados y en el que puedan disfrutar de gran variedad de comida nacional.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

a. Enunciado del Problema

b. Formulación de problema

En los últimos años se ha podido observar que la demanda de establecimientos y restaurantes de Alta Cocina Nacional presenta un crecimiento notorio a nivel local, en la

ciudad de Quito ha sido evidente el crecimiento ya que Ecuador es una nación multiétnica y multicultural.

Los factores que contribuyen a esta tendencia son la separación del núcleo familiar y el aumento de la población activa, por este motivo el consumidor de la ciudad de Quito tiene la costumbre de visitar restaurantes, la problemática encontrada son: el ambiente tradicional, la temática y una carta muy establecida. Siendo así que el consumidor solo pueden encontrar comida estrictamente de una región, limitando la comida que nos brinda las tres regiones continentales del país o una temática determinada.

En la actualidad las personas ya no solo buscan mejores precios sino un mayor valor agregado que le brinden mayores beneficios y grandes satisfacciones. Cuando se visita la ciudad de Quito las personas buscan un lugar diferente, confortable y que puedan encontrar toda la riqueza gastronómica que el país brinda.

Si esta propuesta no se llevara a estudio el consumidor perdería la oportunidad de encontrar productos de excelente calidad en un lugar que brinde las comodidades necesarias, un servicio de primera y una infraestructura que ningún restaurante de Comida Nacional proponga en la ciudad de Quito. Ya que la Alta Cocina y los Restaurantes de Primera Categoría están dirigidos hacia la Cocina Internacional.

Es así como nace la idea del restaurante de las tres regiones del país Costa, Sierra y Oriente, el consumidor busca un lugar que brinde las satisfacciones de una buena alimentación, precios que se acomoden a las necesidades económicas y alimenticias de cada persona, en un ambiente propicio para pasar un buen rato durante su estadía. El restaurante (Costa, Sierra y Oriente) también brindara visualmente un lugar rico en tradiciones logrando así capturar los escenarios más importantes del país.

Es importante los espacios de decoración, el ambiente y por supuesto la calidad de sus platos, un buen restaurante debe tener algo que los distinga de los demás que les de una identidad particular.

El restaurante está planteado debido a la falta de establecimientos que se encuentre toda la variedad de comida típica que el país brinda y que el consumidor necesita disfrutarlo en un solo lugar.

- **Pregunta General:**

¿De qué manera el estudio de pre factibilidad permite dar a conocer la gastronomía de la Costa, Sierra y Oriente en la ciudad de Quito?

III. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- **Objetivo General:**

Determinar la factibilidad del restaurante de las tres Regiones del País ya que mediante este proyecto se podrá recopilar gastronomía, ambiente y tradición de la Costra, Sierra y Oriente del Ecuador en el sector norte de la Ciudad de Quito.

- **Objetivos Específicos.**

Recopilar la parte teórica para saber de buenas fuentes la situación actual del lugar y al mercado hacia el cual se dirige el estudio, para de esta manera buscar soluciones en el campo de la cocina Nacional que eleve la calidad a través del estudio y el control.

Ejecutar el estudio de mercado que permita determinar la aceptación y la factibilidad del proyecto en el sector tratando de satisfacer los gustos y preferencias del cliente.

Ejecutar un estudio técnico, administrativo, ambiental y financiero para determinar los recursos indispensables para el desarrollo de la presente propuesta.

IV. JUSTIFICACIÓN

En un mundo globalizado donde la competencia es cada vez mayor las necesidades de las personas y sus exigencias se han ido incrementando, por esta razón las empresas y negocios han visto la necesidad de cambiar y desarrollarse y mejorar sus estrategias de promoción y comercialización para llegar a las personas y cumplir sus requerimientos.

Debido a esto nace el estudio y la investigación de la Gastronomía Nacional ya que el restaurante no solo brindará un servicio de alimentos, sino también impulsará y contribuirá con la difusión y promoción del turismo y el conocimiento de la cultura.

El proyecto va dirigido a todos los Ecuatorianos, que se sienten orgullosos de haber nacido en un país tan rico en recursos naturales; es la razón de crear un restaurante que contará con la comida típica de las provincias Costa, Sierra y Oriente que tiene el Ecuador; así se ofrecerá la oportunidad de conocer y deleitarse de una gran variedad de platos típicos entre los platos más tradicionales de Región Sierra esta, las cascaritas, la fritada, el yaguarlocro, el mote pillo, el hornado, el llapingacho entre otros. Si se habla de la Región Amazónica se puede encontrar platos preparados con carne de guanta ya que es una carne muy apetecida de esa región, otro plato muy apetecido es el maito de tilapia, los chontacuros, la trucha es un pescado de mucho consumo entre otros. En la Región Costa hay gran diversidad gastronómica como: el encebollado de albacora, gran variedad de ceviches, las menestras con diferentes tipos de carnes, arroces con gran variedad de mariscos como: arroz con camarón, concha, mixto, banderas, patacones, bolones de verde entre otros. Además servirá para que los turistas, puedan apreciar y disfrutar de todo lo delicioso que tiene el Ecuador, es decir de la tradición gastronómica. Por lo general, la industria de alimentos y bebidas es atractiva y rentable.

La importancia del presente proyecto radica principalmente en satisfacer las necesidades de las personas que gustan de la comida nacional, sin embargo no se debe dejar de lado otros beneficios importantes que aportará, como por ejemplo el beneficio socioeconómico que como empresa generará incremento de nuevas plazas de trabajo.

Por otra parte la existencia de esta clase de proyectos, logra fortalecer la infraestructura gastronómica del país y promociona a la cocina Ecuatoriana.

Las personas aprecien más la cocina ecuatoriana y será de gran importancia para el país.

V. METODOLOGÍA

- **Método Deductivo**

Se utilizará este método para realizar conclusiones generales hasta llegar a explicaciones particulares. Se iniciará con la investigación de cada uno de los capítulos para el desarrollo de la tesis.

- **Método Inductivo**

Se utilizará este método para iniciar con el estudio individual de los hechos, principios o fundamentos para llegar a las conclusiones generales.

- **Método Analítico**

Este método el cual es un proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio para estudiarlas en forma individual.

- **Técnicas de Investigación**

Las técnicas que se usará para la recolección de la información serán las denominadas o las llamadas encuestas.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.

DESCRIPCIÓN DEL ECUADOR

1.1. PRE FACTIBILIDAD.

El estudio de pre factibilidad o anteproyecto, este estudio profundiza la investigación en fuentes secundarias y en primarias de investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.(Baca, 1995, p.5)

Así mismo, se deben investigar las diferentes técnicas de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región. Además se debe analizar las disponibilidad de los principales insumos que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje en forma aproximada las posibilidades del nuevo producto, en lo concerniente a su aceptación por parte de los futuros consumidores o usuarios y su forma de distribución. (Baca, 1995, p.7)

Otro aspecto importante que se debe abordar en este estudio preliminar, es el que concierne a la cuantificación de los requerimientos de inversión que plantea el proyecto y sus posibles fuentes de financiamiento. Finalmente, es necesario proyectar los resultados financieros del proyecto y calcular los indicadores que permitan evaluarlo.

El estudio de pre-factibilidad se lleva a cabo con el objetivo de contar con información sobre el proyecto a realizar, mostrando las alternativas que se tienen y las condiciones que rodean al proyecto.

1.1.1. El estudio de pre factibilidad se compone de:

1.1.1.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Rosillo, 2008, p.3)

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (Rosillo, 2008, p.3)

El estudio de mercado es generalmente primario o secundario. El estudio de mercado primario implica pruebas como focus groups, encuestas, investigaciones en terreno, entrevistas u observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al producto. (Rosillo, 2008, p.5)

Muchas preguntas pueden ser respondidas gracias a un estudio de mercado:

- ¿Qué está pasando en el mercado?
- ¿Cuáles son las tendencias?
- ¿Quiénes son los competidores?
- ¿Qué opinión tienen los consumidores acerca de los productos presentes en el mercado?
- ¿Qué necesidades son importantes?
- ¿Están siendo satisfechas esas necesidades por los productos existentes?

En el estudio secundario, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente. Las ventajas del estudio secundario incluyen el hecho de ser relativamente barato y fácilmente accesible. Las desventajas del estudio secundario: a menudo no es específico al área de investigación y los datos utilizados pueden ser tendenciosos y complicados de validar. (Rosillo, 2008, p.7)

Análisis de la competencia

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. (Arboleda, 1998, p. 8)

Análisis de consumidores

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores. (Arboleda, 1998, p. 7)

1.1.1.2. Estudio técnico

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. (Arboleda, 1998, p. 6)

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (Arboleda, 1998, p. 6)

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valoración económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

1.1.1.3. Estudio financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. (Anzil, 2012, p. 4)

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012, p. 4)

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

1.1.1.4. Estudio de impacto ambiental

El estudio de Impacto Ambiental (EIA) al procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo.

Este procedimiento jurídico administrativo se inicia con la presentación de la memoria resumen por parte del promotor, el siguiente paso a seguir es con la realización de consultas previas a personas e instituciones por parte del órgano ambiental.

1.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PROVINCIA

La provincia de Pichincha cuenta con una extensión de 12000 km² y se encuentra a 2800m sobre el nivel del mar.

La población de la provincia según el último Censo poblacional realizado en el Año 2010 es de 2'576.287, distribuidos por cantones de la siguiente manera:

Imagen 1: Mapa político de la provincia de Pichincha



Elaborado por: Verónica Guanoluisa.

Fuente: Google maps

Tabla 1: Resultados Censo de Población

Resultados Censo de Población			
PROVINCIA	HOMBRES	MEJERES	TOTAL
PICHINCHA	2.576.287	1.320.576	2.576.287

NOTA: Tabla de población de la provincia de Pichincha. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC - Censo 2010

Tabla 2: Cantones de la provincia de Pichincha.

CANTONES	HOMBRES	MEJERES	TOTAL
CAYAMBE	41.967	43.828	85795
MEJIA	39.783	41.552	81335
PEDRO MONCAYO	16.311	16.861	33172
PEDRO VICENTE MALDONADO	6.735	6.189	12924
PUERTO QUITO	10.774	9.671	20445
QUITO	760.000	860.000	1'620.000
RUMIÑAHUI	41.917	43.935	85852
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	9.413	8.160	17573

NOTA: Tabla de población de la provincia de Pichincha. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC - Censo 2010.

1.3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CANTÓN QUITO

1.3.1. Historia.

Davies (2000) "Erigida sobre las ruinas de un antiguo centro aborigen de los indios Shyris y fundada por los españoles el seis de diciembre de 153 sobre las ruinas de San Francisco de Quito."(p.54)

Quito, una ciudad colonial y contemporánea a la vez que pertenece a la Provincia de Pichincha, es una metrópoli que día a día se construye, donde la estructura moderna se funde con la heredad mestiza y colonial, en cuyos rincones encuentran gran hospitalidad para residentes y extranjeros que encuentran siempre un lugar para disfrutar y recordar.

La historia de esta hermosa ciudad colonial, llena de leyendas tejidas por más de 400 años, está todavía viva en la memoria de sus habitantes. Para encontrar su origen es necesario volver el tiempo hasta el 6 de diciembre de 1534, cuando los conquistadores españoles fundaron la ciudad con 204 colonos. Antes el sitio actual de Quito fue habitado por los Quitus, una tribu de la civilización Quechua en una franja de terreno que se extendía desde lo que es ahora el Cerro del Panecillo en el sur a la Plaza de San Blas en el centro. Llamado el Reino de Quito en el período Prehispánico, los edificios en esta antigua ciudad fueron hechos de ladrillo tallado en piedra y secado por sol. Más tarde, arquitectos españoles incorporaron los mismos materiales en sus grandiosas construcciones.

Años más tarde, Quito fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de Humanidad con el objetivo de conservar sus conventos coloniales, iglesias y el centro histórico en general. La extensión de la ciudad hacia el norte y el sur comenzó durante los años 1980, cuando el principal área turística en la parte central norte (Quito moderno) comenzó a crecer. Quito, capital de la República del Ecuador, es hoy una metrópoli emprendedora y el centro político del país. Esto ha sido un enorme esfuerzo para compensar el daño causado por las catástrofes que la han afectado durante varios años. Quito ofrece muchas opciones para una visita agradable entre su historia, tradición y leyenda.

1.3.2. Geografía

“La capital del Ecuador, Quito, cuyo nombre evoca innumerables maravillas y aventuras, es una de las ciudades más maravillosas de los Andes.”(Cavies, 2000, p.66)

Quito, rodeado de grandes volcanes, formada por calles y casas coloniales, es una ciudad donde la gente trata de conservar sus coloridas tradiciones.(Cavies, 2000, p.66)

Situada en la cordillera de los Andes a 2 800 metros sobre el nivel del mar, ocupa una meseta de 12 000 kilómetros cuadrados, con 2 millones de habitantes dentro de 65 parroquias metropolitanas centrales y suburbanas. El esplendor natural de la ciudad, combinado con sus atractivas plazas, parques y monumentos así como el calor de su gente, convierten a Quito en un lugar único e inolvidable. . (Cavies, 2000, p.68)

Tabla 3: Tabla datos cantón Quito.

Altitud	2,850 m /9,350 pies
Temperatura	50 a 77 grados Fahrenheit (10 a 25 grados centígrados)
Provincia	Pichincha
Moneda	Dólar Americano
Idioma	Español

Fuente: <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/informacion.htm>

Quito, la capital de Ecuador, es considerada una de las más hermosas regiones de América Latina. Localizada en las montañas Andinas al pie del volcán Pichincha . Quito tiene. Iglesias y conventos maravillosamente conservados y sus grandes edificios brindan un contraste entre la arquitectura contemporánea y el Quito moderno, una ciudad cosmopolita de gran diversidad cultural.

La capital del Ecuador disfruta de días hermosos y noches frescas durante casi todo el año. Quito está dividido en tres zonas definidas por su intrincada geografía y que se caracterizan por sus contrastes arquitectónicos y particularidades culturales.

En el norte se ubica el Quito moderno, donde se erigen grandes estructuras urbanas y comerciales; el centro del Quito antiguo reúne el legado colonial y artístico y ofrece un ambiente cautivador cuando se desarrollan procesiones religiosas y eventos culturales; en el sector norte se puede ubicar núcleos de expresión juvenil, que impulsan nuevas formas de cultura e interacción social.

La ciudad, en los últimos años, ha estado sujeta a un gran cambio urbanístico que la extendió hacia el norte, sur, los Valles de Tumbaco (hacia el nororiente) y Los Chillos (en el sur oriente); esto ha permitido un notable crecimiento económico y poblacional que ha generado avances en la industria, economía, comercio y hotelería, pero además ha configurado nuevos actores y nuevas demandas sociales. Esto exigió del gobierno local una reorganización geográfica, administrativa y de conducción gubernamental de la ciudad.

Además Quito recibe un premio en los WTA World Travel Awards 2013. La capital le ha ganado a Río de Janeiro (Brasil), que ha ganado ese premio por 9 años. Quito este 2013 es el mejor destino turístico de Sudamérica. (2013, Julio 20). El Comercio. P.1

1.3.3. Clima

La ubicación geográfica, la altura y otros factores atmosféricos moderan su temperatura ambiental que oscila entre 10 y 25 grados centígrados (50 y 77 grados fahrenheit), con grandes contrastes climáticos que se presentan durante el transcurso de un mismo día que permiten gozar a los quiteños y a sus huéspedes de las cuatro "estaciones" del año las veinticuatro horas, como si se tratase de una eterna primavera.

El clima en los Andes cambia según la altitud y el tiempo del año. En Quito la temperatura varía entre 7 grados centígrados (55 F.) en la noche, 26 grados centígrados (78 F.) al medio día con promedios de 15 grados centígrados (64 F.).

Hay dos estaciones, la lluviosa y seca. Se llama invierno a la estación lluviosa y verano a la estación seca. El verano de Quito dura aproximadamente 4 meses, de Junio a Septiembre.

Quito tiene su estación lluviosa de Octubre a Mayo, aunque durante este período el clima sufra una cantidad de variaciones.

1.4. ANÁLISIS DE SITIO

1.4.1. Localización

Está ubicado en una zona de alta plusvalía ya que en el sector indicado se encuentran los polos de comercio de restaurantes de diferente categoría, En la Figura se puede apreciar la localización con mayor exactitud.

Imagen 2: Localización

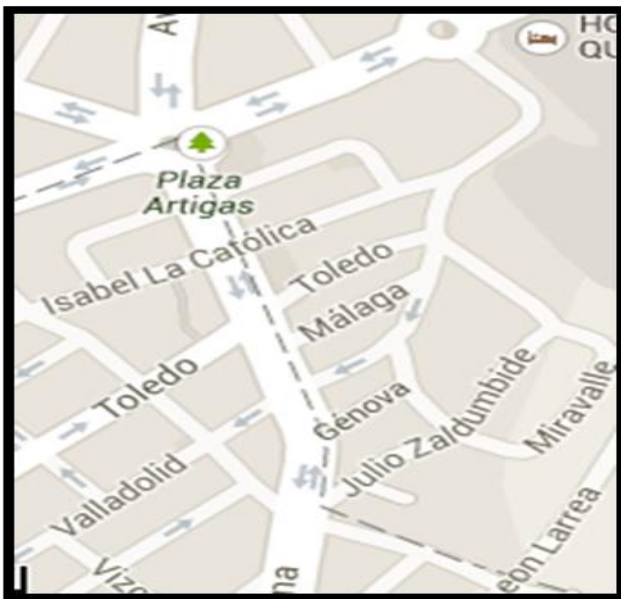


Gráfico: Sector la Mariscal
Fuente: Google Maps

1.4.2. Acceso y Visibilidad

Por estar ubicado en un área comercial tiene un fácil acceso, como avenida principal tenemos al norte la Av. Colon, al occidente la Av. 12 de Octubre, al sur la Av. Patria y al oriente la Av. 6 de diciembre. El tránsito en estas avenidas es muy alto, existiendo ciertas horas de alto de tráfico.

1.4.3. Parqueaderos

A pesar de contar con un parqueadero propio es importante considerar espacios de parqueadero externos que faciliten la comodidad del cliente. En la zona donde estará ubicado el restaurante existen varios estacionamientos públicos. (Municipio de Quito)

1.5. NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

El norte es Quito moderno, con los edificios, los centros de compras, el centro financiero y los centros de negocio importantes. Al Norte de Quito está el nuevo Aeropuerto en Tababela, de donde muchos visitantes arriban y salen del Ecuador, Centralmente localizado, este también es un excelente punto de transferencia, desde donde puede iniciar un sin número de interesantes viajes.

Conocido por los turistas como "New Town". En el norte de la ciudad se concentra la actividad financiera de la ciudad, estando los principales edificios de oficinas en el sector de Ñaquito. Aquí se encuentran el Parque La Carolina, el enorme Parque Metropolitano, el complejo turístico Ciudad Mitad del Mundo y en construcción el Nuevo Parque Bicentenario. Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Ministerio de Turismo.

Barrios de la Zona Norte

- La Mariscal
- La González Suárez
- El Batán
- Las Casas
- Bellavista
- Guápulo
- Ñaquito
- Quito Tennis
- La Florida
- San Carlos

- Cotocollao
- Comité del Pueblo
- Ponciano
- El condado
- Carcelén

Fuente: Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Municipio de Quito.

1.6. LUGARES TURÍSTICOS DEL NORTE DE QUITO

Uno de los barrios más cosmopolita del Quito es, sin dudas, La Mariscal. Se puede visitar la feria del diseño independiente que se da cita en la Plaza Foch, el corazón de La Mariscal, para admirar la creatividad e innovación de los artistas ecuatorianos. También se puede visitar La Galería Ecuador Gourmet para encontrar diferentes restaurantes sorprendentes y poder hacer compras, ya que existe toda una gama de productos gastronómicos ecuatorianos finamente elaborados.

- **La Carolina**

Espacio verde de carácter público del Norte de la ciudad de Quito, Está ubicado en la zona de Ñaquito, es a su vez una de las áreas verdes más importantes de la urbe teniendo dentro de este lugares importantes para el turista y visitante. Fuente: Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Corporación vida para Quito.

- **Jardín Botánico de Quito**

Estructura de acero y vidrio que está ubicada entre las zonas de Aeróbicas y de la Laguna. En este oasis, manejado por el Club de Jardinería de Quito, se puede apreciar y conocer la más amplia variedad de orquídeas y otras especies de flora que habitan en las cuatro regiones naturales del Ecuador. En las áreas verdes que circundan al Orquideario, está dispuesta una representación de los distintos escenarios ambientales ecuatorianos. Fuente: Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Corporación vida para Quito.

- **Vivarium**

Ubicado en la zona Aeróbica, sobre la avenida Amazonas. Es una entidad adscrita al Museo Ecuatoriano de Ciencias Naturales, aunque se trata de una versión un tanto diferente de este, pues alberga en su pequeña casa de estilo colonial a varias especies de reptiles y anfibios. Es un lugar frecuentado continuamente por escuelas y colegios en visitas de estudios. Fuente: Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Corporación vida para Quito.

- **Parque Náutico.**

Se encuentra dentro de la zona de la Laguna. Se trata de una pequeña edificación que cuenta con un pequeño muelle, en la que se pueden rentar botes de remo, botes de pedal y bicicletas de agua, además del resto del equipo para pasear por la laguna. Cuenta también con un restaurante. Fuente: Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Corporación vida para Quito.

- **Parque Bicentenario**

Este es un gran parque de 125 hectáreas, tiene equipamiento para un centro de convenciones en las 11,4 hectáreas donde estuvieron los terminales de pasajeros nacionales e internacionales es el parque más grande del país. Fuente: Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Corporación vida para Quito.

- **El Teleférico**

No existe mejor forma de apreciar la ubicación privilegiada de Quito en medio de Los Andes que desde un coche del Teleférico de la ciudad. Sin olvidar que en el norte se encuentran los principales centros comerciales y lugares de preferencia del turista. Fuente: Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Corporación vida para Quito.

1.6.1. Centros comerciales del Norte de Quito

- **Quicentro Shopping**

Es uno de los centros comerciales más concurridos en Quito, en él encontrará librerías, Sony Center, tiendas de diseñadores exclusivos, delicatessen, así como comida rápida.

- **Centro Comercial Ñaquito (CCI)**

Este paseo comercial ubicado en el norte de Quito, en una importante zona financiera le ofrece, entre sus principales atracciones un cine multisalas denominado Multicines, además de El Teatro. También encontrará tiendas de modas, tecnología, así como también su patio de comidas con distintas cadenas de comida rápida.

- **Mall El Jardín**

Es un Centro Comercial ubicado en plena Zona Financiera y Comercial de la ciudad. El mall cuenta con un variado mix de locales y un gran patio de comidas ubicado en el tercer nivel, donde podrá encontrar sitios de comida rápida, prestigiosos restaurantes y cafeterías gourmet

- **Condado Shopping**

Este Centro comercial se ubica al extremo Norte de Quito, se ha vuelto un punto importante en cuanto a comercio en Quito. Ofrece tiendas exclusivas de ropa, artículos para el hogar, además de Multicines, donde encontrará los últimos estrenos del séptimo arte. Así como también múltiples cadenas de comida.

- **Ciudad Comercial El Bosque**

Se ubica al norte de la capital, siendo uno de los centros comerciales más grandes de Quito con sus más de 400 locales a su disposición. También ofrece 1.100 estacionamientos, además de cómodos accesos y áreas de circulación amplia y confortable. Sus locales varían entre las tiendas de ropa, electrodomésticos, artículos para el hogar, supermercado, etc.

Además tiene patio de comidas donde encontrará una variedad de opciones a la hora de comer.

- **Centro Comercial El Espiral**

Este centro comercial se localiza en el sector de la Mariscal, uno de los sectores más concurridos en Quito cuando se piensa en el entretenimiento. Sus locales varían entre los de ropa, tecnología, juegos en red, tiendas de video.

1.7. DISTANCIA DEL AEROPUERTO DEL NORTE DE QUITO

El Aeropuerto Internacional de Quito también llamado Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, se encuentra localizado en la Parroquia de Tababela, a unos 18 kilómetros al noreste de la ciudad de Quito, tiempo promedio de viaje es de 45 min- 1 hora.

Fuente: <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/informacion.htm>

1.8. POBLACIÓN DEL NORTE DE QUITO

La población total de los habitantes del norte de Quito son 485.505 distribuidos en los barrios antes mencionados.

<http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/informacion.htm>

1.9. LA RESTAURACIÓN

Si tratamos de encontrar el origen de la restauración en un solo lugar o tiempo, se hará imposible, ya que diferentes culturas en diferentes siglos le han dado su aporte al concepto que ahora se conoce como restauración.

En París en 1765, Monsieur Boulanger fue el fundador del primer restaurante propiamente tal, llamado “Champs d’Oiseau”, el cual tenía una inscripción en la puerta que decía: “Venite ad me omnes qui stomacho laboratoratis et ego restaurabo vos”, que significa: “venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo los restauraré”. Por eso es que esta industria es conocida como la restauración. Boulanger servía su famosa sopa llamada “le restaurant divin”, que atrajo a cientos de personas elegantes que no iban a tabernas porque, comúnmente predominaba la bebida antes que la comida. Esa sopa no era

más que una mezcla mejorada de vegetales y hierbas amargas que era preparada por los médicos de la edad media como reconstituyente. (Editorial Océano, p.259)

Cuando empezó a tener éxito, elevó sus precios tan altos, que las personas de sociedad consideraban el visitar el lugar como un signo de distinción. Entonces, amplió su menú, creando un nuevo negocio: el restaurante. Así el restaurante se estableció en Francia, donde muchos chefs que trabajaban para familias privadas, establecieron sus propios negocios o fueron contratados por unos nuevos empresarios, los restauradores.(Editorial Océano, p.259)

“Las necesidades nutricionales de la población humana están condicionadas por genética, actividad física, hábitos alimenticios, circunstancias fisiológicas, disponibilidad de alimentos, clima, medio cultural, etc.”. (López, 2003, p.47)

1.9.1. Restaurantes

Un restaurante es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina. (López, 2003, p.28)

“Pero todo en el restaurante comunica y forma parte de su oferta gastronómica: su entorno, la carta de platos, los clientes, el personal los empleados...” (López, 2003, p.55)

Restaurante buffet. Es posible escoger uno mismo una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio.

Restaurante de comida rápida (fast food). Nacen en EE.UU. a mediados del siglo XX. Como respuesta a la demandad de un segmento de población de bajo poder adquisitivo ofreciendo así comida más económica que el de la restauración tradicional dando así lo Restaurantes informales alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas, pollo, entre otros.(López, 2003, p.28)

Restaurantes de alta cocina (gourmet). Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los

platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maître. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.

Restaurantes temáticos. “Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana.” (López, 2003, p.28)

Take Away: “Son establecimientos dedicados a preparar comida para llevar es decir su producto se consume fuera del local. Estos negocios dan respuesta a las necesidades de la vida cotidiana a la que muchas no tienen tiempo como la cocina.” (López, 2003, p.29).

1.9.2. Restaurantes Temáticos

Cuando hablamos de restaurantes temáticos nos referimos a ciertos establecimientos en especial ya que no solo se identifican porque sirven un tipo de comida en específico sino también al diseño y ambiente tan singular que posee cada uno de estos establecimientos.

Este tipo de restaurantes se han especializado en ofrecer un tipo de comida relacionado con una cultura o país determinado -mexicana, americana, pero también encontramos casos en los que la característica temática viene dada por un tema, como por ejemplo el deporte, la música o el cine. La ambientación del local es fundamental para recrear el ambiente que quieres que tus clientes perciban y disfruten mientras permanecen en el local, por lo que la decoración es sumamente importante. (Editorial Océano, p.268)

Si bien es cierto que los elementos decorativos suponen una gran parte de la inversión inicial, hay que asimilar que se trata de un valor añadido al establecimiento, la base del concepto de negocio y el verdadero reclamo para la clientela, que relaciona mentalmente el ambiente con la gastronomía, apreciándolo mucho más. . (Editorial Océano, p.268)

1.10. CATASTRO

CUADRO GENERAL DE USOS Y ACTIVIDADES PUOS – CIU NIVEL 7

CUADRO No. 3

CLASIFICACIÓN DEL USO INDUSTRIAL

USO: Comercio zonal C

TIPOLOGÍA: Centro de diversión.

USOS PUOS: CZ1B

ACTIVIDADES PUOS: General.

ACTIVIDADES CIU 7: venta de comida y bebidas en Bares-Restaurantes. Para su consumo inmediato.

CÓDIGO CIU 7: H55200201

1.11. RESEÑA HISTÓRICA DE LA GASTRONOMÍA ECUATORIANA.

A pesar de ser un país pequeño, la gastronomía del Ecuador es bastante variada, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (costa, Andes, Amazonía e insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones. En base a las regiones naturales del país se subdividen los diferentes platos típicos e ingredientes principales. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

En base a tres productos de la tierra maíz, papas, porotos. La llegada de España. Fue un encuentro de mundos diferentes, con elementos propios y costumbres diversas. Apenas si atinaron a sobre de su tierra que les recordaban algún lejano parecido: a la palta llamaron pera; a, alcaparra; a la tortilla, pan; a la chicha, vino. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

Nuestros antepasados inmigrantes se plantaron aquí precisamente porque hallaron un medio generoso para su subsistencia: llanuras y florestas tropicales generosas de frutos, valles interandinos templados y benignos para la agricultura, cacería abundante. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

El aporte español a nuestra cocina fue de carácter doble: trajo a nuestro suelo elementos y experiencias europeas y africanos; permitió el intercambio de cosas y animales aborígenes hasta entonces de uso local y limitado. Fue así que nos llegaron cerdos, reses y ovejas, pavos, gallinas, ajos y cebollas, trigo, cebada, habas, coles, tomates, cítricos, plátanos y caña de azúcar. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

El Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se han fundido o, mejor, se han cocido sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

Enriquecida con nuevos elementos, la cocina popular ecuatoriana pudo desarrollar sus propias tradiciones regionales, inventar nuevas viandas y cocinar tierna y amorosamente, durante tres siglos, los potajes de la suculenta gastronomía nacional. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

Uno de los hechos más significativos fue la adaptación popular del chanco, el borrego, los pavos y las gallinas. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

La comida ecuatoriana actual es, pues, el resultado de una rica tradición culinaria, en la que se combinan sustancias y costumbres de varios continentes, mezcladas sabiamente en el crisol del buen gusto popular. Una cultura auténtica, macerada por siglo, en la que nada falta salvo, quizá, un vino generoso y de factura propia. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

La gastronomía de Ecuador es una cocina donde predomina la variedad de ingrediente, debe tenerse en cuenta que en el Ecuador, el pescado es un producto fundamental por las costas del Océano Pacífico así como las islas Galápagos, segundo a los Andes y por último la selva Amazónica. La cocina gira en torno a estas tres fuentes de ingredientes, haciendo que las personas y las etnias de la zona puedan elaborar diversos platos autóctonos. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

La gastronomía en Ecuador es rica, abundante, destacando la diversidad de ingredientes con los que se elaboran sus platos, entre los que se encuentran los pescados y marisco, las carnes de cordero, cerdo, vaca y pavo, las papas, maíz, frutas y verduras.

En la cocina ecuatoriana se utiliza mucho las especies como el ají, cilantro, perejil, canela, etc., dando así un excelente sabor a sus platos. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

En esto, como en todo, fue un encuentro de mundos diferentes, con elementos propios y costumbres diversas. Y los conquistadores, absortos ante un mundo exuberante que no alcanzaban a entender, apenas si atinaron a sobre nombrar frutos y comidas de América tomando como ejemplo las cosas de su tierra que les recordaban algún lejano parecido: a la palta llamaron pera; a la quinua, arroz pequeño; al mamey, melocotón; a la tuna, higo; a la flor de maguey, alcaparra; a la tortilla, pan; a la chicha, vino. Pasada la sorpresa, los europeos se adhirieron con entusiasmo a los frutos y viandas americanos, y los indios, al menos en esto, lograron un empate que era una victoria. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

La ocasión más fastuosa de la cocina indígena la daban las cosechas. Junto al canto coral de la recolección de papas o mazorcas estaba el lujurioso ají de cuy y hacían acto de presencia los variados potajes de la quinua, la chicha madura en rincones secretos. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

La variedad de combinaciones gastronómicas de frutos del mar que se elaboró con toda esta riqueza de productos fue sorprendente. Cazuelas de pescado y de mariscos, con salsa picante de achiote y ají. Pescado con coco (sustancioso potaje que hoy mismo nos deleita). Salsa en pasta, de maní con harina de maíz (la famosa «sal prieta» de Manabí). Turrone de maní con miel o dulces de maní molido con harina de maíz (el hasta hoy celebrado bocadillo de El Oro y Loja). Y bollos, muchos bollos, hermanos mayores sólo por el tamaño de los chigüiles y tamales serranos. Bollos de pescado, bollos de camote, bollos de yuca, bollos mixtos, todos envueltos en hoja de bijao, tibios y sudorosos compañeros de todo caminante. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

Como se sabe, no hay gastronomía posible sin aderezos. Condimentos y yerbas, salsas y colorantes que despiertan los sentidos para el ceremonial de las comidas. Y es aquí donde el trópico esa explosión de luz y de paisaje, que Gabriela Mistral defendía bravamente destapó sus facundias, prodigándose en yerbas, frutos y esencias lujuriantes: albahaca, ají, culantro, perejil, malvarrosa, arrayán, laurel, romero, achiote, canela, etc. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

La comida ecuatoriana actual es, el resultado de una rica tradición culinaria, en la que se combinan sustancias y costumbres de varios continentes, mezcladas sabiamente en el crisol del buen gusto popular. Una cultura auténtica, macerada por siglos, en la que nada falta salvo, quizá, un vino generoso y de factura propia. Fuente: Centro Comercial el Bosque [folleto] SUKASA. Cocina Nacional.

1.12. REGIONES DEL ECUADOR

1.12.1 La Región Andina o Sierra

Imagen 3: Mapa de la Región Andina

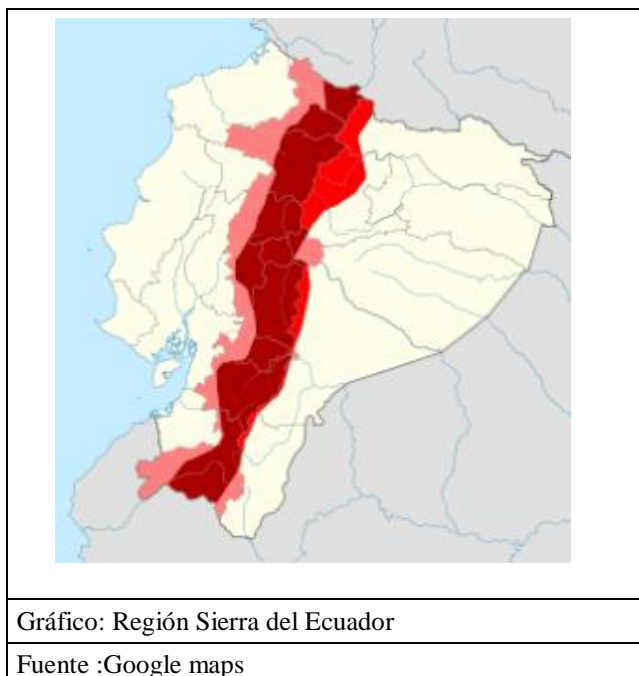


Tabla 4: Provincias de la Región Andina o Sierra

SIERRA - ANDINA ca	
Provincia	Capital
Carchi	Tulcán
Imbabura	Ibarra
Pichincha	Quito
Cotopaxi	Latacunga
Tungurahua	Ambato
Bolívar	Guaranda
Chimborazo	Riobamba
Cañar	Azoguez
Azuay	Cuenca
Loja	Loja
Sto. Domingo de los Tsachilas	Santo Domingo
Fuente: [Folleto del Misterio de Turismo]	

La Región Interandina del Ecuador es una de las cuatros regiones naturales de dicho país. Comúnmente conocido como Sierra. Tiene sus orígenes en las culturas Incaicas y pre-incaicas que fueron enfrentadas en su tiempo con la conquista española. La serranía ecuatoriana se extiende por los Andes que atraviesan de norte a sur al Ecuador. Está conformada por las provincias Pichincha, Carchi, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay, Loja, Imbabura, Bolívar y Cotopaxi.(Davies, 2000, p.67)

Entre las elevaciones más importantes están el Pichincha y el Cotopaxi. En esta Región se encuentra Quito que es la Capital del Ecuador. Internacionalmente esta región se caracteriza por el turismo de Aventura y de riesgo, ya que sus nevados y volcanes llegan a los 5000 metros de altura, son considerados como retos y desafíos por deportistas extremos, Es maravilloso pensar que en la mitad del mundo se puedan disfrutar de sitios donde la aventura no tiene límites . (Davies, 2000, p.28)

1.12.1.1. Turismo

La región turística de la Sierra se destaca por conservar ecosistemas únicos de páramo alto andino, cumbres y valles de gran valor escénico, lo que se complementa con la artesanía, la gastronomía y otras expresiones culturales de una vivencia progresista. Se pueden admirar las hermosas lagunas de Mojanda, Cuicocha, San Pablo; la renombrada feria de Otavalo, con

su fabuloso mercado artesanal; Cuenca, la tradicional ciudad colonial; el Valle de Vilcabamba, un paraíso de la longevidad. Espectaculares cumbres mundialmente famosas hacen del Ecuador un destino atractivo para los amantes de la montaña y de la aventura en este magnífico entorno natural.

