



**ESCUELA CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

***“REINGENIERÍA DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y  
CONCEPTO DEL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS”***

**PROFESOR GUÍA: CARMEN LUZ VARAS**

**AUTORES DEL PROYECTO:**

- **DANIELA BUSTAMANTE BRAUER**
- **JUAN SEBASTIÁN DONOSO ALARCÓN**

## AGRADECIMIENTOS

A Dios; a nuestros padres, por el apoyo y la confianza que han depositado en nosotros siempre, y sobre todo en esta etapa tan importante de nuestras vidas.

A Carmen Luz Varas, nuestra profesora guía, quien ha sabido respetar nuestros criterios e ideas para la ejecución de este proyecto.

A Juan Calvache, por ser un excelente tutor y por su apoyo y confianza brindados durante toda nuestra vida universitaria.

A la señora Gina Hidalgo, por facilitarnos todos los elementos necesarios para la elaboración del proyecto.

A la Universidad de las Américas, por la formación superior para podernos desenvolver en el campo profesional así como por la preparación para saber superar los obstáculos que se puedan presentar en la vida laboral.

Y, a todas las personas que, directa o indirectamente, nos han apoyado en la realización de esta tesis.

## DEDICATORIA

A mis padres, por el amor y la confianza que me han brindado siempre. Por saberme guiar y enseñarme todos los valores para llegar a ser la persona que soy. Por apoyarme siempre en todo lo que me proponga.

A la Dani, por su amistad incondicional. Por estar siempre junto a mí. Por su apoyo, ya que junto a ella hemos podido elaborar este proyecto.

A mi familia, a mis amigos y a todas aquellas personas que han estado conmigo durante toda mi vida.

*Juan Sebastián*

A mis papis, por la confianza que siempre han depositado en mí y porque siempre han sabido escucharme y aconsejarme de la manera más adecuada, lo cual me ha ayudado a ser una mejor persona cada día.

A Juanse, por ser un excelente amigo y un gran compañero, le dedico esta tesis, ya que juntos logramos formar un gran equipo y logramos culminar con éxito este proyecto.

A Sebas, porque con amor y cariño ha sabido escucharme, aconsejarme y darme muchos ánimos en cada instante de mi vida universitaria.

A Dios, a mis hermanos, a mi familia, por todo el apoyo que me han brindado siempre.

*Daniela*

## RESUMEN

### 1. TEMA: “Reingeniería de la Imagen Corporativa y Concepto del Restaurante Tierras Altas”

#### a) SITUACIÓN QUE ENFRENTA RESTAURANTE TIERRAS ALTAS:

La imagen corporativa de cualquier establecimiento de servicios representa la perspectiva que tienen las personas de la empresa, por esta razón es importante mantener y saber manejar adecuadamente dicha imagen, ya que de ella depende el éxito o fracaso del establecimiento.

Desde hace algún tiempo y hasta la actualidad, la imagen corporativa de Restaurante Tierras Altas se ha visto afectada, ya que su principal actividad, antes del estudio previo a la reingeniería, se enfoca al servicio de bar y no a ofertar productos alimenticios.

Por los antecedentes enumerados anteriormente, los actuales propietarios del negocio consideran la necesidad de retomar nuevamente el concepto de restaurante con un servicio de primera.

## **b) ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN O DE ACCIÓN:**

- b.1)** Realizar un cambio de nombre, con un manual de imagen corporativa donde se establezcan normas de uso de marca y de posicionamiento de ésta en el mercado.
- b.2)** Proponer la reingeniería de productos y servicios dentro del menú.
- b.3)** Crear un plan de relaciones públicas y plan publicitario de la nueva imagen.
- b.4)** Crear un plan comercial de un producto mejorado para un mercado existente y nuevo.
- b.5)** Generar un posicionamiento dentro de un mercado objetivo.
- b.6)** Diseñar la redecoración del establecimiento.

## **c) DEFINICIÓN DE ROLES:**

La investigación y la aplicación de la misma será aprovechada por los propietarios de Restaurante Tierras Altas, para lo cual se realizó un previo convenio, de tal manera que los autores del proyecto actuarán como consultores externos a la empresa.

## 2. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

### a) OBJETIVO GENERAL:

Crear una nueva imagen corporativa del Restaurante Tierras Altas.

### b) OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Realizar una reingeniería del menú del establecimiento.
- Crear un logotipo e isotipo como parte de la nueva imagen de la empresa.
- Realizar actividades que impulsen la visita de nuevos clientes.
- Concienciar al público objetivo sobre la existencia de un producto mejorado.
- Establecer plazos para la ejecución del proyecto.
- Ejecutar el nuevo programa de Relaciones Públicas y Promoción.
- Ejecutar el nuevo Plan de Marketing.

### c) DISEÑO O PLAN DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS:

- **Mixto:** Cualitativo (información, planos del establecimiento, menú, base de datos de clientes); Cuantitativo (Análisis de costos, base de datos histórica de facturación)

**d) FUENTES E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:**

- Bases de datos sobre información histórica del establecimiento.
- Bibliografía
- Internet
- Folletos
- Como consultores externos se levantará el plan con la información existente

**e) PLAN DE MUESTREO:**

- En base a datos históricos del establecimiento

**f) PROCESAMIENTO E INTERPRETACION DE LA INFORMACION:**

- Definición de la información necesaria
- Formulación de preguntas
- Aplicación de encuestas
- Clasificación de las respuestas obtenidas
- Tabulación de datos
- Conclusiones

**g) SISTEMATIZACIÓN DE CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES RESULTANTES DE LA  
INVESTIGACIÓN:**

- La empresa tiene un buen nivel de facturación, sin embargo, los costos son muy elevados. Por esta razón se pretenderá incrementar las utilidades.
- Incrementar el número de clientes que visitan el establecimiento.
- Mejorar la imagen de la organización, a través de lo cual, se logrará una mayor aceptación por parte de las personas.
- Mejorar los productos y servicios del menú (identificar los platos que el mercado demanda y generan una mayor rentabilidad al negocio).



## ÍNDICE

<b>1. Tierras Altas</b>	Pág. 16
1.1.1 Introducción	Pág. 16
1.2 Historia del Restaurante Tierras Altas	Pág. 16
1.3 Misión	Pág. 17
1.4 Visión	Pág. 18
1.5 Análisis F.O.D.A	Pág. 18
1.5.1 Fortalezas	Pág. 18
1.5.2 Oportunidades	Pág. 18
1.5.3 Debilidades	Pág. 18
1.5.4 Amenazas	Pág. 19
1.6 Ubicación del establecimiento	Pág. 19
1.7 Estructura organizacional	Pág. 20
1.8 Descripción de funciones del personal	Pág. 20
1.8.1 Gerente	Pág. 20
1.8.2 Chef Ejecutivo	Pág. 20
1.8.3 Cocineros / Posilleros	Pág. 21
1.8.4 Supervisor Restaurante	Pág. 21
1.8.5 Barman	Pág. 21
1.8.6 Meseros	Pág. 21
1.8.7 Guardia de seguridad	Pág. 22
1.9 Horarios del personal	Pág. 22
1.10 Sueldo mensual de los trabajadores	Pág. 22
1.11 Horarios de atención al público	Pág. 23
1.12 Descripción del establecimiento	Pág. 23
1.12.1 Sala de espera	Pág. 23
1.12.2 Comedor	Pág. 23
1.12.3 Área de fumadores	Pág. 23
1.12.4 Área de no fumadores	Pág. 24

1.12.5	Parte inferior del establecimiento	Pág. 24
1.12.6	Barra	Pág. 24
1.12.7	Cocina	Pág. 25
1.12.8	Bodega	Pág. 25
1.12.9	Posillería	Pág. 25
1.12.10	Oficina de gerencia	Pág. 25
1.12.11	Baños	Pág. 26
1.12.12	Parte superior del establecimiento	Pág. 26
1.12.13	Parqueadero	Pág. 26
1.13	Inventario Restaurante Tierras Altas	Pág. 26
1.14	Menú Restaurante Tierras Altas	Pág. 27
1.15	Costeo de platos	Pág. 27
1.16	Análisis de popularidad y rentabilidad de platos	Pág. 28
1.17	Encuesta Investigación de Mercado	Pág. 43
2.	<b>Comanda Express</b>	Pág. 48
2.1	Nombre propuesto	Pág. 48
2.2	Logotipo propuesto	Pág. 48
2.3	Slogan propuesto	Pág. 48
2.4	Introducción	Pág. 48
2.5	Quienes somos?	Pág. 49
2.6	Misión	Pág. 49
2.7	Visión	Pág. 49
2.8	Ubicación	Pág. 49
2.9	Horarios de atención	Pág. 50
2.10	Descripción del establecimiento	Pág. 50
2.10.1	Sala de espera	Pág. 50
2.10.2	Bodega	Pág. 50
2.10.3	Posillería	Pág. 51

<b>2.11</b>	<b>Menaje</b>	Pág. 51
<b>2.12</b>	<b>Mantelería o lencería</b>	Pág. 51
<b>2.13</b>	<b>Recursos Humanos</b>	Pág. 51
2.13.1	Estructura organizacional	Pág. 52
2.13.2	Horarios personal	Pág. 53
2.13.3	Sueldo mensual de los trabajadores	Pág. 53
2.13.4	Descripción de funciones	Pág. 54
2.13.4.1	Gerente	Pág. 54
2.13.4.2	Chef Ejecutivo	Pág. 55
2.13.4.3	Cocineros	Pág. 56
2.13.4.4	Posilleros	Pág. 56
2.13.4.5	Supervisor de Restaurante	Pág. 56
2.13.4.6	Hostess	Pág. 56
2.13.4.7	Barman	Pág. 57
2.13.4.8	Meseros	Pág. 57
2.13.4.9	Guardia	Pág. 58
2.13.4.10	Contador	Pág. 58
2.13.4.11	Cajera	Pág. 58
2.13.5	Uniforme del personal	Pág. 59
2.13.5.1	Chef Ejecutivo	Pág. 59
2.13.5.2	Cocineros	Pág. 59
2.13.5.3	Meseros	Pág. 59
2.13.5.4	Hostess	Pág. 59
2.13.5.5	Barman	Pág. 60
<b>2.14</b>	<b>Análisis macro situación Comanda Express frente al mercado</b>	Pág. 60
2.14.1	Factores políticos	Pág. 60
2.14.2	Factores económicos	Pág. 60
2.14.3	Factores tecnológicos	Pág. 61
2.14.4	Factores socio – culturales	Pág. 61
2.14.5	Factores demográficos	Pág. 62

2.14.6	Factores ambientales	Pág. 62
3.	<b>Reingeniería del Menú</b>	Pág. 64
4.	<b>Plan de Relaciones Públicas y Publicidad</b>	Pág. 69
4.1	Problema	Pág. 69
4.2	Objetivos	Pág. 69
4.2.1	Objetivo informativo	Pág. 69
4.2.2	Objetivo Motivacional	Pág. 70
4.3	Estrategias	Pág. 70
4.4	Mensaje clave	Pág. 70
4.5	Tácticas	Pág. 71
4.6	Cronograma	Pág. 72
4.7	Presupuesto	Pág. 76
4.8	Evaluación	Pág. 77
5.	<b>Manual de políticas y procedimientos de la empresa</b>	Pág. 79
5.1	Introducción	Pág. 80
5.2	Capital intelectual	Pág. 80
5.3	Deficiencias que se deben evitar	Pág. 81
5.4	Saber corregir	Pág. 83
5.5	Políticas para el incremento de las ventas	Pág. 83
5.6	Sistema de administración de alimentos y bebidas	Pág. 85
5.7	Ciclo de control	Pág. 86
5.8	Proveedores	Pág. 87
5.9	Detalles a tomar en cuenta para evitar robos	Pág. 87
5.10	Proceso de control de alimentos y bebidas	Pág. 88
5.11	Reducción de costos de compras	Pág. 88
5.12	Estándares del departamento de alimentos	

y bebidas	Pág. 89
5.13 Inventario	Pág. 90
5.14 Detalles importantes a tener en cuenta	Pág. 90
5.15 Precauciones a tomar y medidas a seguir en caso de emergencia	Pág. 93
6. Tablas de proyecciones	Pág. 96
6.1 Segmentación del mercado de Quito	Pág. 96
6.2 Objetivos del producto para los próximos 5 meses	Pág. 97
6.3 Uso del producto por edades	Pág. 98
6.4 Uso del producto por clase social	Pág. 99
6.5 Papeles de compra y agentes en el segmento de mercado	Pág. 100
6.6 Evolución histórica del mercado	Pág. 101
6.7 Mercado de Quito por sectores	Pág. 102
6.8 Curva de consumo en el mercado	Pág. 103
6.9 Estacionalidad del mercado	Pág. 104
6.10 Participación en el mercado de los principales restaurantes	Pág. 105
7. Análisis financiero	Pág. 107
7.1 Estado de situación	Pág. 107
7.2 Análisis de Ingresos y Egresos	Pág. 109
7.3 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno	Pág. 110
8. Bibliografía	Pág. 112
9. Conclusiones	Pág. 114
10. Anexos	Pág. 116

<b>10.1 Anexo A</b>	Pág. 117
<b>10.1.1 Anexo A1 (Croquis del Establecimiento)</b>	Pág. 119
<b>10.1.2 Anexo A2 (Plano Interno)</b>	Pág. 121
<b>10.2 Anexo B (Inventario Tierras Altas)</b>	Pág. 125
<b>10.3 Anexo C (Costeo de Platos Menú)</b>	Pág. 135
<b>10.4 Anexo D (Ciclo del Cliente Comanda Express)</b>	Pág. 141
<b>10.5 Anexo E (Papelería)</b>	Pág. 142
<b>10.5.1 Anexo E1 (Hoja Membretada)</b>	Pág. 144
<b>10.5.2 Anexo E2 (Sobre)</b>	Pág. 146
<b>10.5.3 Anexo E3 (Tarjetas de Presentación)</b>	Pág. 148
<b>10.5.4 Anexo E4 (Comanda)</b>	Pág. 150
<b>10.5.5 Anexo E5 (Factura)</b>	Pág. 152
<b>10.5.6 Anexo E6 (Comprobante de Ingresos)</b>	Pág. 154
<b>10.5.7 Anexo E7 (Comprobante de Egresos)</b>	Pág. 156
<b>10.5.8 Anexo E8 (Listado de Pedidos)</b>	Pág. 158
<b>10.6 Anexo F (Menú Tierras Altas)</b>	Pág. 160
<b>10.7 Anexo G (Menú Comanda Express)</b>	Pág. 165
<b>10.8 Anexo H (Gráficos y Tabulaciones Encuestas)</b>	Pág. 169
<b>10.9 Anexo I (Encuestas)</b>	Pág. 212



## CAPÍTULO 1

### “TIERRAS ALTAS”

# **REINGENIERÍA DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y CONCEPTO DEL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

## **1. TIERRAS ALTAS**

### **1.1 INTRODUCCIÓN**

La imagen corporativa de cualquier establecimiento de servicios representa la perspectiva que tienen las personas de la empresa, por esta razón es importante mantener y saber manejar adecuadamente dicha imagen, ya que de ella depende el éxito o fracaso del establecimiento.

Desde hace algún tiempo y hasta la actualidad, la imagen corporativa de Restaurante Tierras Altas se ha visto afectada, ya que su principal actividad se enfocaba al servicio de bar y no a ofertar productos alimenticios.

Por los antecedentes enumerados anteriormente, los actuales propietarios del negocio consideran la necesidad de retomar nuevamente el concepto de restaurante con un servicio de primera.

### **1.2 HISTORIA DEL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

El restaurante Tierras Altas, comenzó a operar en el año de 1997, como una iniciativa de la familia Dourdekoos.

En un principio el establecimiento fue concebido como un restaurante de lujo, el cual se especializaba tanto en comida nacional como internacional; sin embargo con el paso del tiempo, el prestigio del restaurante se fue perdiendo poco a poco, llegándose a convertir más en un bar y centro de apuestas que en restaurante.



Posteriormente, los primeros dueños tomaron la decisión de vender el establecimiento. Las personas que adquirieron el restaurante, debido a inconvenientes familiares, no respetaban los horarios de operación del negocio, por lo cual los clientes dejaron de visitar el local.

Al poco tiempo, estas personas vendieron el restaurante a la familia López, quienes intentaron retomar la imagen inicial del restaurante, sin lograr resultado alguno.

Después de dos años decidieron liquidar el negocio, vendiéndolo a las familias Bustamante – Cordero.

Por tener conocimientos en el área hotelera y gastronómica, dichas familias comenzaron a tomar las acciones pertinentes para lograr recuperar el prestigio del restaurante, logrando incluso cuadruplicar la facturación de los anteriores dueños, sin embargo manejaban costos muy elevados, por lo que las utilidades generadas no se compensaban con el trabajo realizado.

Al cabo de un tiempo, los propietarios recibieron una oferta de compra del establecimiento, la cual resultó atractiva, aceptando así dicha propuesta.

En la actualidad la dueña del establecimiento es la señora Gina Hidalgo Solórzano, quien está convencida de la necesidad de realizar una reingeniería en la Imagen Corporativa del restaurante, sin embargo, por falta de recursos y conocimientos en el área, se ve impedida a efectuar dichas mejoras.

### **1.3 MISIÓN**

Trabajar día a día con mucha eficiencia y entusiasmo con el objetivo de servir y complacer a nuestros clientes.

## **1.4 VISIÓN**

Destacarnos por el buen servicio y la excelente calidad de nuestros productos, para así llegar a ser líderes en el mercado al que estamos enfocados.

## **1.5 ANÁLISIS F.O.D.A**

### **1.5.1 FORTALEZAS:**

- Local propio (reducción de costos de arriendo)
- Excelencia del producto
- Precios competitivos
- Ubicación privilegiada
- Ambiente agradable
- Debido a que el restaurante opera varios años en el mercado, cuenta con una clientela fija
- Posibilidad de pago con todas las tarjetas de crédito

### **1.5.2 OPORTUNIDADES:**

- Rápido crecimiento de la demanda de productos alimenticios y del sector turístico
- Disponibilidad de compra de los clientes

### **1.5.3 DEBILIDADES:**

- Imagen corporativa deteriorada
- Mala administración del establecimiento
- Desperdicio de recursos

- Carta muy extensa
- Incumplimiento de horarios de atención al cliente
- Falta de publicidad
- Falta de posicionamiento en el mercado

#### **1.5.4 AMENAZAS:**

- Inestabilidad política y económica del país
- Variación en la tasa de interés
- Alta comisión cobrada por parte de las emisoras de tarjetas de crédito
- Depreciación del dólar
- Alta competencia

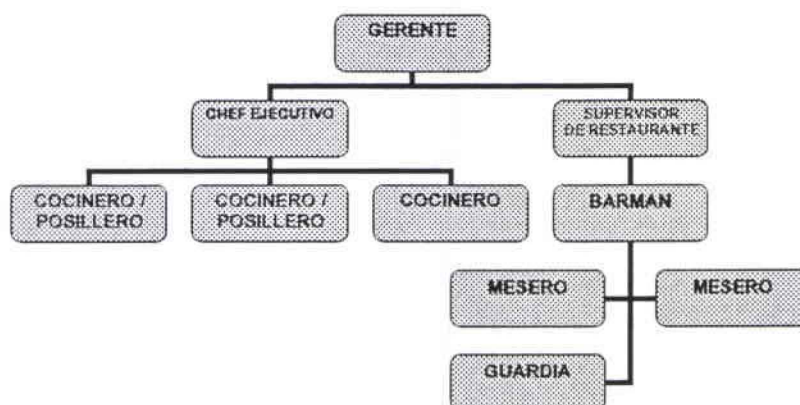
#### **1.6 UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO**

**Dirección:** Portugal #572 y Catlina Aldaz

**Telefax:** 244 – 7831

**E – mail:** Highlands\_rest@hotmail.com

## 1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



## 1.8 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Tierras Altas es un negocio familiar, razón por la cual el personal cumple las funciones que se amerite según la situación a la que se enfrente, además de aquellas especificadas en la descripción.

### 1.8.1 GERENTE

- Realizar pagos a trabajadores y proveedores
- Cobros de cheques y vouchers
- Balances de ingresos y egresos
- Seguimiento de procesos administrativos y de control

### 1.8.2 CHEF EJECUTIVO

- Inventario de cocina
- Recepción de productos
- Decoración de platos

- Supervisión de cocineros
- Implementación de procesos de elaboración de platos en cocina

### **1.8.3 COCINEROS / POSILLEROS**

- Realizar la mise en place, según las indicaciones del Chef Ejecutivo
- Cocinar
- Lavado de vajilla y pulida, cristalería, cubertería e implementos de cocina
- Limpieza del establecimiento

### **1.8.4 SUPERVISOR DE RESTAURANTE**

- Dar la bienvenida a los clientes
- Supervisión de meseros, barman y guardia de seguridad
- Manejo de caja
- En caso necesario apoya a los meseros

### **1.8.5 BARMAN**

- Elaboración de bebidas y cocktails
- Inventario de barra
- En caso necesario apoya a los meseros

### **1.8.6 MESEROS**

- Sirve las mesas
- Pule la cubertería

- Manejo de caja en ausencia del Supervisor
- Limpieza de mesas
- Entrega las facturas a los clientes

### 1.8.7 GUARDIA DE SEGURIDAD

- Cuida el establecimiento y los automóviles de los clientes
- Arreglo de patios y exteriores

### 1.9 HORARIOS DEL PERSONAL

	Lunes a Miércoles:	Jueves a Sábado:	Domingo:
GERENTE	12H00 – 18H00	12H00 – 18H00	LIBRE
CHEF EJECUTIVO	12H00 – 14H30 19H00 – 22H00	12H00 – 14H30 19H00 – 24H00	12H00 – 15H00
COCINERO / POSILLERO 1	12H30 – 14H30 18H00 – 22H00	12H30 – 14H30 18H00 – 24H00	LIBRE
COCINERO / POSILLERO 2	11H00 – 17H00	11H00 – 17H00	12H00 – 15H30
COCINERO 3	16H00 – 22H00	16H00 – 24H00	12H00 – 15H30
SUPERVISOR REST	11H00 – 14H30 18H00 – 22H00	11H00 – 14H30 18H00 – 22H00 SABADO LIBRE	12H00 – 15H30
BARMAN	18H00 – 22H00	18H00 – 24H00	LIBRE
MESERO 1	12H30 – 15H00 19H00 – 22H00	12H30 – 15H00 19H00 – 24H00 SABADO DE NOCHE LIBRE	12H00 – 15H30
MESERO 2	12H30 – 15H00 19H00 – 22H00	12H30 – 15H00 19H00 – 24H00	LIBRE
GUARDIA	12H30 – 22H30	12H30 – 24H00	12H30 – 15H30

### 1.10 SUELDO MENSUAL DE LOS TRABAJADORES

GERENTE	\$400,00
CHEF EJECUTIVO	\$350,00
COCINERO / POSILLERO 1	\$150,00
COCINERO / POSILLERO 2	\$150,00
COCINERO 3	\$130,00
SUPERVISOR REST	\$350,00
BARMAN	\$150,00
MESERO 1	\$130,00
MESERO 2	\$130,00
GUARDIA	\$125,00

## **1.11 HORARIOS DE ATENCIÓN AL PÚBLICO**

**Lunes a Miércoles:** de 12h30 a 22h00

**Jueves a Sábado:** de 12h30 a 24h00

**Domingo:** de 12h30 a 15h30

## **1.12 DESCRIPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO**

### **1.12.1 SALA DE ESPERA**

El restaurante cuenta con un área de recepción decorada en tonos sobrios como verde, concho de vino, azul, etc.

Se cuenta con un perchero para colgar abrigos.

A su vez hay sillones tipo escocés de los mismos colores de las paredes. Estos ayudan a hacer la espera del cliente lo más confortable posible.

### **1.12.2 COMEDOR**

Tierras Altas cuenta con un comedor muy amplio, el cuál está separado en dos áreas grandes, las cuales dividen el área de fumadores de la de no fumadores.

### **1.12.3 ÁREA DE FUMADORES**

El área de fumadores cuenta con capacidad para 15 personas; posee tres mesas para tres personas, una mesa para dos personas y una mesa para cuatro personas.

Desde el comedor hay acceso a una pequeña terraza.

Cabe decir, que el área de fumadores se identifica por ceniceros ubicados en cada una de las mesas.

#### **1.12.4 ÁREA DE NO FUMADORES**

El área de no fumadores tiene una capacidad para 22 personas.

Tiene dos mesas de dos personas, dos mesas de tres personas y una mesa de cuatro personas. Esta área también cuenta con una pequeña terraza, donde se puede encontrar una mesa con capacidad para cuatro personas.

#### **1.12.5 PARTE INFERIOR DEL ESTABLECIMIENTO**

En la parte inferior del establecimiento se encuentra un amplio comedor el cual tiene una capacidad para 25 personas; esta área generalmente es usada para reservas de grupos grandes, existe acceso al jardín exterior por medio de puertas corredizas.

En el jardín están ubicadas mesas y sillas de hierro forjado las cuales pueden ser utilizadas por los clientes en caso de que los mismos así lo deseen.

#### **1.12.6 BARRA**

Se cuenta con una barra, la cual se encuentra entre el área de fumadores y no fumadores. En la barra hay siete taburetes, donde los clientes pueden sentarse a tomar un trago o a comer picaditas.

La barra cuenta con una televisión grande, variedad de tragos, aquí se encuentra la estantería con los tabacos, la caja registradora, una cafetera, un equipo de sonido el cual permite regular los parlantes tanto para la parte inferior del establecimiento como para el área de fumadores y no fumadores. Dentro de la barra también hay un aparador en el cual se guardan discos



compactos de una amplia variedad de música, dos cocteleras, tazas medidoras, una licuadora, los ceniceros y los menús (80 aproximadamente).

#### **1.12.7 COCINA**

En la cocina se puede encontrar: dos freidoras, una plancha, una parrilla, cuatro fogones, una campana extractora, dos islas de trabajo de acero inoxidable, dos fregaderos industriales, un cuarto frío, dos refrigeradoras verticales, una cocineta industrial, un horno, dos hornos microondas, un foco calentador, además de todos los utensilios de cocina requeridos.

#### **1.12.8 BODEGA**

En la parte lateral se encuentra una bodega, en la cual se almacenan las reservas de comidas y bebidas y otros tipos de provisiones. En este lugar de almacenaje están ubicadas dos refrigeradoras horizontales.

#### **1.12.9 POSILLERÍA**

La parte de posillería cuenta con dos lavabos industriales más una estantería para poner los platos, copas, vasos, cajas de cubertería, etc.

#### **1.12.10 OFICINA DE GERENCIA**

Se localiza en la parte inferior del establecimiento, al otro lado del comedor para veinte y cinco personas.

Este lugar cuenta con una computadora, impresora, teléfono, fax, suministros de oficina y una sala de reuniones.

Esta oficina se encarga de realizar reservas, enviar cotizaciones, realizar pagos al personal, elaborar balances de ingresos y egresos, etc.

#### **1.12.11 BAÑOS**

En la parte superior del establecimiento hay dos baños: uno para damas y uno para caballeros. En la parte inferior del establecimiento se cuenta con dos baños adicionales: uno para damas y otro para caballeros.

De igual manera en la tercera planta hay un cuarto de baño.

Alado de la posillería, está ubicado un baño para el personal.

#### **1.12.12 PARTE SUPERIOR DEL ESTABLECIMIENTO**

En la parte superior del establecimiento se encuentra una sala de juegos, donde hay una mesa de billar, dos tableros de dardos, además de una variedad de juegos de mesa.

#### **1.12.13 PARQUEADERO**

A la entrada del local se encuentra un parqueadero el cual cuenta con una capacidad para seis vehículos, los cuales son vigilados por un guardia.

El servicio de parqueo se ofrece de manera gratuita para los clientes de Tierras Altas.

#### **1.13 INVENTARIO TIERRAS ALTAS**

Ver anexo B

#### **1.14 MENÚ DE TIERRAS ALTAS**

Ver anexo F

#### **1.15 COSTEO DE PLATOS**

Ver anexo C

### 1.16 ANÁLISIS DE POPULARIDAD Y RENTABILIDAD DE PLATOS

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Lomo maremonti	45	7,26	\$ 2,55	\$ 9,50	\$ 6,95	\$ 114,75	\$ 427,50	\$ 312,75	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Lomo Highlands	43	6,94	\$ 1,60	\$ 7,90	\$ 6,30	\$ 68,80	\$ 339,70	\$ 270,90	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Lomo a la pimienta	28	4,52	\$ 1,55	\$ 7,90	\$ 6,35	\$ 43,40	\$ 221,20	\$ 177,80	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Lomo de buey a la sal	35	5,65	\$ 1,50	\$ 7,90	\$ 6,40	\$ 52,50	\$ 276,50	\$ 224,00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Lomo al arriero	23	3,71	\$ 1,70	\$ 7,90	\$ 6,20	\$ 39,10	\$ 181,70	\$ 142,60	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Filet mignon	51	8,23	\$ 1,88	\$ 7,90	\$ 6,02	\$ 95,88	\$ 402,90	\$ 307,02	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Cordon bleu	18	2,90	\$ 1,81	\$ 6,90	\$ 5,09	\$ 32,58	\$ 124,20	\$ 91,62	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Milanese BBQ	11	1,77	\$ 1,23	\$ 6,90	\$ 5,67	\$ 13,53	\$ 75,90	\$ 62,37	BAJO	BAJO	PERRO
Highland mix	74	11,94	\$ 2,65	\$ 9,50	\$ 6,85	\$ 196,10	\$ 703,00	\$ 506,90	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Chuletas BBQ	4	0,65	\$ 1,40	\$ 6,90	\$ 5,50	\$ 5,60	\$ 27,60	\$ 22,00	BAJO	BAJO	PERRO
Chuletas a la hawaiana	8	1,29	\$ 1,35	\$ 6,90	\$ 5,55	\$ 10,80	\$ 55,20	\$ 44,40	BAJO	BAJO	PERRO
Chuletas a la parrilla	10	1,61	\$ 1,26	\$ 6,90	\$ 5,64	\$ 12,60	\$ 69,00	\$ 56,40	BAJO	BAJO	PERRO
Pollo con champiñones	40	6,45	\$ 1,00	\$ 5,90	\$ 4,90	\$ 40,00	\$ 236,00	\$ 196,00	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Pollo a la húngara	13	2,10	\$ 1,10	\$ 5,90	\$ 4,80	\$ 14,30	\$ 76,70	\$ 62,40	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Pollo a la parrilla	40	6,45	\$ 0,90	\$ 5,90	\$ 5,00	\$ 36,00	\$ 236,00	\$ 200,00	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Langostinos a la plancha	5	0,81	\$ 5,45	\$ 15,50	\$ 10,05	\$ 27,25	\$ 77,50	\$ 50,25	BAJO	ALTO	PUZZLE
Langostinos al ajillo	1	0,16	\$ 5,70	\$ 15,50	\$ 9,80	\$ 5,70	\$ 15,50	\$ 9,80	BAJO	ALTO	PUZZLE
Camarones a la plancha	6	0,97	\$ 2,10	\$ 7,50	\$ 5,40	\$ 12,60	\$ 45,00	\$ 32,40	BAJO	BAJO	PERRO
Camarones al ajillo	12	1,94	\$ 2,15	\$ 7,50	\$ 5,35	\$ 25,80	\$ 90,00	\$ 64,20	BAJO	BAJO	PERRO
Camarones apanados	11	1,77	\$ 2,13	\$ 7,50	\$ 5,37	\$ 23,43	\$ 82,50	\$ 59,07	BAJO	BAJO	PERRO
Trucha Costa Brava	7	1,13	\$ 2,55	\$ 7,90	\$ 5,35	\$ 17,85	\$ 55,30	\$ 37,45	BAJO	BAJO	PERRO
Trucha a la Navarra	15	2,42	\$ 2,10	\$ 6,90	\$ 4,80	\$ 31,50	\$ 103,50	\$ 72,00	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Ensalada de fusilli	6	0,97	\$ 2,00	\$ 6,90	\$ 4,90	\$ 12,00	\$ 41,40	\$ 29,40	BAJO	BAJO	PERRO
Corvina a la vasca	30	4,84	\$ 2,30	\$ 7,90	\$ 5,60	\$ 69,00	\$ 237,00	\$ 168,00	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Corvina a las tres hierbas	24	3,87	\$ 1,80	\$ 6,90	\$ 5,10	\$ 43,20	\$ 165,60	\$ 122,40	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Corvina Highlands	8	1,29	\$ 1,75	\$ 6,90	\$ 5,15	\$ 14,00	\$ 55,20	\$ 41,20	BAJO	BAJO	PERRO
Salmón a la plancha	9	1,45	\$ 3,10	\$ 8,50	\$ 5,40	\$ 27,90	\$ 76,50	\$ 48,60	BAJO	BAJO	PERRO
Fettuccine Alfredo	6	0,97	\$ 0,75	\$ 4,90	\$ 4,15	\$ 4,50	\$ 29,40	\$ 24,90	BAJO	BAJO	PERRO
Fettuccine a la bolognesa	2	0,32	\$ 0,93	\$ 4,90	\$ 3,97	\$ 1,86	\$ 9,80	\$ 7,94	BAJO	BAJO	PERRO
Fettuccine a la carbonara	10	1,61	\$ 0,79	\$ 4,90	\$ 4,11	\$ 7,90	\$ 49,00	\$ 41,10	BAJO	BAJO	PERRO
Raviolis Alfredo	1	0,16	\$ 1,20	\$ 5,90	\$ 4,70	\$ 1,20	\$ 5,90	\$ 4,70	BAJO	BAJO	PERRO
Raviolis a la bolognesa	7	1,13	\$ 1,35	\$ 5,90	\$ 4,55	\$ 9,45	\$ 41,30	\$ 31,85	BAJO	BAJO	PERRO
Raviolis a la carbonara	7	1,13	\$ 1,26	\$ 5,90	\$ 4,64	\$ 8,82	\$ 41,30	\$ 32,48	BAJO	BAJO	PERRO

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Spaghetti del Pacifico	10	1,61	1,55	6,5	4,95	15,5	65	49,5	BAJO	BAJO	PERRO
Ensalada de fusilli	0	0	0,9	4,9	4	0	0	0	BAJO	BAJO	PERRO
	620	100				1135,4	4739,8	3604,4			

POPULARIDAD:	2,00
RENTABILIDAD:	5,81

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Empanaditas de verde	57	24,46	\$ 0,10	\$ 2,40	\$ 2,30	\$ 5,70	\$ 136,80	\$ 131,10	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Empanaditas de morocho	66	28,33	\$ 0,15	\$ 2,40	\$ 2,25	\$ 9,90	\$ 158,40	\$ 148,50	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Champiñones al ajillo	5	2,15	\$ 0,25	\$ 2,60	\$ 2,35	\$ 1,25	\$ 13,00	\$ 11,75	BAJO	BAJO	PERRO
Tortilla española	4	1,72	\$ 0,30	\$ 3,10	\$ 2,80	\$ 1,20	\$ 12,40	\$ 11,20	BAJO	ALTO	PUZZLE
Mejillones al ajillo	10	4,29	\$ 0,60	\$ 3,10	\$ 2,50	\$ 6,00	\$ 31,00	\$ 25,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Almejas al ajillo	4	1,72	\$ 0,63	\$ 3,10	\$ 2,47	\$ 2,52	\$ 12,40	\$ 9,88	BAJO	BAJO	PERRO
Cocktail de camarones	4	1,72	\$ 1,60	\$ 5,70	\$ 4,10	\$ 6,40	\$ 22,80	\$ 16,40	BAJO	ALTO	PUZZLE
Ceviche de champiñones	5	2,15	\$ 0,55	\$ 3,50	\$ 2,95	\$ 2,75	\$ 17,50	\$ 14,75	BAJO	ALTO	PUZZLE
Ceviche de palmito	1	0,43	\$ 0,80	\$ 3,50	\$ 2,70	\$ 0,80	\$ 3,50	\$ 2,70	BAJO	ALTO	PUZZLE
Ceviche de camarón	7	3,00	\$ 1,76	\$ 5,70	\$ 3,94	\$ 12,32	\$ 39,90	\$ 27,58	BAJO	ALTO	PUZZLE
Locro de queso	34	14,59	\$ 0,80	\$ 3,50	\$ 2,70	\$ 27,20	\$ 119,00	\$ 91,80	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Locro de cuero	14	6,01	\$ 0,84	\$ 3,50	\$ 2,66	\$ 11,76	\$ 49,00	\$ 37,24	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Consomé de pollo	11	4,72	\$ 0,85	\$ 2,90	\$ 2,05	\$ 9,35	\$ 31,90	\$ 22,55	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Sopa de cebollas a la francesa	4	1,72	\$ 0,78	\$ 3,90	\$ 3,12	\$ 3,12	\$ 15,60	\$ 12,48	BAJO	ALTO	PUZZLE
Crema de champiñones	2	0,86	\$ 0,90	\$ 2,90	\$ 2,00	\$ 1,80	\$ 5,80	\$ 4,00	BAJO	BAJO	PERRO
Crema de espárragos	5	2,15	\$ 1,00	\$ 2,90	\$ 1,90	\$ 5,00	\$ 14,50	\$ 9,50	BAJO	BAJO	PERRO
	<b>233</b>	<b>100,00</b>				<b>\$107,07</b>	<b>\$683,50</b>	<b>\$576,43</b>			

POPULARIDAD:	4,38
RENTABILIDAD:	2,47

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Ensalada Highlands	13	41,94	\$ 0,85	\$ 3,90	\$ 3,05	\$ 11,05	\$ 50,70	\$ 39,65	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Ensalada Brunoise	8	25,81	\$ 0,75	\$ 3,90	\$ 3,15	\$ 6,00	\$ 31,20	\$ 25,20	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Ensalada de camarones	4	12,90	\$ 1,10	\$ 4,90	\$ 3,80	\$ 4,40	\$ 19,60	\$ 15,20	BAJO	ALTO	PUZZLE
Ensalada fiorentina	6	19,35	\$ 0,50	\$ 2,90	\$ 2,40	\$ 3,00	\$ 17,40	\$ 14,40	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
	<b>31</b>	<b>100,00</b>				<b>\$24,45</b>	<b>\$118,90</b>	<b>\$94,45</b>			

