

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR – UNIB.E

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniería en Administración
de Empresas Gastronómicas

**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica
ecuatoriana elaborada en leña en el sector Plaza de Toros, norte de Quito**

Autora:

Gloria Vanessa Ñacata Córdor

Director:

Juan Romero, Mgst.

Quito, Ecuador

Septiembre, 2018

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Juan Romero

Director de la Escuela de la escuela de Gastronomía

Presente.

Yo Juan Romero, Director del Trabajo de Titulación realizado por Gloria Vanessa Ñacata Córdor, estudiante de la carrera de Administración Gastronómica, informo haber revisado el presente documento titulado "Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el sector Plaza de Toros, norte de Quito", el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.


Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



Juan Romero, Magister

Director del Trabajo de Titulación.

	UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR	FAC-025
	FORMULARIO DE APROBACIÓN Y SOLICITUD DEL TRIBUNAL	

Quito, 30 / 07 /2018

Estimado

Director de la Carrera

Mgst. Juan Francisco Romero Corral

Presente.

De mi consideración:

En mi calidad de Director del Trabajo de Titulación sobre el tema "Estudio de Factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el sector Plaza de Toros, norte de Quito", de la señorita Gloria Vanessa Ñacata Condor, estudiante de la carrera Ingeniera en Administración de Empresas Gastronómicas, dicha investigación reúne los requisitos establecidos por la universidad, y se procederá a indicar empastar el Trabajo de Titulación en mención, así mismo le solicito de la manera más comedida se proceda a nombrar el Tribunal para su evaluación correspondiente.

Atentamente,

f.

Nombre:

Mgst. Juan Francisco Romero C.

Director del Trabajo de Titulación

CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación "Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el sector Plaza de Toros, norte de Quito", así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.



Gloria Vanessa Ñacata Córdor

1722732201

Quito, septiembre de 2018.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a mi familia, a mi madre Mercedes, mi padre Gustavo, a mis hermanos Lorena y Freddy y a mi mejor amigo Dario. Solo puedo agradecerles por todo su apoyo a lo largo de esta etapa de mi vida, por estar siempre ahí en cada decisión buena o mala, a ustedes que me acompañaron en todo este largo camino recorrido en el cual han vivido conmigo todo tipo de cosas, tristezas haciendo que sean fáciles de vencer y también alegrías de esas que uno nunca se olvida, por todo esto y más este trabajo es para ustedes. También quiero agradecerle a mi director Juan Romero y a mi decano Jesús Gómez por ayudarme a realizar este trabajo, siempre con su buena disposición para ayudar, escuchar y guiar.

Gracias de todo corazón por todo lo que me han dado.

ÍNDICE GENERAL

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	i
CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO	ii
DEDICATORIA.....	iii
ÍNDICE GENERAL	iv
RESUMEN	xvii
CAPÍTULO I.	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3 OBJETIVOS.....	4
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
CAPÍTULO II.	5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2.1 CIUDAD DE QUITO SECTOR PLAZA DE TOROS.....	5
2.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	6
2.3 ESTUDIO DE MERCADO	7
2.4 ESTUDIO TÉCNICO	7
2.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO.....	7
2.6 ESTUDIO LEGAL	8
2.7 ESTUDIO DE MARKETING.....	9

2.8 ESTUDIO DE IMPACTO	9
2.9 ESTUDIO FINANCIERO	10
CAPÍTULO III.	11
FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS.....	11
3.1 METODOLOGÍA	11
3.2 TÉCNICAS	11
3.2.1 ENCUESTAS	11
3.2.2 LA OBSERVACIÓN	12
3.2.3 LA ENTREVISTA	12
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	12
3.3.1 POBLACIÓN 1	12
3.3.2 MUESTRA 1	14
3.2.3 POBLACIÓN 2	15
3.2.4 MUESTRA 2	15
CAPÍTULO IV.....	16
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	16
4.1 ESTUDIO DE MERCADO	16
4.1.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO META	16
4.1.3 DEMANDA ACTUAL	17
4.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA	18
4.1.5 OFERTA ACTUAL	18

PROPUESTA.....	20
4.2 ESTUDIO TÉCNICO	20
4.2.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	20
4.2.2 MACRO LOCALIZACIÓN	20
4.2.2.1 SERVICIOS BÁSICOS.....	20
4.2.2.2 MATERIA PRIMA	21
4.2.2.3 VÍAS DE ACCESO.....	21
4.2.2.4 LEYES Y REGLAMENTOS	21
4.2.2.5 MANO DE OBRA.....	22
4.2.2.6 NIVEL DE VIDA	22
4.2.3 MICRO LOCALIZACIÓN	22
4.2.3.2 PLANO DEL LOCAL	24
4.2.3.3 RECURSOS TÉCNICOS.....	25
4.2.3.3.1 MAQUINARIA Y EQUIPOS DE COCINA	25
4.2.3.3.2 EQUIPO DE OFICINA.....	25
4.2.3.3.3 MUEBLES Y ENSERES	26
4.2.3.3.4 MENAJE	26
4.2.3.3.5 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	27
4.2.3.3.6 EDIFICIO Y ADECUACIONES	28
4.2.4 RECURSOS MATERIA PRIMA	29

4.2.4.1 PRODUCTOS	29
4.2.4.2 LISTA DE PROVEEDORES	29
4.2.4.3 POLÍTICAS DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES	30
4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	30
4.3.1 CADENA DE VALOR.....	30
4.3.2 MAPA DE PROCESOS.....	31
4.3.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA	32
4.3.4 PERSONAL NECESARIO Y SUS FUNCIONES	33
4.3.5 CAPACITACIÓN	34
4.3.5.1 MARCO FILOSÓFICO	35
4.3.5.1.1 VISIÓN	35
4.3.5.1.2 MISIÓN.....	35
4.3.5.1.3 VALORES DE LA INTITUCIÓN	35
4.3.5.1.4 VALORES DE LOS COLABORADORES	36
4.3.5.1.6 OBJETIVOS	36
4.3.5.2 ESTRATEGIAS COMERCIALES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	36
4.4 ESTUDIO LEGAL	37
4.4.1 PROCESO PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MEPRESA	37
4.4.2 LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE).....	37

4.4.3 CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO – PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.....	38
4.4.4 AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA).....	38
4.4.5 INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	38
4.4.6 SOCIEDAD DE AUTORES DEL ECUADOR.....	39
4.4.7 VALOR TOTAL DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	39
4.5 ESTUDIO DE MARKETING.....	39
4.5.1 ESTRATÉGIAS COMERCIALES (MARKETING MIX).....	39
4.5.1.1 ESTRATEGÍA DE PRODUCTO.....	39
4.5.1.1.1 IMAGEN CORPORATIVA VISUAL.....	39
4.5.1.1.2 NOMBRE.....	39
4.5.1.1.3 SLOGAN.....	40
4.5.1.1.4 LOGO.....	40
4.5.2 PRODUCTO TANGIBLE.....	40
4.5.2.1 MENÚ A OFRECER.....	41
4.5.2.2 ESTRATEGIA PARA LA FIJACIÓN DEL PRECIO.....	41
4.5.2.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	42
4.5.2.3.1 A CORTO PLAZO.....	42
4.5.2.3.2 A MEDIANO PLAZO.....	43

4.5.2.3.3 A LARGO PLAZO	43
4.5.2.3 PROMOCIONES	43
4.5.2.4 ESTRATEGIA DE PLAZA	43
4.6 ESTUDIO DE IMPACTO	44
4.6.1 IMPACTO SOCIAL	44
4.6.2 IMPACTO AMBIENTAL.....	44
4.6.3 IMPACTO CULTURAL	44
4.10 ESTUDIO FINANCIERO.....	45
4.10.1 INVERSIONES (ACTIVOS FIJOS)	45
4.10.2 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	48
4.10.3 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	48
4.10.4 DEMANDA PROBABLE	49
4.10.5 COSTOS VARIABLES.....	50
4.10.6 MANO DE OBRA	62
4.10.7 UNIFORMES.....	65
4.10.8 CAPITAL DE TRABAJO.....	66
4.10.9 SUELDO ADMINISTRATIVO.....	67
4.10.10 COSTOS INDIRECTOS	69
4.10.11 COSTOS SEMI VARIABLES.....	70
4.10.12 COSTOS FIJOS	70

4.10.13 GASTOS ADMINISTRATIVOS	70
4.10.14 PUBLICIDAD	71
4.10.15 INVERSIÓN TOTAL.....	71
4.10.16 TABLA DE AMORTIZACIÓN	72
4.10.17 BALANCE GENERAL (INICIAL)	74
4.10.18 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	75
4.10.10 FLUJO DE CAJA	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
5.1 Conclusiones.....	77
5.2 Recomendaciones.....	78
Bibliografía	81
Anexo 1	85
Encuesta de mercado	85
Tabulación de las encuestas realizadas en el sector de la Plaza de Toros ..	87
Anexo 2.....	91
Fichas de Observación	91
Ficha 1	91
Ficha 2.....	91
Ficha 3.....	92
Ficha 4.....	92
Anexo 3.....	93

Formato de entrevistas para profesionales	93
Entrevista n° 1	95
Entrevista n° 2	97
Entrevista n° 3	99
Anexo 4	101
Proforma de Equipo de Cocina y Menaje	101
Anexo 5	103
Proforma de Cocina a leña	103
Anexo 6	104
Proforma de Equipo de Oficina	104
Anexo 7	105
Proforma de Muebles y Enseres	105

ÍNDICE DE TRABLAS

Tabla 1 Población e indicadores de la administración zonal Eugenio Espejo según parroquias	13
Tabla 2 Proyección de la tasa de crecimiento comercial	13
Tabla 3 Población e indicadores al 2010 en la administración zonal Eugenio Espejo según barrio – sector.....	14
Tabla 4 Proyecciones de la población de 25 años o más	14
Tabla 5 Datos de las personas entrevistadas	15
Tabla 6 Segmento de Mercado.....	16
Tabla 7 Demanda actual 2018	17
Tabla 8 Descripción del restaurante Oh Mar cevichería	18

Tabla 9 Descripción del restaurante La Tradición	19
Tabla 10 Porcentajes de servicios básicos	20
Tabla 11 Población económicamente activa.....	22
Tabla 12 Descripción del plano en m2	23
Tabla 13 Maquinaria y Equipos de cocina.	25
Tabla 14 Equipo de Oficina.....	25
Tabla 15 Muebles y enseres.....	26
Tabla 16 Menaje	26
Tabla 17 Equipos de Computación	28
Tabla 18 Uniformes.....	28
Tabla 19 Edificio y Adecuaciones	28
Tabla 20 Lista de proveedores.....	29
Tabla 21 Mapa de procesos.....	31
Tabla 22 Estructura orgánica	32
Tabla 23 Número del personal de trabajo	32
Tabla 24 Costo de capacitaciones anuales.....	35
Tabla 25 Constitución de la empresa.....	37
Tabla 26 Requisitos para la obtención del LUAE.....	37
Tabla 27 Requisitos para el permiso de funcionamiento del CB-DMQ	38
Tabla 28 Requisitos para el permiso de funcionamiento del ARCSA	38
Tabla 29 Costo de los permisos para la constitución de la empresa	39
Tabla 30 Activos fijos	45
Tabla 31 Maquinaria y equipo.....	46
Tabla 32 Equipo de oficina.....	46
Tabla 33 Menaje	46

Tabla 34 Equipo de computación.....	47
Tabla 35 Adecuaciones	48
Tabla 36 Muebles y enseres.....	48
Tabla 37 Población económicamente activa.....	48
Tabla 38 Gastos de constitución.....	48
Tabla 39 Gasto por persona	49
Tabla 40 Demanda probable.....	49
Tabla 41 Proyección de ingresos.....	49
Tabla 42 Proyecciones anuales.....	49
Tabla 43 Costo empanadas de verde	50
Tabla 44 Costo empanadas de viento	50
Tabla 45 Costo mote con chicharrón	50
Tabla 46 Costo ceviche de concha	51
Tabla 47 Costo ceviche de camarón.....	51
Tabla 48 Costo caldo de gallina.....	51
Tabla 49 Costo yaguarlocro	52
Tabla 50 Costo locro de papa con queso	52
Tabla 51 Costo caldo de patas	53
Tabla 52 Costo arroz marinero	53
Tabla 53 Costo arroz con camarón.....	53
Tabla 54 Costo plato ambateño	54
Tabla 55 Costo seco de chivo.....	54
Tabla 56 Costo fritada.....	54
Tabla 57 Costo quimbolitos.....	55
Tabla 58 Costo quesadillas.....	55

Tabla 59 Costo torta de maqueño.....	56
Tabla 60 Costo higos con queso.....	56
Tabla 61 Costo pristiños con miel.....	56
Tabla 62 Costo chicha de jora	57
Tabla 63 Costo guayusa	57
Tabla 64 Costo rosero quiteño.....	57
Tabla 65 Costo jugo de naranja	58
Tabla 66 Costo jugo de naranja.....	58
Tabla 67 Costo café pasado	58
Tabla 68 Costo expreso.....	58
Tabla 69 Costo capuccino.....	58
Tabla 70 Costo chocolate	59
Tabla 71 Costo aguas aromáticas	59
Tabla 72 Costo guayusa con alcohol	59
Tabla 73 Costo canelazo	59
Tabla 74 Costos Variables.....	60
Tabla 75 Costos de materia prima.....	61
Tabla 76 Proyecciones del costo de la mano de obra	65
Tabla 77 Proyecciones del sueldo	65
Tabla 78 Uniformes.....	65
Tabla 79 Capital de trabajo.....	66
Tabla 80 Sueldo administrador anual	69
Tabla 81 Costos indirectos.....	69
Tabla 82 Costos indirectos anuales	69
Tabla 83 Costos semi variables.....	70

Tabla 84 Costos fijos	70
Tabla 85 Gastos administrativos.....	70
Tabla 86 Gastos administrativos anuales	71
Tabla 87 Publicidad	71
Tabla 88 Proyecciones anuales de publicidad	71
Tabla 89 Inversión total.....	71
Tabla 90 Total gastos	72
Tabla 91 Tabla de amortización.....	72
Tabla 92 Interés anual	74
Tabla 93 Balance general	74
Tabla 94 Estado de pérdidas y ganancias	75
Tabla 95 Proyecciones del flujo de caja.....	76
Tabla 96 Tasa de descuento TIR y VAN.....	76

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Sector Plaza de Toros	6
Imagen 2 Plano del local	24
Imagen 3 Mapa de procesos	31
Imagen 4 Logo empresarial	40
Imagen 5 Menú a ofrecer.....	41
Imagen 6 Modelo flyers	42

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Empleo	87
Gráfica 2 Rango de edades	87
Gráfica 3 Visita a restaurantes	88
Gráfica 4 Dispuesto a gastar	89

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo determinar la factibilidad técnica, operativa y financiera para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el sector Plaza de Toros, norte de Quito. El estudio fue tipo descriptivo, analítico, experimental y de campo. La población objeto de estudio se dividió en dos grupos, la población 1 conformada de personas mayores a 25 años en adelante y la población 2 se aplicó a profesionales que tuvieron conocimiento en factibilidad, comida ecuatoriana y restauración. Esta investigación se desarrolló en tres fases: en la Fase I, se realizó el Estudio de Mercado, donde se determinó las características del servicio, se analizó la oferta y la demanda de personas que frecuentan restaurantes de comida ecuatoriana, asimismo se determinó los precios por los servicios ofertados y se identificaron los canales de comercialización. En la Fase II se efectuó el Estudio Técnico, donde se determinó el tamaño del restaurante, clientes, la localización, los equipos, maquinarias y mobiliario, además se elaboraron los procesos operativos, la distribución en planta y el estudio organizacional. En la Fase III se realizó el Estudio Financiero, determinándose los ingresos por los servicios prestados, los costos fijos, los costos variables, la amortización del préstamo bancario, la depreciación de las maquinarias, equipos y mobiliarios y la inversión inicial, así como el flujo de caja del proyecto, empleando para ello el TIR y el VAN. Finalmente se concluyó que el proyecto es factible debido a que el VAN es un valor positivo y el TIR es mayor a la tasa de descuento para que el proyecto sea viable.

Palabras Claves: Estudio de Factibilidad, VAN, TIR.

CAPÍTULO I.

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida en cazuelas de barro y en viejas y ahumadas ollas. Una cocina, con tradición de siglos y en la que se han cocido sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes (Romo & López, 2017).

La gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas así como la variedad de especias y productos que existen en el país. Además, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en el sabor y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros. Esta combinación tan singular se ha definido como comida criolla (Ministerio de Turismo, 2017).

En este orden de ideas (Quitoadventure, 2015) señala que en la ciudad de Quito existen diferentes tipos de restaurantes que ofrecen una variedad de comida como la italiana, francesa, española, ecuatoriana, fusión, peruana, comida rápida, de autor, entre otros; cabe recalcar que estos restaurantes se encuentran localizados en diferentes lugares como centros comerciales, y zonas como la Mariscal, la Plaza de Toros, sector Isabel la Católica, sector de la González Suárez, la Portugal, Eloy Alfaro, entre otros.

Por otra parte, en visitas realizadas por la autora se evidenció que en el sector de la Plaza de Toros se encuentra gran variedad de establecimientos, destinados a satisfacer diferentes gustos y necesidades destacando fuertemente “La Tradición”,

“Rincón el Gaucho”, “Las Palmeras”, “Ho Mares”, “Montañita”, “Pizza Hut”, “French Fries”, “Panadería la Unión”, “Sub Way”, entre otros.

Cabe resaltar que del grupo de comida típica ecuatoriana destacó el restaurante “Ho Mares”, y “La Tradición”, los cuales ofrecen una variedad de productos como: ceviches, encebollados, picadas, pescados, encocados, arroz, cazuelas, sopas, parrilladas, chugchucaras, yaguarlocros, fritadas, entre otros. Se evidenció además que en el sector el sector de la Plaza de Toros no existe un restaurante que se dedique a la elaboración de la comida típica ecuatoriana con una cocina a leña.

De allí que la presente investigación busca determinar la viabilidad técnica, operativa, y financiera para la creación de un restaurante de comida típica ecuatorina que tiene como fuente de energía principal la leña.

Lo anterior se fundamenta en experiencias propias, ya que para experimentar esta experiencia se debe hacer viajes fuera de la ciudad como por ejemplo la ciudad de Ibarra, San Antonio de Ibarra, el sector de Amaguaña, entre otros, para encontrar este tipo de comidas, dado que los establecimientos que elaboran estas preparaciones en leña no se encuentran dentro de la ciudad de Quito.

Al ver que no existe un negocio que cumpla con las características que permitan satisfacer las necesidades o requerimientos que tendrían los diversos grupos de mercados que existen en el sector de la investigación, se desaprovecharía una oportunidad rentable.

Por lo expuesto anteriormente se plantea la siguiente pregunta: ¿Cuál es la factibilidad de la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el norte de Quito, sector Plaza de Toros?

1.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación plantea realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana, con la particularidad de que su cocción es en leña. Cabe agregar que en la actualidad esto es algo que ya no se puede apreciar, en especial en el sector de la Plaza de Toros; en esta parte de la ciudad encontramos gran variedad de cocina nacional e internacional, pero pocos son los establecimientos que brinden cocina ecuatoriana elaborada con técnicas vernáculas; es por eso que la idea del negocio es pertinente.

Por otra parte, la cocina ecuatoriana se caracteriza porque sus platillos tienen una cocción estable y elaborada; al utilizar una cocina a leña se complementa su proceso de preparación y hace que los alimentos se cuezan de manera homogénea, que mantengan su calor por largas horas, acompañados por el sabor que otorga este tipo de cocción, logrando una textura que marca la diferencia tales como aromas que despiertan los sentidos; los mismos que van acompañados de tradiciones familiares, cultura e identidad, además, los sabores de los alimentos cocidos en leña son distintos a los preparados a través de sistemas de producción actuales (Pazos, 2010).

Por otra parte, el sector de la Plaza de Toros está ubicado en el centro norte de Quito; tiene afluencia turística tanto nacional como extranjera, cuenta con varias vías de acceso, por lo que los comensales podrían visitar el establecimiento sin ningún problema (Estéves, Censo de población y vivienda 2010, INEC, 2017).

En efecto, la idea del negocio es oportuno y a la vez el proyecto es atractivo porque cocinar en leña es algo hoy día inusual. Los beneficiarios directos serán las personas que trabajen en el establecimiento (clientes internos) y también los proveedores y los comensales (clientes externos).

Por último, la investigación es novedosa y atractiva porque cocinar en leña y con ollas de barro es algo que poco se ve, en especial dentro del sector, aportando además como aservo a la tradición y la cultura de nuestro país sin afectar la naturaleza.

Finalmente, en el proyecto de investigación se consideraron estudios de impactos social, ambiental y cultural lo cual lo hace factible y por ende aplicable.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad técnica, económica y operativa para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el norte de Quito, sector Plaza de Toros.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Elaborar un diagnóstico de mercado con respecto a la oferta y demanda de la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el norte de Quito, sector Plaza de Toros
2. Desarrollar el estudio técnico teniendo como referencia los procesos, instalaciones y equipos para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el norte de Quito, sector Plaza de Toros.
3. Realizar el estudio financiero por medio de las inversiones, costos, ingresos, y rentabilidad para la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el norte de Quito, sector Plaza de Toros.