1.12.1.2. Plato típico de la Región Sierra del Ecuador

Sopas

- Fanesca (semana santa)
- Sopa de habas
- Yahuarlocro (Sopa a base de borrego, en la que se utiliza sangre)
- Repe blanco
- Locro de Papas (Quiteño y cuencano)
- Caldo de 31
- Ají de cuy
- Ají de carne
- Timbushca (sopa)

Platos Principales:

- Mote pillo
- Cascaritas
- Hornado Pastuso
- Chucchucaras
- Cecina
- Llapingacho
- Timbushca (sopa)
- Conejo asado de ficoa
- Gallina de Pinllo
- Plato ambateño (Las tortillas con chorizo)
- Chanfaina
- Tortas de papas (llapingachos)

Bebidas

- Chicha de jora
- Canelazos
- Draquesitos (bebida de cuenca)
- Jugos de temporada

1.12.2. La Región Amazónica

Imagen 4: Mapa de la Región Amazónica



Tabla 5: Provincias de la Región Amazónica

ORIENTE - AMAZÓNICA	
Provincia	Capital
Sucumbíos	Nueva Loja
Napo	Tena
Pastaza	Puyo
Orellana	Francisco de Orellana
Morona Santiago	Macas
Zamora Chinchipe	Zamora
Bolívar	Guaranda
Fuente: [Folleto Ministerio de Turismo]	

Está formada por 7 provincias. Presenta una variedad de flora y fauna única en su especie. La mayor actividad de la zona es la explotación de los campos de petróleo del Ecuador, su clima es tropical húmedo lluvioso con amplia riqueza natural en la que se destacan ríos, árboles de cedro, caoba, canelón y laurel. (Deler, 2000, p.74).

Encontramos tribus milenarias en su habitat natural, las cuales aún conservan sus costumbres ancestrales. Sus pueblos son productores de vasijas de barro, tejidos y muchas artesanías que son muy valoradas por los turistas. La región Oriental del Ecuador es ideal y se recomienda por sus lugares llenos de aventura para el turismo extremo y de aventura.(Davies, 2000, p.153)

Davies(2000) señalo que “Misahuallí es un pueblo demasiado turístico rodeada de una selva poliada y sin fauna es un lugar estratégico para aventuras en la selva”.(p.169-170).

1.12.2.1. Turismo

Entre las principales atracciones de la Amazonía, encontramos su gran diversidad de flora y fauna, una variedad de grupos étnicos y áreas protegidas naturales como el Parque Nacional Yasuní, declarado por la UNESCO como Reserva de Biósfera, el cual entre otros

forma parte del gran sistema nacional de áreas protegidas del Ecuador. La principal ruta turística es el río Napo, el más grande tributario del río Amazonas.

1.12.2.2. Plato típico de la Región amazónica del Ecuador

Sopas

- sopa de cachama
- Ayampaco
- Sopa de armadillo

Platos Principales

- Seco de Guanta
- maito de carachama
- chontacuro
- Maito de guanta
- Trucha
- Maito de tilapia
- Ceviche de palmito
- ceviche de hongos
- ceviche de caracol
- guanta asada
- armadillo

Bebidas

- chicha de yuca
- chicha de Chonta
- chicha de caña

1.12.3. La Región litoral o Costa

Imagen 5: Mapa de la Región litoral o Costa

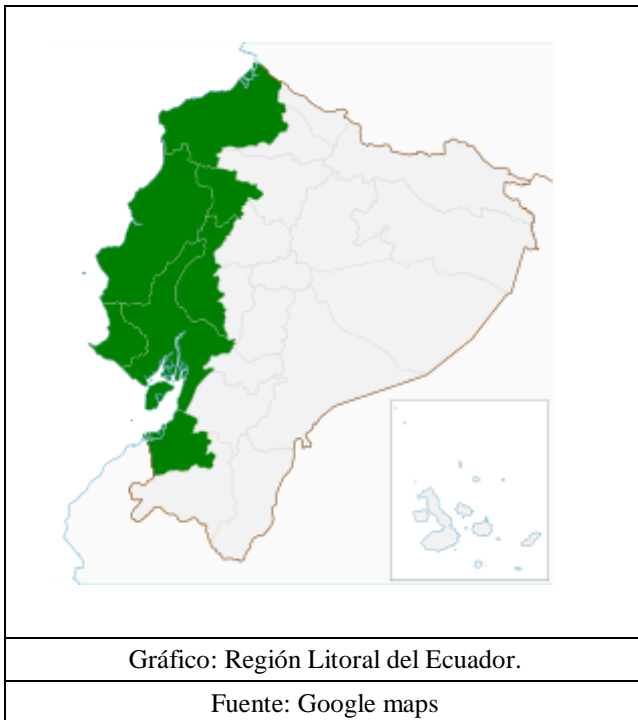


Tabla 6: Provincias de la Región litoral o Costa

COSTA - LITORAL	
Provincia	Capital
Esmeraldas	Esmeraldas
Manabí	Portoviejo
Guayas	Guayaquil
Los Ríos	Babahoyo
El Oro	Machala
Santa Elena	Santa Elena
Fuente: [Folleto Misterio de Turismo]	

Está conformada por 6 provincias, cada una de ellas representada por su variedad de riquezas naturales y turísticas. El clima es variado según los meses del año. Puede ser húmedo, caluroso, seco, lluvioso, frío, esto permite que el turismo visite por temporadas específicas. (Deler, 2000, p.96).

“El verdor de la costa Ecuatoriana contrasta con grandes espacios de la sierra. La costa se caracteriza por sus amplias y hermosas playas. Además de la producción de la tierra y el turismo.”(Aráuz, 1999, p.22).

Esta región es la puerta de entrada del mundo a través de sus puertos. Otro de sus atractivos es el desfile que realizan las ballenas por las playas de Puerto López. La infraestructura hotelera está capacitada para recibir gran cantidad de visitantes, así también como los hostales y hosterías que se encuentran más enfocadas al turismo ecológico.

1.12.3.1. Turismo

A lo largo del litoral costero de Ecuador, se distingue dos ecosistemas adicionales caracterizados por las entrantes de manglar y otras áreas, las playas y acantilados. Son lugares que el turista prefiere para relajarse del stress de la vida diarias. (Deler, 2000, p.187)

1.12.3.2. Plato típico de la Región Costa del Ecuador

Sopas

- encebollado de albacora
- crema de zapallo
- cangrejada
- caldo de salchicha
- menestrón
- sancocho
- sopa de bagre
- sango de camarón
- sango de pescado

Platos Principales

- Tigrillo

- arroz con menestra carne, pollo, chuleta, pescado.
- ceviche de camarón
- ceviche de concha
- ceviche de calamar
- ceviche de pulpo
- ceviche de ostión
- ceviche mixto
- Guatita
- cazuela de pescado
- encocado de camarón, pescado, mixto
- arroz marinero
- seco de gallina
- chuzos
- bollo de pescado
- bolon de chicharon

Bebidas

- Guarapos
- Limonada
- Jugos de frutas de temporada.

1.13. MARCO CONCEPTUAL

A

Artesanía: Arte u obra de los artesanos.

Atmosférica: presión que ejerce la atmósfera sobre todos los objetos inmersos en ella. Su valor normal al nivel del mar es de 760 mm Hg o 1013 mbar.

B

Buffet: Comida, por lo general nocturna, compuesta de platos calientes y fríos, con que se cubre de una vez la mesa.

C

Carbón de arrayán: especies de la comida.

Capilla: Edificio contiguo a una iglesia o parte integrante de ella, con altar y advocación particular.

Catástrofe: Suceso infausto que altera gravemente el orden regular de las cosas.

Contemporánea: Pertenciente o relativo al tiempo o época en que se vive.

Conventos: Casa o monasterio en que viven los religiosos bajo las reglas de su instituto.

Cosmopolita: Que es común a todos los países o a los más de ellos.

D

Delicatesen: Alimentos selectos.

Descensos: Acción y efecto de descender

Dramaturgo: Autor de obras dramáticas.

E

Emperador: Título de mayor dignidad dado a ciertos soberanos.

Evocar: Traer algo a la memoria o a la imaginación.

F

Fast food: Comida rápida.

Fundador: Que inician algo.

H

Hectárea: Medida de superficie equivalente a 100 áreas.

I

Intrincada: Enredado, complicado, confuso.

L

Legado: Persona que una suprema potestad eclesiástica o civil envía a otra para tratar un negocio.

M

Maître: Jefe de comedor en un restaurante.

Maito: Comida tradicional ecuatoriana envuelta en hoja de plátano.

Memorable: Digno de memoria.

Meseta: Planicie extensa situada a considerable altura sobre el nivel del mar.

Misiones: Acción de lograr algo.

Muchedumbre: Abundancia y multitud de personas o cosas.

P

Poliada:

R

Restauración: Historia de los restaurantes.

S

Segmento: Porción o parte cortada o separada de una cosa, de un elemento geométrico o de un todo.

T

Templos: Edificio o lugar destinado pública y exclusivamente a un culto.

Tigrillo: Comida típica de la costa del Ecuador.

U

Urbana: Perteneciente o relativo a la ciudad.

1.14. MARCO LEGAL

1.14.1 Requisitos para apertura de Restaurantes por parte de Ministerio de Salud.

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Copia del RUC actualizado del establecimiento
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
- Copia del certificado ocupacional de salud anual emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud de los empleados
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)

1.14.2. Registro Único del contribuyente

"Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria."

Para obtener el RUC se requiere:

- Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario.

1.14.3. Patente Municipal de Quito

Este comprobante de pago emitido por la Administración zonal o pág. www.quito.gob.ec correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patentes municipales se cancela para poder ejercer una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito. Se lo obtiene e inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación, presentando varios requisitos.

1.14.4. Permiso Sanitario de Funcionamiento y Cuerpo de Bomberos

El 16 de febrero del 2010, el objetivo fue regular la parte procedimental de los requisitos de las actividades económicas con el Ministerio de Interior de esa manera modificar procedimientos.

Es así que en el 2014 el procedimiento de la PLUAE funciona al 100%

Una vez obtenido todos los documentos e ingresados al sistema legalmente. El UAE verifica lo requisitos dentro del sistema municipal (los componentes del UAE son los Bomberos y Medio Ambiente)

En ese momento les aparece la opción de realizar las inspecciones tanto de Bomberos como del Ambiente o Sanitario, son trámites aleatorios.

La LUAE tiene como vigencia por 4 años.

1.14.5. Sanción de Cuerpo de Bomberos

Revocatoria: una vez relazada la inspección por el cuerpo de bomberos, tienen ellos la autoridad de darle o no otra inspección, cuando los bomberos ponen NEGADO no hay otra inspección y pierde el UAE.

1.14.6. Registro Sanitario

Es obligatorio obtener el Registro Sanitario cuando se elaboran productos alimenticios procesados. Es decir, hay una gran diferencia con el Permiso Sanitario, que sirve para el funcionamiento del local que expende alimentos.

Requieren Registro Sanitario: Los alimentos procesados y aditivos alimenticios; cosméticos; productos higiénicos o perfumes; productos naturales procesados; plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, que se expendan al consumidor bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas; medicamentos; Productos naturales de uso medicinal; dispositivos médicos; reactivos bioquímicos; y, toxicología.

Tabla 7: Costos de Registro Sanitario

Extranjeros	568,11
Industrias Grandes Nacionales	426,08
Pequeña Industria	320,00
Artesanos	63,92

Fuente: Instituto Nacional de Higiene

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

1.14.7. Régimen del suelo del Distrito Metropolitano de Quito

El suelo es el soporte físico territorial para la implantación de diferentes usos y actividades y, cuya habilitación para tal fin se dará en concordancia con lo que dispone en el Régimen del Suelo del Distrito Metropolitano de Quito y la Ley de Régimen Municipal.

La utilización del suelo y en especial su habilitación y edificación, deberán producirse en la forma y con las limitaciones que establezcan la ordenación territorial y de conformidad con la clasificación y calificación del suelo, que se establecen en el Plan General de Desarrollo Territorial (PGDT) y en el Plan de Uso y Ocupación de Suelo (PUOS).

En función de su aprovechamiento, el suelo se clasifica en urbano, urbanizable y no urbanizable.

- a) Suelo urbano.- Es aquel que cuenta con vías, redes de servicios e infraestructuras públicas y que tenga ordenamiento urbanístico definido y aprobado como tal.
- b) Suelo urbanizable.- Son aquellas áreas que el Plan General de Desarrollo Territorial del Distrito destina a ser soporte del crecimiento urbano previsible, bajo las normas y en los plazos que establezca el PGDT de acuerdo a las etapas de incorporación
- c) Suelo no urbanizable.- Son aquellas áreas del Distrito Metropolitano que por sus condiciones naturales, sus características ambientales, de paisaje, turísticas, históricas y culturales, su valor productivo, agropecuario, forestal o minero no pueden ser incorporadas en las categorías anteriores.

A cada uno de estos suelos pueden asignarse usos por el establecimiento de una zonificación de acuerdo a las características de ocupación y utilización de los predios.

1.14.8. Permiso de Turismo

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en los mismos.

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos

En la Ley de Turismo se establece en el Capítulo II De las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen en el Art. 5 que se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento;
- Servicio de alimentos y bebidas;
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones

Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

<http://www.ministeriodeturismo.gov.ec>

1.14.9. Permiso del Ministerio de Salud

Establecimientos que deben obtener permisos:

- De servicios de salud públicos y privados.
- Farmacéuticos.
- De medicamentos homeopáticos.
- De productos naturales de uso medicinal.
- De cosméticos y productos higiénicos.
- De atención veterinaria.
- De alimentos.
- Comerciales y de servicios.
- Servicios de turismo.
- Escenarios permanentes de espectáculos.

El Ministerio de Salud en el acuerdo ministerial 818 solicita los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. MACRO ENTORNO

Para la realización del presente acápite se utilizó el análisis PEST, el cual es una herramienta de análisis del entorno de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive del mercado en el que se encuentra nuestro negocio, y en consecuencia, la posición potencial que ocupa este. PEST significa los factores: Políticos, Económicos, Sociales y tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encontrará el negocio.

2.1.1. Económicos

El análisis de las factores económicos es de gran importancia ya que determina la necesidad, interacción de las empresas con la economía, así, la tasa de interés o de inflación puede representar una amenaza o una oportunidad de beneficio en las empresas de negocios financieros.

2.1.1.1. Inflación

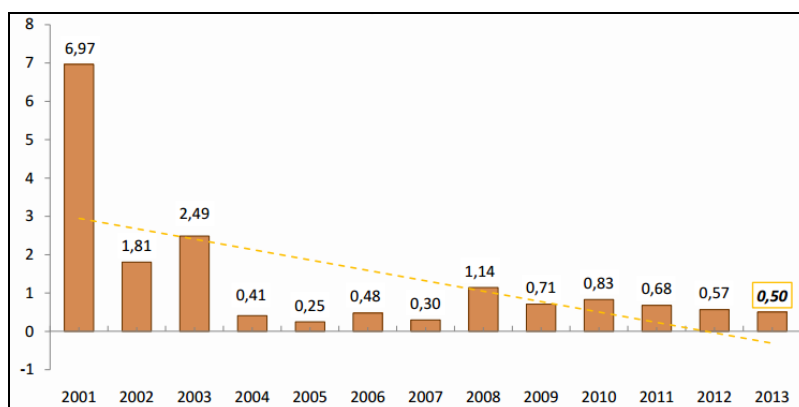
Se puede definir a la como un aumento sostenido del nivel general de precios a través del tiempo.

Es una medida estadística que su medición se realiza a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecidas a través de una encuesta de hogares.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, también por el elevado déficit fiscal, inconsistencias en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (Banco Central del Ecuador, 2014)

Según datos oficiales del Banco Central del Ecuador (2014), la inflación acumulada 0.5%, que en los meses de enero corresponde al mismo valor de la inflación mensual, es la menor registrada en el período 2008-2012.

Imagen 6: Inflación acumulada en Enero de cada año (Porcentajes 2001-2013)



Fuente: INEC (2014)

Tabla 8: Variación de la Inflación acumulada, referencia mes de Enero

Años	Inflación acumulada en enero de cada año (porcentajes 2001-2013)	Variación
2010	0,83	
2011	0,68	0,15
2012	0,57	0,11
2013	0,50	0,07

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Fuente: INEC (2014)

Interpretación: En función de lo expuesto anteriormente ha existido una disminución a partir del año 2010 al 2013 en cuanto a la inflación acumulada, las variaciones en estos períodos han ido disminuyendo. Por lo cual se puede apreciar una baja general de los precios del mercado. Esta notable variación está dada por los cambios que se han suscitado con la aplicación de diversas leyes por parte del gobierno actual. En función de estas cifras se puede deducir que existiría suficiente dinero circulante en manos de los consumidores. La medida de impulsar la producción nacional, con el cambio de matriz productiva en concordancia con el Plan Nacional del Buen Vivir ha ayudado a reducir la inflación de un año a otro.

2.1.1.2. Canasta básica y vital

La canasta básica y vital es el conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo final de los hogares de un país. Estos bienes y servicios permiten calcular el IPC y consecuentemente la inflación, tal y como se expuso anteriormente.

Imagen 7: Canasta Básica Vital

COSTO DE CANASTA BÁSICA Y VITAL (En US\$)						
	feb-11	feb-12	nov-12	Dic-12	Ene-13	feb-13
Ingreso Familiar	\$ 492,80	\$ 545,07	\$ 545,07	\$ 545,07	\$ 593,60	\$ 593,60
Costo Canasta Básica	\$ 551,24	\$ 583,27	\$ 596,42	\$ 595,70	\$ 601,61	\$ 602,07
Restricción de consumo	-\$ 58,44	-\$ 38,20	-\$ 51,35	-\$ 50,63	-\$ 8,01	-\$ 8,47
Costo Canasta Vital	\$ 395,04	\$ 418,82	\$ 434,04	\$ 431,32	\$ 435,47	\$ 436,27
Restricción de consumo	\$ 97,76	\$ 126,25	\$ 111,03	\$ 113,75	\$ 158,13	\$ 157,33

Fuente: INEC (2014)

Ingreso familiar: Suma de todos los sueldos, salarios, ganancias, pagos de interés, alquiler, transferencias y otras formas de ingreso de una familia en un periodo determinado.

Restricciones de consumo: es la reducción o limitación de acceso, en este caso a un bien o servicio.

Interpretación: La canasta básica familiar como se puede observar ha tenido incrementos mensuales y anuales, a pesar de que estos incrementos no han sido excesivos, existe una gran repercusión al momento de hacer una comparación con los ingresos ya que éstos han tenido pequeños incrementos anuales que no abastecen a la fijación de precio de esta canasta.

La canasta básica vital ha sido tomada en cuenta para este análisis, ya que al observar los ingresos familiares que tienen la población y sus restricciones de consumo, se puede tener una idea general en cuanto a la capacidad del individuo para requerir los servicios del proyecto tomando en cuenta su liquidez y solvencia.

2.1.1.3. Tasas de interés

La tasa de interés representa el costo del dinero en el tiempo, es decir, es el valor que se tiene que pagar al recibir cierta cantidad de dinero en forma de préstamo.

La tasa de interés es un factor económico, cuando son altas, los consumidores se abstienen de realizar compras a largo plazo.

Tasas Activas: Es el porcentaje que el Sistema Financiero cobra por los préstamos que emite a las personas ya sean naturales y jurídicas, los mismos que son controlados por la Superintendencia de Bancos.

Se las calcula tomando referencia los datos que le proporcionan las Instituciones del Sistema Financiero al Banco Central del Ecuador, información que se genera diariamente por medio de las operaciones consolidadas del sector corporativo y de consumo.

Tasas Pasivas: Es el porcentaje que el Sistema Financiero paga a las personas naturales o jurídicas por los ahorros depositados, controlado igualmente por la Superintendencia de Bancos.

Las tasas de interés a pesar que tienden a la baja, se las considera relativamente altas en comparación a otros países, tomando en cuenta que algunos negocios no se rigen directamente por medio de la Superintendencia de Bancos es importante destacar que sirve como referencia para definir la tasa de interés que se aplicará en la misma.

Imagen 8: Tasas de interés 2013

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.2	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.3
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.5
Microcrédito Acumulación Simple	25.2	Microcrédito Acumulación Simple	27.5
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.5
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.6	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Referencia BCE: Se ha tomado la siguiente imagen del Banco del Ecuador para observar que no ha existido ninguna variación en cuanto a estas tasas, ni mes a mes ni anualmente

Imagen 9: Comparación de tasas

Tasa Activa		Tasa Pasiva	
FECHA	VALOR	FECHA	VALOR
Enero-31-2014	8.17 %	Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	8.17 %	Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	8.17 %	Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	8.17 %	Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	8.17 %	Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	8.17 %	Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	8.17 %	Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	8.17 %	Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	8.17 %	Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	8.17 %	Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	8.17 %	Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	8.17 %	Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	8.17 %	Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	8.17 %	Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	8.17 %	Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	8.17 %	Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	8.17 %	Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	8.17 %	Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	8.17 %	Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	8.17 %	Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	8.17 %	Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	8.17 %	Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	8.17 %	Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	8.17 %	Febrero-29-2012	4.53 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Tabla 9: Variación de las tasas de interés

Años				
Tasas	2011	2012	2013	Variación
Tasa activa	8,17%	8,17%	8,17%	-
Tasa pasiva	4,53%	4,53%	4,53%	-

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Interpretación: Como se puede observar en la tabla elaborada con los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador, en los últimos 3 años no ha existido ningún tipo de variación en cuanto a la tasa activa y pasiva. Identificándose así que las tasas de interés estarían estabilizando a un número lo cual ayuda al proyecto a ser mucho más competitivo en el mercado financiero al manejar tasas menores o en este caso constantes.

Respecto al proyecto, se puede analizar que existe actualmente un equilibrio en cuanto a estas tasas, ya que en relación a las tasas activas, el porcentaje de cobro de los préstamos han sido los mismos en este lapso de tiempo. Mientras que las tasas pasivas el porcentaje que se da por ahorros depositados tampoco ha tenido ninguna variación.

a) Salario nominal

El salario nominal está definido como la retribución del patrón al trabajador en moneda de curso legal del monto establecido por la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, o por el contrato colectivo de trabajo o por el contrato individual de trabajo que se haya fijado en su lugar de trabajo.

En el Ecuador, el salario nominal del sector privado lo fija anualmente el Consejo Nacional de Salarios CONADES; los ajustes se realizan en función de la inflación y de parámetros de productividad que tienen relación con el Producto Interno Bruto (PIB).

En el año 2007, el salario nominal se ubicó en promedio en USD 198.26, en tanto que en el 2012, se situó en USD 340.47, en la actualidad es de USD 354.00 lo que representa un incremento de USD 155.26.

Tabla 10: Salario Nominal

Años	Salario nominal (2007-2012)	Variación
2009	254,21	
2010	279,85	25,64
2011	307,83	27,98
2012	340,47	32,64
2015	354,00	13.53

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Interpretación: Como se puede observar en la tabla ha existido un incremento en la variación del salario nominal.

Dicho incremento año tras año está en función de la inflación y de diferentes parámetros de productividad que tienen relación con el Producto Interno Bruto PIB; creándose así algunas amenazas que afectan al proyecto como:

- Debido al incremento al costo de la vida, los hogares prácticamente no dispone de dinero para el ahorro, lo que disminuye los valores en la cuenta de ahorros.
- La disminución del poder adquisitivo debido al encarecimiento del costo de la vida, han dado lugar a que los salarios no cubran las necesidades básicas de las familias, lo que incrementa el riesgo en la recuperación del crédito.

b) PIB

El PIB es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo en términos globales y por rama de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo Producto, que describe los flujos de bienes servicios en el amparo productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales

Esta es la medida que la mayoría de los economistas prefieren emplear cuando estudian el bienestar per cápita y cuando comparan las condiciones de vida o el uso de los recursos en varios Países. La medida es difícil de calcular, ya que un valor en dólares americanos tiene que ser asignado a todos los bienes y servicios en el país, independientemente de si estos bienes servicios tienen un equivalente directo en los Estados Unidos.

Imagen 10: Crecimiento del PIB en porcentajes

Variables	2009 (e)	2010 (e)	2011 (e)	2012 (e)	2013 (e)
A. SECTOR REAL					
Crecimiento real PIB	0.98%	6.81%	5.27%	4.25%	2.05%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Tabla 11: Variación anual del crecimiento del PIB

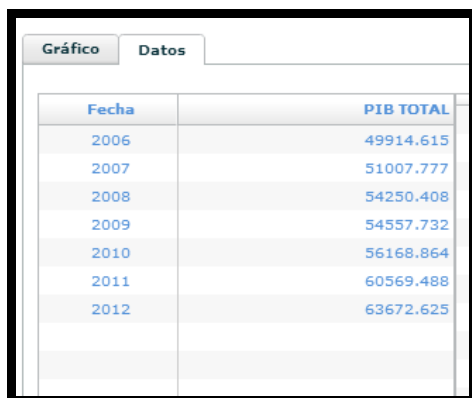
Años	Crecimiento real PIB (2009-2013)	Variación
2010	6,81%	
2011	5,27%	1,54%
2012	4,25%	1,02%
2013	2,05%	2,2%

Elaborado por: Verónica Guanoluiza

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Interpretación: Como se puede apreciar en la tabla de crecimiento económico del PIB tomando como referencia los años seleccionados se identifica un decrecimiento de este indicador en cada período analizado, sin embargo es en la comparación del año 2012 con el 2013 en el que se ha podido identificar una mayor variación, lo que significa que el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final en este período ha disminuido con una variación de 2,2% en comparación al 2012.

Imagen 11: PIB en millones de dólares



Fecha	PIB TOTAL
2006	49914.615
2007	51007.777
2008	54250.408
2009	54557.732
2010	56168.864
2011	60569.488
2012	63672.625

Fuente: (INEC, 2014)

c) **IPC**

El índice de Precios al Consumidor (IPC), es un indicador que mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios, correspondientes al consumo final de bienes y servicios de los hogares de estratos de ingreso: alto, medio y bajo, residentes en el área urbana del país. La variable principal que se investiga es el precio, para los 299 artículos de la canasta fija de investigación.

Imagen 12: Variación anual IPC

Tabla N° 12: ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR -IPC												
AÑO/MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2009	8,36	7,85	7,44	6,5	5,4	4,54	3,9	3,33	3,29	3,5	4,02	4,31
2010	4,44	4,31	3,35	3,2	3,2	3,3	3,4	3,82	3,44	3,46	3,39	3,33
2011	3,17	3,39	3,57	3,9	4,2	4,28	4,4	4,84	5,39	5,5	5,53	5,41
2012	5,29	5,53	6,12	5,4	4,9	5	5,1	4,88	5,22	4,94	4,77	4,16
2013	4,1											

Fuente: (INEC, 2014)

Tabla 12: Variación IPC anual, referencia mes de Enero

Años	IPC	Variación
2009	8,36	
2010	4,44	3,92
2011	3,17	1,27
2012	5,29	2,12
2013	4,10	1,19

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Interpretación: Como se puede observar en la comparación de los datos, se ha visto que el Índice de Precios al Consumidor presenta una disminución del mismo para la mayoría de los años comparados, sin embargo esta variación ha disminuido para el período 2012-2013.

En este caso el IPC ha venido disminuyendo, por lo que esto representa una mala señal ya que nos indica que la economía no va del todo bien como debería, ya que se ve

afectada la solvencia y liquidez de los clientes, en este caso del negocio ya que afecta su poder adquisitivo.

2.1.2. Sociales

El análisis debe tomar en cuenta factores como: conflictos regionales, intereses grupales, étnicos, religiosos. Grado de consensos sociales y políticos. Nivel de vida de la población, expectativas populares. Características de la población, en cuanto a distribución, densidad, crecimiento, edad promedio.

Para determinar efectivamente el riesgo social de un País se deben entender los conflictos que rigen la sociedad y su capacidad de movilización en cualquier forma que pueda ocurrir. Se debe entender la forma de llegar o perder el poder, como se crean o destruyen los consensos, como pueden cambiar las normas y valores. En definitiva, se trata de establecer lo más objetivamente posible, cuales son las fuerzas que mueven a la sociedad, cual ha sido su comportamiento histórico y cuáles podrían ser sus tendencias.

Entender la idiosincrasia de la gente y cuáles son sus principales móviles de comportamiento es indispensable.

2.1.2.1. Demografía y sociedad

El Ecuador bordea una tasa de crecimiento intercensal anual de 1.95% de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). El país se caracteriza por ser multiétnico y pluricultural, existe la presencia de diversas razas y un gran número de grupos indígenas, asentados en tres regiones del país, excepto la región insular.

Imagen 13: Principales etnias

Principales Etnias	
• Mestizos	65% (Amerindios y blancos)
• Indígenas	25%
• Blancos	7%

• Afro	3%

Fuente: (INEC, 2014)

2.1.2.2. Población urbana y las principales ciudades

A continuación se detallan los principales grupos indígenas y culturales asentados en el Ecuador por regiones:

Según datos del INEC, el 75% de la población reside en los centros urbanos, mientras que el 25% habita en la parte rural del país. Los ecuatorianos están concentrados principalmente en las regiones de la Costa y la Sierra.

Las principales ciudades del Ecuador, consideradas así por el número de habitantes y por la actividad económica que desarrollan son las siguientes:

Imagen 14: Población urbana y las principales ciudades

PROYECCIÓN POBLACIONAL DE PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR	
AÑO 2013	
Ciudad	Población
GUAYAQUIL	2,531,223
QUITO	2,458,900
CUENCA	558,127
PORTOVIEJO	300,878
MACHALA	266,638
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	403,063
AMBATO	356,009

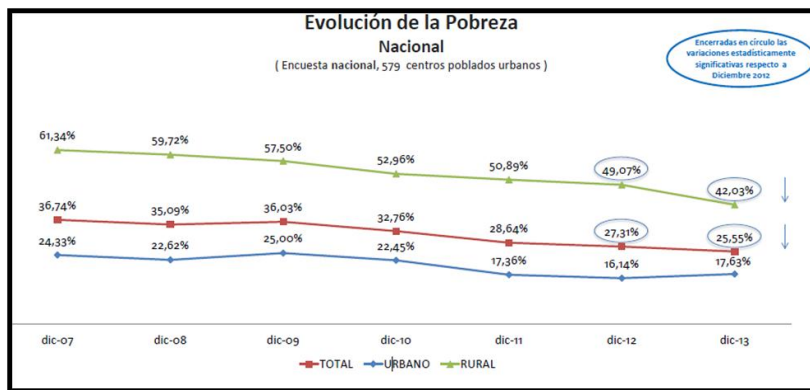
Fuente: (INEC, 2014)

2.1.2.3. Pobreza Nacional

Los indicadores de pobreza constituyen una herramienta básica en la planificación, evaluación, seguimiento y diseño de políticas sociales.

La pobreza nacional total en Diciembre del 2013 se ubicó en 25,55%, 1,76 puntos porcentuales menos que lo registrado en Diciembre del 2012 cuando alcanzó 27,31%.

Imagen 15: Evolución de la pobreza Nacional



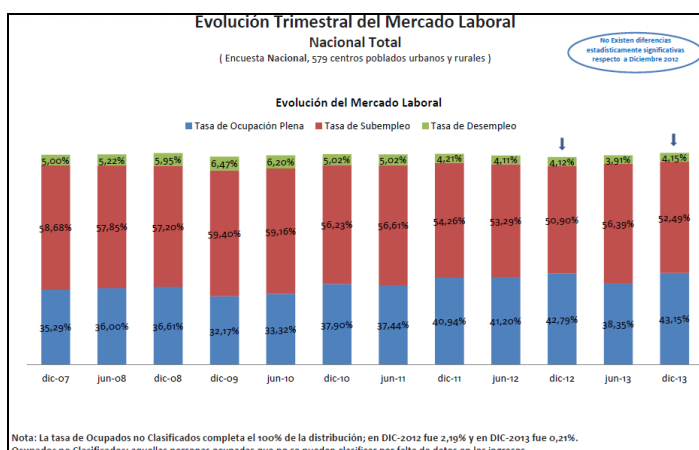
Fuente: (Ecuador en cifras, 2014)

Interpretación: Pese a la disminución del índice de pobreza que se ha tenido últimamente, todavía se mantiene un porcentaje de pobreza considerable por lo cual perjudica al negocio, debido a que los futuros clientes no podrán tener un nivel de ahorro sostenible, o a su vez no tendrán capacidad de pago, disminuyendo el ahorro.

2.1.2.4. Mercado laboral

El análisis del mercado laboral es indispensable para tener referencias en cuanto a las tasas de ocupación plena, las tasas de subempleo y las tasas de desempleo.

Imagen 16: Mercado laboral



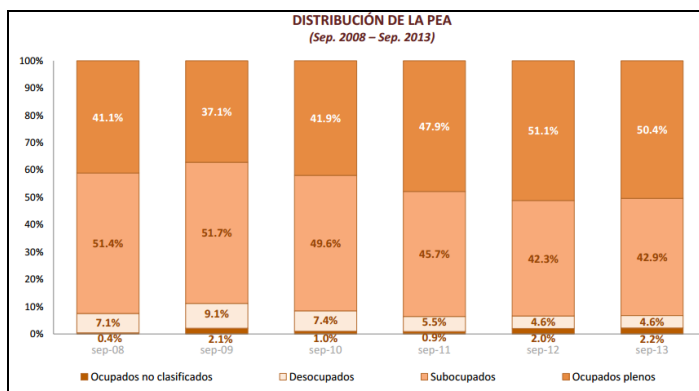
Fuente: (Ecuador en cifras, 2014)

Interpretación: Es trascendental hacer hincapié en las tasas de desempleo existentes, ya que es una problemática que cae en un círculo vicioso afectando a todas las demás variables existentes. Como se puede observar en el gráfico al finalizar diciembre del 2013 la tasa de desempleo se ha incrementado por lo que se puede afirmar que esta considerable parte de la población queda imposibilitada para ahorrar, afectando así el poder adquisitivo.

2.1.2.5. Población activa (total, por sectores, desempleo)

A continuación se pueden observar los datos de la población activa en Ecuador. Diferenciándose en ocupados no clasificados, desocupados, sub ocupados y ocupados plenos.

Imagen 17: Población activa Ecuador



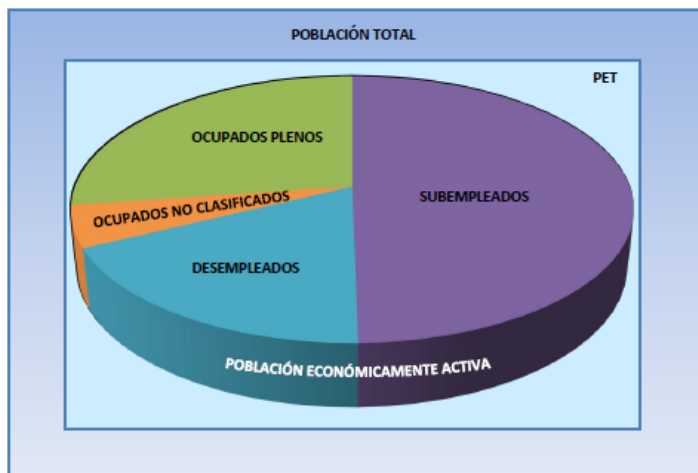
Fuente: (BCE, 2014)

Interpretación Si se llega a invertir más dinero para combatir este problema, el proyecto se verá beneficiado, ya que se disminuiría el nivel de desempleo incentivando al ahorro a aquellas personas que se encontraban sin un trabajo estable.

¿Cómo se divide la Población Económicamente Activa (PEA)?

A continuación se presenta un gráfico de cómo se encuentra dividida la Población Económicamente Activa.

Imagen 18: División de la PEA

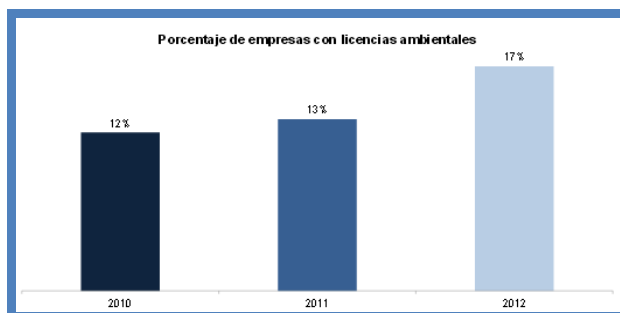


Fuente: (Ecuador en cifras, 2014)

2.1.3. Ecológicas y Ambientales

2.1.3.1. Factor Ambiental

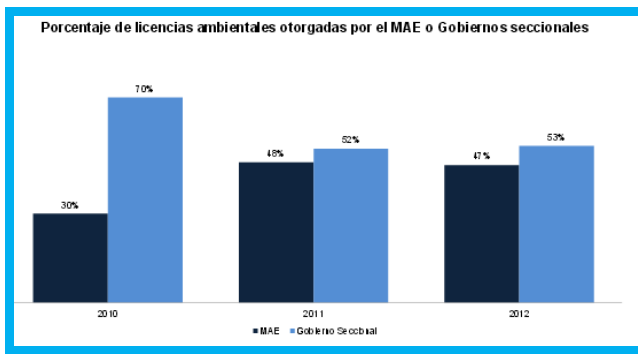
Imagen 19: Empresas con licencias ambientales



Fuente: (INEC 2012)

Interpretación: Como se aprecia en el gráfico, el porcentaje de empresas con licencia ambiental aumentó de 12% en el año 2010 a 17% en el año 2012.