POPULARIDAD:	17,50
RENTABILIDAD:	3,05

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Tabla fría	14	14,74	\$ 1,20	\$ 5,90	\$ 4,70	\$ 16,80	\$ 82,60	\$ 65,80	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Tabla Highlands	22	23,16	\$ 1,60	\$ 6,90	\$ 5,30	\$ 35,20	\$ 151,80	\$ 116,60	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Tabla completa	22	23,16	\$ 1,80	\$ 7,90	\$ 6,10	\$ 39,60	\$ 173,80	\$ 134,20	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Tabla BBQ wings	11	11,58	\$ 0,95	\$ 5,90	\$ 4,95	\$ 10,45	\$ 64,90	\$ 54,45	BAJO	BAJO	PERRO
Tabla de nachos	11	11,58	\$ 0,70	\$ 4,60	\$ 3,90	\$ 7,70	\$ 50,60	\$ 42,90	BAJO	BAJO	PERRO
Tabla de empanadas	15	15,79	\$ 0,70	\$ 4,80	\$ 4,10	\$ 10,50	\$ 72,00	\$ 61,50	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
	<b>95</b>	<b>100,00</b>				<b>\$120,25</b>	<b>\$595,70</b>	<b>\$475,45</b>			

POPULARIDAD:	11,67
RENTABILIDAD:	5,00



PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Hamburguesa Highlands sencilla	50	56,82	\$ 0,73	\$ 3,90	\$ 3,17	\$ 36,50	\$ 195,00	\$ 158,50	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Hamburguesa Highlands doble	19	21,59	\$ 0,88	\$ 4,90	\$ 4,02	\$ 16,72	\$ 93,10	\$ 76,38	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Sanduche de milanesa de pollo	3	3,41	\$ 1,00	\$ 3,90	\$ 2,90	\$ 3,00	\$ 11,70	\$ 8,70	BAJO	BAJO	PERRO
Sanduche de jamón y queso	7	7,95	\$ 0,40	\$ 2,90	\$ 2,50	\$ 2,80	\$ 20,30	\$ 17,50	BAJO	BAJO	PERRO
Sanduche de queso con o sin miel	1	1,14	\$ 0,26	\$ 2,50	\$ 2,24	\$ 0,26	\$ 2,50	\$ 2,24	BAJO	BAJO	PERRO
Sanduche cubano	8	9,09	\$ 0,76	\$ 3,90	\$ 3,14	\$ 6,08	\$ 31,20	\$ 25,12	BAJO	BAJO	PERRO
	<b>88</b>	<b>100,00</b>				<b>\$65,36</b>	<b>\$353,80</b>	<b>\$288,44</b>			

POPULARIDAD:	11,67
RENTABILIDAD:	3,28

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Orden de papas fritas con salsa de champiñones	9	28,13	\$ 0,65	\$ 3,40	\$ 2,75	\$ 5,85	\$ 30,60	\$ 24,75	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Orden de papas fritas	11	34,38	\$ 0,25	\$ 1,90	\$ 1,65	\$ 2,75	\$ 20,90	\$ 18,15	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Orden de aceitunas	1	3,13	\$ 0,25	\$ 1,90	\$ 1,65	\$ 0,25	\$ 1,90	\$ 1,65	BAJO	BAJO	PERRO
Orden de arroz blanco	11	34,38	\$ 0,05	\$ 1,00	\$ 0,95	\$ 0,55	\$ 11,00	\$ 10,45	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
	<b>32</b>	<b>100,00</b>				<b>\$9,40</b>	<b>\$64,40</b>	<b>\$55,00</b>			

POPULARIDAD:	17,50
RENTABILIDAD:	1,72

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Chocolate Highlands	0	0,00	\$ 0,75	\$ 3,10	\$ 2,35	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Chocolate francés	18	9,28	\$ 0,26	\$ 2,80	\$ 2,54	\$ 4,68	\$ 50,40	\$ 45,72	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Capuccino	48	24,74	\$ 0,25	\$ 1,60	\$ 1,35	\$ 12,00	\$ 76,80	\$ 64,80	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Mocaccino	10	5,15	\$ 0,28	\$ 1,60	\$ 1,32	\$ 2,80	\$ 16,00	\$ 13,20	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Te	0	0,00	\$ 0,05	\$ 1,00	\$ 0,95	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Café americano	26	13,40	\$ 0,11	\$ 1,00	\$ 0,89	\$ 2,86	\$ 26,00	\$ 23,14	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Tinto	0	0,00	\$ 0,10	\$ 1,00	\$ 0,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Espresso	51	26,29	\$ 0,10	\$ 1,00	\$ 0,90	\$ 5,10	\$ 51,00	\$ 45,90	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Aromática	33	17,01	\$ 0,05	\$ 1,00	\$ 0,95	\$ 1,65	\$ 33,00	\$ 31,35	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Irish coffee	5	2,58	\$ 0,60	\$ 2,90	\$ 2,30	\$ 3,00	\$ 14,50	\$ 11,50	BAJO	ALTO	PUZZLE
Highlands coffee	0	0,00	\$ 0,65	\$ 2,90	\$ 2,25	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Jamaican coffee	2	1,03	\$ 0,50	\$ 2,40	\$ 1,90	\$ 1,00	\$ 4,80	\$ 3,80	BAJO	ALTO	PUZZLE
Cuban coffee	0	0,00	\$ 0,43	\$ 2,40	\$ 1,97	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Russian coffee	0	0,00	\$ 0,48	\$ 2,40	\$ 1,92	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Italian coffee	0	0,00	\$ 0,43	\$ 2,40	\$ 1,97	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Carajillo	1	0,52	\$ 0,60	\$ 2,40	\$ 1,80	\$ 0,60	\$ 2,40	\$ 1,80	BAJO	ALTO	PUZZLE
	<b>194</b>	<b>100,00</b>					<b>\$33,69</b>	<b>\$274,90</b>	<b>\$241,21</b>		

POPULARIDAD:	4,38
RENTABILIDAD:	1,24

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Gaseosas	186	34,70	\$ 0,10	\$ 1,20	\$ 1,10	\$ 18,60	\$ 223,20	\$ 204,60	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Gaseosa dietética	71	13,25	\$ 0,15	\$ 1,40	\$ 1,25	\$ 10,65	\$ 99,40	\$ 88,75	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Limonada	19	3,54	\$ 0,12	\$ 1,50	\$ 1,38	\$ 2,28	\$ 28,50	\$ 26,22	BAJO	BAJO	PERRO
Jugos naturales	170	31,72	\$ 0,22	\$ 1,90	\$ 1,68	\$ 37,40	\$ 323,00	\$ 285,60	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Agua mineral	22	4,10	\$ 0,27	\$ 1,20	\$ 0,93	\$ 5,94	\$ 26,40	\$ 20,46	BAJO	BAJO	PERRO
Agua sin gas	4	0,75	\$ 0,20	\$ 1,20	\$ 1,00	\$ 0,80	\$ 4,80	\$ 4,00	BAJO	BAJO	PERRO
Iced tea	19	3,54	\$ 0,12	\$ 1,50	\$ 1,38	\$ 2,28	\$ 28,50	\$ 26,22	BAJO	BAJO	PERRO
Milk shake	6	1,12	\$ 0,60	\$ 2,90	\$ 2,30	\$ 3,60	\$ 17,40	\$ 13,80	BAJO	ALTO	PUZZLE
Jarras de agua	8	1,49	\$ 0,10	\$ 2,30	\$ 2,20	\$ 0,80	\$ 18,40	\$ 17,60	BAJO	ALTO	PUZZLE
Jarra de jugo	0	0,00	\$ 0,80	\$ 4,90	\$ 4,10	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Jarra de limonada	4	0,75	\$ 0,48	\$ 3,90	\$ 3,42	\$ 1,92	\$ 15,60	\$ 13,68	BAJO	ALTO	PUZZLE
Vino hervido	23	4,29	\$ 0,35	\$ 3,60	\$ 3,25	\$ 8,05	\$ 82,80	\$ 74,75	BAJO	ALTO	PUZZLE
Canelazo	4	0,75	\$ 0,14	\$ 2,60	\$ 2,46	\$ 0,56	\$ 10,40	\$ 9,84	BAJO	ALTO	PUZZLE
	<b>536</b>	<b>100,00</b>				<b>\$92,88</b>	<b>\$878,40</b>	<b>\$785,52</b>			

POPULARIDAD:	5,38
RENTABILIDAD:	1,47

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Cerveza Corona	44	16,99	\$ 1,13	\$ 2,80	\$ 1,67	\$ 49,72	\$ 123,20	\$ 73,48	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Cerveza Budweiser	8	3,09	\$ 0,92	\$ 2,80	\$ 1,88	\$ 7,36	\$ 22,40	\$ 15,04	BAJO	ALTO	PUZZLE
Cerveza Heineken	11	4,25	\$ 1,01	\$ 2,80	\$ 1,79	\$ 11,11	\$ 30,80	\$ 19,69	BAJO	ALTO	PUZZLE
Cerveza Beck's	2	0,77	\$ 1,11	\$ 2,80	\$ 1,69	\$ 2,22	\$ 5,60	\$ 3,38	BAJO	ALTO	PUZZLE
Cerveza Highlands	2	0,77	\$ 0,60	\$ 1,90	\$ 1,30	\$ 1,20	\$ 3,80	\$ 2,60	BAJO	BAJO	PERRO
Cerveza Pilsener	159	61,39	\$ 0,43	\$ 1,80	\$ 1,37	\$ 68,37	\$ 286,20	\$ 217,83	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Cerveza Club	33	12,74	\$ 0,42	\$ 1,80	\$ 1,38	\$ 13,86	\$ 59,40	\$ 45,54	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
	<b>259</b>	<b>100,00</b>				<b>\$ 153,84</b>	<b>\$ 531,40</b>	<b>\$ 377,56</b>			

POPULARIDAD:	10,00
RENTABILIDAD:	1,46

PLATO	VENTAS	MENU M (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Helados	42	19,91	\$ 0,60	\$ 2,80	\$ 2,20	\$ 25,20	\$ 117,60	\$ 92,40	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Fresas con crema	13	6,16	\$ 0,80	\$ 2,80	\$ 2,00	\$ 10,40	\$ 36,40	\$ 26,00	BAJO	BAJO	PERRO
Duraznos con crema	1	0,47	\$ 0,85	\$ 2,80	\$ 1,95	\$ 0,85	\$ 2,80	\$ 1,95	BAJO	BAJO	PERRO
Marquesa helada	88	41,71	\$ 0,50	\$ 3,20	\$ 2,70	\$ 44,00	\$ 281,60	\$ 237,60	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Zappi-zappi	28	13,27	\$ 0,43	\$ 3,20	\$ 2,77	\$ 12,04	\$ 89,60	\$ 77,56	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Peach melba	6	2,84	\$ 1,05	\$ 2,80	\$ 1,75	\$ 6,30	\$ 16,80	\$ 10,50	BAJO	BAJO	PERRO
Mousse de maracuyá	33	15,64	\$ 0,35	\$ 3,20	\$ 2,85	\$ 11,55	\$ 105,60	\$ 94,05	ALTO	ALTO	ESTRELLA
	<b>211</b>	<b>100,00</b>				<b>\$110,34</b>	<b>\$650,40</b>	<b>\$540,06</b>			

POPULARIDAD:	10,00
RENTABILIDAD:	2,56

ITEM	VENTAS	MENU M. (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. TOTAL	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Johny Walker Black Label	1	5,00	\$ 34,20	\$ 72,00	\$ 37,80	\$ 34,20	\$ 72,00	\$ 37,80	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Buchanan's	3	15,00	\$ 40,34	\$ 72,00	\$ 31,66	\$ 121,02	\$ 216,00	\$ 94,98	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Old Parr	1	5,00	\$ 16,70	\$ 72,00	\$ 55,30	\$ 16,70	\$ 72,00	\$ 55,30	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Chiva's Regal	2	10,00	\$ 35,78	\$ 72,00	\$ 36,22	\$ 71,56	\$ 144,00	\$ 72,44	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Robbie Dhu	1,50	7,50	\$ 0,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 0,00	\$ 108,00	\$ 108,00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Jack Daniels	0	0,00	\$ 18,60	\$ 55,00	\$ 36,40	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Johny Walker Red Label	6	31,25	\$ 15,10	\$ 52,00	\$ 36,90	\$ 94,38	\$ 325,00	\$ 230,63	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Highlanders	1	5,00	\$ 11,20	\$ 45,00	\$ 33,80	\$ 11,20	\$ 45,00	\$ 33,80	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Grant's	0	0,00	\$ 9,37	\$ 45,00	\$ 35,63	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Something special	1	5,00	\$ 16,02	\$ 45,00	\$ 28,98	\$ 16,02	\$ 45,00	\$ 28,98	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Bacardi Añejo	0	0,00	\$ 6,31	\$ 38,00	\$ 31,69	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Bacardi Blanco	0	0,00	\$ 5,10	\$ 38,00	\$ 32,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Bacardi Limón	0	0,00	\$ 6,34	\$ 38,00	\$ 31,66	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Appleton state	0,25	1,25	\$ 7,37	\$ 38,00	\$ 30,63	\$ 1,84	\$ 9,50	\$ 7,66	BAJO	BAJO	PERRO
Absolut	3	15,00	\$ 10,00	\$ 45,00	\$ 35,00	\$ 30,00	\$ 135,00	\$ 105,00	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Finlandia	0	0,00	\$ 7,58	\$ 45,00	\$ 37,42	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Camino real	0	0,00	\$ 13,55	\$ 50,00	\$ 36,45	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Cuervo Oro	0	0,00	\$ 11,31	\$ 45,00	\$ 33,69	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Néctar (colombiano)	0	0,00	\$ 6,08	\$ 28,00	\$ 21,92	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Néctar Azul	0	0,00	\$ 6,08	\$ 32,00	\$ 25,92	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
	<b>20</b>	<b>100</b>					<b>\$ 396,92</b>	<b>\$ 1.171,50</b>			

<b>POPULARIDAD:</b>	<b>3,50</b>
<b>RENTABILIDAD:</b>	<b>38,73</b>

ITEM	VENTAS	MENU M. (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. TOTAL	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Casillero del Diablo Cavernet Sauv.	2	5,41	\$ 7,08	\$ 28,00	\$ 20,92	\$ 14,16	\$ 56,00	\$ 41,84	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Casillero del Diablo Merlot	6	16,22	\$ 7,08	\$ 28,00	\$ 20,92	\$ 42,48	\$ 168,00	\$ 125,52	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Casillero del Diablo Syrah	0	0,00	\$ 7,08	\$ 28,00	\$ 20,92	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Casillero del Diablo Sauv. Blanc	4	10,81	\$ 7,08	\$ 28,00	\$ 20,92	\$ 28,32	\$ 112,00	\$ 83,68	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Piat D'or Sauv. Blanc	2	5,41	\$ 7,00	\$ 28,00	\$ 21,00	\$ 14,00	\$ 56,00	\$ 42,00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Liebfraumilch Riesling	0	0,00	\$ 5,60	\$ 18,00	\$ 12,40	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Viña Maipú Sauv. Blanc	1	2,70	\$ 2,78	\$ 16,00	\$ 13,22	\$ 2,78	\$ 16,00	\$ 13,22	BAJO	ALTO	PUZZLE
Canepa Clásico Cavernet Sauv. (1/2 botella)	5	13,51	\$ 3,50	\$ 12,00	\$ 8,50	\$ 17,50	\$ 60,00	\$ 42,50	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Canepa Clásico Sauv. Blanc (1/2 botella)	4	10,81	\$ 3,50	\$ 12,00	\$ 8,50	\$ 14,00	\$ 48,00	\$ 34,00	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Undurraga Cavernet Sauv. (1/4)	9	24,32	\$ 1,30	\$ 6,00	\$ 4,70	\$ 11,70	\$ 54,00	\$ 42,30	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Undurraga Sauv. Blanc (1/4)	2	5,41	\$ 1,30	\$ 6,00	\$ 4,70	\$ 2,60	\$ 12,00	\$ 9,40	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Jarra de Sangría	1	2,70	\$ 2,50	\$ 12,00	\$ 9,50	\$ 2,50	\$ 12,00	\$ 9,50	BAJO	BAJO	PERRO
Media Jarra de Sangría	1	2,70	\$ 1,25	\$ 8,00	\$ 6,75	\$ 1,25	\$ 8,00	\$ 6,75	BAJO	BAJO	PERRO
	<b>37</b>	<b>100,00</b>				<b>\$151,29</b>	<b>\$602,00</b>	<b>\$450,71</b>			

<b>POPULARIDAD:</b>	<b>5,38</b>
<b>RENTABILIDAD:</b>	<b>12,18</b>



ITEM	VENTAS	MENU M. (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Raphael	1	0,46	\$ 1,00	\$ 3,20	\$ 2,20	\$ 1,00	\$ 3,20	\$ 2,20	BAJO	BAJO	PERRO
Dubonnet	0	0,00	\$ 0,92	\$ 3,20	\$ 2,28	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Jerez	11	5,05	\$ 1,02	\$ 3,20	\$ 2,18	\$ 11,22	\$ 35,20	\$ 23,98	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Campari	2	0,92	\$ 0,78	\$ 3,20	\$ 2,42	\$ 1,56	\$ 6,40	\$ 4,84	BAJO	BAJO	PERRO
Pisco control	7	3,21	\$ 0,53	\$ 3,20	\$ 2,67	\$ 3,71	\$ 22,40	\$ 18,69	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Gran Marnier	0	0,00	\$ 1,08	\$ 3,90	\$ 2,82	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Amaretto Di Saronno	0	0,00	\$ 1,03	\$ 3,90	\$ 2,87	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Baileys	7	3,21	\$ 1,04	\$ 3,90	\$ 2,86	\$ 7,28	\$ 27,30	\$ 20,02	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Cointreau	1	0,46	\$ 1,03	\$ 3,90	\$ 2,87	\$ 1,03	\$ 3,90	\$ 2,87	BAJO	BAJO	PERRO
Drambuie	0	0,00	\$ 1,03	\$ 3,90	\$ 2,87	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Frangelico	0	0,00	\$ 0,86	\$ 3,90	\$ 3,04	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Kahlua	0	0,00	\$ 1,05	\$ 3,90	\$ 2,85	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Amaretto	6	2,75	\$ 0,87	\$ 3,90	\$ 3,03	\$ 5,22	\$ 23,40	\$ 18,18	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Sambuca	3	1,38	\$ 0,82	\$ 3,90	\$ 3,08	\$ 2,46	\$ 11,70	\$ 9,24	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Chinchón	1	0,46	\$ 1,07	\$ 3,90	\$ 2,83	\$ 1,07	\$ 3,90	\$ 2,83	BAJO	BAJO	PERRO
Espiritu del Ecuador	1	0,46	\$ 0,39	\$ 2,60	\$ 2,21	\$ 0,39	\$ 2,60	\$ 2,21	BAJO	BAJO	PERRO
Manhattan	0	0,00	\$ 0,49	\$ 4,50	\$ 4,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PERRO
Padrino	4	1,83	\$ 0,70	\$ 4,50	\$ 3,80	\$ 2,80	\$ 18,00	\$ 15,20	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Clavo Oxidado	5	2,29	\$ 0,95	\$ 4,90	\$ 3,95	\$ 4,75	\$ 24,50	\$ 19,75	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Whisky Sour	0	0,00	\$ 0,80	\$ 4,90	\$ 4,10	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Cuba Libre	47	21,56	\$ 0,30	\$ 3,00	\$ 2,70	\$ 14,10	\$ 141,00	\$ 126,90	ALTO	BAJO	PLOWHORSE
Ron Tonic	0	0,00	\$ 0,30	\$ 3,00	\$ 2,70	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Piña Colada	1	0,46	\$ 0,70	\$ 4,50	\$ 3,80	\$ 0,70	\$ 4,50	\$ 3,80	BAJO	ALTO	PUZZLE
Conejo	1	0,46	\$ 0,74	\$ 4,50	\$ 3,76	\$ 0,74	\$ 4,50	\$ 3,76	BAJO	ALTO	PUZZLE
Strawberry Frozen Daiquiri	0	0,00	\$ 0,65	\$ 3,90	\$ 3,25	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Daiquiri	0	0,00	\$ 0,35	\$ 3,50	\$ 3,15	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Camaleón	1	0,46	\$ 0,50	\$ 4,20	\$ 3,70	\$ 0,50	\$ 4,20	\$ 3,70	BAJO	ALTO	PUZZLE
Medias de Seda	1	0,46	\$ 0,28	\$ 3,90	\$ 3,62	\$ 0,28	\$ 3,90	\$ 3,62	BAJO	ALTO	PUZZLE
Ron Sour	0	0,00	\$ 0,35	\$ 3,50	\$ 3,15	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Mojito Cubano	3	1,38	\$ 0,34	\$ 3,50	\$ 3,16	\$ 1,02	\$ 10,50	\$ 9,48	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Bloody Mary	9	4,13	\$ 0,40	\$ 3,90	\$ 3,50	\$ 3,60	\$ 35,10	\$ 31,50	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Destornillador	11	5,05	\$ 0,32	\$ 3,50	\$ 3,18	\$ 3,52	\$ 38,50	\$ 34,98	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Vodka Martini	1	0,46	\$ 0,80	\$ 3,50	\$ 2,70	\$ 0,80	\$ 3,50	\$ 2,70	BAJO	BAJO	PERRO

ITEM	VENTAS	MENU M. (%)	COSTO	P.V.P.	M. CONT.	CT	VTAS. T.	M. CONT. T.	POPULARIDAD	RENTABILIDAD	CATEGORIA
Ruso Negro	0	0	\$ 1,30	\$ 3,50	\$ 2,20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Madrina	0	0	\$ 0,60	\$ 3,50	\$ 2,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Vodka Tonic	33	15,14	\$ 0,35	\$ 3,50	\$ 3,15	\$ 11,55	\$ 115,50	\$ 103,95	ALTO	ALTO	ESTRELLA
La Venganza de Rasputin	0	0,00	\$ 0,60	\$ 3,90	\$ 3,30	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Cosmopolitan	1	0,46	\$ 0,65	\$ 3,90	\$ 3,25	\$ 0,65	\$ 3,90	\$ 3,25	BAJO	ALTO	PUZZLE
Strawberry Margarita	5	2,29	\$ 0,60	\$ 3,90	\$ 3,30	\$ 3,00	\$ 19,50	\$ 16,50	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Margarita	2	0,92	\$ 0,50	\$ 3,90	\$ 3,40	\$ 1,00	\$ 7,80	\$ 6,80	BAJO	ALTO	PUZZLE
Tequila Sun Rise	5	2,29	\$ 0,70	\$ 3,90	\$ 3,20	\$ 3,50	\$ 19,50	\$ 16,00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Cucaracha	2	0,92	\$ 1,00	\$ 3,50	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 7,00	\$ 5,00	BAJO	BAJO	PERRO
Martini Dry	4	1,83	\$ 0,85	\$ 4,10	\$ 3,25	\$ 3,40	\$ 16,40	\$ 13,00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Martini Dulce	0	0,00	\$ 0,83	\$ 4,10	\$ 3,27	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Gin Alexander	1	0,46	\$ 0,55	\$ 4,10	\$ 3,55	\$ 0,55	\$ 4,10	\$ 3,55	BAJO	ALTO	PUZZLE
Tom Collins	2	0,92	\$ 0,45	\$ 3,90	\$ 3,45	\$ 0,90	\$ 7,80	\$ 6,90	BAJO	ALTO	PUZZLE
Pink Lady	1	0,46	\$ 0,43	\$ 3,90	\$ 3,47	\$ 0,43	\$ 3,90	\$ 3,47	BAJO	ALTO	PUZZLE
Gin Tonic	28	12,84	\$ 0,35	\$ 3,90	\$ 3,55	\$ 9,80	\$ 109,20	\$ 99,40	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Gin Sour	0	0,00	\$ 0,43	\$ 3,90	\$ 3,47	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Long Island	0	0,00	\$ 1,15	\$ 4,30	\$ 3,15	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Lecho Nupcial	0	0,00	\$ 1,07	\$ 4,30	\$ 3,23	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	ALTO	PUZZLE
Brandy Sour	4	1,83	\$ 0,65	\$ 3,90	\$ 3,25	\$ 2,60	\$ 15,60	\$ 13,00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Brandy Alexander	6	2,75	\$ 0,72	\$ 3,90	\$ 3,18	\$ 4,32	\$ 23,40	\$ 19,08	ALTO	ALTO	ESTRELLA
San Francisco	0	0	\$ 0,22	\$ 2,50	\$ 2,28	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Shirley Temple	0	0	\$ 0,18	\$ 2,50	\$ 2,32	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
Fruit Punch	0	0	\$ 0,26	\$ 2,50	\$ 2,24	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	BAJO	BAJO	PERRO
	<b>218</b>	<b>100</b>				<b>111,45</b>	<b>781,80</b>	<b>670,35</b>			

POPULARIDAD:	1,25
RENTABILIDAD:	3,075

VENTAS TOTALES:	11446,50
COSTOS TOTALES:	2512,34
MARGEN DE CONT. TOTAL	8934,16

## 1.17 ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO RESTAURANTE TIERRAS ALTAS

### 1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**OBJETIVO:** Conocer la frecuencia de consumo del segmento de mercado al que Tierras Altas se enfoca.

**CONCLUSIÓN:** Se ha determinado que la mayor parte de los encuestados (38%), consumen en restaurantes una vez a la semana.

### 2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?

---

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de posicionamiento que tienen los diferentes restaurantes de la ciudad de Quito.

**CONCLUSIÓN:** Los restaurantes con mayor recordación de marca son Friday's y Crepes & Waffles (9,18%).

### 3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?

FAMILIA \_\_\_\_ AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

**OBJETIVO:** Conocer las tendencias de los consumidores, en cuanto a compañía se refiere, al momento de visitar un restaurante.

**CONCLUSIÓN:** La mayor parte de los encuestados (45%) consume en restaurantes acompañados generalmente por sus familiares.

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_

**OBJETIVO:** Determinar el estilo de restaurantes en los cuales el público objetivo de Tierras Altas consume con mayor frecuencia.

**CONCLUSIÓN:** Las preferencias más marcadas en lo que a tipo de comida se refiere son los Restaurantes de especialidades (58%).

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**OBJETIVO:** Conocer los gustos y preferencias en los tipos de comida que habitualmente consume el nicho de mercado de Tierras Altas.

**CONCLUSIÓN:** Debido a la preferencia por los Restaurantes de especialidades, el 64% de los encuestados prefieren consumir comida de especialidades.

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

---

**OBJETIVO:** Determinar específicamente cuáles son los restaurantes en los que los consumidores prefieren comer.

**CONCLUSIÓN:** Los restaurantes predilectos de los encuestados son Crepes & Waffles y Sake (7,22%).

**7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?**

\$1 - \$5 \_\_\_\_ \$5 - \$10 \_\_\_\_  
\$10 - \$15 \_\_\_\_ MAS DE \$15 \_\_\_\_

**OBJETIVO:** Conocer la capacidad de consumo de los consumidores.

**CONCLUSIÓN:** El 45% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$5 y \$10 por persona cuando consumen en restaurantes.

**8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?**

PRECIO \_\_\_\_\_ UBICACIÓN \_\_\_\_\_  
TIPO DE COMIDA \_\_\_\_\_ SERVICIO \_\_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Determinar cuál es el aspecto que la gente considera primordial al momento de elegir un restaurante.

**CONCLUSIÓN:** El factor determinante al momento de elegir un restaurante es el tipo de comida (68%).

**9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:**

- CARNE / POLLO: \_\_\_\_\_
- ENSALADAS: \_\_\_\_\_
- COMIDA INTERNACIONAL: \_\_\_\_\_
- PESCADOS / MARISCOS: \_\_\_\_\_
- PASTAS: \_\_\_\_\_
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Conocer las preferencias del público objetivo al momento de escoger una especialidad.

**CONCLUSIÓN:** Al momento de elegir ciertas especialidades, las preferencias son:

**Carne / Pollo:** Shorton Grill (21,51%).

**Ensaladas:** Crepes & Waffles (56,58%).

**Comida Internacional:** Hotel Colón (9,64%).

**Pescados / Mariscos:** Los Ceviches de la Rumiñahui (16,48%).

**Pastas:** Spaghetti (38,71%).

**Tablitas + Cervezas (Tragos):** Friday's (15,71%).

**10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Determinar la presencia de Tierras Altas en su mercado objetivo.

**CONCLUSIÓN:** El 57% de los encuestados no conoce el Restaurante Tierras Altas.

EDAD: \_\_\_\_\_ SEXO: \_\_\_\_\_ OCUPACIÓN: \_\_\_\_\_

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: \_\_\_\_\_

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: \_\_\_\_\_



## **CAPÍTULO 2**

### **“COMANDA EXPRESS”**

## **2. COMANDA EXPRESS**

**2.1 NOMBRE PROPUESTO:** "COMANDA EXPRESS"

**2.2 LOGOTIPO PROPUESTO:**



**2.3 SLOGAN PROPUESTO:** "Irresistiblemente delicioso..."

### **2.4 INTRODUCCIÓN**

Comanda Express, es un restaurante de especialidades, ya que ofrece una variedad limitada del tipo de estilo de cocina.

Este restaurante se determina por su atmósfera y por la decoración de su establecimiento.

Comanda Express brinda servicio a la mesa, es decir, el mesero sirve directamente a los comensales.

La clase de servicio específico es "Estilo Americano", ya que la comida sale de la cocina previamente servida en los platos, es llevada hasta la mesa en bandejas, posteriormente el mesero toma los platos y los sirve por el lado derecho del comensal y los retira por el lado izquierdo, comenzando por mujeres y niños.



## **2.5 QUIENES SOMOS?**

Somos un restaurante que busca satisfacer las necesidades de los consumidores, brindando productos de excelente calidad y un servicio personalizado a un precio justo.

## **2.6 MISIÓN**

Buscar satisfacer las necesidades de alimentación de nuestros clientes, respondiendo en forma diferencial, de acuerdo a las necesidades de cada uno, brindando un servicio eficiente, cómodo, seguro, con un excelente nivel de calidad, para lo cual contamos con un equipo humano de profesionales altamente capacitados en el área.

## **2.7 VISIÓN**

Ser los líderes en el segmento al cual nos dirigimos, manteniendo siempre el compromiso con el cliente de brindar un producto de la más alta calidad.

## **2.8 UBICACIÓN**

Comanda Express se encuentra localizado en la calle Portugal #575 y Catalina Aldáz; entre la Avenida 6 de Diciembre y Eloy Alfaro, frente al Instituto de Idiomas EF.

*Mapa ver anexo A1*

## **2.9 HORARIOS DE ATENCIÓN AL PÚBLICO**

De Lunes a Sábados: De 12:30 – 15:30

: De 19:00 – 23:00

Domingos : De 12:30 – 15:30

## **2.10 DESCRIPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO**

### **2.10.1 SALA DE ESPERA**

El restaurante cuenta con un área de recepción decorada en tonos basados en los colores corporativos de la empresa (rojo, amarillo...)

Los sillones, de colores vivos (rojo, amarillo, anaranjado, etc), ayudan a hacer la espera del cliente lo más comfortable posible.

En esta área habrá una Hostess, quien será la encargada de dar la bienvenida a los clientes.

Se cuenta con un perchero para colgar abrigos.

En éste lugar es donde el cliente forma sus primeras impresiones del establecimiento.

### **2.10.2 BODEGA**

En la bodega se almacenan las reservas de comidas y bebidas y otros tipos de provisiones. Este lugar está controlado y solo cierto personal como barman y chef ejecutivo tienen acceso a este lugar. En este lugar también se cuenta con dos refrigeradoras horizontales.

### **2.10.3 POSILLERÍA**

En ésta área se incrementará una estantería para el almacenaje de vajilla y cristalería.

**NOTA:** Todos los espacios permanecen de la misma manera que Tierras Altas, cambiando solamente la decoración de los mismos.

### **2.11 MENAJE**

La vajilla, así como el “Petit Menage” serán de diversos colores llamativos, para que los mismos estén de acuerdo a la redecoración general del local.

En una misma mesa, la vajilla para cada comensal será de diferentes colores.

### **2.12 MANTELERÍA O LENCERÍA**

Los manteles, cubre manteles y servilletas serán reemplazados por nuevos en colores:

- *Manteles:* Rojo
- *Cubre manteles:* Amarillo
- *Servilletas:* Anaranjado

### **2.13 RECURSOS HUMANOS**

Comanda Express se encuentra constantemente alentando y capacitando al personal, ya que es fundamental crear conciencia de la importancia de su trabajo y del tipo de servicio que debe ofertar, es por esto que cada uno de

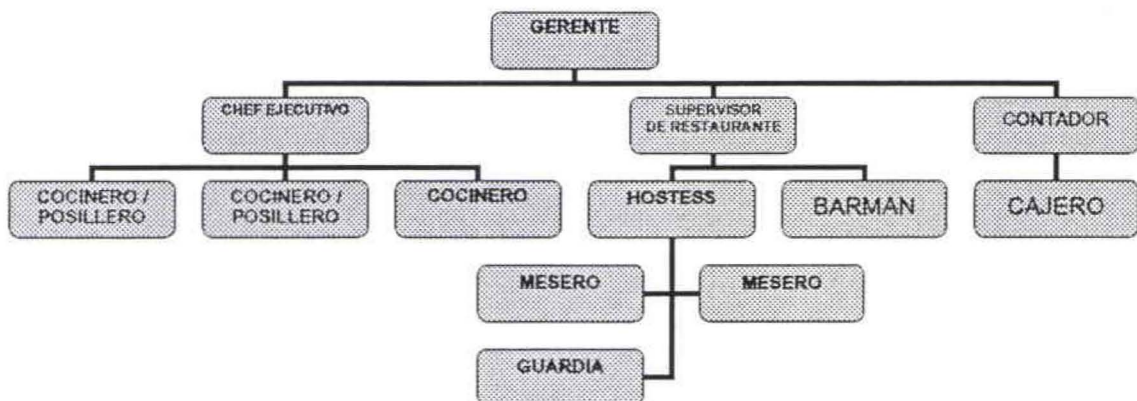
ellos deben conocer las políticas de la empresa, las funciones que cada uno va a realizar y siempre mantener una actitud positiva y de colaboración.

Comanda Express, al ser catalogado como un restaurante de primera categoría, cada mesero deberá atender su estación con un máximo de cuatro mesas de cuatro personas.

Algunas de las reglas de circulación que debe tener el personal de servicio son las siguientes:

- Personal sale por el lado derecho del comedor
- Personal sale por la derecha de la cocina

### 2.13.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



### 2.13.2 HORARIOS DEL PERSONAL

	<b>Lunes a Sábado:</b>	<b>Domingo:</b>
<b>GERENTE</b>	12H00 – 19H00	LIBRE
<b>CHEF EJECUTIVO</b>	12H00 – 14H30 19H00 – 22H30	12H00 – 15H00
<b>COCINERO / POSILLERO 1</b>	11H30 – 15H30	12H00 – 15H00
<b>COCINERO / POSILLERO 2</b>	18H30 – 23H30	12H00 – 15H30
<b>COCINERO 3</b>	12H00 – 15H30 19H30 – 22H30	LIBRE
<b>SUPERVISOR REST</b>	11H30 – 15H30 18H30 – 23H30 SÁBADO LIBRE	12H00 – 15H30
<b>HOSTESS</b>	12H30 – 15H30 19H00 – 23H00	LIBRE
<b>BARMAN</b>	18H00 – 23H00	LIBRE
<b>MESERO 1</b>	12H30 – 15H30 18H30 – 22H00 SÁBADO MAÑANA LIBRE	12H00 – 15H30
<b>MESERO 2</b>	12H30 – 15H00 19H00 – 23H00	LIBRE
<b>GUARDIA</b>	12H30 – 22H30	12H30 – 15H30
<b>CONTADOR</b>	12H00 – 17H00 SÁBADO LIBRE	LIBRE
<b>CAJERO</b>	12H30 – 15H30 19H00 – 23H00	LIBRE

### 2.13.3 SUELDO MENSUAL DE LOS TRABAJADORES

Aparte del personal fijo, se cuenta con varias personas quienes ayudan en el trabajo para eventos especiales. Se tiene una amplia base de datos de personal eventual; se les paga: meseros: \$3,50 la hora; al supervisor de este personal eventual: \$4,30 la hora y a los posilleros: \$ 2,10 la hora.

Este personal eventual no participa de afiliación al seguro social ni del 10% de repartición de servicio.

El personal fijo tendrá derecho a los beneficios de ley, como: afiliación al Seguro Social, repartición del 10% correspondiente al servicio, repartición de utilidades, bonificaciones adicionales.

El guardia no está incluido en la repartición del 10%.

El contrato firmado por este personal estipula que: todas aquellas personas que trabajen más de 8 horas diarias ganarán \$1,50 por la hora extra.

Si un cliente continúa consumiendo en el establecimiento posterior a la hora de cierre del mismo, el personal deberá permanecer en el local para continuar atendiendo a dichas personas, sin embargo, serán reconocidas las horas extras de trabajo.

<b>GERENTE</b>	\$400,00
<b>CHEF EJECUTIVO</b>	\$350,00
<b>COCINERO / POSILLERO 1</b>	\$150,00
<b>COCINERO / POSILLERO 2</b>	\$150,00
<b>COCINERO 3</b>	\$130,00
<b>SUPERVISOR REST</b>	\$350,00
<b>HOSTESS</b>	\$160,00
<b>BARMAN</b>	\$175,00
<b>MESERO 1</b>	\$130,00
<b>MESERO 2</b>	\$130,00
<b>GUARDIA</b>	\$125,00
<b>CONTADOR</b>	\$200,00
<b>CAJERO</b>	\$180,00

#### **2.13.4 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL PERSONAL DE COMANDA EXPRESS**

A continuación se describen algunas de las funciones que el personal del establecimiento debe realizar.

##### **2.13.4.1 GERENTE**

- Contrata al personal, analizando el perfil del trabajador.
- Revisa los análisis financieros que le da el contador.
- Convoca a juntas.