CAPÍTULO II.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

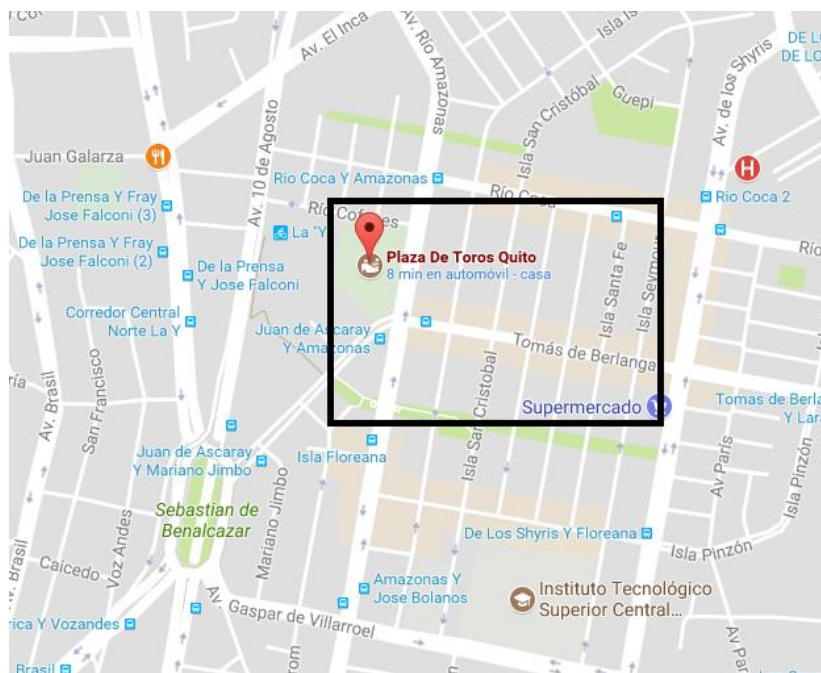
2.1 CIUDAD DE QUITO SECTOR PLAZA DE TOROS

Quito cuenta con 1.607.734 habitantes (parroquias urbanas) y 2.239.191 habitantes en todo el Distrito Metropolitano, por lo que es la segunda ciudad más poblada del Ecuador; fue nominada por la UNESCO como “Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978” (Salazar, 2012).

El sector de la Plaza de Toros se encuentra ubicado en La parroquia de Jipijapa, colinda al norte por la Avenida El Inca; al este por los barrios de Monteserrín y Campo Alegre, al sur por la Avenida Gaspar de Villarroel, Avenida de los Granados y el camino antiguo a Nayon y al oeste por la Avenida 10 De Agosto. Todo este sector está constituido por casas de hasta dos plantas, edificios en su mayoría de 4 pisos y algunos de 12 pisos; colegios, restaurantes, todo tipo de microempresas, negocios, industrias grandes, parques recreacionales, entidades de seguridad, entidades religiosas, clínicas, edificaciones de singular importancia como la Plaza de Toros Quito, dos Terminales de Transferencia del Trolebús y el Cementerio del Batán (Universidad San Francisco de Quito, 2017).

A continuación en la imagen 1 se muestra el mapa de la parroquia Jipijapa del cantón Quito.

Imagen 1 Sector Plaza de Toros



Fuente: (Google Map, 2017)

2.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Debe conducir a la identificación del plan de negocio a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, así como los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación, la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de evaluación de criterios de evaluación financieros, económicos, sociales y ambientales que permitan obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto (Flórez Uribe, 2015).

En este caso, la factibilidad de la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña se desarrollará con base en factibilidad técnica, operativa y financiera.

2.3 ESTUDIO DE MERCADO

Busca cuantificar los bienes y/ o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final; para su realización se identifican una serie de variables de tipo financiero, social, organizacional y de producción que al ser tenidas en cuenta aumentan las posibilidades de éxito del plan de negocio que se está elaborando (Flórez Uribe, 2015).

El estudio de mercado servirá para conseguir información del entorno del presente proyecto a través de la recopilación de datos, para definir el tamaño del plan de negocio y su localización de ésta manera se buscará estructurar un servicio acorde a sus necesidades.

2.4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio de la ingeniería en el proyecto abarca la descripción técnica del producto, su incidencia ambiental, la escogencia del proceso de producción, instalaciones, maquinaria, equipos e insumos a utilizar en la elaboración del producto (Flórez Uribe, 2015).

El estudio técnico nos servirá para identificar los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, conocimientos, habilidades y experiencias que son necesarias para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto.

2.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

La organización en los planes de negocio hace referencia a la definición de su estructura orgánica; al personal de planta; la asignación de funciones básicas a cada cargo. Y el estudio administrativo se trata del conjunto de políticas, reglamentos, normas, procedimientos e instrumentos utilizados para el manejo de los empleados vinculados a la empresa (Flórez Uribe, 2015).

El estudio organizacional y administrativo del presente proyecto definirá como la gerencia del negocio debe planificar, organizar, dirigir y controlar las diferentes actividades del negocio para poder alcanzar los objetivos o metas antes ya establecidas de una manera eficiente y eficaz.

2.6 ESTUDIO LEGAL

Este tiene por objetivo definir el marco legal para que la empresa se establezca y opera; Por ejemplo, tipo de sociedad, permisos requeridos, regulaciones locales y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella derivan (Valera, 2008).

El estudio legal de este negocio nos permitirá saber cuáles son todos los permisos y requerimientos jurídicos que se deben tener para el funcionamiento de este. El primer paso es definir qué tipo de sociedades existen, cuál es la que más se acopla con la idea del negocio y los diferentes requisitos que se deben cumplir estas. Las implicaciones tributarias, comerciales y laborales asociadas al tipo de sociedad del negocio, normas y precedimientos. Según los productos o servicios que el negocio ofrece, ante los organismos de control, permisologías, entre otras.

Así mismo, debe investigar sobre los derechos de propiedad intelectual, relacionada al nombre a utilizar, marcas, ideas y productos ya que puede existir la posibilidad que alguien más haya registrado como propia la información nombre o haya tenido primero esa idea para el negocio; o si es algo nuevo es mejor asegurar ese bien intangible de la empresa para evitar copias. Y por último los derechos y limitaciones sobre la propiedad. Para determinar cuales negocios pueden o no funcionar en el lugar y bajo qué reglamento.

2.7 ESTUDIO DE MARKETING

Este tipo de investigación se realiza para obtener datos sobre las necesidades del consumidor, conocer la competencia existente, conocer el grado de aceptación del producto o servicio en el mercado, cuanto estarían dispuestos a pagar los clientes, la frecuencia con la que realizan dichos consumos, entre otros. Esta es una herramienta esencial para un negocio que busca iniciar sus operaciones, ya que le dará el conocimiento para crear las diferentes estrategias que usará para ingresar a dicho mercado (Ruiz, 2011).

Para la presente investigación el estudio de marketing es una herramienta esencial que nos ayudará a generar estrategias para conocer la competencia, el grado de aceptación del producto y cuanto estarían dispuestos los clientes a pagar él.

2.8 ESTUDIO DE IMPACTO

Los planes de negocios son proyectos que impactan directamente en la sociedad. El objetivo principal de un plan de negocios es la generación de riqueza o rentabilidad, por esto el Pacto Mundial de las Naciones Unidas por la responsabilidad social empresarial ha promulgado una serie de principios para la sostenibilidad empresarial a través de la adopción, promulgación y apoyo de esos postulados sobre los derechos humanos, del trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción (Ruiz, 2011).

Para la presente investigación el estudio de Impacto impulsará el segmento específico de mercado, trabajará bajo las normas implantadas por las BPAs para proteger el medio ambiente, e impulsará la cultura y tradición de la comida ecuatoriana.

2.9 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de un plan de negocio interviene una serie de variables que, al ser evaluadas, permiten escoger la mejor alternativa. Entre las variables a considerar se encuentran: el análisis detallado de las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los ingresos que se esperan generar; los costos de producción y gastos de operación y financiamiento, entre otros.

Los presupuestos de inversión, ventas, producción y de financiamiento, se pueden elaborar con la aplicación de metodologías de precios constantes para luego llevarlos a su expresión más cercana de precios corrientes. Componentes como la inflación y devaluación, se tiene en cuenta en las proyecciones financieras, debido a que estas afectan la rentabilidad financiera porque inciden en las inversiones fijas y en la cuantificación de las necesidades de capital de trabajo (Flórez Uribe, 2015).

El estudio financiero ayudará a analizar la factibilidad y viabilidad del presente proyecto para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. La viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad.

CAPÍTULO III.

FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 METODOLOGÍA

El tipo de investigación según (Cegarra, 2018) es el siguiente:

- **Descriptivo:** Porque se analizó la información de fuentes recolectadas como: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, SRI, trípticos, revistas, entre otros.
- **Analítico:** Porque se consideró e interpretó la información recabada en la biblioteca y en campo.
- **Experimental:** Porque desarrolló la base teórica a la práctica en la propuesta gastronómica.
- **Diseño de campo:** Porque se recolectó información directamente de las fuentes primarias y en el lugar donde se desarrollará el proyecto.

3.2 TÉCNICAS

Para la presente propuesta se aplicaron tres técnicas de investigación: las encuestas, entrevistas, y la observación.

3.2.1 ENCUESTAS

Es una técnica que permite obtener información descriptiva y de contrastación sobre el tema encuestado como la fijación de precios, gustos y preferencias, entre otros. (Cegarra, 2018).

Esta técnica se aplicará con la finalidad de conocer si es factible la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana, los gustos, preferencias y cuanto está dispuesto a pagar el cliente, entre otros.

3.2.2 LA OBSERVACIÓN

Sugiere, motiva a los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos; hace referencia explícita a la percepción visual y se emplea para indicar todas las formas de percepción utilizadas para el registro de respuestas tal como se presentan en nuestros sentidos (Cegarra, 2018).

Esta técnica se aplicó en el sector de la Plaza de Toros para recopilar información que ayudará a la presente investigación.

3.2.3 LA ENTREVISTA

Es una técnica de investigación, muy utilizada en la mayoría de las disciplinas empíricas; obteniendo información mediante una conversación de naturaleza profesional, se encuadra dentro de las técnicas de auto informes, ya que se basa en las respuestas directas que los actores sociales dan al investigador en una situación de interacción comunicativa (Cegarra, 2018).

Esta metodología se aplicó a profesionales de negocios hoteleros y de restauración.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

A continuación se detallan los conceptos de la población y muestra y como se aplica al presente proyecto.

3.3.1 POBLACIÓN 1

(Cegarra, 2018) Nos dice que la población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Para conocer la cantidad de encuestas se debe conocer, primero la población de la parroquia Jipijapa al 2018, para esto se tomará el dato del censo del 2010:

Tabla 1 Población e indicadores de la administración zonal Eugenio Espejo según parroquias

DESCRIPCIÓN	TOTAL ZONA EUGENIO ESPEJO	PARROQUIA					
		BELISARIO QUEVEDO	MARISCAL SUCRE	IÑAQUITO	RUMIPAMBA	JIPIJAPA	
SUPERFICIE TOTAL HA.	11.282,80	1346,8	281,7	1505,6	1032,9	622,4	
SUPERFICIE URBANA HA.	6640,4	682,2	281,7	1341,9	523,6	503,8	
POBLACIÓN	2010	388,708	47752	12976	42397	28918	35475
	2001	365,054	47444	15841	42251	30318	35646
	1990	330,145	53618	18801	40792	28735	31938

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (Estéves, Censo de población y vivienda 2010, INEC, 2017)

Según el (INEC, 2018) que la tasa de crecimiento comercial es del 0,21%.

En la tabla 2 se observa que la población de la parroquia Jipijapa en el 2010 es de 35.475 y la tasa de crecimiento comercial es del (0,21%). Para determinar la población de la parroquia en el año 2018, se utilizan los dos datos relacionados a datos anteriores, la población del 2010 y la tasa de crecimiento se proyectan al año actual.

Tabla 2 Proyección de la tasa de crecimiento comercial

Año	Población	Tasa
2010	35475	0,21%
2011	35549	
2012	35624	
2013	35699	
2014	35774	
2015	35849	
2016	35924	
2017	36000	
2018	36075	

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 3 Población e indicadores al 2010 en la administración zonal Eugenio Espejo según barrio – sector.

DESCRIPCIÓN			TOTAL ZONA EUGENIO ESPEJO	PARROQUIA				
				BELISARIO QUEVEDO	MARISCAL SUCRE	IÑAQUITO	RUMIPAMBA	JIPIJAPA
GRUPO DE EDADES	HOMBRES	Jóvenes (19-35)	57.808	7.318	2.120	6.186	3.935	5.437
	MUJERES	Jóvenes (19-35)	62.365	7.887	2.227	7.033	4.357	6.104

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (Estéves, Plabación e indicadores del distrito metropolitano de Quito, 2010)

El Mercado meta del proyecto estará conformado por personas a partir de 25 años de edad.

De la tabla 4 se toma la población de la parroquia que tiene 25 años o más, lo cual arroja un resultado de 11736, proyectado al año 2018:

Tabla 4 Proyecciones de la población de 25 años o más

Año	Población	Tasa
2010	11541	0,21%
2011	11565	
2012	11590	
2013	11614	
2014	11638	
2015	11663	
2016	11687	
2017	11712	
2018	11736	

Elaborado por: Vanessa Nacata

3.3.2 MUESTRA 1

(Cegarra, 2018) Nos dice que la muestra es el subconjunto de la población.

Para calcular la muestra de cuantas encuestas se deben realizar a la población, se utiliza la fórmula del universo finito, como a continuación se define:

$$n = \frac{4 \cdot N \cdot p \cdot q}{(e^2 - 1 + 4 \cdot p \cdot q)}$$

$$n = \frac{4 \times 11736 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 - 1 + 4 \times 0,5 \times 0,5} = 373$$

Dónde

4 = Constante

N = Población

p = Probabilidad de éxito: 50% = 0,5

q = Probabilidad de fracaso: 50% = 0,5

e = Margen de error: 5% = 0,05

En la fórmula para calcular la muestra se entiene que se debe realizar 373 encuestas.

3.2.3 POBLACIÓN 2

Se toma como población a profesionales que tengan conocimientos sobre la factibilidad, comida ecuatoriana, y la restauración.

La tabla número 5 nos muestra la población de las personas entrevistadas.

Tabla 5 Datos de las personas entrevistadas

Nombre de el establecimiento	Fecha de entrevista	Persona que atendió	Cargo	Observaciones
Pims	2 Noviembre	Dario Tello	Administrador	Jefe de A y B
Swisotel	30 Octubre	Roxana Almiña	Gerente de A y B	Maneja la gerencia del Swisotel y el hotel Plaza Grande
Plaza Grande	30 Octubre	Andrés Vera	Chef ejecutivo	Especialista en comida nacional

Elaborado por: Vanessa Nacata

3.2.4 MUESTRA 2

Como la población es finita se toma como muestra toda la población.

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

Para elaborar un estudio de mercado se realizó una descripción del mercado meta, el análisis de la demanda con la demanda actual y el análisis de la oferta con la oferta actual.

4.1.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO META

El estudio de mercado comprendió: del análisis geográfico, el análisis demográfico, el análisis psicológico, el análisis de estilo de vida, el análisis de preferencias, y el análisis de frecuencias a visitas de restaurantes.

Para lo cual se emplearon las siguientes técnicas: revisión documental, estudio de mercado, entrevistas realizadas y encuestas realizadas.

Finalmente en la tabla número 6 se presenta el resumen con los resultados obtenidos.

Tabla 6 Segmento de Mercado

Factor	Variable	Características
Geográfico	Áreas de distribución del producto	Barrios: El Inca, Monteserrín, Campo alegre, Avenidas: Gaspar de Villaroel, De los Granados, el camino antiguo a Nayón y Av. 10 de Agosto. Colegios, todo tipo de microempresas, industrias grandes, entidades de seguridad, entidades religiosas, clínicas y la Plaza de Toros.
	Movilidad	Cuenten con la posibilidad de movilizarse dentro y fuera de la zona También cuenta con Terminales de Transferencia del trolebús
Demográfico	Clase social	Medio – Alto
Psicológico	Personalidad	Abierta a cosas nuevas
Estilo de vida	Gustos	Gusten de productos de excelente calidad
	Preferencias	Prefieran la comida ecuatoriana
Usos del producto	Frecuencia del consumo	Consuman platos ecuatorianos por lo menos 2 veces a la semana

Beneficios del producto	Necesidades cubiertas	Cubra la necesidad de consumir platos ecuatorianos de excelente calidad
	Satisfacción	Satisfacer la necesidad de consumir platos ecuatorianos

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Fuente: (Tello Yépez, 2015)

4.1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio para su estudio es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien o servicio que se va a comercializar. Con base ha esta información es posible proyectar el comportamiento futuro de la demanda (Flórez Uribe, 2015).

Para obtener el análisis de la demanda actual se emplearán técnicas como: fichas de observación, encuestas realizadas, y revisión documental. (Ver nexos 2)

4.1.3 DEMANDA ACTUAL

En la tabla 7 se observa que el universo de la población de la parroquia Jipijapa en edad entre 25 años o más es de 11736 habitantes.

Tabla 7 Demanda actual 2018

Población actual de parroquia Jipijapa	36075
Población actual de personas de 25 años o más.	11736

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Fuente: (INEC, 2017)

Este valor se forma como universo y se considera para hacer el número de personas que visitan restaurantes de comida típica ecuatoriana, para este caso se consideró la pregunta número 5 de la encuesta que dice ¿Con qué frecuencia visita restaurantes de comida ecuatoriana? El resultado de acuerdo a la encuesta es de: 59% 3 o más veces = 6924

25% 2 o más veces = 2934

16% 1 vez al mes = 1878

Son el número de clientes que visitan los restaurantes de comida ecuatoriana.

4.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Es un plan de negocio determinado, dado que la información se encuentra en poder de las empresas competidoras (Flórez Uribe, 2015).

Para lo cual se aplicaron las fichas de observación.

4.1.5 OFERTA ACTUAL

La oferta de restaurantes de comida ecuatoriana en la parroquia Jipijapa se centra en: el restaurante La Tradición, HO MAR, Rincon Manabita, Parame Bolón, Conchitas y Cazuelas, Pacífico Restaurante y la Palmera Mar y Carbón. Estos establecimientos tienen productos iguales o parecidos a los que en el proyecto se tiene pensado ofrecer (ver anexo 2).

Para el estudio de la oferta se escogió el restaurante Oh Mar cevichería, el cual tiene una pequeña similitud con la idea del proyecto, y el restaurante La Tradición que es la competencia directa del proyecto.

En la tabla número 8 y 9 se observa la información que se recolectó a través de las fichas de la observación.

Tabla 8 Descripción del restaurante Oh Mar cevichería

Restaurante	Oh Mar Cevichería
Ubicación	Isla Santa Fe y Tomas de Berlanga
Horario de Atención	Lunes a Domingo de 9 am – 6 pm
Capacidad	35 pax

Oferta	Ofrece gran variedad de productos que ofrece al público como: ceviches, arroces, sopas entre otros. También ofrece bebidas frías como: jugos naturales, cervezas, y gaseosas (ver anexo 2)
Precios	Los precios oscilan entre los 7,00 a 15,00 dólares por persona.
Rotación de clientes	Lunes a miércoles en todo el día acuden un promedio de 450 personas. Jueves a domingo acuden un promedio de 880 personas en todo el día (ver anexo 2).

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 9 Descripción del restaurante La Tradición

Restaurante	La Tradición
Hubicación	Av. Amazonas e Isla Tortuga
Horario de atención	Lunes a sábado de 10 am - 22:00 pm y los domingos de de 10:00 am - 19:00 pm.
Capacidad	150 pax
Oferta	Ofrece gran variedad de productos como: parrilladas, chugchucaras, yaguarlocros, fritadas, ceviches, arroces, postres, entro otros. Bebidas como: jugos naturales, gaseosas, cervezas, entro otros (ver anexo 2).

Precios	Los precios oscilan entre los 7,00 a 25,00 dólares (ver anexo 2).
Rotación de clientes	Lunes a miércoles todo el día acuden un promedio de 900 personas y de jueves a domingo un promedio de 2400 personas todo el día (ver anexo 2).

Elaborado por: Vanessa Nacata

PROPUESTA

Para el presente proyecto, la propuesta está compuesta por los estudios técnico, operativo y financiero.

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende de localización óptima, macrolocalización, la microlocalización y los recursos de material prima

4.2.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Para escoger el lugar ideal del establecimiento se analizó varias zonas y si estas cumplen con los diferentes requerimientos que el negocio exige para su instalación, esto se obtiene analizando la macro y micro localización.

4.2.2 MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización analiza las diferentes características físicas de la zona o región en la cual se piensa instalar el negocio:

4.2.2.1 SERVICIOS BÁSICOS

El lugar escogido posee todos los servicios estos son:

Tabla 10 Porcentajes de servicios básicos

Agua Potable	97,44%
Alcantarillado	95,67%
Energía Eléctrica	99,40%

Telefonía Celular	81,10%
Telefonía Fija	62,20%
Servicio de Internet	27,90%
Recolección de residuos sólidos urbanos	97,00%

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (Andrade, 2011)

4.2.2.2 MATERIA PRIMA

La materia prima que utilizará la empresa se obtendrá de proveedores calificados y que cumplan con las normas de calidad que establecen las políticas de la empresa. Debido al tipo de productos que se necesitan se buscara proveedores de todo Quito y no solo de la zona.

