



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities

FACULTAD EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA IDEA DE NEGOCIO SOBRE LA
CREACIÓN DE UN RESTAURANTE VANGUARDISTA EN LA CIUDAD DE QUITO.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras.

Profesor Guía

Ana Carolina Maldonado Mena

Autora

Carla Paulina Coba Sánchez

Año

2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Ana Carolina Maldonado Mena

Licenciada

170692525-0

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se a respetado las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Carla Paulina Coba Sánchez

172093666-3

AGRADECIMIENTO

Al concluir un trabajo en el cual se necesitó de mucha dedicación y esfuerzo, que es el desarrollo de la tesis de grado, en el cual he puesto toda mi dedicación y aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria. Por esta razón doy gracias a Dios por haberme dado el valor y cada día seguir. También agradezco a mi familia y amigos, Carlos Coba, Mónica Sánchez, Gabriela, José, Andrea, Saskia y Antonio ya que estuvieron a mi lado para apoyarme, hasta conseguir el triunfo profesional. También debo agradecer a mi tutora de tesis Ana Carolina Maldonado, ya que me transmitió todos sus sabios conocimientos y así poder llegar a culminar de la mejor manera la elaboración de este trabajo. Recalco que este es el principio de retos que vendrán a futuro y voy a superar para así dejar en alto el nombre de mi familia y de la universidad.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación el cual fue desarrollo con mucha dedicación y esfuerzo a mis padres porque ellos estuvieron siempre a mi lado dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y a pesar de los inconvenientes presentados durante la elaboración de dicho trabajo seguir adelante. También porque ellos han sabido formarme con valores, buenos sentimientos y con todo el apoyo que me han brindado he podido culminar de la mejor manera todos mis retos propuestos y entre ellos fue uno de estos. Con todo esto llegaré a ser una excelente profesional y siempre alcanzando el éxito.

Los quiero demasiado.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad el hecho de señalar si es factible y viable la apertura de un restaurante de lujo, con una temática de Gastronomía vanguardista ecuatoriana, el cual tendrá el nombre de NITRO Cocina Vanguardista y se ha tomado en consideración este tema para desarrollarlo, ya que en base al estudio realizado se ha podido concluir que los gustos y preferencias de las personas se encuentran en constante cambio, por esta razón se busco un factor diferencial que este sobre la comida tradicional, es decir, en este caso de esta nueva tendencia se ha utilizado el factor sorpresa en la creación de todos y cada uno de los platos para obtener esto se utiliza las distintas texturas Moleculares, las cuales permiten formar nuevos diseños y presentaciones para los distintos platos, pero siempre tomando en cuenta los productos típicos Ecuatorianos.

Se debe mencionar la explicación en base al desarrollo de cada uno de los capítulos, es decir, en el Capítulo uno se abordará la conceptualización de los términos que engloban a este tipo de Gastronomía y el origen de la misma. Seguido del capítulo dos en el cual se explicará acerca del mercado objetivo al que se está enfocado, misión, visión, objetivos, la conformación de la estructura organizacional y el análisis FODA.

En el tercer capítulo se manifiesta la elaboración del estudio de mercado objetivo en base a encuestas ejecutadas. A continuación en el capítulo cuatro se desarrollará las ocho P's de marketing y también la imagen corporativa de la empresa.

El capítulo quinto principalmente se enfoca al desarrollo del estudio técnico y arquitectónico, lo cual es muy necesario para la creación de establecimientos de este tipo. Por último en el capítulo seis se manifiesta todo el texto anteriormente descrito en números, es decir, se puede comprobar con datos reales el tema financiero para conocer finalmente si sería o no factible esta idea de negocio en la Ciudad de Quito.

ABSTRACT

The following project aims to prove the feasibility of opening an avantgarde themed restaurant in the city of Quito, Ecuador. This restaurant is focused on Ecuadorian cuisine, and will be named NITRO Avant-Garde Cuisine. The study that has been conducted in this thesis concludes that tastes and preferences of the target market are constantly changing, therefore a differential factor was sought and it is traditional food. In the case of this new trend, the element of surprise in the creation and use of different Molecular textures, which allows to form new designs and presentations for the different dishes, but always considering the roots of Ecuadorian products.

The first chapter will address the conceptualization of the terms that include this type of cuisine and the source of it. Followed by chapter two in which will the target market will be explained focusing on the mission, vision, objectives, the organizational structure, and the SWOT analysis.

The third chapter shows the development of the study of target market based on surveys carried out. Then in chapter four we will develop the eight P's of marketing and the corporate image and strategies of the company.

Fifth chapter mainly focuses on the development of the technical and architectural study, which is necessary for the creation of such establishments. Finally chapter six shows all the text previously described in numbers, with financial formulas and scenarios to be able to determine whether this future business is a feasible idea in the city of Quito.

ÍNDICE

ÍNDICE	0
INTRODUCCIÓN:	1
OBJETIVOS DEL PROYECTO:	1
OBJETIVO GENERAL:.....	1
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	2
1. CAPÍTULO I.MARCO TEÓRICO:	3
1.1. Justificación:.....	3
2. CAPÍTULO II.PLAN DE NEGOCIO:.....	9
2.1. Naturaleza del proyecto.	9
2.2. Mercado Objetivo:	9
2.2.1. Demográfica:	9
2.2.2. Geográfica:	10
2.2.3. Psicográfica:	10
2.3. Misión:.....	10
2.4. Visión:	10
2.5. Objetivos de la Empresa:	11
2.5.1. Corto plazo:	11
2.5.2. Mediano plazo:	11
2.5.3. Largo plazo:.....	11
2.6. Estructura organizacional:.....	12
2.6.1. Perfiles de puesto:	12
2.6.1.1. Gerente:	12
2.6.1.2. Administrador:	13
2.6.1.3. Recursos Humanos/Contador:	13
2.6.1.4. Chef:	13
2.6.1.5. Jefe de Bebidas:	14
2.6.1.6. Maître:	14
2.6.1.7. Ayudante del Chef (Sous Chef):.....	14
2.6.1.8. Barman:	15
2.6.1.9. Meseros:	15
2.6.1.10. Ayudante de Cocina:.....	15
2.6.1.11. Stewart:.....	15