- En Comanda Express será quien realice los pagos de los sueldos a los trabajadores.
- Participa en la prueba de platos.
- Realiza todas las transacciones tanto en bancos como con emisoras de tarjetas de crédito.
- Realiza pagos a proveedores.
- Mantiene contacto con proveedores.
- Analiza el proveedor que más le convenga al establecimiento.
- Revisa facturas junto al contador.
- Realiza el trabajo de Supervisor de Restaurante en caso de ausencia del mismo.

#### **2.13.4.2 CHEF EJECUTIVO**

- Organiza, controla y dirige el trabajo del personal de la cocina.
- Elabora menús.
- Costea los platos.
- Supervisa al personal que está a su mando (horarios, uniformes, etc.)
- Crea estándares de decoración de los platos.
- Da las sugerencias del chef y crea platos.
- Es el responsable de la dirección del equipo y de las herramientas.
- Es el jefe del departamento de cocina.
- Realiza diariamente la minuta.

#### **2.13.4.3 COCINEROS**

- Cumple con funciones como cortar, picar verduras, hortalizas, menean los guisos, etc.
- Hace la limpieza de la estación a su cargo.
- Realiza las tareas que el Chef Ejecutivo le encomiende.

#### **2.13.4.4 POSILLEROS**

- Se encargara de lavar vajilla, cristalería y cubertería.
- Seca la vajilla, cubertería y cristalería.
- Mantiene control de lo que está a su cargo.
- Realiza la limpieza del establecimiento.

#### **2.13.4.5 SUPERVISOR DE RESTAURANTE**

- Supervisa que todo se ejecute en orden y de manera higiénica.
- Debe tener conocimiento del menú en caso de que exista algún inconveniente.
- Se encarga de revisar los inventarios de cocina y bar.
- Da la bienvenida junto a la hostess a clientes VIP.
- Hace las veces de Gerente en ausencia del mismo.

#### **2.13.4.6 HOSTESS**

- Abre la puerta.
- Da la bienvenida a los clientes.
- Ubica al cliente en la mesa.



- Entrega el menú a la entrada del cliente.
- Hace seguimiento sobre los servicios prestados.

#### **2.13.4.7 BARMAN**

- Se encarga de ver que haya en stock la materia prima necesaria para cada día. En caso de no haber, solicitará al Gerente.
- Prepara los tragos y bebidas solicitadas por el cliente.
- Atiende a los clientes que se sienten en la barra.
- Debe mantener un control de la cristalería, tazas medidoras, etc.
- En ausencia tanto del Gerente como del Supervisor de Restaurante, es el encargado de cumplir sus funciones.

#### **2.13.4.8 MESEROS**

- Promueve y vende los servicios del restaurante.
- Sirve a los clientes que están en su estación.
- En caso necesario ayuda a los meseros de otras estaciones.
- Cuida que el menaje esté limpio.
- Pule la cubertería.
- Conoce el arte de trinchar los platos más comunes.
- Entrega las facturas a los clientes.
- En ausencia del Hostess, se encarga de entregar el menú a los clientes.

#### **2.13.4.9 GUARDIA**

- Se encarga de dar la bienvenida a los clientes en el estacionamiento.
- Abre la puerta de los autos a los clientes.
- Vigila los autos de los clientes y del personal.
- Vigila el establecimiento.
- Se encarga de cortar el césped de las áreas verdes del establecimiento.

#### **2.13.4.10 CONTADOR**

- Realiza estados de ingresos y egresos del establecimiento.
- Hace un análisis de las facturas junto al Gerente.
- Supervisa el trabajo del cajero.
- Realiza arqueos de caja periódicos.
- Realiza los cierres de caja y datafast.

#### **2.13.4.11 CAJERA**

- Se encarga de revisar las comandas.
- Realiza facturas
- Cobra a los clientes.
- Se encarga de ver que en caja haya sueltos para dar cambio a los clientes.

## **2.13.5 UNIFORME DEL PERSONAL**

### **2.13.5.1 CHEF EJECUTIVO**

El chef Ejecutivo, deberá usar pantalón, chaqueta y gorro de chef; también deberá usar su respectivo delantal.

### **2.13.5.2 COCINEROS**

Los cocineros, al igual que el Chef Ejecutivo, deberán usar un gorro, una chaqueta y un delantal.

**Nota:** Todos deberán usar pelo corto o recogido, gorro y zapatos antideslizantes; ninguno podrá usar joyas a no ser de la argolla de matrimonio.

### **2.13.5.3 MESEROS**

Deberán usar pantalón negro, camisa blanca, chaleco, zapatos y medias negras, corbatín y delantal tres cuartos, del mismo color del chaleco.

Los meseros deberán traer consigo un esfero, libreta de comandas, caja de fósforos o encendedor, sacacorchos y un lito o paño de servicios.

### **2.13.5.4 HOSTESS**

Blusa blanca, chaleco, falda negra, medias color piel, zapatos de tacón bajo negro.

#### **2.13.5.5 BARMAN**

Pantalón negro, camisa blanca, zapatos y calcetines negros y su delantal de barman con sellos del establecimiento.

**Nota:** Todos los uniformes del personal (chalecos, delantales, etc) variarán en base a los colores corporativos de la empresa, y llevarán impreso el logotipo del establecimiento.

### **2.14 ANÁLISIS MACRO SITUACIÓN COMANDA EXPRESS FRENTE AL MERCADO**

#### ***2.14.1 Factores Políticos:***

- Cuando el país enfrenta inconvenientes políticos (huelgas, estados de emergencia, etc.), la situación de la empresa se ve afectada debido a la imposibilidad de respetar los horarios de apertura del establecimiento.
- Comanda Express seguirá trabajando igual que Tierras Altas con respecto a las políticas de fijación de salarios de los empleados, rigiéndose siempre a la ley vigente.

#### ***2.14.2 Factores Económicos:***

- Los precios que Comanda Express ha establecido para sus productos, se encuentran acordes tanto a la competencia como a la situación del

público objetivo, es decir, están regulados de acuerdo a lo que el mercado está dispuesto a pagar.

- Tierras Altas ha utilizado una estrategia de fijación de precios de supervivencia, debido a la existencia de mucha competencia y hay mucha variación en el comportamiento de la demanda. Para que la empresa siga funcionando, a través de esta estrategia, se pretende al menos recuperar sus costos fijos y parte de los costos variables. A corto plazo, Comanda Express mantendrá la misma estrategia de precios hasta que se vea un cambio en la situación.

#### ***2.14.3 Factores Tecnológicos:***

- En cuanto a equipamiento se refiere, se cuenta con implementos industriales modernos, lo cual ayuda a la optimización de recursos (tiempo, materia prima, etc.), para así ofrecer a los clientes un producto de la más alta calidad.

#### ***2.14.4 Factores Socio – culturales:***

- Se cuenta con una amplia carta, la cual ha sido diseñada de tal manera que se satisfaga demanda de los consumidores.

#### **2.14.5 Factores Demográficos:**

- El establecimiento tiene bien definido el segmento de mercado al cual se enfoca, lo cual permite adecuar de mejor manera los productos y el servicio que se ofrece de acuerdo a las necesidades del mismo.
- Mediante un estudio de producto, se pudo determinar cuales son los productos que la gente demanda con mayor frecuencia, de tal manera que los productos mas consumidos se han mantenido en la nueva carta, suprimiendo los que no han tenido acogida alguna.

#### **2.14.6 Factores Ambientales:**

- Existe la infraestructura adecuada, de acuerdo a la situación climática:
  - *Lluvia:* Se cuenta con un toldo al ingreso del restaurante, de tal manera que la gente no se moje. El establecimiento cuenta con chimenea.

*Días Calurosos:* El cliente tiene la opción de ubicarse en las mesas situadas en los patios del establecimiento.



## **CAPÍTULO 3**

# **“REINGENIERÍA DEL MENÚ”**

### 3. REINGENIERÍA DEL MENÚ

#### Entradas & Sopas (Appetizers & Soups):

<b>Empanaditas de Verde (2) (Green Banana Turn Over)</b> .....	\$2,40
<b>Empanaditas de Morocho (2) (White Corn Turn Over)</b> .....	\$2,40
<b>Ceviche de Camarón (Shrimp Ceviche)</b> .....	\$5,70
<b>Mejillones al Ajillo (Mussels in Garlic Sauce)</b> .....	\$3,10
<b>Locro de Queso (Potatoe Soup with Cheese)</b> .....	\$3,50
<b>Locro de Cuero (Potatoe Soup with Cuero)</b> .....	\$3,50
<b>Consomé de Pollo (Chicken Soup)</b> .....	\$2,90
<b>Sopa de Cebollas a la Francesa (Onions Soup)</b> .....	\$3,90

#### Ensaladas (Salads):

<b>Highlands:</b> Jamón, champiñones, queso, aceitunas, lechuga, tomate (Ham, mushrooms, cheese, olives, lettuce, tomatoe, vinaigrette) .....	\$3,90
<b>Brunoise:</b> Champiñones, lechuga, tomate, palmito, espárragos y choclitos (Mushrooms, lettuce, tomatoe, asparagus and baby corn) .....	\$3,90
<b>Fiorentina:</b> Apio, champiñones, paiteña, pimienta, aceituna con vinagreta (Celery, mushrooms, onions, with vinagrette) .....	\$2,90

#### Platos Fuertes (Main Dishes):

##### **CARNES (MEAT):**

<b>Lomo Maremonti:</b> Filet mignon con mejillones, camarón, calamar y almejas con brandy al vino blanco (Filet mignon with shellfish sauce, brandy and white wine) .....	\$9,50
<b>Lomo Highlands:</b> Lomo rebosado de pimienta, preparado con salsa de vino tinto (Steak with pepper prepared in red wine sauce) .....	\$7,90
<b>Lomo a la Pimienta:</b> Lomo a la plancha con salsa de pimienta (Grilled steak in pepper sauce) .....	\$7,90
<b>Lomo de Buey a la Sal:</b> Entrecôte de lomo rebosado con sal gorda a la parrilla (Broiled sirloin steak in fat salt) .....	\$7,90
<b>Filet Mignon:</b> Lomo fino con borde de tocino a la plancha y salsa de champiñones..	\$7,90
<b>Cordon Bleu:</b> Lomo de res enrollado y apanado con jamón y queso mozzarella en salsa de champiñones .....	\$6,90
<b>Highland Mix:</b> Camarón jumbo y lomo a la parrilla con salsa wolf y salsa chimichurri (Jumbo shrimo and grilled steak with wolf and chimichurri sauce) .....	\$9,50
<b>Lomo al Arriero:</b> Entrecôte de lomo rebosado con sal gorda a la parrilla (Broiled sirloin steak in fat salt) .....	\$7,90

##### **POLLOS (CHICKEN):**

<b>Pollo con Champiñones:</b> Pechuga de pollo a la plancha con salsa de champiñones (Grilled chicken breast with mushrooms sauce) .....	\$5,90
<b>Pollo a la Parrilla:</b> Muslo de pollo a la parrilla con salsa chimichurri (Grilled chicken with chimichurri sauce) .....	\$7,90



## **PESCADO (FISH):**

<b>Trucha a la Navarra:</b> Trucha entera deshuesada con jamón y tocino en salsa al ajillo (Boneless trout with ham and bacon in garlic sauce) .....	\$6,90
<b>Corvina a la Vasca:</b> Corvina con mejillones, camarón, calamar y almejas con brandy al vino blanco (Broiled bass with selfish sauce, with brandy and white wine) .....	\$7,90
<b>Corvina a las Tres Hiervas:</b> Filete de corvina con estragón, orégano y tomillo (Broiled bass in three herbs) .....	\$6,90

**Nota:** Todas las carnes, pollos y pescados vienen con guarniciones de papas fritas, puré de papas, croquetas o papa parisina y ensalada.

## **Pastas:**

**Fetuccini:** En salsa alfredo, bolgnesa o a la carbonara .....\$4,90

## **Hamburguesas (Hamburgers):**

<b>Hamburguesa Highlands Sencilla:</b> Hamburguesa de res con queso derretido, salsa de champiñones con tocino o salsa BBQ, lechuga y tomate .....	\$3,90
<b>Hamburguesa Highlands Doble:</b> Doble hamburguesa de res con queso derretido, salsa de champiñones con tocino o salsa BBQ, lechuga y tomate .....	\$4,90

**Nota:** Las hamburguesas vienen acompañadas con una porción de papas fritas.

## **Picaditas Comanda Express:**

<b>Tabla Fría:</b> Quesos cheddar, andino, holandés, jamón, salami de ajo, salami ahumado y aceitunas .....	\$3,90
<b>Tabla Highlands (Medallones de Filet Mignon o de Pollo):</b> Mini lomitos con bordes de tocino acompañados con papas fritas y salsa de champiñones .....	\$6,90
<b>Tabla Completa:</b> Empanadas de morocho, empanadas de verde, chorizo español, chorizo argentino y tortilla española .....	\$7,90
<b>Tabla de Empanadas (6):</b> Empanadas de morocho, empanadas de verde o mixtas ...	\$4,80
<b>Orden de papas fritas con salsa de champiñones:</b> (French fries with mushroom sauce) .....	\$3,40
<b>Orden de papas fritas:</b> (French fries) .....	\$1,90
<b>Orden de arroz blanco:</b> (Rice) .....	\$3,40

## **Postres (Desserts):**

<b>Helados:</b> Tres bolitas de helado de diferentes sabores con salsa de chocolate o fresa	\$2,80
<b>Marquesa Helada:</b> Torta helada de varios sabores .....	\$3,20
<b>Zappi – Zapi:</b> Helado de limón con cobertura de galleta .....	\$3,20
<b>Mouse de Maracuyá:</b> Servido sobre coulis de mora o maracuyá .....	\$3,20

**Bebidas Frías (Cold Beverages):**

Gaseosas (Coca-Cola, Fanta, Sprite, Fioravanti) .....	\$1,20
Gaseosa Dietética .....	\$1,40
Limonada .....	\$1,50
Jugos Naturales (Guanábana, Naranja, Mora, Naranjilla, Tomate de árbol, Piña) .....	\$1,90
Agua Mineral .....	\$1,20
Agua Sin Gas .....	\$1,20
Iced Tea .....	\$1,50

**Bebidas Calientes (Hot Beverages):**

Vino Hervido: Vino tinto, zumo de limón, zumo de naranja, canela, azúcar y clavo de olor .....	\$1,50
Chocolate Francés: Chocolate, queso en trocitos, crema chantilly y canela .....	\$2,80
Capuccino: Café, espuma de leche, crema chantilly y canela .....	\$1,60
Mokaccino: Café, chocolate, espuma de leche, crema chantilly y cocoa .....	\$1,60
Café Americano: .....	\$1,00
Espresso: .....	\$1,00
Aromática: .....	\$1,00
Té: .....	\$1,00

**Aperitivos, Bajativos, Vinos y Cervezas:**

**APERITIVOS:**

Raphael .....	\$3,20
Pisco Control .....	\$3,20

**BAJATIVOS:**

Baileys .....	\$3,90
Amaretto .....	\$3,90
Sambuca .....	\$3,90

**VINO BLANCO:**

Casillero del Diablo – Sauv. Blanc .....	\$28,00
Le Piat D´or – Sauv. Blanc .....	\$28,00

**VINO TINTO:**

Casillero del Diablo – Cavernet Sauv. ....	\$28,00
Casillero del Diablo – Merlot .....	\$28,00

**CERVEZAS:**

Corona .....	\$2,80
Pilsener .....	\$1,80
Club .....	\$1,80
Brahma .....	\$1,80

### Cocktails:

#### CON WHISKY:

Padrino: Whisky, amaretto .....	\$4,50
Clavo Oxidado: Whisky, drambuie .....	\$4,90

#### CON RON:

Cuba Libre: Ron, gaseosa, limón .....	\$3,00
Mojito Cubano: Ron, hierbabuena, jarabe y gaseosa .....	\$3,50

#### CON VODKA:

Destornillador: Vodka, jugo de naranja .....	\$3,50
Vodka Tonic: Vodka, Agua Tónica .....	\$3,50
Bloody Mary: Vodka, jugo de tomate, sal, pimienta, tabasco y apio .....	\$3,90

#### CON TEQUILA:

Strawberry Margarita: Tequila, jugo de frutillas, triple sec, limón .....	\$3,90
Tequila Sunrise: Tequila, jugo de naranja, jugo de piña, granadina y crema de casis ....	\$3,90

#### CON GIN:

Dry Martini: Gin, vermouth extra dry y aceituna .....	\$4,10
Gin Tonic: Gin y agua tónica .....	\$3,90

#### CON BRANDY:

Brandy Sour: Brandy, clara de huevo, jugo de limón, jarabe de goma .....	\$3,90
Brandy Alexander: Brandy, crema de cacao, crema chantilly .....	\$3,90

### Botellas:

#### WHISKY:

Johny Walker Black Label .....	\$72,00
Robbie Dhu .....	\$72,00
Johny Walker Red Label .....	\$52,00

#### VODKA:

Absolut .....	\$45,00
---------------	---------

**Nota:** Cada botella viene acompañada de dos jarras de jugo, agua tónica, agua mineral o gaseosa.

* Jarra de Agua Mineral, Agua Tónica o Gaseosa .....	\$2,30
--	--------



## **CAPÍTULO 4**

# **“PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD”**

## **4. PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD**

### **COMANDA EXPRESS**

La ejecución del Plan de Relaciones Públicas y Publicidad tendrá una duración de cuatro meses, durante los cuales se pretende informar y concienciar a la gente de la existencia de un producto nuevo y mejorado, para de esta manera conseguir una ampliación del mercado.

#### **4.1 PROBLEMA**

Desde hace algún tiempo y hasta la actualidad, la imagen corporativa de Restaurante Tierras Altas se ha visto afectada, ya que su principal actividad se enfocaba al servicio de bar y no a ofertar productos alimenticios.

#### **4.2 OBJETIVOS**

##### **4.2.1 OBJETIVO INFORMATIVO**

Dar a conocer a la gente de que existe un nuevo producto y un servicio mejorado.

Con este objetivo se desea informar a los clientes el cambio que ha tenido el establecimiento, mejorando sus productos y sus servicios, y así lograr que la gente comprenda la nueva imagen del establecimiento.

#### **4.2.2 OBJETIVO MOTIVACIONAL**

Conseguir que el establecimiento alcance una posición de liderazgo en el mercado.

Con este objetivo se pretende incrementar el número de clientes, tratando de captar y mantener cuentas claves para el establecimiento, para que así aumenten los ingresos.

#### **4.3 ESTRATEGIAS**

- Estimular la prueba del producto
- Dominar el público objetivo
- Demostrar el cambio que ha tenido el establecimiento y fomentar el respaldo del producto.

Por medio de estas estrategias se espera ampliar el mercado, y conseguir más clientes para la empresa.

#### **4.4 MENSAJE CLAVE**

El Slogan propuesto es "Simplemente irresistible", por medio de este se va a llamar la atención de los clientes, para que los mismos visiten el establecimiento y degusten los productos mejorados.

Este slogan ira acompañado del nombre del establecimiento y diferentes fotografías de los platos. El mismo se publicará en la revista TV Guía y en los estados de cuenta de las tarjetas de crédito y en tarjeteros de la compañía de publicidad Get & Go.

#### **4.5 TÁCTICAS**

Algunas de las actividades que se utilizarán para poder cumplir las estrategias antes mencionadas son:

- Realizar un Cóctel de reinauguración en el establecimiento
- Realizar una degustación de los productos e invitar a nuestros posibles clientes potenciales.
- Brindar cortesías (postres, cafés, bajativos, etc.) a los clientes VIP.
- Ampliar la base de datos de los clientes, para que en fechas especiales, como navidad y cumpleaños enviar tarjetas de la empresa.
- Realizar eventos de interés para clientes frecuentes en fechas especiales (Aniversario restaurante)
- Realizar promoción por Fiestas de Quito (por cada cuatro personas que consuman, 1 jarra de sangría gratis; Viernes 2 de diciembre de 18H00 a 22H00, 2X1 en cócteles)

- Realizar hojas de quejas y sugerencias para que los clientes las llenen e ir viendo en que se puede seguir mejorando y reforzar lo bueno del establecimiento.
- En fechas especiales (Día de San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre, etc.) se ofrecerán promociones (Cócteles 2X1, Madres – postre gratis, Padres – copa de vino gratis, etc)

Las dos primeras tácticas se van a realizar en el primer mes, con esto se lograra un mejor efecto.

#### **4.6 CRONOGRAMA**

El plan de relaciones públicas durará tres meses.

Se han seleccionado los meses de octubre, noviembre, diciembre y enero, puesto que son los meses de más festividades donde la gente suele salir a comer a lugares agradables, y también ya que son meses donde se hacen agasajos navideños.



## Octubre 2005

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
						1 - Envío de invitaciones cocktail
2	3 - Comienza ampliación de base de datos	4	5	6	7	8
9	10	11 - Cocktail de reinauguración	12 - Se comienzan a brindar cortesías (VIP)	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22 - Degustación de platos
23 - Degustación de platos	24	25	26	27	28 - Envío de publicidad (TVGuía)	29
30	31					

## Noviembre 2005

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
		1 - Implementación de hojas de quejas y sugerencias	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	23 - Inicio publicidad (Get & Go)	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

<b>Diciembre 2005</b>						
<b>Domingo</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>
				<b>1</b> - Envío publicidad (Tarjetas de crédito)	<b>2</b> - Cócteles 2X1 de 18H00 a 22H00	<b>3</b> - Comienza promoción Jarra de sangría gratis
<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b> - Finaliza promoción Jarra de sangría gratis	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>
<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>

Muchas de las tácticas durarán a lo largo de todo el periodo del plan de relaciones públicas; con esto el cliente verá el esfuerzo que la empresa realiza por brindar un servicio personalizado y un producto de alta calidad.

Algunas de estas tácticas se podrán seguir repitiendo a lo largo del año (al terminar el periodo de duración del Plan de Relaciones Públicas y Publicidad); como el envío de tarjetas a los clientes frecuentes, las cortesías a los mismos, etc.

#### 4.7 PRESUPUESTO

<b>Gastos Administrativos y de Personal:</b>	<b>Gastos Extraordinarios:</b>
<p><b>Preparación del material:</b> Se hará dísticos, tarjeteros, publicidad en la revista TV Guía, estados de cuenta Tarjetas de Crédito, tarjetas de felicitaciones a los clientes frecuentes.</p>	<p><b>Agencia de publicidad:</b> Get &amp; Go para tarjeteros</p>
<p><b>Eventos: Cóctel de reinauguración</b> para 60 personas (incluye 2 bocaditos de sal, 2 bocaditos calientes, 1 de dulce, 1 copa de vino tinto y 1 copa de vino blanco, aguas y gaseosas por persona). Se aproxima que el costo por persona es de \$3</p> <p><b>Aniversario del restaurante:</b> Todos los clientes que consuman en el restaurante tendrán derecho a una copa de vino de cortesía. El costo por cada copa de vino es de \$0,89</p>	<p><b>Prensa Escrita:</b> TV Guía (\$0,18 por cada volante; se enviarán 1000 volantes), Estados de cuenta Tarjetas de Crédito (Sin costo por convenio).</p> <p><b>Papelería:</b> Tarjetas personales, impresos, etc.</p> <p>Editorial DELTA S.C.C.</p>

## 4.8 EVALUACIÓN

Comanda Express hará el análisis de evaluación en base a:

- Incremento del número de clientes (hará un análisis si después del programa de relaciones públicas el número de clientes aumentó)
- Si los clientes que visitan el restaurante regresan.
- En base a la facturación (análisis de incremento de facturación después de este programa de relaciones públicas)



## **CAPÍTULO 5**

# **“MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS”**

## 5. MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA

### ***"Carta de un ex cliente***

***<< yo soy aquel >>***

*Perdone que le moleste,  
yo soy aquel que entra tímidamente en  
su restaurante y nadie le hace caso.*

*Yo soy aquel que mira interesado su buffet  
y nadie le atiende.*

*Yo soy aquel que, cansado de esperar,  
les interrumpe y sólo consigue  
que le atiendan con desgano.*

*Yo soy aquel al que usted  
no hace caso, no atiende.*

*Yo soy aquel que, cansado de esperar,  
aburrido,  
se va para no molestarle más.*

*Le aseguro que ya no le molestaré más.*

*Yo soy aquel, aquel cliente que  
acaba usted de perder:  
Firmado: un ex cliente".*

**Tomado del libro "Dirigir con éxito un restaurante" de Doménec Biosca. Ediciones  
Gestión 2000, S.A., Barcelona, 2003**

Para mantener siempre satisfechos a los clientes, se ha elaborado un manual de políticas y procedimientos de calidad de la empresa, para evitar situaciones similares a la presentada en la página precedente.

## **5.1 INTRODUCCIÓN**

El objetivo de este manual es concienciar al capital intelectual de la empresa sobre la importancia de mantener siempre los estándares de calidad total, tanto al momento de la elaboración de los productos, como al momento de ofertar el servicio.

Se brindará capacitación al personal de Comanda Express, con el afán de crear en él una vocación servicio.

Al momento de la evaluación de la evolución en este aspecto, se premiará o sancionará a los trabajadores, de acuerdo a su desempeño, dando a su vez libertad para la comunicación, de tal manera que el clima laboral sea el más óptimo.

## **5.2 CAPITAL INTELECTUAL**

- Debido al gran crecimiento que ha tenido en los últimos años la Industria de la Hospitalidad, así como por los constantes avances tecnológicos,



es fundamental mantener permanentemente capacitado al personal de la empresa, ya que el cliente demanda cada vez un mejor servicio.

- De igual manera, el nivel de motivación que tenga el personal de una empresa influye directamente con el trato que el mismo brinde al consumidor.
- Como parte de la motivación es importante brindar seguridad, de tal manera que el empleado valore su oficio, para que de esta forma, se sienta realizado profesionalmente dentro de la organización.
- Brindar un trato igualitario, sin importar las diferencias salariales y de rango.
- Es importante que los directivos de la organización tengan siempre en mente que es de vital importancia tratar a los empleados como si fuesen verdaderos clientes.

### **5.3 DEFICIENCIAS QUE SE DEBEN EVITAR**

La empresa puede caer en crisis cuando no se manejan adecuadamente ciertas deficiencias típicas:

- *No saber mantener los clientes:* En una empresa no se debe solamente buscar atraer nuevos clientes, sino que, lo más importante, es brindar un servicio de la más alta calidad, que satisfaga las necesidades del consumidor, y de esta manera, mantenerlo.
- *Falta de eficiencia:* Demora excesiva en la entrega tanto del producto, como del servicio. No responder a tiempo las necesidades que demanda el cliente interno.
- *Falta de comunicación:* Es de vital importancia para la empresa, que exista siempre una adecuada comunicación entre las personas que en ella trabajan, de tal manera que se puedan evitar malos entendidos, así como para lograr un buen clima laboral.  
Se debe saber escuchar todas las ideas que puedan ser útiles para la organización, de tal forma que las mismas puedan ser discutidas y posteriormente aprovechadas.
- *Deficiencia en el aprovechamiento del capital intelectual:* Se debe evaluar a los trabajadores de la empresa, para saber actuar de manera justa con cada uno de ellos, de acuerdo a su desempeño; saber premiar al más esforzado y saber corregir al que no cumpla con sus actividades de manera idónea.  
Es necesario, para explotar al máximo las capacidades del cliente interno, mantenerlo siempre motivado.

#### **5.4 SABER CORREGIR**

Como política de la empresa, cualquier error, de acuerdo a su dimensión, deberá ser corregido de tal manera que no se ofenda o se desmotive al responsable del mismo.

Para ello es importante recurrir al diálogo, de tal forma que se eviten las riñas, sino que mas bien se puedan plantear soluciones para que la persona no vuelva a cometer el mismo error; sin embargo, también se debe lograr que la persona haga conciencia de las consecuencias provocadas.

Para esto se debe ayudar a que aprenda.

Se debe motivar al cliente interno por los logros que éste consiga en el desempeño de sus funciones.

#### **5.5 POLÍTICAS PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS**

- *Mantener una carta adecuada:* que satisfaga las demandas de los clientes.
- *Ofrecer medios platos:* de tal manera que el cliente se vea interesado en probar diferentes opciones, logrando incrementar la curiosidad del mismo.

- *Mantener siempre personal disponible, para que pueda satisfacer las necesidades del cliente.*
- *Tener a la vista del público los licores, para tentar al cliente a su consumo.*
- *En la carta, especificar las características de los principales productos, al menos en dos idiomas.*
- *Meseros bilingües: de tal forma que los clientes extranjeros tengan mayor confianza y exista un entendimiento.*
- *Procurar que el camarero conozca todos los productos ofertados: de tal manera que puedan realizar sugerencias a los clientes que así lo requieran.*
- *Cuidar la calidad de los productos y del servicio: manteniendo los estándares demandados por los consumidores.*
- *Mantener estándares de procedimiento: esto garantizará que el cliente siempre va a obtener el mismo producto (cantidad, sabor, etc.)*

## 5.6 SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

- **Planeación:** Tener objetivos definidos de manera clara.
- **Organización:** de ideas y estrategias.
- **Coordinación:** de todas las actividades, es decir, mantener el control de las mismas para que se realicen de manera adecuada, y así alcanzar los objetivos trazados.
- **Personal:** Selección, capacitación, orientación y evaluación del cliente interno de la empresa.
- **Supervisión;** del personal, de tal manera que se puedan alcanzar las metas establecidas.
- **Control:** Comparación del desempeño actual con el deseado, mediante la recopilación de información.
- **Evaluación:** Analizar si los objetivos se cumplieron.

## 5.7 CICLO DE CONTROL

A fin de evitar cualquier tipo de inconveniente y lograr satisfacer al cliente, se ha diseñado un “ciclo de control”, de tal manera que exista fluidez en los procesos.

- **Planeación del menú:** de acuerdo a cada uno de los ítems de la carta.
- **Compras:** Realizar las compras en el momento adecuado, dependiendo las existencias en stock.
- **Recepción de productos:** Mantener un buen control al momento de la recepción de los productos, así se puede supervisar que los productos sean los solicitados (tanto en cantidad como en calidad), evitar robos, etc.

Se compara la orden de compras con la factura.

- **Almacenaje de productos:** Clasificar los productos para su posterior distribución (de acuerdo al tipo de producto: perecibles – caros, perecibles – baratos, no perecibles – caros y no perecibles – baratos).
- **Distribución;** de los productos a las áreas correspondientes y almacenarlos correctamente, dependiendo las características de los mismos (cuarto frío, congeladores, bodega, etc.).
- **Producción:** de los productos, manteniendo estándares de calidad y procesos.
- **Servicio:** del producto final al cliente.

## 5.8 PROVEEDORES

Para la selección de proveedores se deben tomar en cuenta algunos factores como:

- **Ubicación:** Procurar mantener poca distancia física con los proveedores, así se pueden evitar demoras en la entrega de los productos)
- **Calidad de operación:** Verificar que los productos sean manejados de manera adecuada (higiene y sanidad).
- **Técnica y habilidad del personal:** el cual debe ser eficiente y tener capacidad para resolver cualquier problema que se pueda suscitar.
- **Precio:** justo, de acuerdo a la calidad y cantidad del producto.
- **Honestidad:** Lo cual genera confianza, de tal manera que no exista opción a robo.
- **Personal de reparto:** El cual debe distribuir los productos a tiempo, mantener una buena presencia y ser honestos.

## 5.9 DETALLES A TOMAR EN CUENTA PARA EVITAR ROBOS

- **Control de costos:** Verificar que los precios no sean aumentados para posteriores repartos entre proveedores y jefe de compras.
- **Elevados costos de transporte**
- **Control de proveedores:** Asegurarse que la empresa no es ficticia.
- **Evitar los sobornos mediante regalos:** por parte de los proveedores.
- **Control de facturas:** Verificar que en la factura esté detallado el pedido exacto.

- **La persona que hace el pedido debe ser diferente a aquella que lo recibe:** para así evitar complots entre dicha persona y los proveedores.
- **Capacitación del personal**
- **Verificación de la hora de llegada del pedido:** Una entrega no debe ser realizada en horas pico, ya que por el movimiento del establecimiento se pueden facilitar los robos.
- **Almacenaje inmediato:** Una vez recibido el producto almacenarlo rápidamente.
- **Evitar el acceso de los proveedores al establecimiento:** Es decir, los distribuidores pueden acceder únicamente hasta el área de entrega.

## 5.10 PROCESO DE CONTROL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS



## 5.11 REDUCCIÓN DE COSTOS DE COMPRAS

- **Negociar los precios:** Antes de la realización de una compra, negociar los precios con los proveedores.
- **Revisar la calidad estándar:** Verificar que la calidad del producto sea siempre la deseada.
- **Evitar la compra de productos innecesarios**
- **Adquirir productos con descuento:** siempre y cuando sean de buena calidad, y que dichos productos sean necesarios.



## 5.12 ESTÁNDARES DEL DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

- **Estándares de compra:** Mediante un buen manejo de los mismos, se puede lograr una reducción en los costos, debido a que se compra el producto necesario, evitándose así los desperdicios.

El primer paso es analizar la calidad de los productos, los costos, la puntualidad en la entrega (por parte de los proveedores).

- **Receta estándar:** de cada uno de los platos, en la cual deberá constar: la descripción del plato (ingredientes, preparación, cantidades, decoración, equipamiento necesario, etc.)

Debe tener una foto del producto final.

- **Ventajas:** Se puede obtener porciones exactas (para evitar desperdicios); mejor supervisión; en caso de ausencia del Chef, cualquiera de sus ayudantes podrá elaborar el plato; mejor manejo de los estándares de procedimientos.

- **Estándar de Yield:** utilizado para mantener un control de los costos del producto ya terminado (luego de las pérdidas ocasionadas por la limpieza y cocción del mismo).
- **Estándar de tamaño de porción:** a través del cual podemos servir el tamaño exacto del producto.
- **Estándar de costo por porción (costo del plato):** mediante el cual el cliente siempre paga un mismo precio por una porción igual.

### 5.13 INVENTARIO

En un restaurante no debe existir mucho inventario, para evitar:

- *Deterioro del producto*
- *Falta de liquidez*
- *Aumento de los costos*
- *Mayor posibilidad de robo*

### 5.14 DETALLES IMPORTANTES A TENER EN CUENTA

- *Cortesía:* El capital intelectual del establecimiento debe manejarse con las normas básicas de respeto (saludo, despedida a los clientes).
- *Reconocimiento de los clientes frecuentes:* cuando un cliente consume con frecuencia en el establecimiento, deberá ser reconocido por el personal y ser saludado por su nombre y/o apellido.
- *Especificar que no se admiten mascotas en el establecimiento:* de tal manera que se eviten malos entendidos
- *Flexibilidad para que el cliente elija la mesa que desea*
- *Buen manejo de las reservas:* respetar las reservas que se hayan realizado previamente.
- *Contestar el teléfono inmediatamente:* así se evitan molestias tanto a las personas que se encuentran consumiendo en el establecimiento, como a la persona que está llamando.
- *Cuando existe avería de la línea telefónica:* saber informar de manera amable la imposibilidad del uso del teléfono.

- *Facilitar cartas de acuerdo al número de personas que hayan en cada mesa: Ofrecer una carta a cada comensal.*
- *Atender inmediatamente al cliente: Cuando el cliente llega al establecimiento, recibirlo y atenderlo de manera rápida.*
- *Respetar los horarios de apertura y cierre del establecimiento.*
- *Tener en cuenta que el precio sea el adecuado de acuerdo a las características del producto.*
- *Servir exactamente lo que el cliente solicita*
- *Respetar los tiempos de espera*
- *Llevar el pedido completo*
- *Evitar pasar una carta o factura sucia y/o arrugada*
- *Evitar demoras al momento de pasar la factura*
- *Revisar la factura antes de su entrega al cliente: para evitar malos entendidos se debe controlar que no existan errores en las facturas.*
- *No entregar una factura antes de que el cliente la solicite*
- *Tener disponibles sillas de bebés*
- *Mantener un control de limpieza de los baños y del abastecimiento de accesorios (papel higiénico, jabón, etc.)*
- *Evitar los ruidos excesivos*
- *Mantener siempre música ambiental: controlando que el volumen sea moderado.*
- *Mantener una iluminación adecuada*

- *Siempre tener periódicos disponibles:* En la caja tener siempre una variedad de periódicos actualizados, de tal manera que los clientes que lo soliciten puedan tener acceso a ellos.
- *Cambiar permanentemente los ceniceros sucios de las mesas.*
- *Poner la cubertería adecuada:* en base al plato que el cliente haya solicitado.
- *Cuidar la imagen del establecimiento:* evitar que hayan paredes sucias, platos a la vista del cliente, sectores desordenados, etc.
- *Cuidar que la temperatura de los platos sea la adecuada:* para evitar su regreso a la cocina para cambios.
- *Controlar que todos los productos estén frescos*
- *Servir los platos en el orden y tiempo adecuados:* Si un cliente pide sopa y plato fuerte, esperar que termine el primero para proceder a servir el segundo.
- *Cuidar las bebidas gaseosas siempre mantengan el gas.*
- *No retirar las bebidas de la mesa antes de que el cliente las haya consumido en su totalidad.*
- *Mantener siempre la cafetera conectada:* de tal manera que cuando el consumidor solicite un café se lo pueda servir inmediatamente.
- *Al explicar verbalmente los platos:* tener en cuenta que al cliente también le interesa saber el precio de los mismos.
- *Pasar al cliente la carne al término:* que el cliente haya solicitado.
- *Verificar que la cubertería esté siempre pulida.*

- *Verificar siempre el estado de la vajilla y cristalería:* es decir, controlar que no esté deteriorada.
- *Petit – menage:* Controlar que el petit – menage esté siempre abastecido y limpio.
- *Mesas y sillas:* Evitar que las sillas y las mesas estén descuadradas (no calcen adecuadamente)

#### **5.15 PRECAUCIONES A TOMAR Y MEDIDAS A SEGUIR EN CASOS DE EMERGENCIA**

- *Apagones:* En esta situación se deberá utilizar un alumbrado de emergencia, como por ejemplo: velas (siempre tenerlas disponibles).
- *Inundaciones:* Se debe primeramente cerrar todas las llaves de paso, y, seguidamente, aislar la zona afectada con toallas.
- *Daños en las líneas telefónicas:* Reportar el daño a la compañía telefónica.
- *Incendios:* Llamar a los bomberos; para que el fuego no se expanda, intentar detenerlo con los extintores hasta que los bomberos lleguen al lugar. Realizar un proceso de evacuación.
- *Movimientos sísmicos:* Mantener la calma. Si los exteriores del establecimiento son un sitio seguro, evacuar a todas las personas que se encuentren dentro del local.