4.2.2.3 VÍAS DE ACCESO

Las principales vías de circulación en sentido norte-sur son las avenidas Amazonas, De Los Shyris, 6 de Diciembre y Eloy Alfaro; mientras que en sentido este-oeste son las avenidas Gaspar de Villaroel, Río Coca y Tomas de Berlanga y también destacan algunas calles secundarias como las Isla Floreana e Isla Genovesa; ambas en sentido este oeste por las que pueden llegar al establecimiento en automóvil o en bus.

En la parroquia se encuentran la Plaza de Toros Quito que es un punto de referencia y la Estación Norte (La Y) del Sistema Metropolitano Trolebús.

4.2.2.4 LEYES Y REGLAMENTOS

El sector es comercial con restaurantes especializados, tanto de comida nacional como internacional (especialmente latinoamericana) a costos moderados y en locales de buen ambiente. Respetando los alrededores de las instituciones educativas y la convivencia con los residentes de la zona.

4.2.2.5 MANO DE OBRA

Debido a que el negocio se encuentra ubicado en un sector de clase media alta y a través de los métodos de investigación realizados, se determina que se necesita personal calificado para las diferentes áreas de la empresa.

4.2.2.6 NIVEL DE VIDA

En el Ecuador según el INEC la población está dividida por estratos, por esto que en el sector de la Plaza de Toros, para la investigación se tomará a partir del estrato C+ hasta A. Esto da como resultado el 65,9% de la población es la población económicamente activa de toda la parroquia jipijapa. (INEC, 2017).

Tabla 11 Población económicamente activa

SEGMENTO DE MERCADO A INVESTIGAR	
Sector	Población
Jipijapa	36075
Estratos (C+ A) 65,9%	23773

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (INEC, 2017)

4.2.3 MICRO LOCALIZACIÓN

El lugar para el establecimiento del negocio será en Ecuador, la provincia Pichincha, ciudad Quito, parroquia Jipijapa, sector Plaza de Toros.

Luego de analizar el estudio de mercado, se llega a la conclusión que el lugar es ideal para la localización del negocio.

Esto se debe a:

1. Tiene como punto de referencia la Plaza de Toros
2. Varias vías de acceso, que permitirán a los clientes llegar en automóvil, bus, trole y próximamente el metro y también facilita la llegada de los proveedores.
3. Punto casi obligatorio para las personas que tengan que hacer algún tipo de trámite.

4. Sector comercial que esta constituido por colegios, restaurantes, todo tipo de microempresas, negocios, industrias grandes, parques recreacionales, entidades de seguridad, entidades religiosas, clínicas entre otros.

5. En el sector no existe un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña.

4.2.3.1 DESCRIPCIÓN FÍSICA

El local se encuentra ubicado en la calle Isla Baltra y Avenida Amazonas frente al hotel Baltra, está compuesto por: vestidores, cocina, administración, hall, caja, sala de espera, bar, comedor, baños y parqueadero.

Además cuenta con parqueadero propio, una rampa para discapacitados, y lo baños están diseñados para personas que usan sillas de ruedas, cuenta con una ventana grande a la entrada para que se pueda visibilizar hacia adentro.

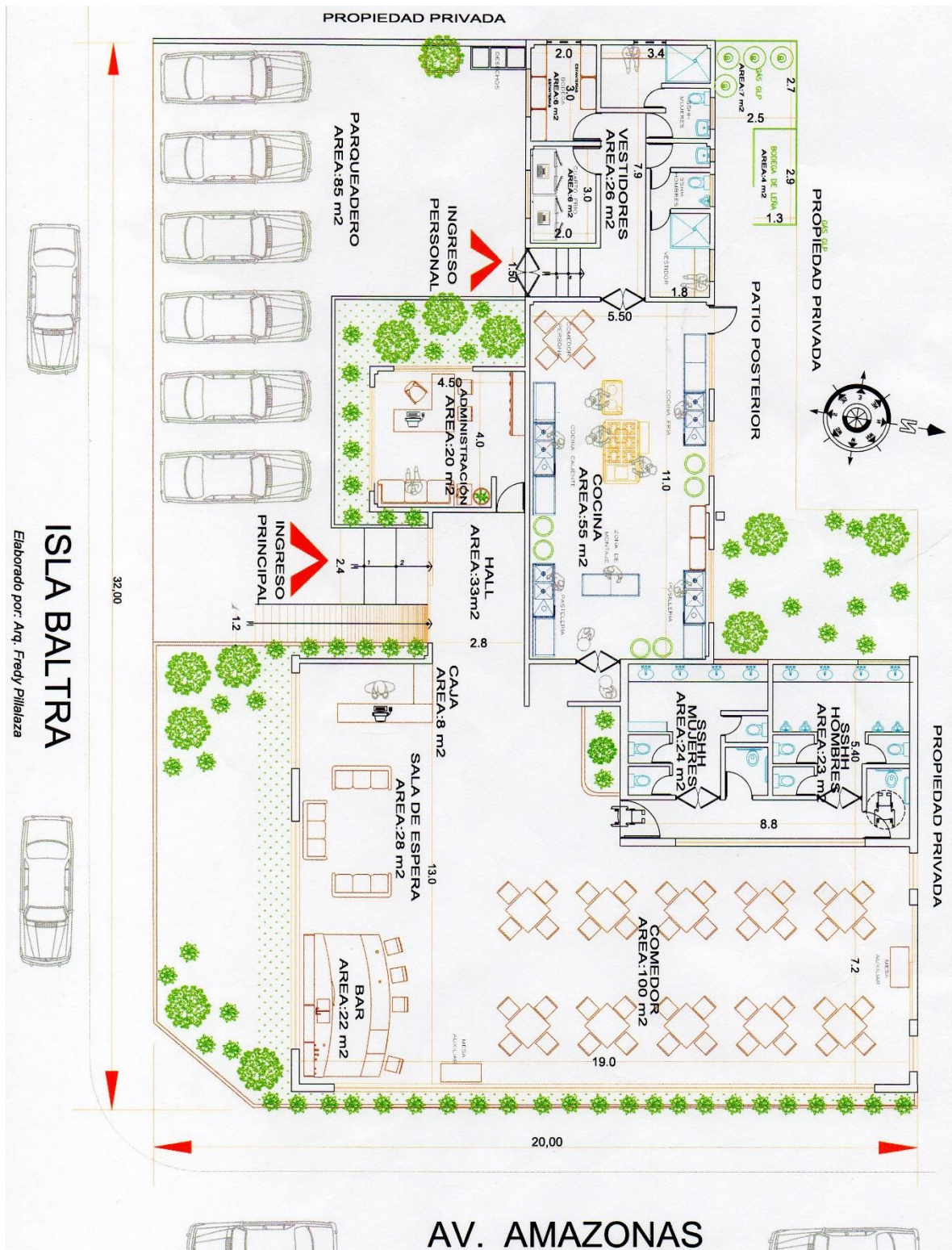
Tabla 12 Descripción del plano en m2

Área	Espacio
Vestidores	26 m2
Cocina	55 m2
Administración	20 m2
Hall	33 m2
Caja	8 m2
Sala de espera	28 m2
Bar	22 m2
Comedor	100 m2
Baños	47 m2
Parqueadero	85 m2
Total	424 m2

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.2.3.2 PLANO DEL LOCAL

Imagen 2 Plano del local



Elaborado por: Vanessa Nacata

Diseñado por: Arq. Freddy Pillalaza

4.2.3.3 RECURSOS TÉCNICOS

Los recursos técnicos que se van a utilizar son maquinaria y equipo, equipo de oficina, muebles y enseres, menaje, equipo de computación y edificio y adecuaciones.

4.2.3.3.1 MAQUINARIA Y EQUIPOS DE COCINA

Acontinuación se presenta el resumen de los costos de Maquinaria y Equipos de cocina.

Tabla 13 Maquinaria y Equipos de cocina.

CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Cocina industrial ECOMAX S36	1	3.116,88	3.116,88
Kitchen aid kp26n	1	544,32	544,32
Licuada WARING	1	507,38	507,38
Máquina de café	1	987,09	987,09
Máquina empacadora al vacío	1	1.229,90	1.229,90
Mesa refrigerada/congeladora	4	2.122,62	8.490,48
Vitrina	1	903,11	903,11
Cocina a leña	1	1.769,00	1.769,00
Lavadero un pozo	4	900	3.600,00
Estantería	1	466,61	466,61
		TOTAL	21.614,77

Elaborado por: Vanessa Nacata

Los datos fueron obtenidos a través de profomas realizadas (ver Anexo 4 y 5).

4.2.3.3.2 EQUIPO DE OFICINA

En la tabla siguiente se presenta la proforma de los equipos de oficina.

Tabla 14 Equipo de Oficina

CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Escritorio	1	135	135
Silla	1	39,99	39,99
Archivador	1	200	200
Silla de espera tripersonal	1	22	22
		TOTAL	396,99

Elaborado por: Vanessa Nacata

Los datos fueron abtenidos a través de proformas realizadas (ver anexo 6).

4.2.3.3.3 MUEBLES Y ENSERES

En la tabla siguiente se presenta la proforma de los muebles y enseres.

Tabla 15 Muebles y enseres

CONCEPTO	UNID	VALOR	TOTAL
Mini sala	1	884,8	884,8
Mesas cuadradas	10	120	1.200,00
Sillas	40	50	2.000,00
Mesa central	1	250	250
Bar	1	1.344,00	1.344,00
		TOTAL	5.678,80

Elaborado por: Vanessa Nacata

Los datos fueron obtenidos a través de proformas realizadas (ver Anexo 7)

4.2.3.3.4 MENAJE

A continuación se presenta el resumen de la proforma realizada

Tabla 16 Menaje

CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Cuchara sopa	60	1,57	94,2
Tenedor de mesa	60	2,2	132
Cuchillo de mesa	60	0,94	56,4
Tenedor mesa	60	1,12	67,2
Tenedor de cocktail	60	2,47	148,2
Cucharita café	60	1,26	75,6
Taza ARCOPAL	40	2,15	86
Plato para taza	40	1,37	54,8
Copa para vino	40	3	120
Copa agua marca	40	3,29	131,6
Copa globet	40	3,33	133,2
Bandeja	12	7,95	95,4
Cuchillo cocinero	5	8,49	42,45
Bandeja para hornea	4	14,2	56,8
Bandeja HALCO	4	9,77	39,08
Tazón UPDATE	8	1,92	15,36
Tazón UPDATE	16	2,97	47,52
Tazón UPDATE	8	6,47	51,76

CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Sarten UPDATE	9	14,21	127,89
Tabla de picar	4	8,91	35,64
Porcionador de helado	1	17,5	17,5
Pinza	4	3,61	14,44
Batidor	1	3,34	3,34
Cuchara de madera	10	1,61	16,1
Espumadera	1	7,72	7,72
Cucharón	3	2,86	8,58
Cuchareta	3	4,9	14,7
Cuchareta perforada	2	2,22	4,44
Cacerola	4	31,48	125,92
Cacerola	4	25,92	103,68
Olla de presión	1	358,67	358,67
Vertidor	3	4,87	14,61
Medidor de licor	1	1,4	1,4
Balanza digital	1	425,3	425,3
Ollas de barro medianas	4	15	60
Ollas de barro pequeñas	4	8	32
Cazuela	1	15	15
Tiesto	1	8	8
Pondo	1	15	15
Bracero pequeño	1	18	18
Batea	6	6	36
Platos ondos	30	2	60
Platos tendidos	30	2	60
Pailas pequeñas	20	8	160
Paila grande	1	50	50
Guante de temperatura	2	6,51	13,02
Termometro digital	1	22,86	22,86
Sifon 0,5 litros	1	134,74	134,74
Capsulas de gas caja 10 u	1	7,55	7,55
Cuchillo cocinero	1	10,24	10,24
Guante de temperatura	2	6,51	13,02
		TOTAL	3.442,93

Elaborado por: Vanessa Nacata

Los datos fueron obtenidos a través de proformas realizadas (ver Anexo 4)

4.2.3.3.5 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

A continuación se presenta el resumen de los equipos de computación necesarios

Tabla 17 Equipos de Computación

CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Computadora	1	464,99	464,99
Impresora	1	299,99	299,99
Telefono inalambrico	1	64,99	64,99
		TOTAL	829,97

Elaborado por: Vanessa Nacata

Los datos fueron obtenidos a través de una entrevista realizada al Señor. Dario Alvear vendedor de la empresa Computron.

4.2.3.3.6 UNIFORMES

A continuación se presenta el resumen de la proforma realizada.

Tabla 18 Uniformes

CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Chaqueta rango clásica con broche escindido	3	27,50	82,50
Pantalón calentador color gris	3	19,80	59,40
Delantal de 75 * 85 colo gris	3	8,25	24,75
Camisa clásica color blanco	3	20,92	62,76
Delantal en v color negro	3	9,52	28,56
Gorra safari color ng	3	4,68	14,04
Gruesa de mallas	1	44,00	44,00
		TOTAL	316,01

Elaborado por: Vanessa Nacata

Los datos fueron obtenidos a través de proformas realizadas (ver Anexo 8)

4.2.3.3.6 EDIFICIO Y ADECUACIONES

A continuación se presenta el resumen de la proforma realizada

Tabla 19 Edificio y Adecuaciones

CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Adecuaciones	1	9881,22	9881,22
		TOTAL	9881,22

Elaborado por: Vanessa Nacata

Los datos fueron obtenidos a traves de una entrevista realiaza al Arq. Feddy Pillalaza.

4.2.4 RECURSOS MATERIA PRIMA

Los recursos de la materia prima comprenden de productos, lista de proveedores, políticas de negociación con los proveedores.

4.2.4.1 PRODUCTOS

Sabiendo que el plan de negocios es un restaurante de comida ecuatoriana, se va a necesitar solo producto ecuatoriano y de buena calidad.

4.2.4.2 LISTA DE PROVEEDORES

Con los proveedores se realizarán convenios en los cuales ellos dotarán de productos para el restaurante, siempre que los pedidos sean considerables.

Tabla 20 Lista de proveedores

Nombre	Teléfono	Dirección	Descripción
Cordobés	2457624	Av. Los Shirys y el Telégrafo	Cerdo, chorizo, borrego, res
Pronaca	3976400	Los Naranjos N44-15 y Av. De los Granados	Pollo, pescado, camarón, concha, cerdo, huevos, embutidos, arroz
Megamaxi	2462705	Av. 6 de Diciembre	Diversidad de productos
Salinerito	2210006 ext. 185	Marchena Oe 238 y Verralles	Quesos, cremas, Frutas deshidratadas
Ile	2616210	Barrio Consacola Km 1 vía a Cuenca	Aceites, condimentos, aromáticas, especias
Abigaíl Bejarano	987473046	Machachi	Verduras, vegetales, papas, frutas
Güitig	3731130	Nuñez de Vela E3 – 13 y Atahualpa	Agua mineral
Coco cola	2991800 ext. 1422	Avda. Isaac Albeniz No. 203 y El Morlán	Coca cola, sprite, fanta, fiora, coca cola cero y dasani
Pilsener	3978600	Av. Francisco de Orellana, Parroquia Cumbaya	Pilsener y club
Café Velez	6017050	Valladolid N24 – 282 y Fco Gavalis	Venta de café en grano orgánico
María Simbaña	992974118	San Juan	Veta de leña

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.2.4.3 POLÍTICAS DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

La empresa tendrá una serie de políticas para negociar con los diferentes proveedores dependiendo del producto que este entregue.

Entre las que se puede señalar:

- a. Con los proveedores que entreguen productos varias veces a las semanas se buscará llegar a que los pagos se hagan cada 30 días.
- b. Productos que se compren en volúmenes altos se negociará a un precio menor.
- c. Se buscará que la forma de pago sea con cheque o efectivo dependiendo del monto.

4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

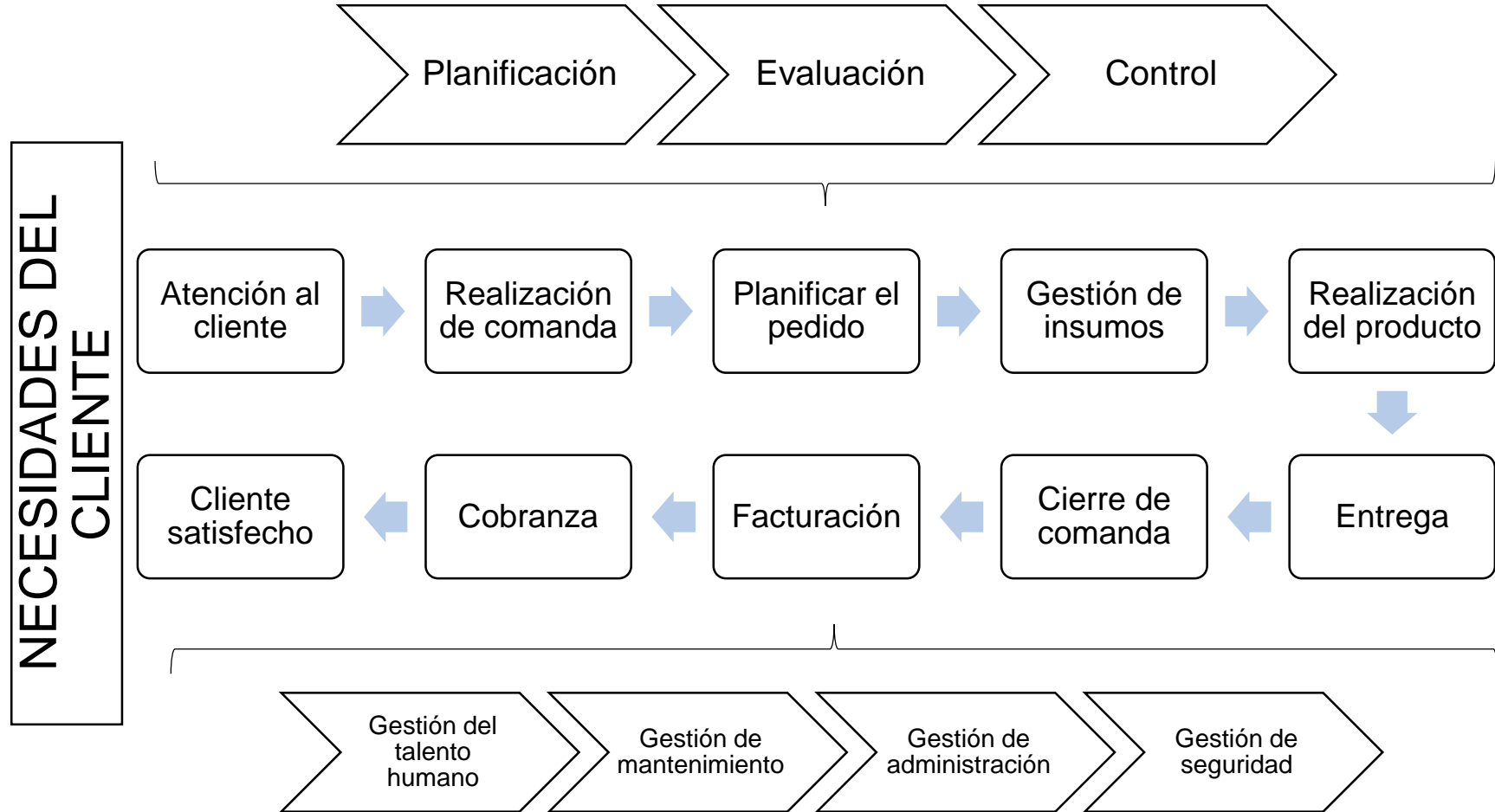
El estudio administrativo comprende de la cadena de valor, mapa de procesos, la estructura organica, la descripción del personal necesario y el plan estratégico.

4.3.1 CADENA DE VALOR

El servicio del presente proyecto es la venta de comida ecuatoriana elaborada en leña.

4.3.2 MAPA DE PROCESOS

Tabla 21 Mapa de procesos

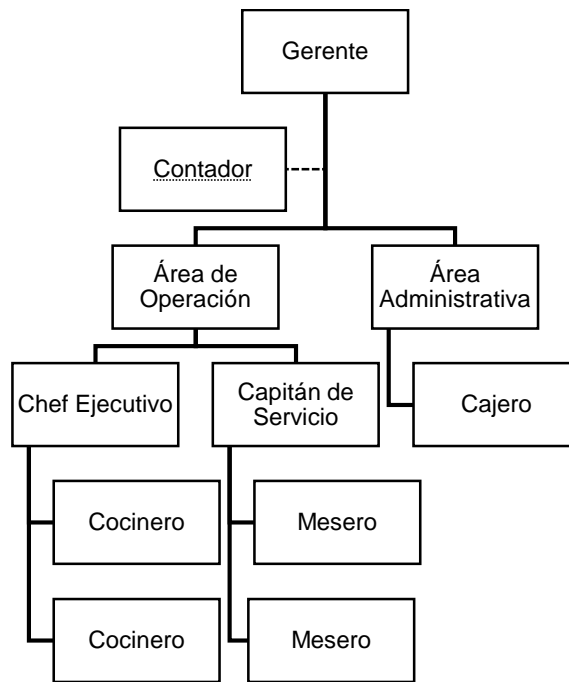


Elaborado por: Vanessa Ñacata

4.3.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La presente estructura organica facilita la definición de la áreas y sus niveles jerárquicos. Se consideró la estructura mínima necesaria para el funcionamiento de la empresa. El cual es convalidado con el estudio financiero que se presenta mas adelante.