2.6.1.12. Hostess:.....	16
2.6.1.13. Valet parking:	16
2.6.1.14. Guardarropa:	16
2.6.1.15. Seguridad:	16
2.6.2. Descripción del puesto:	17
2.6.2.1. Gerente:	17
2.6.2.2. Administrador:	17
2.6.2.3. Recursos Humanos/ Contador:	17
2.6.2.4. Chef:	18
2.6.2.5. Jefe de Bebidas:	18
2.6.2.6. Maître:	18
2.6.2.7. Asistente del Chef:	19
2.6.2.8. Barman:	19
2.6.2.9. Meseros:	20
2.6.2.10. Ayudante de Cocina:.....	20
2.6.2.11. Stewart:.....	21
2.6.2.12. Hostess:.....	21
2.6.2.13. Valet parking:.....	21
2.6.2.14. Guardarropa:	22
2.6.2.15. Seguridad:	22
2.7. Descripción de la empresa:.....	22
2.8. Análisis FODA:.....	24
2.8.1. Estrategias Alternativas en base al Análisis FODA:	25
2.8.1.1. FO (Maximizar- Maximizar)	25
2.8.1.2. FA (Maximizar- Minimizar)	26
2.8.1.3. DO (Minimizar-Maximizar).....	27
2.8.1.4. DA (Minimizar-Minimizar).....	28
2.9. Ventaja competitiva:.....	28
2.9.1. Competencia Directa:	29
2.9.2. Competencia Indirecta:.....	30
3. CAPÍTULO III.ANÁLISIS DE MERCADO:.....	33
3.1. Objetivos del estudio de mercado:	33
3.1.1. Objetivo General:.....	33
3.1.2. Objetivos Específicos:	33
3.2. Investigación de mercado:	34

3.3.	Análisis de resultados:	37
3.4.	Plan estratégico de mercado:.....	49
4.	CAPÍTULO IV.PLAN DE MARKETING:.....	50
4.1.	Desarrollo del Plan de Marketing:	50
4.1.1.	Información:.....	50
4.1.2.	Toma de pedidos:.....	51
4.1.3.	Facturación:.....	51
4.1.4.	Pago:	51
4.1.5.	Consulta:	51
4.1.6.	Hospitalidad:.....	52
4.1.7.	Cuidado:	52
4.1.8.	Excepciones:	52
4.2.	Desarrollo de las 8 P de Marketing:	52
4.2.1.	Elementos del producto:	52
4.2.2.	Lugar y tiempo:.....	53
4.2.3.	Precio y otros costos para el usuario:.....	54
4.2.3.1.	Determinación del precio:	54
4.2.3.2.	Análisis del precio.	55
4.2.4.	Promoción:	56
4.2.5.	Proceso:	57
4.2.5.1.	Diagrama flujo de servicios:.....	57
4.2.6.	Entorno físico:.....	58
4.2.7.	Personal:	59
4.2.7.1.	Motivación:.....	59
4.2.7.2.	Capacitación:	59
4.2.8.	Productividad y calidad:.....	60
4.3.	Imagen Corporativa de la Empresa:.....	60
4.3.1.	Nombre de la Empresa:.....	60
4.3.2.	Logotipo de la Empresa:.....	61
6.	CAPÍTULO V.PLAN DE OPERACIONES:.....	64
6.1.	Estudio Técnico:.....	64
6.1.1.	Función y Organización de las cocinas de restaurantes:.....	64
6.1.2.	Superficie global necesaria:.....	65

6.2.	Localización:	65
6.3.	Estudio Arquitectónico:.....	66
6.4.	Equipamiento:	66
6.4.1.	Proveedores:	68
6.5.	Ciclo de operaciones:.....	71
6.6.	Menú Vanguardista:	75
6.6.1.	Entradas:	75
6.6.2.	Platos Fuertes:.....	75
6.6.3.	Postres:	75
6.6.4.	Bebidas:.....	75
6.7.	Recetas Estándar:.....	76
7.	CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO:	88
7.1.	Presupuesto de Inversión:.....	88
7.1.1.	Depreciación:.....	89
7.2.	Presupuesto de Financiación:	89
7.2.1.	Amortización:	90
7.3.	Proyección de Ventas:	91
7.4.	Flujo de caja mensual y anual:.....	91
7.5.	Cálculo estimativo de nómina salarial:	93
7.6.	Matriz de Ingresos:.....	95
7.7.	Matriz de Gastos:	95
7.8.	Presupuesto del estado de Pérdidas y Ganancias:.....	97
7.9.	Punto de Equilibrio:	98
7.10.	VAN:	99
7.11.	TIR:	99
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:.....	100
8.1.	Conclusiones:.....	100
8.2.	Recomendaciones:.....	101
9.	REFERENCIAS:	102
10.	ANEXOS:.....	
	ANEXO 1	108
	ANEXO 2	117
	ANEXO 3	121
	ANEXO 4	123

ANEXO 5	126
ANEXO 6	129
ANEXO 7	135
ANEXO 8	138

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Estructura organizacional para el Restaurante.	12
<i>Figura 2:</i> Análisis Pregunta 1	37
<i>Figura 3:</i> Análisis Pregunta 2	38
<i>Figura 4:</i> Análisis Pregunta 3	39
<i>Figura 5:</i> Análisis Pregunta 4.a	41
<i>Figura 6:</i> Análisis Pregunta 4.b	42
<i>Figura 7:</i> Análisis Pregunta 4.c.....	43
<i>Figura 8:</i> Análisis Pregunta 5	44
<i>Figura 9:</i> Análisis Pregunta 6	45
<i>Figura 10:</i> Análisis Pregunta 7	46
<i>Figura 11:</i> Análisis Pregunta 8	47
<i>Figura 12:</i> Análisis Pregunta 9	48
<i>Figura 13:</i> Flor del servicio	50
<i>Figura 14:</i> Canal de Distribución	54
<i>Figura 15:</i> Diagrama del Flujo de Servicio	57
<i>Figura 16:</i> Logotipo de la empresa.....	61
<i>Figura 17:</i> Primer acto del ciclo de operaciones.....	71
<i>Figura 18:</i> Segundo acto del ciclo de operaciones.....	72
<i>Figura 19:</i> Tercer acto del ciclo de operaciones.....	73
<i>Figura 20:</i> Cuarto acto del ciclo de operaciones	74
<i>Figura 21:</i> Gráfica sobre el punto de equilibrio.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA.....	24
Tabla 2. Matriz de la competencia Directa	30
Tabla 3. Matriz de la Competencia Indirecta	31
Tabla 4. Respuestas tomadas de la pregunta 1	38
Tabla 5. Respuestas tomadas de la pregunta 2	39
Tabla 6. Respuestas tomadas de la pregunta 3.....	40
Tabla 7. Respuestas tomadas de la pregunta 4.a	41
Tabla 8. Respuestas tomadas de la pregunta 4.b.....	42
Tabla 9. Respuestas tomadas de la pregunta 4.c.....	43
Tabla 10. Respuestas tomadas de la pregunta 5.....	44
Tabla 11. Respuestas tomadas de la pregunta 6.....	45
Tabla 12. Respuestas tomadas de la pregunta 7	46
Tabla 13. Respuestas tomadas de la pregunta 8.....	47
Tabla 14. Respuestas tomadas de la pregunta 9.....	48
Tabla 15. Precios del menú.....	55
Tabla 16. Normativa para lavabos.....	62
Tabla 17. Medidas para la superficie del restaurante.....	63
Tabla 18. Anchura de los pasillos.....	63
Tabla 19. Frecuencia de uso para cada tipo de restaurante.....	64
Tabla 20. Superficie necesaria para el restaurante.....	65
Tabla 21. Equipamiento para cocina caliente, fría y Molecular.....	66
Tabla 22. Equipamiento para cristalería, cubertería y bar.....	67
Tabla 23. Equipamiento para vajilla, limpieza y decoración.....	67
Tabla 24. Equipamiento para repostería, preparación y cocción.....	68
Tabla 25. Resumen de la matriz de Inversión.....	88
Tabla 26. Resumen matriz de depreciación.....	89
Tabla 27. Matriz de financiación.....	90
Tabla 28. Matriz para amortización del préstamo.....	90
Tabla 29. Matriz flujo de caja mensual y anual.....	92
Tabla 30. Matriz para amortización gastos de constitución.....	92
Tabla 31. Matriz Remuneración mensual.....	93
Tabla 32. Matriz de salarios anuales.....	94
Tabla 33. Matriz de salarios anuales con remuneraciones sociales.....	94
Tabla 34. Matriz resumen de ingresos anuales.....	95
Tabla 35. Matriz de gastos.....	96
Tabla 36. Matriz presupuesto estado de pérdidas y ganancias.....	97
Tabla 37. Matriz punto de equilibrio	98
Tabla 38. Matriz del VAN y TIR.....	99