- *Accidentes / Emergencias de salud:* Preguntar discretamente si en el establecimiento se encuentra algún médico. Llamar a una ambulancia o trasladar a la víctima al hospital más cercano.
- *Disputas entre los comensales:* Primeramente proceder a separarlos y tratar de calmarlos. En caso necesario, solicitar el desalojo del establecimiento.
- *Robos:* Mantener siempre la calma y colaborar con los ladrones. Si es posible, llamar a la policía, en el momento adecuado. Tomar en cuenta la apariencia de los delincuentes, anotar placas de autos, etc.
- *En caso de derramar una bebida sobre un comensal:* Pedir las debidas disculpas y proceder a limpiar la prenda con el químico adecuado para esos efectos.
- *Disputas entre los empleados:* Tratar de tranquilizarlos y posteriormente sancionarlos según la gravedad del caso.
- *Cuando un cliente se rehúsa a cancelar la cuenta:* Insistir. En caso necesario llamar a la policía y evitar la salida del mismo del establecimiento.



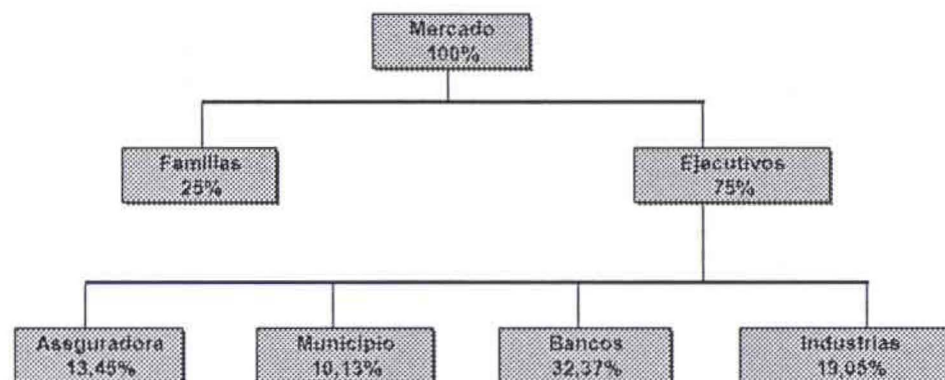
## – CAPÍTULO 6

# “TABLAS DE PROYECCIONES”

## 6. TABLAS DE PROYECCIONES

### 6.1

#### Segmentación del mercado de Quito - Tierras Altas



El segmento al que se enfoca Tierras Altas consta principalmente de ejecutivos (75%), de los cuales la mayoría son empresarios de Bancos y Aseguradoras.

El 25% restante del segmento está enfocado a familias (fines de semana principalmente).



## 6.2

### Objetivos del producto para los próximos 5 meses

	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB
Ingresos líquidos (en miles de \$) **	6429	6750,45	7830,52	6421,03	7255,76
Inversión en mktg. (en cientos de \$) **	365,74	540,04	313,22	256,64	290,23
Participación de mercado (en%)***	1	30	24	27	32

\*\* Final de mes.

\*\*\* Promedio del período.

Proyecciones obtenidas en base a la Estacionalidad del Mercado y a datos históricos. Los porcentajes para la Inversión en Marketing han sido fijados: en Octubre (6%) por ser la inversión inicial para la Reingeniería, en Noviembre (8%) por ser el primer mes que se encuentra en funcionamiento por lo que se le ha dado un mayor mayor énfasis. El resto de meses se ha fijado un porcentaje (4%) para mantener una continuidad en la campaña publicitaria.

**6.3**  
**Uso del producto por edades (%)**

	<b>Total</b>	<b>Menos de 15</b>	<b>15 a 19</b>	<b>20 a 49</b>	<b>50 o más</b>
Hombres	485	1,28	2,56	74,79	21,36
Mujeres	252	1,59	3,57	39,58	55,16

*Fuente: Base de datos clientes Tierras Altas*

Estos datos fueron obtenidos de la Base de datos de clientes del Restaurante Tierras Altas.

#### 6.4

#### Uso del producto por clase social (%)

	<b>Total</b>	<b>Alta</b>	<b>Media/Alta</b>	<b>Media/Baja</b>	<b>Baja</b>
Hombres	468	36,32	63,46	0,21	0,00
Mujeres	252	55,55	44,05	0,40	0,00

*Fuente: Base de datos Restaurante Tierras Altas*

Estos datos fueron obtenidos de la Base de datos de clientes del Restaurante Tierras Altas (Sector de residencia, y lugar de trabajo).

6.5

Papeles de compra y agentes en el segmento de mercado

<b>Papel</b>	<b>Agente</b>
Iniciador	Ejecutivo, Esposa, Consenso de grupo
Influenciador	Ejecutivo, Esposo/Esposa, Miembro del grupo
Quien decide	Ejecutivo, Esposo/Esposa, Consenso de grupo
Comprador	Ejecutivo, Esposo, Todo el grupo
Usuario	Ejecutivos, Familias, Grupos sociales

6.6 Evolución histórica del mercado (volumen y valor)

	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
Platos (unidades)	700,0	736,0	852,6	899,1	790,0	703,1	639,1	799,3	767,3	675,3
Variación (%)		5,0	16,3	-13,0	13,0	-11,3	-2,0	16,3	-4,0	-12,0
Valor total (miles de \$)	6429,0	6760,5	7830,5	6421,0	7255,6	6457,6	6328,5	7341,0	7047,4	6201,7
Variación (%)		5,0	16,3	-16,3	13,0	-11,0	-2,0	16,3	-4,0	-12,0
Precio medio	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2

Fuente: Facturas Restaurantes Tierras Altas

6.7  
Mercado de Quito, por sectores

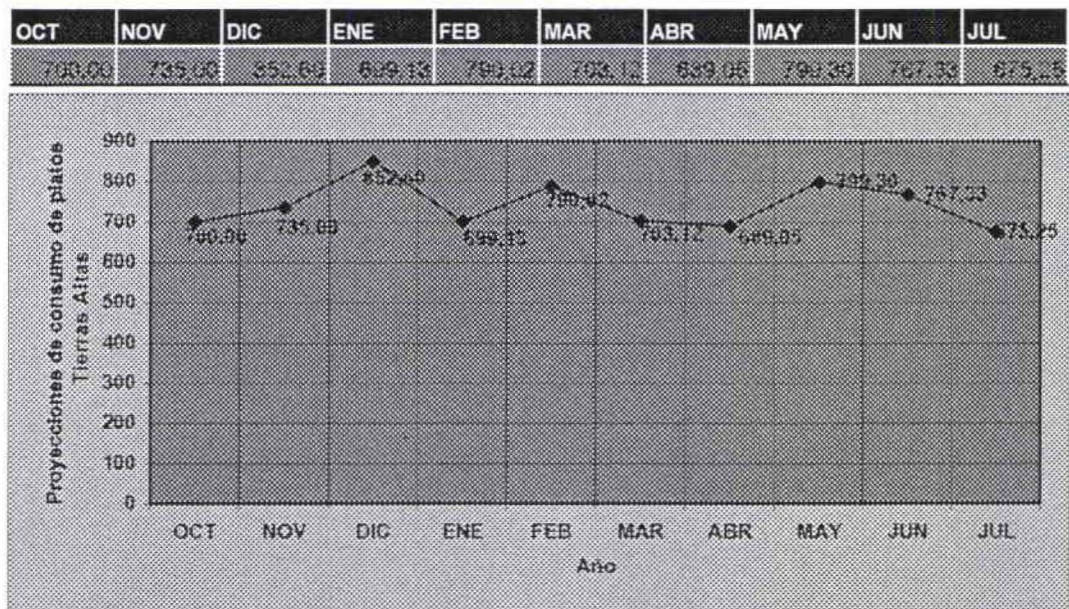
Región	# de personas	%
I. Av. Gaspar de Villarroel - Av. Portugal	144759	33,34%
II. Av. Portugal - Whimper	177158	40,80%
III. Whimper - Colón	112310	25,86%
TOTAL SEGMENTO	434227	100,00%

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) - UNFPA

Totalidad del segmento de mercado al que se enfoca Tierras Altas, según sector de residencia o trabajo.

6.8

Curva de consumo en el mercado



**Nota:** Estos valores vienen del cuadro 6.6: evolución histórica del mercado en volumen y en valor (millones de unidades).

**6.9**  
**Estacionalidad del mercado (En %)**

Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
3,0	16,0	6,0	3,0	19,0	15,0	3,0	1,5	3,5	5,0	6,0	21,0	100,0

Los meses de mayor consumo son: Diciembre (agasajos navideños, fiestas de fin de año y fiestas de Quito), Mayo (Día de la Madre), Febrero (San Valentín) y Junio (Día del Padre).



### 6.10

Participación en el mercado de los principales restaurantes (Comp. Directa)  
Quito (en %)

COMPETENCIA	%
CREPES & WAFFLES	7,22%
FRIDAY S	5,15%
MI COCINA	4,12%
LA BRICCIOLA	4,12%
Otros restaurantes	79,39%
Total	100,00%

*Fuente: Investigación de mercado realizada por los estudiantes*



## **CAPÍTULO 7**

### **“ANÁLISIS FINANCIERO”**

## 7.1 ESTADO DE SITUACION RESTAURANTE COMANDA EXPRESS

<b>ACTIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	
CAJA,BANCOS	\$ 3.750,00
INVERSIONES FINANCIERAS TEMPORALES	\$ 0,00
CTAS. Y DOCS. POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS	\$ 0,00
(-) PROVISION CUENTAS INCOBRABLES	\$ 0,00
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	\$ 0,00
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA (IVA)	\$ 0,00
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA (I. RENTA)	\$ 0,00
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	\$ 253,00
INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	\$ 0,00
INVENTARIO DE SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 4.747,00
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACEN	\$ 0,00
MERCADERIAS EN TRANSITO	\$ 0,00
INVENTARIO REPUESTOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	\$ 0,00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 8.750,00</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	
<b>ACTIVO FIJO TANGIBLE</b>	
TERRENOS	\$ 0,00
EDIFICIOS E INSTALACIONES	\$ 220.000,00
MAQUINARIAS, MUEBLES ENSERES Y EQUIPOS	\$ 15.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 2.000,00
VEHICULOS	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	\$ 0,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVO FIJO	\$ 0,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACELERADA ACTIVO FIJO	\$ 0,00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE</b>	<b>\$ 237.000,00</b>
<b>ACTIVO FIJO INTANGIBLE</b>	
MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE Y OTROS SIMILARES	\$ 0,00
(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	\$ 0,00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 237.000,00</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCION	\$ 0,00
GASTOS DE INVESTIGACION EXPLORACION Y OTROS	\$ 0,00
SALDO DEUDOR DE DIFERENCIAL CAMBIARIO	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 0,00
(-) AMORTIZACION ACUMULADA	\$ 0,00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>	
CUENTAS Y DOC POR COBRAR A LARGO PLAZO	\$ 0,00
(-) PROVISIONES INCOBRABLES	\$ 0,00
INVERSIONES A LARGO PLAZO	\$ 0,00
GASTOS ANTICIPADOS	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS	\$ 0,00
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>\$ 245.750,00</b>
ACTIVOS CONTINGENTES	\$ 0,00

<b>PASIVO</b>	
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES	\$ 253,00
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 0,00
PRESTAMOS DE SUCURSALES, ACCIONISTAS Y CASA MATRIZ	\$ 0,00
OBLIGACIONES	\$ 0,00
PROVISIONES A CORTO PLAZO	\$ 0,00
OTROS PASIVOS A CORTO PLAZO	\$ 0,00
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 253,00</b>
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES	\$ 0,00
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 0,00
PRESTAMOS DE SUCURSALES, ACCIONISTAS Y CASA MATRIZ	\$ 0,00
HIPOTECAS POR PAGAR	\$ 0,00
OBLIGACIONES EMITIDAS	\$ 0,00
PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	\$ 0,00
OTRAS PROVISIONES	\$ 0,00
OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 0,00
<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>PASIVO DIFERIDO</b>	
ANTICIPO CLIENTES	\$ 0,00
OTROS PASIVOS DIFERIDOS	\$ 0,00
<b>TOTAL PASIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>OTROS PASIVOS</b>	
INGRESOS ANTICIPADOS	\$ 0,00
OTROS PASIVOS	\$ 0,00
<b>TOTAL OTROS PASIVOS</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 253,00</b>
PASIVOS CONTINGENTES	\$ 0,00
<b>PATRIMONIO NETO</b>	
CAPITAL SUSCRITO	\$ 245.497,00
(-) CAPITAL SUSCRITO NO PAGADO, ACCIONES EN TESORERIA	\$ 0,00
APORTES DE SOCIOS O ACCIONISTAS PARA FUTURA CAPITALIZACION	\$ 0,00
RESERVAS	\$ 0,00
RESERVA DE CAPITAL	\$ 0,00
OTROS SUPERAVITS	\$ 0,00
UTILIDAD NO DISTRIBUIDA EJERCICIOS ANTERIORES	\$ 0,00
(-) PERDIDA ACUMULADA DE EJERCICIOS ANTERIORES	\$ 0,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 0,00
(-) PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 0,00
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>\$ 245.497,00</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 245.750,00</b>

### 7.2 INGRESOS Y EGRESOS COMANDA EXPRESS

	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	6429,00	6750,45	7830,52	6421,03	7255,76	6457,63	6328,48	7341,03	7047,39	6201,70	6108,68	6230,85
<b>COSTOS</b>												
<b>Sueldos y salarios</b>	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00	2630,00
<b>Servicio (10%)</b>	642,90	675,05	783,05	642,10	725,58	645,76	632,85	734,10	704,74	620,17	610,87	623,09
<b>Materia prima</b>	1270,00	1333,50	1546,86	1268,43	1433,32	1275,66	1250,14	1450,16	1392,16	1225,10	1206,72	1230,86
<b>Servicios básicos</b>	188,00	197,40	228,98	187,77	212,18	188,84	185,06	214,67	206,08	181,35	178,63	182,21
<b>UTILIDAD ANTES DE IVA</b>	1698,10	1914,51	2641,63	1692,73	2254,69	1717,37	1630,43	2312,09	2114,41	1545,08	1482,45	1564,70
<b>IVA (12%)</b>	771,48	810,05	939,66	770,52	870,69	774,92	759,42	880,92	845,69	744,20	733,04	747,70
<b>UTILIDAD</b>	926,62	1104,45	1701,96	922,21	1384,00	942,46	871,01	1431,17	1268,72	800,88	749,41	817,00
<b>IMPUESTO A LA RENTA (40%)</b>	1937,98											
<b>IMPUESTO TRABAJADORES (15%)</b>	1162,79											
<b>UTILIDAD FINAL</b>	4651,16											

### 7.3 VAN Y TIR

<b>VAN =</b>	<b>\$ 8.023,78</b>
<b>TIR =</b>	<b>102%</b>

**Nota:** La Tasa Interna de Retorno NO es la mejor herramienta para poder darse cuenta de la liquidez del negocio; una mejor guía otorga el Valor Actual Neto.

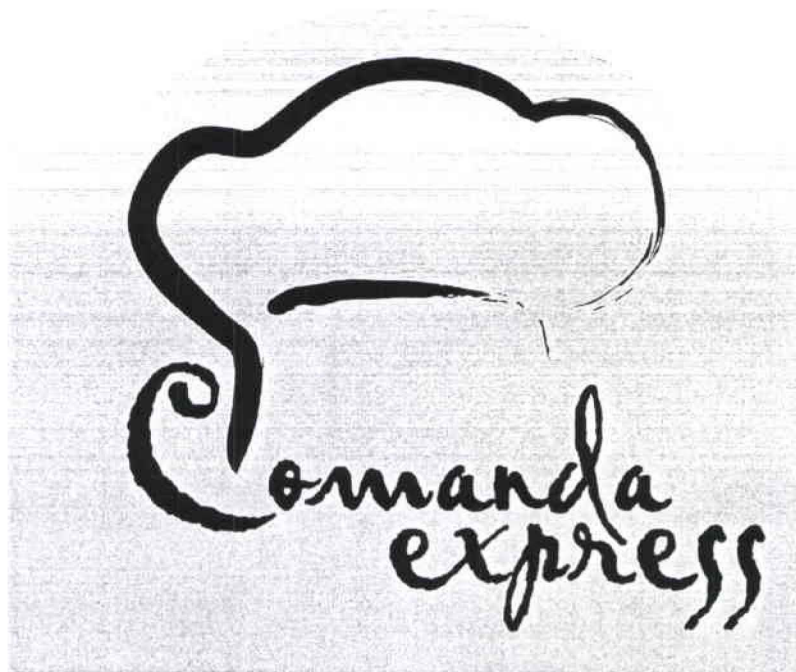


## 8. BIBLIOGRAFÍA

## BIBLIOGRAFÍA

- Bases de datos sobre información histórica del establecimiento.
- Libros:
  - **“Enciclopedia de hotelería y de restaurantes”**, Adolfo Scheel Mayenberger. EDINTER – Ediciones Internacionales. 1992
  - **“Dirigir con éxito un Restaurante”**, Domenec Biosca. Ediciones Gestión 2000, S.A; Barcelona, 2003.
  - **“Guía de servicios de restaurantes”**, Xavier García. Universidad de las Américas. 2003
  - **“Apuntes Control de Gestión de Hoteles y Restaurantes”**, Juan Calvache Balic. Universidad de las Américas. 2004
  - **“Apuntes Administración Estratégica de Servicios”**, Yamil Bermeo. Universidad de las Américas. 2004
  - **“Apuntes Investigación de Mercados”**, Fernando Andrade. Universidad de las Américas. 2004
  - **“Fundamentos de Administración Financiera”**, Scott Besley – Eugene F. Brigham. Mc. Graw Hill. 12ava. Edición.
- Folletos INEC





## **9. CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES

A través de la elaboración del estudio para el proyecto de “Reingeniería de la Imagen Corporativa y Concepto del Restaurante Tierras Altas”, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Cuando se presentan situaciones que, con el transcurso del tiempo van afectando la imagen de cualquier establecimiento, es necesario realizar cambios, tanto operativos como administrativos del mismo; como por ejemplo: cambio de nombre de la empresa, cambio de logotipo e isotipo, cambio de slogan, cambios en la decoración, etc., para de esta manera, presentarlo como un producto nuevo y/o mejorado.
- Se debe, de igual forma, realizar un estudio sobre las preferencias que tienen los consumidores respecto a los productos que se ofrecen, es decir, es necesario realizar una reingeniería del menú. Con esto, al mismo tiempo que se satisface la demanda del cliente, se pueden reducir costos, ya que no se mantienen en stock productos (materia prima) con poca o nula demanda.
- Luego de la implementación de los cambios, se debe planificar un buen programa de Relaciones Públicas y Publicidad, de tal manera que se pueda sacar provecho de la clientela fija que ya se tiene, así como lograr una mayor captación de mercado.

- Es necesario elaborar un manual de procedimientos, el cual debe ser asequible para todo el capital intelectual de la organización, para de esta forma, evitar errores en los procesos operativos, así como tener una guía para actuar de la manera más idónea con los consumidores y de igual manera las acciones a seguir en caso de presentarse alguna situación de riesgo.
- Luego del estudio realizado, se ha podido observar que los cambios propuestos serán beneficiosos para la empresa, no solo por el mejoramiento de la Imagen del establecimiento, sino por el aumento en la rentabilidad del mismo.



## **10. ANEXOS**





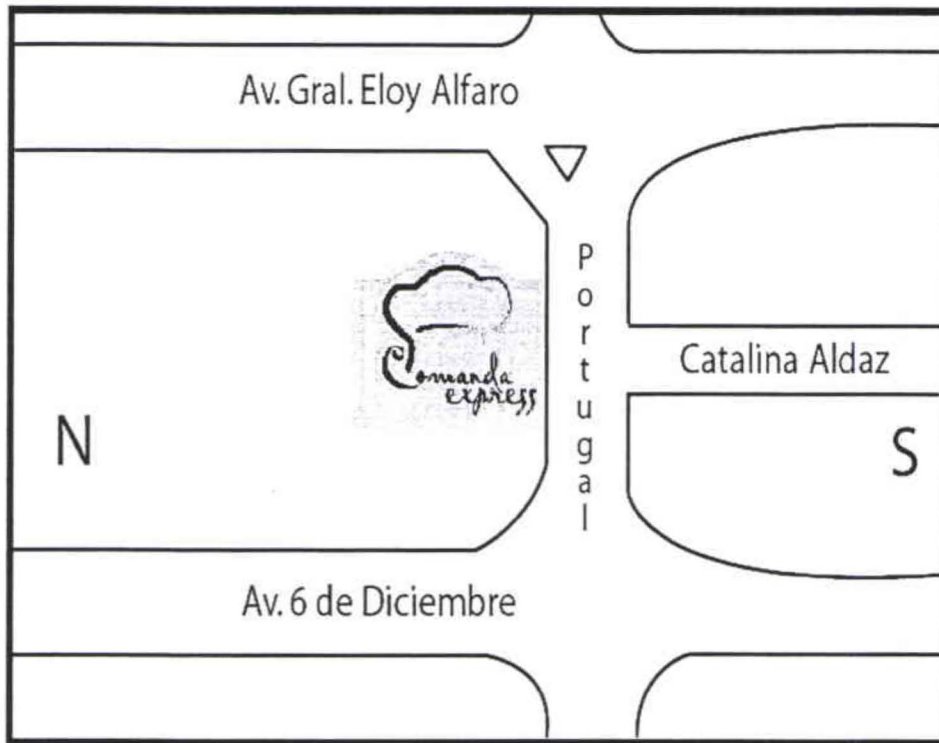
**10.1.1 ANEXO A1**

**CROQUIS DEL**

**ESTABLECIMIENTO**

*Comanda  
express*

## CROQUIS DEL ESTABLECIMIENTO



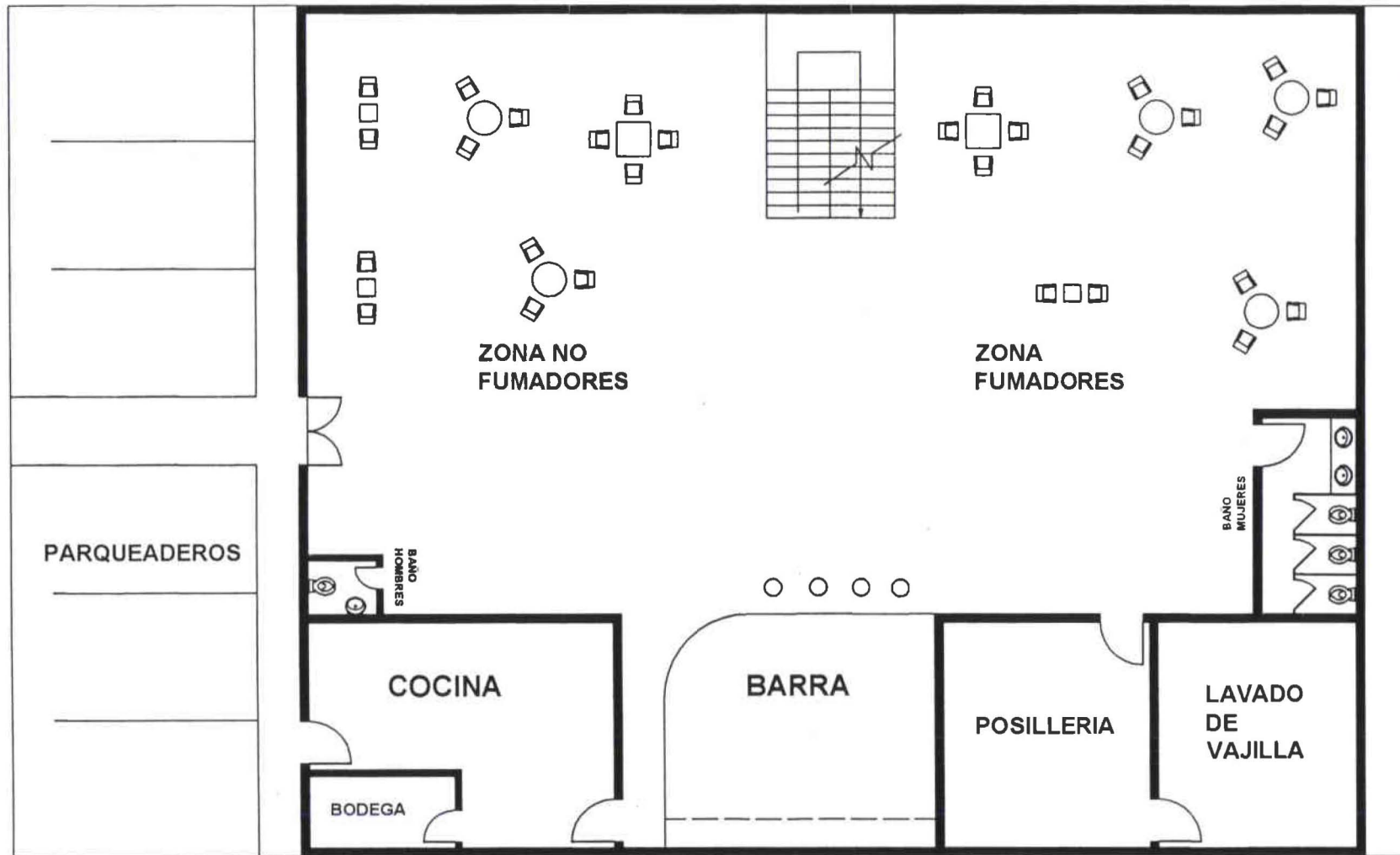


**10.1.2 ANEXO A2**

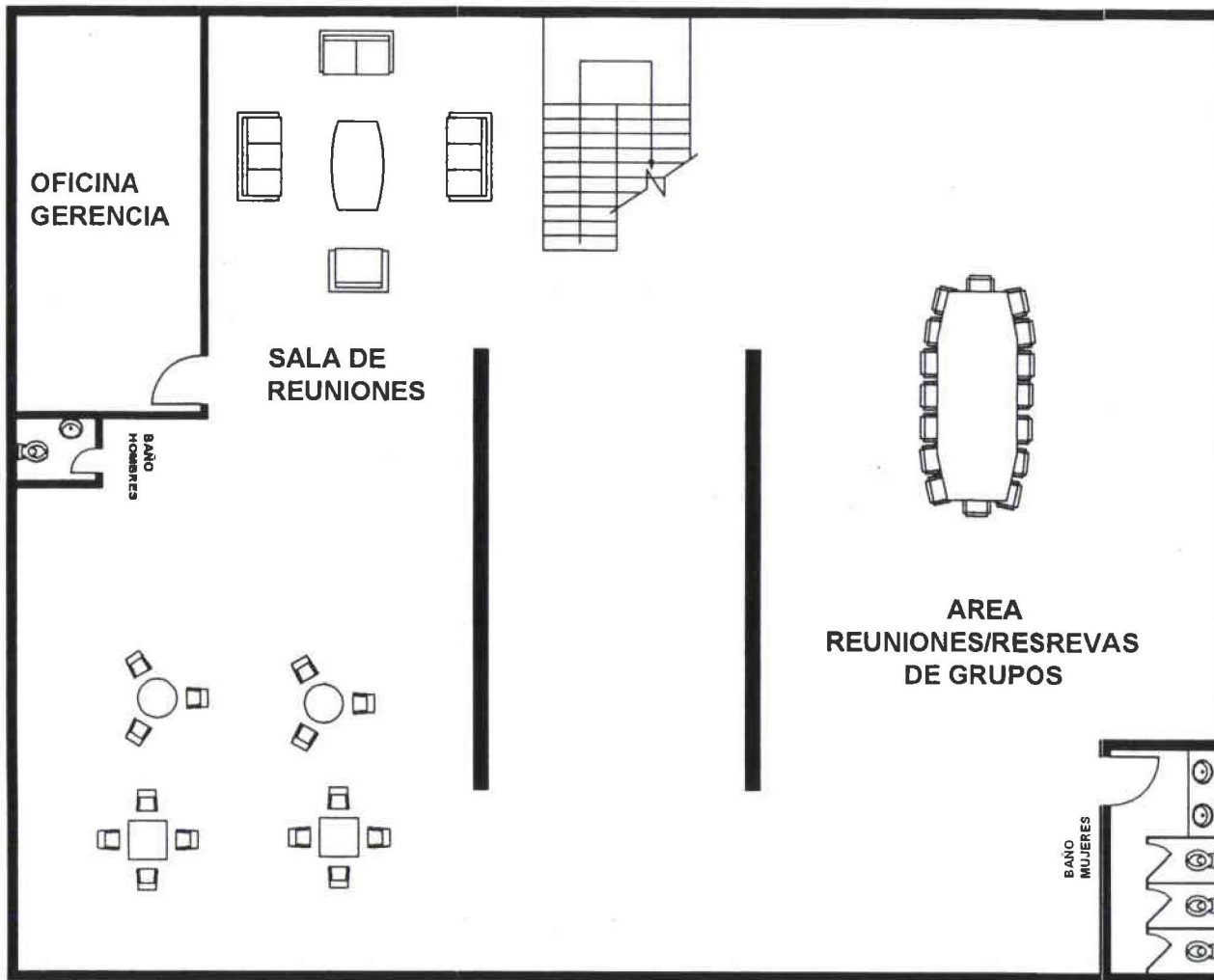
**PLANO INTERNO**

*Comanda  
express*

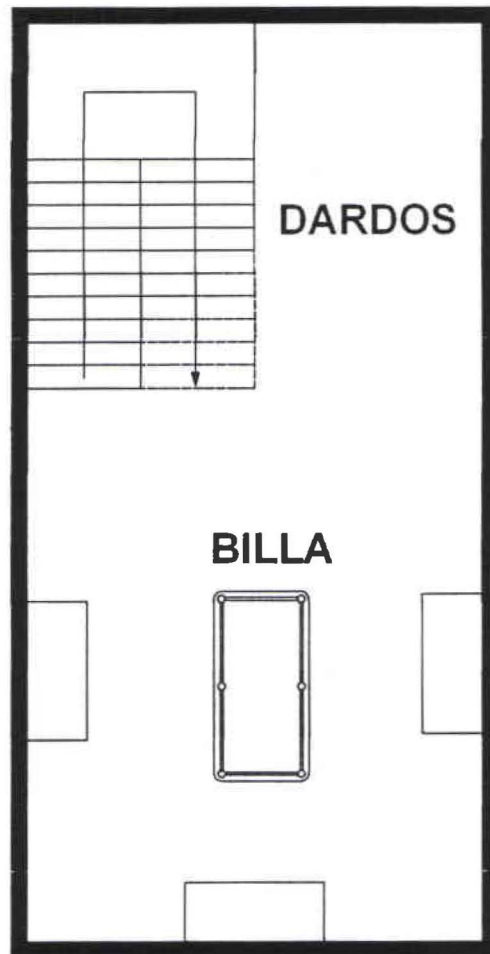




VISTA INTERNA PLANTA PRINCIPAL  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS



VISTA INTERNA PLANTA INFERIOR  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS



**VISTA INTERNA PLANTA SUPERIOR  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**



**10.2 ANEXO B**

**INVENTARIO TIERRAS ALTAS**

*Comanda  
express*

ITEM	CANTIDAD
<b>SALONES:</b>	
Mesas para cuatro personas	16
Mesas para seis personas	2
Mesas redondas dos personas	3
Sillones individuales	46
Sillones dos personas	4
Soportes de mesa	3
Taburetes	10
Mesa de centro	1
Sillas	16
Manteles	57
Caminos de tela	100
Servilletas de tela	200
Juegos de sal y pimienta	14
Cortinas grandes	2
Cuadros decoración	30
Adornos	18
Relojes de pared	3
Tablero dardos	2
Porta abrigos	1
Alfombras	2
Ceniceros grandes	5

Sillas de bebé	1
<b>ILUMINACIÓN Y SONIDO:</b>	
Lámparas colgantes	4
Pedestales	7
Plafones	3
Fluorescentes	3
Candelabros	25
Adornos florales chimenea	1
Parlantes	9
Sistema de alarma	1
Juego de ajedrez de cristal	1
Timbre clientes	1
<b>SALÓN BILLAR:</b>	
Mesa de billa	1
Tacos de billa	8
Ceniceros grandes	2
Bancos de madera	6
Timbre para clientes	1
<b>BANOS:</b>	
Dispensadores de toallas de papel	4
Toalleros	2
Toallas	10
Soportes papel higiénico	2

<b>EXTERIORES:</b>	
Mesa de jardín con vidrio	1
Sillas de jardín	4
Parasoles	2
Bancas	4
Juego de mesa y cuatro sillas	1
Macetas	8
Manguera	1
Podadora	1
Vasijas	5
Escalera	1
<b>ILUMINACIÓN EXTERIOR:</b>	
Reflectores y faros	15
Rótulo	1
Rótulo de neón	1
<b>OFICINA:</b>	
Escritorio	1
Telefax	1
Sillón de escritorio	1
Computadora Laptop Toshiba	1
Impresora Canon	1
Perforadora	1
Grapadora	2

Calculadora	2
Suministros de oficina	Varios
<b>BARRA:</b>	
Muebles grandes con divisiones	2
Televisión 29' Sony	1
Soporte televisión	2
Decodificador TV Cable	1
Control remoto	1
Caja registradora	1
Amplificadores	2
Consola CD's	2
Casetera	2
Mezclador	1
Audífono	1
Micrófono	1
Datafast	1
Rastrillador tarjetas de crédito	1
Identificador de llamadas	1
Refrigeradora dos puertas	1
Cafetera Industrial	1
Teléfono	1
Espejo decorativo	1
Regulador de voltaje	1



Porta discos	1
Discos compactos	120
Cafetera	2
Capuccinera	1
Bademeco	1
Coctelera	3
Vaso medidor	2
Destapadores	2
Porta vino	3
Dispensador agua	1
Nevera Budweiser	1
Botella decorativa Grant's	1
Juegos de mesa	Varios
Charoles grandes de madera	3
Charoles Marlboro	3
Porta caramelos	30
Ceniceros grandes	8
Ceniceros pequeños	30 aprox.
Pasa cuentas	40
Menús	40
Bancas	7
<b>ILUMINACIÓN BARRA:</b>	

Ojos de buey	6
Reflectores	3
Fluorecentes	3
<b>LICORES:</b>	
Licores	300 (Varias Marcas)
<b>CRISTALERIA:</b>	
Vasos cervecedores	50
Vasos gaseosa	80
Vasos de jugo	50
Vasos de whisky	35
Copas cóctel varias	70
Copas vino tinto	30
Copas vino blanco	45
Copas chocolate	10
Copas de helado	30
Tequileros	35
Copas milk shake	10
Recipientes (otros postres)	38
Otros vasos	30
Jarras grandes	9
Jarras medianas	5
Jarras pequeñas	4
Hieleras	8

Pinzas de hielo	12
Copas grandes caramelos	1
Floreros grandes	2
Floreros pequeños	4
<b>VAJILLA:</b>	
Platos grandes	120
Platos postre	40
Platos café	80
Platos tinto	10
Platos soperos	12
Platos consomé	20
Salceros	40
Tazas grandes	20
Tazas pequeñas	15
Platos ajillo	20
Platos ensaladas	20
Azucareros	5
<b>CUBERTERIA APROXIMADA:</b>	
Tenedores plato fuerte	200
Tenedores postre/ entrada	80
Cuchillos	200
Cuchillos carne	35
Cucharas soperas	30

Cucharitas	100
<b>COCINA Y POSILLERIA:</b>	
Frigorífico industrial dos puertas	1
Frigorífico pequeño	1
Congeladores	2
Cocina industrial cinco quemadores	1
Parrilla, plancha y freidora	1
Microondas	2
Mesas de acero inoxidable	5
Campana extractora	1
Horno eléctrico pequeño	1
Waflera	1
Licadoras	2
Batidoras	2
Cortadora de papas	1
Extintor de incendios	1
Foco calentador	1
Balanza electrónica	1
Tablas de picar	4
Ollas, sartenes y pailas	Varios
Olla de presión	1
Abre latas	1
Molino manual	1

Rallador	1
Moldes	5
Tazones y jarras plásticas	Varias
Coladores	Varios
Cuchillos, espátulas y rodillos	Varios
Tablas grandes	9
Tablas medianas	15
Tablas pequeñas	14
Canastas de pan	10
Canastas de plástico	Varias
Estantería de Vajilla (posillería)	1
Cilindro de gas con regulador	2
Pizarra tiza líquida	1
Mueble estación	1
Mesa comedor (personal)	1
Borradores tiza líquida	2
Jabas de colas grandes	7
Jabas de colas pequeña	14
Jabas cerveza	19
Servilleteros	4
Abrillantadora	1
Aspiradora	1