Tabla 22 Estructura orgánica



Elaborado por: Vanessa Ñacata

Tabla 23 Número del personal de trabajo

CARGO	# PERSONAL
Gerente	1
Chef ejecutivo	1
Cocinero	2
Capitán de servicio	1
Mesero	3
Cajero	1
TOTAL	9

Elaborado por: Vanessa Ñacata

4.3.4 PERSONAL NECESARIO Y SUS FUNCIONES

Gerente

- Supervisar el trabajo de las áreas de operación y administración.
- Llevar el control financiero del negocio: gastos previstos y extraordinarios, pagos a empleados y proveedores, liquidación de impuestos, supervisión de la caja, entre otros.
- Gestionar la reserva de mesas
- Colaborar y aportar ideas en materia de publicidad y marketing.
- Gestionar la documentación del restaurante: facturas, permisos, inspecciones, entre otros.
- Organizar eventos dentro y fuera del local.
- Plantear mejoras operativas, logísticas y funcionales.
- Contratación del personal necesario.

Cajero

- Verificar y cuadrar caja al inicio y fin de su turno.
- Manejar los inventarios de productos.
- Ayudar a los meseros cuando sea necesario, atender y cobrar a los clientes, mantener limpio su área de trabajo y el local.

Chef Ejecutivo

- Responsable de la producción de alimentos.
- Planificar los menús, manejo de presupuesto.
- Manejo de la contratación y capacitación del personal de cocina.
- Organizar a todo el equipo de trabajo y su operación diaria.
- Organizar el horario de su equipo de trabajo.

Cocinero

- Elaborar y cocinar los platos y postres nacionales a la perfección.
- Mantener limpia las áreas diferentes áreas de cocina.
- Elaborar el menú del personal.
- Lavar las ollas que se utilizan.
- Lavar la losa.

Capitán de Servicio

- Ofrecer a los clientes una atención personalizada.
- Coordinar eficientemente a los meseros.
- Asegurar que se cumpla con los estándares de servicio establecidos por la empresa.
- Dominar el menú y las bebidas.
- Manejar estándares operativos en el área del Salón.

Mesero

- Armar mesas, ubicarlas, colocar sillas y vestirlas.
- Decorar las mesas, colocar servilletas, cristalería y cubiertería.
- Preparar y servir las bebidas requeridas por el cliente.
- Mantener siempre limpio y organizado el área de servicio para que en todo momento sea agradable a la vista de los comensales.
- Lavar la cristalería, lavar la cubertería, pulirla y preparar el ají.

4.3.5 CAPACITACIÓN

Todo negocio necesita estar constantemente capacitando a sus colaboradores por lo que para los diferentes cargos se ha establecido capacitaciones a lo largo del año.

Tabla 24 Costo de capacitaciones anuales

Personal	# capacitaciones/año	Costo anual
Gerente	2	200
Chef ejecutivo	2	200
Cocineros	2	100
Capitán	2	200
Cajero	2	50
Mesero	2	100
Total		900

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.3.5 PLAN ESTRATÉGICO

El plan esratégico está conformado por el marco filosófico, las estrategias comerciales de introducción al mercado.

4.3.5.1 MARCO FILOSÓFICO

El marco filosófico está compuesto de la misión, visión y estrategias

4.3.5.1.1 VISIÓN

Será en el 2020 la empresa líder en el mercado de la gastronomía ecuatoriana elaborada a leña. Teniendo como meta la satisfacción de nuetros clientes y convertirnos en el mas importante sitio de encuentro familiar y empresarial con personal altamente calificado, respetando el entorno y medio ambiente.

4.3.5.1.2 MISIÓN

El Restaurante La Colonia es una empresa gastronómica que se enfoca en mantener los sabores de nuestro país, brindando una comida a leña de calidad a nuestros clientes, con personal orientado al servicio y basado en procesos de mejora continua.

4.3.5.1.3 VALORES DE LA INTITUCIÓN

Respeto

Excelencia

Honestidad

Transparencia

4.3.5.1.4 VALORES DE LOS COLABORADORES

Integridad

Curiosidad

4.3.5.1.5 VALORES DEL SERVICIO

Calidad

Calidez

Equidad

Vocación de servicio

Honestidad

4.3.5.1.6 OBJETIVOS

Ofrecer alimentos cocidos a leña con la más alta calidad.

Posicionar la marca LA COLONIA.

Liderar el segmento de mercado dedicado a la cocina en leña.

Ser reconocida como una empresa comprometida con el medio ambiente.

4.3.5.2 ESTRATEGIAS COMERCIALES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

1. Se promocionará mediante redes sociales como Facebook e Instagram en el que se indicará el día de la inauguración.

2. Se entregará volantes a agencias de viajes para dar a conocer el restaurante en dónde se mostrará el producto que se va a ofrecer, un croquis con la dirección y nuestros números telefónicos.

4.4 ESTUDIO LEGAL

El estudio legal está compuesto por el proceso y requisitos para la constitución de la empresa.

4.4.1 PROCESO PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MEPRESA

Como es una empresa que está empezando de cero, el RUC se sacará como persona natural el cuál no tiene ningún costo.

Tabla 25 Constitución de la empresa

REQUISITOS
Original y copia de la cédula y papeleta de votación
Original y copia de planilla de un servicio básico

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (SRI, 2018)

4.4.2 LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE).

El proceso para la obtención empieza con llenar e imprimir el formulario en la página del municipio, luego se lo imprime y junto con los otros documentos que entrega en la administración zonal. El tiempo que se demora en obtener el permiso es alrededor de 16 días laborables.

Tabla 26 Requisitos para la obtención del LUAE

REQUISITOS
Formulario único de solicitud de LUAE
Formulario de Reglas técnicas de arquitectura y urbanismo
Copia de RUC
Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación
EN CASO DE POSEER RÓTULO
Autorización del dueño del predio para colocar rótulo
Dimensiones y montaje gráfico de cómo quedará el rótulo

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (QUITO-TURISMO, 2018)

4.4.3 CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO – PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.

El proceso empieza desde el momento que ingresa la solicitud, de ahí el tiempo que tome hasta que haga la inspección depende de cada zona y estación de bomberos a cargo. No tiene ningún costo.

Tabla 27 Requisitos para el permiso de funcionamiento del CB-DMQ

REQUISITOS
Solicitud de inspección del local
Informe favorable de la inspección
Copia de RUC

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (CB-DMQ, 2018)

4.4.4 AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA).

Tabla 28 Requisitos para el permiso de funcionamiento del ARCSA

REQUISITOS
Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario
Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del responsable legal del establecimiento.
Plano del restaurante a escala 1:50.
Croquis de la ubicación des 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.

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: (ARCSA, 2018)

4.4.5 INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

El trámite de solicitudes de registro de inscripción o concensión de derecho de Marca es de \$208,00 dólares. La protección de la marca tiene uan duración de 10 años (IEPI, 2018).

4.4.6 SOCIEDAD DE AUTORES DEL ECUADOR

Por difusión pública de obras administradas por SAYCE, abonarán anualmente el 45% de un salario básico unificado más IVA; que esto equivale a 194,54 dólares (SAYCE, 2018).

4.4.7 VALOR TOTAL DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Tabla 29 Costo de los permisos para la constitución de la empresa

DETALLE	VALOR UNIT	VALOR T.
Gastos de permisos		
Instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual	208	208
Arcsa	104,53	104,53
Luae	256	256
Sayce	194,54	194,54
Cuerpo de bomberos	-	-
Servicio de rentas internas	-	-
Total		763,07

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.5 ESTUDIO DE MARKETING

Los recursos del estudio de marketing comprenden las estrategias comerciales.

4.5.1 ESTRATÉGIAS COMERCIALES (MARKETING MIX)

Las estrategias comerciales están compuestas por estrategia de producto, estrategia de precio, estrategia de promoción y la estrategia de plaza.

4.5.1.1 ESTRATEGÍA DE PRODUCTO

La estrategia de producto está compuesto de la imagen corporativa visual.

4.5.1.1.1 IMAGEN CORPORATIVA VISUAL

La imagen corporativa visual está compuesta por el nombre, slogan y el producto tangible.

4.5.1.1.2 NOMBRE

La Colonia.

El nombre de La Colonia nace porque en la época de la conquista nace la gastronomía ecuatoriana.

4.5.1.1.3 SLOGAN

Sabores de mi tierra

4.5.1.1.4 LOGO

Imagen 3 Logo empresarial



Elaborado por: Vanessa Ñacata

Diseñador por: Ing. Andrés Reina

4.5.2 PRODUCTO TANGIBLE

El producto tangible está conformado por la lista de productos y el menú a ofrecer.

4.5.2.1 MENÚ A OFRECER

Imagen 4 Menú a ofrecer



Elaborado por: Vanessa Ñacata

Diseñado por: Ing. Andrés Reina

4.5.2.2 ESTRATEGIA PARA LA FIJACIÓN DEL PRECIO

Según (Hans, 2018) para la fijación de los precios se deben tomar en cuenta a tres métodos: El método basado en costos, el método basado en la competencia y el método basado en la demanda.

Para determinar el PVP se ha fijado el método basado en costos (Hans, 2018).

Costos + utilidad bruta = gastos operativos + utilidad neta = pvp.

4.5.2.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Está compuesta a corto plazo, mediano plazo, largo plazo y promociones.

4.5.2.3.1 A CORTO PLAZO

Se promocionará mediante redes sociales como facebook la apertura del restaurante, en el que se indicará el día de la inauguración, fotos de nuestros platos, la dirección de nuestro establecimiento y todas las promociones que deseemos hacer.

Se entregará volantes a agencias de viajes para dar a conocer el restaurante en dónde se mostrará el producto que se va a ofrecer, un croquis con la dirección, nuestros números telefónicos para la realización de sus reservas.

Imagen 5 Modelo flyers



Elaborado por: Vanessa Ñacata

Diseñado por: Ing. Andrés Reina

4.5.2.3.2 A MEDIANO PLAZO

- a. Lograr con un producto de excelencia para fidelizar la marca.
- b. Ofrecer alimentos y bebidas de calidad para que los clientes vivan una experiencia única en el establecimiento.
- c. Mantener los precios por un tiempo prudente, hasta obtener clientes fijos y así lograr que nuestros clientes no vayan por el precio si no por el sabor, buen trato y calidad.

4.5.2.3.3 A LARGO PLAZO

- a. Mantener los sabores de nuestro país, brindando una comida a leña de calidad a nuestros clientes.
- b. Liderar el mercado de la gastronomía ecuatoriana elaborada a leña.
- c. Darnos a conocer en todo el país como el mejor restaurante de comida ecuatoriana elaborada en leña.

4.5.2.3 PROMOCIONES

- a. Ofrecer menús especiales con tarifas cómodas en fechas festivas como el feriado de Carnaval, el 14 de febrero, la Semana Santa, El día de La Madre, El día de El Padre, Finados, Menús navideños tradicionales.
- b. Por el día de cumpleaños de nuestros clientes se les obsequia un postre.
- c. Para reservas mayores a 20 pax un menú gratis aplica solo a empresas con convenios como las agencias de viajes.

4.5.2.4 ESTRATEGIA DE PLAZA

El restaurante se encuentra ubicada en las calles Isla Baltra y Av Amazonas frente al hotel Baltra, cuenta con un parqueadero con capacidad para 6 automoviles. El sector de la Plaza de Toros al ser un lugar comercial cuenta con parqueaderos tarifados por la zona azul.

La vereda y el establecimiento cuentan con una subia especial para personas con capacidades diferentes.

4.6 ESTUDIO DE IMPACTO

El estudio de impacto está compuesto por el impacto social, impacto ambiental y el impacto cultural.

4.6.1 IMPACTO SOCIAL

Según el (Código del Trabajo, 2012); el trabajo es un derecho y en deber social; en nuestro caso abrirá nuevas plazas de trabajo en el lugar en el cual se desarrolla la propuesta.

4.6.2 IMPACTO AMBIENTAL

Será menor, ya que cumpliremos con la normativa ambiental nacional y local impuesta por el sector productivo y de servicios del DMQ, para la construcción de un Quito Sostenible, mediante la implementación y promoción de buenas prácticas ambientales (BPAs), con los colaboradores, clientes y proveedores, con la finalidad de evitar posibles impactos en el ambiente (Secretaría de Ambiente, 2018).

4.6.3 IMPACTO CULTURAL

(Ministerio de Cultura del Ecuador, 2018), según la Constitución de la República del Ecuador, sección cuarta Cultura y Ciencia Art. 21 Nos dice, Con la puesta en marcha del restaurante, las personas podrán construir y mantener su propia identidad cultural, así como a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural que desde la gastronomía ecuatoriana se genera.

4.10 ESTUDIO FINANCIERO

4.10.1 INVERSIONES (ACTIVOS FIJOS)

Tabla 30 Activos fijos

INVERSIONES	TOTALES	VIDA		% DEPRECIACION												
		UTIL	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL DEP.	NETO	
Maquinaria y equipo	21.614,77	10	10%	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	2.161,48	21.614,77	-
Equipo de oficina	396,99	10	10%	39,7	39,7	39,7	39,7	39,7	39,7	39,7	39,7	39,7	39,7	39,7	396,99	-
Muebles y enseres	5.678,80	10	10%	567,88	567,88	567,88	567,88	567,88	567,88	567,88	567,88	567,88	567,88	567,88	5.678,80	-
Menaje	3.442,93	10	10%	344,29	344,29	344,29	344,29	344,29	344,29	344,29	344,29	344,29	344,29	344,29	3.442,93	-
Equipo de computación	829,97	3	33%	276,66	276,66	276,66									829,97	-
Total	31.963,46			3.390,01	3.390,01	3.390,01	3.113,35	3.113,35	3.113,35	3.113,35	3.113,35	3.113,35	3.113,35	3.113,35	31.963,46	-
Total activos fijos	31.963,46															

Elaborado por: Vanessa Nacata

Fuente: Datos obtenidos a través de proformas realizadas

Tabla 31 Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
CONCEPTO	UNID.	VALOR UNIT.	TOTAL
Cocina industrial ECOMAX S36	1,00	3.116,88	3.116,88
Kitchen aid kp26n	1,00	544,32	544,32
Licuada WARING	1,00	507,38	507,38
Máquina de café	1,00	987,09	987,09
Máquina empacadora al vacío	1,00	1.229,90	1.229,90
Mesa refrigerada/congeladora	4,00	2.122,62	8.490,48
Vitrina	1,00	903,11	903,11
Cocina a leña	1,00	1.769,00	1.769,00
Lavadero un pozo	4,00	900,00	3.600,00
Estantería	1,00	466,61	466,61
		TOTAL	21.614,77

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 32 Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA			
CONCEPTO	UNID.	VALOR UNIT.	TOTAL
Escritorio	1,00	135,00	135,00
Silla	1,00	39,99	39,99
Archivador	1,00	200,00	200,00
Silla de espera tripersonal	1,00	22,00	22,00
		TOTAL	396,99

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 33 Menaje

MENAJE			
CONCEPTO	UNID.	VALOR UNIT.	TOTAL
Cuchara sopa	60,00	1,57	94,20
Tenedor de mesa	60,00	2,20	132,00
Cuchillo de mesa	60,00	0,94	56,40
Tenedor mesa	60,00	1,12	67,20
Tenedor de cocktail	60,00	2,47	148,20
Cucharita café	60,00	1,26	75,60
Taza ARCOPAL	40,00	2,15	86,00
Plato para taza	40,00	1,37	54,80
Copa para vino	40,00	3,00	120,00
Copa agua marca	40,00	3,29	131,60
Copa globet	40,00	3,33	133,20
Bandeja	12,00	7,95	95,40
Cuchillo cocinero	5,00	8,49	42,45
Bandeja para hornea	4,00	14,20	56,80
Bandeja HALCO	4,00	9,77	39,08
Tazón UPDATE	8,00	1,92	15,36
Tazón UPDATE	16,00	2,97	47,52
Tazón UPDATE	8,00	6,47	51,76
Sarten UPDATE	9,00	14,21	127,89

MENAJE			
CONCEPTO	UNID.	VALOR UNIT.	TOTAL
Tabla de picar	4,00	8,91	35,64
Porcionador de helado	1,00	17,50	17,50
Pinza	4,00	3,61	14,44
Batidor	1,00	3,34	3,34
Cuchara de madera	10,00	1,61	16,10
Espumadera	1,00	7,72	7,72
Cucharón	3,00	2,86	8,58
Cuchareta	3,00	4,90	14,70
Cuchareta perforada	2,00	2,22	4,44
Cacerola	4,00	31,48	125,92
Cacerola	4,00	25,92	103,68
Olla de presión	1,00	358,67	358,67
Vertidor	3,00	4,87	14,61
Medidor de licor	1,00	1,40	1,40
Balanza digital	1,00	425,30	425,30
Ollas de barro medianas	4,00	15,00	60,00
Ollas de barro pequeñas	4,00	8,00	32,00
Cazuela	1,00	15,00	15,00
Tiesto	1,00	8,00	8,00
Pondo	1,00	15,00	15,00
Bracero pequeño	1,00	18,00	18,00
Batea	6,00	6,00	36,00
Platos ondos	30,00	2,00	60,00
Platos tendidos	30,00	2,00	60,00
Pailas pequeñas	20,00	8,00	160,00
Paila grande	1,00	50,00	50,00
Guante de temperatura	2,00	6,51	13,02
Termometro digital	1,00	22,86	22,86
Sifon 0,5 litros	1,00	134,74	134,74
Capsulas de gas caja 10 u	1,00	7,55	7,55
Cuchillo cocinero	1,00	10,24	10,24
Guante de temperatura	2,00	6,51	13,02
		TOTAL	3.442,93

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 34 Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CONCEPTO	UNID.	VALOR UNIT.	TOTAL
Computadora	1,00	464,99	464,99
Impresora	1,00	299,99	299,99
Telefono inalámbrico	1,00	64,99	64,99
		TOTAL	829,97

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 35 Adecuaciones

ADECUACIONES			
CONCEPTO	UNID. mts	VALOR	TOTAL
Adecuacion local	100,00	98,81	9.881,22
		TOTAL	9.881,22

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 36 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	UNID.	VALOR	TOTAL
Mini sala	1,00	884,80	884,80
Mesas cuadradas	10,00	120,00	1.200,00
Sillas	40,00	50,00	2.000,00
Mesa central	1,00	250,00	250,00
Bar	1,00	1.344,00	1.344,00
		TOTAL	5.678,80

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.2 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Tabla 37 Población económicamente activa

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA											
FACTORES	DELIMITACIÓN	% DELIMITACIÓN	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
GEOGRAFICAS											
Ubicación	Aprroquia jipijapa	100% (INEC, 2017)	35475	35549	35624	35699	35774	35849	35924	36000	36075
Población económicamente activa		65,90% (INEC, 2017)									23773

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.3 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Tabla 38 Gastos de constitución

GATOS DE CONSTITUCIÓN		
DETALLE	VALOR UNIT.	VALOR T.
Gastos de permisos		
Instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual	208,00	208,00
Arcsa	104,53	104,53
Luae	256,00	256,00
Patente	30,00	30,00
Sayce	194,54	194,54
Cuerpo de bomberos	-	-
Servicio de rentas internas	-	-
Total		793,07

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.4 DEMANDA PROBABLE

Tabla 39 Gasto por persona

Clientes	Año 2018	Gasto por persona
Barrios	23.774	9,99
Otros sectores		
Total anual	23.774	
Mensual	1.981	
Diario	66	

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 40 Demanda probable

DEMANDA PROBABLE	
TEMPORADAS	Productos
clientes atendidos (día)	66
atencion dias	30
demanda clientes (mes)	1981
demanda clientes año	23774
INGRESOS PROYECTADOS EN A y B	
total ingresos	237.499,01
Ingresos anuales	237.499,01
Total ingresos mensuales	19.791,58

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 41 Proyección de ingresos

PROYECCION DE INGRESOS A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO	
Inflacion comercial (INEC, 2018)	0,21%
Crecimiento negocio de restaurantes (INEC, 2018)	1,0%
TOTAL	1,2%

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 42 Proyecciones anuales

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
237.499,01	240.420,25	243.377,42	246.370,96	249.401,32

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.5 COSTOS VARIABLES

Tabla 43 Costo empanadas de verde

EMPANADAS DE VERDE				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
VERDE	1000	GRAMOS	2,00	2,00
QUESO MANABA	300	GRAMOS	1,50	0,45
ACEITE	500	MILITROS	3,20	1,60
		TOTAL		4,05
		UNIDADES		10,00
		COSTO UNID		0,41
		PORCIÓN POR PLATO	5	2,03
		CONDIMENTOS	2%	0,04
		TOTAL		2,07

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 44 Costo empanadas de viento

EMPANADAS DE VIENTO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
HARINA	1000	GRAMOS	35,00	0,70
LEVADURA	50	GRAMOS	2,50	0,25
AZÚCAR	50	GRAMOS	45,00	0,05
ACEITE	1000	MILITROS	3,20	3,20
MATEQUILLA	150	GRAMOS	3,90	0,59
MANTECA	100	GRAMOS	1,50	0,33
QUESO	454	GRAMOS	5,50	2,50
		TOTAL EMPANADAS	20,00	7,61
		COSTO POR UNIDAD		0,38
		PORCIÓN POR PLATO	5	1,90
		CONDIMENTOS	2%	0,04
		TOTAL		1,94

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 45 Costo mote con chicharrón