ÍNDICE DE ECUACIONES

(Ecuación 1).....	35
(Ecuación 2).....	36
(Ecuación 3).....	36

INTRODUCCIÓN:

Se debe hacer énfasis que uno de los establecimientos los cuales obtienen porcentajes altos de ingresos son aquellos que se enfocan al servicio de Alimentos y Bebidas, como menciona el Chef Carlos Gallardo siendo el Director de la Escuela de Gastronomía de la Universidad de las Américas, el cual menciona que al cambiar las tendencias gastronómicas ecuatorianas y los ingredientes que se utilizan en cada una de las preparaciones, a futuro este tema llegará a ser parte del turismo culinario y el cual representará mayores ingresos al Ecuador. (Puertas, 2013). Tomando en consideración lo que este artículo señala se debería comentar que esta es una de las razones fundamentales por las cuales se definió para la elaboración del tema de la creación de un restaurante vanguardista de comida ecuatoriana en la Ciudad de Quito, debido a que estas medidas que van cambiando en las tendencias culinarias también se debe a que han ido evolucionando los gustos y preferencias de las personas, por este motivo se tomo como referencia a este tema de Vanguardia ya que este tipo de cocina busca alternativas diferentes para la elaboración y presentación de los distintos platos.

OBJETIVOS DEL PROYECTO:

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar un restaurante vanguardista que ofrezca una distinta tendencia al momento de degustar sus platos. Realizando un estudio previo de mercado, a demás de un análisis financiero y económico que permita comprobar su factibilidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Consultar y definir los conceptos básicos de cocina de Vanguardia, para con esto conocer como se puede aplicar el momento que ya este creado el restaurante.

Analizar a la competencia indirecta y directa principalmente, para identificar los aspectos en común y en base a esto poder relacionarlos hasta conseguir obtener una ventaja competitiva para de esta forma poder ser una tendencia diferente a la de los demás establecimientos de este tipo.

Realizar un previo análisis de mercado para con esto conocer más a profundidad los gustos y preferencias del segmento de mercado al que se esta dirigiendo, es decir, con esto conocer la demanda y oferta a la cual está dirigido este proyecto.

Efectuar un análisis constante de las tendencias gastronómicas, para con ello poder definir de mejor manera los aspectos más relevantes y así aplicarlos, ya que con esto se obtendría mayor rentabilidad y por ende generará mayor satisfacción hacia los clientes.

Ejecutar un estudio financiero para identificar y poder comprobar más de cerca si es factible o no la creación de este establecimiento.

1. CAPÍTULO I.MARCO TEÓRICO:

1.1. Justificación:

El presente trabajo tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad, para determinar y conocer la posibilidad que se pueda dar la apertura de un restaurante tipo vanguardista en la Ciudad de Quito y principalmente en la zona del Batán, ya que se ha tomado en consideración a esta zona para la apertura del restaurante porque es un sector que se ha convertido desde hace varios años en un lugar idóneo para la creación de restaurantes, bares y entre otros establecimientos.

El proyecto se enfocará en datos reales y actuales obtenidos de la oferta y demanda, que se pueden presentar durante el diseño del restaurante, para con ello tomar medidas correctivas.

Dentro del desarrollo de este proyecto, para poder definir hasta donde va a llegar la idea de negocio se debe tomar en cuenta varios términos y así conocer los aspectos más relevantes para tomar en consideración al momento de avanzar con el proyecto.

Antecedentes:

Se debe recalcar un aspecto importante acerca de este tipo de Gastronomía, lo cual menciona que en la antigüedad los hombres hicieron uso de este tipo de cocina en todos los restaurantes del mundo. “Un claro ejemplo de lo antes mencionado es que los egipcios inventaron la cerveza a base de la fermentación del pan, lo cual indica que a finales de 1980 es cuando empiezan a surgir estos innovadores términos gastronómicos cuando el químico francés Herve This y el físico húngaro, Nicholas Kurti inventaron el término Gastronomía Molecular”. (TROGLIA). En base a lo explicado anteriormente es que la cocina Molecular ya se conoce hace treinta y tres años, el problema es que tan solo esto se dio en países subdesarrollados y esto no permitió que siga

extendiéndose también hacia los países como es el caso de Ecuador. Por otra parte explicando más a profundidad es que definieron a esta cocina con el nombre de Gastronomía Molecular, debido a que luego de varias investigaciones, pruebas en el ámbito de fenómenos físicos y químicos llegaron a definir los cambios que obtienen cada uno de los diferentes platos el momento de prepararlos y degustarlos, lo cual esto permitió que a base de la recopilación de varios años en lo que refiere a recetas e investigaciones se pueda obtener los factores diferenciadores en relación a otras cocinas.

En la actualidad ha ido evolucionando y especializándose en este tema la Gastronomía Molecular, hasta que luego de todos estos cambios e investigaciones nace la Gastronomía de Vanguardia y lo cual esta disciplina permite comprender de mejor manera las reacciones químicas y físicas que se presentan en cada uno de los alimentos, para que con esto el chef pueda evolucionar al máximo su cocina y con esto conocer las propiedades y reacciones de los alimentos en el momento de cocinarlos, también para entregar por completo un servicio distinto al tradicional de los restaurantes se a implementando mucho el uso de tecnología culinaria y en base a esto poder desarrollar distintas técnicas de preparación como también presentación de los alimentos, utilizando materia prima que permita crear innovadoras texturas y esto se refiere a manipular todos los ingredientes hasta obtener algo diferente y novedoso.