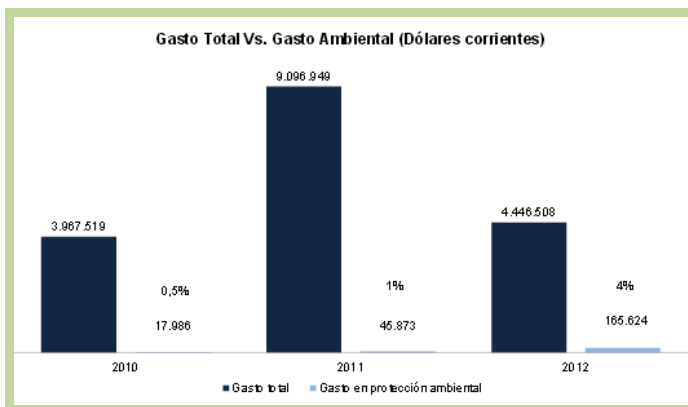
Imagen 20: Licencias ambientales otorgadas



Fuente: (INEC, 2012)

Interpretación: En la ilustración se puede observar que en los años 2010, 2011 y 2012 el mayor porcentaje de licencias fueron otorgadas por gobiernos seccionales.

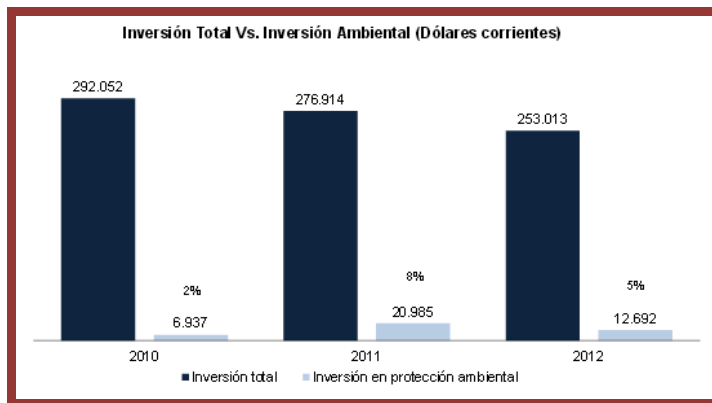
Imagen 21: Gasto Total vs. Gasto Ambiental



Fuente: (INEC, 2012)

Interpretación: Se puede observar que la proporción de gasto en actividades de protección ambiental aumentó en 0,5% en el año 2010 hasta 4% en el año 2012.

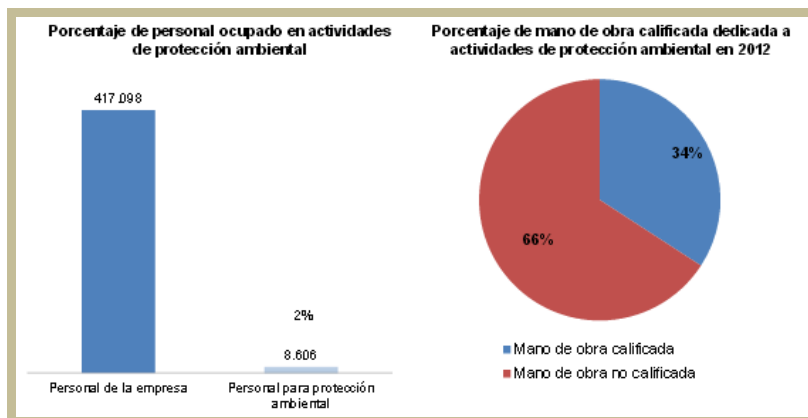
Imagen 22: Inversión Total vs. Inversión Ambiental



Fuente: (INEC, 2012)

Interpretación: El gráfico anterior nos indica que la proporción de la inversión en actividades de protección ambiental aumentó de 5 en 2010 hasta 8% en 2011, pero se redujo a 5% en el año 2012.

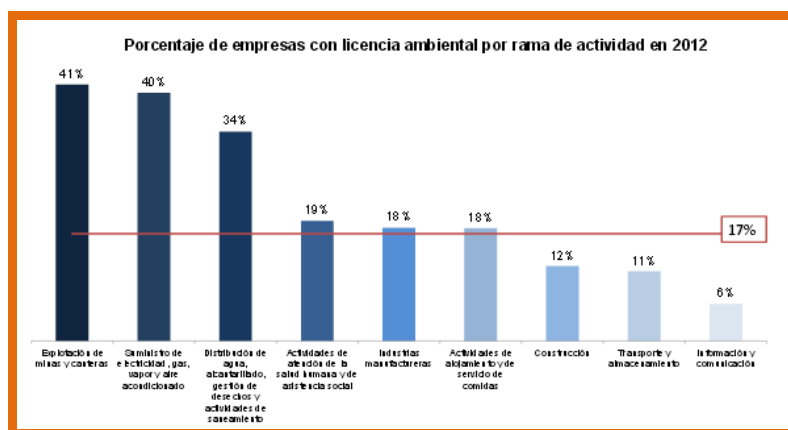
Imagen 23: Personal ocupado en actividades ambientales



Fuente: (INEC, 2012)

Interpretación: Podemos observar que en el año 2012, el 2% del personal de las empresas se dedicó a tareas de protección ambiental. De estos un 3,4% fueron mano de obra calificada.

Imagen 24: Empresas con licencia ambiental



Fuente: (INEC, 2012)

Interpretación: El gráfico muestra que en el año 2012, el 17% de las empresas cuenta con una licencia ambiental, por rama de actividad. Se puede apreciar que el sector de actividades de alojamiento y de servicio de comidas el 18 % de las empresas posee la licencia ambiental.

Como se puede ver en los gráficos anteriores, varias empresas han adoptado como política interna el análisis del factor ambiental, sin embargo es un aspecto que aún no ha sido optado por todas las empresas, para este proyecto es indispensable tener políticas ambientales debido a las actividades que realizan y el sector al que pertenecen.

2.1.3. Tecnológicas

En el país actualmente existe una bajísima inversión en innovación tecnológica, esto lo demuestra la tabla presentada a continuación en donde se destaca la inversión que se está haciendo en el país en materia de Investigación y Desarrollo, medida en función del PIB.

Imagen 25: Inversión en I+D, en % del PIB

Inversión del país en I y D	% del PIB
Brasil	0,91
Chile	0,68
Ecuador	0,06
España	1,07
Estados Unidos	2,7
Promedio Latinoamérica	0,62
Deseable, según la UNESCO	1

Fuente: (Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología, 2014)

Adicionalmente a los indicadores de inversión en I+D, el diagnóstico comprendió dos evaluaciones complementarias. Inicialmente se realizó una investigación directa a una muestra representativa de los sectores productivo y universitario del país, para identificar los principales problemas del sistema nacional de innovación. En una segunda etapa, se trabajó con un grupo interinstitucional de organismos públicos y privados en la formulación del Programa de Innovación Tecnológica, a través de la metodología de matriz de marco lógico, que prevé un análisis preliminar de causa - efecto y la consecuente identificación de los componentes y las actividades del Programa.

2.1.3.1. Identificación de principales debilidades del Sistema Nacional de Innovación:

- Muy bajo nivel en Investigación. Elevada edad media de los investigadores;
- Especialización en industrias tradicionales;
- Escasez de incentivos o ayudas a la innovación y al emprendimiento;
- Como que la innovación tecnológica no es parte de la cultura y de la gestión empresarial, salvo contadas excepciones;
- Pocas empresas multinacionales. Escasa participación en redes internacionales;
- Poca asistencia pública a la innovación y ayudas poco adaptadas a las necesidades de las PYMES locales;
- Objetivos del Sistema de Innovación nada claros;
- Falta de ayudas a la exportación;
- Pocos servicios de consultoría; escasa demanda y oferta;
- Pocos Centros Tecnológicos;
- Ausencia de una estrategia que integre a los empresarios;
- Sistemas financieros poco desarrollados.

2.1.3.2. Análisis causal de los factores de mayor incidencia en el problema central detectado: “Limitada capacidad de generar ventajas competitivas de las empresas nacionales”

- La innovación tecnológica no es parte central de la cultura empresarial;

- Desarticulación del sistema nacional de innovación tecnológica;
- Gestión tecnológica no está incorporada a la gestión empresarial;
- Escasos procesos de transferencia tecnológica en el Sistema de Innovación;
- Limitados Recursos humanos calificados en la gestión de la tecnología;
- Falta de incentivos a la innovación tecnológica;
- Exigua asistencia técnica en gestión tecnológica a la industria.

Como consecuencia de lo anterior, se identificaron como efectos principales los siguientes:

- Bajo nivel de valor agregado en la producción de bienes y servicios;
- Bajo posicionamiento tecnológico a nivel internacional;
- IyD desvinculada de las necesidades del sector productivo ;
- Baja productividad de la industria manufacturera;
- Balanza de pagos desequilibrada;
- Entorno desfavorable al emprendimiento de base tecnológica ;
- Desaprovechamiento de oportunidades empleo calificado

Analizando a la innovación en particular, como uno de los factores de la competitividad, según la metodología del Foro Económico Mundial, la posición competitiva en el país es todavía más crítica, pues como se aprecia la tabla (última columna), Ecuador está en el puesto 105 de los 125 países evaluados.

Imagen 26: Posición competitiva del factor tecnológico

Posición competitiva, por factor 										
	GCI	1 Instit.	2 Infra.	3 Macr	4 EdPr	5 EdSu	6 EfMe	7 PrTe	8 NeSo	9 Innov
FINL	2	1	10	12	7	1	17	12	11	4
USA	6	27	12	69	40	5	2	8	8	2
CHILE	27	25	35	7	57	40	24	35	30	39
ESP	28									
MEX	58									
COL	65	68	75	65	88	69	51	65	48	57
PER	74	96	91	49	48	72	66	69	47	92
VEN	88									
ECU	90	116	94	21	41	97	112	88	82	105

Fuente: World Economic Forum

Fuente: (World Economic Forum, 2014)

Por ello es imperioso contar con un Programa de Innovación Tecnológica, con el fin de desarrollar la capacidad innovadora de las empresas del sector productivo del país y fortalecer el Sistema Nacional de Innovación, lo que incidirá en el mejoramiento de la competitividad del país.

Interpretación: Ecuador de manera general muestra un nivel bajo en el acceso y desarrollo de la tecnología.

El bajo uso de las herramientas tecnológicas y la falta de inversión en el desarrollo tecnológico son los principales problemas que afronta el país.

De estos factores deriva el limitado desarrollo productivo que ha tenido el sector privado.

Las empresas han reducido las inversiones en tecnología y maquinaria para ampliar sus negocios. No ha existido elaboración de productos con valor agregado y se depende de las ventas externas de materias primas.

El proyecto deberá aprovechar de la mejor manera el nivel de competitividad que se vive día tras día en este mundo globalizado, mejorando su servicio, esta entidad deberá beneficiar el segmento y llegar a un nivel de colocación cada vez mayor.

CONCLUSIÓN

En Ecuador el Sistema Financiero Nacional es uno de los sectores que mayores avances tecnológicos han tenido en los últimos años, ha implementado algunas redes de consulta de saldos, transacciones y transferencias a través de Internet, lo que ha facilitado de gran manera la vida de los clientes. Estos sistemas poseen un poderoso centro en el cual se procesan y se almacenan aquellas operaciones llevadas a cabo por la institución, con controles que protege la información y sus niveles de seguridad.

La mayoría de empresas tienen soluciones tecnológicas sencillas para satisfacer los servicios que presta a sus clientes, sin embargo se ha tomado en cuenta que a largo plazo

existe la posibilidad de que el sistema computarizado será limitado debido a que éste no es integrado en varios de los casos.

En el sector de servicios de comidas actualmente son pocas las empresas que han llegado a invertir en sistemas de información computarizados en red que les permitan una mayor eficiencia en el flujo de información y ahorro de tiempo, esto no está contemplado aun como una ventaja competitiva.

A manera de resumen indicaremos las posibles amenazas que se podría tener en cuanto al factor tecnológico:

- En ocasiones representa un verdadero inconveniente para las empresas el factor tecnológico, ya que es totalmente notorio que se requiere de un capital alto para la innovación tecnológica, ya que esto reprime la adquisición de buena tecnología.
- La empresa conformada debe implementar una página web que contenga información sencilla, completa y adecuada que permita a los clientes adquirir conocimientos acerca del negocio.

2.1.4. Políticas

El estado ecuatoriano que es el regulador de las políticas ha pasado en su historia por muchos hechos que han enriquecido la actual situación política de este país.

Este gobierno es de origen democrático y como presidente actual está constituido el Economista Rafael Correa Delgado, quien promovió la última asamblea constituyente en donde por consulta popular la ciudadanía aceptó lo que la asamblea propuso.

El gobierno actual ha dado acceso a préstamos hipotecarios para vivienda de hasta quince años plazo, es decir que demuestra entre sus políticas principales están el que los ciudadanos tengan acceso a una casa aunque es claro entender que solo la población económicamente activa es la que puede acceder a estos.

El ambiente político del país se ha visto inmerso en cambios.

Los últimos 13 años se han dado lugar a varias irregularidades en los periodos del gobierno, desde el derrocamiento del Dr. Jamil Mahuad en el 2000, de los 4 presidentes sucesores, 3 no han cumplido su período y únicamente el Presidente actual.

El 17 de febrero de 2013, Rafael Correa fue reelegido como el presidente de Ecuador con más del 56.7% de los votos, con lo que se aseguró el mandato ininterrumpido más largo de la historia ecuatoriana.

- El mismo ha efectuado varias reformas políticas:
- Creación y reestructuración de Ministerios
- Cambios del Congreso Nacional por la Asamblea Constituyente
- Nueva constitución, aprobada en el año 2008 por referéndum
- Consulta popular del 2011 para aprobación de reformas a la constitución del 2008
- Nuevas leyes y modificaciones a las leyes existentes, por ejemplo: leyes de Servicios Públicos, Ley orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular solidario.

La agenda del gobierno para los próximos cuatro años parece bastante clara.

La tónica de los últimos años continuará, tanto en los aspectos positivos, como la inversión social.

2.1.4.1. Gasto social del Ecuador

Según Tallada (2010), mucho se ha criticado al gobierno actual presidido por el economista Rafael Correa respecto al gasto público, dentro del cual se encuentra el gasto social. Es así que en diarios como El Hoy se puede leer “Durante décadas, muchos analistas y políticos demagogos han sostenido que la solución "revolucionaria" para la salud y la educación en el Ecuador es solamente cuestión de incrementos presupuestarios, y surgieron así propuestas que sonaban lindas, como el 30% del Presupuesto del Estado para educación.” (Inversión y gasto social, 2010) Satanizando al gasto social. Por lo que es necesario comparar cómo se ha ido desarrollando el Ecuador en ámbitos como la línea de pobreza e indigencia,

la desnutrición infantil, tasa de analfabetismo los cuales tienen una directa relación. Cabe aclarar que no se busca analizar si se encuentra bien o mal focalizado dicho gasto, sino la relación existente con algunos indicadores sociales.

Según la CEPAL el gasto público social (que corresponde al gasto del gobierno en salud, vivienda, educación y seguridad social) en el Ecuador estuvo siempre por debajo del promedio regional. Al comienzo de la década de los noventa en el Ecuador se invertía en gasto social un valor equivalente al 7,92% del PIB, mientras el promedio regional era de 8,92%.

2.1.4.2. Inversión Extranjera Directa

La inversión extranjera es la colocación de capitales a largo plazo en algún país extranjero, para la creación de empresas agrícolas, industriales y de servicios, con el propósito de internacionalizarse.

Imagen 27: Comportamiento de la inversión extranjera directa

Años	Inversión extranjera directa (en millones de dólares)
2010	158
2011	568
2012	587
2013	476,7

Fuente: (BCE y la CEPAL, 2014)

Imagen 28: Variación Inversión Extranjera Directa

Años	Inversión extranjera directa (en millones de dólares)	Variación
2010	158	
2011	568	410
2012	587	19
2013	476,7	110,3

Fuente: BCE (2014)

Interpretación: En el cuadro se pueden observar los datos tomados de la inversión extranjera, en la que se ha visto un incremento considerable a partir del año 2010, sin embargo la mayor variación se ha dado en el paso del año 2010 al 2011, por lo que se puede afirmar que las empresas si han ido exponiendo sus mercados fuera del territorio nacional.

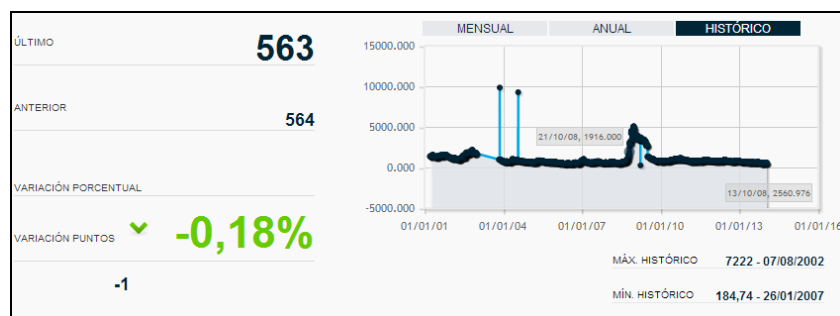
En el caso del proyecto, nos da una referencia de que está creciendo la productividad y el empleo, disminuyendo así el desequilibrio exterior dando la oportunidad de atraer a más clientes, observando que las empresas continúan colocando más dinero en crear nuevas compañías y aumentar así su capital.

2.1.4.4. Riesgo país

El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras.

Cabe mencionar que el índice económico más relacionado con la política y el nivel de inversión, es el Riesgo País.

Imagen 29: Variación del riesgo país últimos años



Fuente: (NEFIR S.A., 2014)

Según el gráfico anterior:

Tabla 13: Riesgo país

Años donde ha existido cambios	Riesgo país
2010	908
2011	845
2012	825
2013	530

Fuente: (NEFIR S.A., 2014)

Elaborado por: verónica Guanoluisa

Tabla 14: Variación del riesgo país

Años donde ha existido cambios	Riesgo país	Variación
2010	908	
2011	845	63
2012	825	20
2013	530	295

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Interpretación: Como se puede observar el riesgo país en Ecuador ha ido disminuyendo a lo largo de los años. Se puede apreciar que ha existido una mayor variación en el transcurso del año 2012 al 2013 con lo que se puede decir que el grado de confianza que Ecuador ha demostrado para que personas extranjeras, naturales o jurídicas, inviertan en esa nación ha incrementado en cierto grado.

En el caso del proyecto, es trascendental ya que los financistas internacionales que pudieran existir, consideran este tipo de riesgo al analizar una solicitud de financiamiento. Un alto riesgo país puede tener como consecuencia un encarecimiento del crédito. Lo peor es que puede traer como consecuencia la negación del mismo. Las posibilidades de inversión se reducen cuando el riesgo país es alto problemas, perfectamente se puede cambiar por otro que brinde el mismo producto o servicio.

2.2. MICROENTORNO

Está conformado por todas aquellas variables sobre las cuales la organización puede influir o actuar de algún modo y que afectan de forma específica las empresas pertenecientes a un mismo sector y sobre los que la organización tiene cierta capacidad de control. Según Porter, los factores son:

2.2.1. Rivalidad de Competencia existente

En el ámbito de influencia del proyecto, existen varios competidores importantes. Su ventaja es que tienen algún tiempo en el mercado y por supuesto una posición en la mente del consumidor. El restaurante que se pretende aperturar será de segunda categoría, su ubicación será al norte de Quito y cuyos servicios están enfocados en comida autóctona de las tres regiones del Ecuador. Por consiguiente la competencia sería la siguiente:

Tabla 15: Competencia Directa

Competencia Directa				
Restaurante	Categoría	Infraestructura	Servicio	Tipo de Comida
Choza	Primera	Tradicional/Moderna	Primera (personal 29)	Ecuatoriana
Mi Cocina	Segunda	Moderno	Primera (personal 35)	Ecuatoriana
El Rincón la Ronda	Primera	Tradicional	Primera (personal 41)	Ecuatoriana
Azúcar Beach	Primera	Tradicional/Moderna	Primera (personal 24)	Ecuatoriana (Costa)
Chez Jerome	Primera	Moderna	Primera (personal 18)	Francesa / Nacional

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 16: Competencia Indirecta

Competencia Indirecta				
Restaurante	Categoría	Infraestructura	Servicio	Tipo de Comida
Cebiches de Rumiñahui	segunda	tradicional	personalizado	costeña
A la buena mesa	segunda	tradicional	personalizado	costa y Sierra
Mama Clorinda	segunda	moderna	personalizado	Autóctona

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

2.2.2. Posibilidad de Competidores Potenciales

Como en este sector las barreras de entrada son relativamente bajas, actualmente se le está promocionando mucho el turismo en Ecuador y más aún conocer los platos y comida autóctona del país, muchas familias podrían intentar acceder a él, de manera que sí que existen muchos competidores potenciales. Lo que para comenzar al ser un restaurante de segunda categoría la inversión inicial es fuerte.

Para fidelizar al cliente se deben establecer estrategias continuas, no tan solo cuando el cliente accede al local por primera vez, ya que se obtiene el resultado contrario si aprecia que no existe un servicio especial cada vez que acude al restaurante.

2.2.3. Posibilidad de productos sustitutos

La capacidad de otros sectores para ofrecer productos que satisfagan las mismas necesidades es otro factor importante para analizar la competitividad del sector.

Por consiguiente se deben distinguir primero las diferentes necesidades que satisfacen los restaurantes:

Ocio: Cuando se analiza el porqué de una salida a un restaurante, es precisamente para compartir en familia, entre amigos, con la pareja, para alejarse de un mundo estresante y de esta forma relajar el cuerpo y el espíritu. Pero fácilmente puede ser sustituido por otra actividad de ocio como el cine, un Spa, o salir a una discoteca entre otros.

Alimentación: Esta actividad es vital para el ser humano, pero si hay personas que trabajan lejos de casa y debe comer cerca del trabajo, el servicio ofrecido por el restaurante puede ser sustituido por comida para llevar o a domicilio, también comida preparada en la propia casa. En el caso de turistas que deben dedicar una parte de su gasto a la alimentación, el caso es similar y pueden satisfacer esta necesidad también por comida para llevar o comprando en el supermercado. Además existen restaurantes familiares de menor categoría que venden a precios bajos que pueden convertirse en productos sustitutos. Así como grandes cadenas de comida rápida, como KFC, McDonald's, entre otros.

Gastronomía: Este aspecto es primordial para un restaurante, pues si la calidad y distinción de sabores y platos de los chef es exquisita, será muy difícil sustituir por otros productos similares en otros lugares.

Como se puede apreciar sí pueden existir muchos productos sustitutos, por lo que la estrategia a seguir debe ser efectiva para que sea baja la necesidad de cambiar de producto.

2.2.4. Poder de Negociación de los Clientes

Cuando un cliente decide acudir a un restaurante siempre optará por la opción más beneficiosa, es decir que encuentre calidad, buen servicio y variedad a buenos precios. Con la propuesta de este restaurante los consumidores encontrarán gran variedad de platos de las tres regiones del país, una comida equilibrada, nutritiva, que lo distingue del resto de los restaurantes de la zona.

El poder de negociación de los clientes en este tipo de negocios es baja, pues los precios están estandarizados y el servicio sí debe ser de gran calidad.

2.2.5. Poder de negociación de los Proveedores

El restaurante puede acceder a una amplia lista de proveedores, que le brinden un servicio oportuno, de calidad, donde siempre cuente con un inventario de productos necesarios para la prestación del servicio de comida típica de las tres regiones. Algunos de los proveedores pueden ser: La Empresa Pública Metropolitana Mercado Mayorista de Quito, Megamaxi, El akí, El Tía, Comisariato, entre otros.

Como existe gran variedad y oferta por parte de los proveedores en cuanto a materias primas, se puede realizar una matriz donde se expongan los mejores precios respecto a calidad para optar siempre por la mejor opción para el restaurante. Por consiguiente el poder de negociación de los proveedores es baja, puesto que si un proveedor da problemas, perfectamente se puede cambiar por otro que brinde el mismo producto o servicio.

2.3. ESTUDIO DE MERCADO.

2.3.1. Objetivo General:

Realizar un análisis y búsqueda sobre las tendencias del mercado y los potenciales clientes de modo que a través de la oferta y la demanda se pueda identificar la demanda potencial insatisfecha.

2.3.2. Objetivos Específicos:

- Identificar los gustos y preferencias de los consumidores que frecuentan el área.
- Observar si las opciones de servicio que brinda el restaurant se enfocan a los gustos de los consumidores que frecuentan el lugar.

Un restaurante es un establecimiento público donde se ofrece a los clientes un servicio alimenticio a cambio de un pago.

La propuesta está dirigida a poner en marcha un restaurante dedicado a la preparación de comida de las tres regiones del país, brindar un producto de excelente calidad, a un buen precio y dirigido a un mercado de buen paladar.

Se buscará introducir los productos de las tres regiones del país en la mente del consumidor, buscando posicionar tanto la comida de las tres regiones del país como el restaurante en sí, que el consumidor cuando piense en este tipo de gastronomía piense en el restaurante, que se pretende abrir.

2.3.3. Investigación de mercado.

2.3.3.1. Segmentación del Mercado.

La segmentación del mercado es vista como los procesos en que se divide o segmenta un mercado, esta puede ser en grupos pequeños, donde sus gustos y necesidades sean semejantes.

Las variables de segmentación más utilizadas en una investigación de mercado son las que a continuación se presentan:

- a) **Geográficas:** analiza o divide al mercado por región, país, provincia, cantón, ciudad, barrio, razas, etnia.

A continuación se expone el análisis en función de esta variable:

Tabla 17: Análisis de la variable Geográfica

VARIABLE	ANÁLISIS
a) Geográficas	
Ciudad	Quito
Sector	Norte
Límites	Al sur Av. Patria, norte El Condado.
Clima	El clima de la zona de ubicación del proyecto, es templado, con un período de lluvias prolongado, la temperatura anual promedio es de 15.8°C. Generalmente es agradable y moderado, lo que contribuye a la vida cultural de la ciudad, a la instalación de restaurantes y bares en la zona.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

- b) **Demográficas:** Referido a la edad, género, distribución de la población, ingresos, educación, etnias, religión, nacionalidad, entre otros.

Por los datos del último censo de población y vivienda del 28 de noviembre del 2010 dirigido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se analizan las siguientes variables:

Población por edad y género:

Imagen 30: Distribución de la población en el Distrito Metropolitano de Quito Según edad y género (Quito Urbano)

Grupos de edad	Hombre	%	Mujer	%
1 año hasta 9 años	146,028.00	18.77	141,743.00	17.08
10 años hasta 19 años	144.943.00	18.63	143.938.00	17.35
20 años hasta 29 años	151,480.00	19.47	158,884.00	19.15
30 años hasta 39 años	117,744.00	15.14	128,473.00	15.48
40 años hasta 49 años	87,990.00	11.31	100,803.00	12.15
50 años hasta 59 años	63,095.00	8.11	72,629.00	8.75
60 años en adelante	66,659.00	8.57	83,325.00	10.04
Total	777,939.00	100.00	829,795.00	100.00

Fuente: Censo Población y Vivienda 2010; INEC

Se muestra la distribución por grupos de edad, también se observa la distribución por sexo, según datos se establece que las mujeres ocupan el 51.61% de la población, mientras que el 48.39% pertenece a los hombres.

Nivel de instrucción: la población de la provincia de Pichincha que cuenta con 5 años o más y de acuerdo al área de residencia, 341.479 de las personas cuentan con un nivel de instrucción Superior, lo que equivale al 15,9% del total de las personas, mientras que 644.089 de ellos su nivel de instrucción es Secundario, lo que equivale al 30% de la población, el resto de la población 90.973 declararon no poseer ningún nivel de instrucción.

Población económicamente activa: Según Gordillo José (1988): “La PEA incluye a todas las personas que participan en la producción económica que normalmente está ocupada o que, estando desocupada busca activamente empleo.” (Gordillo, 1988, pág. 183)

Las personas económicamente activas son a partir de los 15 años de edad, lo que para el estudio que se realizará se tomarán entre 18 a 65 años.

Para Gordillo José (1988) las PEA está conformada por las siguientes categorías:

- Población ocupada: son las personas que trabajan como mínimo la jornada legal de 40 horas semanales o menos de las 40 horas, pero cuentan con un ingreso igual o superior al salario mínimo vital.
- Población desempleada: personas que no tienen trabajo pero lo están buscando.
- Población en subempleo: son las personas capacitadas que no están ocupadas plenamente, por lo que optan por tomar trabajos menores en los que ganan salarios inferiores al salario mínimo básico. (Gordillo, 1988, pág. 184)

La población que es no activa económicamente (No PEA) son todas aquellas personas que no tienen edad de trabajo, y que no han realizado ninguna actividad económica, entre ellos están los estudiantes, amas de casa, jubilados, arrendadores, reclusos, ancianos, inválidos y religiosos.

Índice de pobreza: Las zonas de Quito, con mayor incidencia de pobreza se encuentran ubicados algunos barrios de la ciudad y son las personas que no tienen manera de satisfacer las necesidades básicas de educación, salud, nutrición y vivienda.

Los estudiosos del país tienen a Quito como la segunda capital de provincia de menor cantidad de pobreza, ya que el 11% de la población está asentada en las áreas periféricas de la ciudad.

Coincidentemente este parámetro permitirá que se determine la capacidad de pago de cada uno de los individuos ante el ingreso que perciben.

El gasto en los hogares:

Imagen 31: Población del distrito metropolitano de Quito

	Alimentos y bebidas	Salud	Vestimentas	Transporte	Educación
	23,4	6,9	12,6	10,00	9,8
	Recreación y cultura	Restaurants y hoteles	Servicios y combustibles	Muebles y artículos para el hogar	Otros
	9,0	9,2	3,5	6,00	2,65

Fuente: Censo Población y Vivienda 2010; INEC

Los datos expuestos en el recuadro muestran información con datos históricos del 2013, por lo que se considera que el porcentaje de cada uno de los gastos, según los gustos y necesidades del consumidor, por lo que se puede concluir que el ingreso en los hogares se destina a la alimentación, transporte, vestimenta, la educación y la recreación y visitar restaurants y hoteles. Lo que indica que se puede entrar en el mercado de manera confiada.

Instrucción: Con el Censo de Población y Vivienda que realizó el INEC, se pudo constatar que en la provincia del Pichincha con más de 5 años y de acuerdo al área de residencia, 213,654 personas su nivel de instrucción es Superior, el 349,765 de las personas su nivel de instrucción es Secundario y 20,187 no poseen ningún nivel de instrucción.

Imagen 32: Población del distrito metropolitano de quito.

Nivel de instrucción	
CATEGORÍAS	%
Ninguno	2,12
Alfabetización	1,00

Primario	34,1
Secundario	23,89
Educación Básica	6,5
Educación Media	2,02
Ciclo Post Bachillerato	0,12
Superior	19,20
Postgrado	1,00
Ignorante	7,00

Fuente: Censo Población y Vivienda 2010; INEC

En función de todo el análisis anterior se puede resumir lo siguiente

Tabla 18: Análisis de la variable Demográfica.

VARIABLE	ANÁLISIS
b) Demográficas	
Edad	18-65 años de edad
Sexo	Hombre, Mujer
Ingresos	Más de 600
Ocupación	Empleados.
Educación	Bachiller y/o universitario.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

- c) **Psicográficas:** El mercado se divide en dos grupos, fundamentándose en las características de los compradores como son la clase social, estilo de vida y tipos de personalidad.

Tabla 19: Análisis de la variable Psicográfica.

VARIABLE	ANÁLISIS
c) Psicográficas	
Clase social	Media-Alta, Alta
Personalidad	Calidad, comodidad, excelente servicios y sobre todo gran variedad en los platos.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Clase Social: El estudio está enfocado a las personas que pertenezcan a la clase social media alta y alta de la ciudad, que deseen disfrutar de una gastronomía diferente.

Personalidad: El consumidor potencial del restaurant debe estar orientado a sujetos que busquen calidad, comodidad, excelente servicios y sobre todo gran variedad en los platos.

2.3.3.2. Técnicas de investigación.

La técnica de investigación que se utilizará es la siguiente:

- La encuesta, la misma se aplicará con el objetivo de evaluar las preferencias de los consumidores respecto al restaurante y a los demás de la zona.

2.3.3.4. Tamaño de la muestra:

Para calcular el tamaño de la muestra (n) se va a emplear la siguiente fórmula:

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

Error Máximo Permitido: Será de 0,05.

Tamaño de la población: Se decidió utilizar el tamaño de la población del norte de Quito, desde los 18 hasta los 65 años, la cual se fijó en 432,022 habitantes, se encuentra representado por N.

Nivel de confianza: El nivel de confianza establecido es del 95%, que es igual a 1,96 y está representado por Z.

Probabilidades que presenta el fenómeno: La probabilidades de éxito establecidas son del 50% y el otro 50 % de fracaso, las que se encuentran representados por P y Q.

Determinación del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 432\ 022 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (432\ 022 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{414913,93}{1081,01}$$

$$n = 383,83$$

$$n = 384$$

El número de encuestas a realizarse es la siguiente: 384 personas

En el recuadro anterior se puede observar que la muestra está definida en 384 personas.

2.3.3.5. Modelo del cuestionario.

CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

Señores y señoras, su opinión sobre la creación de un nuevo restaurante que combine y oferte las comidas típicas de las tres regiones del Ecuador, es muy importante para el desarrollo de la presente tesis de grado. A continuación se presenta una serie de aspectos relevantes en este sentido, para que valoren con la mayor objetividad posible el tema planteado.

1. Los datos serán utilizados exclusivamente para el trabajo académico de grado.
2. Lea detenidamente cada aspecto, antes de escribir la respuesta.
3. No deje ninguna pregunta sin responder marcando con una X las respuestas de selección múltiple.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Edad:

De 18 a 20 años _____ De 21 a 33 años _____ De 34 a 49 años _____

Más de 50 años _____

Género:

Femenino _____ Masculino _____

1. Qué tipo de comida prefiere consumir cuando está en un restaurant?

Costeña _____ Serrana _____ Oriente _____

2. ¿Cómo considera en general a los restaurantes que están en el norte de la Ciudad de Quito?