MOTE CON CHICHARÓN				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
MOTE	350	GRAMOS	20,00	0,14
CERDO	225	GRAMOS	5,00	1,13
CEBOLLA	100	GRAMOS	2,50	0,25
AJO	30	GRAMOS	1,50	0,045
ALVERJA AMARILLA	150	GRAMOS	4,50	0,68
TOSTADO	100	GRAMOS	0,50	0,11

MOTE CON CHICHARÓN				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
MADURO	100	GRAMOS	2,00	0,20
PAPA	120	GRAMOS	20,00	0,05
TOTAL				2,59
CONDIMENTOS			2%	0,05
TOTAL				2,64

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 46 Costo ceviche de concha

CEVICHE DE CONCHA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CONCHA	150	GRAMOS	10,00	1,50
CEBOLLA	45	GRAMOS	2,50	0,1125
TOMATE	150	GRAMOS	1,80	0,27
LIMÓN	3	UNIDADES	0,10	0,30
SALSA DE TOMATE	150	GRAMOS	5,00	0,75
MOSTAZA	75	GRAMOS	2,50	0,1875
ACEITE	100	MILILITROS	3,20	0,32
TOTAL				3,44
CONDIMENTOS			2%	0,07
TOTAL				3,51

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 47 Costo ceviche de camarón

CEVICHE DE CAMARÓN				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CAMARÓN	150	GRAMOS	15,00	2,25
CEBOLLA	30	GRAMOS	2,50	0,075
TOMATE	150	GRAMOS	1,80	0,27
NARANJA	1	UNIDADES	0,10	0,10
SALSA DE TOMATE	150	GRAMOS	5,00	0,75
MOSTAZA	75	GRAMOS	2,50	0,1875
LIMÓN	3	UNIDADES	0,10	0,30
TOTAL				3,93
CONDIMENTOS			2%	0,08
TOTAL				4,01

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 48 Costo caldo de gallina

CALDO DE GALLINA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
GALLINA	1	UNIDADES	11,00	11,00

CALDO DE GALLINA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
ARROCILLO	120	GRAMOS	1,32	0,32
ZANAHORIA	150	GRAMOS	2,50	0,375
PAPANABO	150	GRAMOS	2,50	0,375
APIO	150	GRAMOS	1,60	0,24
PAPA	175	GRAMOS	20,00	0,07
		TOTAL		12,38
		PORCIÓN POR PLATO	4	3,09
		CONDIMENTOS	2%	0,06
		TOTAL		3,16

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 49 Costo yaguarlocro

YAGUARLOCRO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
MENUDO DE BORREGO	300	GRAMOS	25,00	2,50
PAPA	200	GRAMOS	20,00	0,08
ACHIOTE	40	MILILITROS	1,90	0,076
CEBOLLA BLANCA	70	GRAMOS	1,00	0,07
AJO	40	GRAMOS	1,50	0,06
MANÍ	100	GRAMOS	2,50	0,5
TOMATE	30	GRAMOS	1,80	0,05
AGUACATE	30	GRAMOS	0,35	0,21
		TOTAL		3,55
		CONDIMENTOS	2%	0,07
		TOTAL		3,62

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 50 Costo locro de papa con queso

LOCRO DE PAPAS CON QUESO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
PAPAS	350	GRAMOS	20,00	0,14
CREMA DE LECHE	150	MILILITROS	2,50	0,75
CEBOLLA BLANCA	50	GRAMOS	1,00	0,05
AJO	30	GRAMOS	1,50	0,045
QUESO	200	GRAMOS	5,00	1,00
AGUACATE	30	GRAMOS	0,35	0,21
ACHIOTE	40	MILILITROS	1,90	0,08
		TOTAL		2,27
		CONDIMENTOS	2%	0,05
		TOTAL		2,32

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 51 Costo caldo de patas

CALDO DE PATAS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
PATAS DE RES	350	GRAMOS	6,00	2,10
MANÍ	150	GRAMOS	2,50	0,75
CEBOLLA BLANCA	60	GRAMOS	1,00	0,06
AREGANO	40	MILILITROS	6,00	0,24
MOTE	150	GRAMOS	20,00	0,06
		TOTAL		3,21
		CONDIMENTOS	2%	0,06
		TOTAL		3,27

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 52 Costo arroz marinero

ARROZ MARINERO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
ARROZ	350	GRAMOS	45,00	0,32
PIMIENTO VERDE	100	GRAMOS	1,50	0,15
PIMIENTO ROJO	100	MILITROS	1,50	0,15
CONCHA	200	TOTAL	10,00	2,00
CAMARÓN	200	UNIDADES	15,00	3,00
MADURO	120	COSTO UNID	2,00	0,24
ACHIOTE	40	MILILITROS	1,90	0,08
		TOTAL		5,93
		CONDIMENTOS	2%	0,12
		TOTAL		6,05

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 53 Costo arroz con camarón

ARROZ CON CAMARÓN				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
ARROZ	350	GRAMOS	45,00	0,32
PIMIENTO VERDE	100	GRAMOS	1,50	0,15
PIMIENTO ROJO	100	GRAMOS	2,50	0,25
CAMARÓN	250	GRAMOS	15,00	3,75
MADURO	120	GRAMOS	2,00	0,24
ACHIOTE	40	MILILITROS	1,90	0,08
		TOTAL		4,78
		CONDIMENTOS	2%	0,10
		TOTAL		4,88

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 54 Costo plato ambateño

PLATO AMBATEÑO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
PAPA	350	GRAMOS	20,00	0,14
HUEVO	2	UNIDADES	0,10	0,2
CHORIZO	200	GRAMOS	6,50	2,6
REMOLACHA	150	GRAMOS	2,50	0,38
LECHUGA	100	GRAMOS	0,50	0,17
AGUACATE	50	GRAMOS	0,35	0,35
		TOTAL		3,83
		CONDIMENTOS	2%	0,08
		TOTAL		3,91

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 55 Costo seco de chivo

SECO DE CHIVO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
BORREGO PULPA	200	GRAMOS	8,00	1,60
NARANJILLA	40	GRAMOS	1,50	0,06
TOMATE	40	GRAMOS	2,50	0,1
PANELA	30	GRAMOS	2,00	0,12
CEBOLLA	40	GRAMOS	2,50	0,1
AJO	30	GRAMOS	1,50	0,045
ACHIOTE	40	MILILITROS	1,90	0,076
ARROZ	300	GRAMOS	45,00	0,27
PAPA	60	GRAMOS	20,00	0,024
LECHUGA	40	GRAMOS	0,50	0,2
REMOLACHA	100	GRAMOS	2,50	0,25
AGUACATE	30	GRAMOS	0,35	0,21
		TOTAL		3,06
		CONDIOMENTOS	2%	0,0611
		TOTAL		3,12

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 56 Costo fritada

FRITADA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CERDO	325	GRAMOS	8,00	2,60
CEBOLLA	150	GRAMOS	2,50	0,375
AJO	50	GRAMOS	1,50	0,075
PAPA	150	GRAMOS	20,00	0,06
MADURO	150	GRAMOS	2,00	0,30
MOTE	450	GRAMOS	20,00	0,18

FRITADA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
ALVERJA AMARILLA	150	GRAMOS	4,50	0,68
		TOTAL		4,27
		CONDIMENTOS	2%	0,09
		TOTAL		4,35

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 57 Costo quimbolitos

QUIMBOLITOS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
HARINA	1000	GRAMOS	35,00	0,70
HUEVOS	10	GRAMOS	0,10	10,1
AZÚCAR	300	GRAMOS	45,00	0,27
ROYAL	15	GRAMOS	0,50	0,375
LECHE	200	MILILITROS	0,80	0,16
MANTEQUILLA	250	GRAMOS	3,90	1,95
HOJAS DE ATCHERA	30	UNIDADES	1,25	1,25
PASAS	50	GRAMOS	5,20	0,52
		TOTAL		15,33
		PROCIÓN	8	1,92
		CONDIMENTOS	2%	0,04
		TOTAL		1,95

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 58 Costo quesadillas

QUESADILLAS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
HARINA	1000	GRAMOS	35,00	0,70
MANTEQUILLA	500	GRAMOS	3,90	3,9
AZÚCAR	500	GRAMOS	45,00	0,45
HUEVOS	10	UNIDADES	0,10	1
POLVO DE HORNEAR	50	GRAMOS	0,50	1,25
LECHE	250	MILILITROS	0,80	0,2
		TOTAL		7,50
		PORCIONES	6	1,25
		CONDIMENTOS	2%	0,03
		TOTAL		1,28

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 59 Costo torta de maqueño

TORTA DE MAQUEÑO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
HARINA	800	GRAMOS	35,00	0,56
MAQUEÑO	350	GRAMOS	2,00	0,7
AZÚCAR	300	GRAMOS	45,00	0,27
HUEVOS	8	MILILITROS	0,10	0,8
POLVO DE HORNEAR	40	GRAMOS	0,50	1,00
MANTEQUILLA	250	GRAMOS	3,90	1,95
TOTAL				5,28
PORCIONES			4	1,32
CONDIMENTOS			2%	0,03
TOTAL				1,35

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 60 Costo higos con queso

HIGOS CON QUESO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
HIGOS	1000	GRAMOS	2,50	2,50
PANELA	1000	GRAMOS	2,00	2
QUESO	500	GRAMOS	5,00	2,5
TOTAL				7,00
PROCIONES			6	1,17
CONDIMENTOS			2%	0,02
TOTAL				1,19

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 61 Costo pristiños con miel

PRISTIÑOS CON MIEL				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
HARINA	1000	GRAMOS	35,00	0,70
LEVADURA	50	GRAMOS	2,50	0,25
AZÚCAR	50	GRAMOS	45,00	0,045
MANTEQUILLA	150	GRAMOS	3,90	1,17
MANTECA	100	GRAMOS	1,50	0,15
TOTAL				2,32
COSTO UNID			10	0,23
PORCIÓN			5	1,16
CONDIMENTOS			2%	0,02
TOTAL				1,18

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 62 Costo chicha de jora

CHICHA DE JORA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
JORA	1000	GRAMOS	20,00	0,40
PANELA	300	GRAMOS	2,00	0,6
HIEBAS DULCES	500	GRAMOS	0,25	2,5
AZÚCAR	800	GRAMOS	45,00	0,72
TOTAL				4,22
PROCIONES			5	0,84
CONDIMENTOS			2%	0,02
TOTAL				0,86

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 63 Costo guayusa

GUAYUSA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
GUAYUSA	1000	GRAMOS	2,00	2,00
PANELA	300	GRAMOS	2,00	0,6
AZÚCAR	500	GRAMOS	45,00	0,45
TOTAL				3,05
UNIDADES			7	0,44
CONDIMENTOS			2%	0,01
TOTAL				0,44

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 64 Costo rosero quiteño

ROSERO QUITEÑO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
FRUTILLA	1000	GRAMOS	5,00	5,00
MOTE	300	GRAMOS	20,00	0,12
BABACO	500	GRAMOS	2,00	1
AGUA DE AZAR	10	MILILITROS	5,00	0,20
AZÚCAR	454	GRAMOS	45,00	0,4086
TOTAL				6,73
PORCIONES			6	1,12
CONDIMENTOS			2%	0,02
TOTAL				1,14

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 65 Costo jugo de naranja

JUGO DE NARANJA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
NARANJA	4	UNIDADES	25,00	1,00
		TOTAL		1,00
		CONDIMENTOS	2%	0,02
		TOTAL		1,02

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 66 Costo jugo de naranja

JUGO DE LOMONADA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
LIMÓN	100	MILILITROS	10,00	10,00
AZÚCAR	3000	GRAMOS	45	2,70
		TOTAL		12,70
		PORCIONES	20	0,64
		TOTAL		0,64

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 67 Costo café pasado

CAFÉ PASADO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CAFÉ PASADO	1000	GRAMOS	10,00	10,00
AZÚCAR	454	GRAMOS	45	0,41
		TOTAL		10,41
		PROCIÓN	10	1,04
		TOTAL		1,04

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 68 Costo expreso

EXPRESO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CAFÉ	1000	GRAMOS	15,00	15,00
		TOTAL		15,00
		PORCIONES	15	1,00

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 69 Costo capuccino

CAPUCCINO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CAFÉ	100	GRAMOS	15,00	1,50
AZÚCAR	30	GRAMOS	45	0,03
LECHE	50	MILILITROS	0,85	0,04

CAPUCCINO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
		TOTAL		1,57

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 70 Costo chocolate

CHOCOLATE				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CHOCOLATE	100	GRAMOS	20,00	2,00
AZÚCAR	30	GRAMOS	45	0,03
LECHE	50	MILILITROS	0,85	0,04
		TOTAL		2,07

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 71 Costo aguas aromáticas

AGUAS AROMÁTICAS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
TES	20	GRAMOS	3,50	0,35
AZÚCAR	30	GRAMOS	45	0,03
		TOTAL		0,38

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 72 Costo guayusa con alcohol

GUAYUSA CON ALCOHOL				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
GUAYUSA	1000	GRAMOS	2,00	2,00
PANELA	300	GRAMOS	2	0,6
AZÚCAR	500	GRAMOS	45	0,45
PUNTAS	400	MILITROS	20	16,00
		TOTAL		19,05
		PORCIONES	8	2,38
		TOTAL		2,38

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 73 Costo canelazo

CANELAZO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	GRAMOS	COSTO UNID	COSTO TOTAL
CANELA	1000	GRAMOS	1,00	1,00
AZÚCAR	300	GRAMOS	45	0,27
PUNTAS	400	MILITROS	20	16
		TOTAL		17,27
		PORCIONES	8	2,16
		TOTAL		2,16

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 74 Costos Variables

LISTA DE PRODUCTOS / COSTOS VARIABLES	
PRODUCTO	COSTO
Entradas	2,83
Empanas de verde	2,07
Empanas de viento	1,94
Mote con chicarrón	2,64
Ceviche de concha	3,51
Ceviche de camarón	4,01
Sopas	3,09
Caldo de gallina	3,16
Yaguarlocro	3,62
Locro de papas con queso	2,32
Caldo de patas	3,27
Fuertes	4,46
Arroz marinero	6,05
Arroz con camarón	4,88
Plato ambateño	3,91
Seco de chivo	3,12
Fritada	4,35
Postres	1,39
Quimbolitos	1,95
Quesadillas	1,28
Torta de maqueño	1,35
Higos con queso	1,19
Pristiños con miel	1,18
Bebidas sin alcohol frías	0,64
Chicha de Jora	0,86
Guayusa	0,44
Rosero quiteño	1,14
Jugo de naranja	1,02
Jugo de limonada	0,64
Gaseosas	0,50
Agua natural	0,30
Agua mineral	0,25
Bebidas calientes sin alcohol	1,21
Café pasado	1,04
Exeso	1,00
Capuccino	1,57
Chocolate	2,07
Aguas aromáticas	0,38
Bebidas con alcohol	1,56
Guayusa	2,38

LISTA DE PRODUCTOS / COSTOS VARIABLES	
Canelazo	2,16
Pilsener	0,75
Club	1,00
Corona	1,50
Total	
Costo promedio	2,17

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 75 Costos de materia prima

ESTRUCTURA TIPICA DE LOS COSTOS MATERIA PRIMA	
(en % sobre las ventas)	22%
costo promedio por producto	2,17
clientes mes	1.981
total inversión materia prima	4.298,80
ventas mes	19.791,58
Total materia prima	4.298,80

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.6 MANO DE OBRA

MANO DE OBRA									
AÑO 1									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Chef	1,00	400,00	32,17	33,33			93,80	559,30	6.711,58
Capitán de servicio	1,00	400,00	32,17	33,33			93,80	559,30	6.711,58
Cocineros	2,00	772,00	64,33	64,33			93,80	994,46	11.933,58
Meseros	2,00	772,00	64,33	64,33			93,80	994,46	11.933,58
Cajero	1,00	386,00	32,17	32,17			93,80	544,13	6.529,58
							12,15%		-
Total								3.651,66	43.819,88
Salario básico unitario	386,00								
AÑO 2									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Chef	1,00	407,33	32,78	33,94	33,93	16,97	49,49	574,45	6.893,41
Capitán de servicio	1,00	407,33	32,78	33,94	33,93	16,97	49,49	574,45	6.893,41
Cocineros	2,00	779,33	65,56	64,94	64,92	32,47	94,69	1.101,91	13.222,97
Meseros	2,00	779,33	65,56	64,94	64,92	32,47	94,69	1.101,91	13.222,97
Cajero	1,00	393,33	32,78	32,78	32,76	16,39	47,79	555,83	6.670,00
					8,33%		12,15%		
Total									46.902,75
Salario básico unitario	393,33								

MANO DE OBRA									
AÑO 3									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Chef	1,00	414,81	33,40	34,57	34,55	17,28	50,40	585,01	7.020,14
Capitán de servicio	1,00	414,81	33,40	34,57	34,55	17,28	50,40	585,01	7.020,14
Cocineros	2,00	786,81	66,80	65,57	65,54	32,78	95,60	1.113,10	13.357,17
Meseros	2,00	786,81	66,80	65,57	65,54	32,78	95,60	1.113,10	13.357,17
Cajero	1,00	400,81	33,40	33,40	33,39	16,70	48,70	566,39	6.796,73
					8,33%		12,15%		
Total									47.551,35
Salario básico unitario	400,81								
AÑO 4									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Chef	1,00	422,42	34,04	35,20	35,19	17,60	51,32	595,77	7.149,27
Capitán de servicio	1,00	422,42	34,04	35,20	35,19	17,60	51,32	595,77	7.149,27
Cocineros	2,00	794,42	68,07	66,20	66,18	33,10	96,52	1.124,49	13.493,92
Meseros	2,00	794,42	68,07	66,20	66,18	33,10	96,52	1.124,49	13.493,92
Cajero	1,00	408,42	34,04	34,04	34,02	17,02	49,62	577,16	6.925,87
					8,33%		12,15%		
TOTAL									48.212,27
Salario basico unitario	408,42								
AÑO 5									

MANO DE OBRA									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Chef	1,00	430,18	34,68	35,85	35,83	17,92	52,27	606,74	7.280,87
Capitán de servicio	1,00	430,18	34,68	35,85	35,83	17,92	52,27	606,74	7.280,87
Cocineros	2,00	802,18	69,36	66,85	66,82	33,42	97,47	1.136,11	13.633,28
Meseros	2,00	802,18	69,36	66,85	66,82	33,42	97,47	1.136,11	13.633,28
Cajero	1,00	416,18	34,68	34,68	34,67	17,34	50,57	588,12	7.057,46
					8,33%		12,15%		
Total									48.885,75
Salario basico unitario	416,18								

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 76 Proyecciones del costo de la mano de obra

PROYECCIONES	
AÑO	COSTO TOTAL MANO DE OBRA
1,00	43.819,88
2,00	46.902,75
3,00	47.551,35
4,00	48.212,27
5,00	48.885,75

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Tabla 77 Proyecciones del sueldo

PROYECCIONES DEL SUELDOS		
AÑO	SUELDO	
1,00	386,00	1,90%
2,00	393,33	7,33
3,00	400,81	7,47
4,00	408,42	7,62
5,00	416,18	7,76

Elaborado por: Vanessa Ñacata

4.10.7 UNIFORMES

Tabla 78 Uniformes

UNIFORMES			
CONCEPTO	UNID	VALOR UNIT	TOTAL
Chaqueta rango clásica con broche escindido	3	27,5	82,5
Pantalón calentador color gris	3	19,8	59,4
Delantal de 75 * 85 colo gris	3	8,25	24,75
Camisa clásica color blanco	3	20,92	62,76
Delantal en v color negro	3	9,52	28,56
Gorra safari color ng	3	4,68	14,04
Gruesa de mallas	1	44	44
		TOTAL	316,01

Elaborado por: Vanessa Ñacata

4.10.8 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 79 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
materia prima	4.298,80	12.896,39
servicios basicos	250,00	750,00
mano de obra directa	3.651,66	10.954,97
sueldo administrador	868,55	2.605,65
gastos publicidad	250,00	750,00
suministros de limpieza	150,00	450,00
suministros de oficina	79,17	237,50
arriendo	7.553,73	22.661,18
Transporte	217,71	653,12
TOTAL	17.319,60	51.958,81

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.9 SUELDO ADMINISTRATIVO

SUELDO ADMINISTRADOR									
SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 1									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Administrador	1,00	700,00	32,17	58,33			78,05	868,55	10.422,60
							11,15%		
Total									10.422,60
Salario básico unitario	386,00								
SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 2									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Administrador	1,00	707,33	32,78	58,94	58,92	29,47	78,87	966,32	11.595,81
					8,33%		11,15%		
Total									11.595,81
Salario básico unitario	393,33								
SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 3									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Administrador	1,00	714,81	33,40	59,57	59,54	29,78	79,70	976,80	11.721,64
					8,33%		11,15%		

SUELDO ADMINISTRADOR									
Total									11.721,64
Salario básico unitario	400,81								
SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 4									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Administrador	1,00	722,42	34,04	60,20	60,18	30,10	80,55	987,49	11.849,86
					8,33%		11,15%		
Total									11.849,86
Salario básico unitario	408,42								
SUELDOS ADMINISTRACIÓN AÑO 5									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL UNIFICADO	(14TO SUELDO)	(13ER SUELDO)	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	TOTAL ANUAL
Administrador	1,00	730,18	34,68	60,85	60,82	30,42	81,42	998,38	11.980,52
					8,33%		11,15%		
Total									11.980,52
Salario básico unitario	416,18								