Como primer paso se debe explicar acerca del arte culinario, “ Que es hablar de un arte en constante movimiento y renovación”. (Tendencias Gastronómicas de Vanguardia, 2007). Esto menciona que es fundamental tomar en cuenta las técnicas y habilidades para llevar a consideración el momento de la preparación de los alimentos, como también es importante contar con imaginación y creatividad, lo cual partiendo de esto permite crear platos originales y novedosos, ya que esto con el pasar del tiempo va tomando mayor importancia para escoger un restaurante el momento de consumir sus platos favoritos.

Por otro lado todo lo que refiere a Gastronomía, “Se a convertido en un goce para los cinco sentidos, en donde con la variedad de ingredientes que se mezclan en un plato, puedan crear sensaciones de gusto y satisfacción”. (Tendencias Gastronómicas de Vanguardia, 2007). Para lograr llegar a relacionar un alimento con los cinco sentidos de cada persona es necesario, sustituir e implementar varios ingredientes para que el momento de mezclarlos puedan ser formados como platos innovadores y esto pueda llamar la atención de todos y cada uno de los comensales.

A continuación se define la diferencia que existe entre cocina tradicional y de Vanguardia, para de esta forma entender también el porque nació este tipo de tendencia gastronómica, es decir, se refiere a que hay dos tipos de placeres sensorial e intelectual, se menciona que sensorial es la cocina de Vanguardia e intelectual la cocina tradicional. (López). Haciendo énfasis en lo mencionado anteriormente es que principalmente la cocina de Vanguardia se enfoca en relacionar de forma directa a los cinco sentidos de cada ser humano con el tipo de comida que se entregue para degustar.

Otro término a tomar en consideración es vajilla vanguardista, “Son utensilios con diseños variados y muchos de ellos con una apelación clara al sentido del humor y la creatividad, los cuales sean llamativos y distintivos al momento de degustar los diferentes platos” (Diseños Vanguardistas y nueva cocina, 2010), es necesario indicar que la vajilla es uno de los puntos más importantes a tomar en cuenta dentro del restaurante, debido a que los diseños y formas deben ser novedosas, para estar en conjunto con una armonía de la comida vanguardista, es decir, buscar una relación entre el plato que se va a utilizar para el montaje de cada uno de los alimentos.

Por otra parte se debe recalcar que para la creación del restaurante vanguardista de comida ecuatoriana, el personal para desempeñarse en las diferentes áreas, siendo uno de los empleados más importantes, “Es el

cocinero porque empezó a ser creador de sus propias recetas e intérprete de recetas ya conocidas y cada uno es libre de cocinar en base a su imaginación y gusto, es decir, no hay límites” (Raquel, Cocina de vanguardia española, 2008), este punto es importante tomar en cuenta, porque el chef va a ser la persona que cree el menú llamativo, para poder tener una amplia afluencia de clientes, es decir, el cocinero tiene la potestad de determinar cual sería la preparación y decoración para cada uno de los platos. Dentro de esto se puede indicar, “Que para hacer comida de Vanguardia primero se debe conocer sobre los estándares de comida tradicional” (Cocina de Vanguardia, 2011), es fundamental hacer énfasis en este enunciado, porque todo el personal que va a estar involucrado para trabajar dentro del restaurante, debe estar bien capacitado en el tema gastronómico y tener las bases suficientes para desarrollar bien cada actividad, para de esta manera en conjunto ofrecer un servicio de excelente calidad.

Además se tiene que tomar en cuenta varios aspectos para ser un restaurante vanguardista debe cumplir con unas leyes, que implica este tema:

- Debe primar el elemento sorpresa.
- Es una cocina provocativa.
- Los platos son para comer en pequeñas porciones,” menú degustación”.
- Todos los productos tienen el mismo valor, ya sean sardina o caviar.
- Se trabajan técnicamente texturas y temperaturas: frío-caliente; crujiente-suave.
- Hay respeto por la materia prima: el sabor es lo más importante, pocos sistemas de cocción. (Producción Gastronómica, 2009)

Es fundamental tomar en cuenta los aspectos antes mencionados, porque de esta manera al cumplir con los estándares que establece la cocina de

Vanguardia, se puede llevar a cabo la apertura del restaurante y también poder implementar nuevas opciones, para que sea una cocina de creatividad e imaginación.

En función de brindar una oferta alternativa, diferente y novedosa, se pretende la creación de este restaurante, cumpliendo con todas las normas que rige la ley y buscando formas para poder satisfacer gustos y preferencias de las personas, hasta llegar al punto de sobrepasar las expectativas de cada uno de ellos al momento de degustar de sus platos preferidos, este es uno de los principales retos que presenta esta idea de negocio, por lo que se debe conocer cual sería el nivel de aceptación sobre la apertura del restaurante en la Ciudad de Quito.

Se pretende la creación de este establecimiento debido a que en nuestro país la cocina tradicional, es decir, la comida típica ecuatoriana se encuentra ya saturada, lo cual no es por definir como un tipo de cocina inferior a la cocina de Vanguardia, pero si es muy necesario ir innovando constantemente para aquellas personas que tengan una cultura gastronómica y que también busquen distintas alternativas el momento de acudir a un restaurante. Por lo tanto este establecimiento estará inspirado por la creación en la Gastronomía, mediante la preparación de obras de arte culinarias, utilizando la creatividad e imaginación del chef al momento de formar cada uno de los diferentes platos que se van a encontrar presentes en el menú, también otro factor diferenciador es que cada chef podrá realizar sus propias recetas en base a las investigaciones realizadas.

Luego de haber indicado algunos aspectos importantes para poder conocer más a profundidad sobre lo que trata esta nueva tendencia, se definirá la Cocina de Vanguardia ya que es aquella tendencia que tiene sus inicios en los años ochenta y noventa, nace en España con los chefs reconocidos Ferrán Adriá y Juan Mari Arzak, quienes buscan transformar la cocina tradicional en moderna, para lo cual utilizan productos de alta calidad y también nuevas

técnicas culinarias, para que no consuman solo por comer estos platos sino para satisfacer sus gustos. (Comida de Vanguardia, 2012). Es una de las principales razones por la cuales se pretende la creación de este tipo de establecimiento dentro de la Ciudad de Quito, ya que la mayoría de los restaurantes utilizan el tema gastronómico de forma tradicional, es decir, no buscan ver más allá del solo hecho de preparar platos y que los consuman, es por esto que se ha tomado en consideración para fomentar otro tipo de temática dentro de restaurantes y buscar satisfacer de mejor manera los gustos de los clientes.