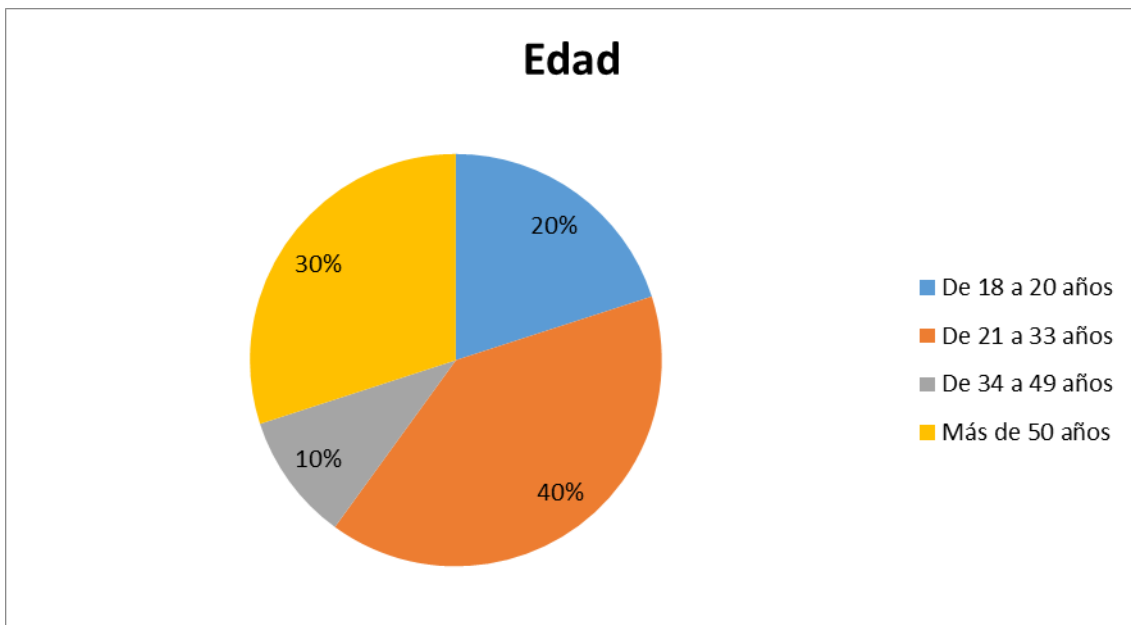
Muy bueno _____ Bueno _____ Regular _____ Malo _____

3. ¿Conoce usted restaurantes que brinden el servicio de comida de las tres regiones del país?
 Sí_____ No_____
4. ¿Considera necesario la existencia en el sector norte de un restaurante que brinde el servicio de comida de las tres regiones del país?
 Sí_____ No_____
5. ¿Qué es más importante para usted cuando va a un Restaurant?
 Calidad_____ Servicio_____ Precio_____
6. ¿Cuánto normalmente usted consume en cada salida a un Restaurante?
 De \$5,00 a \$10,00_____ De \$11,00 a \$20,00_____ De \$21,00a \$30,00_____
 De \$31,00 a \$40,00_____ Más de \$40,00
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por acudir a un restaurante que brinde comidas típicas de las 3 regiones de Ecuador?
 De \$5,00 a \$10,00_____ De \$10,00 a \$20,00_____ De \$20,00a \$23,00_____
 De \$30,00 a \$40,00_____ Más de \$40,00
8. ¿Con qué frecuencia usted asiste a este tipo de restaurants?
 Una vez a la semana_____ Una vez cada 15 días _____ Una vez al mes_____
9. ¿Estaría de acuerdo en acudir a un nuevo Restaurante en la zona norte de Quito y conocer la gastronomía y cultura de las regiones de la Costa, Sierra y Amazonía de Ecuador?
 Sí_____ No_____
10. ¿Por qué vía quisiera conocer los servicios de comida de un nuevo Restaurante de las regiones de la Costa, Sierra y Amazonía de Ecuador?
 Página web_____ Radio_____ Televisión_____ Medios impresos_____

2.3.4. Análisis de los resultados.

Para la realización del estudio de mercado se tomó como muestra a 384 personas. Esto permitió obtener información importante para la decisión de crear o no el restaurant. Los resultados obtenidos son los siguientes:

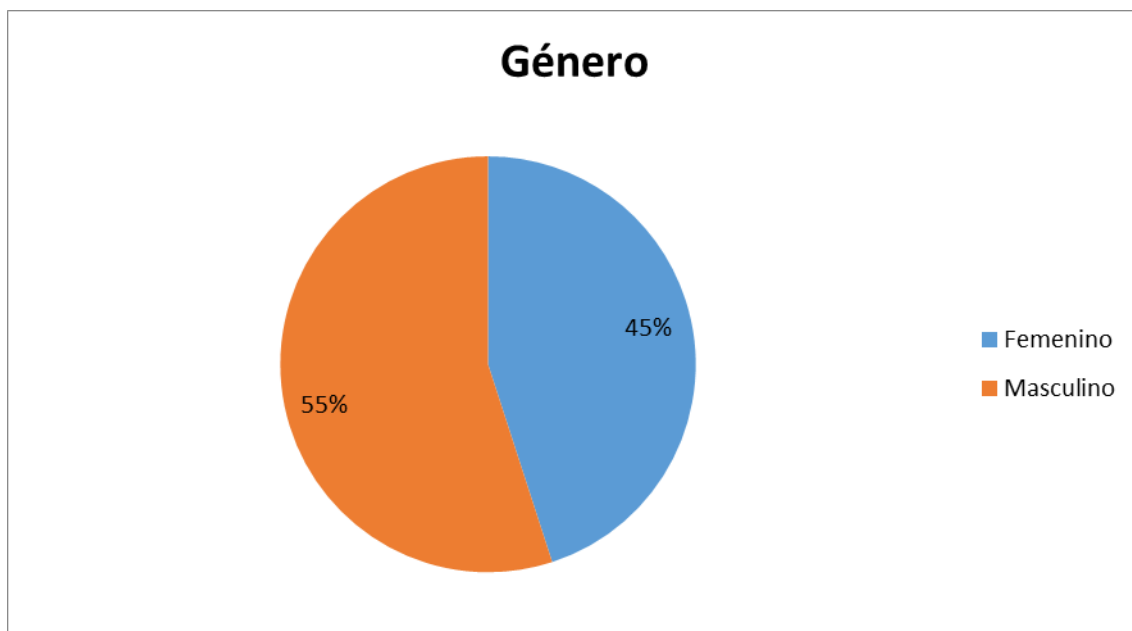
Gráfico N° 1: Edad de los encuestados.



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Alisando los datos obtenidos en la encuesta realizada las personas que acudirían al restaurante serían las que tienen un poder adquisitivo ya que el mayor porcentaje estuvo entre 21 y 33 años que obtuvo el 40%, seguido del 30% con las personas mayores de 50 años, mientras que el porcentaje restante también representa personas con poder adquisitivo.

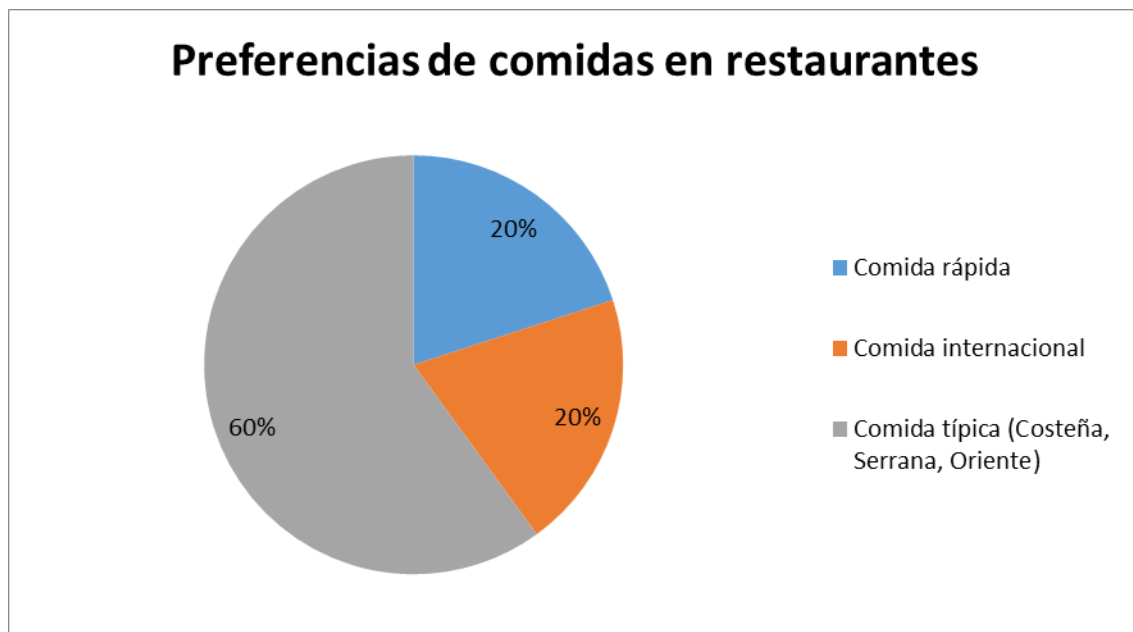
Gráfico N° 2: Género de los encuestados.



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Según los datos obtenidos en la encuesta el 45 % de los encuestados son mujeres y el 55 % son de género masculino.

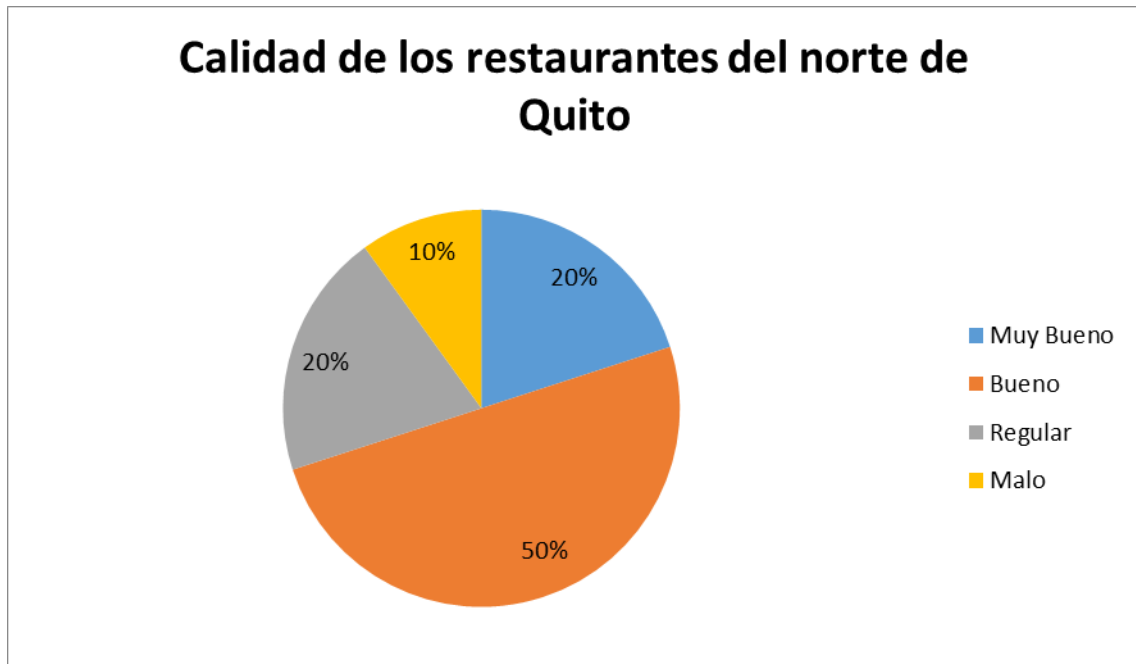
Gráfico N° 3: Qué tipo de comida prefiere consumir cuando está en un restaurant?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

En los resultados de preferencias gastronómicas el 20 % de los encuestados expuso que prefería la comida rápida, mientras que el otro 20 % la comida internacional, siendo así que el 60 % determinó que prefería la comida típica (Costeña, Serrana, Oriente), la que nosotros estamos ofertando.

Gráfico N° 4: ¿Cómo considera en general a los restaurantes que están en el norte de la Ciudad de Quito?

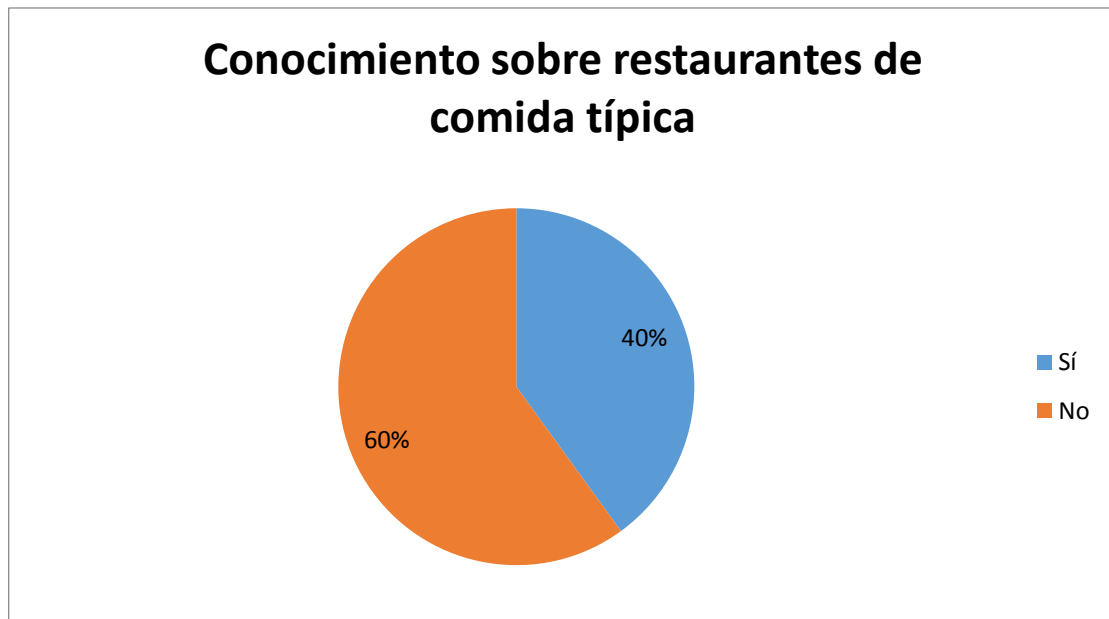


Elaborado por: Verónica Guanoluisa

De los encuestados, un 20% considera a la comida que se oferta al norte de Quito como muy buena, un 50% como buena, el 20% regular y el resto equivalente al 10% como mala.

Por consiguiente se puede aprovechar aquel segmento de mercado que expone que el servicio es regular o malo y convertirlos en clientes del restaurante.

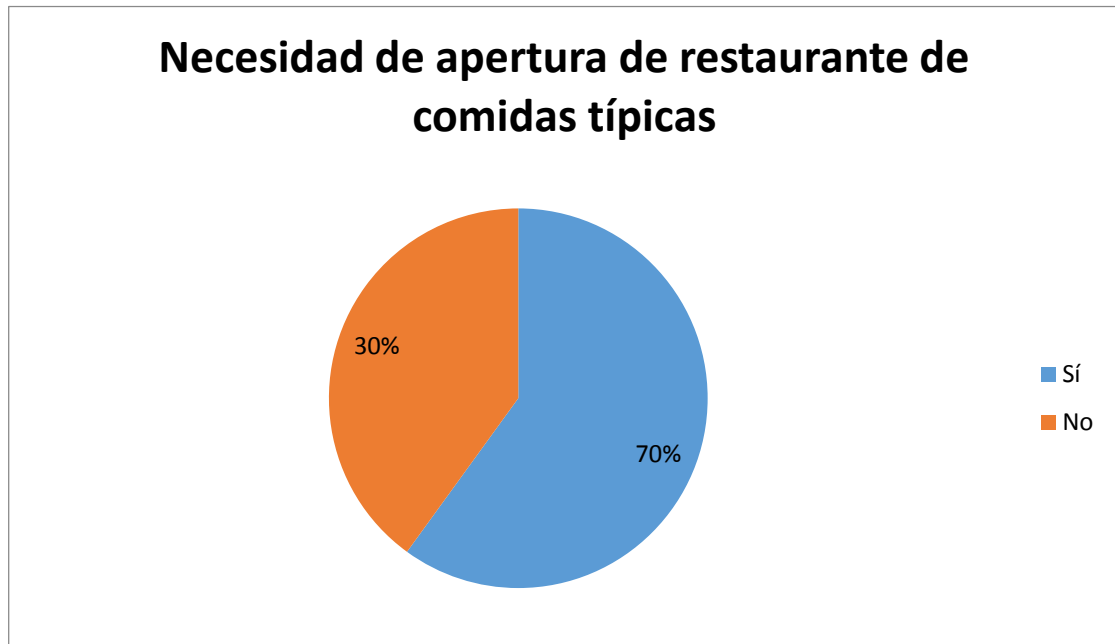
Gráfico N° 5: ¿Conoce usted restaurantes que brinden el servicio de comida de las tres regiones del país?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Exponiendo los resultados de las encuestas un 60% de los encuestados aparentemente conocen restaurantes que ofrecen comidas de las tres regiones del país, siendo que estos son Restaurantes de una o dos regiones nada más pero los encuestados lo englobaron como si fueran de las tres regiones, mientras que el 40% desconoce este tipo de lugares.

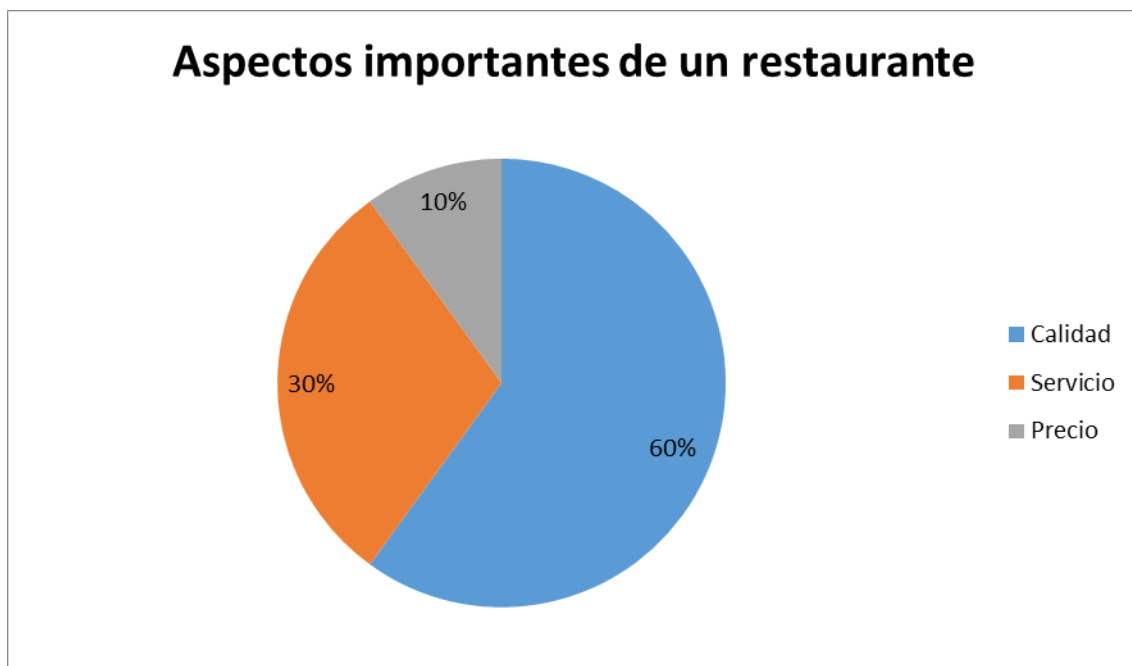
Gráfico N° 6: ¿Considera necesario la existencia en el sector norte de un restaurante que brinde el servicio de comida de las tres regiones del país?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Utilizando los datos de las encuestas un 70% de los encuestados refiere que se necesita de un restaurante que brinde este tipo de comida, ya que la mayoría de los restaurantes brindan platos de una o dos regiones del país en especial Costa y Sierra y la Región oriente casi no existen restaurantes, mientras que el 30% restante no lo cree necesario.

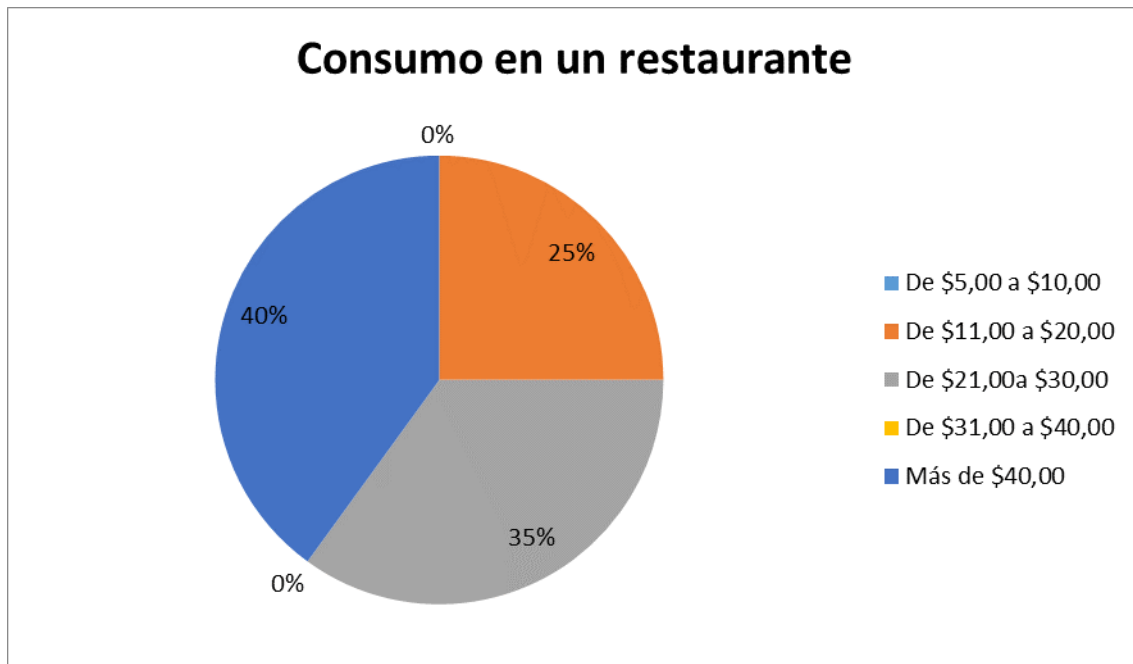
Gráfico N° 7: ¿Qué es más importante para usted cuando va a un Restaurante?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tomando en cuenta los resultados de la encuesta el 60% refiere que lo más importante en un restaurante es la calidad ya que el consumidor considera que es fundamental sobre todo en establecimientos de alimentos y bebidas, mientras que el 30% opta por el servicio, mientras que el resto apuesta por el precio del mismo.

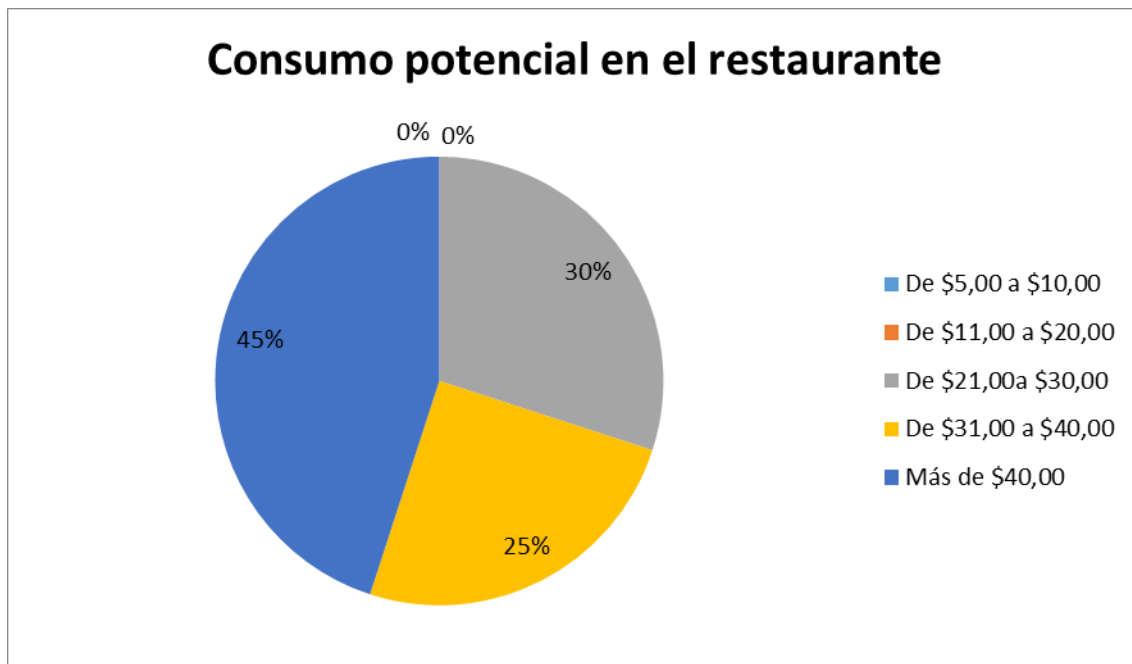
Gráfico N° 8: ¿Cuánto normalmente usted consume en cada salida a un Restaurante?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Según los resultados de la encuesta el 40% refiere que en una salida consume un promedio de más de \$40,00 aproximadamente ya que a un restaurante normalmente van dos o más personas; mientras que un 35% se gasta de \$21,00 a \$23,00 y el resto de \$10,00 a \$20,00.

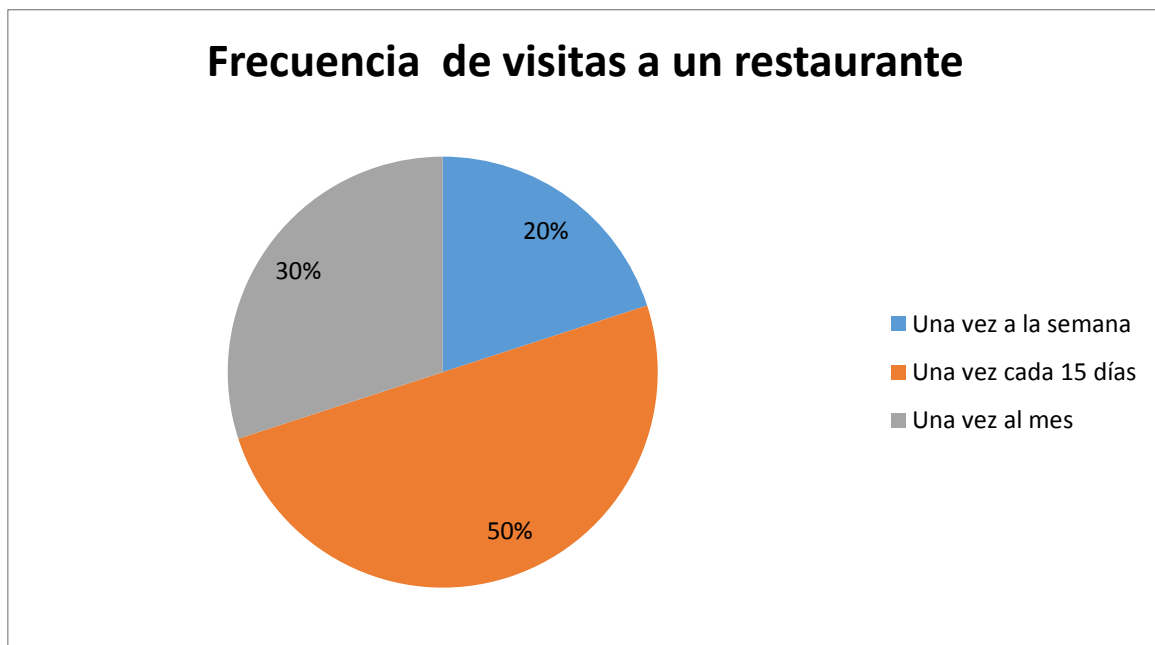
Gráfico N° 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por acudir a un restaurante que brinde comidas típicas de las 3 regiones de Ecuador?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas un 30 % expuso que estaría dispuesto a pagar de \$21,00 a \$30,00, mientras que un 25 % de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$30,00 a \$40,00 y un 45 % estaría dispuesto a pagar más de \$40,00. Tomando en cuenta que en un restaurante de segunda categoría y familiar siempre se va acompañado siendo así este uno de los datos más importantes para el estudio financiero que se desarrollara más adelante.

Gráfico N° 10: ¿Con qué frecuencia usted asiste a este tipo de restaurantes?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

De los encuestados un 50% asiste una vez cada 15 días siendo este un punto muy importante para el proyecto, tomando en cuenta que el 30% de los encuestados va una vez al mes, mientras que un 20% de los encuestados lo frecuentan una vez a la semana.

Gráfico N° 11: ¿Estaría de acuerdo en acudir a un nuevo Restaurante y conocer la gastronomía y cultura de las regiones de la Costa, Sierra y Amazonía de Ecuador?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Bajo los resultados de las encuestas un 75% de los encuestados estaría de acuerdo en acudir a un nuevo restaurante y así descubrir un ambiente mágico el cual expone las regiones del país y de esta manera revivir la cultura y gastronomía, mientras que un 25% de los encuestados no tienen interés en conocer un establecimiento así.

Gráfico N° 12: ¿Por qué vía quisiera conocer los servicios de comida de un nuevo Restaurante de las regiones de la Costa, Sierra y Amazonía de Ecuador?



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Bajo los resultados de las encuestas los consumidores en un 55% les gustaría conocernos por medios impresos como hojas volantes trípticos etc, mientras que un 20% por televisión, y un 20% por página web.

Por los resultados analizados hasta el momento, están creadas las condiciones para la creación de un nuevo restaurante que combine y oferte las comidas típicas de las tres regiones del Ecuador.

2.3.5. Análisis de la demanda.

2.3.5.1. Clasificación de la demanda.

Salas Marcelo (2012) define la demanda como: “(...) las cantidades que se puede comprar a distintos precios en un tiempo determinado.” (Salas, 2012, pág. 12)

Con el análisis de la misma se pretende determinar la cantidad de consumidores que están dispuestos a demandar el servicio y consumir lo que se ofrece, de igual manera se podrá determinar la posibilidad de participación dentro del mercado específico.

De acuerdo a la encuesta aplicada, se define que la población que asiste, compuesta por habitantes de la ciudad de Quito Norte, que su nivel socioeconómico es medio-alto, alto, su edad oscila entre los 18 a 65 años, y los mismos buscan algo bien variado para su alimentación y diversión.

Este grupo de personas constituyen el mercado meta y sobre él se debe implantar estrategias de mercado donde se logre captar dentro del mismo la demanda insatisfecha actual, causa de la falta de servicios con características afines a lo que se propone con esta investigación.

2.3.5.2. Comportamiento histórico de la demanda.

Debido al poco tiempo que tienen las personas en la actualidad, la independencia que han logrado las mujeres, donde ya no se quedan en casa sino que salen a trabajar, se ha apreciado un incremento en los últimos años de la demanda del servicio de restaurantes ha presentado un incremento. Entre semana las personas que laboran acuden a los restaurantes con sus colegas y amigos y el fin de semana lo hacen con su familia.

No se poseen datos históricos de la demanda de forma oficial por organismos gubernamentales, pero la presente investigación se puede apoyar en estudios realizados por Merchán (2011) sobre la demanda histórica de la comida típica ecuatoriana, resultando de la siguiente forma:

Imagen 33: Demanda Histórica

Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Demanda	165.010	169.960	175.059	180.311	185.720	191.292

Fuente: Merchán (2011)

Como se puede observar en la tabla de la demanda histórica esta ha ido en incremento iterativo incremental, lo cual puede estar dado por la preferencia de este tipo de comida, la afluencia de turismo internacional y nacional, así como la mejora de vida de la población, con salarios que permiten que las personas y/o familias acudan a este tipo de establecimientos.

2.3.6. Demanda actual.

Para la determinación de la demanda actual la investigación se basará en los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

El cálculo se determinará centrándose en las preguntas 8 y 9 de la encuesta. Por lo que al hablar de una población o universo para la investigación de 432, 022 habitantes y de acuerdo a los resultados que brindaron las encuestas se determinará que realmente hay una demanda por satisfacer según la pregunta No. 9 de la encuesta, un 75% de los encuestados afirman que desean un restaurante que brinde este tipo de comida.

La pregunta No. 8, en la que se habla sobre la frecuencia con que visitan los restaurantes, un 20 % lo visita semanalmente, un 50% lo visita cada 15 días y el resto equivalente al 30 % lo visita mensualmente. Por lo que este resultado comparado con la frecuencia de consumo establecerá la demanda anual de la siguiente forma:

Tabla 20: Demanda actual

Población Total	432.022	Total de demanda anual
Aceptación del Servicio	75%	
Porcentaje que no han visitado lugares de comida de las tres regiones.	60%	
Población Potencial	194.410	
Semanalmente (20%)	38.882	2.021.864
Quincenalmente (50%)	97.205	2.332.920
Mensualmente (30%)	58.323	699.876
Total	194.410	5.054.660

Fuente: Encuesta aplicada

2.3.7. Demanda proyectada

Para realizar la proyección de la demanda se aplicará el índice de crecimiento poblacional, el mismo se relaciona con el concepto sobre la demanda del mercado, porque la misma se encarga de agrupar a los consumidores individuales, por lo que si aumenta la población, también aumenta la demanda sobre el consumo.

Proyección de la demanda mediante tasas de crecimiento poblacional.

La misma se puede calcular después de haber determinado claramente la proporción de la población que se clasificará como consumidora potencial, conocida la población actual de un área geográfica será fácil de determinar los incrementos de cada uno de los años, ya que su crecimiento es geométrico o exponencial. (Buenfil, 2009, pág. 15)

La ecuación utilizada será:

$$P_n = P_o (1+r*n)$$

P_n- población para el año n

P_o- Población inicial

r-tasa de crecimiento de la población

n- números de años a proyectar.

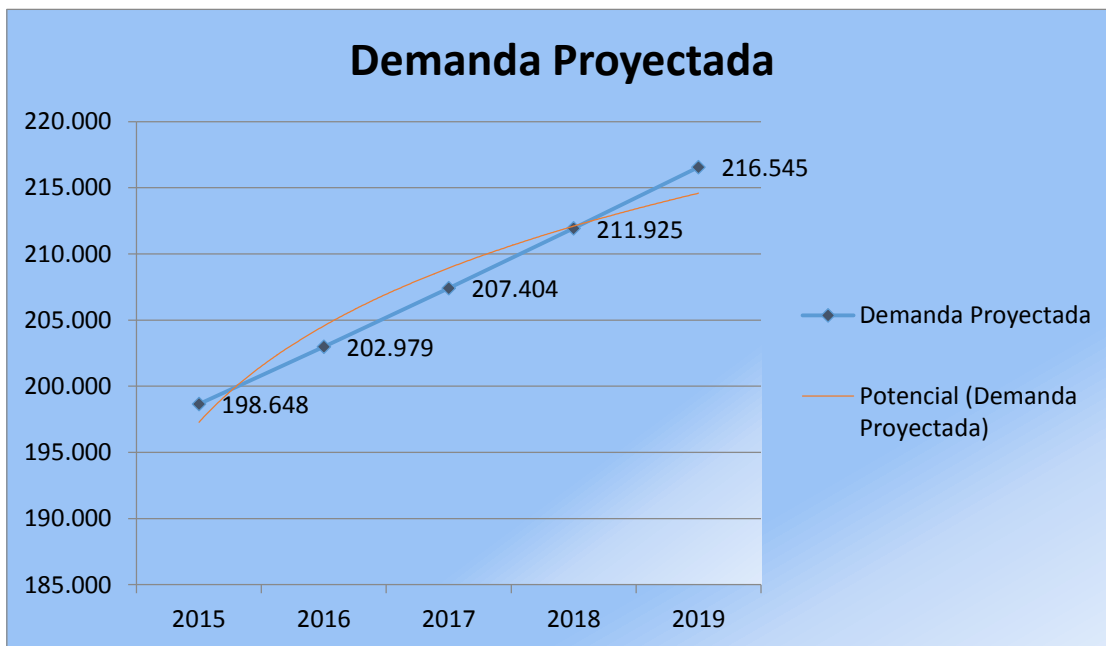
Tomando en consideración la demanda potencial como población para el año 2014, siendo de **194.410** se aplica una tasa de crecimiento de 2,18 % según estadísticas para Quito del INEC, equivalente a 0,0218, la proyección se hará a 5 años.

Tabla 21: Demanda Proyectada

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Demanda	198.648	202.979	207.404	211.925	216.545

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Gráfico N° 13: Demanda Proyectada



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

En el Gráfico N° 13 se puede observar la proyección de la demanda en el período 2015-2016, determinada a través de la fórmula ofrecida con anterioridad.

2.3.8. Análisis de la oferta.

2.3.8.1. Clasificación de la oferta.

Kotler (2001) clasifica a la oferta de la siguiente manera:

Oferta monopólica: Las características que definen al monopolio son las siguientes:

- Existe un solo vendedor en el mercado, por lo tanto, tiene la opción de fijar los precios o de regular las cantidades ofertadas al mercado y sus condiciones de venta.
- Restricciones para entrar al mercado tales como: monopolio de localización, monopolio natural. Por ejemplo: agua, materia prima, etc.
- Economías de escala mis grandes en la producción
- Altos requerimientos de capital.

- Impedimentos no-económicos, tales como patentes, licencias, leyes y reglamentos entre otros.

Oferta oligopólica: Existe, cuando hay más de un productor en el mercado, pero un número reducido, de manera que la contribución de cada productor al total es de tal magnitud, que su concurrencia es concertada en precio, cantidad y en general con las políticas necesarias que les permiten control del mercado y por lo tanto mayores utilidades. Los acuerdos más usuales son:

- Fijación de precios, cantidades y restricciones.
- Fijación de cuotas para cada empresa, determinadas por la capacidad de producción, o distribución geográfica del mercado, etc.

El oligopolio tiene el beneficio de poseer incentivos para mejorar el producto: su diseño, su calidad y su técnica de producción. Además, en el oligopolio, por lo general, se tiene el tamaño de empresa que puede incurrir en inversiones destinadas a la investigación y desarrollo que exige la innovación de productos y tecnología.

Oferta competitiva: La existencia de oferta en competencia se define por cuatro condiciones:

- Las empresas ofrecen un producto que es homogéneo o no diferenciado, de tal manera que a los compradores les es indiferente comprar los productos de cualquier empresa.
- Ausencia de restricciones para entrar a participar en el mercado.
- Conocimiento general y detallado de las condiciones prevalecientes. (Kotler, 2001, págs. 31-32)

Según la clasificación ofrecida por Kotler, se afirma que la clasificación de la oferta del restaurant de comida de las tres regiones es una oferta oligopólica ya que el mismo no es el único que se encuentran en el mercado, que aunque existen diversos restaurants que oferta comida de las tres regiones por la localidad del mismo estos no cuentan con la categoría suficiente para competir, ya que estos se dedican a ofertar comidas a los trabajadores que trabajan por esta zona y por lo tanto no ofrecen competencias para el mismo.

Existen factores que afectan la oferta como pueden ser el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de recursos.

2.3.8.2. Oferta Actual.

Como en la demanda no existen datos históricos que faciliten la determinación de la oferta, por lo que se ha optado por investigar en los restaurantes que constituye la competencia directa al que se pretende abrir. Obtener este tipo de información nunca es fácil, pues precisamente son datos que no se entregan a la competencia.

Según los datos del catastro de alimentos y bebidas del Ministerio de Turismo del Ecuador, existen 14 restaurantes que pertenecen al sector norte de Quito, que son de primera y segunda categoría y ofertan algunas de las comidas típicas del Ecuador, pero tan solo dos de ellos se convierten en competencia directa para el presente proyecto, pues comercializan los productos de las tres regiones del país, justo como el restaurant que se pretende inaugurar.

A continuación se muestra el análisis de dichos restaurantes que constituyen la competencia directa:



a) La Choza.

La Choza fue creada 4 décadas atrás con el propósito de introducir una nueva mentalidad de la comida ecuatoriana y desde entonces se ha convertido en un referente de la comida nacional (La Choza Cia Limitada, 2014).