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 80 Sueldo administrador anual

SUELDOS ADMINISTRACIÓN	
AÑO	VALOR ANUAL
1	10.422,60
2	11.595,81
3	11.721,64
4	11.849,86
5	11.980,52

Elaborado por: Vanessa Ñacata

4.10.10 COSTOS INDIRECTOS

Tabla 81 Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
SERVICIO BÁSICO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	50,00	600,00
Luz	70,00	840,00
Gas	20,00	240,00
Leña	50	600
Teléfono	30,00	360,00
Internet	30	360
Total	250,00	3.000,00

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Tabla 82 Costos indirectos anuales

Costos indirectos	
AÑO	TOTAL
1	3.000,00
2	3.024,60
3	3.049,40
4	3.074,41
5	3.099,62

Elaborado por: Vanessa Ñacata

4.10.11 COSTOS SEMI VARIABLES

Tabla 83 Costos semi variables

COSTOS SEMI VARIABLE		
NOMBRE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Suministro de oficina	57,92	695,04
Suminsitros de limpieza	579,21	6950,50
Control de plagas	173,76	2085,1503
Transporte	212,38	2.548,52
Uniformes	692,9	8314,8
Servicios profesionales	250,00	3000,00
Capacitaciones	75,00	900,00
Publicidad	173,76	2085,15
Total	2214,93	26579,16

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.12 COSTOS FIJOS

Tabla 84 Costos fijos

COSTOS FIJOS		
NOMBRE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	289,60	3475,25
Sueldo operativo	3.651,66	43.819,88
Sueldo adminstrador	868,55	10422,60
Arriendo	650	7800,00
Total	5459,81	65517,73

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.13 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 85 Gastos administrativos

GASTO ADMINISTRATIVO		
NOMBRE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Suministro de oficina	77,23	926,73
Suminsitros de limpieza	579,21	6950,50
Mantenimiento	289,60	3475,25
Control de plagas	173,76	695,05
Transporte	212,38	2.548,52
Sueldo operativo	3.651,66	43.819,88
Sueldo adminstrador	868,55	10422,60
Uniformes	692,9	8314,80

GASTO ADMINISTRATIVO		
NOMBRE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios profesionales	250	3000,00
Capacitaciones	75,00	900,00
Arriendo	650	7800,00
Total	7.520,29	90.243,43

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 86 Gastos administrativos anuales

GASTOS	
AÑO	TOTAL
1	90.243,43
2	90.983,43
3	91.729,49
4	92.481,67
5	93.240,02

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.14 PUBLICIDAD

Tabla 87 Publicidad

PUBLICIDAD		
Publicidad	173,76	2085,15

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 88 Proyecciones anuales de publicidad

PROYECCIONES	
AÑO	TOTAL
1	2085,15
2	2102,25
3	2119
4	2137
5	2154

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.15 INVERSIÓN TOTAL

Tabla 89 Inversión total

INVERSION TOTAL			
INVERSION	FUENTE		MONTO
	PROPIO	PRESTAMO	
Capital de trabajo	20.783,52	31.175,28	51.958,81
Inversion activo fijo	17.015,03	25.522,55	42.537,58
Inversión activos diferidos	317,23	475,84	793,07
Total	38.115,78	57.173,67	95.289,46

INVERSION TOTAL			
INVERSION	FUENTE		MONTO
	PROPIO	PRESTAMO	
PORCENTAJE (%)	40%	60%	100%

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 90 Total gastos

CAPITAL DE TRABAJO	
ACTIVOS FIJOS	42.537,58
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	793,07
CAPITAL DE TRABAJO	51.958,81
TOTAL	95.289,46

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.16 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Tabla 91 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
	BENEFICIARIO				
	INSTIT. FINANCIERA				
	MONTO	57.173,67			
	TASA	9,50%		T. EFECTIVA	9,9248%
	PLAZO	5	Años		
	GRACIA		Años		
	FECHA DE INICIO	20/01/2018			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30	Días		
	Número de períodos	60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		57.173,67			
1	19-feb-2018	56.220,78	452,62	952,89	1.405,52
2	21-mar-2018	55.267,88	445,08	952,89	1.397,98
3	20-abr-2018	54.314,99	437,54	952,89	1.390,43
4	20-may-2018	53.362,10	429,99	952,89	1.382,89
5	19-jun-2018	52.409,20	422,45	952,89	1.375,34
6	19-jul-2018	51.456,31	414,91	952,89	1.367,80
7	18-ago-2018	50.503,41	407,36	952,89	1.360,26
8	17-sep-2018	49.550,52	399,82	952,89	1.352,71
9	17-oct-2018	48.597,62	392,27	952,89	1.345,17
10	16-nov-2018	47.644,73	384,73	952,89	1.337,63
11	16-dic-2018	46.691,83	377,19	952,89	1.330,08
12	15-ene-2019	45.738,94	369,64	952,89	1.322,54
13	14-feb-2019	44.786,04	362,10	952,89	1.314,99
14	16-mar-2019	43.833,15	354,56	952,89	1.307,45
15	15-abr-2019	42.880,26	347,01	952,89	1.299,91
16	15-may-2019	41.927,36	339,47	952,89	1.292,36
17	14-jun-2019	40.974,47	331,92	952,89	1.284,82
18	14-jul-2019	40.021,57	324,38	952,89	1.277,28

TABLA DE AMORTIZACION

	BENEFICIARIO				
	INSTIT. FINANCIERA				
	MONTO	57.173,67			
	TASA	9,50%		T. EFECTIVA	9,9248%
	PLAZO	5	Años		
	GRACIA		Años		
	FECHA DE INICIO	20/01/2018			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30	Días		
	Número de períodos	60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
19	13-ago-2019	39.068,68	316,84	952,89	1.269,73
20	12-sep-2019	38.115,78	309,29	952,89	1.262,19
21	12-oct-2019	37.162,89	301,75	952,89	1.254,64
22	11-nov-2019	36.209,99	294,21	952,89	1.247,10
23	11-dic-2019	35.257,10	286,66	952,89	1.239,56
24	10-ene-2020	34.304,20	279,12	952,89	1.232,01
25	09-feb-2020	33.351,31	271,57	952,89	1.224,47
26	10-mar-2020	32.398,42	264,03	952,89	1.216,93
27	09-abr-2020	31.445,52	256,49	952,89	1.209,38
28	09-may-2020	30.492,63	248,94	952,89	1.201,84
29	08-jun-2020	29.539,73	241,40	952,89	1.194,29
30	08-jul-2020	28.586,84	233,86	952,89	1.186,75
31	07-ago-2020	27.633,94	226,31	952,89	1.179,21
32	06-sep-2020	26.681,05	218,77	952,89	1.171,66
33	06-oct-2020	25.728,15	211,22	952,89	1.164,12
34	05-nov-2020	24.775,26	203,68	952,89	1.156,58
35	05-dic-2020	23.822,36	196,14	952,89	1.149,03
36	04-ene-2021	22.869,47	188,59	952,89	1.141,49
37	03-feb-2021	21.916,57	181,05	952,89	1.133,94
38	05-mar-2021	20.963,68	173,51	952,89	1.126,40
39	04-abr-2021	20.010,79	165,96	952,89	1.118,86
40	04-may-2021	19.057,89	158,42	952,89	1.111,31
41	03-jun-2021	18.105,00	150,87	952,89	1.103,77
42	03-jul-2021	17.152,10	143,33	952,89	1.096,23
43	02-ago-2021	16.199,21	135,79	952,89	1.088,68
44	01-sep-2021	15.246,31	128,24	952,89	1.081,14
45	01-oct-2021	14.293,42	120,70	952,89	1.073,59
46	31-oct-2021	13.340,52	113,16	952,89	1.066,05
47	30-nov-2021	12.387,63	105,61	952,89	1.058,51
48	30-dic-2021	11.434,73	98,07	952,89	1.050,96
49	29-ene-2022	10.481,84	90,52	952,89	1.043,42
50	28-feb-2022	9.528,95	82,98	952,89	1.035,88
51	30-mar-2022	8.576,05	75,44	952,89	1.028,33
52	29-abr-2022	7.623,16	67,89	952,89	1.020,79
53	29-may-2022	6.670,26	60,35	952,89	1.013,24
54	28-jun-2022	5.717,37	52,81	952,89	1.005,70
55	28-jul-2022	4.764,47	45,26	952,89	998,16

TABLA DE AMORTIZACION					
	BENEFICIARIO				
	INSTIT. FINANCIERA				
	MONTO	57.173,67			
	TASA	9,50%		T. EFECTIVA	9,9248%
	PLAZO	5	Años		
	GRACIA		Años		
	FECHA DE INICIO	20/01/2018			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30	Días		
	Número de períodos	60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
56	27-ago-2022	3.811,58	37,72	952,89	990,61
57	26-sep-2022	2.858,68	30,17	952,89	983,07
58	26-oct-2022	1.905,79	22,63	952,89	975,53
59	25-nov-2022	952,89	15,09	952,89	967,98
60	25-dic-2022	0,00	7,54	952,89	960,44
			13.805,06	57.173,67	70.978,73

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 92 Interés anual

INTERÉS ANUAL				
4.563,97	3.937,84	2.851,54	1.863,31	588,41

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.17 BALANCE GENERAL (INICIAL)

Tabla 93 Balance general

BALANCE GENERAL (Inicial)				
ACTIVOS	MONTOS		PASIVOS	MONTOS
Activo Corriente			Pasivo Corriente	
CAPITAL DE TRABAJO	51.958,81	51.958,81		
Activos fijos		42.537,58	Pasivo Largo Plazo	
			PRESTAMO	57.173,67
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.614,77			
EQUIPO DE OFICINA	396,99			
MUEBLES Y ENSERES	5.678,80			
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	829,97			
ADECUACIONES	9.881,22		PATRIMONIO	
MENAJE	3.442,93		SOCIOS	

BALANCE GENERAL (Inicial)				
ACTIVOS	MONTOS		PASIVOS	MONTOS
UNIFORMES	692,90		A	38.115,78
ACTIVOS DIFERIDOS		793,07		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	793,07			
TOTAL ACTIVOS		95.289,46	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	95.289,46

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.18 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 94 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR SERVICIOS	237.499,01	240.420,25	243.377,42	246.370,96	249.401,32
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	98.405,43	102.159,70	103.487,96	104.836,90	106.206,86
Materia Prima	51.585,55	52.220,05	52.862,36	53.512,57	54.170,77
Mano de obra	43.819,88	46.902,75	47.551,35	48.212,27	48.885,75
Costos indirectos	3.000,00	3.036,90	3.074,25	3.112,07	3.150,35
(=) UTILIDAD BRUTA	139.093,58	138.260,55	139.889,46	141.534,06	143.194,46
(-) Gastos operativos	92.782,20	93.923,42	95.078,68	96.248,15	97.432,00
Gastos administrativos	90.644,71	91.759,64	92.888,29	94.030,81	95.187,39
Gastos ventas	2.137,49	2.163,78	2.190,40	2.217,34	2.244,61
UTILIDAD BRUTA	46.311,38	44.337,12	44.810,78	45.285,91	45.762,46
(-) Gastos financieros	4.563,97	3.937,84	2.851,54	1.863,31	588,41
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS	41.747,41	40.399,28	41.959,24	43.422,60	45.174,05
(-) 15 % Reparto trabajadores	6.262,11	6.059,89	6.293,89	6.513,39	6.776,11
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	35.485,30	34.339,39	35.665,35	36.909,21	38.397,94
(-) 22% Impuesto renta	7.806,77	7.554,67	7.846,38	8.120,03	8.447,55
UTILIDAD NETA	27.678,53	26.784,73	27.818,97	28.789,19	29.950,39

Elaborado por: Vanessa Nacata

4.10.10 FLUJO DE CAJA

Tabla 95 Proyecciones del flujo de caja

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital de trabajo	(51.958,81)					
Activos fijos	(42.537,58)					
Activos diferidos	(793,07)					
Inversión Total	(95.289,46)					
Utilidad antes de trabajadores e impuestos		41.747,41	40.399,28	41.959,24	43.422,60	45.174,05
(-) 15 % Reparto trabajadores		6.262,11	6.059,89	6.293,89	6.513,39	6.776,11
Utilidad antes de impuestos		35.485,30	34.339,39	35.665,35	36.909,21	38.397,94
(-) 22% Impuesto renta		7.806,77	7.554,67	7.846,38	8.120,03	8.447,55
ENTRADAS DE EFECTIVO						
Utilidad Neta		27.678,53	26.784,73	27.818,97	28.789,19	29.950,39
(+) Gastos depreciación		3.884,07	3.884,07	3.884,07	3.607,41	3.607,41
(+) Gastos Amortización		4.563,97	3.937,84	2.851,54	1.863,31	588,41
FLUJO DE EFECTIVO NETO	(95.289,46)	36.126,57	34.606,63	34.554,58	34.259,90	34.146,22

Elaborado por: Vanessa Nacata

Tabla 96 Tasa de descuento TIR y VAN

TASA DE DESCUENTO	13,65%
Inflación (Banco Cenral de Ecuador, 2018)	1,23%
tasa activa (Banco Central del Ecuador, 2018)	7,83%
riesgo país (Banco Central del Ecuador, 2018)	4,59%

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 22.327,71
TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	24,31%

Elaborado por: Vanessa Nacata

CAPÍTULO IV.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Culminado con este Trabajo de Titulación que tuvo como objetivo determinar la factibilidad técnica, económica y operativa de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña en el norte de Quito, sector Plaza de Toros, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

5.1 Conclusiones

1. De acuerdo al estudio realizado de la oferta y la demanda, se determinó que en el sector de la plaza de toros existe gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros que gustan de la comida ecuatoriana, pero en el sector de la Plaza de Toros existen pocos establecimientos que brinden este servicio.
2. De acuerdo al estudio técnico realizado, la creación del restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña es técnicamente viable, porque la ubicación seleccionada es un sector comercial que cuenta con todos los servicios básicos, con varias vías de acceso. Además existe mano de obra nacional calificada, materia prima local y equipos de fácil adquisición dentro de la ciudad.
3. De acuerdo al estudio financiero realizado se concluyó que la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana elaborada en leña es financieramente rentable y viable porque la TIR 24,31% es mayor a la tasa de descuento 13,65% y el VAN es mayor a cero \$ 22.327,71.

5.2 Recomendaciones

Tomando en consideración las conclusiones antes mencionadas, a continuación se detallan las siguientes recomendaciones para el proyecto de negocio propuesto:

1. Realizar un estudio de factibilidad antes de proponer cualquier tipo de negocio ayudará a evitar a que los inversionistas pierdan tiempo y dinero.
2. Utilizar datos reales para que el estudio de la investigación será verídica.
3. Trabajar con un equipo multidisciplinario en la planificación prospectiva en función de expansión de la empresa gastronómica.
4. Invertir en maquinarias y equipos con empresas conocidas para obtener una garantía de los equipos.
5. Hacer convenios con proveedores calificados para garantizar la calidad de la materia prima.
6. Optimizar los recursos para mantenerse en el tiempo porque es una empresa que está empezando.
7. Realizar todos los procesos de factibilidad para la creación de empresas más aún si se trata de restaurantes que ofrecen comida ecuatoriana, con la finalidad de que estos sean competitivos en el mercado local.

GLOSARIO:

Administración: Disciplina que involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que se lleve a cabo de forma eficiente y eficaz (Robbins & Coulter, 2010, pág. 6).

Cultura organizacional: Valores, principios y formas de hacer las cosas que influyen en la manera en que actúan los miembros de la organización (Robbins & Coulter, 2010, pág. 46).

Comida típica: Es el estrecho vínculo que hay entre el producto y el territorio, está dado por la especificidad de los recursos (el ambiente), la historia, la tradición, la identidad y por último la dimensión colectiva social (Pazos, 2010, pág. 103).

Estudio de factibilidad: Diagnostica con más certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto (Cajigas & Ramírez, 2004, pág. 32).

Restauración: Comprende restaurantes o casas de comida, que son un negocio individual o grupal en la que se sirven alimentos elaborados (Gray, Marcé, Nieto, Prada, & Ballester, 2006, pág. 95).

Servicio: Conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos (Oppeheimer, 2014, pág. 203).

Oferta: Cantidad de bienes y servicios que una organización está dispuesta a vender a un determinado precio del mercado, dados unos precios de insumos y una tecnología (Pontificia Universidad Javeriana, 2001, pág. 90).

Demanda: Capacidad de reacción de un mercado potencial ante unos estímulos y esfuerzos de marketing concretos y limitada por las condiciones actuales del entorno (Madariaga, Narros, Olarte, Reinales, & Saco, 2008, pág. 194).

Investigación de mercado: Es un sistema que aborda la tarea de generar la información primaria necesaria para la toma de decisiones, no disponible en otras fuentes internas o externas (Trespacios, Rodolfo, & Bello, 2005, pág. 29)

Valor actual neto: Procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Mide la rentabilidad en términos absolutos (Didier, 2016).

Tasa interna de rentabilidad: Es el producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentajes. Mide la rentabilidad en términos relativos (Didier, 2016).

Flujo de caja: Son las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un período próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año (Duarte & Fernández, 2016, pág. 74).

Mercado: Son las personas, organizaciones actuales o potenciales que tienen necesidad o deseo de bienes o servicios, disponen de los recursos y poseen capacidad para adquirirlos (Madariaga, Narros, Olarte, Reinales, & Saco, 2008, pág. 87).

Producto: Es una fuente de satisfacción de necesidades, una adecuada gestión de producto debería girar siempre en torno a las necesidades del consumidor (Belio & Saínez, 2010, pág. 33).

Precio: Es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación (Pérez & Merino, 2009).

Promoción: Es una táctica dentro de las empresas, como una fuerte utilización del incentivo apoyado en el precio (Bigné, 2003, pág. 309).

Bibliografía

Referencia de libros

- Belio, J., & Saíinz, A. (2010). Claves para gestionar precio, producto y marca. Madrid: Wolters Kluwer.
- Bigné, E. (2003). En Promoción Comercial: Un enfoque Integrado (pág. 528). Madrid: ESIC.
- Cajigas, M., & Ramírez, E. (2004). Proyecto de inversión competitivos: Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión con Visión Emprendedora Estratégica. Palmira: Feriva S.A.
- Cegarra, J. (2018). Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. Madrid: Díaz de Santos.
- Duarte, J., & Fernández, L. (2016). En Finanzas Operativas: Un Coloquio (pág. 113). México: IPADE.
- Flórez Uribe, J. A. (2015). Proyectos de inversión para las PYME. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gray, A., Marcé, P., Nieto, E., Prada, M., & Ballester, C. (2006). Manual para la preparación del Certificado Superior de Español del Turismo de la Cámara de Comercio de Madrid (Vol. 1). Madrid: Edinumen.
- Madariaga, J., Narros, M., Olarte, C., Reinales, E., & Saco, M. (2008). Principios de marketing (Tercera Edición ed.). Madrid: ESIC.
- Oppeheimer, A. (2014). Manual para la preparación del Certificado Superior de Español del Turismo de la Cámara de Comercio de Madrid (Primera ed.). México: Penguin Random House.
- Pazos, J. (2010). Cocinas regionales andinas. Quito: Editorial Nacional.
Recuperado el 15 de 8 de 2016
- Pontificia Universidad Javeriana. (2001). Estrategias de Producción y Mercado para los Servicios de Salud. En Estrategias de Producción y Mercado para los Servicios de Salud (primera ed., pág. 235). Bogotá: Javeriano.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). Administración (décima ed.). México: Pearson.
- Ruiz, G. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá: Ediciones de la U.
- Salazar, D. (2012). Cocinas Quiteñas: cruce de culturas y pérdida de identidad. Quito: Yáñez, P. Universidad Iberoamericana del Ecuador.
- Trespacios, J., Rodolfo, V., & Bello, L. (2005). En Investigación de Mercados: Método de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing (pág. 349). Madrid: Paraninfo.