**10.3 ANEXO C**

**COSTEO DE PLATOS MENÚ**

**TIERRAS ALTAS**

*Camanda  
express*

PLATO	COSTO	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
Empanaditas de verde	\$0,10	\$2,40	\$2,30
Empanaditas de morocho	\$0,15	\$2,40	\$2,25
Champiñones al ajillo	\$0,25	\$2,60	\$2,35
Tortilla española	\$0,30	\$3,10	\$2,80
Mejillones al ajillo	\$0,60	\$3,10	\$2,50
Almejas al ajillo	\$0,63	\$3,10	\$2,47
Cocktail de camarones	\$1,60	\$5,70	\$4,10
Ceviche de champiñones	\$0,55	\$3,50	\$2,95
Ceviche de palmito	\$0,80	\$3,50	\$2,70
Ceviche de camarón	\$1,76	\$5,70	\$3,94
Locro de queso	\$0,80	\$3,50	\$2,70
Locro de cuero	\$0,84	\$3,50	\$2,66
Consomé de pollo	\$0,85	\$2,90	\$2,05
Sopa de cebollas a la francesa	\$0,78	\$3,90	\$3,12
Crema de champiñones	\$0,90	\$2,90	\$2,00
Crema de espárragos	\$1,00	\$2,90	\$1,90
Ensalada Highlands	\$0,85	\$3,90	\$3,05
Ensalada Brunoise	\$0,75	\$3,90	\$3,15
Ensalada de camarones	\$1,10	\$4,90	\$3,80
Ensalada fiorentina	\$0,50	\$2,90	\$2,40
Lomo maremonti	\$2,55	\$9,50	\$6,95
Lomo Highlands	\$1,60	\$7,90	\$6,30
Lomo a la pimienta	\$1,55	\$7,90	\$6,35
Lomo de buey a la sal	\$1,50	\$7,90	\$6,40
Lomo al arriero	\$1,70	\$7,90	\$6,20
Filet mignon	\$1,88	\$7,90	\$6,02
Cordon bleu	\$1,81	\$6,90	\$5,09
Milanesa BBQ	\$1,23	\$6,90	\$5,67
Highland mix	\$2,65	\$9,50	\$6,85
Chuletas BBQ	\$1,40	\$6,90	\$5,50
Chuletas a la hawaiana	\$1,35	\$6,90	\$5,55
Chuletas a la parrilla	\$1,26	\$6,90	\$5,64
Pollo con champiñones	\$1,00	\$5,90	\$4,90
Pollo a la húngara	\$1,10	\$5,90	\$4,80
Pollo a la parrilla	\$0,90	\$5,90	\$5,00
Langostinos a la plancha	\$5,45	\$15,50	\$10,05
Langostinos al ajillo	\$5,70	\$15,50	\$9,80
Camarones a la plancha	\$2,10	\$7,50	\$5,40
Camarones al ajillo	\$2,15	\$7,50	\$5,35
Camarones apanados	\$2,13	\$7,50	\$5,37
Trucha Costa Brava	\$2,55	\$7,90	\$5,35
Trucha a la Navarra	\$2,10	\$6,90	\$4,80
Trucha al ajillo	\$2,00	\$6,90	\$4,90
Corvina a la vasca	\$2,30	\$7,90	\$5,60
Corvina a las tres hierbas	\$1,80	\$6,90	\$5,10
Corvina Highlands	\$1,75	\$6,90	\$5,15
Salmón a la plancha	\$3,10	\$8,50	\$5,40

Fettuccine Alfredo	\$0,75	\$4,90	\$4,15
Fettuccine a la bolognesa	\$0,93	\$4,90	\$3,97
Fettuccine a la carbonara	\$0,79	\$4,90	\$4,11
Raviolis Alfredo	\$1,20	\$5,90	\$4,70
Raviolis a la bolognesa	\$1,35	\$5,90	\$4,55
Raviolis a la carbonara	\$1,26	\$5,90	\$4,64
Spaghetti del Pacifico	\$1,55	\$6,50	\$4,95
Ensalada de fusilli	\$0,90	\$4,90	\$4,00
Hamburguesa Highlands sencilla	\$0,73	\$3,90	\$3,17
Hamburguesa Highlands doble	\$0,88	\$4,90	\$4,02
Sanduche de milanese de pollo	\$1,00	\$3,90	\$2,90
Sanduche de jamón y queso	\$0,40	\$2,90	\$2,50
Sanduche de queso con o sin miel	\$0,26	\$2,50	\$2,24
Sanduche cubano	\$0,76	\$3,90	\$3,14
Tabla fría	\$1,20	\$5,90	\$4,70
Tabla Highlands	\$1,60	\$6,90	\$5,30
Tabla completa	\$1,80	\$7,90	\$6,10
Tabla BBQ wings	\$0,95	\$5,90	\$4,95
Tabla de nachos	\$0,70	\$4,60	\$3,90
Tabla de empanadas	\$0,70	\$4,80	\$4,10
Orden de papas fritas con salsa de champiñones	\$0,65	\$3,40	\$2,75
Orden de papas fritas	\$0,25	\$1,90	\$1,65
Orden de aceitunas	\$0,25	\$1,90	\$1,65
Orden de arroz blanco	\$0,05	\$1,00	\$0,95
Helados	\$0,60	\$2,80	\$2,20
Fresas con crema	\$0,80	\$2,80	\$2,00
Duraznos con crema	\$0,85	\$2,80	\$1,95
Marquesa helada	\$0,50	\$3,20	\$2,70
Zappi-zappi	\$0,43	\$3,20	\$2,77
Peach melba	\$1,05	\$2,80	\$1,75
Mousse de maracuyá	\$0,35	\$3,20	\$2,85
Gaseosas	\$0,10	\$1,20	\$1,10
Gaseosa dietética	\$0,15	\$1,40	\$1,25
Limonada	\$0,12	\$1,50	\$1,38
Jugos naturales	\$0,22	\$1,90	\$1,68
Agua mineral	\$0,27	\$1,20	\$0,93
Agua sin gas	\$0,20	\$1,20	\$1,00
Iced tea	\$0,12	\$1,50	\$1,38
Milk shake	\$0,60	\$2,90	\$2,30
Jarras de agua	\$0,10	\$2,30	\$2,20
Jarra de jugo	\$0,80	\$4,90	\$4,10
Jarra de limonada	\$0,48	\$3,90	\$3,42
Vino hervido	\$0,35	\$3,60	\$3,25
Canelazo	\$0,14	\$2,60	\$2,46
Chocolate Highlands	\$0,75	\$3,10	\$2,35
Chocolate francés	\$0,26	\$2,80	\$2,54
Capuccino	\$0,25	\$1,60	\$1,35



Mocaccino	\$0,28	\$1,60	\$1,32
Te	\$0,05	\$1,00	\$0,95
Café americano	\$0,11	\$1,00	\$0,89
Tinto	\$0,10	\$1,00	\$0,90
Espresso	\$0,10	\$1,00	\$0,90
Aromática	\$0,05	\$1,00	\$0,95
Irish coffee	\$0,60	\$2,90	\$2,30
Highlands coffee	\$0,65	\$2,90	\$2,25
Jamaican coffee	\$0,50	\$2,40	\$1,90
Cuban coffee	\$0,43	\$2,40	\$1,97
Russian coffee	\$0,48	\$2,40	\$1,92
Italian coffee	\$0,43	\$2,40	\$1,97
Carajillo	\$0,60	\$2,40	\$1,80
Raphael	\$1,00	\$3,20	\$2,20
Dubonnet	\$0,92	\$3,20	\$2,28
Jerez	\$1,02	\$3,20	\$2,18
Campari	\$0,78	\$3,20	\$2,42
Pisco control	\$0,53	\$3,20	\$2,67
Gran Marnier	\$1,08	\$3,90	\$2,82
Amaretto Di Saronno	\$1,03	\$3,90	\$2,87
Baileys	\$1,04	\$3,90	\$2,86
Cointreau	\$1,03	\$3,90	\$2,87
Drambuie	\$1,03	\$3,90	\$2,87
Frangelico	\$0,86	\$3,90	\$3,04
Kahlua	\$1,05	\$3,90	\$2,85
Amaretto	\$0,87	\$3,90	\$3,03
Sambuca	\$0,82	\$3,90	\$3,08
Chinchón	\$1,07	\$3,90	\$2,83
Espiritu del Ecuador	\$0,39	\$2,60	\$2,21
Casillero del Diablo Cavernet Sauv.	\$7,08	\$28,00	\$20,92
Casillero del Diablo Merlot	\$7,08	\$28,00	\$20,92
Casillero del Diablo Syrah	\$7,08	\$28,00	\$20,92
Casillero del Diablo Sauv. Blanc	\$7,08	\$28,00	\$20,92
Piat D´or Sauv. Blanc	\$7,00	\$28,00	\$21,00
Liebfraumilch Riesling	\$5,60	\$18,00	\$12,40
Viña Maipú Sauv. Blanc	\$2,78	\$16,00	\$13,22
Canepa Clásico Cavernet Sauv. (1/2 bot)	\$3,50	\$12,00	\$8,50
Canepa Clásico Sauv. Blanc (1/2)	\$3,50	\$12,00	\$8,50
Undurraga Cavernet Sauv. (1/4 bot)	\$1,30	\$6,00	\$4,70
Undurraga Sauv. Blanc (1/4 bot)	\$1,30	\$6,00	\$4,70
Jarra de Sangría	\$2,50	\$12,00	\$9,50
Media Jarra de Sangría	\$1,25	\$8,00	\$6,75
Cerveza Corona	\$1,13	\$2,80	\$1,67
Cerveza Budweiser	\$0,92	\$2,80	\$1,88
Cerveza Heineken	\$1,01	\$2,80	\$1,79
Cerveza Beck´s	\$1,11	\$2,80	\$1,69
Cerveza Highlands	\$0,60	\$1,90	\$1,30

Cerveza Pilsener	\$0,43	\$1,80	\$1,37
Cerveza Club	\$0,28	\$1,80	\$1,38
Manhattan	\$0,49	\$4,50	\$4,01
Padrino	\$0,70	\$4,50	\$3,80
Clavo Oxidado	\$0,95	\$4,90	\$3,95
Whisky Sour	\$0,80	\$4,90	\$4,10
Cuba Libre	\$0,30	\$3,00	\$2,70
Ron Tonic	\$0,30	\$3,00	\$2,70
Piña Colada	\$0,70	\$4,50	\$3,80
Conejo	\$0,74	\$4,50	\$3,76
Strawberry Frozen Daiquiri	\$0,65	\$3,90	\$3,25
Daiquiri	\$0,35	\$3,50	\$3,15
Camaleón	\$0,50	\$4,20	\$3,70
Medias de Seda	\$0,28	\$3,90	\$3,62
Ron Sour	\$0,35	\$3,50	\$3,15
Mojito Cubano	\$0,34	\$3,50	\$3,16
Bloody Mary	\$0,40	\$3,90	\$3,50
Destornillador	\$0,32	\$3,50	\$3,18
Vodka Martini	\$0,80	\$3,50	\$2,70
Ruso Negro	\$1,30	\$3,50	\$2,20
Madrina	\$0,60	\$3,50	\$2,90
Vodka Tonic	\$0,35	\$3,50	\$3,15
La Venganza de Rasputin	\$0,60	\$3,90	\$3,30
Cosmopolitan	\$0,65	\$3,90	\$3,25
Strawberry Margarita	\$0,60	\$3,90	\$3,30
Margarita	\$0,50	\$3,90	\$3,40
Tequila Sun Rise	\$0,70	\$3,90	\$3,20
Cucaracha	\$1,00	\$3,50	\$2,50
Martini Dry	\$0,85	\$4,10	\$3,25
Martini Dulce	\$0,83	\$4,10	\$3,27
Gin Alexander	\$0,55	\$4,10	\$3,55
Tom Collins	\$0,45	\$3,90	\$3,45
Pink Lady	\$0,43	\$3,90	\$3,47
Gin Tonic	\$0,35	\$3,90	\$3,55
Gin Sour	\$0,43	\$3,90	\$3,47
Long Island	\$1,15	\$4,30	\$3,15
Lecho Nupcial	\$1,07	\$4,30	\$3,23
Brandy Sour	\$0,65	\$3,90	\$2,25
Brandy Alexander	\$0,72	\$3,90	\$3,18
San Francisco	\$0,22	\$2,50	\$2,28
Shirley Temple	\$0,18	\$2,50	\$2,32
Fruit Punch	\$0,26	\$2,50	\$2,24
Johny Walker Black Label	\$34,20	\$72,00	\$37,80
Buchanan's	\$40,34	\$72,00	\$31,66
Old Parr	\$16,70	\$72,00	\$55,30
Chiva's Regal	\$35,78	\$72,00	\$36,22
Robbie Dhu	\$30,00	\$72,00	\$38,00
Jack Daniels	\$18,60	\$55,00	\$36,40

Johny Walker Red Label	\$15,10	\$52,00	\$36,90
Highlanders	\$11,20	\$45,00	\$33,80
Grant's	\$9,37	\$45,00	\$35,63
Something special	\$16,02	\$45,00	\$28,98
Bacardi Añejo	\$6,31	\$38,00	\$31,69
Bacardi Blanco	\$5,10	\$38,00	\$32,90
Bacardi Limón	\$6,34	\$38,00	\$31,66
Appleton state	\$7,37	\$38,00	\$38,63
Absolut	\$10,00	\$45,00	\$35,00
Finlandia	\$7,58	\$45,00	\$37,42
Camino real	\$13,55	\$50,00	\$36,45
Cuervo Oro	\$11,31	\$45,00	\$33,69
Néctar (colombiano)	\$6,08	\$28,00	\$21,92
Néctar Azul	\$6,08	\$32,00	\$25,92



**10.4 ANEXO D**

**CICLO DEL CLIENTE DE**

**COMANDA EXPRESS**

## DIAGRAMA DE FLUJO DEL ESTABLECIMIENTO

● **Diagrama de Flujo** es un mapa de los elementos que constituyen el proceso, es decir, el Tubo de Operaciones.

Se lo hace para mantener estándares, cuando se da retroalimentación, se puede determinar donde existe algún error para poder corregir.

### Diagrama de Flujo de Comanda Express.-

1. Reserva (Fax, teléfono, mail,...) → Alimentar base de datos
2. Llegada del cliente
3. Bienvenida por parte del portero
4. Atención por parte de Hostess → Bienvenida, acompañar a la mesa, entrega del menú
5. Atención de Mesero → Toma de pedido, poner agua en la copas, entrega de cortesías y servicio de platos, retirar platos, toma de pedido de postres y/o bajativos, etc., entrega de los mismos.
6. Entrega de factura
7. Pago
8. Salida del cliente



**10.5 ANEXO E**

**PAPELERIA**

*Amanda  
express*



**10.5.1 ANEXO E1**

**HOJA MEMBRETADA**

*Amanda  
express*



irresistiblemente delicioso...





**10.5.2 ANEXO E2**

**SOBRE**

*Amanda  
express*



irresistiblemente delicioso...

Portugal 572 y Catalina Aldez  
Reservaciones:  
244 7831  
QUITO - ECUADOR



**10.5.3 ANEXO E3**

**TARJETAS DE PRESENTACIÓN**

*Comanda  
express*



INSTITUTO MINTI OLIARIO...

**Gina Hidalgo**  
GERENTE GENERAL

Portugal 572 y Catalina Aldaz  
Reservaciones:  
244 7831



INSTITUTO MINTI OLIARIO...

**Juan Saños**  
CHEF

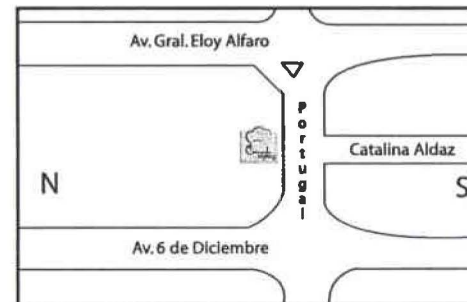
Portugal 572 y Catalina Aldaz  
Reservaciones:  
244 7831



INSTITUTO MINTI OLIARIO...

**John Hidalgo**  
SUPERVISOR DE RESTAURANTE

Portugal 572 y Catalina Aldaz  
Reservaciones:  
244 7831





**10.5.4 ANEXO E4**

**COMANDA**

*Comanda  
express*





**10.5.5 ANEXO E5**

**FACTURA**

*Amanda  
express*



Dirección: Portugal #572 y Catalina Aldaz  
Telf.: (593 2) 244 7831  
RUC: \_\_\_\_\_  
Quito - Ecuador

### FACTURA

Serie: 001 - 001  
Autorización: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

CLIENTE: \_\_\_\_\_ RUC: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ TELF.: \_\_\_\_\_

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNITARIO	TOTAL \$

Son: _____ _____ Dólares	Subtotal \$	
	Descuento %	
	IVA %	
	IVA 0%	
	TOTAL \$	

Mesero		CONDICIONES DE PAGO	Cheque N°	Banco
Código				
FIRMA	Contado			
	Crédito			
	TOTAL			

Me comprometo a pagar al (a) Señor (a) \_\_\_\_\_  
Si hubiera lugar a reclamo judicial por razones de esta negociación, me someto a los jueces de la ciudad de \_\_\_\_\_  
lugar de domicilio del vendedor, y a tramitar la causa por la vía verbal sumaria o ejecutiva a elección del actor.

\_\_\_\_\_ FIRMA AUTORIZADA \_\_\_\_\_ ACEPTO CLIENTE





**10.5.6 ANEXO E6**

**COMPROBANTE DE INGRESOS**

*Amanda  
express*



Dirección: Portugal #572 y Catalina Aldaz  
Telf.: (593 2) 244 7831  
RUC: .....  
Quito - Ecuador

### COMPROBANTE DE INGRESO

0001

FECHA: _____ POR: _____			
CLIENTE: _____			
CANCELACIÓN FACTURA Nº: _____			
ABONO FACTURA Nº: _____			
Banco	Cheque Nº	Cta. Cte.	Efectivo
CÓDIGO	DETALLE	DEBE	HABER
	Suman:		
Recibí Conforme			
C.I. _____			
Elaborado	Aprobado	Contabilizado	



**10.5.7 ANEXO E7**

**COMPROBANTE DE EGRESOS**

*Comanda  
express*



Dirección: Portugal #572 y Catalina Aldaz  
Telf.: (593 2) 244 7831  
RUC: .....  
Quito - Ecuador

COMPROBANTE DE EGRESO

0001

POR:			
PAGUESE A LA ORDEN DE:			
LA SUMA DE:			
CIUDAD Y FECHA:			
Banco	Cheque N°	Cta. Cte.	Efectivo
CÓDIGO	DETALLE	DEBE	HABER
	Suman:		
Recibí Conforme			
C.I. _____			
Elaborado	Aprobado	Contabilizado	



**10.5.8 ANEXO E7**

**LISTADO DE PEDIDOS**

*Comanda  
express*



Dirección: Portugal #572 y Catalina Aldaz  
Telf.: (593 2) 244 7831  
RUC: .....  
Quito - Ecuador

LISTADO DE PEDIDO

0001

NOMBRE: _____	No. DE PEDIDO: _____
FECHA: _____	FECHA DE ENTREGA: _____
HORA: _____	

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PROVEEDOR	PRECIO	MONTO
Total:				
Instrucciones Especiales: _____				
Recibido por: _____				
Proveedor		Recibí conforme		



**10.6 ANEXO F**

**MENÚ TIERRAS ALTAS**

*Amanda  
express*



**¡La mejor cocina  
Nacional e Internacional!!**

Consumo mínimo para cancelar con tarjeta de crédito US\$20  
Agradecemos su comprensión

Portugal E11-37 y Catalina Aldaz Tel. 244 7831 Quito Ecuador



### ENTRADAS (APPETIZERS)

Empanaditas de verde (2) (Green Bannana turn over).....	2,40
Empanaditas de morocho (2) (White corn turn over).....	2,40
Champiñones al Ajillo (Mushrooms in garlic sauce).....	2,60
Tortilla Española (Spanish Omelette).....	3,10
Mejillones al Ajillo (Musseles in garlic sauce).....	3,10
Almejas al Ajillo (Clams in garlic sauce).....	3,10
Cocktel de Camarones (Shrimps Cocktail).....	5,70
Ceviche de Champiñones (Mushrooms Ceviche).....	3,50
Ceviche de Palmito (Palm Heart Ceviche).....	3,50
Ceviche de Camaròn (Shrimp Ceviche).....	5,70

### SOPAS Y CREMAS (SOUPS AND CREAMS)

Locro de queso (Potatoe soup with cheese).....	3,50
Locro de cuero (Potatoe soup with cuero).....	3,50
Consomè de Pollo (Chicken soup).....	2,90
Sopa de cebollas a la francesa (Onions soup).....	3,90
Crema de Champiñones (Mushrooms cream).....	2,90
Crema de Espàrragos (Sparragus cream).....	2,90

### ENSALADAS (SALADS)

<b>HIGHLANDS:</b> Jamòn, champiñones, queso, aceitunas, lechuga, tomate (Ham,mushrooms, cheese,olives,lettuce,onions,vinaigrette).....	3,90
<b>BURNOIS:</b> Champiñones, lechuga, tomate, palmitos, espàrragos y choclitos (Mushrooms, lettuce, tomatoe sparragus and baby corn).....	3,90
<b>ENSALADA DE CAMARONES:</b> Camarones, lechuga, cebolla, vinagre (Shrimps, lettuce, onions, vinager).....	4,90
<b>FIorentina:</b> Apio, champiñones, paiteña, pimienta, aceitunas con vinagreta (Celery, mushrooms, onions, olives with vinaigrette).....	2,90

### PLATOS FUERTES (MAIN DISHES)

#### CARNES (MEATS)

#### NUESTRA ESPECIALIDAD:

<b>LOMO MAREMONTI:</b> Filet Mignon con mejillones, camaròn, calamar y almejas con brandy, al vino blanco (Filet mignon with shellfish sauce, brandy and white wine).....	9,50
<b>LOMO HIGHLANDS:</b> Lomo rebosado de pimienta, preparado con salsa de vino tinto (Steak with pepper prepared in red wine sauce).....	7,90
<b>LOMO A LA PIMIENTA:</b> Lomo a la plancha con salsa de pimienta (Grilled Steak in pepper sauce)	7,90
<b>LOMO DE BUEY A LA SAL:</b> Entrecote de lomo rebosado con sal gorda a la parrilla (Broiled sirloin steak in fat salt).....	7,90
<b>LOMO AL ARRIERO:</b> Lomo con ojeulas de ajo en salsa de vino blanco y aceite de oliva (Steak in garlic sauce with white wine and olive oil).....	7,90
<b>FILET MIGNON:</b> Lomo fino con borde de tocino a la plancha y salsa de champiñones.....	7,90
<b>CORDON BLUE:</b> Lomo de res enrollado y apanado con jamòn y queso mozzarella en salsa de champiñones.....	6,90
<b>MILANESA BBQ:</b> Filete de lomo apanado en salsa BBQ y jamòn (Egg breaded steak in BBQ sauce).....	6,90
<b>HIGHLANDS MIX:</b> Camaròn Jumbo y lomo a la parrilla con salsa wolf y salsa chimichurri (Jumbo shrimps and grilled steak with wolf and chimichurri sauce).....	9,50
<b>CHULETAS A LA BBQ:</b> Chuletas de cerdo ahumadas en salsa BBQ (Pork chops in BBQ sauce)	6,90
<b>CHULETAS A LA HAWAINA:</b> Chuletas de cerdo ahumadas en salsa de piña y durazno (Pork chops with pineapple and peach sauce).....	6,90
<b>CHULETAS A LA PARRILLA:</b> Chuletas de cerdo a la parrilla con salsa chimichurri .....	6,90

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS

## POLLOS (CHICKEN)

<b>POLLO CON CHAMPIÑONES:</b> Pechuga de pollo a la plancha con salsa de champiñones (Grilled chicken breast with mushrooms suce).....	5,90
<b>POLLO A LA HUNGARA:</b> Muslos de pollo a la plancha con salsa paprika, crema, pimiento y cebolla (Grilled things in paprika sauce, cream and onions).....	5,90
<b>POLLO A LA PARRILLA:</b> Muslo de pollo a la parrilla con salsa chimichurri.....	5,90

## MARISCOS Y PESCADOS (SHELLFISH AND FISCH)

<b>LANGOSTINOS A LA PLANCHA</b> (Grilled Prawns).....	15,50
<b>LANGOSTINOS AL AJILLO</b> (Prawns in garlic sauce).....	15,50
<b>CAMARONES A LA PLANCHA</b> (Grilled shrimps).....	7,50
<b>CAMARONES AL AJILLO</b> (Shrimps in garlic sauce).....	7,50
<b>CAMARONES APANADOS</b> (Egg breaded shrimps).....	7,50
<b>TRUCHA COSTA BRAVA:</b> Trucha deshuesada con mejillones, camaròn, calamar y almejas con brandy, al vino blanco (Boneless trout in shellfish sauce with brandy and wine sauce).....	7,90
<b>TRUCHA A LA NAVARRA:</b> Trucha entera deshuesada con jamòn y tocino en salsa al ajillo (Boneless trout with ham, bacon in garlic sauce).....	6,90
<b>TRUCHA AL AJILLO:</b> Trucha entera deshuesada al ajillo (Boneless trout in garlic sauce).....	6,90
<b>CORVINA A LA VASCA:</b> Corvina con mejillones, camaròn, calamar y almejas con brandy al vino blanco (Broiled bass with shellfish sauce with brandy and white wine).....	7,90
<b>CORVINA A LAS TRES HIERBAS:</b> Filete de corvina con estragòn, orègano y tomillo (Broiled bass in three herbs).....	6,90
<b>CORVINA HIGHLANDS:</b> Filete de corvina apanada en salsa tàrtara (Egg breaded bass in tartar sauce).....	6,90
<b>SALMON A LA PLANCHA:</b> Salmòn a la plancha napado en crema de estragòn, eneldo y romero (Grilled salmon with dill sauce).....	8,50

**NOTA:** Todas las carnes, pollos y mariscos vienen con guarniciones de papas fritas, puré de papa, croqueta o papa parisina y ensalada.

## PASTAS

<b>FETTUCCHINE:</b> En salsa Alfredo, Bolognesa o a la Carbonara.....	4,90
<b>RAVIOLIS:</b> En salsa Alfredo, Bolognesa o a la Carbonara.....	5,90
<b>SPAGUETTI DEL PACIFICO:</b> Con camaròn y calamar en salsa de crema al vino (Spaguetti with shellfish sauce).....	6,50
<b>ENSALADA DE FUSILLI:</b> Fusilli, aceitunas negras y verdes, pimientos, alcaparras aderezada en vinagreta de oliva y manzana.....	4,90

## HAMBURGUESAS Y SANDUCHES

<b>HAMBURGUESA HIGHLANDS SENCILLA:</b> Hamburguesa de res con queso derretido, salsa de champiñones con tocino o salsa BBQ, lechuga y tomate.....	3,90
<b>HAMBURGUESA HIGHLANDS DOBLE:</b> Doble hamburguesa de res con queso derretido, salsa de champiñones con tocino o salsa BBQ, lechuga y tomate.....	4,90
<b>SANDUCHE DE MILANESA DE POLLO:</b> Filete de pechuga de pollo apanado con queso derretido, lechuga y tomate.....	3,90
<b>SANDUCHE DE JAMON Y QUESO:</b> Doble jamòn y queso derretido en tres rebanadas de pan.....	2,90
<b>SANDUCHE DE QUESO CON O SIN MIEL:</b> Doble queso derretido en tres rebanadas de pan.....	2,50
<b>SANDUCHE CUBANO:</b> Jamòn, salami de ajo, queso maduro, pickles, lechuga y tomate con salsa de crema y mostaza.....	3,90

**NOTA:** Las hamburguesas y sànduches ( excepto el sànduche de queso y cubano ) vienen acompañados con porción de papas fritas.

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS

## PICADITAS TIERRAS ALTAS

### TABLA FRIA

Quesos Cheddar, Andino, Holandès, Jamòn, Salami de ajo, Salami ahumado y Aceitunas..... 5,90

### TABLA HIGHLANDS ( MEDALLONES DE FILET MIGNON O DE POLLO )

Mini lomitos con borde de tocino acompañados con papas fritas y salsa de champiñones..... 6,90

### TABLA COMPLETA

Empanadas de morocho, empanadas de verde, chorizo español, chorizo argentino y tortilla española..... 7,90

### TABLA BBQ WINGS

Alitas de pollo marinadas en salsa BBQ con papas fritas..... 5,90

### TABLA DE NACHOS

Nachos con guacamole, queso y chili con carne..... 4,60

### TABLA DE EMPANADAS ( 6 )

Empanada de morocho, empanadas de verde o mixta..... 4,80

### ORDEN DE PAPAS FRITAS CON SALSA DE CHAMPIÑONES

(French fries with mushrooms sauce)..... 3,40

ORDEN DE PAPAS FRITAS..... 1,90

ORDEN DE ACEITUNAS..... 1,90

ORDEN DE ARROZ BLANCO..... 1,00

**NOTA: Todas nuestras tablas pueden ir acompañadas con salsa tàrtara, wolf, vinagreta, BBQ y chimichurri.**

## POSTRES ( DESSERTS )

### HELADOS

Tres bolitas de helado de diferentes sabores con salsa de chocolate o fresa..... 2,80

**FRESAS CON CREMA:** Fresas en mitades cubiertas con crema chantilly..... 2,80

**DURAZNOS CON CREMA:** Duraznos al jugo cubiertos con crema chantilly..... 2,80

**MARQUESA HELADA:** Torta helada de varios sabores..... 3,20

**ZAPPI-ZAPI:** Helado de limòn con cobertura de galleta..... 3,20

**PEACH MELBA:** Duraznos al jugo, helado de vainilla y salsa de chocolate..... 2,80

**MOUSSE DE MARACUYA:** Servido sobre coulis de mora o maracuyà..... 3,20

**ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS**

### BEBIDAS FRIAS ( COLD BEVERAGES )

GASEOSAS: (Coca cola, Fanta, Sprite, Manzana, Fresa ).....	1,20
GASEOSA DIETETICA.....	1,40
LIMONADA.....	1,50
JUGOS NATURALES: (Guanàbana, naranja, mora, naranjilla, tomate de àrbol, piña).....	1,90
AGUA MINERAL.....	1,20
AGUA SIN GAS.....	1,20
ICED TEA.....	1,50
MILK SHAKE : (Frutilla, coco, chocolate, guanàbana, mora ).....	2,90
JARRA DE AGUA MINERAL, AGUA NATURAL, AGUA TONICA.....	2,30
JARRA DE JUGO.....	4,90
JARRA DE LIMONADA.....	3,90

### BEBIDAS CALIENTES ( WARM BEVERAGES )

VINO HERVIDO: Vino tinto, zumo de limòn, zumo de naranja, canela, azùcar y clavo de olor...	3,60
CANELAZO: .....	2,60
CHOCOLATE HIGHLANDS: Cocolate, amareto, whisky y crema chantilly.....	3,10
CHOCOLATE FRANCES: Chocolate, queso en trocitos, crema chantilly y canela.....	2,80
CAPUCCINO: Cafè, espuma de leche , crema chantilly y canela.....	1,60
MOCACCINO: Cafè, chocolate, espuma de leche, crema chantilly y cocoa.....	1,60
TE.....	1,00
CAFÉ AMERICANO.....	1,00
TINTO.....	1,00
ESPRESSO.....	1,00
AROMATICA.....	1,00

### CAFÉ CON LICORES ( LIQUOR COFFE )

IRISH COFFEE: Cafè, whisky, crema chantilly y azùcar.....	2,90
HIGHLANDS COFFEE: Cafè, leche condensada, brandy, kahlua y crema chantilly.....	2,90
JAMAICAN COFFEE: Cafè con kahlua.....	2,40
CUBAN COFFEE: Cafè con ron.....	2,40
RUSSIAN COFFEE: Cafè con vodka.....	2,40
ITALIAN COFFEE: Cafè con amareto.....	2,40
CARAJILLO: Cafè con brandy.....	2,40

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS

APERITIVOS, BAJATIVOS, VINOS Y CERVEZAS

APERITIVOS

RAPHAEL.....	3,20
DUBONNET.....	3,20
JEREZ.....	3,20
CAMPARI.....	3,20
PISCO CONTROL.....	3,20

BAJATIVOS

GRAN MARNIER.....	3,90
AMARETTO DI SARONNO.....	3,90
BAILEYS.....	3,90
COINTREAU.....	3,90
DRAMBUIE.....	3,90
FRANGELICO.....	3,90
KAHLUA.....	3,90
AMARETO.....	3,90
SAMBUCA.....	3,90
CHINCHON.....	3,90
ESPPIRITU DE ECUADOR.....	2,60

VINOS

TINTOS:

CASILLERO DEL DIABLO, CAVERNET SAUVIGNON.....	28,00
CASILLERO DEL DIABLO, MERLOT.....	28,00
CASILLERO DEL DIABLO, SYRAH.....	28,00

BLANCOS

CASILLERO DEL DIABLO, SAUVIGNON BLANC.....	28,00
PIAT D'OR, SAUVIGNON BLANC.....	28,00
LIEBFRAUMILCH, RIESLING.....	18,00
VIÑA MAIPO, SAUVIGNON BLANC/CHARDONNAY.....	16,00

1/2 BOTELLAS

CANEPA CLASICO, CAVERNET SAUVIGNON.....	12,00
CANEPA CLASICO, SAUVIGNON BLANC.....	12,00

1/4 BOTELLA

UNDURRAGA, CABERNET SAUVIGNON.....	6,00
UNDURRAGA, SAUVIGNON BLANC.....	6,00

JARRA DE SANGRIA.....	12,00
MEDIA JARRA DE SANGRIA.....	8,00

CERVEZA

CORONA.....	2,80
BUDWEISER.....	2,80
HEINEKEN.....	2,80
BECKS.....	2,80
CERVEZA HIGHLANDS (VERDE) (Pilsener con Curacao azul).....	1,90
PILSENER.....	1,80
PILSENER LIGHT.....	1,80
CLUB.....	1,80

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS

## COCTAILS

### CON WHISKY

MANHATTAN: Whisky, vermouth rojo dulce, rodaja de piña, limòn , naranja.....	4,50
PADRINO: Whisky, amareto.....	4,50
CLAVO OXIDADO: Whisky, drambuie.....	4,90
WHISKY SOUR: Whisky Bourbon, limòn, clara de huevo, jarabe de goma.....	4,90

### CON RON

CUBA LIBRE: Ron, gaseosa, limòn.....	3,00
RON TONIC: Ron , agua tònica.....	3,00
PIÑA COLADA: Ron, jugo de piña, helado de coco, malibù.....	4,50
CONEJO: Ron, advocaat, helado de vainilla, granadina, jugo de naranja.....	4,50
STRAWBERRY FROZEN DAIQUIRI: Ron, frutillas, limòn y azùcar.....	3,90
DAIQUIRI: Ron, limòn y azùcar.....	3,50
CAMALEON: Ron, Curacao azul, jugo de naranja.....	4,20
MEDIAS DE SEDA: Ron, leche condensada y granadina.....	3,90
RON SOUR: Ron, jugo de limòn, jarabe de goma, clara de huevo.....	3,50
MOJITO CUBANO: Ron, yerbabuena, jarabe y gaseosa.....	3,50

### CON VODKA

BLOODY MARY: Vodka, jugo de tomate, sal, pimienta, tabasco y apio.....	3,90
DESTORNILLADOR: Vodka y jugo de naranja.....	3,50
VODKA MARTINI: Vodka, vermouth extra dry, aceituna.....	3,50
RUSO NEGRO: Vodka, kahlua.....	3,50
MADRINA: Vodka y amareto.....	3,50
VODKA TONIC: Vodka y agua tònica.....	3,50
LA VENGANZA DE RASPUTIN: Vodka, curacao azul, ron, limòn y gaseosa.....	3,90
COSMOPOLITAN: Vodka, triple sec, limòn y granadina.....	3,90

### CON TEQUILA

STRAWBERRY MARGARITA: Tequila, jugo de frutillas, triple sec, limòn.....	3,90
MARGARITA: Tequila, limòn, triple sec.....	3,90
TEQUILA SUNRISE: Tequila, jugo de naranja, jugo de piña, granadina, crema de cassis.....	3,90
CUCARACHA: Tequila, kahlua, encendido.....	3,50

### CON GIN

MARTINI DRY: Gin, vermouth extra dry, aceituna.....	4,10
MARTINI DULCE: Gin, vermouth rojo.....	4,10
GIN ALEXANDER: Gin, crema de cacao, crema chantilly.....	4,10
TOM COLLINS: Gin, granadina, limòn, agua mineral.....	3,90
PINK LADY: Gin ,granadina, crema chantilly.....	3,90
GIN TONIC: Gin, agua tònica.....	3,90
GIN SOUR: Gin, jugo de limòn, jarabe de goma, clara de huevo.....	3,90

### VARIOS

LONG ISLAND: Gin, Vodka, ron, triple sec, tequila, gaseosa, limòn.....	4,30
LECHO NUPCIAL: Brandy, cointreau, ron, jugo de limòn.....	4,30
BRANDY SOUR: Brandy, clara de huevo, jugo de limòn, jarabe de goma.....	3,90
PISCO SOUR: Pisco, clara de huevo, jugo de limòn y azùcar.....	3,90
BRANDY ALEXANDER: Brandy, crema de cacao, crema chantilly.....	3,90

### SIN ALCOHOL

SAN FRANCISCO: Jugo de naranja, jugo de piña y granadina.....	2,50
SHIRLEY TEMPLE: Jugo de limòn, agua mineral y granadina.....	2,50
FRUIT PUNCH: Jugo de frutilla, jugo de piña, jugo de naranja y limòn.....	2,50

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS

## LOS LICORES EN TIERRAS ALTAS

	NORMAL (2 ONZAS)	1/2 BOTELLA	BOTELLA
<b>WHISKY 12 AÑOS</b>			
JOHNNIE WALKER BLACK LABEL.....	5,20	40,00	72,00
BUCHANAN'S.....	5,20	40,00	72,00
OLD PARR.....	5,20	40,00	72,00
CHIVAS REGAL.....	5,20	40,00	72,00
ROBBIE DHU.....	5,20	40,00	72,00
<b>OTROS</b>			
JACK DANIELS.....	4,50	30,00	55,00
JOHNNIE WALKER RED LABEL.....	4,00	29,00	52,00
HIGHLANDERS.....	3,50	26,00	45,00
GRANT'S.....	3,50	26,00	45,00
SOMETHING SPECIAL.....	3,50	26,00	45,00
<b>RON</b>			
BACARDI AÑEJO.....	3,00	20,00	38,00
BACARDI BLANCO.....	3,00	20,00	38,00
BACARDI LIMON.....	3,00	20,00	38,00
APPLETON STATE.....	3,00	20,00	38,00
<b>VODKA</b>			
ABSOLUT.....	3,50	26,00	45,00
FINLANDIA.....	3,50	26,00	45,00
NEMIROFF.....	2,50	18,00	
<b>GIN</b>			
BOMBAY.....	3,90		
GORDONS.....	3,90		
TANQUERAY.....	3,90		
<b>TEQUILA</b>			
CAMINO REAL.....	3,90		50,00
CUERVO ORO.....	3,50	26,00	45,00
<b>AGUARDIENTE</b>			
NECTAR (COLOMBIANO).....	2,50		28,00
NECTAR AZUL.....	2,90		32,00
<b>BRANDY</b>			
GRAN DUQUE DE ALBA.....	7,00		
CARDENAL MENDOZA.....	7,00		
<b>COGÑAC</b>			
NAPOLEON COURVOISIER V.S.O.P.....	7,00		
NAPOLEON COURVOISIER V.S.....	6,00		