Posee un ambiente alegre y colorido, decorado con elementos autóctonos de varias regiones del país, donde ofrece platos típicos de diferentes zonas del Ecuador que han dado como resultado, un riguroso menú de sabores nacionales e internacionales. (La Choza Cia Limitada, 2014).

Se encuentra ubicado en la Avenida 12 de Octubre N° N24 551 y Cordero. Tiene contratados 29 empleados, 22 de ellos son hombres y 7 mujeres.

Tienen 60 mesas como capacidad instalada para 240 comensales.

Además de los platos típicos de las regiones del país, La Choza también ofrece una variedad de platos internacionales.

Servicios Adicionales:

- Servicio para llevar.
- Música Nacional en vivo, Grupo "Los Ruiseñores", de lunes a viernes.
- Presentación del Ballet Folklórico nacional Ñucanchi Allpa a partir de las 20h00 los días sábados.

Los precios oscilan entre los \$ 25,00 y los \$ 30,00 USD por comida.



b) Mi Cocina

Se crea hace más de 27 años, por la familia de Marcelo Bueno, con el sueño de abrir un restaurante donde pudiese contagiar a sus clientes el buen paladar y gusto por la comida ecuatoriana de verdad, el gusto que a él le habían inculcado desde la infancia, y quizás recordar a muchos otros lo que era comer en casa. (Mi Cocina Delibueno Cia. LTDA., 2014)

Mi cocina invita a sus clientes a vivir la experiencia del buen comer de probar los

mejores platos de comida nacional en un ambiente grato y atención de excelencia. (Mi Cocina Delibueno Cia. LTDA., 2014)

Su ubicación se encuentra en la Avenida 6 de Diciembre y calle Alemán (MEGAMAXI). Tiene contratados a 35 empleados, 15 mujeres y 20 hombres.

El local posee 38 mesas para un total de 152 comensales.

Ofrece como servicio adicional, servicio de Catering hasta 100 personas.

Los precios son elevados.

Posee un sitio web que permite a los clientes establecer en línea reservaciones.

A pesar de ser la comida tradicional ecuatoriana la que se ofrece, las instalaciones son novedosas y actuales.

Como se puede apreciar la oferta de este tipo de restaurantes es pobre, lo que constituye una oportunidad muy fructífera para el proyecto que se pretende llevar a cabo.

Aunque también estos restaurantes llevan mucho tiempo en el mercado y ya tienen un prestigio y reconocimiento por los servicios que brindan.

Según se expuso por parte de los empleados los comensales diarios en los respectivos restaurantes son los siguientes:

Tabla 22: Oferta Actual

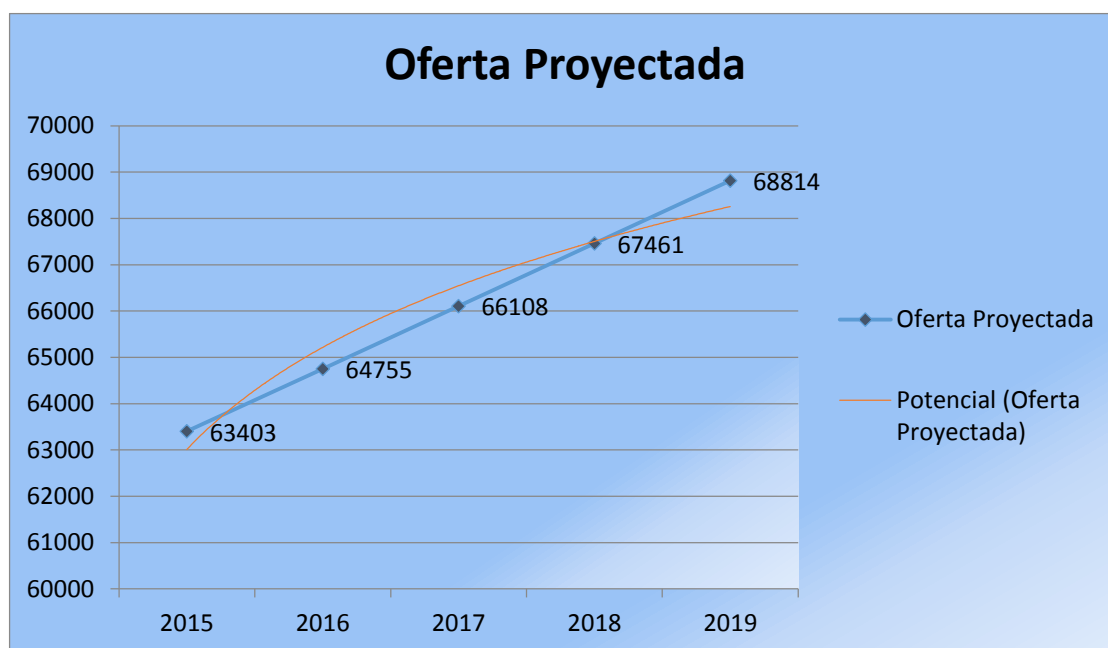
RESTAURANTE	CANTIDAD DE COMENSALES PROMEDIO POR DÍA	TOTAL ANUAL
La Chozza	100	36500
Mi Cocina	70	25550
	Total General Anual	62050

Elaborado por: Verónica Guanoluisa.

2.3.8.3. Proyección de la oferta.

Para el cálculo de la oferta proyectada se utilizará la misma fórmula descrita anteriormente para la demanda proyectada.

Gráfico N° 14: Proyección de la oferta



Elaborado por: Verónica Guanoluisa.

Como se puede apreciar existe un crecimiento respecto a la oferta, debido a los pocos competidores que existen y la gran posibilidad de que se incrementen este tipo de restaurantes, debido a las fuertes costumbres de sus habitantes y más aún con el incremento de los turistas a Ecuador, ya que se está llevando a cabo una campaña publicitaria muy fuerte en este sentido.

2.3.8.4. Estimación de la demanda insatisfecha.

Se le conoce a la demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que se prevé que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se determina que ningún productor podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las que se ha realizado el cálculo.

Para ello se utiliza una simple fórmula:

Demanda potencial insatisfecha= Demanda proyectada- Oferta Proyectada.

Si el cálculo es positivo, el presente proyecto tiene altas probabilidades de éxito, pues existe una brecha en el mercado que puede ser satisfecho por el restaurante que se pretende abrir.

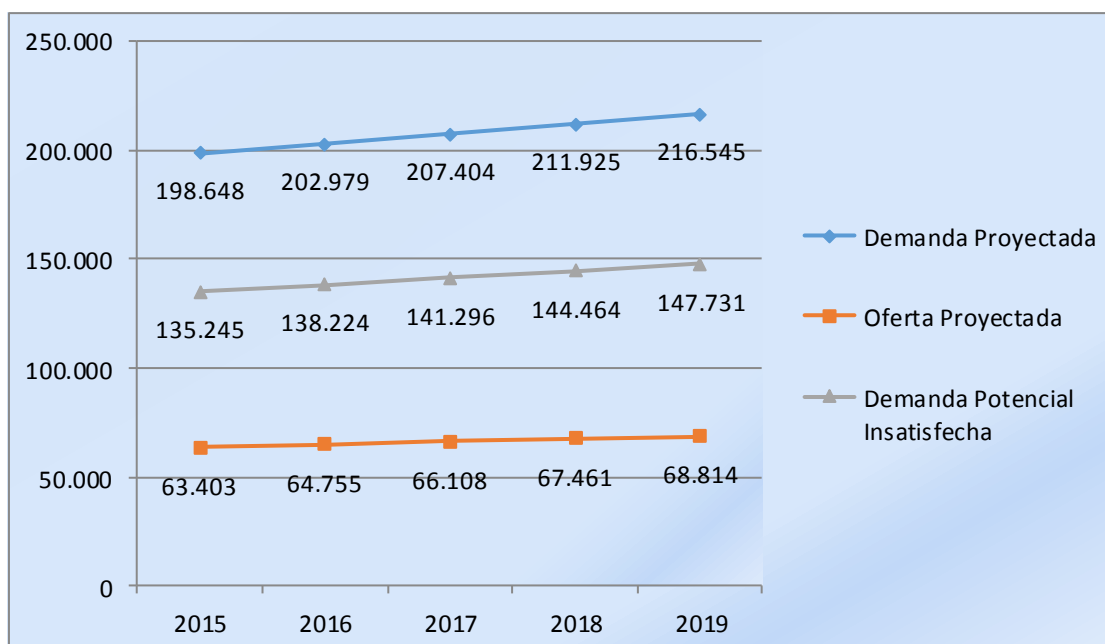
Por consiguiente y en función de los datos calculados anteriormente se procede a calcular la demanda potencial insatisfecha

Tabla 23: Proyección de la Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Proyectada (A)	Oferta Proyectada (B)	Demanda insatisfecha (A-B)
2015	198.648	63.403	135.245
2016	202.979	64.755	138.224
2017	207.404	66.108	141.296
2018	211.925	67.461	144.464
2019	216.545	68.814	147.731

Elaborado por: Verónica Guanoluisa.

Gráfico N° 15: Proyección de la demanda insatisfecha



Elaborado por: Verónica Guanoluisa.

Como se puede apreciar en el Gráfico anterior, la proyección de la demanda arroja números positivos y muy satisfactorios para el proyecto en cuestión, ya que podrá cubrir a futuro este ámbito del mercado aún no cubierto por la competencia.

2.3.9. El Marketing Mix.

2.3.9.1 Análisis de precios de comercialización.

Kotler (2001) define al marketing mix como: “un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatros variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.” (Kotler, 2001, pág. 37)

Kotler (2001) refiere que el marketing mix, también es conocido como las 4 Ps, las cuales son:

Precio: En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el

mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

Producto: Esta variable engloba tanto el producto (core product) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.

Plaza o Distribución: En esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.

Promoción: La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto. (Kotler, 2001, págs. 38-39)

Después de expuestos todos los elementos del marketing mix se puede concluir en este acápite que para que el restaurant muestre competencia a los demás de la zona debe tener un precio asequible para los consumidores, ya que el mismo tiene un poder esencial sobre estos y es la única variable que genera ingresos a los propietarios.

La atención que se les brinde a los futuros consumidores debe de ser especial, la comida que se oferte debe de ser de primera, para que satisfaga las necesidades de los consumidores. También la promoción que se le realice al restaurant debe de estar encaminada a aumentar la afluencia de consumidores al restaurant y por lo tanto se da a conocer el mismo en distintos puntos de la ciudad.

2.3.9.2. Estrategias de precio.

Thompson Iván (2007) define a la estrategia de precios como: “un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto” (Thompson, 2007, pág. s/n)

Es importante que al momento de definir los precios se tengan en cuenta dos aspectos muy importantes: El primero sería la rentabilidad de la empresa, siempre debe ser rentable, para no tener pérdidas y que se vaya a la quiebra, el segundo sería el seguimiento constante de los precios de la competencia, pues se debe manejar la realidad de forma tal que se pueda usar en favor del restaurante, para la distinción y calidad de sus servicios.

Como estrategias a seguir podemos aplicar las siguientes:

- Por apertura del restaurante se puede realizar un 10 % de descuento en los platos del menú, pero esto ya estaría calculado de forma tal que no hayan pérdidas y los precios reales fijos sean siempre los que queden con el 10 % de descuento.
- Para familias mayores de 6 personas en total hacer un descuento total del 10 % del valor que consuman.
- Para los clientes que cumplen años, se les entregará un postre gratuito o una bebida de su elección.
- Para las cenas de negocio donde los consumidores superen a los 20, se les puede hacer un descuento del 15 % en algunos platos del menú, con la idea de fidelizarlos y que encuentren en el restaurante, el lugar perfecto de encuentro.
- En el servicio de catering, como servicio extra a brindar, se deben establecer precios diferenciadores en función de la cantidad.

2.3.9.3. Estrategias de promoción

Kotler (2001) define estrategias de promoción como: “estrategias para ganar mercado dentro del público consumidor, además de obtener un incremento en el volumen de ventas.” (Kotler, 2001, pág. 46)

Los pasos que se deben seguir para una estrategia de promoción efectiva son los siguientes:

1. **Muestra gratis:** consiste en ubicarse en lugares públicos y regalar pequeñas muestras de la comida que se ofertará en el restaurant, lo que trae consigo que los consumidores potenciales sepan del buen gusto de la comida que se ofertará en el restaurant.
2. **Precio especial en paquete:** se incluirá un menú especial el cual se venderá a un mismo precio, esta estrategia resulta efectiva para la introducción de un nuevo plato

en el mercado. Esta es una herramienta eficaz para incrementar las ventas de cualquier producto o servicio a corto plazo.

3. **Cupones online por medio de terceros:** es una opción altamente efectiva en los tiempos modernos, en ella se encarga de ofrecer un buen ahorro para cualquier consumidor mediante un sitio web. Con esta opción se suele sacrificar la primera venta, ya que en la misma no se obtiene casi ningún ingreso, pero su fin es poder retener clientes.
4. **Incentivos:** con esta herramienta se le regalará a las personas volantes donde se muestren el nombre del restaurant, el logotipo del mismo, los platos que se ofertarán, el uso de este recurso ayudan a mejorar la presencia del local en la mente del consumidor.
5. **Concursos y sorteos:** los consumidores del restaurant participan en concursos o sorteos, donde se ganen cenas para dos o cuatro personas, esta herramienta contribuye al posicionamiento del restaurant en la mente de los consumidores.

Todas estas herramientas de promoción para el restaurant son de gran utilidad para partiendo de allí diseñar nuevas estrategias de marketing que sirvan para el posicionamiento del restaurant en la mente de los consumidores.

Como la encuesta dio como resultado que la mayoría de las personas prefiere enterarse por medios impresos se debe explotar esta variante con las estrategias expuestas anteriormente.

2.3.9.4. Estrategia de producto

Los directivos del marketing, no pueden descuidar la estrategias trazadas hacia los productos, en especial la competitividad que hace de la vida útil de los productos demasiado corta, y más ahora en estos momentos que la innovación apoya la buena calidad y apoyan la conquista de nuevos mercados.

En la generación de ideas para las estrategias de producto, los directivos del restaurant deberán utilizar numerosas fuentes como son:

- Fuentes internas: Son las opiniones que provienen del personal del restaurant.

- Consumidores: Son las ideas y opiniones que vienen de las propuestas de las personas que frecuentan el local, esto se realizará a través de encuestas o grupos de enfoque.
- Los competidores: Estas ideas vienen del análisis que se realizará de la competencia.
- Otras fuentes: Son las ideas que surgen de revistas especializadas, exhibiciones y seminarios.

Estas fuentes que se ha trazado el restaurant son efectivas, pero no son las únicas, por lo que en este punto del estudio se recomienda investigar y diseñar nuevas estrategias en base al producto.

2.3.9.5. Estrategias de plaza o distribución

Para Flores Evert (2013) la estrategia de plaza o distribución es: “(...) la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán productos a los consumidores.” (Flores, 2013, pág. s/n)

Dentro de un sinnúmero de estrategias, para el restaurant objeto de estudio, se aplicarán las siguientes:

- Ofrecer el servicio del restaurant vía internet y llamadas telefónicas, de forma tal que este producto se le pueda llevar a sus hogares.
- Se utilizarán intermediarios, para de esta manera lograr una mayor cobertura de los servicios.
- Ubicar el restaurant en un lugar que le sea conveniente para el tipo de servicio que se presta.

El restaurant debe aplicar esta estrategia ya que una buena estrategia de mercado es la clave para lograr una integración coherente y organizada, se obtiene una respuesta positiva por parte de los consumidores y se logran las metas propuestas.

CAPITULO III: PROPUESTA

3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La localización de un proyecto es la ubicación óptima que le permita tener éxito y cumplir con sus objetivos. Es uno de los parámetros más importantes a tener en cuenta, en función de los clientes potenciales y el mercado objetivo, si no se toman en consideración estos aspectos, puede ir a la quiebra el negocio.

Para ello se analizará de forma Macro donde se establece la zona ideal y de forma Micro, donde se define claramente dónde estará ubicado.

3.1.1. Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Sector: Norte

Quito es una ciudad que adopta la gastronomía de todas las ciudades del país ya que existe un alto porcentaje de migración de las mismas, es por este motivo que hay gran variedad gastronómica y las personas gustan de esta.

Imagen 34: Macro localización



Fuente: **Google Earth**

3.1.2. Micro localización.

El restaurante estará ubicado en la Avenida Isabela Católica y Coruña.

Por estar ubicado en un área comercial tiene un fácil acceso tanto como para los clientes como para los proveedores, como avenida principal tenemos al norte la Av. Colon, al occidente la Av. 12 de Octubre, al sur la Av. Patria y al oriente la Av. 6 de diciembre. El tránsito en estas avenidas es muy alto.

Esta zona es una zona de negocios por lo cual cuenta con todos los servicios básicos que se requieren para el negocio, como agua, electricidad, teléfono, acceso a internet, entre otros. Por lo cual esto no constituye problema alguno para las instalaciones del restaurante.

El local es muy amplio, acorde a los objetivos del negocio, cuenta con parqueadero propio y tiene acceso por ambas avenidas.

Imagen 35: Micro localización



Fuente: **Google Earth**

3.2. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.

Como bien se expuso anteriormente la compañía debe poseer una denominación, nombre o razón social, que la identifique de otras en el mercado. Para ello y después de un análisis de varias posibilidades se escogió la siguiente:

Restaurante:

“sabor del Ecuador” Cía. Ltda.

3.2.1. Slogan

El slogan expone los principales beneficios del producto, servicio o marca para el consumidor o cliente potencial. Señala las diferencias entre lo que se pretende ofrecer en el restaurante con lo de otros negocios similares en el mercado. Cabe señalar que debe ser conciso, preciso y sobre todo marcar la diferencia en el pensamiento de los clientes, de forma tal que se identifiquen con él y lo recuerden.

Por consiguiente una vez analizados los posible slogan, se considera el más apropiado para el restaurante el siguiente:

“Mágica aventura del sabor ecuatoriano”.

3.2.2. Base Filosófica de la empresa.

3.2.2.1. Visión

“Para el 2017 el restaurante será reconocido internacionalmente y se convertirá en la empresa líder al norte de Quito brindando servicios gastronómicos, certificados por la excelencia del servicio y la atención al cliente”.

3.2.2.2. Misión

”Somos un restaurante que le brinda al cliente los sabores típicos y tradicionales del Ecuador, que deleitan su paladar con una gastronomía variada, acompañado de un trato excepcional en un ambiente cálido y autóctono”

La carta y recetas estándar se encuentran como ANEXOS en la paj:181-184 / 185-219

3.2.3. Principios y valores

3.2.3.1. Principios

- Mantener un proceso de actualización y mejoramiento permanente del Restaurante que le permitan alcanzar los objetivos estratégicos del mismo.
- Organizar y socializar el marco normativo interno del Restaurante, para que los trabajadores conozcan sus derechos y obligaciones en el desempeño de su trabajo.
- Organizar un sistema de motivación laboral que permita realizar eficazmente el trabajo productivo y el cumplimiento de los objetivos y metas del Restaurante.
- Establecer las normas aplicables a las actividades de selección y contratación del recurso humano que permitan escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos del Restaurante y a los perfiles establecidos para alcanzar sus objetivos estratégicos y asegurar su futuro desarrollo, para seguir brindando un servicio de excelencia que permita fidelizar los clientes.
- Actuar con responsabilidad social respetando todas las normas internas y externas.

3.2.3.2. Valores

Desarrollo de las personas: Capacidad para admitir que las personas pueden y quieren aprender para mejorar su rendimiento, realizando comentarios positivos sobre el potencial y las capacidades de los demás.

Innovación del conocimiento: Hacer referencia al proceso de crear conocimiento nuevo mediante la improvisación, experimentación la creatividad y el contacto directo. El resultado es la clase de conocimiento que está vinculado con una persona o un equipo. Las ideas, las soluciones, los servicios y los productos nuevos y valiosos se identifican mediante nuevas combinaciones del conocimiento existente o la creación de conocimiento nuevo.

Compromiso: Sentir como propio los objetivos de la empresa. Apoyar e instrumentar decisiones comprometido por completo con el logro de objetivos comunes.

Ética: Obrar en todo momento consecuentemente con los valores morales y las buenas costumbres y prácticas profesionales, respetando las políticas organizacionales.

Calidad de trabajo: Excelencia en el trabajo a realizar. Implica tener amplios conocimientos en temas del área del cual se es responsable.

Temple: Serenidad y dominio en todas las circunstancias. Implica seguir adelante en medio de circunstancias adversas, no para llevar a la empresa a un choque o fracaso seguro para resistir tempestades y llegar a buen puerto.

Comunicación: La habilidad de saber cuándo y a quién preguntar para llevar adelante un propósito.

Disciplina: Todos los trabajadores deben mantener una conducta profesional, cumpliendo a cabalidad los horarios y las actividades a su cargo.

3.2.3.3. Objetivos estratégicos

- Obtener un crecimiento anual del 10% en las ventas proyectadas en relación con la inversión, los costos adicionales y demás gastos que se reflejan en los estados financieros.

3.3. PROVEEDORES

Para la creación de los platos del menú de comida típica del restaurante, no se presentan obstáculos, pues los mismos son de fácil obtención con los proveedores. Productos tales como:

- **CARNES:** Cuy, carne de cerdo, carne de res, carne de pollo, pescados, carne de guanta.
- **MARISCOS:** camarones, calamar, mejillones, langostinos, langosta, cangrejo, conchas, almejas.
- **VEGETALES:** cebolla paiteña, papas, pimientos, alverjas, vainitas, tomate, cebolla blanca, cebolla perla, zanahoria, choclos, habas, cilantro, ajos, brócoli, limón, pimiento rojo, pimiento verde, perejil, yucas, verde,

- FRUTAS: frutas de estación, plátano, limón meyer, maracuyá, mora, guanábana, naranja, tomate de árbol.
- ESPECIES: comino, laurel, orégano.

De igual forma los insumos de limpieza, de oficina, entre otros.

Todos estos productos serán de producción nacional, por lo cual no se requiere importación alguna, ayudando de esta forma a la economía nacional y reconociendo la calidad de los productos ecuatorianos.

Como proveedores se tendrán a: La Empresa Pública Metropolitana Mercado Mayorista de Quito, Megamaxi, Mi Comisariato, Pronaca, La favorita, Juris, Santa Maria.

Tabla 24: Proveedores

Grupos	Lugar de adquisición
Conservas y Víveres	Santa María, Magda, Mi Comisariato y Megamaxi
Fruver (Frutas y verduras)	Mercado Iñaquito, Mercado Mayorista y proveedores individuales
Carne (Carnes, aves y mariscos)	Pronaca, Juris y Agropesa.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

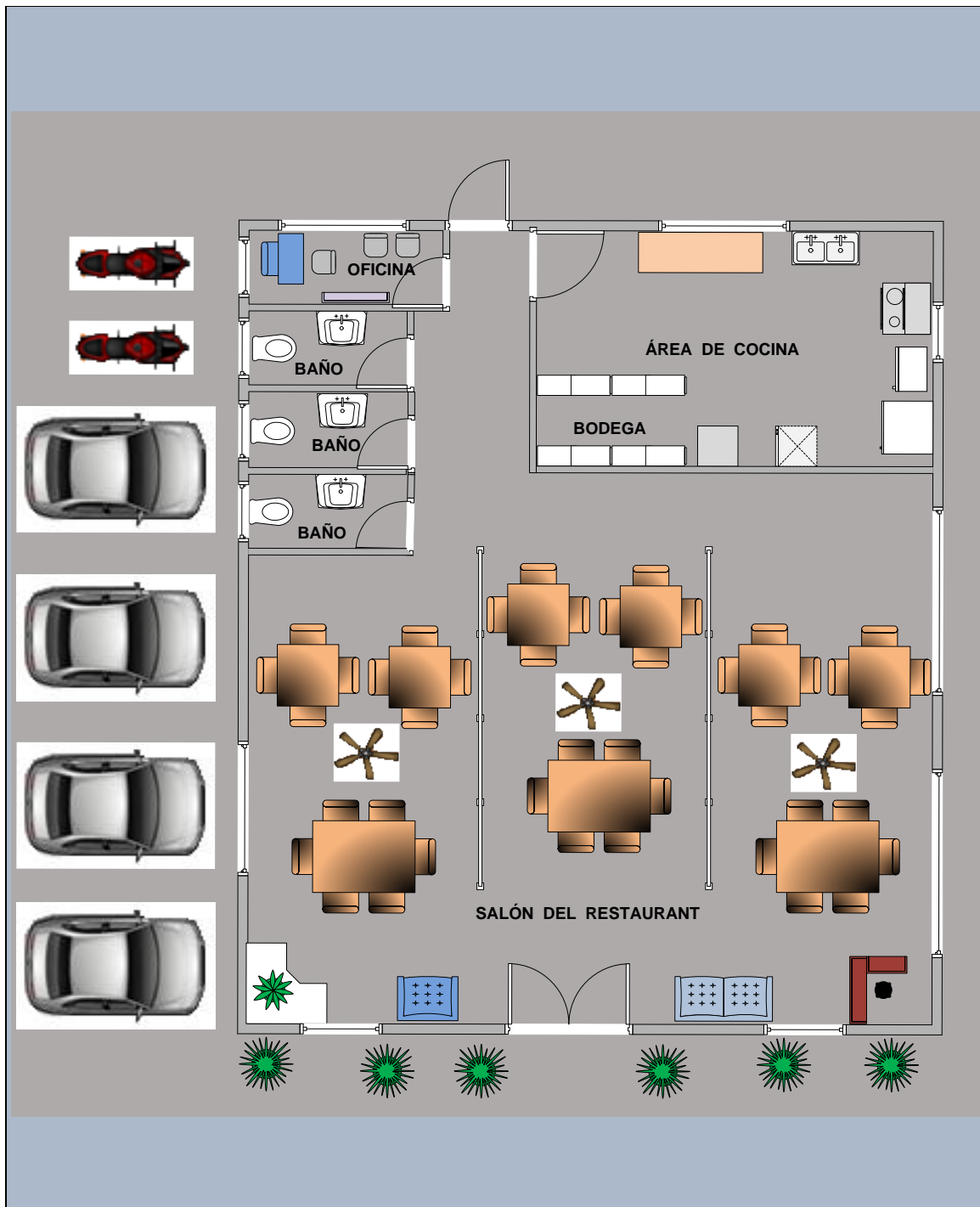
Acorde a la distribución planteada, el restaurante poseerá un área total de 120 m², que le permitan brindar un servicio de calidad, donde los clientes sientan la calidez del lugar y sobre todo se sientan a gusto con los espacios amplios y bien decorados.

Tabla 25: Dimensión de las áreas del Restaurante.

Área	Dimensión
Área de Salón	75 m ²
Área de Cocina	18 m ²
Baños	9 m ²
Bodega	3 m ²
Oficina	3.75 m ²
Garaje	42 m ²

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Imagen 36: Plano de las instalaciones del Restaurante



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.4.1. Ambiente del restaurante.

El ambiente a escoger para un restaurante es primordial para que los clientes se sientan a gusto, además de que se identifiquen con la marca y el servicio a prestar por el mismo.

El área de los comensales o de comedor, estará dividida en tres ambientes diferentes:

- Costa.
- Sierra.
- Amazonía.

a) Aspectos generales de los tres ambientes:

- El piso será de baldosas antideslizantes simulando a la madera.
- El techo será de madera, donde se inserte la iluminación indirecta con luces led, para brindar un ambiente agradable.
- La música será tradicional del Ecuador, amenizando el ambiente, como un complemento más del deleite culinario. Debe ser suave, armónica, donde los clientes se sientan a gusto con ella mientras degustan los platos típicos.
- Las mesas serán de madera.

b) Aspectos del ambiente de la Costa.

- Los colores de las paredes serán azul cielo y crema, simulando los espacios abiertos de las playas y las islas.
- Los cuadros en las paredes serán de lugares turísticos de la costa.
- Temas alegóricos como el tour de las ballenas, tour a las islas con especies endémicas de Ecuador, deportes acuáticos, entre otros aspectos.
- Los adornos de las mesas serán ballenas.
- Los manteles serán blancos, con otros en color beige al igual que las servilletas.
- Los meseros utilizarán el traje típico.

c) Aspectos del ambiente de la Sierra.

- Los colores de las paredes serán blanco por los nevados y naranja, pues es un color alegre, que atrae clientes con ganas de degustar nuevas aventuras culinarias con la tradición de Ecuador. La Sierra es quien recibe a muchas personas del resto del país y sobre todo muchos turistas nacionales e internacionales.
- Los cuadros en las paredes serán de pintores como Guayasamín, de volcanes, nevados, sitios turísticos como la mitad del mundo, entre otros.
- Los adornos de las mesas serán el monumento de la Mitad del Mundo.
- Los manteles serán blancos, con otros en color naranja al igual que las servilletas.
- Los meseros utilizarán el traje típico.

d) Aspectos del ambiente de la Amazonía.

- Los colores de las paredes serán verdes por la exuberante flora que caracteriza esta zona.
- Los cuadros en las paredes serán de tribus de la Amazonía, lugares turísticos, deportes extremos, entre otros aspectos.
- En una de las esquinas se encontrará una estatua indígena de tamaño natural.
- En las paredes además se pondrán lanzas, instrumentos de caza, sogas, etc.
- Los adornos de las mesas será una vajilla de cerámica simulando el plato de tradición Upano.
- Los manteles serán blancos, con otros en color café al igual que las servilletas. Este color denota productividad y fertilidad.
- Los meseros utilizarán el traje típico.

Ambiente externo

- El parqueadero tendrá bien identificados los lugares para los autos.
- En el pequeño jardín a la entrada se sembrarán rosas, como fieles representantes de Ecuador y reconocidas internacionalmente.

- La fachada será de ladrillos, combinadas las puertas y ventanas con madera y cristal.

Características de operación.

Como se expuso anteriormente el restaurante brindará sus servicios desde las 11:00 Am hasta las 7:00 Pm ya que está dentro el horario de almuerzo y de comida, de lunes a domingo, siendo en total 8 horas diarias y 7 días a la semana

3.4.2. Estructura orgánica y funcional

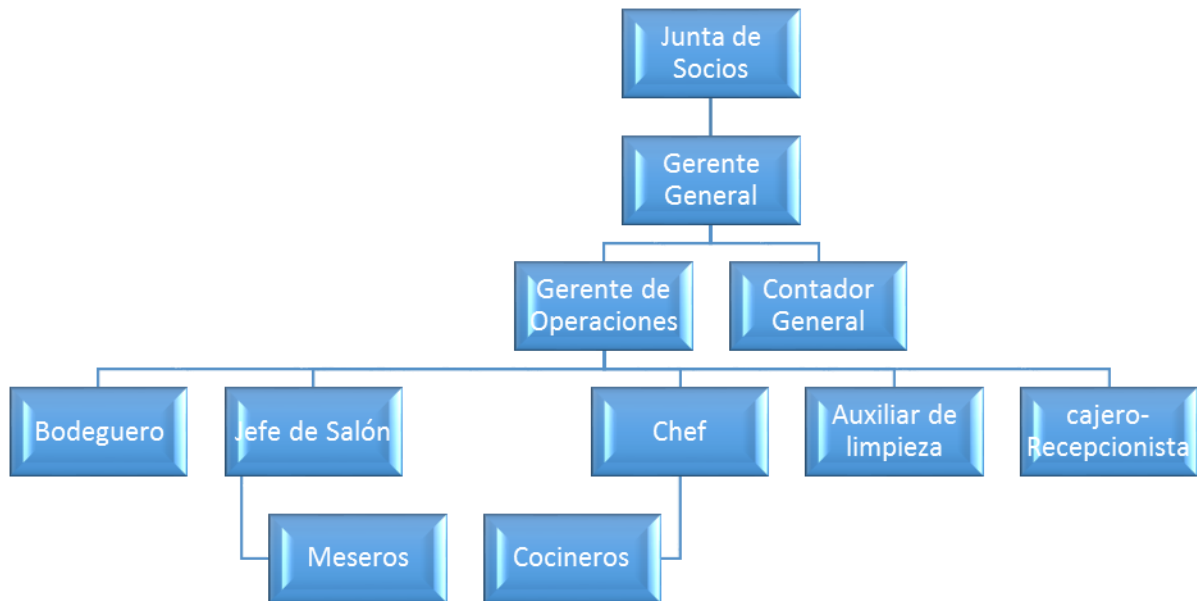
La estructura organizacional puede ser conceptualizada como las diferentes formas en que el trabajo puede ser dividido dentro de una empresa para lograr posteriormente la coordinación del mismo enfocándolo al cumplimiento de los objetivos propuestos.

Para diseñar la estructura organizacional se debe diseñar la estructura, la cual no es más que la creación de unidades por agrupamiento de los distintos cargos. Su objetivo final es establecer el sistema de autoridad formal y constituir la jerarquía organizacional que queda reflejada en el organigrama.

Las bases de agrupamiento pueden ser varias: por mercado, funcionales y por tiempo. En el caso que nos ocupa de la presente investigación se utilizará el agrupamiento funcional y dentro de este el funcional o por procesos, siendo aquel que reúnen los cargos de acuerdo con la similitud de tareas que se desarrollan en los mismos.

Por consiguiente la estructura organizacional propuesta es la siguiente:

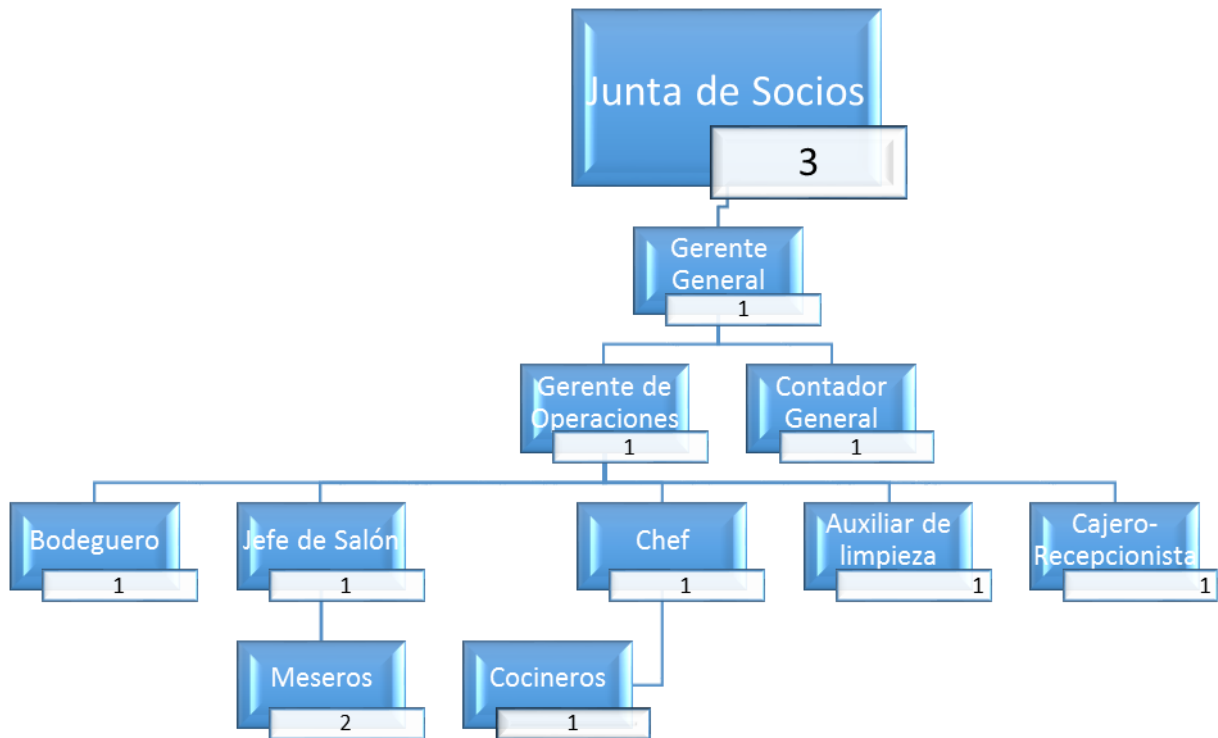
Gráfico N° 16: Estructura organizacional del Restaurante



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Una vez definido el organigrama estructural, se procederá a describir la cantidad de personas que ocuparán las plazas definidas en la estructura, de forma tal que se conozca el total del personal a contratar y poder realizar una planificación fehaciente que permita cumplir los objetivos planteados.

Gráfico N° 17: Organigrama de personal del Restaurante



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Una adecuada definición de funciones y responsabilidades se considera una condición sine qua nom, para el éxito del restaurante. Debido a esto cada empleado del negocio deberá tener claras sus funciones.

Es importante establecer un esquema organizativo que contemple las dependencias funcionales y orden jerárquico. De igual forma describirlos puestos, estableciendo las necesidades de formación, experiencia, responsabilidades y funciones de su competencia que deben realizar.