Valera, R. (2008). Innovación Empresarial Arte y ciencia en la creación de las empresas. Colombia: Pearson Educación de Colombia. Recuperado el 2016

Referencias Digitales

Andrade, P. (21 de Diciembre de 2011). Municipio del Distrito Metropolitano Quito Plan de Desarrollo 2012 - 2022. Obtenido de Secretaria General de Planificación: http://www.emseguridad-q.gob.ec/mtdocuments/PLAN_DES_2012_2022.pdf

ARCOSA. (21 de 01 de 2018). Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. Obtenido de Emisión de Permisos de Funcionamiento: <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>

Banco Central de Ecuador. (16 de 05 de 2018). Inflación. Obtenido de Datos comparables: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Banco Central del Ecuador. (16 de 05 de 2018). Activa. Obtenido de Datos comparables: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa

Banco Central del Ecuador. (16 de 05 de 2018). Riesgo país. Obtenido de Datos comparativos: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

CB-DMQ. (21 de 01 de 2018). Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano Quito. Obtenido de Sistema declarativo de prevención de incendios LUAE: <http://portal.bomberosquito.gob.ec/autoinspeccion/>

Código del Trabajo. (26 de 09 de 2012). Lexis. Obtenido de Código del trabajo : <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Didier, J. (15 de mayo de 2016). Pymes futuro: Gerencia, finanzas, proyectos. Recuperado el 20 de 07 de 2016, de Tasa interna de retorno: <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

Estéves, E. (10 de 12 de 2010). Plabación e indicadores del distrito metropolitano de Quito. Obtenido de Secretaría de Territorio Habitat y Vivienda - MDMQ: <http://sthv.quito.gob.ec/recursos/indicadores/parroquia/Demografia.htm>

Estéves, E. (10 de 12 de 2017). Censo de población y vivienda 2010, INEC. Obtenido de Población e indicadores del distrito metropolitano Quito: <http://sthv.quito.gob.ec/recursos/indicadores/parroquia/Demografia.htm>

Google Map. (10 de 12 de 2017). Plaza de toros Quito. Recuperado el 11 de 07 de 2016, de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.1634011,-78.4862628,16z>

- Hans, J. (4 de 5 de 2018). Ministerio de Turismo del Ecuador. Obtenido de Dirección de calidad y capacidad técnica:
<https://capacitacion.turismo.gob.ec/moodle/enrol/index.php?id=231>
- IEPI. (21 de 01 de 2018). Intituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. Obtenido de ¿Como registro una marca?:
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- INEC. (1 de Diciembre de 2017). INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. Obtenido de Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- INEC. (16 de 05 de 2018). Ecuador en cifras. Obtenido de Infalción febrero:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/Reporte_de_inflacion_feb_2018.pdf
- INEC. (03 de 03 de 2018). Instituto nacional de estadísticas y censos. Obtenido de Boletín técnico : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Marzo-2018/Boletin_tecnico_03-2018.pdf
- Ministerio de Cultura del Ecuador. (02 de 04 de 2018). Normas Constitucionales . Obtenido de Sección Cuarta Cultura y Ciencia :
<http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1-Normas-Constitucionales-Ministerio-de-Cultura.pdf>
- Ministerio de Turismo. (5 de Noviembre de 2017). Gobierno de la República del Ecuador. Obtenido de La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos:
<http://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2009). Definición.De. Obtenido de Definición de precio:
<https://definicion.de/precio/>
- Quitoadventure. (23 de Diciembre de 2015). Quito find your adventure. Recuperado el 13 de Julio de 2016 , de Guía para restaurantes en Quito:
<http://www.quitoadventure.com/espanol/relax-ecuador/diversion-quito/quito-restaurantes-01.html>
- QUITO-TURISMO. (21 de 01 de 2018). Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Obtenido de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas – LUAE: <https://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>
- Romo, R., & López, M. (05 de Noviembre de 2017). puce. Obtenido de <https://www.pucesi.edu.ec/files/ProductosAndinos.pdf>
- SAYCE. (21 de 01 de 2018). Somos tu música. Obtenido de Tarifas sector alojamiento, alimetos y bebidas: <http://www.sayce.com.ec/tarifa-alojamiento.html>

Secretaría de Ambiente. (09 de 04 de 2018). Quito Alcaldía. Obtenido de BPAs Actividades Productivas y de Servicio :
<http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/buenas-practicas-ambientales/proyectos/voluntariado-ambiental>

SRI. (21 de 01 de 2018). Servicio de Rentas Internas. Obtenido de INS Persona Natural: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>

Tello Yépez, D. (15 de Enero de 2015). Universidad Tecnológica Equinoccial - UTE. Obtenido de ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PASTELERÍA:
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13019/1/60074_1.pdf

Universidad San Francisco de Quito. (10 de 12 de 2017). Geografía rural. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de
https://www.usfq.edu.ec/sobre_la_usfq/servicios/autoclub/Documents/2016/Geografia_Rural.pdf

Anexo 1



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E

Encuesta de mercado

Nota: La presente encuesta se realiza con fines investigativos para la elaboración de un trabajo de grado. El resultado final, consiste en determinar si es factible la creación de un restaurante de comida ecuatoriana elaborada a leña, donde se pueda ofrecer un producto de calidad.

Con este antecedente, se solicita marcar con una (X) la respuesta que considere más adecuada:

DATOS GENERALES

1. Sexo:

Masculino Femenino

2. Perfil Profesional

Empleado Público Empleado Privado

Estudiante Universitario No trabajo

3. Edad

25 – 35 36 – 45

46 – 55 56 o más

PREGUNTAS

4. ¿Conoce usted la comida étnica ecuatoriana?

Sí No

5. ¿Con qué frecuencia visita restaurantes de comida ecuatoriana?

1 vez al mes

2 veces al mes _____

3 o más veces al mes _____

6. ¿Cuál es el valor aproximado que gasta en un restaurante?

3.99 – 5.99 _____ 6.99 – 8.99 _____

9.99 – 12.99 _____ 13.99 a más _____

7. Indique según su criterio los cinco platos más importantes de la comida ecuatoriana.

8. Indique según su criterio y tomando en cuenta que 5 es el más importante y 1 el menos importante, qué factores considera usted más importantes:

Precio	1	2	3	4	5
Atención	1	2	3	4	5
Buen sabor	1	2	3	4	5
Ambiente agradable	1	2	3	4	5
Ubicación	1	2	3	4	5

9. ¿Cuál es el motivo por el cuál usted regresaría al restaurante?

Por la calidad de la comida _____

Por la calidad del servicio _____

Por el ambiente _____

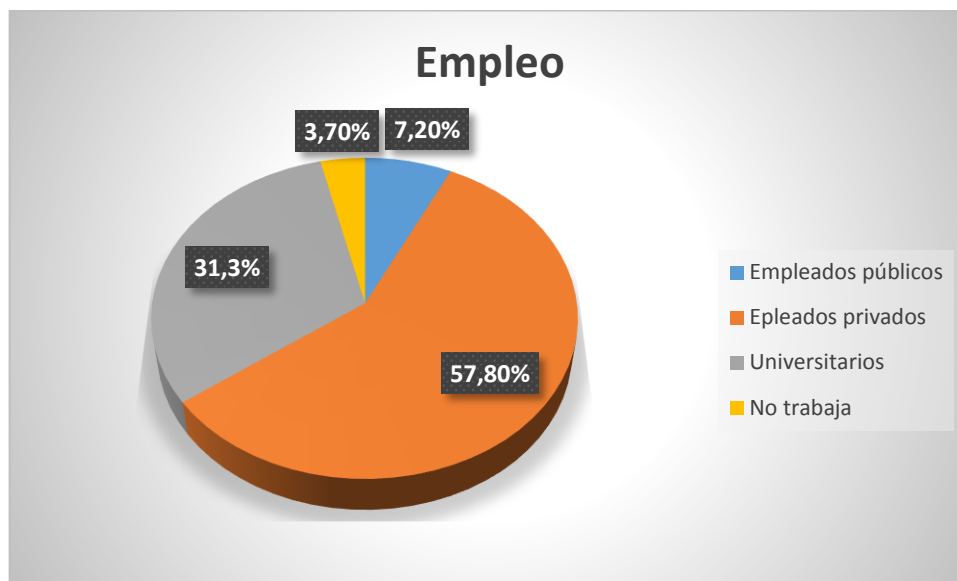
10. Mencione 5 preparaciones ecuatorianas que se realizan en leña.

Tabulación de las encuestas realizadas en el sector de la Plaza de Toros

Pregunta N° 1: Sexo: El 51,8% fueron hombres y el 48,2% fueron mujeres

Pregunta N° 2: Empleo: El 57,8% son empleados privados, seguidos de estudiantes universitarios con el 31,3%

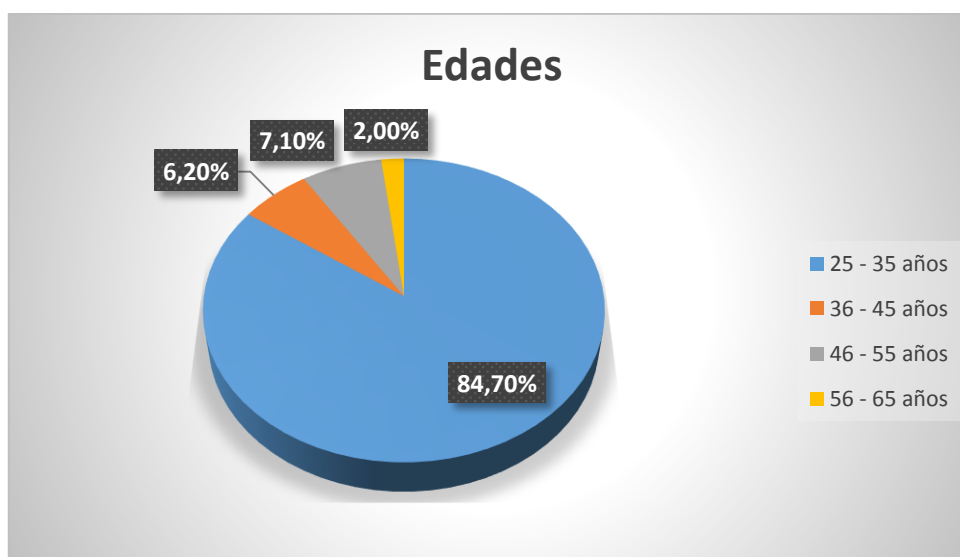
Gráfica 1 Empleo



Elaborado por: Vanessa Ñacata

Pregunta N° 3: Rango de edades: El 84,7% de personas tiene entre 25 – 35 años

Gráfica 2 Rango de edades



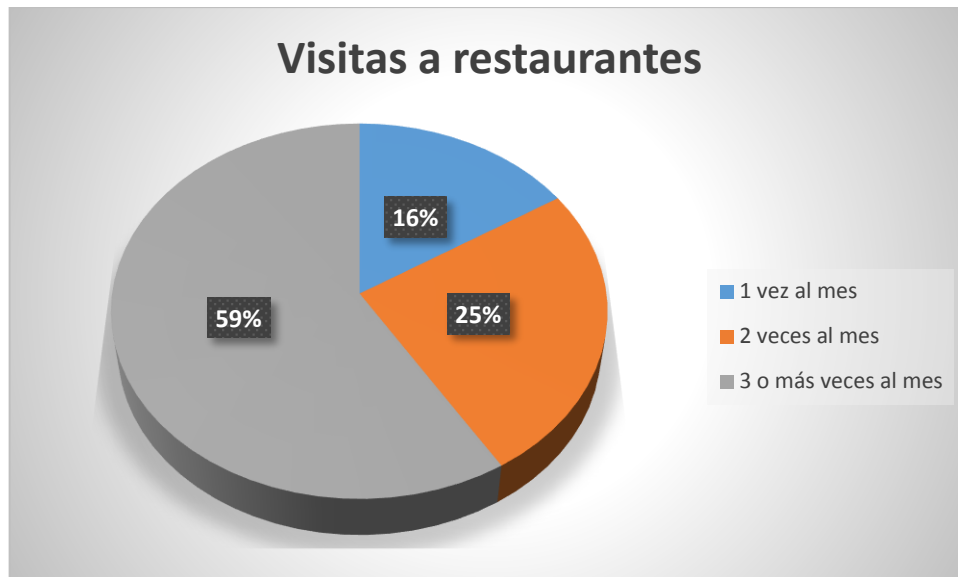
Elaborado por: Vanessa Ñacata

Pregunta N° 4: ¿Conoce usted la comida étnica ecuatoriana?

Conclusión: En el sector de la Plaza de Toros se identifica que el 94% de las personas encuestadas conoce lo que es la comida étnica ecuatoriana.

Pregunta N° 5: ¿Con qué frecuencia visita restaurantes de comida ecuatoriana?

Gráfica 3 Visita a restaurantes



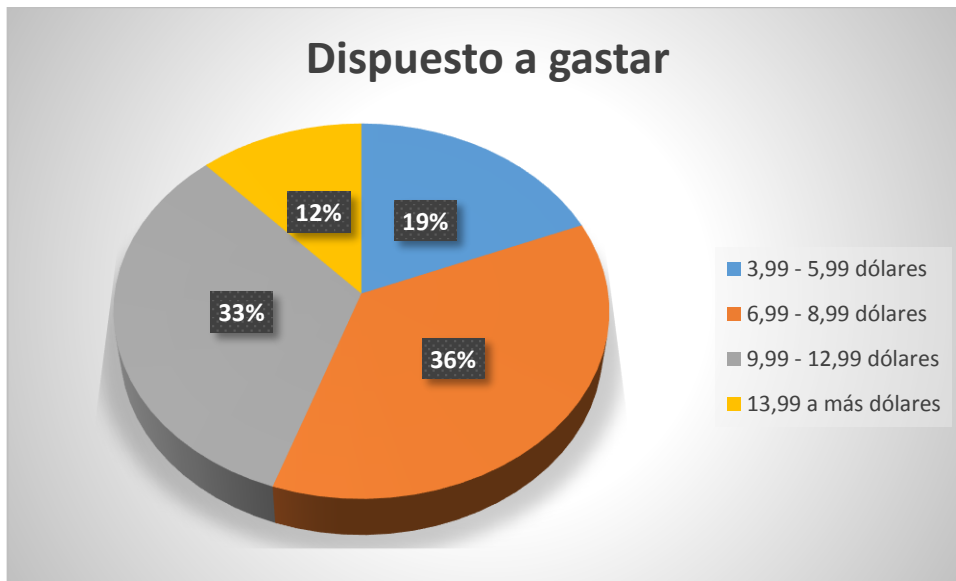
Elaborado por: Vanessa Ñacata

Conclusión: En el sector de la Plaza de Toros se identifica que el 59% de la población encuestada visitan restaurantes de comida ecuatoriana más de tres veces al mes.

El 41% de las personas encuestadas visitan restaurantes más de una vez al mes.

Pregunta N° 6: ¿Cuál es el valor aproximado que gasta en un establecimiento?

Gráfica 4 Dispuesto a gastar



Elaborado por: Vanessa Ñacata

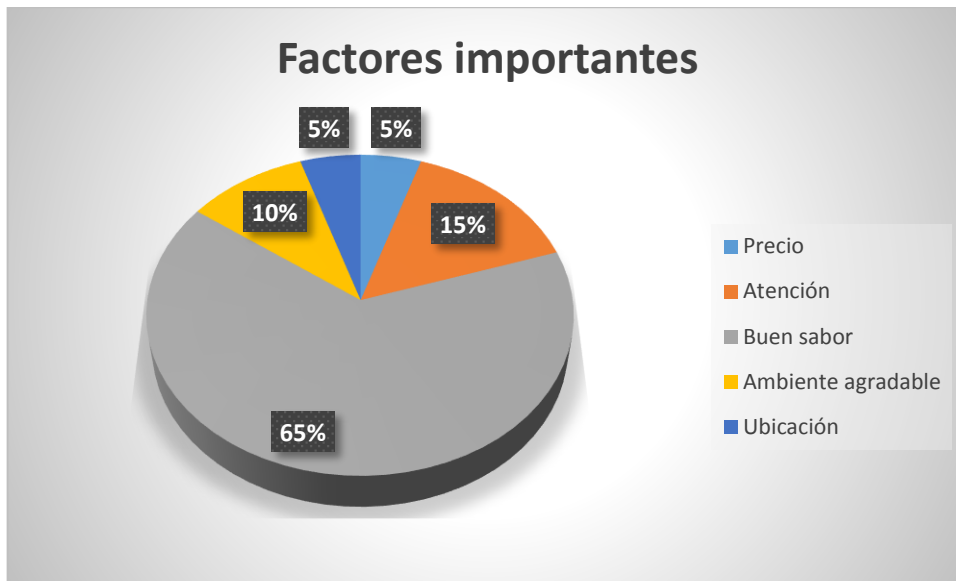
Conclusión: En el sector de la Plaza de Toros se identifica que el 69% de las personas encuestadas gasta en un establecimiento entre un rango de 6.99 a 12.99 dólares, sin embargo el 19% de la población gasta entre 3.99 a 5.99 dólares y el 12% de la población gasta 13,99 a más dólares.

Pregunta N° 7: Indicar según su criterio los cinco platos más importantes de la comida ecuatoriana.

Conclusión: Según los encuestados, la fritada, el yaguarlocro, los ceviches, el encebollado y el caldo de patas, fueron los platos más representativos de la comida ecuatoriana.

Pregunta N° 8: Indicar según su criterio tomando en cuenta 5 el más importantes y 1 menos importantes cuales factores considera usted más importante

Gráfica 5 Factores importantes



Elaborado por: Vanessa Ñacata

Conclusión: Los encuestados califican factor más importante el buen sabor, seguido de la atención que se le brinda al cliente, continuando con el ambiente agradable, el precio y finalmente la ubicación; esto nos indica que a la población le importa más el buen sabor de la comida, una buena atención y un ambiente agradable, que el precio o la ubicación.

Pregunta N° 9 ¿Cuál es el motivo por el cuál usted regresaría al restaurante?

Conclusiones: En el sector de la Plaza de Toros se identifica que el 77.1% de las personas encuestadas regresan a un restaurante por la calidad de la comida.

Pregunta N° 10 Mencione 5 preparaciones ecuatorianas que se realizan en leña.

Conclusiones: De acuerdo a los encuestados de las 5 preparaciones ecuatorianas que se realizan en leña sobresalieron: yaguarlocro, caldo de gallina, la fritada, la cazuela y el caldo de patas.

Anexo 2

Fichas de Observación

Ficha de Observación	
Nombre: Vanessa Ñacata	Fecha:
Observaciones	

Elaborado por: Vanessa Ñacata
Ficha 1

Ficha de Observación	
Nombre: Vanessa Ñacata	Fecha: 01 Junio 2017
Observaciones	
<p>En el sector de la Plaza de Toros se pudo evidenciar que existe gran afluencia de personas adultas, con edades entre 25 a 30 años o más, también se pudo observar que existen muchos restaurantes de todo tipo de comida como: fast food, parrilladas, cevicherías, mezclas entre comida ecuatoriana y parrilladas, una pastelería, agachaditos, bares y karaokes estos últimos funcionan en la noche.</p> <p>De todos los restaurantes observados en el sector, resaltaron dos porque venden comida ecuatoriana uno se llama HO MARES. Este local ofrece comida costeña. El otro que se llama La Tradición; este establecimiento ofrece parrilladas y comida ecuatoriana.</p> <p>También se pudo constatar que es una zona que tiene un estrato social medio alto, con alto movimiento comercial tanto de día como de noche.</p> <p>El sector posee varias vías de acceso que permiten llegar con facilidad al sector, puede ser en auto o en bus; también se pudo apreciar que el sector es un punto de encuentro estratégico para quien no conoce el centro norte de la ciudad poniendo como referencia a la plaza de toros.</p>	

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Ficha 2

Ficha de Observación	
Nombre: Vanessa Ñacata	Fecha: 28 Julio 2017
Observaciones	
<p>Se realizaron visitas a dos restaurantes, los cuales, dados los productos que ofrecen pueda ser competencia directa las mismas son: El restaurante Tradición y la cevichería Ho Mares. Al visitar estos establecimientos, se observó en las diferentes cartas que los precios oscilan entre los 7.00 a 14.00 dólares; el servicio es seminformativo, hay gran afluencia de comensales especialmente en la hora del almuerzo que es la de mayor consumo; la decoración de los diferentes es muy sencilla, los establecimientos fueron readecuados para restaurantes. El restaurante Ho Mares no posee parqueadero privado y el restaurante la Tradición tiene área de parqueadero pero es muy pequeña con capacidad máxima para 5 autos.</p>	

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Ficha 3

Ficha de Observación	
Nombre: Vanessa Ñacata	Fecha: 4 Enero 2018
Observaciones	
El restaurante Oh Mar abre todos los días de lunes a domingo de 9:00 de la mañana a 6:00 de la tarde, cuenta con capacidad para 35 pax, tiene gran variedad de productos para ofrecer como ceviches, arroces, sopas marineras, entre otros y también bebidas frías como jugos naturales, cervezas y gaseosas De lunes a miércoles acuden en todo el día acuden un promedio de 450 personas y de jueves a domingo en todo el día acuden un promedio de 880 personas.	

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Ficha 4

Ficha de Observación	
Nombre: Vanessa Ñacata	Fecha: 5 Enero 2018
Observaciones	
El restaurante Tradición abre todos los días de lunes a sábado de 10:00 de la mañana a 22:00 de la noche y los domingos de 10:00 de la mañana a 19:00 de la tarde cuenta con capacidad para 135 pax, tiene gran variedad de productos para ofrecer como ceviches, arroces, sopas, parrilladas, chugchucaras, yaguarlocros, firtada entre otros y también bebidas frías como jugos naturales, cervezas y gaseosas De lunes a miércoles acuden en todo el día acuden un promedio de 900 personas y de jueves a domingo en todo el día acuden un promedio de 2400 personas.	

Elaborado por: Vanessa Ñacata

Anexo 3



Universidad Iberoamericana del Ecuador

Formato de entrevistas para profesionales

Nota: La presente encuesta se la realiza con fines investigativos para la elaboración de un trabajo de grado. El resultado final, consiste en determinar si es factible la creación de un restaurante de comida ecuatoriana elaborada en leña, donde se pueda ofrecer un producto de calidad.

1. ¿Cuáles serían los factores que incide para que el cliente consuma determinados productos elaborados en leña?

2. ¿Cree usted que en el sector de la Plaza de Toros existan clientes potenciales para el consumo de platos elaborados en leña?

3. ¿Cree usted que es factible un restaurante con técnicas de cocción en leña en el sector de la Plaza de Toros?

4. ¿Cree usted que los platos elaborados en leña puedan innovarse?

5. ¿Cree usted que la inocuidad en la elaboración de platos tradicionales es directamente proporcional a la calidad del servicio del restaurante?