Por otra parte también se debe mencionar que la cocina de Vanguardia es una tendencia gastronómica, mientras que la cocina Molecular son las técnicas y texturas innovadoras que se utilizan el momento de la preparación de los platos, es decir, se considera a la cocina Molecular como la tendencia más vanguardista en la Gastronomía y es una innovadora cocina de lujo, en donde deja de lado la Gastronomía tradicional y se enfoca en el ingenio que debe tener cada chef el momento de crear sus recetas y presentar los platos que estarán llenos de sabores, texturas, sensaciones y olores que llamen mucho la atención de los comensales, es decir, tratar que los cinco sentidos intervengan el momento de degustar dichos platos. (La gastronomía molecular, a la vanguardia, 2012). En base a lo antes indicado se podría mencionar que este tipo de cocina si podría posicionarse en la mente de los consumidores ecuatorianos, debido a que ha ido evolucionando constantemente la Gastronomía a nivel mundial y esto podría incrementarse en el ámbito ecuatoriano, así de esta forma poder satisfacer los gustos de los clientes con paladares más exigentes y que estén cansados de la comida típica tradicional.

2. CAPÍTULO II.PLAN DE NEGOCIO:

2.1. Naturaleza del proyecto.

Esta idea de negocio surgió a partir de crear un nuevo restaurante con la temática vanguardista ecuatoriana, debido a que “La industria de los servicios de alimentos y bebidas se mantienen en constante cambio que permite mejorar sus productos y servicios, de acuerdo con las exigencias de los clientes” (Gestión Restaurantes, 2011). Por esta razón se pretende crear un restaurante en la Ciudad de Quito con esta tendencia gastronómica, es decir, la comida vanguardista ya que, “Describe que cada plato es único, creativo y llamativo, porque la textura de los alimentos es distinta y la presentación depende a la receta de la que el autor se ha inspirado” (Raquel, Cocina de vanguardia española, 2008), por este motivo se intentará introducir este tipo de establecimiento, para el momento de degustar aquellos platos llamativos que tengan decoración, preparación, presentación, vajilla y texturas distintas.

2.2. Mercado Objetivo:

El tipo de cliente al que estamos dirigidos se ha escogido de acuerdo a las siguientes variables:

2.2.1. Demográfica:

El futuro cliente será un adulto joven, cuya edad estará comprendida entre los 30 a 45 años, debido a que a partir de esta edad las personas empiezan a desempeñarse en mejores empleos, es decir, obtienen mayores ingresos. Al nivel socio-económico que pertenecerá es alto - alto, ya que contarán con los suficientes ingresos para consumir en el restaurante, porque este nicho de mercado, consume por placer y más no por necesidad, por este motivo están dispuestos a gastar el suficiente dinero como para sentirse a gusto y satisfechos.

2.2.2. Geográfica:

El área geográfica en el que residen los clientes a los que se está enfocado, es la zona norte de Quito, delimitada al sur por la Av. Patria y al norte hasta el sector della Av. La Prensa, también se incluye dentro de esto a los sectores de mayor plusvalía del Valle de los Chillos y Cumbayá.

2.2.3. Psicográfica:

El perfil psicográfico del potencial cliente es el de una persona de negocios, político o afines, que guste de disfrutar nuevas experiencias. Extrovertido y triunfador, amante de estar a la moda y seguir las últimas tendencias en todos los campos.

2.3. Misión:

Satisfacer gustos y preferencias de nuestros clientes a través de la Gastronomía de Vanguardia ecuatoriana, brindando un producto de excelencia que cumpla con los estándares de calidad y bajo estrictas normas de higiene, para que el hecho de consumir en este restaurante se convierta en una experiencia única e irrepetible.

2.4. Visión:

Para el año 2015 será una empresa líder en la venta de comida de tipo vanguardista ecuatoriana y también tiene como finalidad ser reconocidos en el campo gastronómico de la Ciudad de Quito por la calidad y sabor que se ofrece para los futuros clientes, para de esta manera alcanzar un alto grado de posicionamiento de acuerdo a las características establecidas en el menor tiempo posible.

2.5. Objetivos de la Empresa:

2.5.1. Corto plazo:

Llegar a ser el top of mind dentro de la Ciudad de Quito.

- ✓ Posicionar al restaurante en la mente de los consumidores, sobre la gama de productos que ofrece a sus clientes y así lograr que comprendan el concepto.

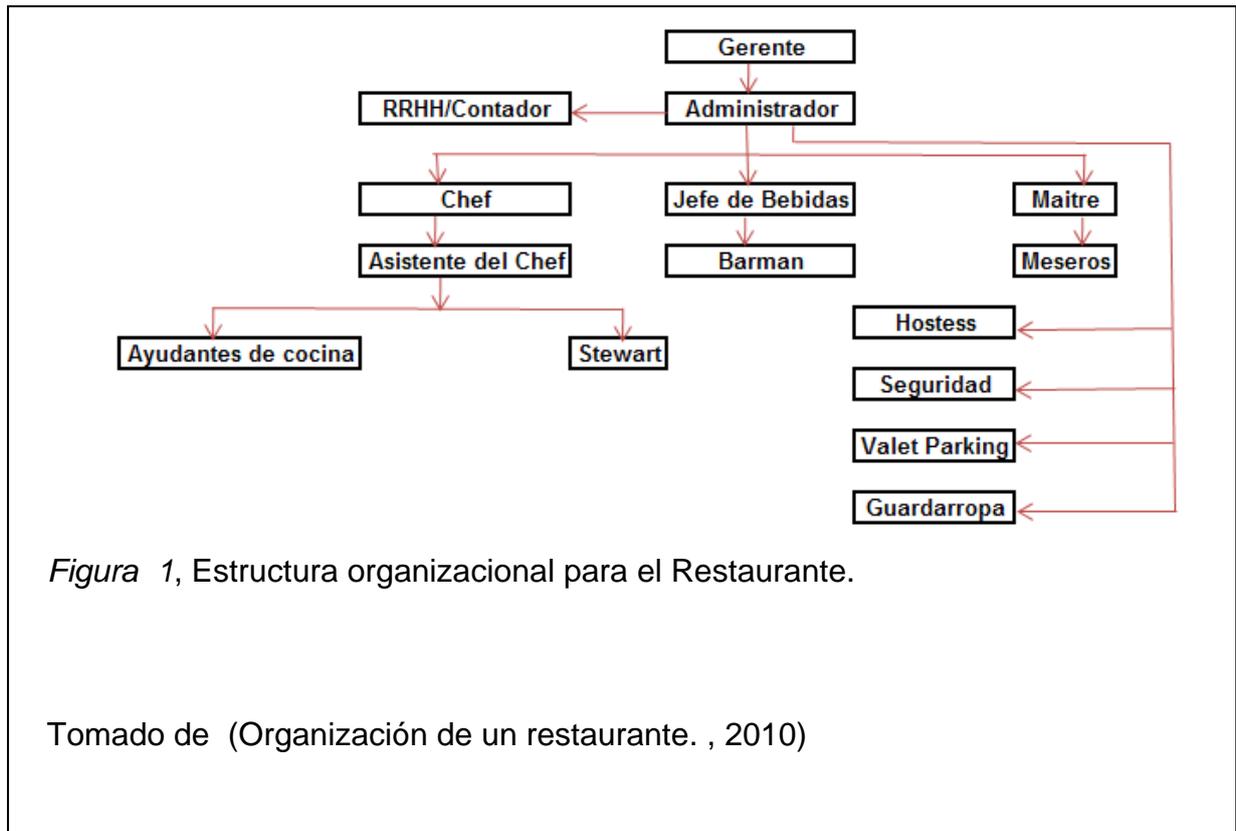
2.5.2. Mediano plazo:

- ✓ Definir un menú estable, según los requerimientos y gustos del mercado objetivo.
- ✓ Incrementar la producción de la empresa en un período no mayor a los dos años, con la consecuente mejora en los productos, tanto como en la capacidad instalada.