**NOTA:** Cada botella viene acompañada de dos jarras de jugo, agua tónica, agua mineral o gaseosa.

\* Jarra de agua mineral, agua tónica o gaseosa. 2,30

**ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS**



**10.7 ANEXO G**

**MENÚ COMANDA EXPRESS**

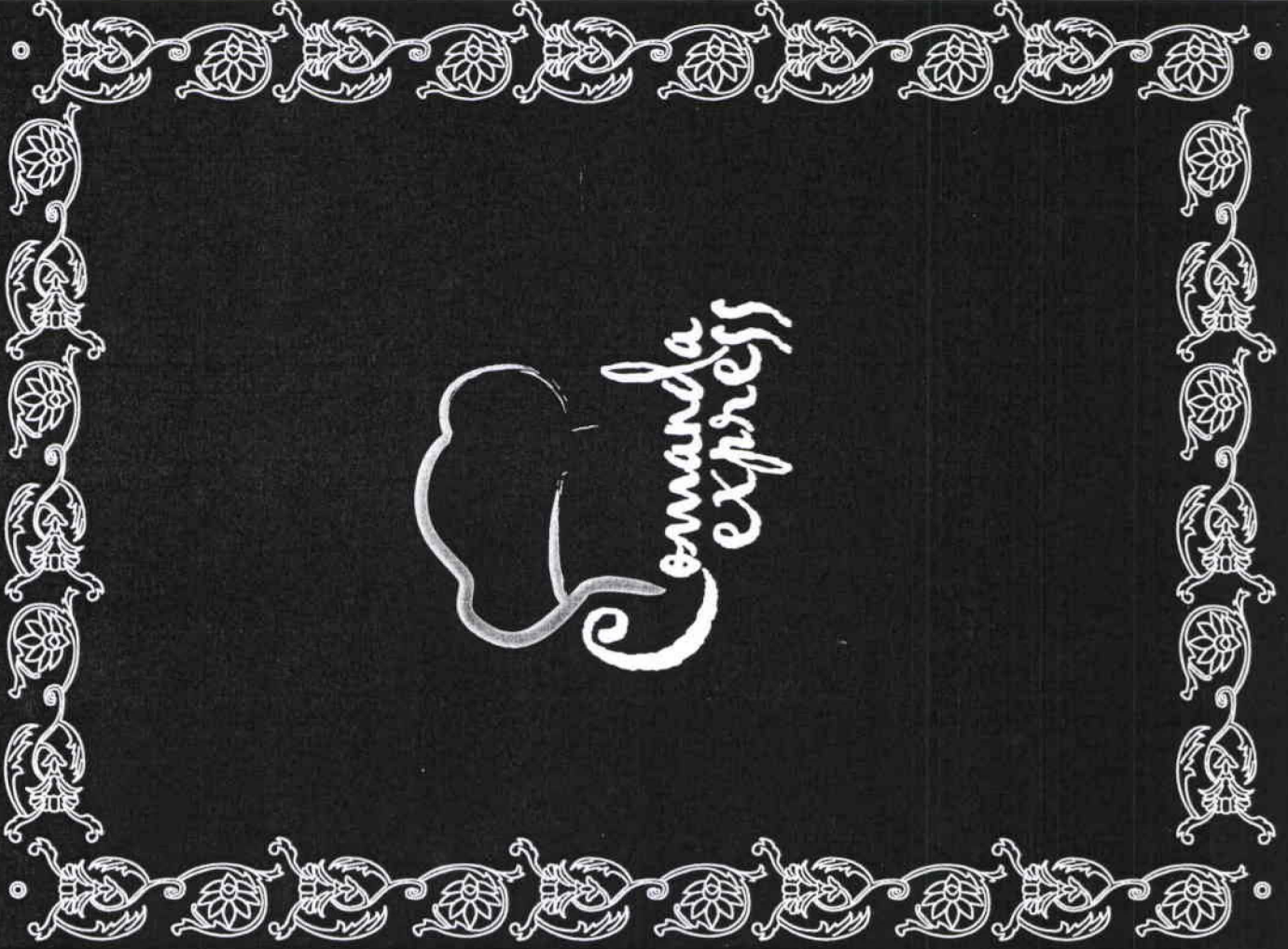
*Comanda  
express*



Av. Portugal #572 y Catalina Pídez  
Tel: (593-2) 244 - 7831



*Comanda  
express*





## Embradas & Sopas (Appetizers & Soups)

- Empanaditas de Verde (2) (Green Banana Turn Over) ..... \$2.40
- Empanaditas de Morocho (2) (White Corn Turn Over) ..... \$2.40
- Ceviche de Camarón (Shrimp Ceviche) ..... \$5.70
- Mejillones al Ajillo (Mussels in Garlic Sauce) ..... \$3.10
- Loero de Queso (Potatoe Soup with Cheese) ..... \$3.50
- Loero de Queso (Potatoe Soup with Queso) ..... \$3.50
- Consomé de Pollo (Chicken Soup) ..... \$2.90
- Sopa de Cebollas a la Francesa (Onions Soup) ..... \$3.90



## Ensaladas (Salads)

- Highlands: Jamón, champiñones, queso, aceitunas, lechuga, tomate (Ham, mushrooms, cheese, olives, lettuce, tomatoe, vinaigrette) ..... \$3.90
- Bruñoise: Champiñones, lechuga, tomate, palmito, espárragos y ejosilitos (Mushrooms, lettuce, tomatoe, asparagus and baby eorn) ..... \$3.90
- Fiorentina: Apio, champiñones, paitaña, pimienta, aceituna con vinagreta (Celery, mushrooms, onions, withy vinagrette) ..... \$3.90

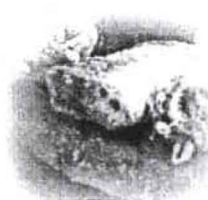


## Platos Fuertes (Main Dishes)

### CARNES (MEAT)

- Lomo Maremonti: Filet mignon con mejillones, samarón, salamar y almejas con brandy al v n blanco (Filet mignon with shellfish sauce, brandy and white wine) ..... \$9.50
- Lomo Highlands: Lomo rebozado de pimienta, preparado con salsa de vino tinto (Steak with pepper prepared in red wine sauce) ..... \$7.90
- Lomo a la Pimienta: Lomo a la plancha con salsa de pimienta (Grilled steak in pepper sauce) ..... \$7.90
- Lomo de Buey a la Sal: Entredôte de lomo rebozado con sal fôrda a la parrilla (Broiled sirloin steak in fat salt) ..... \$7.90
- Lomo al Arriero: Entresôte de lomo rebozado con sal fôrda a la parrilla (Broiled sirloin steak in fat salt) ..... \$7.90
- Filet Mignon: Lomo fino con borde de toino y salsa de champiñones. Cordon Bleu: Lomo de res enrollado y apanado con jamón y queso mozzarella en salsa de champiñones ..... \$6.90
- Highland Mix: Camarón jumbo y lomo a la parrilla con salsa wolf y salsa ehimiapurri (Jumbo ehrimo and grilled steak with wolf and ehimiapurri sauce) ..... \$9.50

Nota: Todas las carnes, pollos y pesados vienen con guarniciones de papas fritas, puré de papas, croquetas o papa parielina y ensalada.



## POLLOS (CHICKEN)

- Pollo con Champiñones: Pechuga de pollo a la plancha con salsa de champiñones (Grilled chicken breast with mushroom sauce) ..... \$5.90
- Pollo a la Parrilla: Muslo de pollo a la parrilla con salsa ehimiapurri (Grilled chicken with ehimiapurri sauce) ..... \$7.90



## PESCADO (FISH)

- Trucha a la Navarra: Trucha entera deshuesada con jamón y toino en salsa al ajillo (Boneless trout with ham and bass in garlic sauce) ..... \$6.90
- Corvina a la Vasca: Corvina con mejillones, samarón, salamar y almejas con brandy al vino blanco (Broiled bass with shellfish sauce, with brandy and white wine) ..... \$7.90
- Corvina a las Tres Hierbas: Filete de corvina con estragón, orégano y tomillo (Broiled bass in three herbs) ..... \$6.90

Nota: Todas las carnes, pollos y pesados vienen con guarniciones de papas fritas, puré de papas, croquetas o papa parielina y ensalada.



## Pastas

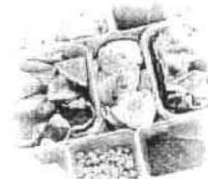
- Fetuseini: En salsa alfredo, bolqnesa o a la carbonara ..... \$4.90



## Hamburguesas (Hamburgers)

- Hamburguesa Highlands Senella: Hamburguesa de res con queso derretido, salsa de champiñones con toino o salsa BBQ, lechuga y tomate ..... \$3.90
- Hamburguesa Highlands Doble: Doble hamburguesa de res con queso derretido, salsa de champiñones con t eino o salsa BBQ, lechuga y tomate ..... \$4.90

Nota: Las hamburguesas vienen acompañadas de una porción de papas fritas.



## Picaditas Comanda Express

- Tabla Fría: Quesos eheddar, andino, holandés, jamón, salami de ajo, salami ahumado y aceitunas ..... \$3.90
- Tabla Highlands (Medallones de Filet Mignon o de Pollo): Mini lornitos con bordes de toino acompañados con papas fritas y salsa de champiñones ..... \$6.90
- Tabla Completa: Empanadas de morocho empanadas de verde ehorizo español ehorizo argentino y tortilla española ..... \$7.90
- Tabla de Empanadas (6): Empanadas de morocho, empanadas de verde o mixtas ..... \$4.80
- Orden de papas fritas con salsa de champiñones: (French fries with mushroom sauce) ..... \$3.40
- Orden de papas fritas: (French fries) ..... \$1.90
- Orden de arroz blanco: (Rice) ..... \$3.40

## Postres (Desserts)

- Helados: Tres bolitas de helado de diferentes sabores con salsa de chocolate o fresa ..... \$2.80
- Marquesa Helada: Tarta helada de varios sabores ..... \$3.20
- Zappi - Zapf: Helado de limón con cobertura de galleta ..... \$3.20

## Aperitivos, bajativos, vinos y cervezas

### APERITIVOS

- Raphael ..... \$3.20
- Pisco Control ..... \$3.20

### BAJATIVOS

- Baileys ..... \$3.90
- Amaretto ..... \$3.90
- Sambuca ..... \$3.90

### VINO BLANCO

- Casillero del Diablo - Sauv. Blanc ..... \$28.00
- Le Piat D'or - Sauv. Blanc ..... \$28.00

### VINO TINTO

- Casillero del Diablo - Cabernet Sauv. .... \$28.00
- Casillero del Diablo - Merlot ..... \$28.00

### CERVEZAS

- Corona ..... \$2.80
- Pilsener ..... \$1.80

## Cocktails

### CON WHISKY

- Padrino: Whisky, amaretto ..... \$4.50
- Clavo Oxidado: Whisky, drambbuie ..... \$4.90

### CON RON

- Cuba Libre: Ron, gaseosa, limón ..... \$3.00
- Mojito Cubano: Ron, hierbabuena, jarabe y gaseosa ..... \$3.50

### CON VODKA

- Destornillador: Vodka, jugo de naranja ..... \$3.50
- Vodka Tónica: Vodka, Agua Tónica ..... \$3.50
- Bloody Mary: Vodka, jugo de tomate, sal, pimienta, tabasco y apio ..... \$3.90

### CON TEQUILA

- Strawberry Margarita: Tequila, jugo de frutillas, triple sec, limón ..... \$3.90
- Tequila Sunrise: Tequila, jugo de naranja, jugo de piña, granadina y crema de cacao ... \$3.90

### CON GIN

- Dry Martini: Gin, vermouth extra dry y aceituna ..... \$4.10
- Gin Tonic: Gin y agua tónica ..... \$3.90

### CON BRANDY

- Brandy Sour: Brandy, clara de huevo, jugo de limón, jarabe de foma ..... \$3.90
- Brandy Alexander: Brandy, crema de cacao, crema chantilly ..... \$3.90

## Botellas

### WHISKY

- Johny Walker Black Label ..... \$72.00
- Robbie Dhu ..... \$72.00
- Johny Walker Red Label ..... \$52.00

### VODKA

- Absolut ..... \$45.00

Nota: Cada botella viene acompañada de dos jarras de jugo, agua tónica, agua mineral o gaseosa

- Jarra de Agua Mineral, Agua Tónica o Gaseosa ..... \$2.30

## **10.8 ANEXO H**

**GRÁFICOS Y TABULACIONES**

**ENCUESTAS INVESTIGACIÓN**

**DE MERCADO**

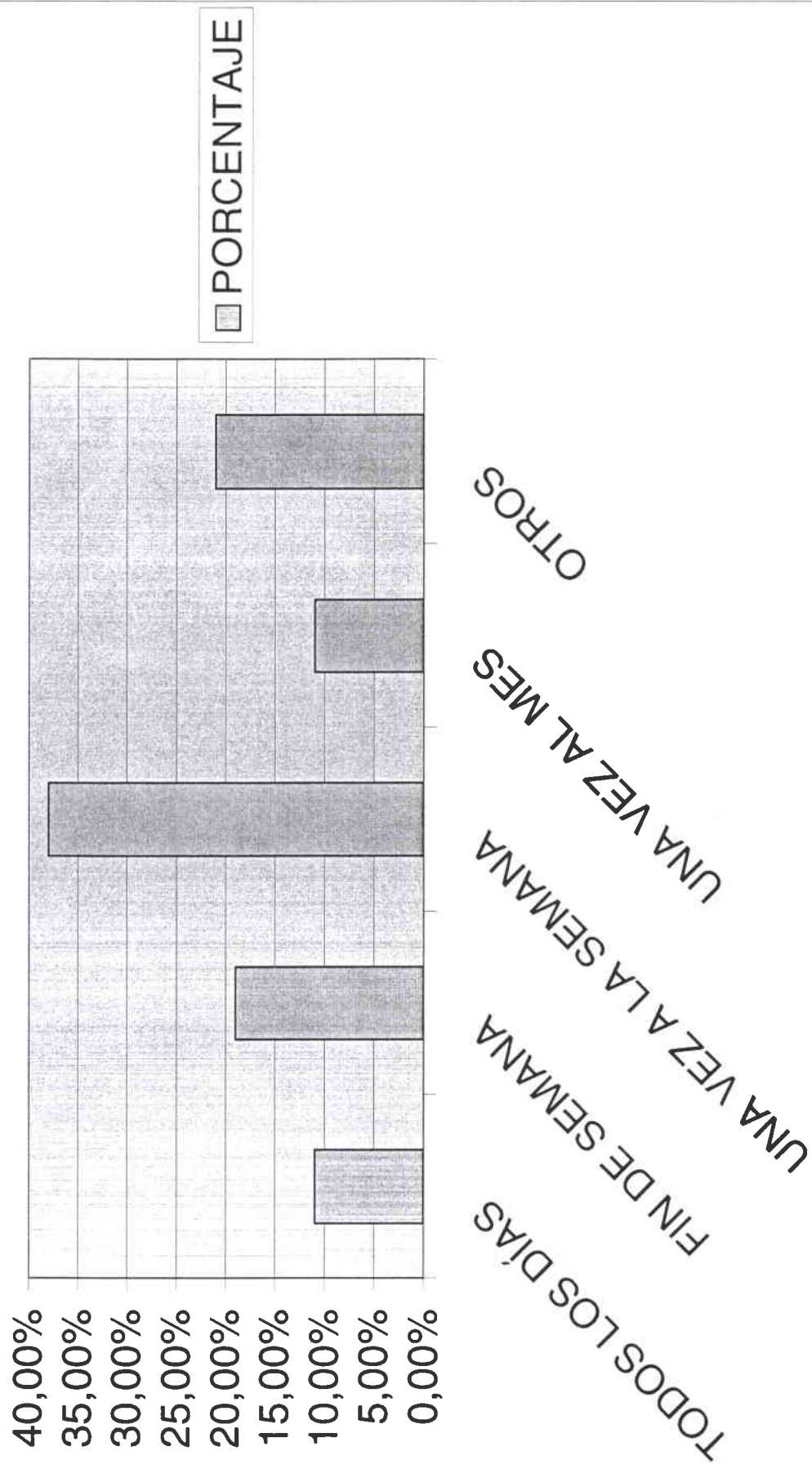
*Comanda  
express*

**TABULACIÓN ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

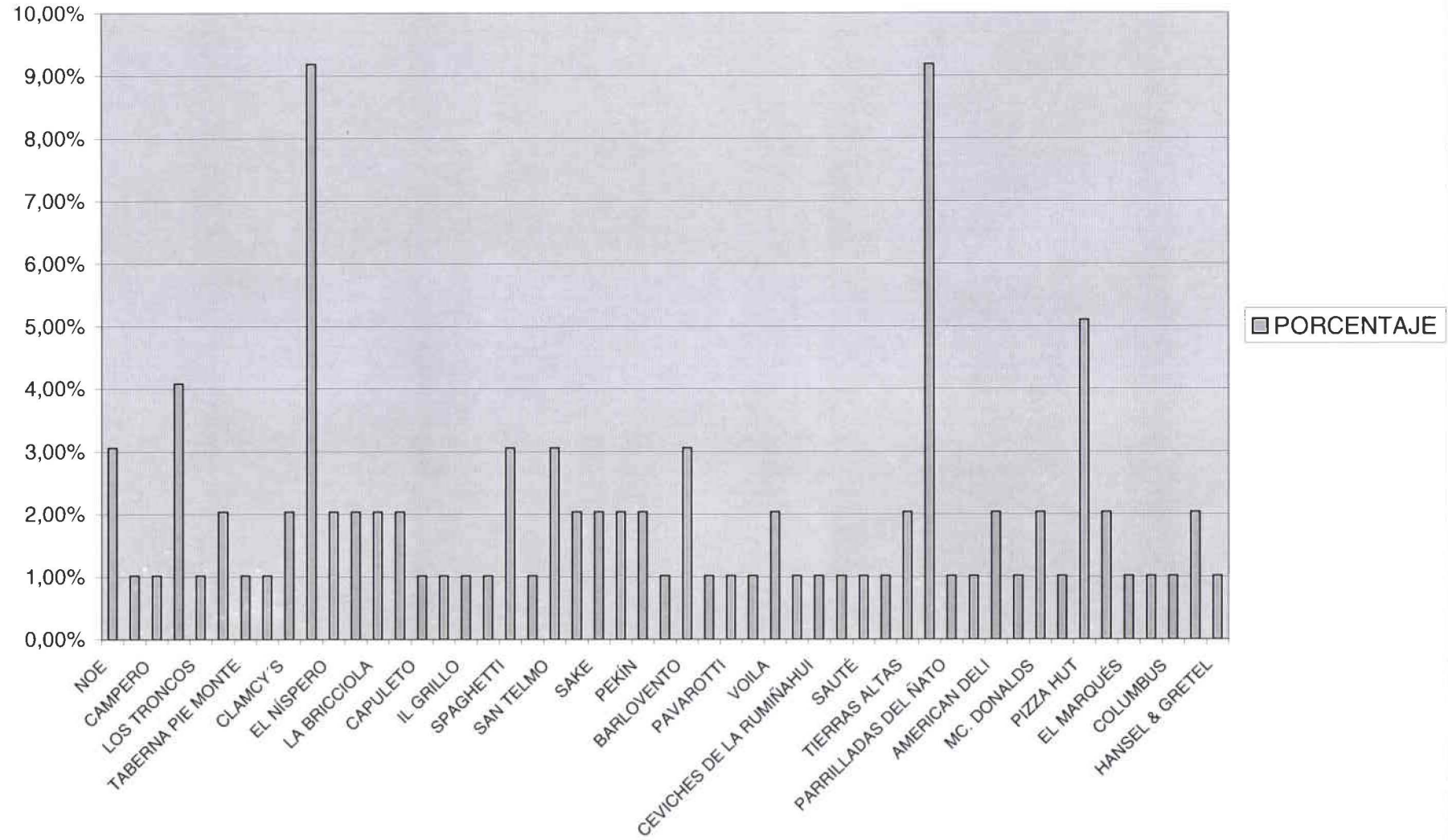
<b>OPCIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
TODOS LOS DIAS	11	11,00%
FIN DE SEMANA	19	19,00%
UNA VEZ A LA SEMANA	38	38,00%
UNA VEZ AL MES	11	11,00%
OTROS	21	21,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

# 1. CON QUÉ FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?



COLUMBUS	1	1,02%
OMNI	2	2,04%
HANSEL & GRETEL	1	1,02%
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>

## 2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE

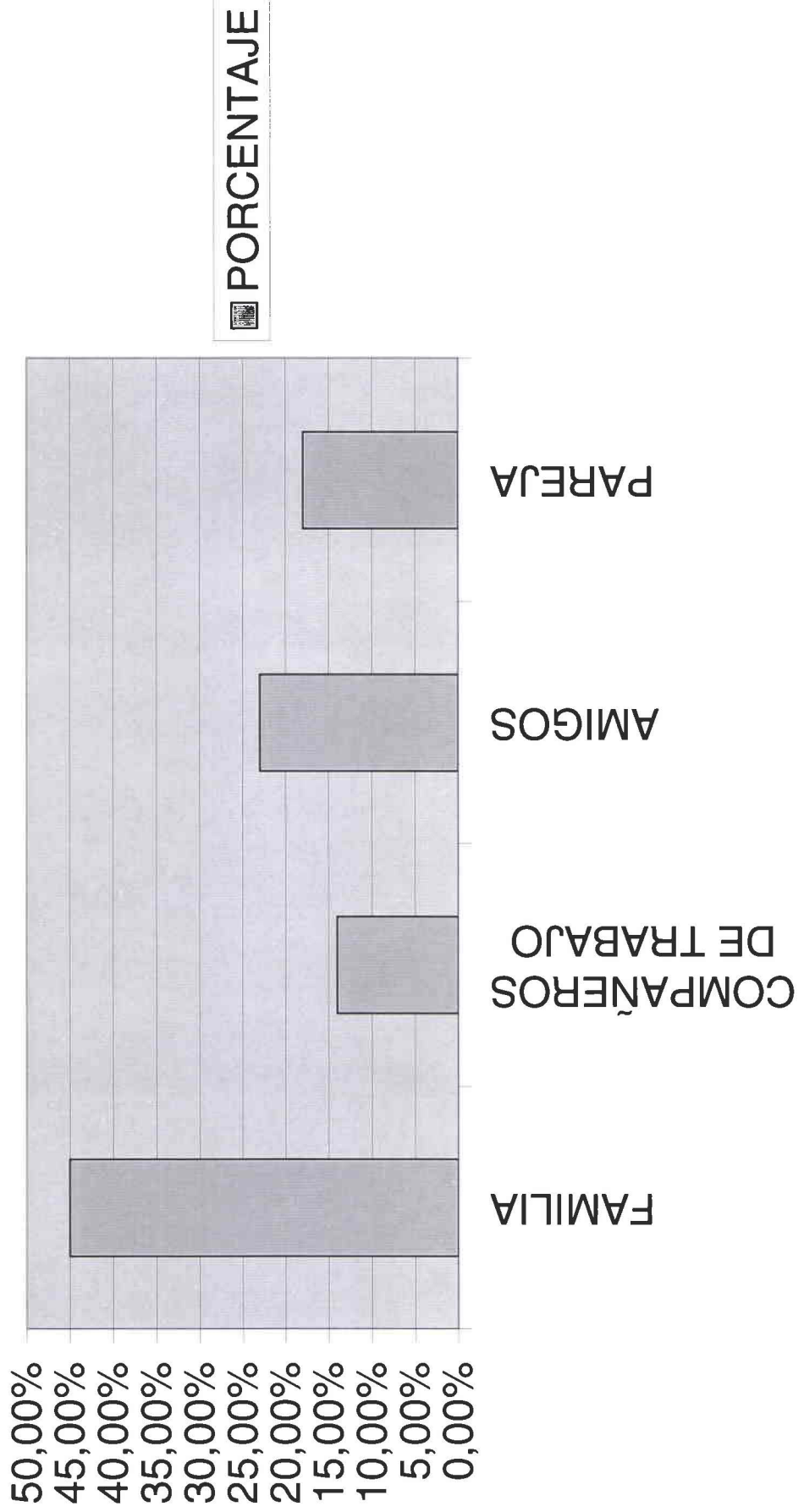




**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FAMILIA	45	45,00%
COMPAÑEROS DE TRABAJO	14	14,00%
AMIGOS	23	23,00%
PAREJA	18	18,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

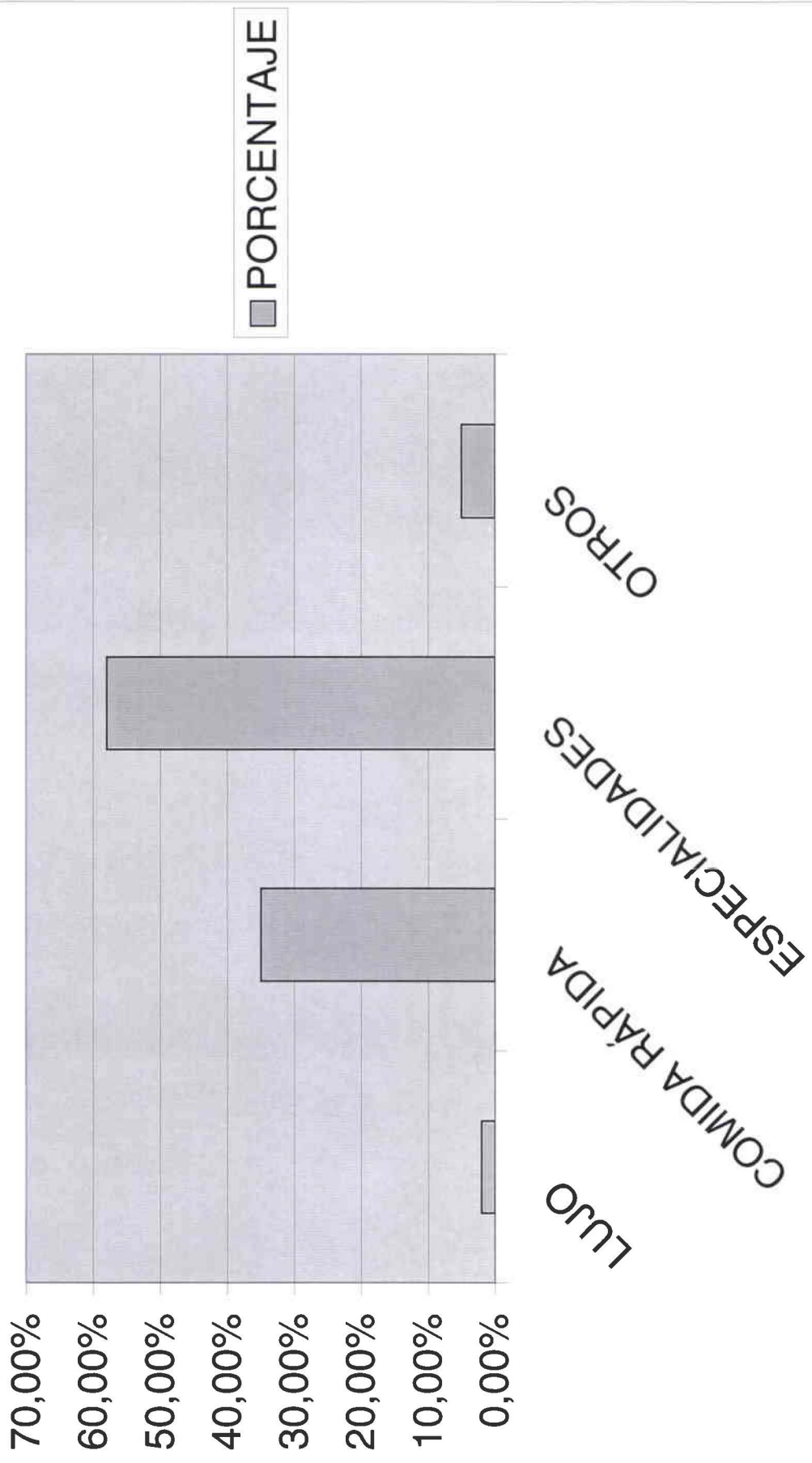
### 3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHS RESTAURANTES?



**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

<b>OPCION</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
LUJO	2	2,00%
COMIDA RÁPIDA	35	35,00%
ESPECIALIDADES	58	58,00%
OTROS	5	5,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

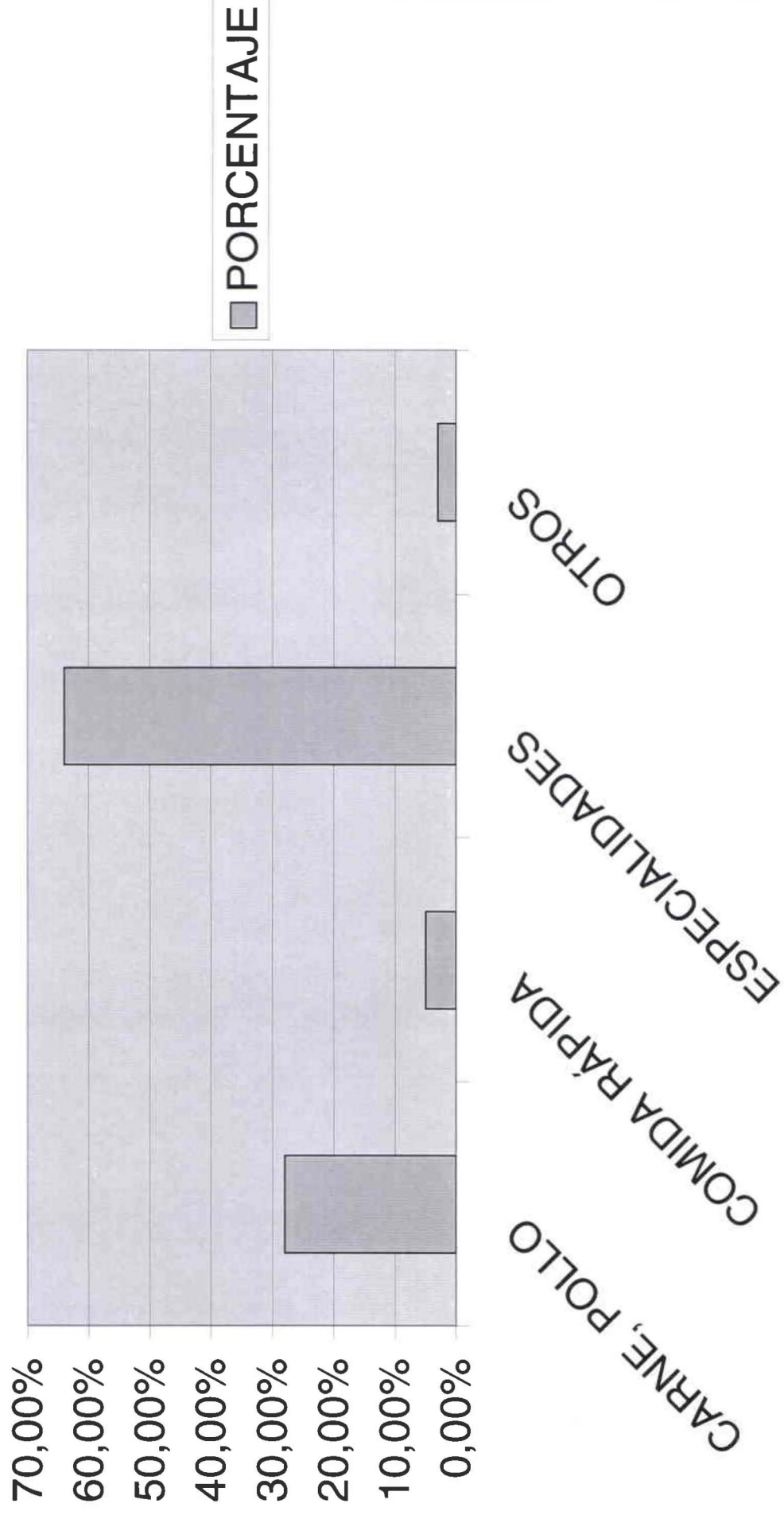
#### 4. QUÉ TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?



**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFERE?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CARNE, POLLO	28	28,00%
COMIDA RÁPIDA	5	5,00%
ESPECIALIDADES	64	64,00%
OTROS	3	3,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

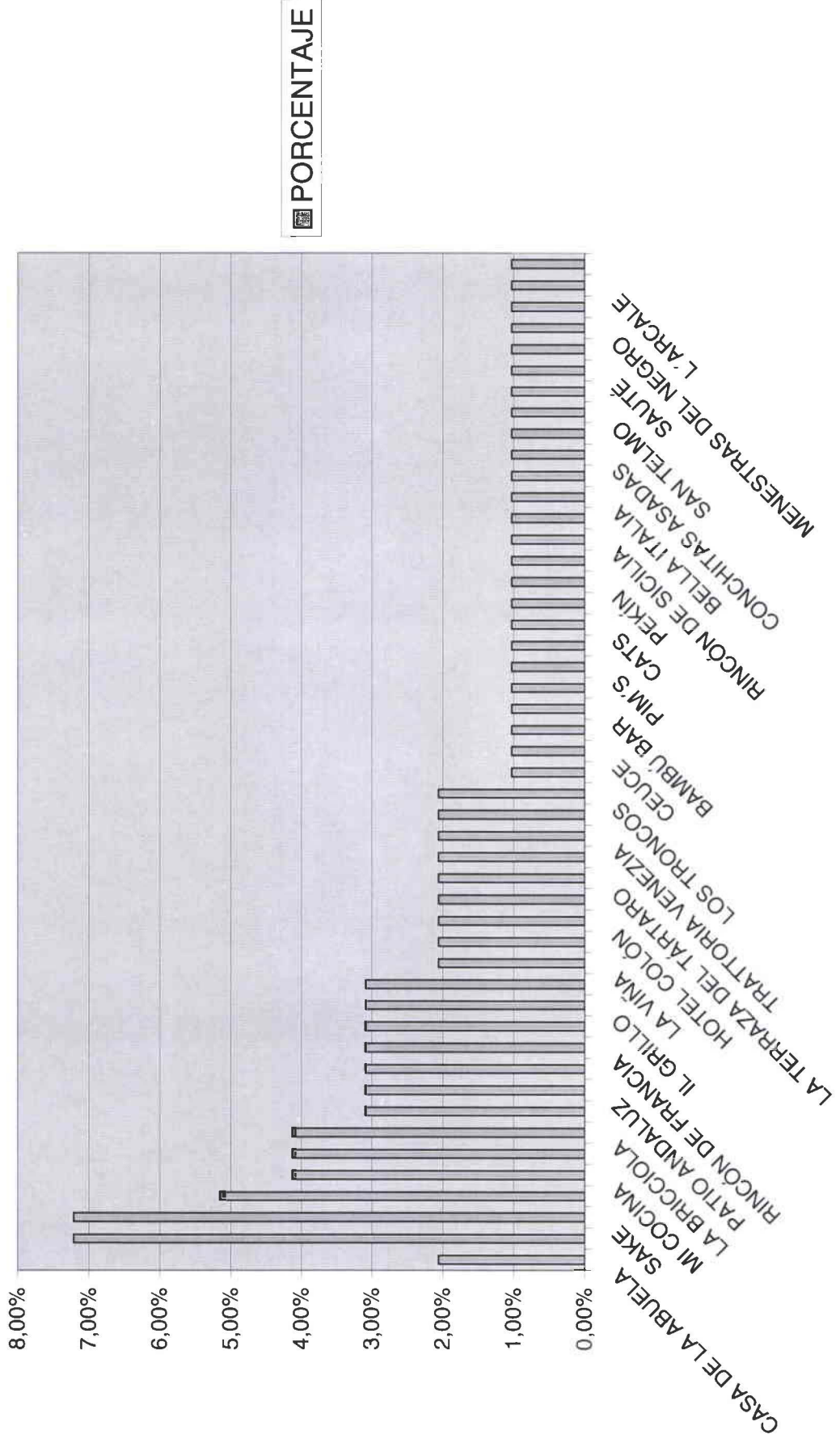
## 5. QUÉ TIPO DE COMIDA PREFERE?