Tabla 26: Recursos Humanos

CARGO	SUELDO
Gerente General	\$ 650.00 USD
Contador General	\$ 100.00 USD
Gerente de Operación	\$ 500.00 USD
Jefe de salón	\$ 450.00 USD
Mesero (2)	\$ 680.00 USD
Chef	\$ 600.00 USD
Cocinero	\$ 380.00 USD
Cajero	\$ 354.00 USD
Bodeguero	\$ 354.00 USD
Auxiliar de limpieza	\$ 354.00 USD

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 27: Funciones y requisitos del Gerente General

NOMBRE DEL CARGO	Gerente General
PERFIL	Administrador de Empresas, Contabilidad y Finanzas, Comercio Exterior
SALARIO	\$ 650.00 USD
REQUISITOS LABORALES	Experiencia mínima de 3 años en el cargo.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar proyectos nuevos.(paltos nuevos) - Ejecutar funciones de representante legal. - Presentar Balances a la Junta de Socios. - Aprobar proyectos del área de operaciones. - Contratar al Contador General. - Solucionar problemas y quejas de los clientes. - Desarrollar y mantener actualizado el plan de negocios y Plan estratégico del restaurante. - Aprobar los planes de capacitación presentado por el área financiera y de operaciones. - Revisar y controlar el cumplimiento de los objetivos y metas del restaurante. - Elaborar los horarios de trabajo de todos los empleados.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 28: Funciones y requisitos del Contador General

NOMBRE DEL CARGO	Contador General
PERFIL	Contabilidad y Finanzas
SALARIO	\$ 30.00 USD
REQUISITOS LABORALES	Manejo del paquete de office, entiéndase Word, Excel, etc., así como un Software contable.
AÑOS DE EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 2 años en el cargo.
JEFE INMEDIATO	Gerente General
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar Cuentas y Balances. - Efectuar la coordinación contable. - Realizar el ciclo contable. - Emitir estados financieros. - Conciliar con el cajero. - Contabilizar. - Realizar el cálculo de Impuestos. - Análisis de cuentas.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 29: Funciones y requisitos del Jefe de Salón

NOMBRE DEL CARGO	Jefe de Salón
PERFIL	Especialidades turísticas, Comercio Exterior
SALARIO	\$ 450.00 USD
AÑOS DE EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 1 año en el cargo.
JEFE INMEDIATO	Gerente de Operaciones
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar el montaje de las mesas y la decoración del restaurante. - Supervisar las técnicas que utilizan los meseros al dar el servicio. - Recibir y ubicar a los clientes entregando la carta y haciendo sugerencias. - Supervisar y controlar al personal a su servicio. - Apoyo al personal en horas pico. - Control de calidad de los alimentos y bebidas del local. - Desarrollar un servicio óptimo para satisfacer a los clientes. - Velar porque los clientes realicen la encuesta sobre la calidad del servicio y de los alimentos y bebidas. - Despedir amablemente a los clientes.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 30: Funciones y requisitos del Gerente de Operaciones

NOMBRE DEL CARGO	Gerente de Operaciones
PERFIL	Contabilidad y Finanzas, Administración de empresas, Comercio Exterior, Especialidades Turísticas.
SALARIO	\$ 500.00 USD
REQUISITOS LABORALES	Manejo del paquete de office, entiéndase Word, Excel, etc.
AÑOS DE EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 3 años en el cargo.
JEFE INMEDIATO	Gerente General
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Manejar la mano de obra operativa. - Supervisión de personal a su cargo. - Aprobar y controlar los proyectos de compras, ventas y producción. - Contratar el personal a su cargo. - Supervisar la limpieza del restaurante.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 31: Funciones y requisitos del Chef

NOMBRE DEL CARGO	Chef
PERFIL	Chef Profesional experto en comida típica ecuatoriana e internacional.
SALARIO	\$ 600.00 USD
AÑOS DE EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 1 años en el cargo.
REQUISITOS LABORALES	Profesional en cocina nacional y extranjera con certificación en catación de vinos y certificado en manipulación de alimentos.
JEFE INMEDIATO	Gerente de Operaciones
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitar los productos que se requiere para la elaboración de los diferentes platos. - Está pendiente de los productos que tiene a su cargo a fin de consumirlos antes de que perezcan, pues esto generaría pérdida al restaurante. - Crear recetas innovadoras acorde al gusto y preferencia de los clientes. - Supervisar la elaboración de los alimentos acorde a las normas sanitarias y a las recetas elaboradas previamente. - Organizar, controlar y apoyar al personal de la cocina.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 32: Funciones y requisitos del Mesero

NOMBRE DEL CARGO	Mesero
PERFIL	Tecnólogo en Gastronomía, Comercio exterior
SALARIO	\$ 354.00 USD
REQUISITOS LABORALES	Experiencia mínima de 1 año en el cargo.
JEFE INMEDIATO	Jefe de Salón
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar el montaje y desmontaje de las mesas a su cargo. - Manejar toda la información del local, forma de trabajo, carta, preparación de los platos, entre otros aspectos del negocio, por si el cliente solicita información al respecto. - Resolver en primera instancia cualquier conflicto o queja de los clientes. - Mantener el correcto estado de su estación de servicio, cuidando que esté bien suministrada con todo el material necesario. - Aplicar las técnicas del servicio con eficiencia. - Tomar la orden a los clientes. - Llevar la orden a la cocina y la copia a la caja. - Servir alimentos y bebidas. - Cambiar los ceniceros sucios. - Llevar la cuenta a la caja.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 33: Funciones y requisitos del Cocinero

NOMBRE DEL CARGO	Cocinero
PERFIL	Estudios en Gastronomía.
SALARIO	\$ 380.00 USD
AÑOS DE EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 1 año en el cargo
REQUISITOS LABORALES	Certificado en manipulación de alimentos.
JEFE INMEDIATO	Chef
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">- Realizar el proceso de pre-elaboración de los alimentos, que comprende la limpieza y corte según las normas de sanidad y las instrucciones precisas del Chef.- Elaborar los platos acorde a las recetas diseñadas por el Chef.- Servir de acuerdo a las cantidades exigidas por el Chef.- Ordenar y limpiar estaciones de Trabajo.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 34: Funciones y requisitos de la Cajera-Recepcionista

NOMBRE DEL CARGO	Cajera-Recepcionista
PERFIL	Tecnólogo en contabilidad
SALARIO	\$ 354.00 USD
REQUISITOS LABORALES	Manejo del paquete de office, entiéndase Word, Excel, etc., así como un Software contable.
AÑOS DE EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 1 año en el cargo.
JEFE INMEDIATO	Jefe de Salón
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar las facturas correspondientes al consumo realizado por los clientes. - Cobrar los valores facturados y realizar la devolución de dinero si es necesaria en virtud de vuelto o cambio. - Realizar el cuadro de caja de forma diaria. - Realizar los depósitos en el banco. - Hacer las conciliaciones con el contador general. - Organizar las reservaciones que se realicen por vía telefónica y por la web. - Informar al Jefe de Salón y al Chef de las reservaciones realizadas para la preparación del menú, evitando el derroche de ingredientes para los platos. - Presentar informes de las ventas para la toma de decisiones respectivas.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 35: Funciones y requisitos del Auxiliar de limpieza

NOMBRE DEL CARGO	Auxiliar de limpieza
PERFIL	Bachiller
SALARIO	\$ 354.00 USD
AÑOS DE EXPERIENCIA	No requiere experiencia.
JEFE INMEDIATO	Gerente de Operaciones
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Lavar pisos, alfombras y ventanas del restaurante. - Sacudir muebles y accesorios de decoración. - Limpiar lámparas y techos. - Mantener limpio el área externa del restaurante. - Limpiar el área en caso de un accidente con la comida. - Fregar la vajilla que se ha retirado de las mesas que ya se han servido. - Despedir amablemente a los clientes.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 36: Funciones y requisitos del Bodeguero

NOMBRE DEL CARGO	Bodeguero
PERFIL	Bachiller
SALARIO	\$ 354.00 USD
AÑOS DE EXPERIENCIA	Experiencia mínima de 1 año en el cargo.
JEFE INMEDIATO	Gerente de Operaciones
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">- Cotizar y comprar las provisiones que requiere el chef y el restaurante, previamente aprobado por el Gerente de Operaciones.- Registrar en el sistema las compra de suministros e insumos.- Realizar inventarios periódicos.- Controlar la entrada y salida de los suministros e insumos a su cargo.- Ubicar los suministros e insumos acorde a las características de almacenaje.

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.5. AREAS DE RECURSOS MATERIALES.

En dependencia del servicio que se pretende brindar, la tecnología que se requiere no impacta de forma negativa, pues no sería necesaria tecnología de punta ni la más sofisticada del mercado, sino aquella que se necesite para que los productos se mantengan frescos y para la preparación y cocción de los platos típicos.

Estos equipos y/o productos se pueden obtener fácilmente en el mercado nacional.

A continuación se muestran los activos:

Tabla 37: Equipos y muebles de cocina

Equipo y muebles de Cocina	Cantidad
Cocina con plancha y horno de 6 quemadores	1
Fregadero de 2 plazas	1
Freidora	1
Licuadaora	1
Batidora	1
Frigorífico para carnes	1
Frigorífico para mariscos	1
Microondas industrial	1
Extractor de olores	1
Cafetera industrial	1
Cilindro de gas	1
Mesa de trabajo para cocina	2
Mesa de prelavado	1
Estanterías	2
Balanza electrónica	3
Refrigerador	1

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 38: Utensilios de cocina

Utensilios de Cocina	Cantidad
Sartén profesional 840x629	12
Olla profesional 1000x768	15
Cacerola Alta con Tapa	8
Sartén 420x312	8
Cazo Bombado	15
Chino	1
Cazo Recto	10
Espumadera	2
Pala de Fritos	5
Cazo, Cuchara Sopera	15
Cuchara de servir	8
Tenedor para carnes	8
Batidor	1
Tablas de picar	6
Cuchillo cebollero	6
Puntillas	6
Chaira	1
Fileteador	1
Cuchillo de Sierra	3

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 39: Menaje y Cristalería

Utensilios de Cocina	Cantidad
Plato Extendido	52
Plato Hondo	52
Plato Especial	52
Plato Base	52
Plato soperero	40
Plato Base de Sopero	40
Vasos High Ball 12oz	65
Copa Coctel Grande	15
Vaso Cervecerero	40
Tenedores	52
Cuchillos	52
Cucharas para Sopa	40
Cuchara para Postres	40
Charola	6
Saleros	15
Servilletero	15
pimenteros	15
Plato de postre	40

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Área de servicio.

En esta área está involucrada todo lo necesario para el servicio y confort del consumidor.

Tabla 40: Muebles de salón

Muebles de salón	Cantidad
Mesas de 4 capacidades	6
Mesas de 6 capacidades	3
Sillas	42
Counter de recepción-facturación	1
Muebles de madera	3

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Área administrativa

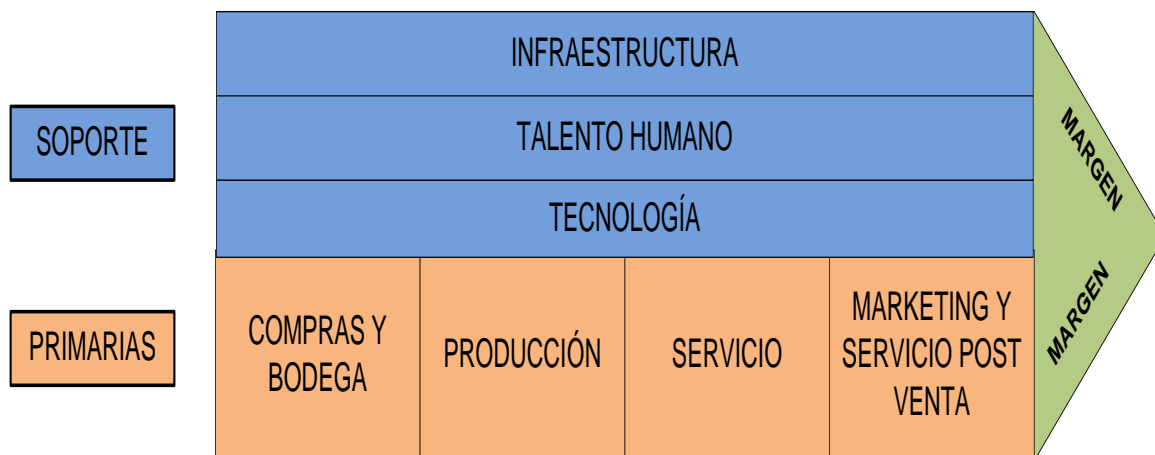
Tabla 41: Equipos y muebles de oficina

Equipos y muebles de Oficina	Cantidad
Teléfono	1
Computadora	1
Impresora	1
Mesa de Escritorio	1
Silla Giratoria	1
Sillas de espera	1
Archivador	1
Caja Registradora	1

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

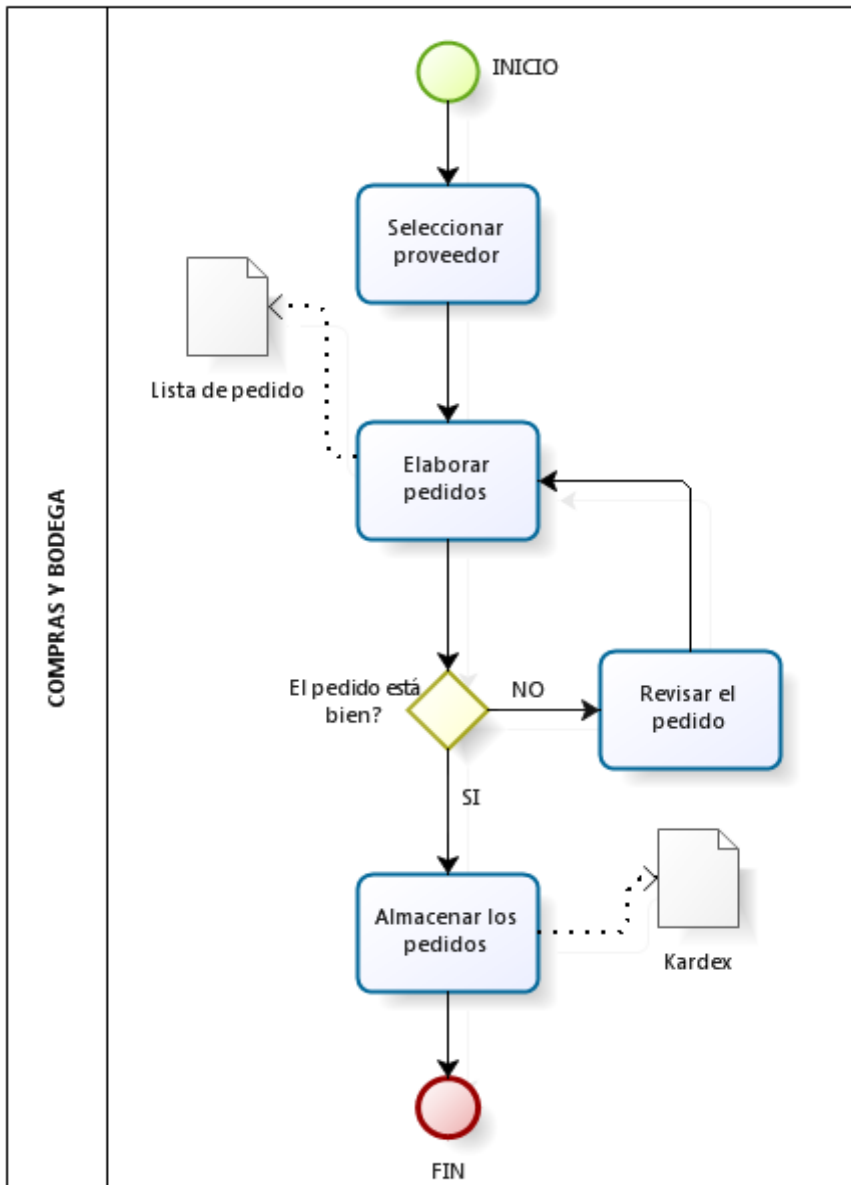
3.6. CADENA DE VALOR

Gráfico N° 18: Cadena de Valor



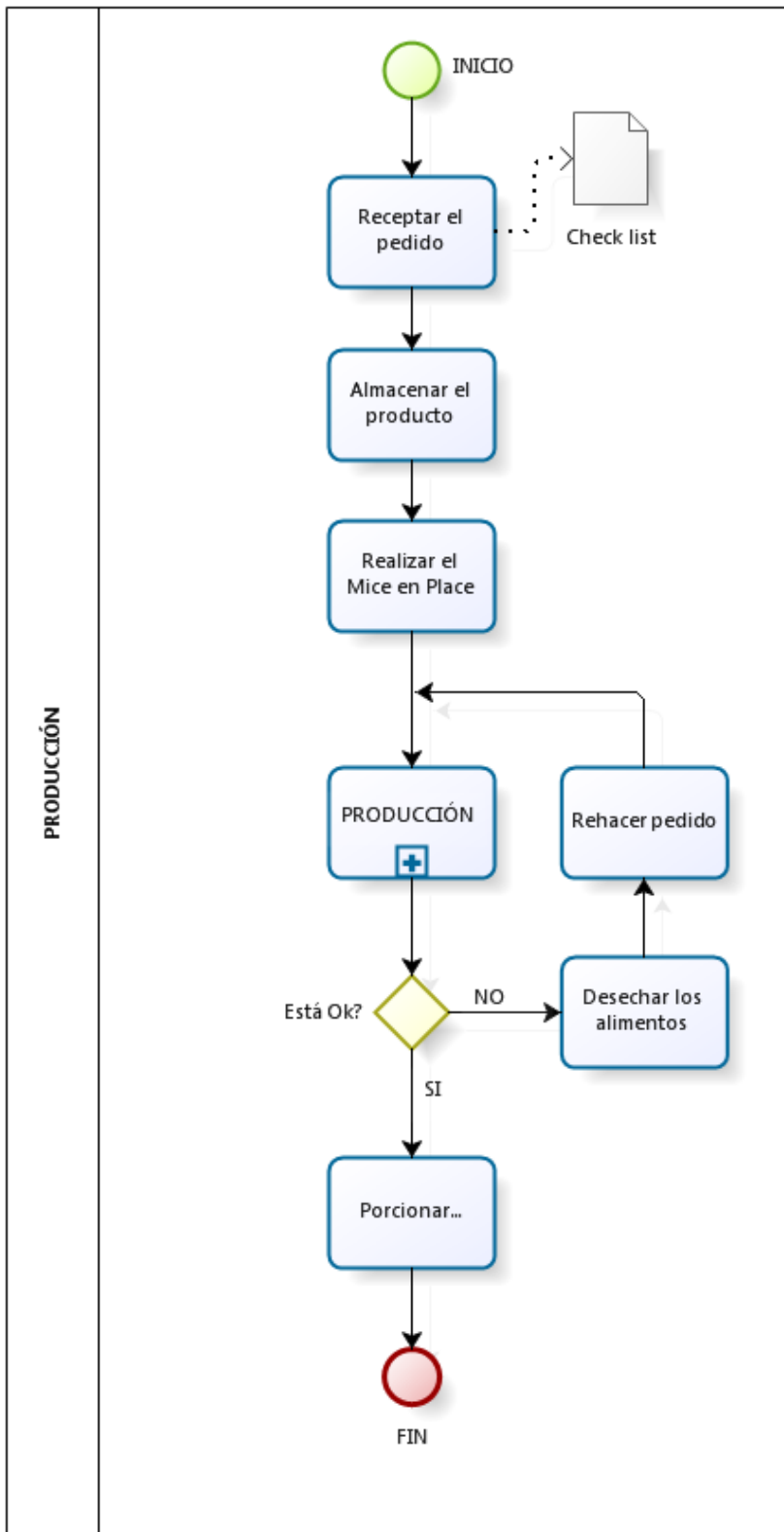
Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Gráfico N° 19: Procesos de Compras y Bodegas.



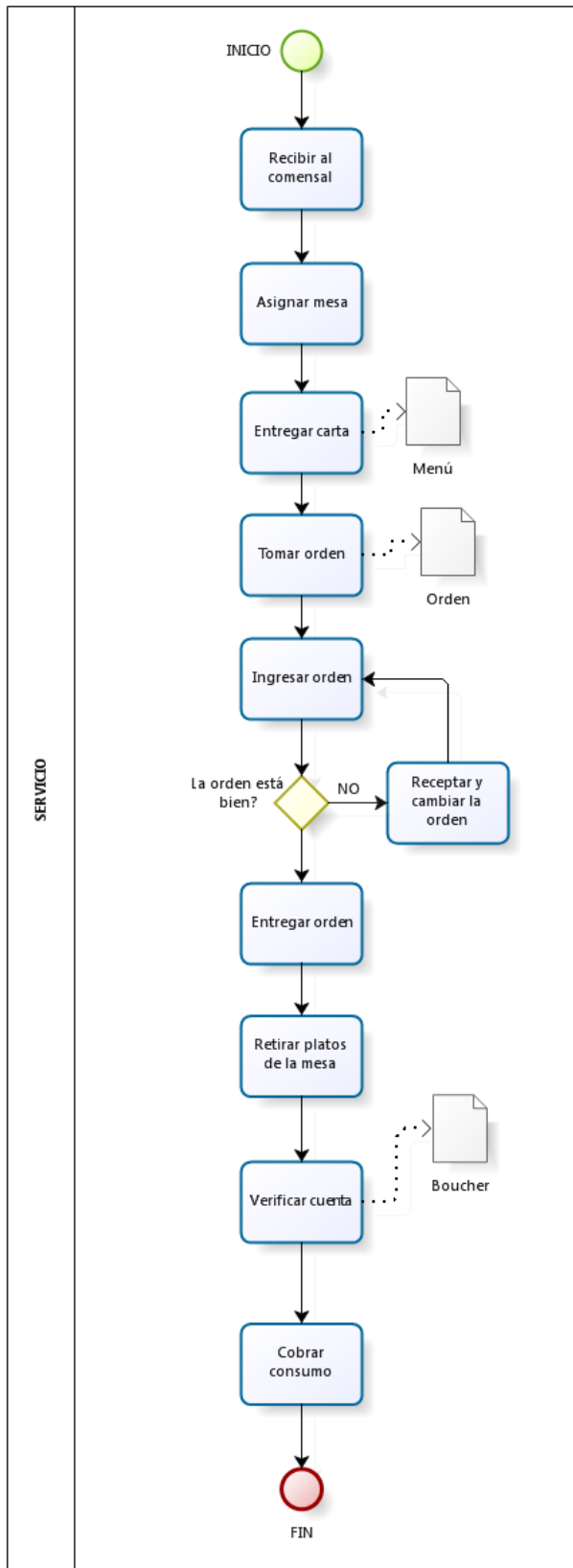
Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Gráfico N° 20: Procesos de Producción



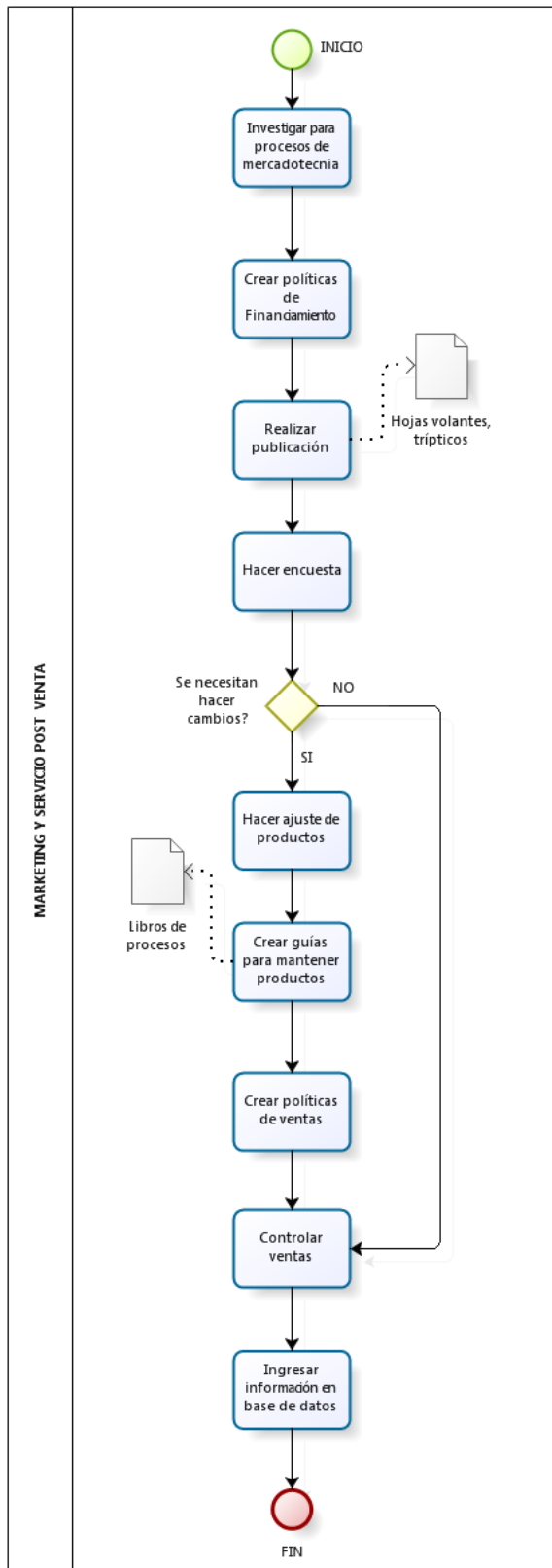
Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Gráfico N° 21: Procesos de Servicio



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Gráfico N° 22: Procesos de Marketing y Servicio de Post Venta



Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.7. IMPACTO AMBIENTAL

Definición de Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente. La ecología, que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente, se encarga de medir dicho impacto y de tratar de minimizarlo.

Creación de la ley para el Impacto Ambiental

(Vitora, 2010) La Evaluación de Impacto Ambiental se introdujo por primera vez en Estados Unidos en 1.969 como requisito de la National Environmental Policy Act (ley nacional de políticas sobre el medio ambiente, comúnmente conocida como NEPA). Desde entonces, un creciente número de países (incluida la Unión Europea) han adoptado la EIA, aprobando leyes y creando organismos para garantizar su implantación.

3.7.1. Ficha ambiental para Identificación Del Proyecto

Nombre del Proyecto: Creación de un Restaurante de las tres Regiones Costa, Sierra y Oriente en el sector Norte de Quito.	Código: 001
	Fecha: 2015/15/05

Localización del Proyecto: Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: La Marisca Comunidad: -----

Auspiciado por: <input type="checkbox"/> Ministerio de: <input type="checkbox"/> Gobierno Provincial: <input type="checkbox"/> Gobierno Municipal: <input type="checkbox"/> Otro: (especificar): Propio
--

Tipo del Proyecto:	<input type="checkbox"/> Abastecimiento de agua <input type="checkbox"/> Agricultura y ganadería <input type="checkbox"/> Amparo y bienestar social <input type="checkbox"/> Protección áreas naturales <input type="checkbox"/> Educación <input type="checkbox"/> Electrificación <input type="checkbox"/> Hidrocarburos <input type="checkbox"/> Industria y comercio <input type="checkbox"/> Minería <input type="checkbox"/> Pesca <input type="checkbox"/> Salud <input type="checkbox"/> Saneamiento ambiental <input checked="" type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Vialidad y transporte <p>Otros: Distracción y esparcimiento (especificar) Destinado a un entretenimiento nocturno</p>
---------------------------	--

Descripción resumida del proyecto:	
<p>Es un temático de las tres regiones del país Costa, Sierra y Oriente en el cual mostraremos las principales atractivos turísticos de cada región ya q este restaurante estar dividido en tres sectores y se mostrara la diversidad de la gastronomía del país teniendo en cuenta q de esta manera el consumidor podrá conocer más sobre la regiones antes mencionadas.</p>	
Nivel de los estudios	<input checked="" type="checkbox"/> Idea o prefactibilidad
Técnicos del proyecto:	<input type="checkbox"/> Factibilidad <input type="checkbox"/> Definitivo
Categoría del Proyecto	<input type="checkbox"/> Construcción <input type="checkbox"/> Rehabilitación

<input type="checkbox"/> Ampliación o mejoramiento <input type="checkbox"/> Mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/> Equipamiento <input type="checkbox"/> Capacitación <input type="checkbox"/> Apoyo
<input checked="" type="checkbox"/> Otro (especificar): Restaurante.

Datos del Promotor/Auspiciante		
Nombre o Razón Social: "Soy el sabor de Ecuador"		
Representante legal: Verónica Guanoluisa		
Dirección: Avenida Isabela Católica y Coruña.		
Barrio/Sector: Chilibulo	Ciudad: Quito	Provincia: Pichincha
Teléfono: 023150885	Fax: -----	E-mail: vronik210leandro@hotmail.com

Características del Área de Influencia

Caracterización del Medio Físico

Localización

Región geográfica: <input type="checkbox"/> Costa <input checked="" type="checkbox"/> Sierra <input type="checkbox"/> Oriente <input type="checkbox"/> Insular						
Coordenadas: <input type="checkbox"/> Geográficas <input checked="" type="checkbox"/> UTM						
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;"></td> <td style="width: 30%;">Inicio Longitud -----</td> <td style="width: 30%;">Latitud</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Fin Longitud -----</td> <td>Latitud</td> </tr> </table>		Inicio Longitud -----	Latitud		Fin Longitud -----	Latitud
	Inicio Longitud -----	Latitud				
	Fin Longitud -----	Latitud				
Altitud: <input type="checkbox"/> A nivel del mar						

- Entre 0 y 500 msnm
- Entre 501 y 2.300 msnm
- X** Entre 2.301 y 3.000 msnm
- Entre 3.001 y 4.000 msnm
- Más de 4000 msnm

Clima

Temperatura	<input type="checkbox"/>	Cálido-seco	Cálido-seco (0-500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Cálido-húmedo	Cálido-húmedo (0-500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Subtropical	Subtropical (500-2.300 msnm)
	X	Templado	Templado (2.300-3.000 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Frío	Frío (3.000-4.500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Glacial	Menor a 0 °C en altitud (>4.500 msnm)

Geología, geomorfología y suelos

Ocupación actual del	<input type="checkbox"/>	Asentamientos humanos
	<input type="checkbox"/>	Áreas agrícolas o ganaderas
Área de influencia:	<input type="checkbox"/>	Áreas ecológicas protegidas
	<input type="checkbox"/>	Bosques naturales o artificiales
	<input type="checkbox"/>	Fuentes hidrológicas y cauces naturales
	<input type="checkbox"/>	Manglares
	<input type="checkbox"/>	Zonas arqueológicas
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riqueza hidrocarburífera
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riquezas minerales
	X	Zonas de potencial turístico
	X	Zonas de valor histórico, cultural o religioso
	<input type="checkbox"/>	Zonas escénicas únicas
	X	Zonas inestables con riesgo sísmico
	<input type="checkbox"/>	Zonas reservadas por seguridad nacional

X Otra: (especificar): Zona Urbano y Comercial		
Pendiente del suelo	<input checked="" type="checkbox"/> Llano <input type="checkbox"/> Ondulado <input type="checkbox"/> Montañoso	<p>El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%.</p> <p>El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100 %).</p> <p>El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100 %.</p>
Tipo de suelo	<input type="checkbox"/> Arcilloso <input type="checkbox"/> Arenoso <input checked="" type="checkbox"/> Semi-duro <input type="checkbox"/> Rocoso <input type="checkbox"/> Saturado	
Calidad del suelo	<input type="checkbox"/> Fértil <input type="checkbox"/> Semi-fértil <input type="checkbox"/> Erosionado <input checked="" type="checkbox"/> Otro (especifique): Pavimentado <input type="checkbox"/> Saturado	
Permeabilidad del suelo	<input checked="" type="checkbox"/> Altas <input type="checkbox"/> Medias <input type="checkbox"/> Bajas	<p>El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente.</p> <p>El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.</p> <p>El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas.</p>
Condiciones de drenaje	<input checked="" type="checkbox"/> Muy buenas	No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvias

<input type="checkbox"/> Buenas	Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones
<input type="checkbox"/> Malas	Las condiciones son malas. Existen estancamientos de agua, aún en épocas cuando no llueve

Hidrología

Fuentes	<input checked="" type="checkbox"/> Agua superficial	
	<input type="checkbox"/> Agua subterránea	
	<input type="checkbox"/> Agua de mar	
	<input type="checkbox"/> Ninguna	
Nivel freático	<input checked="" type="checkbox"/> Alto	
	<input type="checkbox"/> Profundo	
Precipitaciones	<input type="checkbox"/> Altas	Lluvias fuertes y constantes
	<input checked="" type="checkbox"/> Medias	Lluvias en época invernal o esporádicas
	<input type="checkbox"/> Bajas	Casi no llueve en la zona

Aire

Calidad del aire	<input type="checkbox"/> Pura	No existen fuentes contaminantes que lo alteren
	<input checked="" type="checkbox"/> Buena	El aire es respirable, presenta malos olores en forma esporádica o en alguna época del año. Se presentan irritaciones leves en ojos y garganta.
	<input type="checkbox"/> Mala	El aire ha sido poluído. Se presentan constantes enfermedades bronquio-respiratorias. Se verifica irritación en ojos, mucosas y garganta.

Recirculación de aire:	<input type="checkbox"/>	Muy Buena	Brisas ligeras y constantes. Existen frecuentes vientos que renuevan la capa de aire.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Buena	Los vientos se presentan sólo en ciertas épocas y por lo general son escasos.
	<input type="checkbox"/>	Mala	
Ruido	<input type="checkbox"/>	Bajo	No existen molestias y la zona transmite calma.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Tolerable	Ruidos admisibles o esporádicos. No hay mayores molestias para la población y fauna existente.
	<input type="checkbox"/>	Ruidoso	Ruidos constantes y altos. Molestia en los habitantes debido a intensidad o por su frecuencia. Aparecen síntomas de sordera o de irritabilidad.

Caracterización del Medio Biótico

Ecosistema

<input type="checkbox"/> Páramo <input type="checkbox"/> Bosque pluvial <input type="checkbox"/> Bosque nublado <input type="checkbox"/> Bosque seco tropical <input type="checkbox"/> Ecosistemas marinos <input type="checkbox"/> Ecosistemas lacustres NINGUNO

Flora

Tipo de cobertura Vegetal:	<input type="checkbox"/> Bosques <input type="checkbox"/> Arbustos <input type="checkbox"/> Pastos <input type="checkbox"/> Cultivos <input type="checkbox"/> Matorrales
---	--

	<input checked="" type="checkbox"/> Sin vegetación
Importancia de la	<input checked="" type="checkbox"/> Común del sector: Norte de Quito
Cobertura vegetal:	<input type="checkbox"/> Rara o endémica <input type="checkbox"/> En peligro de extinción <input type="checkbox"/> Protegida <input type="checkbox"/> Intervenida
Usos de la vegetación:	<input type="checkbox"/> Alimenticio <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Medicinal <input checked="" type="checkbox"/> Ornamental <input type="checkbox"/> Construcción
	<input type="checkbox"/> Fuente de semilla
	<input type="checkbox"/> Mitológico <input type="checkbox"/> Otro (especifique):

Fauna silvestre

Tipología	<input type="checkbox"/> Microfauna <input type="checkbox"/> Insectos <input type="checkbox"/> Anfibios <input type="checkbox"/> Peces <input type="checkbox"/> Reptiles <input checked="" type="checkbox"/> Aves: Palomas <input type="checkbox"/> Mamíferos
Importancia	<input checked="" type="checkbox"/> Común <input type="checkbox"/> Rara o única especie <input type="checkbox"/> Frágil

En peligro de extinción

Caracterización del Medio Socio-Cultural

Demografía

Nivel de consolidación	<input checked="" type="checkbox"/> Urbana
Del área de influencia:	<input type="checkbox"/> Periférica
	<input type="checkbox"/> Rural
Tamaño de la población	<input type="checkbox"/> Entre 0 y 1.000 habitantes
	<input type="checkbox"/> Entre 1.001 y 10.000 habitantes
	<input checked="" type="checkbox"/> Entre 10.001 y 100.000 habitantes
	<input type="checkbox"/> Más de 100.00 habitantes
Características étnicas de la Población	<input checked="" type="checkbox"/> Mestizos
	<input checked="" type="checkbox"/> Indígena
	<input checked="" type="checkbox"/> Negros
	<input checked="" type="checkbox"/> Otro (especificar): Blancos

Infraestructura social

Abastecimiento de agua	<input checked="" type="checkbox"/> Agua potable
	<input checked="" type="checkbox"/> Conex. domiciliaria
	<input type="checkbox"/> Agua de lluvia
	<input type="checkbox"/> Grifo público
	<input checked="" type="checkbox"/> Servicio permanente
	<input type="checkbox"/> Racionado
	<input type="checkbox"/> Tanquero
	<input type="checkbox"/> Acarreo manual

	<input type="checkbox"/> Ninguno
Evacuación de aguas Servidas	<input checked="" type="checkbox"/> Alcantari. sanitario Alcantari. Pluvial <input type="checkbox"/> Fosas sépticas <input type="checkbox"/> Letrinas
	<input type="checkbox"/> Ninguno
Evacuación de aguas Lluvias	<input checked="" type="checkbox"/> Alcantari. Pluvial <input type="checkbox"/> Drenaje superficial <input type="checkbox"/> Ninguno
Desechos sólidos	<input checked="" type="checkbox"/> Barrido y recolección <input type="checkbox"/> Botadero a cielo abierto
	Relleno sanitario <input type="checkbox"/> Otro (especificar):
Electrificación	<input checked="" type="checkbox"/> Red energía eléctrica Plantas eléctricas <input type="checkbox"/> Ninguno
Transporte público	<input checked="" type="checkbox"/> Servicio Urbano <input checked="" type="checkbox"/> Servicio intercantonal <input type="checkbox"/> Rancheras <input type="checkbox"/> Canoa <input type="checkbox"/> Otro (especifique):
Vialidad y accesos	<input checked="" type="checkbox"/> Vías principales <input checked="" type="checkbox"/> Vías secundarias <input type="checkbox"/> Caminos vecinales <input checked="" type="checkbox"/> Vías urbanas <input type="checkbox"/> Otro (especifique):
Telefonía	<input checked="" type="checkbox"/> Red domiciliaria

Cabina pública

Ninguno

Actividades socio-económicas

Aprovechamiento y uso de la tierra

Residencial

Comercial

Recreacional

Productivo

Baldío

Otro (especificar):

Tenencia de la tierra:

Terrenos privados

Terrenos comunales

Terrenos municipales

Terrenos estatales

Organización social

NINGUNO

Primer grado Comunal, barrial

Segundo grado Pre-cooperativas, cooperativas

Tercer grado Asociaciones, federaciones, unión de organizaciones

Otra

Aspectos culturales

Lengua

Castellano

Nativa

Otro (especificar):

Religión

Católicos

	<input checked="" type="checkbox"/>	Evangélicos
	<input type="checkbox"/>	Otra (especifique):
Tradiciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Ancestrales
	<input checked="" type="checkbox"/>	Religiosas
	<input checked="" type="checkbox"/>	Populares
	<input type="checkbox"/>	Otras (especifique):

Medio Perceptual

Paisaje y turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas con valor paisajístico
	<input checked="" type="checkbox"/>	Atractivo turístico
	<input checked="" type="checkbox"/>	Recreacional
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):

Riesgos Naturales e inducidos

Peligro de Deslizamientos	<input type="checkbox"/>	Inminente	La zona es muy inestable y se desliza con relativa frecuencia
	<input type="checkbox"/>	Latente	La zona podría deslizarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nulo	La zona es estable y prácticamente no tiene peligro de deslizamientos.
Peligro de Inundaciones	<input type="checkbox"/>	Inminente	La zona se inunda con frecuencia
	<input type="checkbox"/>	Latente	La zona podría inundarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nulo	La zona, prácticamente, no tiene peligro de inundaciones.
Peligro de Terremotos	<input type="checkbox"/>	Inminente	La tierra tiembla frecuentemente

- | | | |
|-------------------------------------|---------|---|
| <input type="checkbox"/> | Latente | La tierra tiembla ocasionalmente (está cerca de o se ubica en fallas geológicas). |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Nulo | La tierra, prácticamente, no tiembla. |

3.7.2. Matriz de Identificación del Impacto Ambiental

CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE LAS TRES REGIONES DEL ECUADOR

Actividades del proyecto			Planificación				Construcción			Operación			Total
Componentes ambientales			Rec. Sitio	Diseño Arg.	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Desbroce	Ejec. Obra	Ingreso Visitantes	Uso Instalación	Mantenimiento	
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Erosión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Eutroficación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Aire	Ruido	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
Biótico	Flora	Pérdida de la biodiversidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Perdida cobertura vegetal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Introducción especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fauna	Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Cambio de patrones de conducta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Migración de especies	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ecosistemas	Alteración de habitats	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Alteración de paisajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Socio Económico Cultural	Población Local	Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Pérdida de prácticas tradicionales y estilos de vidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Generación de nuevos ingresos alternativos	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	3
		Provisión de fuentes de empleo	0	0	0	0	0	0	0	X	0	X	2
Total			0	0	0	0	0	0	0	6	5	6	17
Total Posibles Interacciones:			230			Total Interacciones:						17	

3.7.3. Evaluación de Impacto Ambiental

- Se necesita un examen previo, para decidir si un proyecto requiere un estudio de impacto y hasta qué nivel de detalle.
- Se necesita un estudio preliminar, que sirve para identificar los impactos clave y su magnitud, significado e importancia.
- Se necesita determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones clave y determinar dónde es necesaria una información más detallada.
- Se necesita el estudio en sí, consiste en meticulosas investigaciones para predecir y/o evaluar el impacto, y la propuesta de medidas preventivas, protectoras y correctoras necesarias para eliminar o disminuir los efectos de la actividad en cuestión.