Entrevista n° 1

Nombre del establecimiento: Restaurante Pims

Fecha de entrevista: 2 de Noviembre 2017

Persona que atendió: Dario Tello

Cargo: Administrador

Preguntas aplicadas a la presente entrevista

1. ¿Cuáles serían los factores que incide para que el cliente consuma determinados productos elaborados en leña? “Primero como des a conocer tus productos como: la carta la decoración diseño del restaurante para que se vea desde afuera que se note que estás haciendo en leña; tiene que ser algo a plena vista, que tú pases y lo veas; el plan de marketing, cómo llegar, que sepas a quien vender y cómo vender; y el lugar que es un sector muy comercial y que se ve que hay un tránsito de personas todo el tiempo”

2. ¿Cree usted que en el sector de la Plaza de Toros existan clientes potenciales para el consumo de platos elaborados a leña? “Si porque es un punto de tránsito de las ciudad casi obligatorio para quien esté de visita o quien esté haciendo algún trámite (oficinas, bancos); siempre habrá gente y mucha de esa gente siempre está buscando algo nuevo, algo novedoso, la gente siempre quiere más y si tú le das esa opción de ofrecerle comida elaborada en leña y sepas llegarles, contarles cuáles son los benéficos, vas a tener un mercado abierto para este tipo de comida”

3. ¿Cree usted que es factible un restaurante con técnicas de cocción a leña en el sector de la Plaza de Toros? “Sí, siempre y cuando sepas fusionar las técnicas porque las cocina en leña es la cocina de la abuelita, es muy empírica; pero para que sea rentable y puedas mantenerte tienes que saber fusionar con las

nuevas tendencias para tener un producto de primera calidad y que no tengas pérdidas de producto”

4. ¿Cree usted que los platos elaborados en leña puedan innovarse “Claro que sí, todo se está innovando constantemente y cómo no innovar, fusionar las técnicas montajes, ejemplo; un seco de chivo solo: antes lo cocinabas y estaba; ahora puedes usar un tipo de corte, mandar al vacío para que se mantengan los jugos ¿y que le va a dar la leña?, ese sabor específico que deja la cocción en leña”

5. ¿Cree usted que la inocuidad en la elaboración de platos tradicionales es directamente proporcional a la calidad del servicio del restaurante? “Uno no tiene que ver con lo otro, creo que la calidad de la comida tiene más que ver con quien la elabora, que sepa las técnicas cómo hacerlas, tiempos.

Un ejemplo muy de nosotros, salir a Atuntaqui; y no es que exista un restaurante de primera, sino un restaurante familiar en donde cocina la abuelita, papá, mamá y atienden los hijos y nietos. Dentro de estos encontramos una frita rica, jugosa, que se deshace en la boca. Comparada con el Pims que tiene una decoración no tradicional pero si moderna; tenemos la copa de agua, la de vino, el plato base, los cubiertos para la entrada, fuerte, carnes; pero igual se tiene una comida deliciosa súper tradicional porque se conocen las técnicas, aun así nos acoplamos al otro mercado porque vienen extranjeros a los que les encanta la comida ecuatoriana, que les gusta probar el producto ecuatoriano; también hay el extranjero que es un poco más cerrado y siempre te pide hamburguesa.

Entrevista n° 2

Nombre del establecimiento: Hotel Swisotel

Fecha de entrevista: 30 de octubre 2017

Persona que atendió: Roxana Almiña

Cargo: Gerente de alimentos y bebidas del Swisotel y Hotel Plaza Grande

Preguntas aplicadas a la presente entrevista

1. ¿Cuáles serían los factores que inciden para que el cliente consuma determinados productos elaborados en leña? “Primero que tengas una muy buena promoción, buenos contactos a nivel turístico porque obviamente a mayor fuente de ingresos se logra contactos con agencias, con cualquier tipo de guías para que puedan poner tu restaurante en el mapa, eso es lo primordial. Una vez que estás ahí, que el producto sea bueno y que pueda ser un buen representante de lo que estás tratando de vender, que en este caso es la cultura ecuatoriana que tenga un buen ambiente, que tenga algunos adicionales como música nacional, suovenirs, cualquier cosa adicional para que tu producto suba de categoría.”

“Que el producto sea elaborado en leña sería un plus si lo sabes marketear bien; porque muy poca gente conoce realmente que la leña le da un buen sabor tradicional a la comida”

2. ¿Cree usted que en el sector de la Plaza de Toros existan clientes potenciales para el consumo de platos elaborados en leña? “Bueno, el sector de la Plaza de Toros tiene ahora bastante variedad de gastronomía, que yo recuerde no tiene gastronomía ecuatoriana, está más guiado a lo que es fast food; si la Plaza de Toros estuviera habilitada como tal, es decir que haya eventos taurinos, pues efectivamente si vendría bien un restaurante de comida ecuatoriana típica; por otro lado si eso no se reactiva, es como un centro de eventos en

cualquiera de sus características siendo complicado comenzar un negocio en ese punto.”

“Hay sectores como la Amazonas y otros, que son más de restaurantes y menos de fast food, lo que tienes ahí son más de hamburguesas, pizzas, tacos, pollos, lo máximo de carne es uno que otro restaurante que hay por ahí; pero se puede decir que todos los restaurantes que hay por ahí tuvieron un declive económico con la salida de la Plaza de Toros.”

3. ¿Cree usted que es factible un restaurante con técnicas de cocción en leña en el sector de la Plaza de Toros? “Sí se lo marketea bien; a un extranjero es muy difícil explicarle el tipo de cocción y cuál va a ser el diferencial, si tienes una buena agencia de marketing que te logre definir el diferenciado, ese es un plus; pero si no es un adorno que le pones al nombre.” “Es factible si lo sabes marketear.”

4. ¿Cree usted que los platos elaborados en leña puedan innovarse? “Claro que sí, para evitar la pérdida de ingredientes, sabores y texturas. Ejemplo: el uso de la mashua u ocas, a pesar de tener altos valores nutricionales actualmente desapareció su uso.”

5. ¿Cree usted que la inocuidad en la elaboración de platos tradicionales es directamente proporcional a la calidad del servicio del restaurante? “Claro, la idea es que si vas hacer algo, que esté ambientado y que informe a la gente que es algo muy autóctono y muy tradicional y que obviamente haya implementos en leña como para que la gente se imagine cómo funcionan. Normalmente los hornos en leña van atrás por el calor generan, pero puedes poner ciertos apliques o ciertas cosas que informen que el plato es en leña.”

Entrevista n° 3

Nombre del establecimiento: Hotel Plaza Grande

Fecha de entrevista: 30 de octubre 2017

Persona que atendió: Andrés Vera

Cargo: Chef ejecutivo

1. ¿Cuáles serían los factores que inciden para que el cliente consuma determinados productos elaborados en leña? “La leña puede ser utilizada en horno, parrilla, directamente a fuego vivo; es un plus para todos los productos; ahora, diagramar qué productos van a ser utilizados: podría ser el cuy a la leña tiene muchísimo sabor y es muy diferente que el cuy al carbón o el cuy al horno, entonces el método de preparación si llama mucho a la gente.”

2. ¿Cree usted que en el sector de la Plaza de Toros existan clientes potenciales para el consumo de platos elaborados en leña? “Bueno en la Plaza de Toros existen muchos lugares de comida donde lo que predomine más es comida colombiana y otros; podría ser no te puedo asegurar; ahora en Quito existen muchos restaurantes, puede que haya.”

“A la gente no le importa irse desde el norte hasta el sur, o desde norte hasta el valle o del valle a Quito, no le importa mucho cuando algo es bueno”

3. ¿Cree usted que es factible un restaurante con técnicas de cocción en leña en el sector de la Plaza de Toros? “Sí, porque es un método y una técnica que está olvidada por lo complicado y compleja es para el manejo de la misma, son preparaciones de larga duración, donde otra vez renombramos la cocina antigua de la abuela, bisabuela de hace unos 50 – 60 años por lo menos.”

4. ¿Cree usted que los platos elaborados en leña puedan innovarse? “Sí, pero solo en el montaje del plato porque cocinar en leña encierra familia, raíces,

tradiciones, costumbres e innovarla sería cambiar totalmente la esencia de cocinar en leña.”

5. ¿Cree usted que la inocuidad en la elaboración de platos tradicionales es directamente proporcional a la calidad del servicio del restaurante? “Lo que pasa es que aquí la gente todavía no tiene entendido lo que es cocina ecuatoriana y los clientes por ser más ecuatorianos no todo el mundo aprecia una comida ecuatoriana, una cocina ecuatoriana no es hacer un papel de loco, no es transformar una preparación que lleva miles de años a ponerle una técnica moderna y el servicio es parte de eso, o sea le servicio sea cocina ecuatoriana, sea nacional, sea de la característica que sea tiene que ser excelente, siento que la pregunta va porque la cocina ecuatoriana está muy mal vista desde el punto donde se lo mira donde la cocina es muy baja y el servicio también tiene que ser muy bajo; la cocina tiene que ser alta en el sentido de la técnica que se utiliza, los productos que se utilizan y no por eso está debajo de ningún servicio ni de ninguna otra cocina.

Anexo 4

Proforma de Equipo de Cocina y Menaje

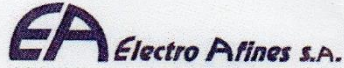
TERMALIMEX CIA. LTDA.						
QUITO: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO. GUAYAQUIL: VIRGILIO JAIME SALINAS 1-2 Y 4TO PASAJE						
R.U.C.: 1790162524001						
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES						
RESOLUCION SRI No 345 07/07/2004			COTIZACION	14000059284		
Cliente:	CONSUMIDOR FINAL			FECHA:	15/01/2018	
Contacto:						
Dirección:	0					
Ciudad:	n/d					
R.U.C.:	9			Email:	0	
				Telefono:	0	
				Cod. Vendedor:	GENERAL	

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
1.00	1	Cocina industrial ECOMAX S36; de fabricación china; operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y un piloto independiente; parrillas de hierro fundido de 30x30 cms. unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 50 a 320 grados centígrados. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 90 x77 x 36 cms de alto.	S36	3.116.88	0.00%	3.116.88
2.00	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana; KITCHEN AID KP26N; de 6 cuartos de galón de capacidad; tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames; un batidor globo de alambre tipo D; un batidor plano tipo B; y un batidor de gancho tipo ED; control de 10 velocidades; motor de 575 watts; color negro; espec elec 120/60/1	KP26N	544.32	0.00%	544.32
3.00	1	Licuada WARING mod. HGB150; de fabricación americana; vaso de acero inoxidable de 1/2 galon; control de dos velocidades; motor de 1 HP.	HGB150	507.38	0.00%	507.38
4.00	1	Máquina de café expreso y/o capuchino NUOVA SIMONELLI OSCAR II de fabricación italiana. Unidad de un grupo; tanque de agua para llenado manual con capacidad de 2.3 lts.; unidad provista de tubo de vapor a 360°C y porta tazas superior para 12 tacitas; terminado en ABS extra resistente. Especific. eléctrica 115/60/1	OSCAR II	987.09	0.00%	987.09
5.00	1	Máquina empacadora al vacío VAC MASTER VP215C dimension interna de la cámara de vacío de 28 x 39 x 12 cm de altura; ciclo de vacío de 20-35 segundos; especificación eléctrica 120/60/1.	VP215C	1.229.90	0.00%	1.229.90
6.00	6	Mesa refrigerada/congeladora industrial TURBOAIR KURF12-2; 136/134 litros de capacidad; compuesto de dos puertas solidas; sistema de refrigeracion ventilada que garantiza la distribucion del aire frio en el espacio interno y sistema de evaporacion que elimina la condensacion de agua. Provisto con termostato de modificacion de temperatura de +1 a +8 / -21 a -12 grados centígrados. Usa refrigerante R404A. Compresor de 3/4 HP; poder de 316 Watts. Medidas 120x70x80 cms.	KURF12-2	2.122.62	0.00%	12.735.72
7.00	1	Vitrina 342L; ELECTROLUX; ERH34T6KPW; Espec. Elec. 115/60/1	ERH34T6KP W	903.11	0.00%	903.11
8.00	8	Basurero con pedal SUNNEX M50132; de acero inoxidable e interior de plástico; capacidad 12 lts; terminado tipo espejo	M50132	23.23	0.00%	185.84
9.00	6	Basurero plastico UPDATE; U-SSC-23G-T	U-SSC-23G-T	63.15	0.00%	378.90
10.00	60	Cuchara sopa UPDATE; U-IM-802; fabricado en acero inoxidable	U-IM-802	1.57	0.00%	94.20
11.00	60	Tenedor de mesa UPDATE U-IM-805 fabricado de acero inoxidable.	U-IM-805	2.20	0.00%	132.00
12.00	60	Cuchillo de mesa UPDATE U-WH-58 de acero cromado	U-WH-58	0.94	0.00%	56.40
13.00	60	Tenedor mesa DOGGERS 69862	69862	1.12	0.00%	67.20
14.00	60	Cuchillo mesa DOGGERS 69855	69855	1.80	0.00%	108.00
15.00	60	Cucharita para tinto UPDATE U-IM-800 fabricada de acero inoxidable.	U-IM-800	1.30	0.00%	78.00

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
16.00	60	Tenedor de cocktail UP DATE U-IM-807 fabricado en acero inoxidable.	U-IM-807	2.47	0.00%	148.20
17.00	80	Cucharita café expreso UPDATE U-RE-100 fabricada en acero inoxidable.	U-RE-100	1.26	0.00%	100.80
18.00	40	Taza ARCOPAL (R) 25269; fabricado en vidrio templado. Capacidad: 7-1/4 onz. Color blanco.	25269	2.15	0.00%	86.00
19.00	40	Plato para taza ARCOPAL (R) 22670; fabricado en vidrio templado. Diámetro: 11.2 cms. Color blanco.	22670	1.37	0.00%	54.80
20.00	40	Copa para vino marca BORMIOLI 5.15540; fabricada en vidrio templado de 7.5 Onz; 22 cl de capacidad.	1.36110	3.00	0.00%	120.00
21.00	40	Copa agua marca BORMIOLI 1.36130 de 9 1/4 oz. de capacidad.	1.36130	3.29	0.00%	131.60
22.00	40	Copa Globet marca BORMIOLLI 1.36140 de 11 3/4 oz. de capacidad.	1.36140	3.33	0.00%	133.20
23.00	1	Balanza digital YAMATO PPC-300-10; capacidad 0 a 10 lbs. x 0.005 lb.; plataforma de acero inoxidable de 23 x 19.4 cms. Incluye adaptador.	PPC-300-10	425.30	0.00%	425.30
24.00	12	Bandeja HALCO 98166 fabricada de acero inoxidable; calibre 24 1/6 GN de 17.5 x 16.2 x 15 cms.	98166	7.95	0.00%	95.40
25.00	5	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24620/080 10" (25.4 cms.); mango plástico.	24620/080	8.49	0.00%	42.45
26.00	4	Bandeja para hornear VOLLRATH 5303 fabricada de aluminio (calibre 18) de 33 x 45.2 x 2.5 cms.	5303	14.20	0.00%	56.80
27.00	4	Bandeja HALCO 88124 fabricada de acero inoxidable; calibre 24; 1/2 GN de 32.4 x 26.4 x 10 cms.	48124	9.77	0.00%	39.08
28.00	8	Tazón UPDATE U-MB-150 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 1.5 Qt.	U-MB-150	1.92	0.00%	15.36
29.00	16	Tazón UPDATE U-MB-300 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3 Qt.	U-MB-300	2.97	0.00%	47.52
30.00	8	Tazón UPDATE U-MB-800 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 8 Qt.	U-MB-800	6.47	0.00%	51.76
31.00	9	Sarten UPDATE U-AFP-08 fabricado en aluminio de 20 cm de diámetro.	U-AFP-08	14.21	0.00%	127.89
32.00	4	Tabla de picar CORONA; TABLA1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm.; color blanco.	TABLA1218	8.91	0.00%	35.64
33.00	1	Porcionador de helado VOLLRATH 47145 fabricado de acero inoxidable de 1-1/3 onzas de capacidad mango de color amarillo	47145	17.50	0.00%	17.50
34.00	4	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5511BK fabricada de acero inoxidable con mango aislado negro de 22.86 cms. de longitud.	5511BK	3.61	0.00%	14.44
35.00	1	Batidor frances UPDATE U-FW-10 fabricado en acero inoxidable de 25 cm. longitud.	U-FW-10	3.34	0.00%	3.34
36.00	10	Cuchara de madera UPDATE; U-WSP-12; de 12" de longitud	U-WSP-12	1.61	0.00%	16.10
37.00	1	Espumadera espiral marca SUNNEX MCWW-7506; fabricada en s/s; de 15cm de diámetro con mango de 34cm.	MCWW-7506	7.72	0.00%	7.72
38.00	3	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-40 fabricado de acero inoxidable de 4 onzas de capacidad.	U-LOP-40	2.86	0.00%	8.58
39.00	3	Cuchareta sólida renaissance de servicio HALCO 4760 fabricada de acero inoxidable de 33.0 cms. de longitud.	4760	4.90	0.00%	14.70
40.00	2	Cuchareta perforada convencional de servicio HALCO 2772 fabricada de acero inoxidable pulido de 38.1 cms. de longitud.	2772	2.22	0.00%	4.44
41.00	4	Cacerola VOLLRATH 67302 fabricada en aluminio de 2.6 lts. de capacidad.	67302	31.48	0.00%	125.92
42.00	4	Cacerola VOLLRATH 67301 fabricada de aluminio de 1.4 lts. de capacidad.	67301	25.92	0.00%	103.68
43.00	1	Olla de presión ALL AMERICAN 910-AL de fabricación americana; fabricada de aluminio de 10.5 Qt. de capacidad.	910-AL	358.67	0.00%	358.67
44.00	3	Vertidor UPDATE; U-PBA-10; capacidad 1Qt.	U-PBA-10	4.87	0.00%	14.61
45.00	1	Medidor de licor UPDATE U-JI-4; fabricado en acero inoxidable de 1 Y 1/4oz de capacidad	U-JI-4	1.40	0.00%	1.40
46.00	1	Estanteria PERFECT P-PSU602172; fabricada con alma de acero recubierto de polimero; medidas 137 x 53 x 180 cms; con 4 niveles	P-PSU602172	466.61	0.00%	466.61

Anexo 5

Proforma de Cocina a leña



AV. REPUBLICA 1445 E INGLATERRA TELFS.: 2247-522/ 2243-021 . TELEFAX: 2246-720 . QUITO-ECUADOR
E-mail: electroafines@hotmail.com

PROFORMA

Atención: VANESSA ÑACATA

987277713

Fecha: 11-01-2018

vane90nacata@gmail.com

CANTIDAD	IMAGEN	DESCRIPCION	PRECIO
1		COCINA TRADICION 92X56 Terminacion: Pintado-BLANCO Cubierta s/baranda: 92x56cm. Tamaño Máximo de Leña: 35 cms. capacidad Horno: 53Lts. Alto: 75 cms. Ancho: 106 cms. Profundidad: 70 cms	1.769.00
NOTA			
PROFORMA VALIDA POR 30 DIAS			
CODOS O TUBOS ADICIONALES EN CASO DE REQUERIR			\$45,00 C/U
VALORES INCLUYEN IVA E INSTALACION			

ATENTAMENTE

SUSANA DE MANRIQUEZ

PBX 2247 522- 2246 720

ventas@electroafines.com

BOSCA
EL CALOR DE CHILE



Mundial SA



Anexo 6

Proforma de Equipo de Oficina

PONCE MUÑOZ MARIUXI BEATRIZ VENTA AL POR MAYOR DE MUEBLES DE OFICINA VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO MEDICO, INCLUSO PARTES Y PIEZAS Y MATERIALES CONEXOS DIRECCIÓN: AV. AMERICA N25-30 Y AV. CRISTOBAL COLON Telef: 09 9837 8007 / 09 8388 9533 Quito - Ecuador		RUC: 1718892407001 PROFORMA 000000054	
Fecha: <u>19-01-2012</u> RUC./CI: _____ Cliente: <u>UNESA UACATA</u> Telf: _____ Dirección: _____			
CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT	V. TOTAL
1	ESCRITORIO AUXILIAR 1,20 X 0,60. CON CAJONERA.	145	145
1	SILLON MALLA A BAZO 8078	110	110
1	ARCHIVADOR METALICO 4 GAJETAS	145	145
1	SILLA ESPERA TRIPERSONAL	150	150
		SUBTOTAL	
		I.V.A 0%	
		I.V.A 12%	
		TOTAL \$	
<u>Javier PARRA</u> FIRMA AUTORIZADA		_____ FIRMA CLIENTE	

"GRAFICAS LUCY" Telf. 3081285 DEL 1 AL 100
 Original cliente - Copia emisor

Anexo 7

Proforma de Muebles y Enseres

MILTON'S MUEBLES Calidad que se impone... **PRESUPUESTO**

Qto, 19-01-18

01 Sillon #884.80

Contado \$707.84.

12 cuotas de \$73.735/int

10 Mesas Cuadradas \$296.80

40 Sillas Niza \$4.80D

~~\$296.80~~

~~\$1022968.00~~

01 Mesa central Siria #1 Niky

Av. América N26-58 y Mosquera Narváez
info@miltonmuebles.com
www.miltonmuebles.com

(593) 2529 650
miltonmuebles

01 Bar Grande con
2 bancos de bar.
\$1344.

10/0-1209.60.

200/o entodo

Sala Siria #1

1 sofa de 2 y 2 butacas

Mesa central.
\$963.20.