2.5.3. Largo plazo:

- ✓ Lograr la apertura de nuevos locales, en Ciudades como es Guayaquil y Cuenca.
- ✓ Convertirse en una de las empresas más sólidas en el mercado de los establecimientos de comida vanguardista, gracias a la excelente calidad de los productos que se ofrece y al servicio brindado hacia los clientes.
- ✓ Recuperar la inversión realizada a corto plazo, en el periodo de dos años, mediante la optimización de recursos materiales y económicos de la empresa manteniendo los precios asequibles para los clientes.

2.6. Estructura organizacional:



2.6.1. Perfiles de puesto:

2.6.1.1. Gerente:

- ✓ Título obtenido en Administración de empresas o carreras similares.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 3 años.
- ✓ Edad entre 30 a 38 años.
- ✓ Tener nivel de inglés avanzado.
- ✓ Debe tener una actitud positiva para poder trabajar en equipo y así manejar a todos los empleados.
- ✓ Debe tener capacidad para delegar las diferentes funciones a cada empleado.

2.6.1.2. Administrador:

- ✓ Título obtenido en Administración turística y hotelera.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 2 años administrando restaurantes.
- ✓ Edad entre 30 a 35 años.
- ✓ Tener nivel de inglés avanzado.
- ✓ Debe tener capacidad de supervisar todas las actividades del personal.
- ✓ Debe conocer acerca de como organizar a los empleados para realizar un buen trabajo en equipo.

2.6.1.3. Recursos Humanos/Contador:

- ✓ Título obtenido en Administración Comercial o Psicología industrial.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 2 años.
- ✓ Edad entre 30 a 35 años.
- ✓ Tener nivel de inglés avanzado.
- ✓ Debe tener la capacidad de identificar las actitudes y aptitudes de cada empleado.
- ✓ Debe tener la habilidad de conocer el potencial laboral de cada persona, para de esta manera que pueda ubicarlo en el puesto mas acorde.
- ✓ Debe tener dominio en programas de Excel, Word y Power Point.
- ✓ Debe conocer leyes y reglamentos en el área contable.

2.6.1.4. Chef:

- ✓ Título obtenido en Gastronomía Molecular.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 3 años en cocina de Vanguardia.
- ✓ Edad entre 25 a 35 años.
- ✓ Tener nivel de inglés avanzado.
- ✓ Debe saber manejar y trabajar en equipo.
- ✓ Debe conocer las técnicas de cocción para este tipo de restaurante.

2.6.1.5. Jefe de Bebidas:

- ✓ Título obtenido en Administración Turística y Hotelera.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 3 años en coctelería Molecular.
- ✓ Edad entre 25 a 35 años.
- ✓ Tener nivel de inglés avanzado.
- ✓ Debe tener actitud para trabajar en equipo.
- ✓ Debe conocer la preparación de coctelería Molecular.

2.6.1.6. Maître:

- ✓ Título obtenido en Administración de empresas o similares.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 2 años.
- ✓ Edad entre 25 a 30 años.
- ✓ Tener nivel de inglés avanzado.
- ✓ Debe tener la habilidad para guiar y organizar al personal que esta a su cargo.
- ✓ Debe tener la capacidad para identificar los requerimientos de cada cliente.

2.6.1.7. Ayudante del Chef (Sous Chef):

- ✓ Título obtenido en Gastronomía Molecular o similares.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 2 años en cocina de Vanguardia
- ✓ Edad entre 25 a 30 años.
- ✓ Tener nivel de inglés avanzado.
- ✓ Debe conocer la preparación de comida ecuatoriana y Molecular.
- ✓ Debe saber manejar elementos químicos para preparación de los distintos platos.

2.6.1.8. Barman:

- ✓ Título obtenido en Administración de empresas o similares.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 2 años.
- ✓ Edad entre 25 a 30 años.
- ✓ Tener nivel de inglés intermedio.
- ✓ Debe conocer la preparación de coctelería básica y Molecular.
- ✓ Debe tener actitud para poder desempeñar su trabajo en equipo.

2.6.1.9. Meseros:

- ✓ Título obtenido en Administración de empresas.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 2 años.
- ✓ Edad entre 24 a 28 años.
- ✓ Tener nivel de inglés intermedio.
- ✓ Debe tener actitud y aptitud positiva para atención a los clientes.
- ✓ Debe dominar conceptos básicos de alimentos y bebidas.

2.6.1.10. Ayudante de Cocina:

- ✓ Título obtenido en Gastronomía.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 1 año.
- ✓ Edad entre 25 a 30 años.
- ✓ Tener nivel de inglés básico.
- ✓ Debe tener conocimientos básicos en cocina de Vanguardia.
- ✓ Debe saber la preparación de comida ecuatoriana.

2.6.1.11. Stewart:

- ✓ Experiencia laboral mínima de 1 año.
- ✓ Edad entre 25 a 35 años.
- ✓ Tener nivel de inglés básico.
- ✓ Debe ser una persona que este acostumbrada a trabajar bajo presión.
- ✓ Debe estar en la capacidad de asumir responsabilidades asignadas por el chef.

2.6.1.12. Hostess:

- ✓ Título obtenido en Administración de empresas o Comunicación Social.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 1 año.
- ✓ Edad entre 23 a 26 años.
- ✓ Tener nivel de inglés intermedio.
- ✓ Debe ser una persona amable y atenta.
- ✓ Debe ser una persona carismática y cordial.

2.6.1.13. Valet parking:

- ✓ Tener licencia de conducir tipo B.
- ✓ Edad entre 23 a 30 años.
- ✓ Tener nivel de inglés medio.
- ✓ Debe ser una persona cordial y precavida.
- ✓ Experiencia laboral mínima de 1 año.

2.6.1.14. Guardarropa:

- ✓ Experiencia laboral mínima de 1 año.
- ✓ Edad entre 25 a 30 años.
- ✓ Debe ser una persona eficiente y ágil.
- ✓ Tener nivel de inglés medio.

2.6.1.15. Seguridad:

- ✓ Experiencia laboral mínima de 1 año.
- ✓ Edad entre 25 a 35 años.
- ✓ Tener nivel de inglés básico.
- ✓ Debe tener experiencia en Seguridad, protección y defensa personal.
- ✓ Debe tener la capacidad de manejar a los clientes problemáticos.