## 6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?

OPCION	RESPUESTAS	PORCENTAJE
CASA DE LA ABUELA	2	2,06%
CREPES & WAFFLES	7	7,22%
SAKE	7	7,22%
FRIDAY'S	5	5,15%
MI COCINA	4	4,12%
PIZZA HUT	4	4,12%
LA BRICCIOLA	4	4,12%
LAS PALMERAS	3	3,09%
PATIO ANDALUZ	3	3,09%
LA BODEGUITA DE CUBA	3	3,09%
RINCÓN DE FRANCIA	3	3,09%
CASA CHINA	3	3,09%
IL GRILLO	3	3,09%
NOE	3	3,09%
LA VINA	2	2,06%
CAPULETO	2	2,06%
HOTEL COLÓN	2	2,06%
LA COCINA DEL MONASTERIO	2	2,06%
LA TERRAZA DEL TÁRTARO	2	2,06%
LA TABLITA DEL TÁRTARO	2	2,06%
TRATTORIA VENEZIA	2	2,06%
EL CEVICHE	2	2,06%
LOS TRONCOS	2	2,06%
MARENOSTRUM	1	1,03%
CEUCE	1	1,03%
LA PIEDRA	1	1,03%
BAMBÚ BAR	1	1,03%
MC. DONALDS	1	1,03%
PIM'S	1	1,03%
TIERRAS ALTAS	1	1,03%
CATS	1	1,03%
SHORTON GRILL	1	1,03%
PEKÍN	1	1,03%
BARLOVENTO	1	1,03%
RINCÓN DE SICILIA	1	1,03%
RACLETTE	1	1,03%
BELLA ITALIA	1	1,03%
COLUMBUS	1	1,03%
CONCHITAS ASADAS	1	1,03%
SPORT PLANET	1	1,03%
SAN TELMO	1	1,03%
BURGER KING	1	1,03%
SAUTÉ	1	1,03%
TORONTO	1	1,03%
MENESTRAS DEL NEGRO	1	1,03%
MARMITE	1	1,03%
L'ARCALE	1	1,03%
HANSEL & GRETTEL	1	1,03%
<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>100,00%</b>

## 6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?

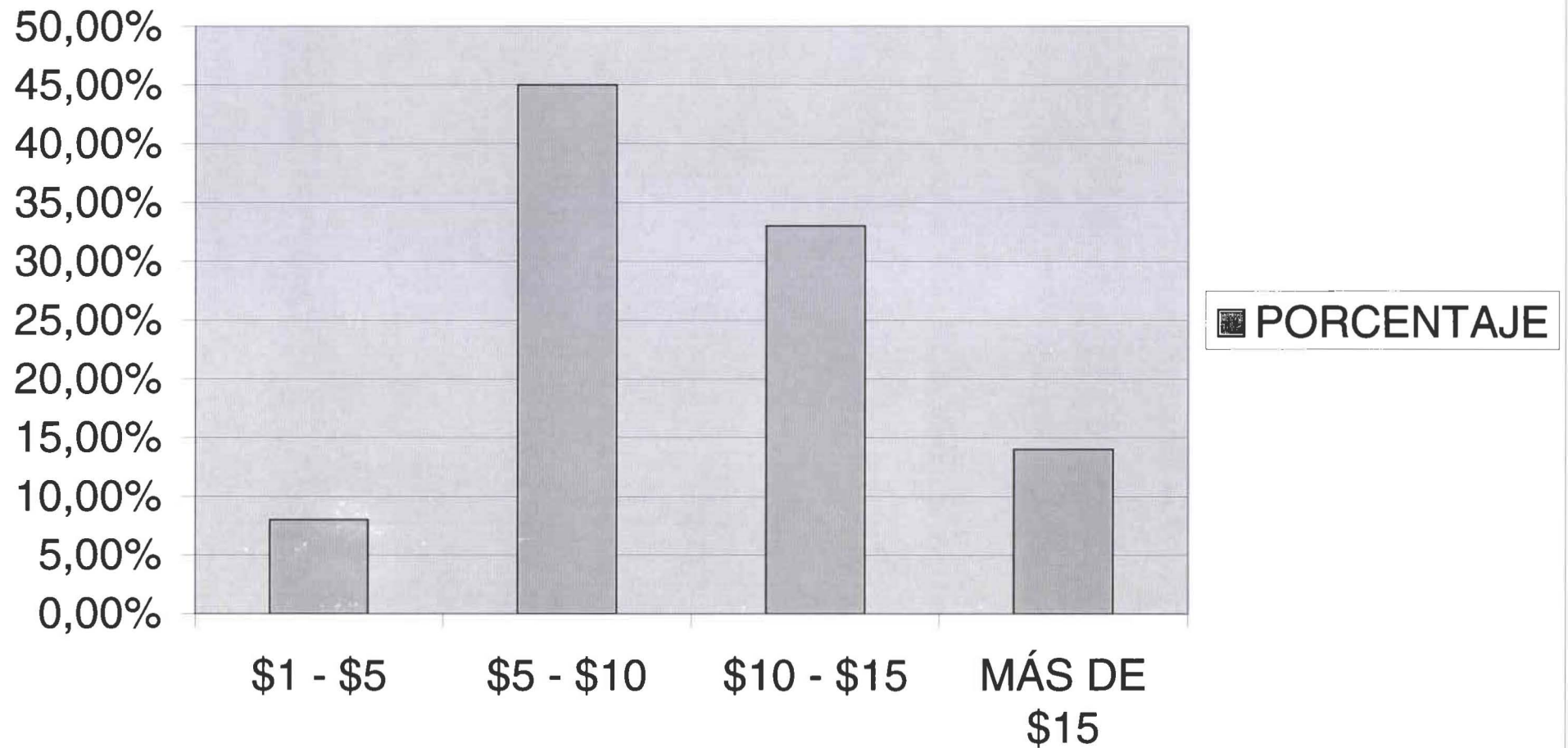




**7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAUR**

OPCIÓN	RESPUESTAS	PORCENTAJE
\$1 - \$5	8	8,00%
\$5 - \$10	45	45,00%
\$10 - \$15	33	33,00%
MÁS DE \$15	14	14,00%
TOTAL	100	100,00%

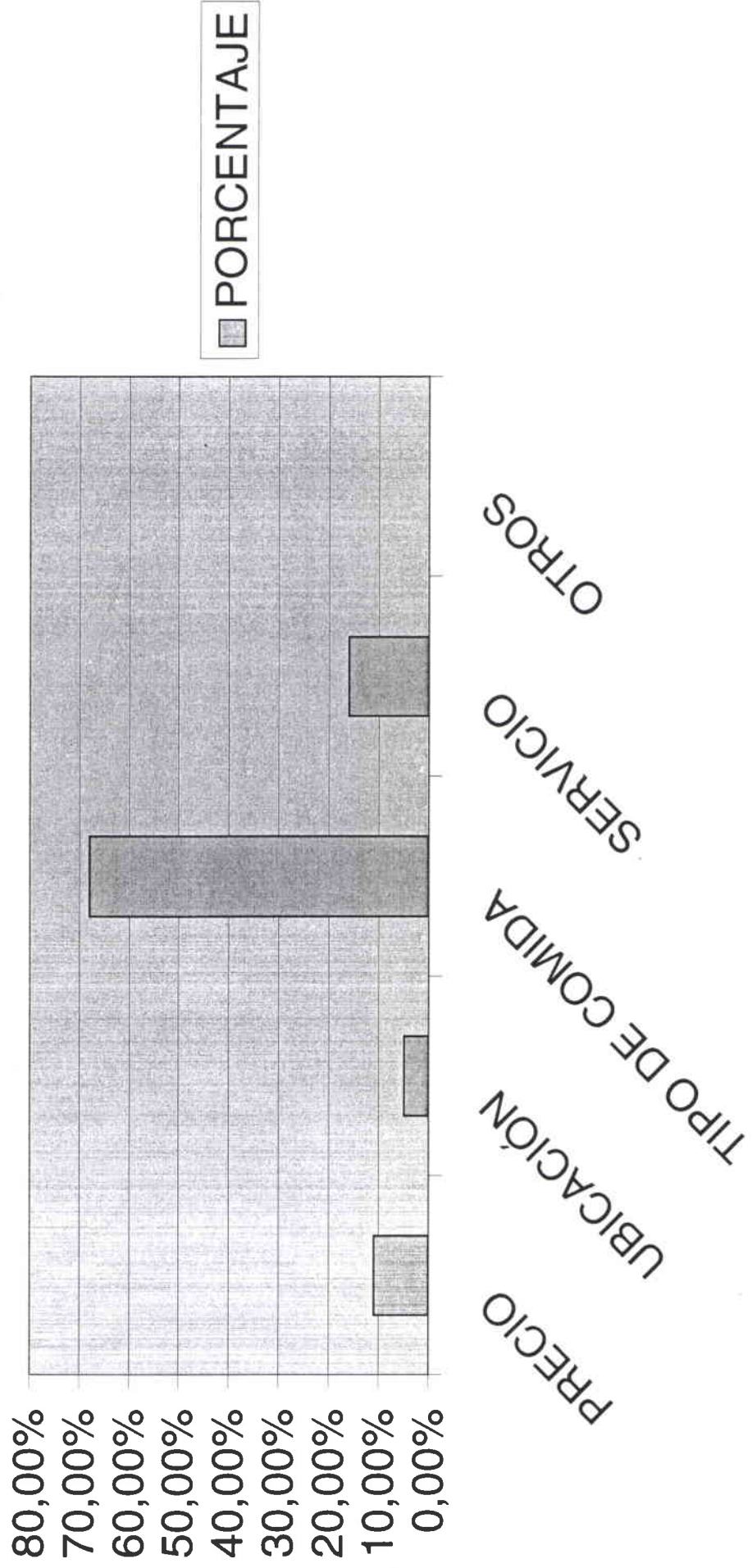
## 7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?



**8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?**

OPCIÓN	RESPUESTAS	PORCENTAJE
PRECIO	11	11,00%
UBICACIÓN	5	5,00%
TIPO DE COMIDA	68	68,00%
SERVICIO	16	16,00%
OTROS	0	0,00%
TOTAL	100	100,00%

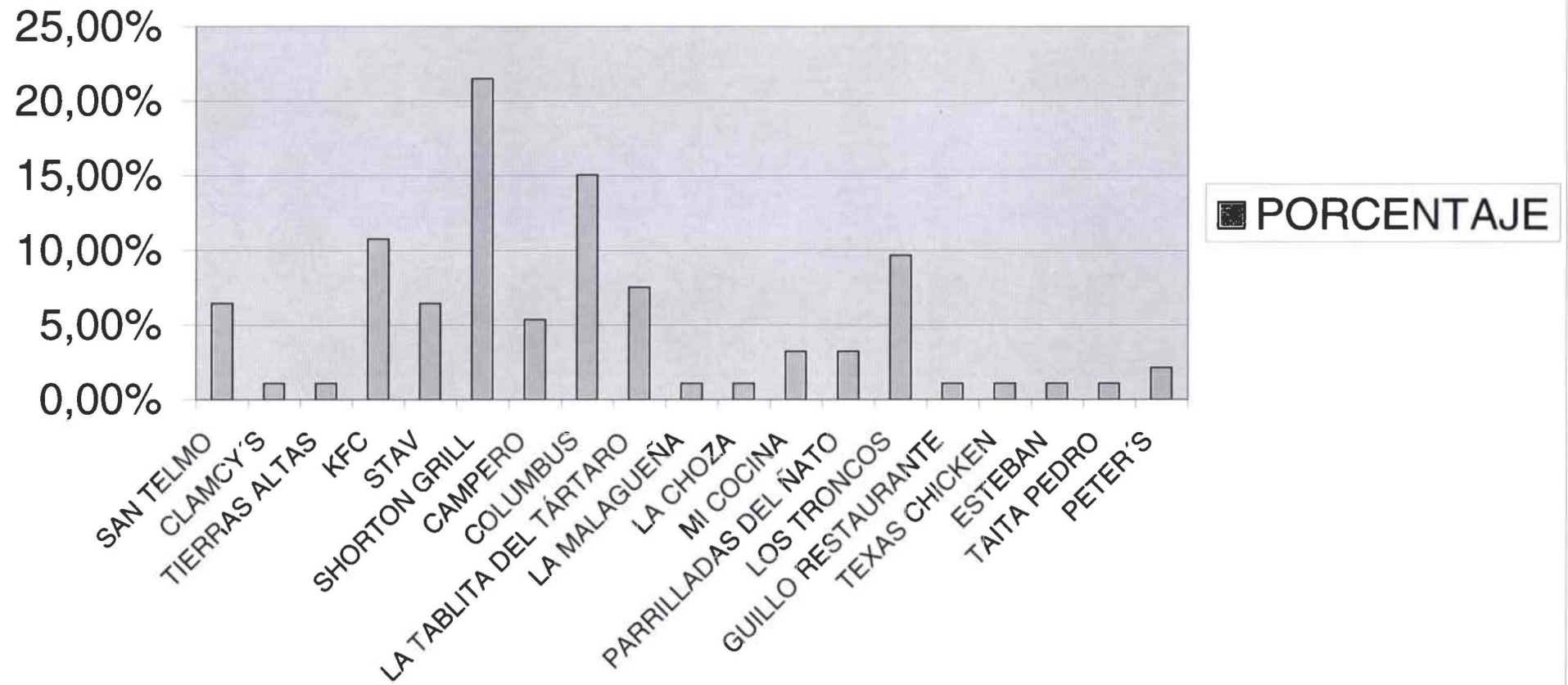
## 8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?



**9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:  
CARNE / POLLO**

<b>OPCIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SAN TELMO	6	6,45%
CLAMCY'S	1	1,08%
TIERRAS ALTAS	1	1,08%
KFC	10	10,75%
STAV	6	6,45%
SHORTON GRILL	20	21,51%
CAMPERO	5	5,38%
COLUMBUS	14	15,05%
LA TABLITA DEL TÁRTARO	7	7,53%
LA MALAGUENA	1	1,08%
LA CHOZA	1	1,08%
MI COCINA	3	3,23%
PARRILLADAS DEL NATO	3	3,23%
LOS TRONCOS	9	9,68%
GUILLO RESTAURANTE	1	1,08%
TEXAS CHICKEN	1	1,08%
ESTEBAN	1	1,08%
TAITA PEDRO	1	1,08%
PETER'S	2	2,15%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100,00%</b>

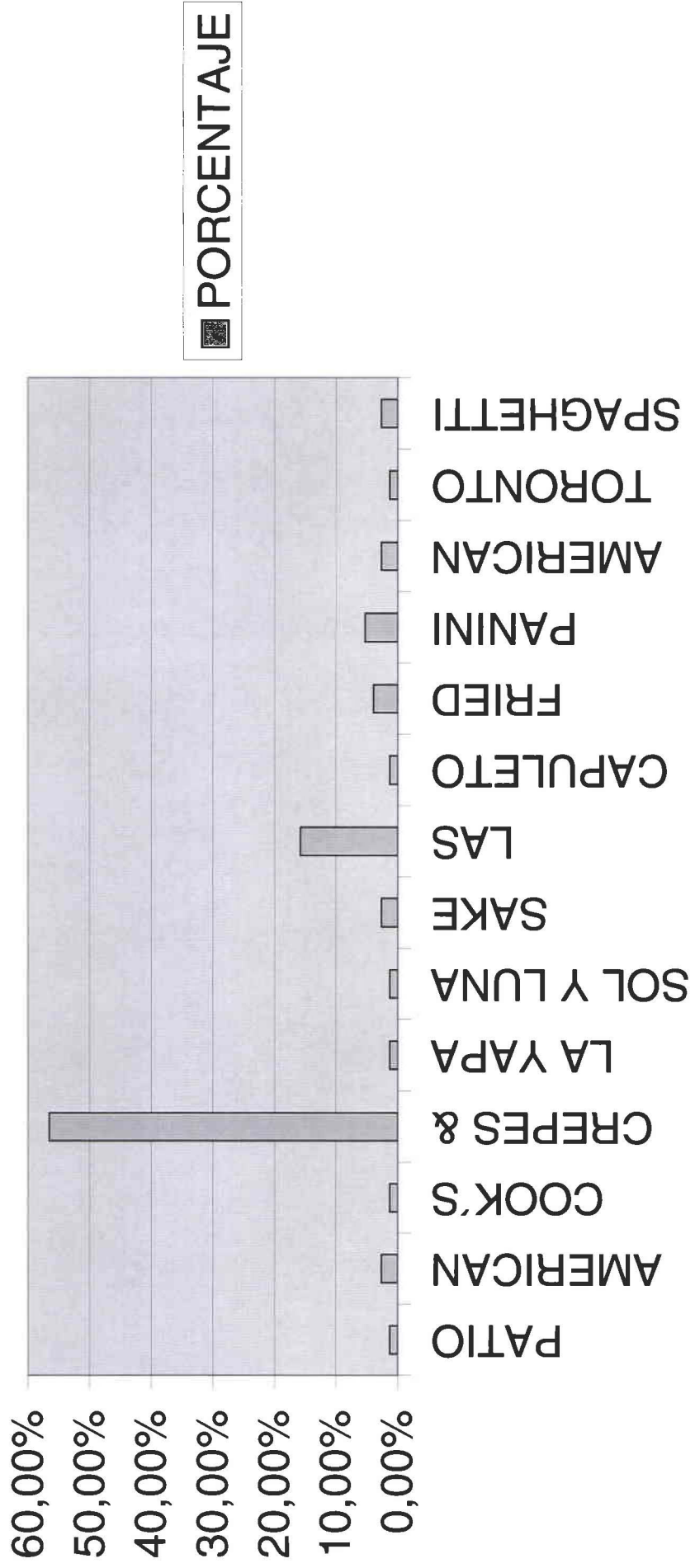
## 9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES: CARNE/POLLO



**9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:  
ENSALADAS**

<b>OPCIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PATIO ANDALUZ	1	1,32%
AMERICAN BAGEL	2	2,63%
COOK'S	1	1,32%
CREPES & WAFFLES	43	56,58%
LA YAPA	1	1,32%
SOL Y LUNA	1	1,32%
SAKE	2	2,63%
LAS ENSALADAS	12	15,79%
CAPULETO	1	1,32%
FRIED BANANAS	3	3,95%
PANINI	4	5,26%
AMERICAN DELI	2	2,63%
TORONTO	1	1,32%
SPAGHETTI	2	2,63%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100,00%</b>

# 9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES: ENSALADAS

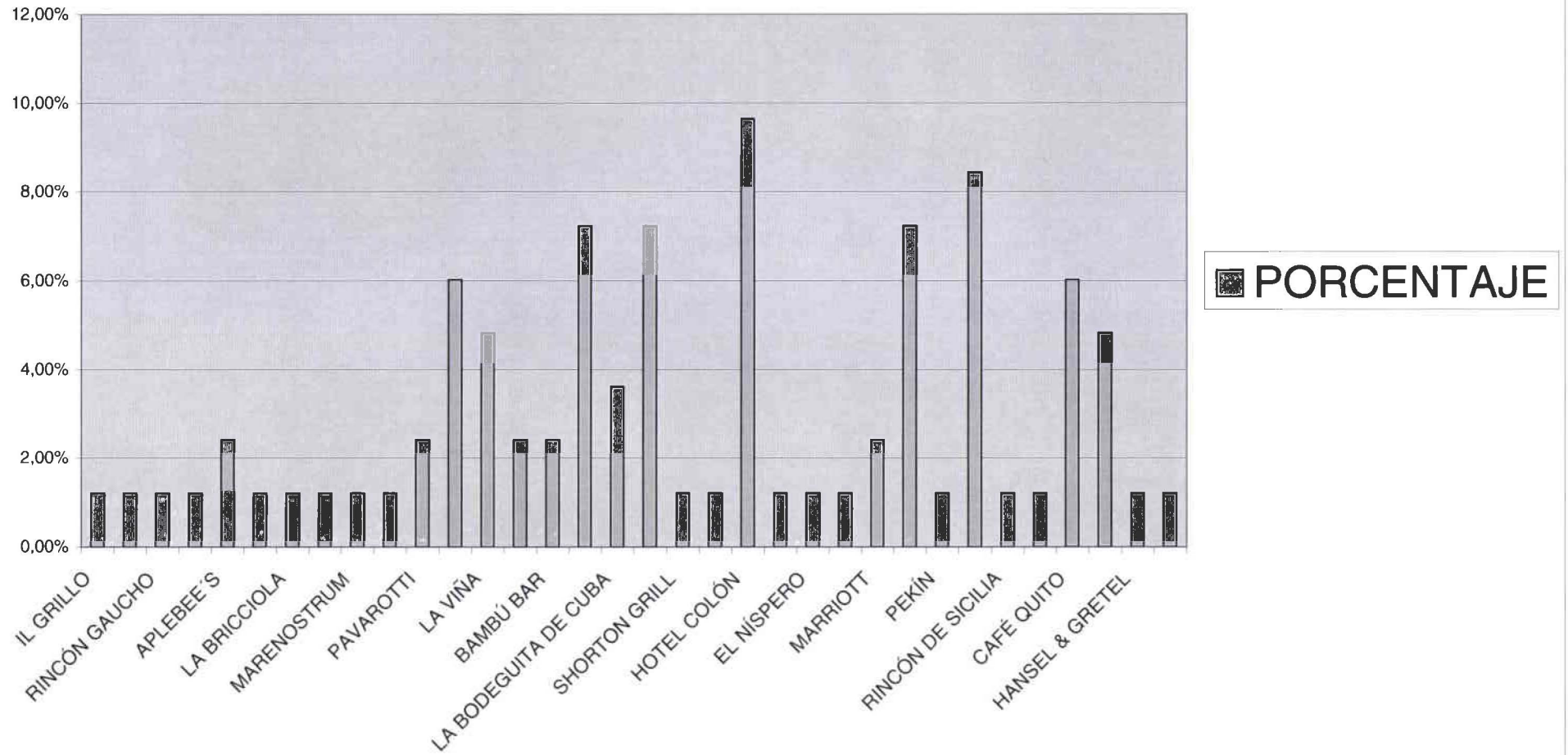




9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:  
**COMIDA INTERNACIONAL**

OPCION	RESPUESTAS	PORCENTAJE
IL GRILLO	1	1,20%
IL RISSOTTO	1	1,20%
RINCÓN GAUCHO	1	1,20%
TORONTO	1	1,20%
APLEBEE'S	2	2,41%
SAUTÉ	1	1,20%
LA BRICCIOLA	1	1,20%
LA TERRAZA DEL TÁRTARO	1	1,20%
MARENOSTRUM	1	1,20%
SAN TELMO	1	1,20%
PAVAROTTI	2	2,41%
RINCÓN DE FRANCIA	5	6,02%
LA VIÑA	4	4,82%
CATS	2	2,41%
BAMBÚ BAR	2	2,41%
TIERRAS ALTAS	6	7,23%
LA BODEGUITA DE CUBA	3	3,61%
FRIDAY'S	6	7,23%
SHORTON GRILL	1	1,20%
CASA CHINA	1	1,20%
HOTEL COLÓN	8	9,64%
PATIO ANDALUZ	1	1,20%
EL NÍSPERO	1	1,20%
CLAMCY'S	1	1,20%
MARRIOTT	2	2,41%
LA COCINA DEL MONASTERIO	6	7,23%
PEKÍN	1	1,20%
SAKE	7	8,43%
RINCÓN DE SICILIA	1	1,20%
COCINA DE FRANCISCO	1	1,20%
CAFÉ QUITO	5	6,02%
SPAGHETTI	4	4,82%
HANSEL & GRETEL	1	1,20%
LAI LAI	1	1,20%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100,00%</b>

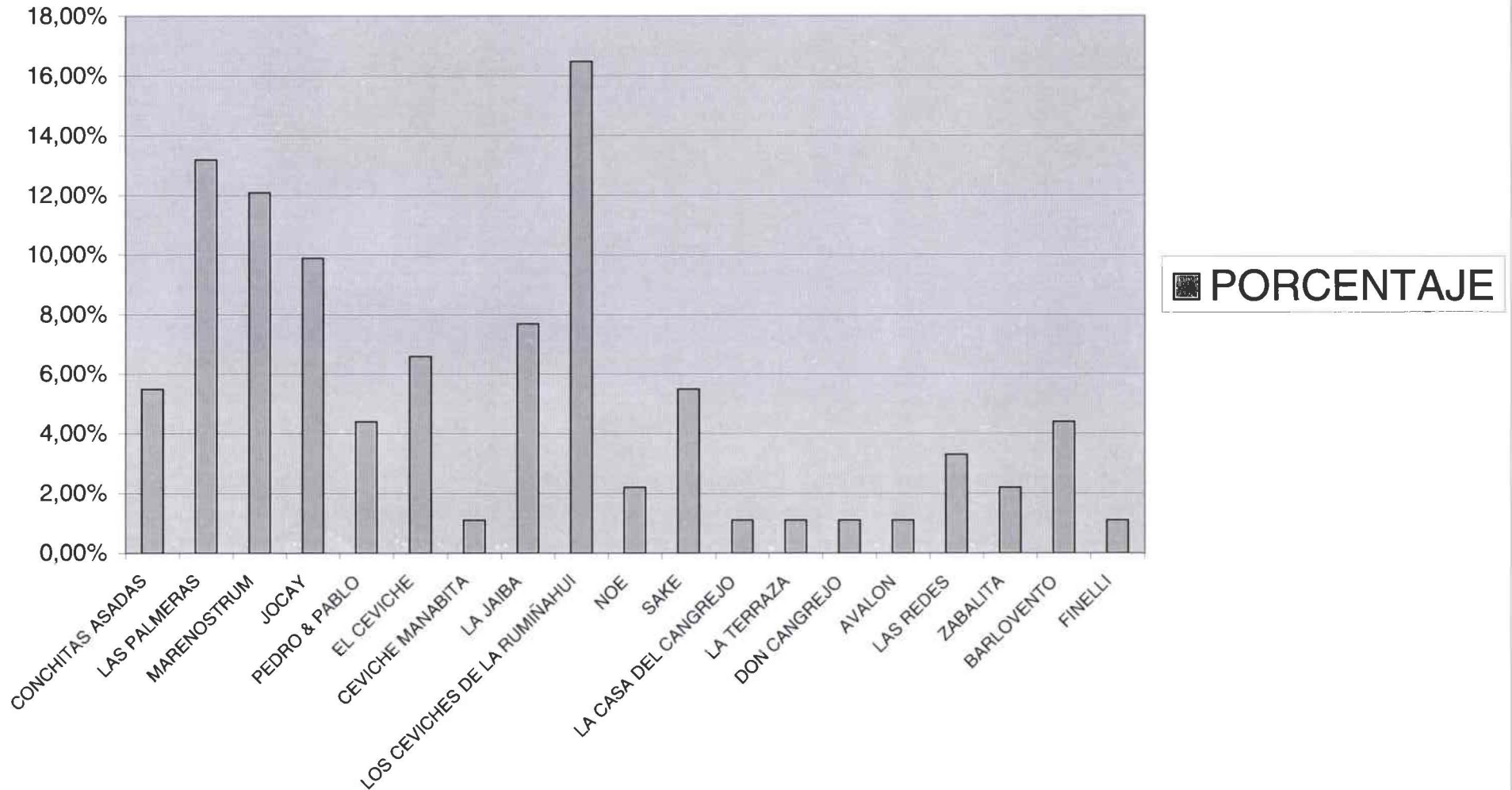
## 9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES: COMIDA INTERNACIONAL



**9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:  
PESCADOS / MARISCOS**

<b>OPCIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CONCHITAS ASADAS	5	5,49%
LAS PALMERAS	12	13,19%
MARENOSTRUM	11	12,09%
JOCAY	9	9,89%
PEDRO & PABLO	4	4,40%
EL CEVICHE	6	6,59%
CEVICHE MANABITA	1	1,10%
LA JAIBA	7	7,69%
LOS CEVICHE DE LA RUMINAHUI	15	16,48%
NOE	2	2,20%
SAKE	5	5,49%
LA CASA DEL CANGREJO	1	1,10%
LA TERRAZA	1	1,10%
DON CANGREJO	1	1,10%
AVALON	1	1,10%
LAS REDES	3	3,30%
ZABALITA	2	2,20%
BARLOVENTO	4	4,40%
FINELLI	1	1,10%
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>100,00%</b>

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:  
PESCADOS / MARISCOS

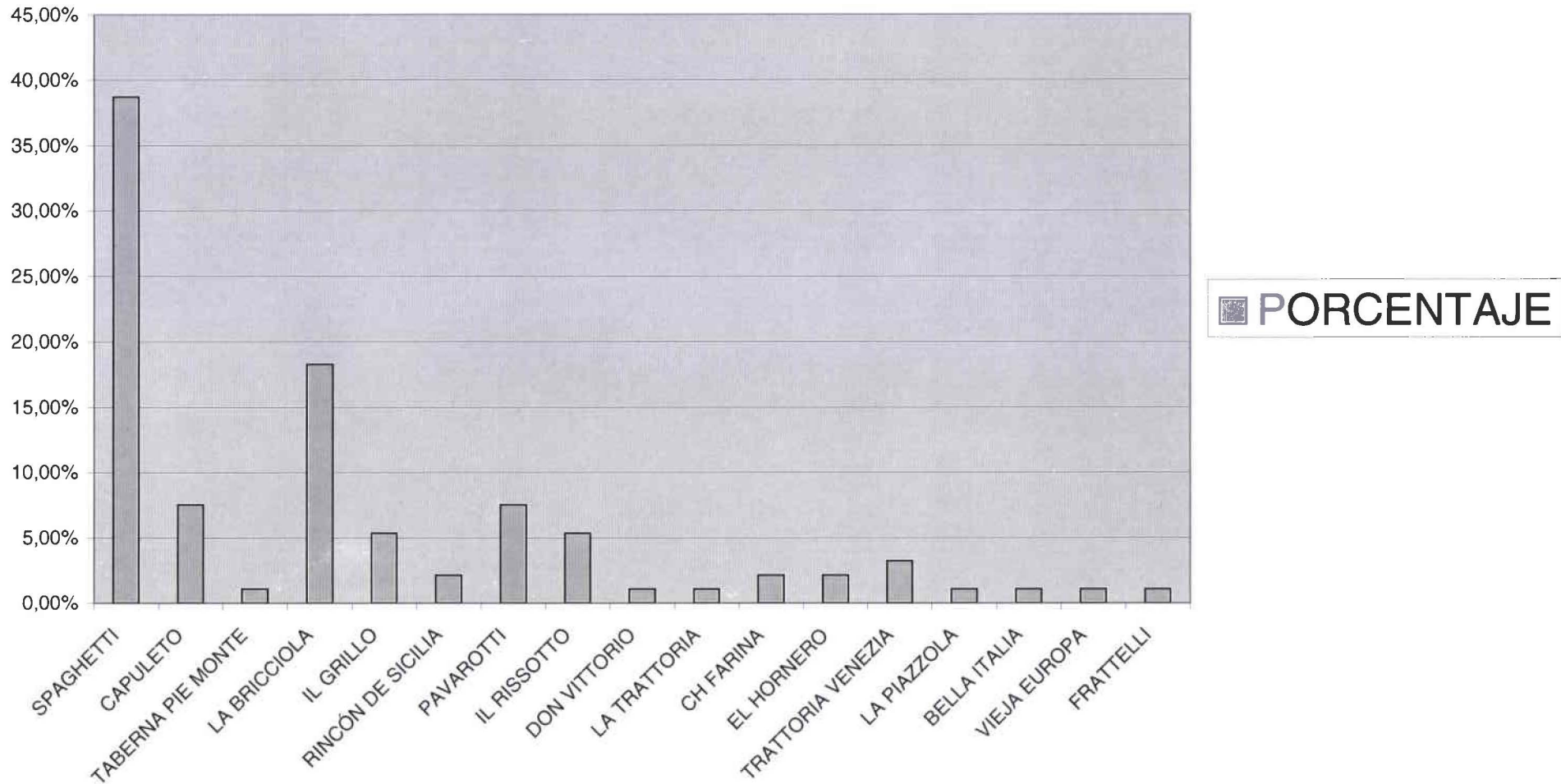


9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

**PASTAS**

OPCION	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SPAGHETTI	36	38,71%
CAPULETO	7	7,53%
TABERNA PIE MONTE	1	1,08%
LA BRICCIOLA	17	18,28%
IL GRILLO	5	5,38%
RINCÓN DE SICILIA	2	2,15%
PAVAROTTI	7	7,53%
IL RISSOTTO	5	5,38%
DON VITTORIO	1	1,08%
LA TRATTORIA	1	1,08%
CH FARINA	2	2,15%
EL HORNERO	2	2,15%
TRATTORIA VENEZIA	3	3,23%
LA PIAZZOLA	1	1,08%
BELLA ITALIA	1	1,08%
VIEJA EUROPA	1	1,08%
FRATTELLI	1	1,08%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100,00%</b>

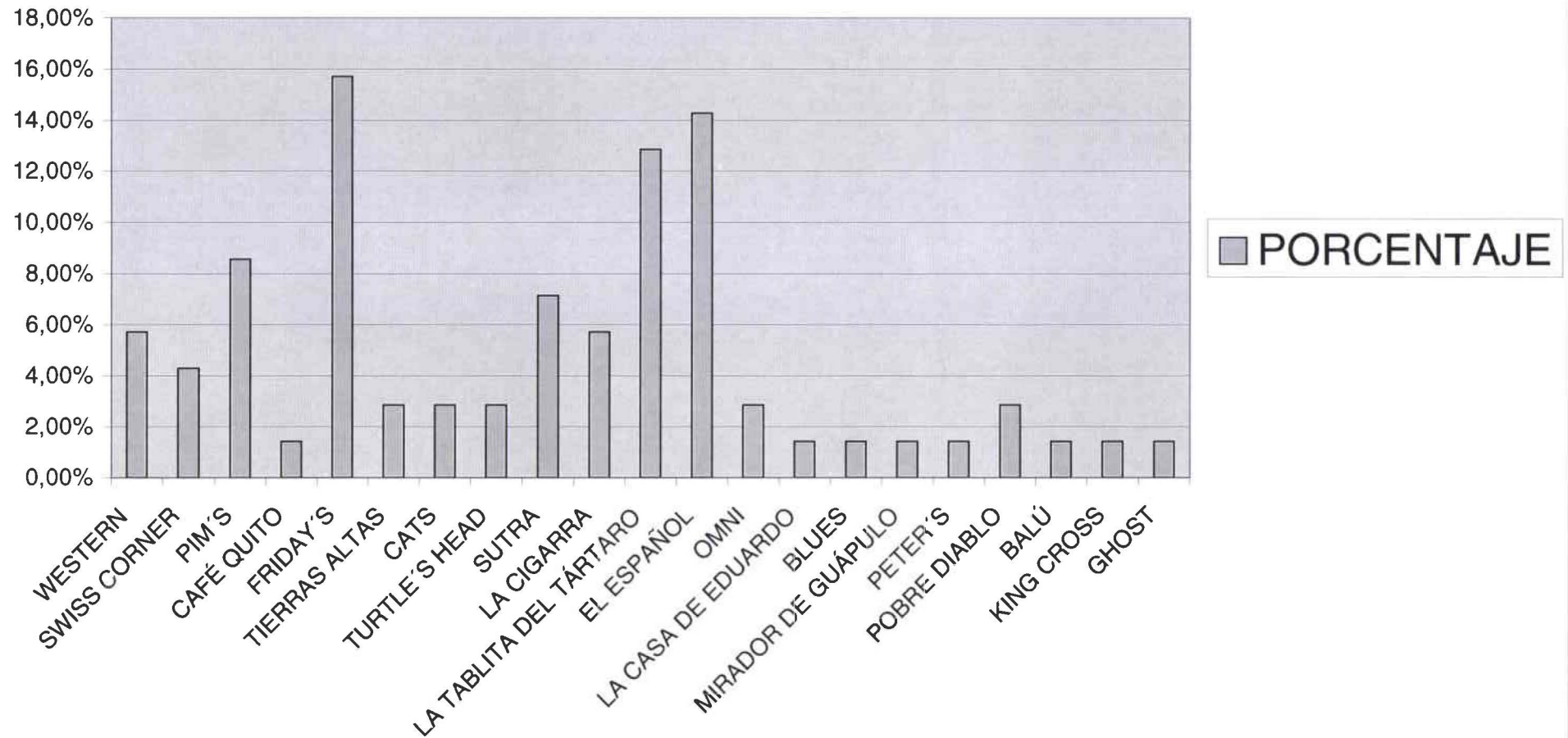
9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:  
**PASTAS**



**9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:  
TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS)**

<b>OPCION</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
WESTERN	4	5,71%
SWISS CORNER	3	4,29%
PIM'S	6	8,57%
CAFÉ QUITO	1	1,43%
FRIDAY'S	11	15,71%
TIERRAS ALTAS	2	2,86%
CATS	2	2,86%
TURTLE'S HEAD	2	2,86%
SUTRA	5	7,14%
LA CIGARRA	4	5,71%
LA TABLITA DEL TÁRTARO	9	12,86%
EL ESPAÑOL	10	14,29%
OMNI	2	2,86%
LA CASA DE EDUARDO	1	1,43%
BLUES	1	1,43%
MIRADOR DE GUÁPULO	1	1,43%
PETER'S	1	1,43%
POBRE DIABLO	2	2,86%
BALÚ	1	1,43%
KING CROSS	1	1,43%
GHOST	1	1,43%
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>100,00%</b>

### 9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES: TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS)

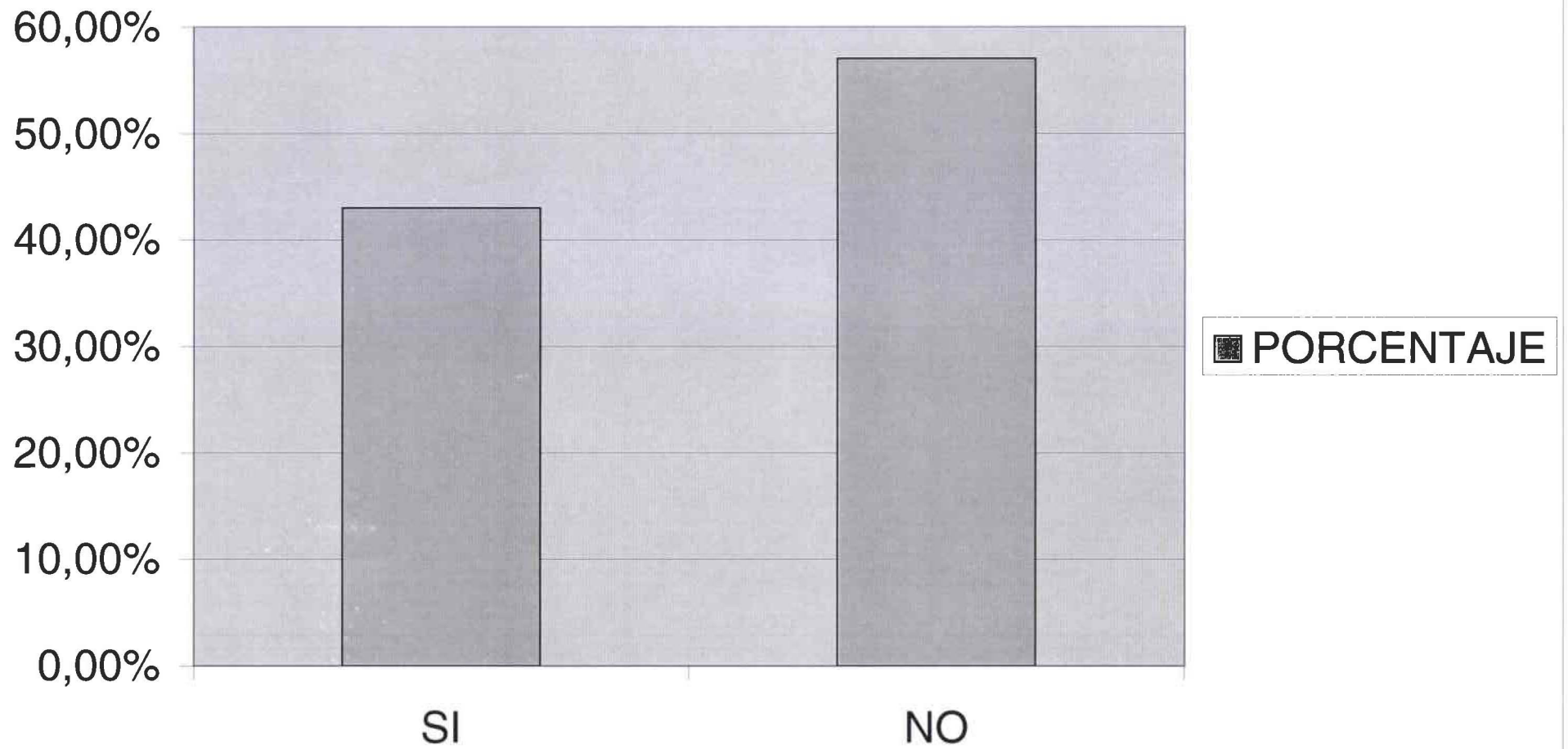




**10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	43	43,00%
NO	57	57,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

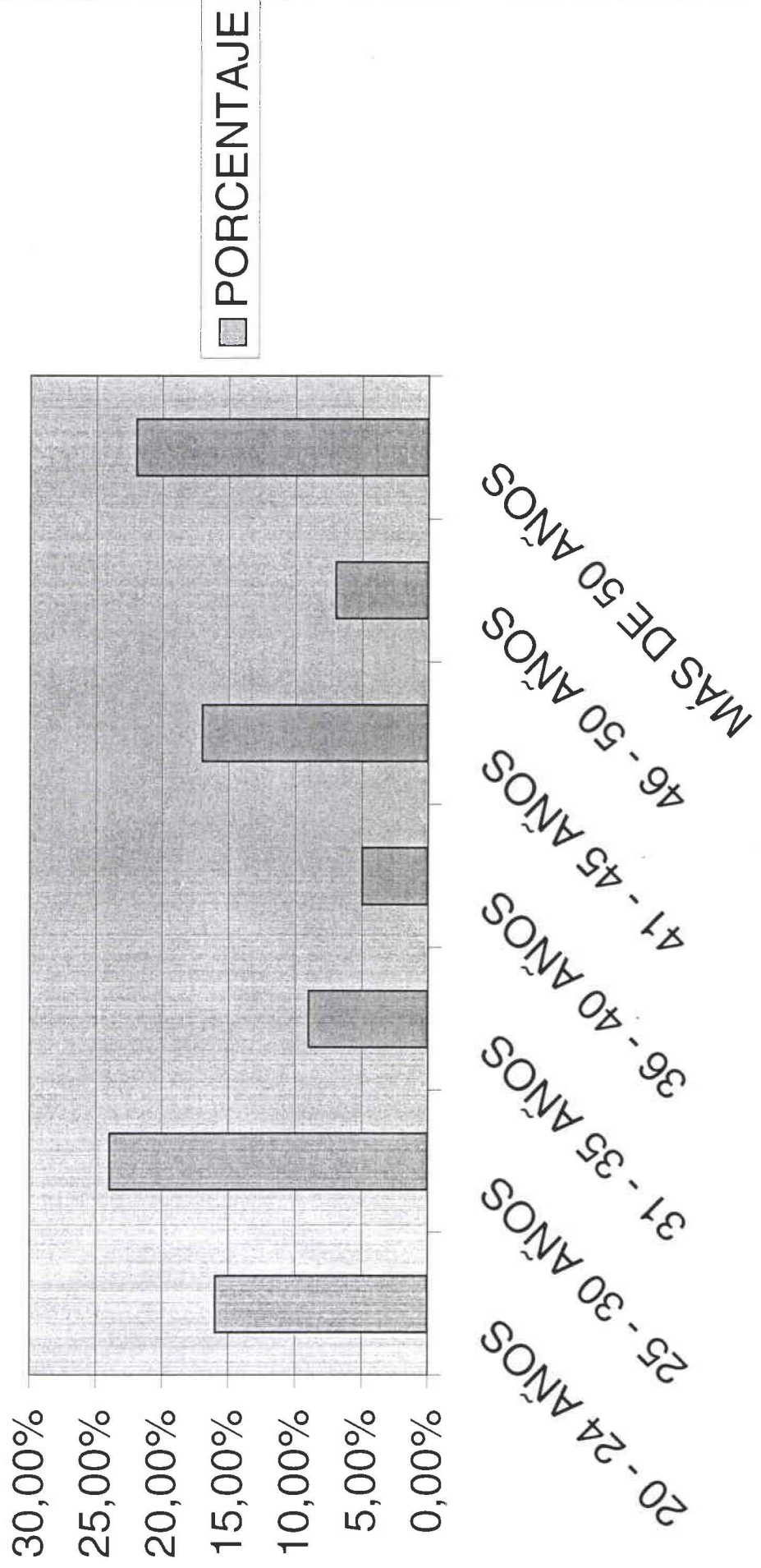
## 10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?