3.7.4. Impacto Socio – Económicas

Dentro del impacto social y económico “Soy el Sabor del Ecuador” causará un impacto positivo a la sociedad y a la economía del país ya que con la creación del restaurante estaría creando fuentes de empleo lo cual ayudaría a disminuir en un porcentaje pequeño indicadores macroeconómicos de desempleo para el país.

Impacto de Desperdicios y Desechos

Es importante tratar sobre el tema de los desperdicios y desechos ya que si se trata de un tema de restaurantes o establecimientos de alimentos y bebidas, siempre se va a encontrar desechos tales como: Plásticos, Papeles, Vidrios, Desperdicios Orgánicos, Desperdicios de tipo Líquidos. Ya que se generan en gran cantidad y en forma diaria.

3.7.5. Mitigación de desperdicios

- Los recipientes de residuos serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y preferentemente con fundas plásticas en su interior. Deberán ser vaciados

regularmente de acuerdo a los días y horarios establecidos para la recolección municipal o su delegado.

- Los residuos orgánicos obtenidos se recogerán en recipientes plásticos tapados y en buen estado, fuera de áreas de preparación de alimentos y atención al cliente.
- Los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la red pública de alcantarillado. Estos residuos deberán ser entregados a los gestores autorizados por la DMA, para lo cual previamente se los deberá filtrar y almacenar temporalmente en recipientes tapados.
- Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán en la fuente de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y reutilización.
- Los envases de productos químicos de desinfección y limpieza serán entregados al gestor autorizado.
- El almacenamiento de los residuos se realizará en áreas ventiladas y techadas, manteniendo condiciones higiénicas que eviten la generación de vectores (insectos, roedores) y olores.
- Los contaminantes removidos de la limpieza y mantenimiento de trampas de grasa no deberán desecharse al alcantarillado ni a la vía pública, deberán ser entregados a los gestores ambientales autorizados por la DMA.
- Los residuos se almacenarán en áreas ventiladas y techadas, para de esa manera mantener condiciones higiénicas y así se eliminara la existencia de insectos, roedores y malos olores.

Almacenamiento para eliminación de desperdicios

Para este tipo de Restaurante de tipo familiar y con las normas ambientales el reciclaje de los desperdicios se los realizará de la siguiente manera.

Recipientes plásticos para basura con identificación de color para los diferentes residuos:

- Rojo para desperdicios de alimentos.
- Azul para plásticos.
- Amarillo para papel.

Trampas de grasa para el desecho de grasas comestibles usadas.

Cajas de cartón para desperdicios de vidrio.

Fundas de plástico industriales negras para empacado final de la basura clasificada.

Para desechar los residuos primero tiene que estar completamente llenos los basureros.

3.8. ESTUDIO FINANCIERO

La evaluación financiera para el proyecto restaurante “Soy el sabor del Ecuador”, nos permitirá saber su rentabilidad y factibilidad asignando los recursos de capital a la inversión por medio de los instrumentos determinados para su evaluación.

3.8.1 Inversión

Para la elaboración del proyecto se tendrá un plan de inversión para lo cual se detallara los siguientes puntos:

- Activos fijos: en los cuales se encuentran equipos, instalaciones, maquinarias.
- Activos diferidos: en los cuales se encuentran gastos de constitución.
- capital de trabajo: se calcula el activo corriente y el pasivo corriente o de corto plazo

Los activos fijos del restaurante representan los siguientes valores:

Tabla 42: Activos fijos

ACTIVOS FIJOS		DEPRECIACION O AMORTIZACION ANUAL
		TOTAL
I.1 INVERSION TOTAL FIJA	36.844,0	
B. Edificios (Obra civil)	1.500,0	637,5
C. Vehículos	-	-
D. Maquinaria y equipo de fabricación	16.993,0	7.222,0
E. Gastos de Instalación	1.000,0	425,0
F. Mobiliario	5.998,6	5.098,8
G. Equipo de computación (Oficina)	7.898,8	12.506,4
I.2 ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	1.038,4	830,7
TOTAL I + II	37.882,4	26.720,5

Elaborado por: Verónica Guanoluiza

Tabla 43: Edificios (Obra civil)

Edificios (Obra civil)	1.500,00	10	15%
Construcción área cocina	1.500,00		

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 44: Maquinaria y equipo de fabricación

Maquinaria y equipo de fabricación	16.993,04	10	15%
Detalle de Maquinaria y Equipo	CANTIDAD	Precio x unidad	TOTAL
Equipo de Cocina	-	-	-
Cocina industrial con horno y plancha de 6 quemadores	1	4060	4.060,00
Fregadero de 2 plazas	1	991,6	991,60
Freidora	1	520	520,00
Licadora Industrial 5 lt.	2	453,8	907,60
Batidora	1	85	85,00
Frigorífico para carnes de Acero inoxidable	1	1865	1.865,00
Frigorífico para mariscos de Acero inoxidable	1	1865	1.865,00
Microondas industrial	1	120	120,00
Extractor de olores	1	952	952,00
Cafetera industrial	1	1352	1.352,00
Cilindro de gas	3	60	180,00
Mesa de trabajo para cocina	2	560	1.120,00
Mesa de prelavado	1	413	413,00
Estanterías 1,80 x 0,90 x 0,40 x 5.	2	291,42	582,84
Balanza electrónica	3	38	114,00
Refrigerador	1	1865	1.865,00
	-	-	-

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 45: Gastos de Instalación

Gastos de Instalación	1.000,00
-----------------------	----------

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 46: Mobiliario

F. Mobiliario	5.998,57	10	15%
Detalle de Mobiliario	CANTIDAD	Precio x unidad	TOTAL
Batería de Cocina	-	-	-
Sartén profesional 12 cm.	10	28,57	285,70
Olla profesional 10 lt	8	34,91	279,28
Cacerola Alta con Tapa	8	25,17	201,36
Sartén 24 cm.	8	186	1.488,00
olla de presión	2	186	372,00
Chino fino 8	2	25,67	51,34
sartén 30 cm.	10	66	660,00
Espumadera	2	3,16	6,32
Pala de Fritos	5	2,96	14,80
Cazo, Cucharon Sopero 4oz	15	3,26	48,90
Cuchareta de servir	8	2,13	17,04
Tenedor para carnes	8	4,1	32,80
Batidor	1	6,13	6,13
Tablas de picar 12 x 18	6	16,61	99,66
Cuchillo cebollero N.12	6	17,32	103,92
Puntillas	2	2,35	4,70
Chaira	1	6,13	6,13
Fileteador	1	8,16	8,16
Cuchillo de Sierra	3	7,2	21,60
Plato Tendido 27cm.	52	5	260,00
Plato Hondo 20cm.	52	4,34	225,68
Plato Base de Sopero	40	4,02	160,80
Plato Base 31.5cm.	52	8,02	417,04
Plato sopero	40	3,78	151,20
Taza Café 252cc.	30	2,96	88,80
Tenedores	52	0,76	
Cuchillos	52	1,21	
Cucharas para Sopa	40	0,76	
Cuchara para Postres	40	0,64	25,60
Charola	6	19,91	119,46
Plato de postre	40	2,8	112,00
			-
Cristalería			-
Vasos Berlín 12oz	65	2,14	139,10
Copa Coctel Grande 9.25oz.	15	1,51	
Vaso Cerveceros	40	1,55	62,00
Petit Menage	0	0,00	-
Saleros	15	1,47	22,05

pimenteros	15	1,47	22,05
Servilletero	15	2,57	38,55
Materiales de Uso de Mitigación de Impactos Ambientales	0	0,00	-
Depósitos de basura	2	7,00	14,00
Atrapa grasas	1	250,00	250,00
Extintor de Incendios Multifuncional (A,B,C)	2	80,00	160,00
Equipo de Limpieza y Aseo	0	0,00	-
Escobas	3	2,30	6,90
Trapeadores	2	3,25	6,50
Palas de Basuras	2	4,50	9,00
Otros	-	-	-

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 47: Equipo de computación

Equipo de computación (Oficina)	7.898,79	3	5%
Detalle de Equipos de Computación	CANTIDAD	Precio x unidad	TOTAL
Teléfono	1	15	15,00
Computadora	1	550	550,00
Impresora	1	120	120,00
Mesa de Escritorio	1	85	85,00
Silla Giratoria	1	38	38,00
Sillas de espera	1	25	25,00
Archivador	1	215	215,00
Caja Registradora	1	280	280,00
Basurero	1	4,2	4,20
Repisas	1	113	113,00
	-		-
Otros	1	3.000,00	3.000,00

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 48: Activos Diferidos (Estudios de pre factibilidad)

A. DIFERIDOS	
Descripción	Valor
Constitución legal	\$ 200,00
Registro Sanitario	\$ 320,00
Patente municipal	\$ 120,00
Permiso sanitario	\$ 127,44
Licencia anual funcionamiento	\$ 84,96
Cuerpo de bomberos	\$ 36,00
Afiliación CAPTUR	\$ 50,00
Extras	\$ 100,00
TOTAL	\$ 1.038,40

3.8.2 Capital de Trabajo

Para este restaurante tendremos los siguientes valores ya q se necesita para la apertura y funcionamiento

3.8.2.1. Propuesta de Producción

Tabla 49: Propuesta de Producción

Incremento de Costo de Producción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		0,5%	0,6%	0,7%	0,8%	0,9%
Materia Prima Mano de Obra Directa Mano de Obra Indirecta Costos Indirectos de Fabricación TOTAL COSTO DE PRODUCCION	MES					
	4,9	33.602,9	37.008,2	41.143,2	46.167,6	52.285,2
	3.803,4	45.641,3	48.379,7	51.766,3	55.907,6	60.939,3
	993,4	11.921,3	12.636,6	13.521,1	14.602,8	15.917,1
	112,0	1.344,0	1.424,6	1.524,4	1.646,3	1.794,5
	4.913,8	92.509,5	99.449,2	107.955,0	118.324,3	130.936,1

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Se detalle de costos de Producción ya que para poner en funcionamiento el restaurante son indispensables estos rubros.

Tabla 50: Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA (datos totales mensuales)			
Mano de Obra Directa		3.803,44	
Descripción	No. Puestos	Sueldo Mensual	USD TOTAL
Jefe de salón	1	623	623
Mesero	2	964	1.928
Chef	1	755	755
Cocinero	1	497	497
			-

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 51: Mano de Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta		993,44	
Descripción	No. Puestos	Sueldo Mensual	USD TOTAL
Bodeguero	1	497	496,72
Auxiliar de limpieza	1	497	496,72

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 52: Costos indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		112,00	
Descripción	CANTIDAD	Precio x unidad	TOTAL
Gas	2,00	56,00	112,00

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.8.2.2. Propuesta gastos de operación

Tabla 53: Propuesta gastos de operación

		1	2	3	4	5
Incremento de Gasto de Venta		0	0,06	0,07	0,08	0,09
II.1 GASTOS DE VENTA	430,0	5.160,0	5469,6	5797,776	6145,64256	6514,381114
II.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.286,7	51.440,3	53446,4218	55530,83228	57696,53474	59946,69959
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	4.716,7	56.600,3	58.916,0	61.328,6	63.842,2	66.461,1

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Detalle de gastos de operación.

Tabla 54: Gastos de Venta

II.1 GASTOS DE VENTA	430,00
Propaganda	430,00

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 55: Gastos Administrativos

II.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.286,69		
Sueldos personal administrativo <i>Descipción</i>	No. Puestos	Sueldo Mensual	USD TOTAL
Gerente General	1	755	755,41
Contador General	1	161	161,48
Gerente de Operación	1	623	623,43
Cajero	1	497	496,72
	USD \$		
Suministros	103,65		
Alquiler	1500		
Seguros	300		
Servicios Públicos			
Luz	110,00		
Agua	85,00		
Teléfono	50,00		
Internet	45,00		
Gas	56,00		
Otros	0		

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES ANUALES

Tabla 56: Presupuestos de Costos Fijos y Variables

COSTOS VARIABLES					
	1	2	3	4	5
I.1 MATERIA PRIMA	33.602,9	37.008,2	41.143,2	46.167,6	52.285,2
Mano de Obra Directa	45.641,3	48.379,7	51.766,3	55.907,6	60.939,3
II.1 GASTOS DE VENTA	5.160,0	5.469,6	5.797,8	6.145,6	6.514,4
TOTAL COSTOS VARIABLES	84.404,2	90.857,6	98.707,2	108.220,8	119.738,9
COSTOS FIJOS					
	1	2	3	4	5
Mano de Obra Indirecta	11.921,3	12.636,6	13.521,1	14.602,8	15.917,1
I.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	1.344,0	1.424,6	1.524,4	1.646,3	1.794,5
II.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS	51.440,25	53.446,4	55.530,8	57.696,5	59.946,7
Depreciación y Amortización	4.834,2	4.834,2	4.834,2	4.834,2	4.834,2
Gastos Financieros	-	-	-	-	-
TOTAL COSTOS FIJOS	69.539,8	72.341,9	75.410,6	78.779,9	82.492,5
COSTO TOTAL	153.943,9	163.199,4	174.117,8	187.000,7	202.231,4

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.8.3. Nómina del Personal del Restaurante

El Rol de pagos Es la tabla en la cual se calcularán los sueldos de los empleados y los respectivos aportes de ley y décimos que los mismos recibirán. En este caso, el rol cuenta con 10 personas, y se tomara como referencia que el sueldo básico actual de 354.00 dólares americanos. Se han hecho los respectivos cálculos de acuerdo con el cargo que vayan a ocupar.

Tabla 57: Nomina del Personal

NOMINA PERSONAL DEL RESTAURANTE (1er. año)											
ITEM	CONCEPTO	SALARIO MES	CANTIDAD	ANUAL	13er.	14to.	IESS	Fondos de reserva	Vacaciones	ANUAL	MENSUAL
1	Gerente General	550	1	6600	550	354	735,9	550	275	9.065	755
2	Contador General	100	1	1200	100	354	133,8	100	50	1.938	161
3	Gerente de Operación	450	1	5400	450	354	602,1	450	225	7.481	623
4	Jefe de salón	450	1	5400	450	354	602,1	450	225	7.481	623
5	Mesero	354	2	8496	708	354	947,3	708	354	11.567	964
6	Chef	550	1	6600	550	354	735,9	550	275	9.065	755
7	Cocinero	354	1	4248	354	354	473,65	354	177	5.961	497
8	Cajero	354	1	4248	354	354	473,65	354	177	5.961	497
9	Bodeguero	354	1	4248	354	354	473,65	354	177	5.961	497
10	Auxiliar de limpieza	354	1	4248	354	354	473,65	354	177	5.961	497
	TOTAL	3870	11	50688	4224	3540	5652	4224	2112	70.440	5.870
	24.444	2.037	PERSONAL ADMINISTRATIVO MANO DE OBRA INDIRECTA MANO DE OBRA DIRECTA								
	11.921	993									
	34.074	2.839									

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

8.3.4. Arriendo

El arriendo es un rubro fundamental que se incluyen en los gastos del restaurante y es mensual.

Tabla 58: Arriendo

ARRIENDO			
	Mensual	Trimestral	Anual
TOTAL	\$ 1.500,00	\$ 4.500,00	\$ 18.000,00

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.8.5. Consumo Promedio

El consumo promedio es el valor estimado de consumo por cada comensal, se refiere a lo que el cliente estaría dispuesto a gastar en el restaurante.

Este rubro es el más importante dentro del restaurante ya que aquí se calcula la cantidad de productos que serán necesarios para la elaboración de un plato final y, mediante este se calcula el costo promedio.

Tabla 59: Consumo Promedio

Categoría	Promedio insumos	Promedio Venta
Ensaladas	0,75	3,75
Sopas	1,18	5,43
Platos Fuertes	2,52	8,12
Bebidas	0,44	2,23
PROMEDIO	4,88	19,52

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

Tabla 60: Proyección de Precios Promedio Anual

PROYECCIÓN DEL PRECIO		AÑOS				
PRODUCTO	1	2	3	4	5	
	PRECIO					
Menú completo	19,5	20,3	21,1	21,9	22,7	
2.-	-	-	-	-	-	

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.8.6. Porcentaje de Costo Promedio de la Carta

El costo promedio de la carta es importante ya que mediante este se conoce el costo de venta que se sacara al mercado este valor se trabaja en base a los porcentajes:

- Entradas y Sopas: 20%-25%
- Platos Fuertes: 30%-35%
- Bebidas: 15%-20%

Tabla 61: Costo de la Carta

Platos	Costo de la Carta		
	Costo	C. Venta.	%
ENSALADAS			
Ensalada Ecuatoriana	0,82	4,00	21
Ensalada Clásica	0,67	3,50	21
SOPAS			
Región Sierra			
Sopa de Quinua	0,84	4,00	21
Locro Quiteño	1,09	5,00	21
Yahuarlocro	1,23	6,00	21
Región Costa			
Aguado de Gallina	0,94	4,50	21
Sancocho Costeño	1,11	5,50	21
Caldo de Bolas	1,54	7,50	21
Región Amazónica			
Zarapatera	1,48	5,50	21
PLATOS FUERTES			
Región Sierra			

Seco de Gallina	1,31	4,00	33
Churrasco	2,08	6,50	33
Seco de Chivo	2,4	7,50	33
Fritada	2,42	8,00	33
Llapingacho	2,63	8,50	33
Región Costa			
Guatita	1,59	5,00	33
Ceviche de Camarón	2,89	9,00	33
Arroz Marinero	4,07	13,00	33
Pescado Frito	3,44	11,00	33
Ceviche Marino	2,93	10,00	33
Menestra con Chuleta	1,92	6,00	33
Región Amazónica			
Maito de Pescado	2,81	9,00	33
Seco de Guanta	2,27	8,00	33
BEBIDAS			
Limonada	0,42	3,00	15
Jugo de Naranja	0,43	3,00	15
Jugo de Mora	0,43	3,00	15
Jugo de tomate	0,43	3,00	15
Jugo de Naranja	0,43	3,00	15
Agua de Bijao	0,42	3,00	15
Agua con Gas		1,00	---
Agua con sin Gas		1,00	---
Gaseosa		1,50	---
Te		1,50	---
Cerveza		1,50	---

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.8.7. Calculo de PAX y Venta

Para calcular las ventas del restaurante se debe tomar en cuentas los siguientes datos ya que de esto depende la viabilidad del restaurante.

- El porcentaje de rotación que se utilizará en diferencia a la competencia será el más bajo para arrancar con el Restaurante es decir 0,50.
- La capacidad máxima es de 50.
- El consumo promedio por persona es de \$ 20.
- El restaurante tendrá 7 días laborables a la semana.

Tabla 62: Calculo de PAX y Venta

Rotación	Capacidad Máxima	Consumo Promedio	Ventas	% de Ventas	PAX		
					Semana	Mes	Año
0,5	50	19,52	100	21-31-15	135	574	6888

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.8.8. Financiamiento

El financiamiento es el rubro que se necesita para que el proyecto se ponga en marcha este rubro se lo consigue mediante la participación de los socios.

La entrega de capitales por parte de los socios puede ser en partes iguales o en diferentes porcentajes de eso dependerá el número de votos que cada socio tendrá en las decisiones que se tomaran en las diferentes sesiones que el restaurante proponga.

SOY EL SABOE DEL ECUADOR utilizará el método de entrega de capitales por parte de socios, se captará 3 socios los cuales dispongan de capital y sea de una repartición igualitaria, el aporte total de los socios será del 100% del valor total de la inversión es decir de \$ 51.197., teniendo la siguiente tabla como representación detallada:

Tabla 63: Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
SOCIOS	MONTO	%
Socio 1	17065,67	33,33333333
Socio 2	17065,67	33,33333333
Socio 3	17065,67	33,33333333
TOTAL	51197	99,99999999

Elaborado por: Verónica Guanoluisa

3.8.9. Inflación Anual

Mientras que para los costos fijos se ha calculado la siguiente tabla tomando en cuenta el incremento promedio anual del 4,30% para todos los rubros por concepto de inflación.

Teniendo como base de datos histórica los índices otorgados por el INEC y el Banco Central del Ecuador, en el 2.010 con el 3,33%, el 2.011 con el 5,41% y el 2.012 con el 4,16%, en el 2013 con el 2,70% y el 2014 es de 3,67% resultando un promedio de los 5 años de 3,90%.

Este porcentaje se lo utilizará como base para todos los años subsiguientes.

Tabla 64: valor de variables

VARIABLES	
Venta de menús de lunes a jueves	20
Venta de menús de viernes a domingo	25
Costo promedio del menú	19,52
Porcentaje sobre ventas al contado	20%
INFLACION ANUAL	3,9%
VALORES NEGOCIABLES (Tasa de interés)	12,0%
TASA ADICIONAL A LA INFLACION	6,0%
MARGEN DE UTILIDAD	0,0%

3.8.10 Estado de Resultados

Tabla 65: Estado de Resultados

SABOR DEL ECUADOR						
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2015						
DETALLE	PARCIAL	TOTAL	0,06	0,07	0,08	0,09
		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
VENTAS		184.732,7	177.629,0	197.475,4	221.591,1	250.954,2
Ventas contado	153.944	184.732,7	148.024,1	164.562,9	184.659,3	209.128,5
Ventas a crédito (Porcentaje ventas al contado)	30.789		29.604,8	32.912,6	36.931,9	41.825,7
(-) COSTO DE VENTAS (1+2-3)		84.800,3	98.870,9	98.958,7	116.751,4	129.021,0
1. Inventario Inicial	0		7.709,1	0,0	8.287,4	8.996,2
2. Producción del año	92.509		99.449,2	107.955,0	118.324,3	130.936,1
3. Inventario Final	7.709		8.287,4	8.996,2	9.860,4	10.911,3
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		99.932,4	78.758,1	98.516,7	104.839,7	121.933,2
(-) GASTOS OPERATIVOS		60.035,9	63.750,2	66.162,8	68.676,4	71.295,3
Gastos de Venta	5.160		5.469,6	5.797,8	6.145,6	6.514,4
Gastos Administrativos	51.440		53.446,4	55.530,8	57.696,5	59.946,7
Depreciación y Amortización	3.436		4.834,2	4.834,2	4.834,2	4.834,2
(=) UTILIDAD OPERATIVA		39.896,5	15.007,8	32.353,9	36.163,3	50.637,9
(-) GASTOS FINANCIEROS		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Intereses préstamo a largo plazo	0					
(+/-) OTROS INGRESOS/EGRESOS NO OPERATIVOS		442,1	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Intereses recibidos	442					
(-) Intereses pagados	0					
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS		40.338,6	15.007,8	32.353,9	36.163,3	50.637,9
(-) 15% DE PARTICIPACION A TRABAJADORES		6.050,8	2.251,2	4.853,1	5.424,5	7.595,7
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		34.287,8	12.756,7	27.500,8	30.738,8	43.042,2
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		8.572,0	3.189,2	6.875,2	7.684,7	10.760,5
(=) UTILIDAD NETA		25.715,9	9.567,5	20.625,6	23.054,1	32.281,6
(+) Depreciación y Amortización		3.435,6	4.834,2	4.834,2	4.834,2	4.834,2
(-) Principal		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(=) FLUJO FINAL DE EFECTIVO		29.151,5	14.401,7	25.459,8	27.888,3	37.115,9

Depreciación

Las depreciaciones son los valores que contablemente se van descontando del valor original durante los años de vida del bien.

Amortización

Las amortizaciones son valores que se distribuyen según la nueva normativa en un solo año; es decir que existe una amortización única.

3.8.11. Valor Actual Neto y Tasa de Interés de Retorno

Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero. Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión. Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse. Cuando la TIR es igual a la tasa de interés, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no.

El valor actual neto, consiste en actualizar en valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés ("la tasa de descuento"), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza normalmente el costo promedio ponderado del capital (cppc) de la empresa que hace la inversión.

Al ser el VAN mayor que cero y el TIR mayor que la Tasa Mínima Atractiva de Retorno, este proyecto tiene una aceptable rentabilidad, por lo que se sugiere que los inversionistas apoyen esta propuesta.

Tabla 66: VAN Y TIR

SABOR DEL ECUADOR			
Al 31 de diciembre de 2015			
VALOR ACTUAL NETO (VAN)		INGRESOS	COSTOS
DATOS		TOTALES	TOTALES
Inversión inicial neta	-		
	51.197		
Flujo de efectivo incremental 1	29.152	184.733	144.836
Flujo de efectivo incremental 2	14.402	177.629	162.621
Flujo de efectivo incremental 3	25.460	197.475	165.122
Flujo de efectivo incremental 4	27.888	221.591	185.428
Flujo de efectivo incremental 5	37.116	250.954	200.316
Flujo de efectivo incremental 6			
Flujo de efectivo incremental 7			
Flujo de efectivo incremental 8			
Flujo de efectivo incremental 9			
Flujo de efectivo incremental 10			
Costo del capital promedio ponderado	9,90%	1.032.382,42	858.322,98
CALCULOS			
VALOR ACTUAL NETO		48.701	
TASA INTERNA DE RETORNO		40,46%	
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO		1,20	

CONCLUSIONES

- La localización del proyecto será en la zona norte de la ciudad de Quito debido a la gran afluencia de personas siendo así un mercado potencial para los posibles clientes tanto nacionales como extranjeros, además que se prevé ser un lugar cultural y cumpla con las características para complementar e implementar el restaurante planteado en el estudio realizado

Dentro de la filosofía corporativa que se plantea para el restaurante, uno de los objetivos estratégicos que se pretende alcanzar es lograr posicionarse dentro de un mercado competitivo cumpliendo los requerimientos que exigen los clientes internos como externos bajo los estándares de calidad y servicio.

- Se puede concluir que el restaurant cuenta con una aceptación del 75% en el sector norte de la ciudad de Quito, por lo que es factible, y tiene como aspecto positivo que hay pocos restaurantes en la zona que ofertan este tipo de gastronomía.

La determinación de la demanda insatisfecha muestra que existe un mercado amplio para el restaurant que se quiere abrir, la oferta de este tipo de gastronomía es muy escasa en comparación con el nivel de demandantes

- La cadena de valor establecida para el proyecto se enfoca en cuatro puntos críticos que se debe considerar para entregar un servicio oportuno y de calidad a los clientes son: Gestión de Compras y Bodegas, producción, servicio y la Gestión de marketing y servicio de post venta

En los resultados obtenidos mediante el análisis financiero aplicado al presente proyecto en base a los datos obtenidos previamente en el estudio de mercado y financiero, y considerando que se cubre porcentualmente de la demanda insatisfecha, los resultados relejan que el proyecto es viable para su aplicación, presentando una utilidad de \$25.715,90 dólares, presentado flujos positivos en los siguientes 5 años a la puesta en marcha del proyecto obteniendo un VAN 48,701 y una TIR de 40,46 % con un periodo de recuperación de 3 años.

RECOMENDACIONES

- Para la creación del proyecto “Soy el Sabor del Ecuador” es indispensable los requerimientos y necesidades del cliente, como también normas legales, sanitarias y de infraestructura para de esta manera ofrecer un servicio de calidad, que generando valor al mismo mediante innovación a fin de satisfacer sus necesidades y para alcanzarlos beneficios esperados.

Se debe planificar la ejecución de programas de capacitación continua para el cada uno de los miembros del personal del restaurante, en temas relacionados a cocina Nacional, atención al cliente, normas de sanitación, manipulación de alimentos entre otros de esta manera el personal capacitado podrá obtener crecimiento profesional y brindarán una mejor atención a los clientes.

- Puesta en marcha la operación del restaurante, es recomendable realizar estudios de mercado continuamente para evaluar el crecimiento del restaurante en el mercado, con el fin redefinir estrategias de marketing en caso de ser necesario y de esta manera cubrir las necesidades de los clientes.

Los estudios permanentes de mercado que se realicen para valorar el crecimiento del restaurante permitirán plantear estrategias dirigidas al mejoramiento continuo relacionado con la infraestructura y ubicación de áreas en el restaurante

- La macro localización así como la micro localización del restaurante deberá mantenerse ya que en base a los estudios técnicos el lugar de localización del restaurante es accesible para los clientes y proveedores ofreciéndoles seguridad.

En relación a la creación del restaurante “Soy el Sabor del Ecuador” mediante los estudios financieros obtenidos la creación del proyecto es posible ya que su margen de rentabilidad es bastante aceptable, se recomienda iniciar la actividad comercial bajo

los parámetros establecidos siempre cuidando los principios de calidad y atención al cliente, ya que de esta manera el resultado será: clientes satisfechos y crecimiento en el mercado lo que como resultado será el crecimiento financiero del proyecto una vez puesto en marcha

BIBLIOGRAFÍA:

- Aráuz, Maritza.(1999), Pueblos Indios en las Costas del Ecuador, impresión talleres gráficos, Guayaquil-Ecuador.
- Aboleda Velez, German. (1988), PROYECTOS formulación, evaluación y control, impreso Cargraphics, Cali-Colombia.
- Ayala Mora, Enrique.(2004) Ecuador patria para todos, corporación editora nacional, vol.1, Ecuador
- Baca Urbina, Gabriel. (1995) Evaluación de Proyectos, (3ra ed), editorial Editografica Ingramex, Naucalpan-México
- Bernal, Metodología de la Investigación: administración y ciencias sociales, (3ra ed), Bogotá Colombia, 2010.
- Buenfil Jacinto. (2009), Adaptacion a los impactos de cambio (vol. II), Impreso y hecho en México
- Davies, Derek. (2000),Guías del Ecuador del buen viajero, Impreso en Corea, Barcelona-España.
- Deler, Jean Paul.(1983) El manejo de los espacios en el Ecuador: Geografía Básica Del Ecuador, Tomo 1, Quito-Ecuador.
- Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Corporación vida para Quito.
- Distrito metropolitano de Quito [folleto]. Quito: Municipio de Quito.
- Flores Carmen (2013), Libro de Marketing Digital, Año 2013-12-13 a las 12.26 p.m.

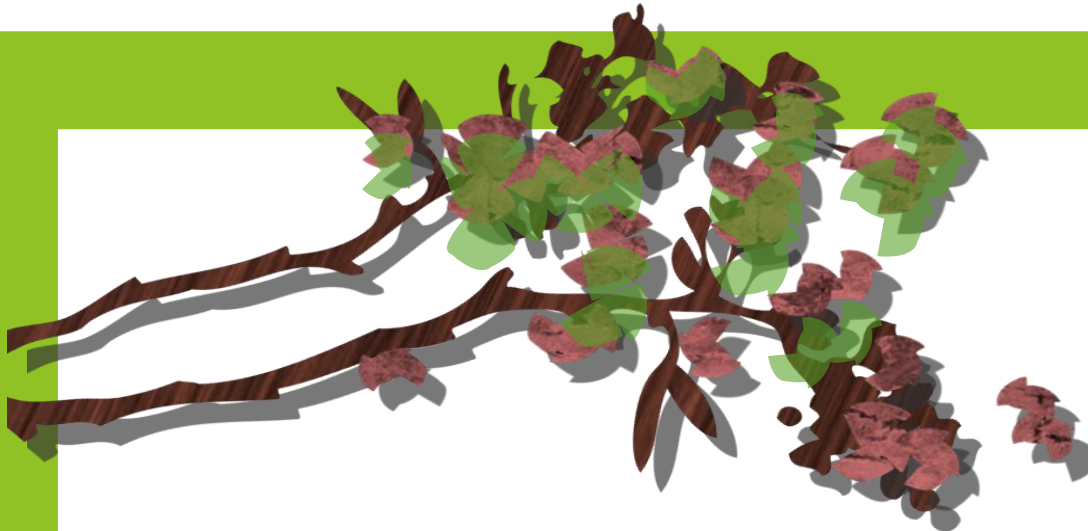
- Francisco Abascal Rojas, Distribución y franquicia: oportunidades de negocio ante el impacto de la globalización, editorial ESIC, 2003
- Gordillo José. (1988), Derechos Administrativos, Editorial Copyright, Buenos Aires-Argentina
- Lara, Jorge Salvador.(2000), Historia Contemporánea del Ecuador, Quito-Ecuador.
- Mi Cocina Delibueno Cia. LTDA., 2014)
- Museo Jacinto Jijón y Caamaño. [Folleto]. Quito: Centro Cultural Metropolitano.
- López , Noelia.(2003) Marketing en Restauración: Ciclos formativos, Editorial SINTESIS ,Madrid-España
- Plan de negocios: la estrategia inteligente, Prentice Hall,México, Editorial Prentice Hall Hispanoamérica, 2000.
- Posso, Proyectos tesis y Marco Lógico Planes e Informes de Investigación, Nación imprenta, Quito-Ecuador, 2011
- Restaurantes Grupo Editorial Océano .S.A. Barcelona- España.
- Salas Marcelo. (2012), Marketing Evaluación del Estrategias (voy. II), Sede editorial: RED-U, Barcelona –España.
- Tallada (2010), La Economía Ecuatoriana, Guayaquil-Ecuador.
- Thompson Iván (2007), MARKETING Estrategias y Procesos (undécima edición), Editorial McGraw-Hill Interamericana, Colombia
- Vitora, C. F. (2010). Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental. España: Grupo Mundi Prensa, España.