2.6.2. Descripción del puesto:

2.6.2.1. Gerente:

- ✓ Elabora el presupuesto para alimentos y bebidas.
- ✓ Realiza estudios acerca de la competencia directa e indirecta.
- ✓ Regula conductas para corregir errores en el área operativa.
- ✓ Vigila que se cumplan las normas de higiene y establece normas de seguridad.
- ✓ Supervisa que este correcto el trabajo que realizan las personas que están a su cargo.
- ✓ Revisa y elabora el menú para renovarlo en un tiempo determinado.

2.6.2.2. Administrador:

- ✓ Supervisa funciones y labores de todo el personal operativo.
- ✓ Realiza el inventario de insumos y hace el pedido a los proveedores.
- ✓ Presenta informes generales al Gerente.
- ✓ Realiza capacitaciones e inducciones a los nuevos empleados.
- ✓ Escribe detalles u observaciones que se presentan a diario durante el turno en la bitácora.
- ✓ Se encarga de la caja registradora.

2.6.2.3. Recursos Humanos/ Contador:

- ✓ Se encarga de contratar y despedir al personal.
- ✓ Elabora tablas con los salarios respectivos para los empleados.
- ✓ Elabora estrategias claves para mantener un buen clima laboral.
- ✓ Ejecuta evaluaciones constantes al personal, para conocer si se están cumpliendo las diferentes labores asignadas a cada uno de ellos.
- ✓ Se encarga de realizar los estados financieros de ingresos y egresos.
- ✓ Realiza las declaraciones de impuestos.
- ✓ Realiza el informe del balance general.
- ✓ Hace los cálculos respectivos de amortización y depreciación.

2.6.2.4. Chef:

- ✓ Elabora el menú en conjunto con el Gerente, para así renovar constantemente los distintos platos.
- ✓ Elabora y prepara los diferentes platos del menú, controlando siempre la calidad de los mismos.
- ✓ Se encarga de realizar el inventario de insumos y materia prima.
- ✓ Organiza compras y pedidos para esta área.
- ✓ Capacita al personal que esta a su cargo acerca del tema cocina de Vanguardia.
- ✓ Analiza y compara los precios de compra y venta.

2.6.2.5. Jefe de Bebidas:

- ✓ Diseña la carta de bebidas Moleculares.
- ✓ Se encarga de supervisar y capacitar al personal de barra.
- ✓ Realiza inventarios y reportes de la materia prima utilizada en su área de trabajo.
- ✓ Realiza informes de las actividades que se realizan.
- ✓ Se encarga del tratamiento y manejo de los diferentes elementos químicos para la preparación de las bebidas.
- ✓ Prepara en conjunto con el Barman las distintas bebidas.

2.6.2.6. Maître:

- ✓ Gestiona que cumplan las tareas todos los meseros.
- ✓ Revisa que se cumpla las normas y procedimientos para entregar un servicio de excelente calidad.
- ✓ Asigna rangos a cada uno de los meseros para el momento de atender y limpiar su zona de trabajo.
- ✓ Controla disciplina, puntualidad, atención al cliente y aseo.

- ✓ Se encarga de recibir quejas por parte de los clientes y trata de solucionarlos de forma inmediata.
- ✓ Inspecciona constantemente que los meseros estén utilizando de manera adecuada el sistema de las comandas.

2.6.2.7. Asistente del Chef:

- ✓ Realiza recetas estándar para los diferentes platos del menú.
- ✓ Se encarga de revisar y examinar las porciones, guarniciones y limpieza que debe existir en cada uno de los platos.
- ✓ Gestiona la limpieza de toda la cocina en conjunto con el Stewart.
- ✓ Revisa los platos el momento que se entrega a los meseros, supervisando que cumplan con los estándares de calidad.
- ✓ Verifica que todos los insumos estén almacenados correctamente.
- ✓ Elabora los presupuestos de gastos de esta área.

2.6.2.8. Barman:

- ✓ Realiza en conjunto con el Jefe de barra, los inventarios diarios respectivos para esta área.
- ✓ Prepara las distintas bebidas y cócteles.
- ✓ Se encarga de mantener siempre la barra completa, es decir, con todos los insumos necesarios para la preparación de las bebidas.
- ✓ Instruye en tema de preparación, ingredientes y en que vaso se sirve cada una de las bebidas, al nuevo personal de servicio.
- ✓ Indica y coordina los tiempos de preparación para cada uno de los cócteles, para de esta forma que los meseros estén pendientes de las bebidas.
- ✓ Realiza la limpieza de instrumentos, vasos y enseres utilizados en la barra.

2.6.2.9. Meseros:

- ✓ Toma el pedido a las mesas que se encuentran dentro de su rango.
- ✓ Sugiere a los comensales las diferentes bebidas y platos que sean especialidad del restaurante.
- ✓ Conoce perfectamente el menú, para así indicar los ingredientes, tiempo y forma de preparación de los platos.
- ✓ Se encarga de montar las mesas, con servilletas, cubiertos, pimenteros, ajiceros y saleros.
- ✓ Mantiene las estaciones de servicio llenas con los implementos necesarios para el servicio.
- ✓ Limpia las mesas, retira vajilla y cubertería sucia, es decir, se encarga de toda la limpieza del salón.

2.6.2.10. Ayudante de Cocina:

- ✓ Elabora el mise en place para la preparación de los platos.
- ✓ Interviene en la elaboración de inventarios en conjunto con el Jefe de esta área.
- ✓ Ayuda a montar y decorar los platos.
- ✓ Se encarga de sustituir al Chef en caso que este deba ausentarse por algún motivo.
- ✓ Prepara las distintas salsas y guarniciones,
- ✓ Ayuda almacenar los alimentos, ya sean estos perecibles o no perecibles.

2.6.2.11. Stewart:

- ✓ Realiza la limpieza general en toda el área de cocina.
- ✓ Se encarga de lavar y limpiar toda la vajilla, cubertería y enseres utilizados en esta área.
- ✓ Coloca en el puesto correspondiente a la vajilla y cubertería.
- ✓ Colabora al ayudante de cocina en la elaboración del mise en place.
- ✓ Se encarga de mantener ordenado y limpio todo el menaje, a parte de limpiar pisos, paredes, campanas.
- ✓ Realiza la limpieza en los baños para los clientes.

2.6.2.12. Hostess:

- ✓ Recibe y da la bienvenida a los comensales.
- ✓ Se encarga de ubicarlos en las mesas y entrega el menú para ofrecerles algún aperitivo mientras les toman la orden.
- ✓ Promueve la venta de los innovadores platos y bebidas del menú.
- ✓ Realiza evaluaciones constantes para conocer el nivel de satisfacción de los clientes.
- ✓ Elabora aquellas estadísticas de comentarios emitidos por los comensales, para posteriormente evaluarlas.
- ✓ Revisa constantemente las mesas que se encuentran disponibles para ofrecer y poder ubicar a los clientes.