**RANGOS DE EDADES - ENCUESTADOS**

<b>RANGO</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
20 - 24 AÑOS	16	16,00%
25 - 30 AÑOS	24	24,00%
31 - 35 AÑOS	9	9,00%
36 - 40 AÑOS	5	5,00%
41 - 45 AÑOS	17	17,00%
46 - 50 AÑOS	7	7,00%
MÁS DE 50 AÑOS	22	22,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

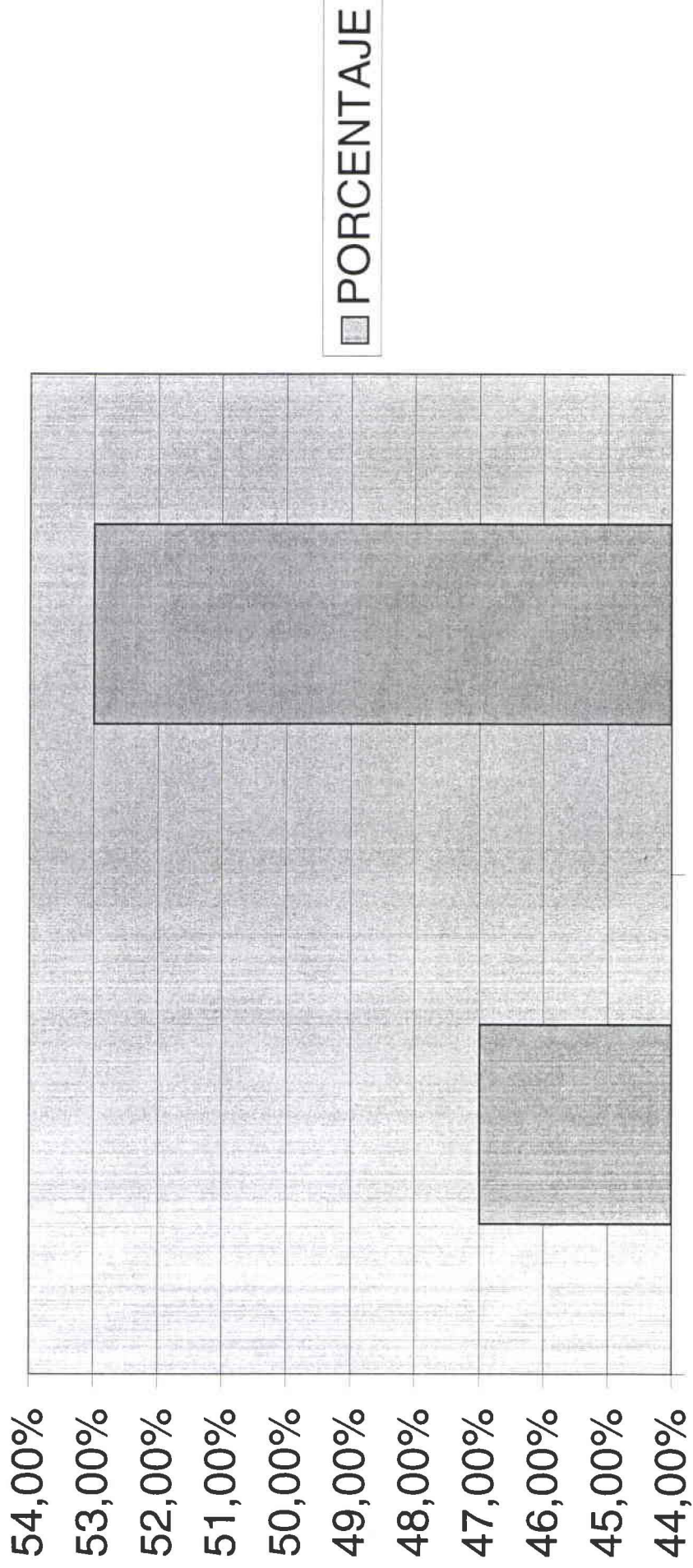
# RANGOS DE EDADES - ENCUESTADOS



**SEXO - ENCUESTADOS**

<b>SEXO</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>MASCULINO</b>	<b>47</b>	<b>47,00%</b>
<b>FEMENINO</b>	<b>53</b>	<b>53,00%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

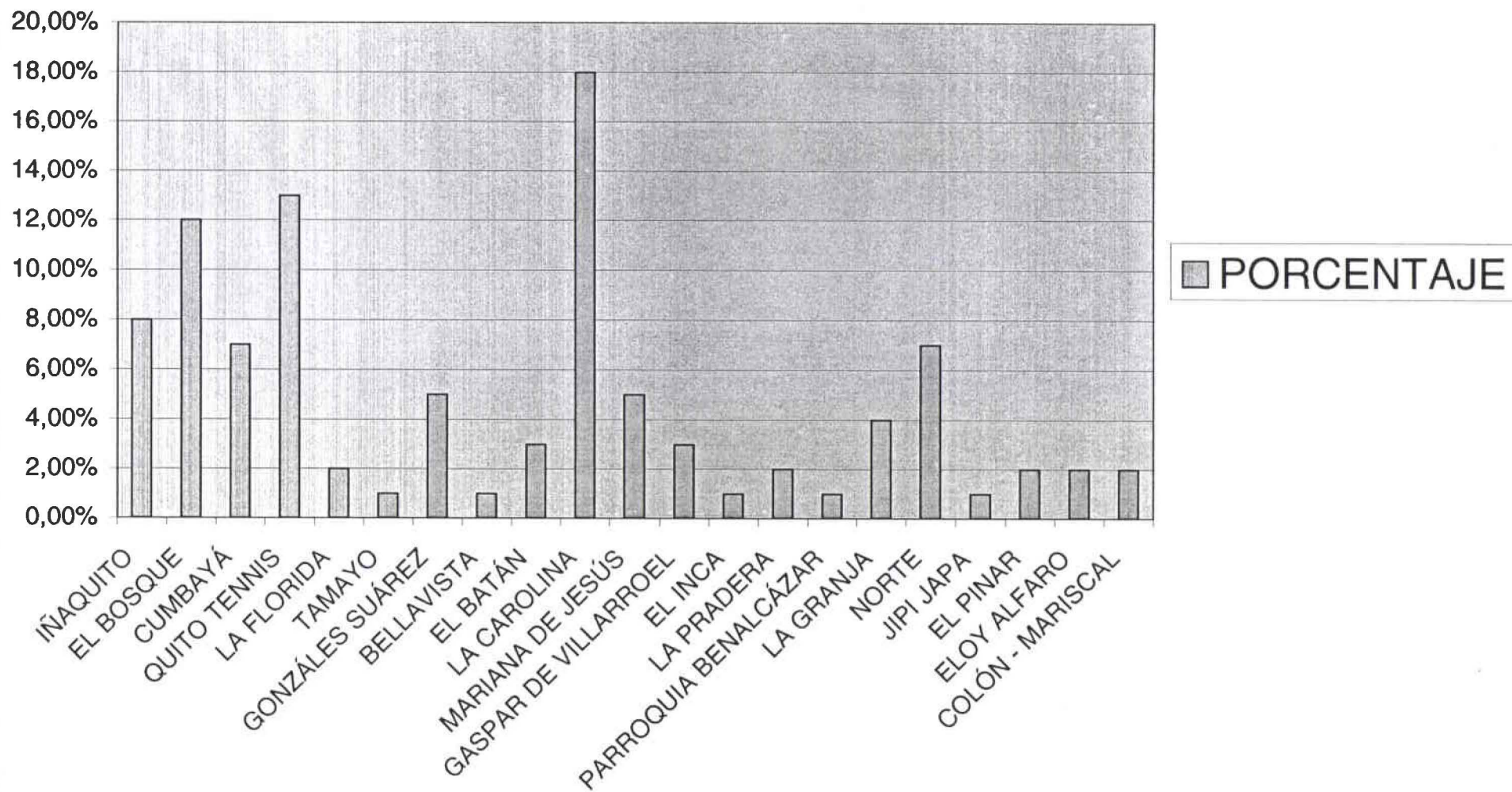
# SEXO - ENCUESTADOS



**SECTOR DE RESIDENCIA - ENCUESTADOS**

<b>SECTOR</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
INAQUITO	8	8,00%
EL BOSQUE	12	12,00%
CUMBAYÁ	7	7,00%
QUITO TENNIS	13	13,00%
LA FLORIDA	2	2,00%
TAMAYO	1	1,00%
GONZÁLES SUÁREZ	5	5,00%
BELLAVISTA	1	1,00%
EL BATÁN	3	3,00%
LA CAROLINA	18	18,00%
MARIANA DE JESÚS	5	5,00%
GASPAR DE VILLARROEL	3	3,00%
EL INCA	1	1,00%
LA PRADERA	2	2,00%
PARROQUIA BENALCÁZAR	1	1,00%
LA GRANJA	4	4,00%
NORTE	7	7,00%
JIPI JAPA	1	1,00%
EL PINAR	2	2,00%
ELOY ALFARO	2	2,00%
COLÓN - MARISCAL	2	2,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

## SECTOR DE RESIDENCIA - ENCUESTADOS

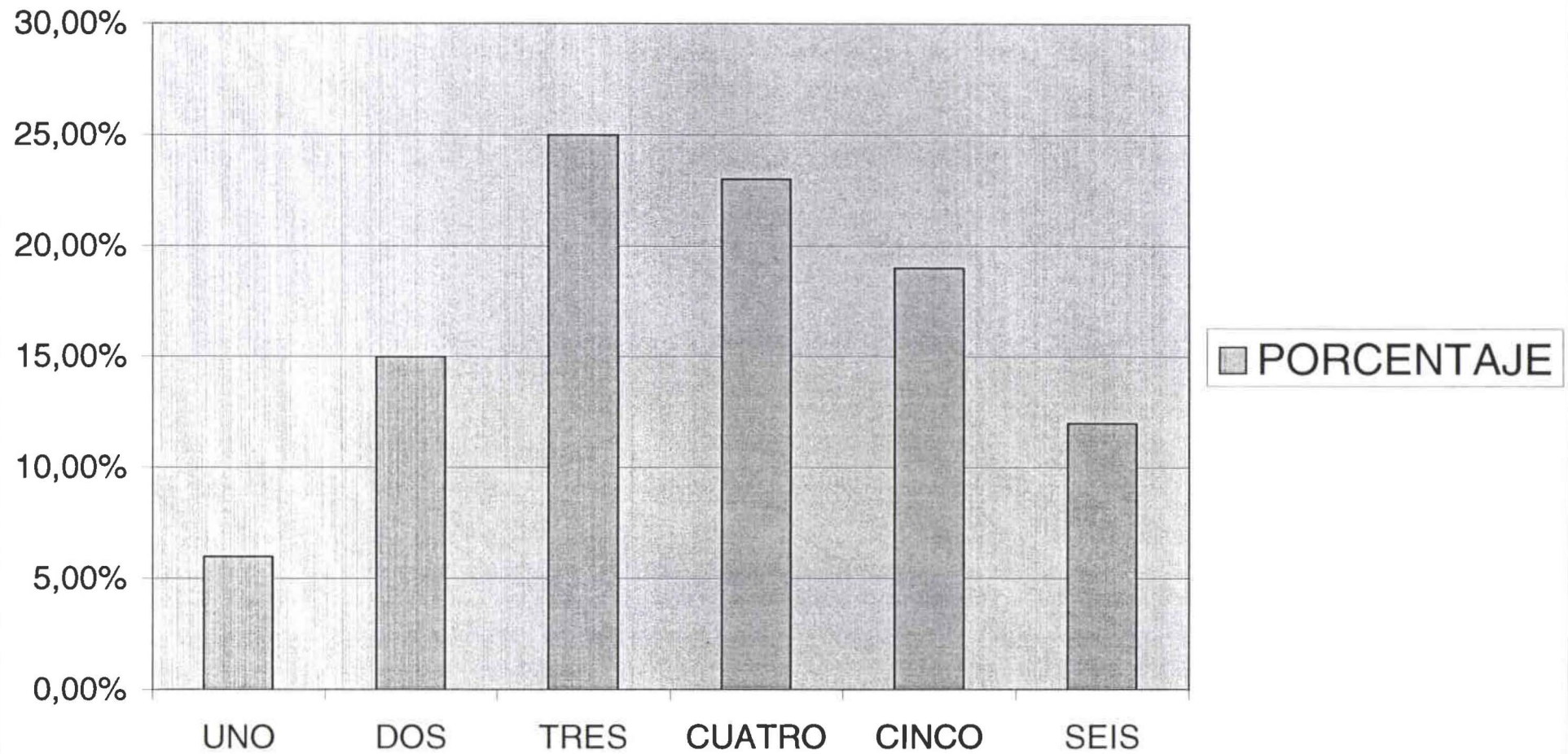




**NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA**

<b># PERSONAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
UNO	6	6,00%
DOS	15	15,00%
TRES	25	25,00%
CUATRO	23	23,00%
CINCO	19	19,00%
SEIS	12	12,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

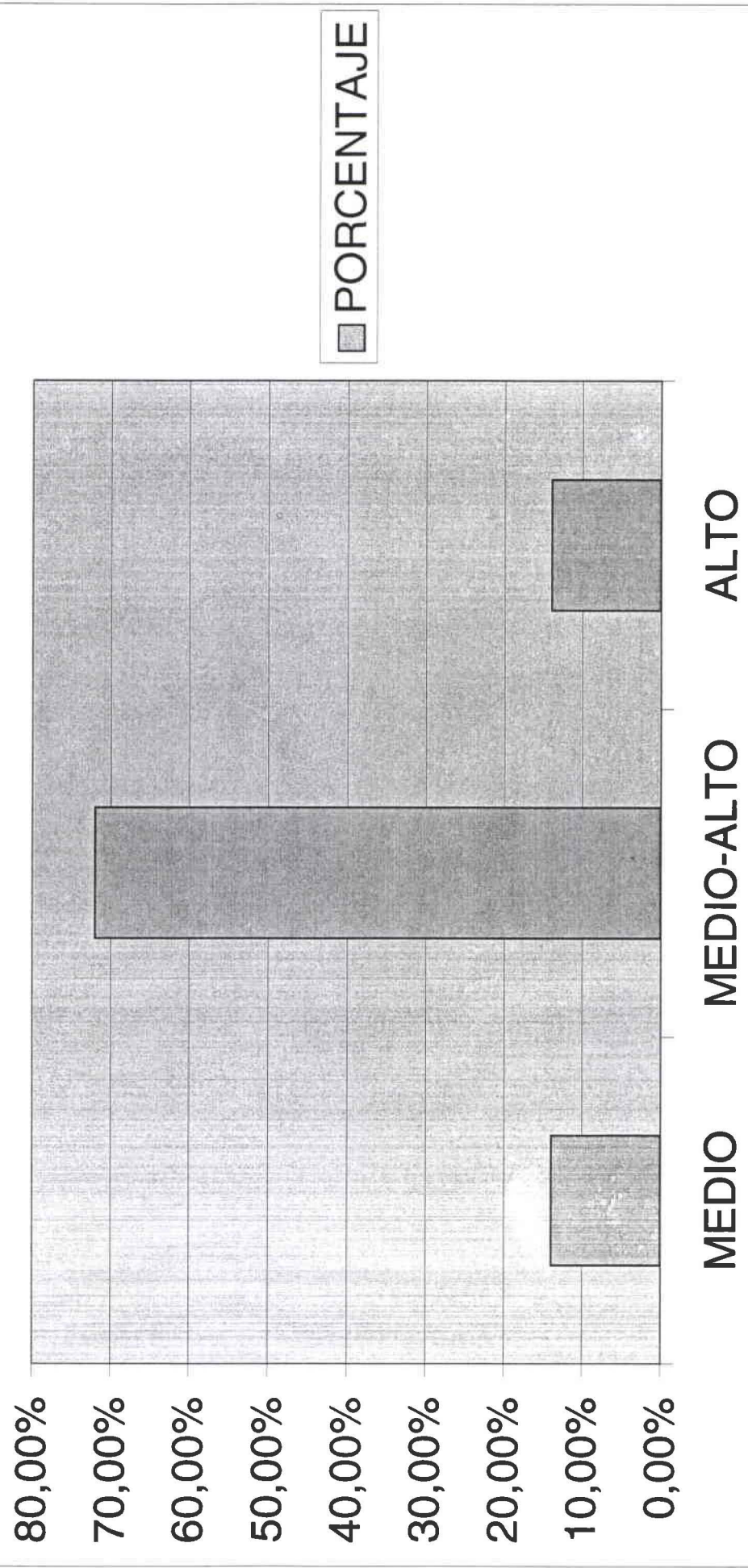
## NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA



**NIVEL SOCIO-ECONÓMICO**

<b>NIVEL</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MEDIO	14	14,00%
MEDIO-ALTO	72	72,00%
ALTO	14	14,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

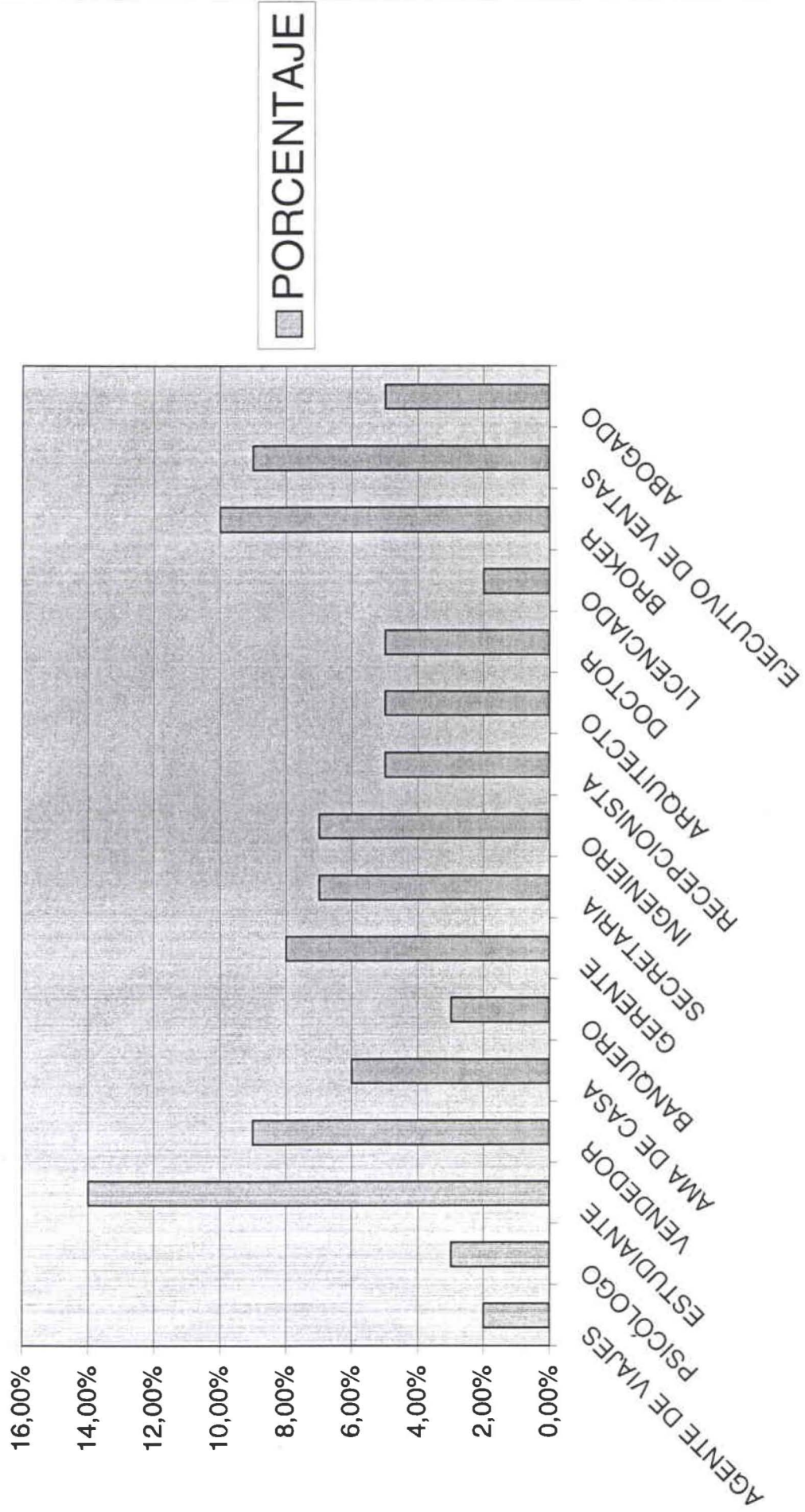
# NIVEL SOCIO-ECONÓMICO



**OCUPACIÓN**

<b>OCUPACIÓN</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
AGENTE DE VIAJES	2	2,00%
PSICÓLOGO	3	3,00%
ESTUDIANTE	14	14,00%
VENDEDOR	9	9,00%
AMA DE CASA	6	6,00%
BANQUERO	3	3,00%
GERENTE	8	8,00%
SECRETARIA	7	7,00%
INGENIERO	7	7,00%
RECEPCIONISTA	5	5,00%
ARQUITECTO	5	5,00%
DOCTOR	5	5,00%
LICENCIADO	2	2,00%
BROKER	10	10,00%
EJECUTIVO DE VENTAS	9	9,00%
ABOGADO	5	5,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

# OCUPACIÓN





**10.9 ANEXO I**

**ENCUESTAS INVESTIGACIÓN**

**DE MERCADO**

*Comanda  
express*

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM.  UNA VEZ AL MES \_\_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

La Bracciotta

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?**

FAMILIA  AMIGOS/AS \_\_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

La Bracciotta

---



7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: Torta Pochta
- ENSALADAS: -
- COMIDA INTERNACIONAL: Swire
- PESCADOS / MARISCOS: Los Peces
- PASTAS: La Baccalà
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): Miracabe de Guapub

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO

EDAD: 34 SEXO: M OCUPACIÓN: Beobar

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO  MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: Quito Torno

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 4

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS X (3 veces)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

PIZZA HUT

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?**

FAMILIA X AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

PIZZA HUT

---

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 X

\$10 - \$15 \_\_\_\_\_

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA X

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: Shardon Grill
- ENSALADAS: Las Ensaladas
- COMIDA INTERNACIONAL: Jabe
- PESCADOS / MARISCOS: Ceviches de la Cominchu
- PASTAS: Bucabita
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): Tabla del Tático

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI X

NO \_\_\_\_\_

EDAD: 24

SEXO: F

OCUPACIÓN: Recepcionista

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO X MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: La Católica

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 5

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS X      FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_      UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

\_\_\_\_\_

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?**

FAMILIA \_\_\_\_      AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_      PAREJA X

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_      DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_      OTROS X

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_      COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X      OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

El CEVICHE

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 \_\_\_\_\_

MAS DE \$15 X

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA \_\_\_\_\_

SERVICIO X

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: \_\_\_\_\_
- ENSALADAS: \_\_\_\_\_
- COMIDA INTERNACIONAL: \_\_\_\_\_
- PESCADOS / MARISCOS: EL CEVICHE
- PASTAS: FRATELLI
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): \_\_\_\_\_

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO X

EDAD: 52 SEXO: F OCUPACIÓN: PSICÓLOGA

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO X MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: MARISCAL

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 2

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES X  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?

EL NISPERO

---

3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?

FAMILIA \_\_\_\_ AMIGOS/AS X  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?

COMIDA RÁPIDA X DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_

5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?

NONE

---

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 X

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA X

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: CAMPERO
- ENSALADAS: CREPES & WAFFLES
- COMIDA INTERNACIONAL: \_\_\_\_\_
- PESCADOS / MARISCOS: BARLOVENTO
- PASTAS: LA BRICCIOLA
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): POPPE DIABLO

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO X

EDAD: 53 SEXO: F OCUPACIÓN: BANQUERA

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO X MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: GONZALES SUAREZ

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 4

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES   
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

BARLOVENTO

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHS RESTAURANTES?**

FAMILIA  AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

El Ceviche

---



7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 X

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA X

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: SAN TELMO
- ENSALADAS: SPAGHETTI
- COMIDA INTERNACIONAL: RINCÓN DE FRANCIA
- PESCADOS / MARISCOS: PABLOVENTO
- PASTAS: PAVABOTTI
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): \_\_\_\_\_

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO X

EDAD: 51 SEXO: F OCUPACIÓN: DOCTORA

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO X MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: LA CAROLINA

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 2

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA X  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

EL CEUCE

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHS RESTAURANTES?**

FAMILIA X AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_ OTROS X (PESCADO)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

LA MAZMITE

---

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 \_\_\_\_\_

MAS DE \$15

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: \_\_\_\_\_
- ENSALADAS: CREPES & WAFFLES
- COMIDA INTERNACIONAL: \_\_\_\_\_
- PESCADOS / MARISCOS: MARENOSTRUM
- PASTAS: \_\_\_\_\_
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): \_\_\_\_\_

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO

EDAD: 52 SEXO: F OCUPACIÓN: PSICÓLOGA

NÍVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO  MEDIO/ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: CUMBAYÁ

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 5

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA X  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

FRIDAY'S

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHS RESTAURANTES?**

FAMILIA X AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

FRIDAY'S

---

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 \_\_\_\_\_

MAS DE \$15 X

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA \_\_\_\_\_

SERVICIO X

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: SHORTON GRILL
- ENSALADAS: LAS ENSALADAS
- COMIDA INTERNACIONAL: LA VIÑA
- PESCADOS / MARISCOS: SAKE
- PASTAS: LA BRICCIOLA
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): EL ESPAÑOL

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI X

NO \_\_\_\_\_

EDAD: 48 SEXO: F OCUPACIÓN: GERENTE

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO X MEDIO/ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: QUITO TENNIS

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 3

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS       FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_      UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

KFC

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?**

FAMILIA \_\_\_\_      AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO       PAREJA \_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA       DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_      OTROS \_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO       COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_      OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

IL GELLO

---

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: STAV
- ENSALADAS: CPRES & WAFFLES
- COMIDA INTERNACIONAL: IL GRILLO
- PESCADOS / MARISCOS: MARENOSTRUM
- PASTAS: IL GRILLO
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): \_\_\_\_\_

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO

EDAD: 27 SEXO: M OCUPACIÓN: EJEC. VTAS

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO  MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: LA CAROLINA

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 4

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM.  UNA VEZ AL MES \_\_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?

Noe

---

3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?

FAMILIA \_\_\_\_\_ AMIGOS/AS \_\_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_\_ PAREJA

4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_\_

5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?

CARNE, POLLO \_\_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?

Parró Andaluz

---



7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 \_\_\_\_\_

MAS DE \$15

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: Shardon Grill
- ENSALADAS: Coopo d Waffles.
- COMIDA INTERNACIONAL: Pavlovski
- PESCADOS / MARISCOS: Mace Nostrom
- PASTAS: Spagheti
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): Friday's

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI

NO \_\_\_\_\_

EDAD: 43 SEXO: F OCUPACIÓN: Gerente

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO  MEDIO/ALTO  MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: Auto-Tennis

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 3

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA   
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

Haniel y Gretel

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHS RESTAURANTES?**

FAMILIA  AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES  OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

Haniel y Gretel

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 \_\_\_\_\_

MAS DE \$15 X

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA X

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: Sho'ton Grill
- ENSALADAS: Croque & Waffles
- COMIDA INTERNACIONAL: Hansel & Gretel
- PESCADOS / MARISCOS: Maac Nostum
- PASTAS: Bricciola
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): Freddy's

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI X

NO \_\_\_\_\_

EDAD: 45 SEXO: M OCUPACIÓN: Gerente

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO X MEDIO/ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: Quito Temis

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 4

ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS

1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS 2 (semana)

2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?

Freddy's

3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?

FAMILIA \_\_\_\_ AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO X PAREJA \_\_\_\_

4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?

COMIDA RÁPIDA X DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_

5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?

CARNE, POLLO \_\_\_\_ COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?

Cooppes & Waffles

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10

\$10 - \$15 \_\_\_\_\_

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA \_\_\_\_\_

SERVICIO \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: Shoaton Grill
- ENSALADAS: Croppers & Waffles
- COMIDA INTERNACIONAL: Apple Bees
- PESCADOS / MARISCOS: Cev. de la Ruminahu?
- PASTAS: Spaghetti
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): —

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO

EDAD: 26 SEXO: F OCUPACIÓN: Broder

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO  MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: La Carolina

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: \_\_\_\_\_

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA X  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_ UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?

El Sapo

---

3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHS RESTAURANTES?

FAMILIA X AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES X OTROS \_\_\_\_

5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?

CARNE, POLLO X COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?

Los Troncos

---

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15 X

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA \_\_\_\_\_

SERVICIO X

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: Los Troncos
- ENSALADAS: \_\_\_\_\_
- COMIDA INTERNACIONAL: \_\_\_\_\_
- PESCADOS / MARISCOS: \_\_\_\_\_
- PASTAS: spaghetti
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): Ghost

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO X

EDAD: 40 SEXO: M OCUPACIÓN: Cooperante

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO X MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: Cocapina

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: \_\_\_\_\_

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

**1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?**

TODOS LOS DÍAS       FIN DE SEMANA \_\_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. \_\_\_\_\_      UNA VEZ AL MES \_\_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

**2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?**

Petén

---

**3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHS RESTAURANTES?**

FAMILIA \_\_\_\_\_      AMIGOS/AS \_\_\_\_\_  
COMP. TRABAJO       PAREJA \_\_\_\_\_

**4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?**

COMIDA RÁPIDA       DE LUJO \_\_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_\_      OTROS \_\_\_\_\_

**5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?**

CARNE, POLLO \_\_\_\_\_      COMIDA RÁPIDA   
ESPECIALIDADES \_\_\_\_\_      OTROS \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

**6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?**

PP220 HOT

---



7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5

\$5 - \$10

\$10 - \$15

MAS DE \$15

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO

UBICACIÓN

TIPO DE COMIDA

SERVICIO

OTROS

9. QUÉ RESTAURANTE PREFERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: La Taberna del Tártaro
- ENSALADAS: Crepes & waffles
- COMIDA INTERNACIONAL: Café Quito
- PESCADOS / MARISCOS: La Jiriba
- PASTAS: Che Forna
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): El Especial

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI

NO

EDAD: 23

SEXO: F

OCUPACIÓN: Estudiante

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO  MEDIO/ALTO  MEDIO

SECTOR DE RESIDENCIA: Amazons y N.N.O.O.

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 6.

**ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
RESTAURANTE TIERRAS ALTAS**

1. CON QUE FRECUENCIA COME EN RESTAURANTES?

TODOS LOS DÍAS \_\_\_\_ FIN DE SEMANA \_\_\_\_  
1 VEZ A LA SEM. x UNA VEZ AL MES \_\_\_\_  
OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

2. NOMBRE EL PRIMER RESTAURANTE QUE SE LE VENGA A LA MENTE?

NOE

---

3. GENERALMENTE CON QUIÉN VISITA DICHOS RESTAURANTES?

FAMILIA x AMIGOS/AS \_\_\_\_  
COMP. TRABAJO \_\_\_\_ PAREJA \_\_\_\_

4. QUE TIPO DE RESTAURANTES VISITA NORMALMENTE?

COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_ DE LUJO \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES x OTROS \_\_\_\_

5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?

CARNE, POLLO x COMIDA RÁPIDA \_\_\_\_  
ESPECIALIDADES \_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_ (\_\_\_\_)

6. CUÁL ES SU RESTAURANTE FAVORITO?

NOE

---

7. CUÁNTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA CUANDO CONSUME EN RESTAURANTES?

\$1 - \$5 \_\_\_\_\_

\$5 - \$10 \_\_\_\_\_

\$10 - \$15

MAS DE \$15 \_\_\_\_\_

8. CUÁL ES EL FACTOR DETERMINANTE AL MOMENTO DE ELEGIR UN RESTAURANTE?

PRECIO \_\_\_\_\_

UBICACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE COMIDA \_\_\_\_\_

SERVICIO

OTROS \_\_\_\_\_

9. QUÉ RESTAURANTE PREFIERE PARA LAS SIGUIENTES ESPECIALIDADES:

- CARNE / POLLO: SAN TELMO
- ENSALADAS: CREPES & WAFFLES
- COMIDA INTERNACIONAL: \_\_\_\_\_
- PESCADOS / MARISCOS: NOE
- PASTAS: \_\_\_\_\_
- TABLITAS + CERVEZAS (TRAGOS): KING CROSS

10. CONOCE EL RESTAURANTE TIERRAS ALTAS?

SI \_\_\_\_\_

NO

EDAD: 52 SEXO: F OCUPACIÓN: GERENTE

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO/ALTO  MEDIO \_\_\_\_\_

SECTOR DE RESIDENCIA: TUMBACO

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA CASA: 2