- Varios Autores (2006). La enciclopedia del Estudiante: Tomo 20: Historia y Geografía del Ecuador: Santillana.
- Philip Kotler (2001), Dirección de Marketing, Fundamentos del Marketing (8va Ed.), Lima-Perú
- Tabla de población de la provincia de Pichincha. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC - Censo 2010, de www.inec.gob.ec
- Quito Distrito Metropolitano. Recuperado el 22 de 8 de 2012, de www.quito.gob.ec
- Visita Ecuador. (s.f.). Recuperado el 22 de 8 de 2012, de <http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=19&ciudad=Qlay6BQh>
- Permisos de turismo para la apertura de instituciones <http://www.ministeriodeturismo.gov.ec>
- www.tripadvisor.com
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- http://www.mosp.gba.gov.ar/prensa/sintesis/med_06-01-14.pdf
- <http://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2014>
- <http://www.ricyt.org/rediberoamericanadindicadoresdecienciaytecnología>
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- <http://www.ministeriodeturismo.gov.ec>

- <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- <http://resultados.cne.gob.ec/>

ANEXOS

Anexo 1 Menú



RESTAURANTE

“SABOR DEL ECUADOR”



“mágica aventura de sabores Ecuatoriano”.

REENCUENTRE CON LA MARAVILLOSA GASTRONOMÍA DE TU TIERRA.

UBICACIÓN:

QUITO, AV. ISABELA CATÓLICA Y CORUÑA. SECTOR LA MARISCAL

PARA MÁS INFORMACIÓN, CONTACTE CON: VERÓNICA GUANOLUISA AL 0985553955

Menú

ENSALADAS

ENSALADA ECUATORIANA

Una suave combinación de remolacha tomate naranja con una vinagreta deliciosa.....4,00

ENSALADA CLASICA

Combinación de lechuga, tomates, queso parmesano con crujientes crutones.....3,50

SOPAS

SOPAS DE LA REGION SIERRA

SOPA DE QUINOA

Sopa a base de quínoa con una suave carne de cerdo y pasta de maní.....4,00

LOCRO QUITEÑO

Delicada combinación de papas chola, leche y queso fresco.....5,00

YAHUARLOCRO

Sopa tradicional de menudo con sabores tradicionales.....6,00

SOPAS DE LA REGION COSTA

AGUADO DE GALLINA

Tradicional aguado costeño con gallina criolla.....4,50

SANCOCHO COSTEÑO

Combinación de vegetales tradicionales de la costa con costilla de res y suave yuca.....5,50

CALDO DE BOLAS

Combinación de carne de res con un rico refrito envuelto en verde con un delicioso caldo.....7,50

SOPAS DE LA REGIÓN AMAZÓNICA

ZARAPATERA

Deliciosa y tradicional sopa a base de carne de tortuga.....5,50

PLATOS FUERTES

REGIÓN SIERRA

SECO DE GALLINA

Equilibrada combinación de una salsa en la cual se cocina la gallina con una porción de arroz.....4,00

CHURRASCO

Delicioso filete de res acompañado de dos huevos fritos y ensalada fresca.....6,50

SECO DE CHIVO

Tradicional seco de carne de chivo acompañado de aguacate y arroz amarillo.....7,50

FRITADA

Jugosa carne de cerdo cocinada lentamente acompañada con mote maduro y ensalada.....8,00

LLAPINGACHO

Plato tradicional a base de tortilla para con el tradicional chorizo ambateño.....8.50

REGION COSTA

GUATITA

Delicado plato hecho a base de panza de res con pasta de maní papas y muchas especias.....5,00

ARROZ MARINERO

Un arroz con una deliciosa combinación de mariscos y patacones.....13,00

PESCADO FRITO

Camotillo suavemente sazonado y frito acompañado de arroz y patacones.....11,00

CEVICHE DE CAMARON

Camarones en una salsa suave que armonizan los sabores acompañados de chifles.....9,00

CEVICHE MIXTO

Combinación de mariscos en una deliciosa salsa acompañada de chifles.....11,00

MENESTRA CON CHULETA DE CERDO

Una chuleta de cerdo hecha a la plancha acompañada de arroz y menestra de frejol.....6,00

REGIÓN AMAZÓNICA

MAITO DE PESCADO

Tradicional plato en el cual el pescado con especias es envuelto en hoja de bijao y llevado a cocción.....9,00

SECO DE GUANTA

Came de guanta prepara en una salsa equilibrada acompañada de arroz.....8,00

BEBIDAS

LIMONADA.....3,00

AGUA DE BIJAO.....3,00

JUGO DE NARANJA.....3,00

JUGO DE MORA.....3,00

JUGO DE NARANJILLA.....3,00

JUGO DE TOMATE DE ARBOL.....3,00

AGUA SIN GAS.....1,00

AGUA CON GAS.....1,00

GASEOSA.....1,50

TE.....1,50

CERVEZA.....1,50

Anexo 2 Recetas Estándar

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				1
Nombre de la Preparación:			Sopa de Quínua	
Número de Pax:				8
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Carne de cerdo	g	750	0,006	4,5
Quinua	g	180	0,0025	0,45
Maní en pasta	g	125	0,003	0,375
Papa	g	125	0,003	0,375
Cebolla blanca	g	30	0,0025	0,075
Leche	g	100	0,0015	0,15
Achiote (aceite)	g	20	0,002	0,04
Sal	g	4	0,002	0,008
Comino	g	4	0,0023	0,0092
Perejil picado	g	10	0,0015	0,015
Ajo	g	5	0,0015	0,0075
Col	g	125	0,002	0,25
Zanahoria	g	50	0,0025	0,125
		Costo neto		\$ 6,38
		Varios	5%	\$ 0,32
		Costo Total		\$ 6,70
		Costo / Pax		\$ 0,84
		P. vta. sug.		\$ 4,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **2**
Nombre de la Preparación: **Locro Quiteño**
Número de Pax: **6**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Cebolla paiteña	g	100	0,002	0,2
Cebolla blanca	g	100	0,0025	0,25
Orégano	g	30	0,0018	0,054
Ajo	g	15	0,0015	0,0225
Achiote	g	5	0,002	0,01
Papa chola	g	800	0,003	2,4
Queso	g	800	0,003	2,4
Ají	g	25	0,0015	0,0375
Cilantro	g	35	0,0015	0,0525
Sal	g	6	0,002	0,012
leche	g	200	0,004	0,8
		Costo neto		\$ 6,24
		Varios	5%	\$ 0,31
		Costo Total		\$ 6,55
		Costo / Pax		\$ 1,09
		P. vta. sug.		\$ 5,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				3
Nombre de la Preparación:			Aguado de Gallina	
Número de Pax:				10
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Gallina criolla	g	1500	0,005	7,5
Ajo	g	4	0,0055	0,022
Sal	g	2	0,005	0,01
Pimienta	g	4	0,002	0,008
Comino	g	3	0,0023	0,0069
Cilantro	g	5	0,005	0,025
Cebolla blanca	g	25	0,0025	0,0625
Pimiento	g	8	0,003	0,024
Tomate	g	8	0,003	0,024
Arroz	g	175	0,002	0,35
Zanahoria	g	150	0,0025	0,375
Arveja	g	60	0,002	0,12
Cilantro	g	100	0,0015	0,15
Perejil	g	180	0,0015	0,27
Achiote	g	6	0,002	0,012
		Costo neto		\$ 8,96
		Varios	5%	\$ 0,45
		Costo Total		\$ 9,41
		Costo / Pax		\$ 0,94
		P. vta. sug.		\$ 4,50

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				4
Nombre de la Preparación:			Sancocho Costeño	
Número de Pax:				6
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Aceite vegetal	g	6	0,003	0,018
Ajo	g	10	0,0015	0,015
Arveja tierna	g	70	0,002	0,14
Cebolla blanca	g	50	0,0025	0,125
Cebolla paiteña	g	200	0,002	0,4
Choclo tierno	g	800	0,0025	2
Cilantro en rama	g	75	0,0015	0,1125
Costilla de res	g	550	0,0045	2,475
Pimienta	g	2	0,002	0,004
Sal	g	3	0,002	0,006
Yuca	g	200	0,0035	0,7
Zanahoria amarilla	g	150	0,0025	0,375
		Costo neto		\$ 6,37
		Varios	5%	\$ 0,32
		Costo Total		\$ 6,69
		Costo / Pax		\$ 1,11
		P. vta. sug.		\$ 5,50

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				5
Nombre de la Preparación:			Yahuarlocro	
Número de Pax:				9
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Menudo de borrego	g	1500	0,005	7,5
Papa	g	350	0,003	1,05
Cebolla blanca	g	150	0,0025	0,375
Leche	g	180	0,0015	0,27
Cebolla paitaña	g	250	0,002	0,5
Tomates riñón	g	100	0,003	0,3
Albahaca	g	2	0,002	0,004
Orégano	g	1	0,0018	0,0018
Aceite de achiote	g	5	0,002	0,01
Comino	g	1	0,0023	0,0023
Ajo	g	1	0,0015	0,0015
Hierbabuena	g	75	0,0015	0,1125
Hierbaluisa	g	100	0,0015	0,15
Harina	g	100	0,002	0,2
Limón	g	30	0,002	0,06
		Costo neto		\$ 10,54
		Varios	5%	\$ 0,53
		Costo Total		\$ 11,06

	Costo / Pax	\$ 1,23
	P. vta. sug.	\$ 6,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **6**

Nombre de la Preparación: **Caldo de Bolas**

Número de Pax: **7**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Pulpa de res	g	450	0,005	2,25
Costilla de res	g	400	0,0045	1,8
Yuca	g	300	0,0035	1,05
Papa	g	250	0,003	0,75
Col	g	250	0,002	0,5
Zanahoria	g	150	0,0025	0,375
Choclo tierno	g	250	0,0025	0,625
Verde	g	450	0,002	0,9
Maní molido	g	300	0,002	0,6
Achiote líquido	g	6	0,002	0,012
Arveja	g	140	0,002	0,28
Huevo	g	40	0,0035	0,14
Pasas	g	20	0,0025	0,05
Aceituna sin semilla	g	10	0,0035	0,035
Hierbabuena	g	150	0,0015	0,225
Comino	g	6	0,0023	0,0138
Sal	g	10	0,002	0,02
Pimienta	g	3	0,002	0,006

Tomates	g	80	0,003	0,24
Cebolla colorada	g	80	0,002	0,16
Pimiento verde	g	40	0,003	0,12
Ajo	g	6	0,0015	0,009
Cilantro	g	50	0,0015	0,075
		Costo neto		\$ 10,24
		Varios	5%	\$ 0,51
		Costo Total		\$ 10,75
		Costo / Pax		\$ 1,54
		P. vta. sug.		\$ 7,50

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				7
Nombre de la Preparación:			Ensalada Clasica	
Número de Pax:				4
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Lechuga crespas	g	500	0,003	1,5
Tomate riñón	g	250	0,003	0,75
Vinagre	g	25	0,0025	0,0625
Sal	g	4	0,002	0,008
Aceite	g	6	0,003	0,018
Pimienta	g	3	0,002	0,006
Crutones	g	25	0,0025	0,0625
Queso parmesano	g	45	0,003	0,135
		Costo neto		\$ 2,54
		Varios	5%	\$ 0,13
		Costo Total		\$ 2,67
		Costo / Pax		\$ 0,67
		P. vta. sug.		\$ 3,50

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				8
Nombre de la Preparación:		Ensalada Ecuatoriana		
Número de Pax:				5
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Remolacha	g	750	0,003	2,25
Vinagre blanco	g	30	0,0025	0,075
Naranja	g	50	0,004	0,2
Tomate riñón	g	450	0,003	1,35
Cilantro	g	8	0,0015	0,012
Aceite	g	5	0,003	0,015
Sal	g	3	0,002	0,006
Pimienta	g	2	0,002	0,004
Mostaza	g	3	0,003	0,009
		Costo neto		\$ 3,92
		Varios	5%	\$ 0,20
		Costo Total		\$ 4,12
		Costo / Pax		\$ 0,82
		P. vta. sug.		\$ 4,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				9
Nombre de la Preparación:			Seco de Gallina	
Número de Pax:				8
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Gallina	g	1500	0,005	7,5
Aceite vegetal	g	12	0,003	0,036
Cebolla paiteña	g	75	0,002	0,15
Ajo	g	15	0,0015	0,0225
Achiote	g	2	0,002	0,004
Cerveza	g	300	0,0025	0,75
Tomate	g	350	0,003	1,05
Pimiento	g	70	0,003	0,21
Ají	g	30	0,0015	0,045
Cilantro	g	50	0,0015	0,075
Perejil	g	50	0,0015	0,075
Orégano	g	2	0,0018	0,0036
Comino	g	4	0,0023	0,0092
Sal	g	4	0,002	0,008
Pimienta	g	3	0,002	0,006
		Costo neto		\$ 9,94
		Varios	5%	\$ 0,50

	Costo Total	\$ 10,44
	Costo / Pax	\$ 1,31
	P. vta. sug.	\$ 4,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				10
Nombre de la Preparación:				Guatita
Número de Pax:				4
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant
Panza de res	g	800	0,006	4,8
Papa	g	230	0,0035	0,805
Maní en pasta	g	40	0,003	0,12
Aceite de achiote	g	2	0,002	0,004
Leche	c.c	250	0,0008	0,2
Cebolla blanca	g	50	0,0025	0,125
Comino	g	1	0,0023	0,0023
Ajo	g	2	0,0015	0,003
		Costo neto		\$ 6,06
		Varios	5%	\$ 0,30
		Costo Total		\$ 6,36
		Costo / Pax		\$ 1,59
		P. vta. sug.		\$ 5,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **11**

Nombre de la Preparación: **Churrasco**

Número de Pax: **4**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant
Lomo fino de res	g	750	0,008	6
Huevos	g	100	0,0035	0,35
Arroz	g	250	0,002	0,5
Papa	g	100	0,003	0,3
Lechuga	g	50	0,003	0,15
Tomate riñón	g	50	0,003	0,15
Cebolla paitaña	g	35	0,002	0,07
Aguacate	g	100	0,0025	0,25
Sal	g	2	0,002	0,004
Pimienta	g	3	0,002	0,006
Aceite	g	20	0,003	0,06
Limón Meyer	g	20	0,0028	0,056
Aceite de oliva	g	10	0,003	0,03
		Costo neto		\$ 7,93
		Varios	5%	\$ 0,40
		Costo Total		\$ 8,32
		Costo / Pax		\$ 2,08
		P. vta. sug.		\$ 6,50

Restaurante "Soy el Sabor del Ecuador"

de Receta: **12**

Nombre de la Preparación: **Maito de Pescado**

Número de Pax: **4**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant
Tilapia	g	1000	0,008	8
Hojas de bijao	u	5	0,001	0,005
Cebolla blanca	g	400	0,0025	1
Yuca	g	500	0,002	1
Palmito picado	g	250	0,0024	0,6
Mostaza	g	30	0,001	0,03
Ajo	g	40	0,0015	0,06
sal / pimienta	g	3	0,002	0,006
		Costo neto		\$ 10,70
		Varios	5%	\$ 0,54
		Costo Total		\$ 11,24
		Costo / Pax		\$ 2,81
		P. vta. sug.		\$ 9,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **13**

Nombre de la Preparación: **Seco de Guanta**

Número de Pax: **6**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Guanta	g	1500	0,007	10,5
Aceite vegetal	g	12	0,003	0,036
Cebolla paiteña	g	75	0,002	0,15
Ajo	g	15	0,0015	0,0225
Achiote	g	2	0,002	0,004
Cerveza	g	300	0,0025	0,75
Tomate	g	350	0,003	1,05
Pimiento	g	70	0,003	0,21
Ají	g	30	0,0015	0,045
Cilantro	g	50	0,0015	0,075
Perejil	g	50	0,0015	0,075
Orégano	g	2	0,0018	0,0036
Comino	g	4	0,0023	0,0092
Sal	g	4	0,002	0,008
Pimienta	g	3	0,002	0,006
		Costo neto		\$ 12,94
		Varios	5%	\$ 0,65
		Costo Total		\$ 13,59

	Costo / Pax	\$ 2,27
	P. vta. sug.	\$ 8,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				14
Nombre de la Preparación:				Zarapatera
Número de Pax:				4
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Carne de tortuga	g	500	0,006	3
Ajo	g	20	0,0015	0,03
Cebolla blanca	g	300	0,0025	0,75
Cilantro	g	20	0,0015	0,03
Verde	g	400	0,002	0,8
Agua	cc	2000	0,00048	0,96
Aceite	g	20	0,003	0,06
Sal	g	4	0,002	0,008
Comino	g	3	0,0023	0,0069
Pimienta	g	3	0,002	0,006
Achiote	g	3	0,002	0,006
	g			0
		Costo neto		\$ 5,66
		Varios	5%	\$ 0,28
		Costo Total		\$ 5,94
		Costo / Pax		\$ 1,48
		P. vta. sug.		\$ 5,50
Restaurante " Sabor del Ecuador"				

de Receta:**15****Nombre de la Preparación:****Seco de chivo****Número de Pax:****5**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Carne de chivo	g	1000	0,008	8
Cebolla paiteña	g	180	0,0018	0,324
Tomate	g	250	0,0022	0,55
Pimiento	g	125	0,0019	0,2375
Naranja	g	50	0,0021	0,105
Cerveza	g	150	0,0008	0,12
Achiote (aceite)	g	3	0,002	0,006
Sal	g	4	0,002	0,008
Comino	g	4	0,002	0,008
maduro	g	180	0,0013	0,234
Ajo	g	5	0,0015	0,0075
Arroz	g	400	0,0017	0,68
Lechuga	g	250	0,0006	0,15
Aguacate	g	350	0,0028	0,98
		Costo neto		\$ 11,41
		Varios	5%	\$ 0,57
		Costo Total		\$ 11,98
		Costo / Pax		\$ 2,40
		P. vta. sug.		\$ 7,50

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				16
Nombre de la Preparación:				Fritada
Número de Pax:				5
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Carne de cerdo	g	1300	0,006	7,8
Papas	g	345	0,003	1,035
Ajo	g	50	0,0015	0,075
Cebolla paiteña	g	200	0,0018	0,36
Cebolla blanca	g	300	0,0025	0,75
Jugo de Naranja	cc	300	0,001	0,3
Achiote (aceite)	cc	8	0,002	0,016
Sal	g	4	0,002	0,008
Comino	g	7	0,0023	0,0161
Mote	g	345	0,0015	0,5175
Maíz Seco	g	300	0,0012	0,36
Aceite	g	40	0,003	0,12
Limón	cc	70	0,0025	0,175
		Costo neto		\$ 11,53
		Varios	5%	\$ 0,58
		Costo Total		\$ 12,11
		Costo / Pax		\$ 2,42
		P. vta. sug.		\$ 8,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				17
Nombre de la Preparación:			Llapingacho	
Número de Pax:				3
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Chorizo de Ambato	g	750	0,0041	3,075
Huevos	g	900	0,0016	1,44
Queso fresco	g	125	0,0061	0,7625
Papa	g	500	0,003	1,5
Cebolla blanca	g	50	0,0025	0,125
Mantequilla	g	100	0,0016	0,16
Achiote (aceite)	g	20	0,002	0,04
Sal	g	4	0,002	0,008
Pimienta	g	4	0,0023	0,0092
Lechuga	g	60	0,0006	0,036
Tomate	g	120	0,003	0,36
	g			0
	g			0
		Costo neto		\$ 7,52
		Varios	5%	\$ 0,38
		Costo Total		\$ 7,89
		Costo / Pax		\$ 2,63
		P. vta. sug.		\$ 8,50

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				18
Nombre de la Preparación:		Arroz Marinero		
Número de Pax:				6
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Conchas	g	300	0,01	3
Camarones	g	400	0,01	4
Almejas	g	400	0,005	2
Calamar	g	400	0,0067	2,68
Mejillones	g	400	0,0055	2,2
Pescado	g	400	0,0038	1,52
Arroz	g	500	0,0017	0,85
Sal	g	4	0,002	0,008
Aceite	g	4	0,003	0,012
Mantequilla	g	15	0,0016	0,024
Achote	g	5	0,002	0,01
Ajo	g	25	0,0015	0,0375
Cebolla blanca	g	40	0,0018	0,072
Pimiento	g	40	0,0019	0,076
Cangrejo	g	1500	0,0045	6,75
		Costo neto		\$ 23,24
		Varios	5%	\$ 1,16
		Costo Total		\$ 24,40
		Costo / Pax		\$ 4,07
		P. vta. sug.		\$ 13,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **19**

Nombre de la Preparación: **Pescado Frito**

Número de Pax: **1**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Camotillo	g	190	0,012	2,28
Ajo	g	10	0,0015	0,015
Mostaza	g	20	0,003	0,06
Aceite	cc	200	0,003	0,6
Arroz	g	50	0,0017	0,085
Verde	g	80	0,002	0,16
Cebolla paiteña	g	35	0,0018	0,063
Sal	g	4	0,002	0,008
pimienta	g	3	0,002	0,006
				0
				0
				0
				0
		Costo neto		\$ 3,28
		Varios	5%	\$ 0,16
		Costo Total		\$ 3,44
		Costo / Pax		\$ 3,44
		P. vta. sug.		\$ 11,00

Restaurante "Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				20
Nombre de la Preparación:		Ceviche Marino		
Número de Pax:				4
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Concha	g	300	0,01	3
Camarón	g	300	0,01	3
Calamar	g	300	0,0067	2,01
Pescado	g	300	0,0038	1,14
Pulpo	g	220	0,0042	0,924
Limón	g	130	0,0014	0,182
Cebolla Paiteña	g	60	0,0018	0,108
tomate	g	70	0,003	0,21
Cilantro	g	8	0,0015	0,012
Perejil picado	g	5	0,0015	0,0075
verde	g	100	0,002	0,2
Aceite	g	125	0,003	0,375
Sal	g	5	0,002	0,01
		Costo neto		\$ 11,18
		Varios	5%	\$ 0,56
		Costo Total		\$ 11,74
		Costo / Pax		\$ 2,93
		P. vta. sug.		\$ 10,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **21**

Nombre de la Preparación: **Menestra con chuleta**

Número de Pax: **4**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Chuleta de cerdo	g	900	0,0051	4,59
Arroz	g	400	0,0017	0,68
Frejol	g	300	0,0028	0,84
Verde	g	250	0,002	0,5
Cebolla blanca	g	30	0,0025	0,075
Ajo	g	5	0,0015	0,0075
Achiote (aceite)	cc	4	0,002	0,008
Laurel	g	2	0,0003	0,0006
Comino	g	2	0,0023	0,0046
Aceite	g	10	0,003	0,03
Cuero de cerdo	g	80	0,004	0,32
Tomate	g	80	0,003	0,24
Sal	g	8	0,002	0,016
		Costo neto		\$ 7,31
		Varios	5%	\$ 0,37
		Costo Total		\$ 7,68
		Costo / Pax		\$ 1,92
		P. vta. sug.		\$ 6,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"				
# de Receta:				22
Nombre de la Preparación:		Ceviche de Camarón		
Número de Pax:				4
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Camarón	g	980	0,01	9,8
Naranja	cc	50	0,0014	0,07
Mostaza	cc	20	0,0016	0,032
Cilantro	g	30	0,0015	0,045
Limón	g	130	0,0014	0,182
Cebolla Paiteña	g	60	0,0018	0,108
tomate	g	70	0,003	0,21
Cilantro	g	8	0,0015	0,012
Perejil picado	g	5	0,0015	0,0075
verde	g	100	0,002	0,2
Aceite	g	110	0,003	0,33
Sal	g	5	0,002	0,01
		Costo neto		\$ 11,01
		Varios	5%	\$ 0,55
		Costo Total		\$ 11,56
		Costo / Pax		\$ 2,89
		P. vta. sug.		\$ 9,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **23**

Nombre de la Preparación: **Limonada**

Número de Pax: **10**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Limón	cc	590	0,0014	0,826
Agua gaseada	cc	2500	0,0011	2,75
Azúcar	g	300	0,0014	0,42
				0
				0
		Costo neto		\$ 4,00
		Varios	5%	\$ 0,20
		Costo Total		\$ 4,20
		Costo / Pax		\$ 0,42
		P. vta. sug.		\$ 3,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **24**

Nombre de la Preparación: **Jugo de Mora**

Número de Pax: **13**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Mora	g	1000	0,004	4
Agua	cc	2500	0,0003	0,75
Azucar	g	400	0,0014	0,56
				0
				0
		Costo neto		\$ 5,31
		Varios	5%	\$ 0,27
		Costo Total		\$ 5,58
		Costo / Pax		\$ 0,43
		P. vta. sug.		\$ 3,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **25**

Nombre de la Preparación: **Jugo de Tomate**

Número de Pax: **13**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Limón	g	600	0,006	3,6
Agua gaseada	cc	1300	0,0011	1,43
Azúcar	g	250	0,0014	0,35
				0
				0
		Costo neto		\$ 5,38
		Varios	5%	\$ 0,27
		Costo Total		\$ 5,65
		Costo / Pax		\$ 0,43
		P. vta. sug.		\$ 3,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **26**

Nombre de la Preparación: **Jugo de Naranja**

Número de Pax: **13**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Naranja	g	600	0,0055	3,3
Agua gaseada	cc	1450	0,0011	1,595
Azúcar	g	300	0,0014	0,42
				0
				0
		Costo neto		\$ 5,32
		Varios	5%	\$ 0,27
		Costo Total		\$ 5,58
		Costo / Pax		\$ 0,43
		P. vta. sug.		\$ 3,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **27**

Nombre de la Preparación: **Agua de Bijao**

Número de Pax: **10**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Hoja de Bijao	g	75	0,0022	0,165
Agua gaseada	cc	3000	0,0011	3,3
Azúcar	g	350	0,0014	0,49
				0
				0
		Costo neto		\$ 3,96
		Varios	5%	\$ 0,20
		Costo Total		\$ 4,15
		Costo / Pax		\$ 0,42
		P. vta. sug.		\$ 3,00

Restaurante " Sabor del Ecuador"

de Receta: **28**

Nombre de la Preparación: **Jugo de Naranja**

Número de Pax: **13**

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Uni.	Costo x Cant.
Naranja	cc	3200	0,0014	4,48
Hielo Frappe	g	400	0,0009	0,36
Azúcar	g	340	0,0014	0,476
				0
				0
		Costo neto		\$ 5,32
		Varios	5%	\$ 0,27
		Costo Total		\$ 5,58
		Costo / Pax		\$ 0,43
		P. vta. sug.		\$ 3,00

Anexo 3 Cotización

PROFORMA # 1800
CONTRIBUYENTE ESPECIAL
RUC: 1791753356001

Quito, 14 de mayo de 2015

Estimado(s) señor(es)
CONSUMIDOR FINAL (99999999999999)
Presente.-

Reciba(n) un cordial saludo de quienes conformamos HERMINIA SANCHEZ E HIJOS CIA. LTDA y a la vez hacemos votos por el éxito de su gestión.

De acuerdo a su solicitud, le presentamos nuestra mejor oferta de productos:

CANT.	CODIGO DETALLE	PRECIO	DSCTO.	P. UNITARIO	P. TOTAL
78	RJ028 PLATO TENDIDO 27 CM. ACTUALITE	5	0%	5	390
78	RJ020 PLATO HONDO SALA 18.7 CM ACTU	3.7768	0%	3.7768	294.59
78	RJ022 PLATO PANDO 23CM ACTUALITE	4.0179	0%	4.0179	313.4
78	RJ015 PLATO BASE 31.5 CM. ACTUALITE	8.0179	0%	8.0179	625.4
58	RJ036 TAZA CAFE 252 CC ACTUALITE	2.9643	0%	2.9643	171.93
58	RJ017 PLATO CAFE 15.5 CM. ACTUALITE	2.1161	0%	2.1161	122.73
20	RJ038 TAZA TINTO 100 CC. ACTUALITE	1.875	0%	1.875	37.5
20	RJ026 PLATO CAFE 12.5 APILABLE	1.8036	0%	1.8036	36.07
25	RJ034 SALSERA LISA 180 CC ACTUALITE	2.1429	0%	2.1429	53.57
40	TX068 CERVECERO DAKOTA 210AL	1.5536	0%	1.5536	62.14
20	TX070 COPA COCTEL CRISTAR 9.25 OZ.	1.5089	0%	1.5089	30.18
40	TX017 COPA V/TINTO PELDAR	1.0804	0%	1.0804	43.22
40	TX005 COPA V/BL PELDAR	1.0536	0%	1.0536	42.14
40	TX162 CERVECERO BERLIN PILSENER 18.5	1.4196	0%	1.4196	56.78
78	TR139 CUCHARA SOPA CATERING USA.	0.7589	0%	0.7589	59.19
78	TR068 TENEDOR DE MESA CATERING USA.	0.7589	0%	0.7589	59.19
78	TR215 CUCHILLO DE MESA CATERING USA.	1.2054	0%	1.2054	94.02
78	TR217 CUCHARA CAFE CATERING USA.	0.5357	0%	0.5357	41.78
				Subtotal:	2533.83
				12% IVA:	304.06
				TOTAL:	2837.89


Son: DOS MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y SIETE DOLARES CON 89/100 centavos


FORMA DE PAGO: EFECTIVO
VALIDEZ DE LA PROFORMA:
TIEMPO DE ENTREGA:

SANTIAGO BORJA

Esperando una respuesta afirmativa y por la atención que se digne dar a la presente, le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,


HERMINIA SANCHEZ E HIJOS CIA. LTDA

Usted fue atendido por: 

PROFORMA # 1801
CONTRIBUYENTE ESPECIAL
RUC: 1791753356001

Quito, 14 de mayo de 2015

Estimado(s) señor(es)
CONSUMIDOR FINAL (99999999999999)
Presente.-

Reciba(n) un cordial saludo de quienes conformamos HERMINIA SANCHEZ E HIJOS CIA. LTDA y a la vez hacemos votos por el éxito de su gestión.

De acuerdo a su solicitud, le presentamos nuestra mejor oferta de productos:

CANT.	CODIGO DETALLE	PRECIO	DSCTO.	P. UNITARIO	P. TOTAL
4	TR037 CUCHILLO PICARIN #12 MASTERBL	17.3214	0%	17.3214	69.29
3	TR024 PUNTILLA MASTER O PLASTICO	2.3522	0%	2.3522	7.06
6	ACY488 TABLA PICAR 12X18 MEDIA DENSID	16.8071	0%	16.8071	99.64
3	ACY203 BOWL ACERO 4 QT. ESTANDAR	4.375	0%	4.375	13.13
3	ACY204 BOWL ACERO 5 QT. ESTANDAR	5.0893	0%	5.0893	15.27
3	ACY205 BOWL ACERO 6 1/4 QT. ESTANDAR	6.5625	0%	6.5625	19.69
3	ACY206 BOWL ACERO 8 QT. ESTANDAR	9.4643	0%	9.4643	28.39
3	ACY125 BANDEJA ACERO 1/1 FULL 2 1/2 K	25.2679	0%	25.2679	75.8
3	ACY129 BANDEJA ACERO 1/2 4 CAL 24	19.9107	0%	19.9107	59.73
3	ACY131 BANDEJA 1/3 DE 2 1/2 CAL. 24	11.5644	0%	11.5644	34.69
3	ACY134 BANDEJA 1/4 2 1/2 CAL. 24 ACER	8.9732	0%	8.9732	26.92
15	ACY486 SALERO VIDRIO 2 OZ	1.4732	0%	1.4732	22.1
2	ACY172 COLADOR CHINO FINO 8"	25.6696	0%	25.6696	51.34
12	ACY215 CUCHARETA SÓLIDA 33 CM	2.1339	0%	2.1339	25.61
5	ACY237 CUCHARÓN OPTIMA 4 OZ	3.2589	0%	3.2589	16.29
2	TR096 CHAIRA ESTRIADA 10 TRAMONTINA	12.5893	0%	12.5893	25.18
				Subtotal:	590.13
				12% IVA:	70.82
				TOTAL:	660.95

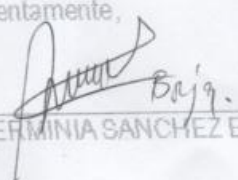
Son: SEISCIENTOS SESENTA DOLARES CON 95/100 centavos


FORMA DE PAGO: EFECTIVO
VALIDEZ DE LA PROFORMA:
TIEMPO DE ENTREGA:

SANTIAGO BORJA

Esperando una respuesta afirmativa y por la atención que se digne dar a la presente, le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,


HERMINIA SANCHEZ E HIJOS CIA. LTDA

Usted fue atendido por 

PROFORMA N° SC-SPRV-140515-01.
 FECHA QUITO 14 MAYO DEL 2015.
 CLIENTE VERONICA GUANOLUISA
 RUC 1722466537

DIRECCION EL TEJAR
 TELEFONO 0959743799
 VALIDEZ DE OFERTA 10 DIAS.
 OBSERVACIONES:

Sírvase encontrar nuestra propuesta para la adquisición de:

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	1	ARCHIVADOR DE 4 GAVETAS.- Fabricado en lámina metálica, recubierto en pintura electrostática, ideal para el manejo de archivo, documentos. Cuenta con una llave de seguridad única para los 4 compartimentos. DIMENSIONES: 1,30 X 0,45 X 0,65 (Alto x frente x fondo).	\$ 215,00	\$ 215,00
2	6	ESTANTERIA EN ALAMBRE.- Fabricada en tubo y alambre, recubrimiento final cromo. Ideal para el almacenamiento de productos en cuartos fríos. Permite la circulación del aire frío a través de las parrillas. Se garantiza su resistencia en peso de aproximadamente 180 kg. Por bandeja uniformemente repartidas Dimensiones 1,80 x 0,90 x 0,40 x 5. (Alto x frente x fondo x bandejas).	\$ 291,42	\$ 1.748,52
3	1	COCINA PESADA DE 6 QUEMADORES CON PLANCHA Y HORNO.- Toper en acero inoxidable 430 pulido de 1.5mm de espesor. Módulo en acero inoxidable 430 pulido de 1mm de espesor. Funcionamiento a gas baja o alta presión. Parrillas de hierro fundido de 40x40cm. Quemadores de hierro fundido con capacidad de 30,000 BTU; con control de llama y llaves de media vuelta italianas. Con pilotos de encendido cada uno. Plancha en acero negro laminado al caliente de 15mm de espesor, espacio útil de 60x80cm. Quemadores dobles en U tipo flauta de 25000 BTU. Horno de cocción en su base totalmente en acero inoxidable con quemador en U tipo flauta de 35,000 BTU y paredes revestidas en lana de vidrio. Sin control de termostato. Bandejas de desperdicios. Patas en tubo redondo de acero inoxidable 201 con niveladores de altura importados.	\$ 4.060,00	\$ 4.060,00
4	1	LOCKERS DE 8 SERVICIOS.- Fabricado en lámina metálica de tool. Cada módulo tiene 8 servicios. Recubierto con pintura electrostática. Medias externas: 1,75 x 1,45 x 0,40 (alto x frente x fondo). Seguridad para candado (no incluye candado).	\$ 326,79	\$ 326,79
			Suma...	\$ 6.350,31
			IVA 12%	\$ 762,04
			TOTAL	\$ 7.112,35

Dirección comercial: Ulla 650 y Mercadillo C.C. Santa Clara Local 14A / Teléfono: 2520-379

Dirección fábrica: Av. Juan de Selis N77-97 y Vicente Duque (Carcelén Industrial) / Teléfono: 2477-806 Quito-Ecuador

Email: ventas@artialambre.com / Web: artialambre.com

Términos Generales de la oferta:

1. Precios incluyen IVA.
2. Equipos entregados en la ciudad de Quito.
3. Forma de pago: 50% de anticipo saldo contra entrega.
4. Tiempo de entrega: 8 días laborables, desde la recepción del anticipo.
5. No se incluyen costos no especificados como obras civiles, eléctricas o sanitarias.
6. Todos nuestros productos incluyen una garantía de 1 año por defectos de fabricación. El uso negligente anula la garantía.

Atentamente,

Darwin Shunaula.
ARTIALAMBRE CIA. LTDA.

Dirección comercial: Ulloa 650 y Mercadillo C.C. Santa Clara Local 14A / Teléfono: 2520-379

Dirección fábrica: Av. Juan de Selis N77-97 y Vicente Duque (Carreclón Industrial) / Teléfono: 2477-806 Quito-Ecuador

Email: ventas@artialambre.com / Web: artialambre.com



Lozada Rohon Hugo Patricio

**METALICAS
LOZADA HNOS.**

R.U.C. 1708050230001

Dirección: Urb. Poder Judicial - Fco. de Orellana
Lote 213 y Hernando de Magallanes
Teléfonos: 2835 160 / 2656 480 / 2903 725
Quito - Ecuador

PROFORMA

Nº 0000818

0959743799

Nombre: S. Vergara Guandara Fecha: Novo 14/2015
 Dirección: St. Fe R.U.C.: _____

DESCRIPCION	V. UNITARIO	Cantidad	PRECIO TOTAL
1 Caceres de 3 Banks. cur. plancha y freidora	\$ 1055	1	\$ 1181,60
1 Mesa de trabajo 2. ut x 060	\$ 500	2	\$ 560,00
1 Rendona Industrial 5 lit. ut.	\$ 405	1	\$ 453,80
1 Peladora de papa. 25 libras	\$ 665	1	\$ 745,00
1 Refrijador. 1 Puerta Solido	\$ 1665	1	\$ 1.865,00
1 Fregadero 2 Pags. 2 b. flus	\$ 885	1	\$ 991,60
1 Bomba de grasa	\$ 280	1	\$ 313,60
1 Campana 2 metros. 4060	\$ 700	1	\$ 784,00
1 Ducto. meta	\$ 55	1	\$ 61,60
1 Extractor de Oliva. 14 D.	\$ 850	1	\$ 952,00

CLIENTE
 METALICAS LOZADA HNOS

SUB-TOTAL _____
 TOTAL GRAVADO I.V.A. % _____
 TOTAL A PAGAR _____