2.6.2.13. Valet parking:

- ✓ Da la bienvenida a los clientes y recibe las llaves de los autos de cada uno de ellos.
- ✓ Estaciona el automóvil.
- ✓ Coloca las llaves de cada uno de los automóviles en el porta llaves.
- ✓ Es la persona responsable de daños o perjuicios al automóvil, al finalizar la visita al restaurante lleva hacia la entrada el automóvil y entrega al dueño.

2.6.2.14. Guardarropa:

- ✓ Recibe a la entrada del restaurante los abrigos de los clientes.
- ✓ Se encarga de poner un ticket en cada una de las prendas de vestir de los clientes.
- ✓ Entrega el comprobante de los abrigos, en donde se detalla nombre del cliente, hora de llegada y número de prendas.
- ✓ Coloca en el guardarropa toda la vestimenta de los clientes y es el responsable de los artículos dejados en este lugar.
- ✓ Verifica los comprobantes con el ticket para poder entregar las prendas de vestir, el momento que los clientes hayan terminado la visita en el restaurante.

2.6.2.15. Seguridad:

- ✓ Se encarga de evitar el ingreso de personas que no estén acorde con la imagen del restaurante.
- ✓ Realiza recorridos constantes revisando todas las áreas del restaurante.
- ✓ Vigila y resguarda tanto a clientes como a empleados.
- ✓ Acompaña durante el turno a la Hostess, para de esta manera revisar desde la entrada a los comensales. (Bravo)

2.7. Descripción de la empresa:

Es un restaurante vanguardista, que pretende promocionar la nueva cocina ecuatoriana y que se encuentra enfocado a un nivel socio-económico alto-alto, se ha tomado en cuenta a este segmento debido a que los platos que ofrecerá este establecimiento serán de costos elevados, ya que los ingredientes y materiales a utilizar para la preparación de las recetas son costosos. De esta forma se busca satisfacer a los clientes ofreciendo una Gastronomía de lujo y que se encuentre fuera de lo tradicional, es así como se pretende implementar este tipo de establecimiento en la Ciudad de Quito, con el fin de mostrar las tendencias actuales en cuanto a la Gastronomía y de esta forma brindar a los

futuros clientes un servicio de alimentos y bebidas, el cual cumpla con los gustos de las personas inmersas en el segmento de mercado designado.

La decoración del establecimiento seguirá el estilo minimalista tan de moda en los últimos años pero imprimiendo el sello particular del restaurante (Croquetilla, 2008). La elegancia estará presente en cada rincón dotando un aire de distinción a cada una de las áreas, para de esta forma ofrecer un ambiente acogedor y llamativo, para que los futuros clientes se sientan relajados y en armonía, el momento de consumir sus platos preferidos. La vajilla y decoración de los platos también serán aspectos muy importantes dentro de nuestro servicio, pues será uno de nuestros principales factores diferenciadores. Dicho establecimiento como lo mencionamos anteriormente dentro de todo el restaurante tendrá una decoración en tonos blancos, negros y verde esmeralda, ya que se puede mencionar que el color blanco es un acierto seguro para: paredes y techos, por otra parte el verde esmeralda es aquel color del año 2013, el cual aporta ambientes de lujo y glamour. (Sánchez, 2013). Todo esto irá acompañado por un servicio personalizado que permitirá que los clientes puedan disfrutar tranquilamente de ésta novedosa experiencia.

2.8. Análisis FODA:

Tabla 1, Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Tener los conocimientos adecuados para poder distribuir de la mejor manera el capital existente.	D1. Para la preparación del menú se necesita materia prima costosa y dificultosa de conseguir dentro del país.
F2. Poseer con los conocimientos adecuados y necesarios en el tema de administración hotelera y gastronómica.	D2. Se requiere para el servicio personal altamente calificado, el cual en nuestro medio no existe o es muy costoso.
F3. El concepto vanguardista en la Gastronomía está actualmente en auge a nivel internacional, lo cual se podría incrementar a nivel Nacional.	D3. Poca experiencia en el campo profesional administrativo.
F4. La zona en donde va a estar ubicado dicho restaurante esta posicionada como uno de los más importantes sitios gastronómicos de la Ciudad.	D4. Se necesita contar imperativamente con un chef que conozca sobre comida vanguardista, lo cual representará un costo elevado ya sea nacional o extranjero.
F5. Ser pioneros en el concepto vanguardista en la Ciudad de Quito.	D5. Nulo posicionamiento en el mercado al momento de la apertura.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Ofrecer descuentos y promociones a clientes frecuentes.	A1. Los clientes podrían preferir visitar restaurantes más tradicionales.
O2. Realizar convenios con empresas y compañías reconocidas a nivel Nacional.	A2. Inseguridad en ciertos lugares de la zona comprendida en la Av. Eloy Alfaro.
O3. No existen otros restaurantes de este tipo dentro de la zona seleccionada.	A3. Posibilidad que aumenten los impuestos en el área de restauración.
O4. Implementación de un sistema informático que facilite la labor administrativa.	A4. Incremento en el costo de la materia prima.
O5. En la zona se están construyendo varios proyectos inmobiliarios de lujo, lo que podría representar clientes para nuestra empresa.	A5. Los gustos y preferencias de los quiteños cambian rápido y constantemente.

Nota: Análisis FODA de la Empresa.

2.8.1. Estrategias Alternativas en base al Análisis FODA:

2.8.1.1. FO (Maximizar- Maximizar)

✓ **F1, O3**

Se invertirá proporcionalmente el presupuesto para infraestructura, equipamiento, publicidad, materia prima y demás gastos de constitución de la empresa, todo esto será necesario para crear el mejor restaurante de lujo dentro de la Ciudad de Quito.

✓ **F2, O4**

Adquirir el derecho de uso del programa informático MICROS para facilitar y agilizar entre otras cosas: toma de pedidos, elaboración de facturas, manejo de inventarios y estadísticas de ventas.

✓ **F3, O1**

La cocina vanguardista se encuentra en auge a nivel internacional, pero en Quito todavía no está muy difundida, por lo que al momento de la apertura del establecimiento se ofrecerá pequeñas degustaciones, para los futuros clientes.

✓ **F4, O2**

Se contratará con vendedores comisionistas que trabajen con distintas empresas importantes a nivel Nacional para que nos ayuden a realizar convenios mutuos y de esta manera poder llegar más rápido a la mente de los consumidores.

✓ **F5, O5**

Se trabajará en conjunto con empresas inmobiliarias principalmente que estén en construcción cerca de la zona comprendida del batán, para de esta forma poder lograr ser reconocidos por el segmento de mercado al que nos estamos enfocando y así obtener mayores ingresos.

2.8.1.2. FA (Maximizar- Minimizar)

✓ **F1, A2**

Se contratará servicio de guardianía privada con la empresa LAARCOM para que cuide tanto el restaurante como la zona de parqueaderos, así mismo se instalará equipo de vigilancia de última generación en el interior y exterior del establecimiento.

✓ **F2, A4**

Si en algún momento no encontraríamos dentro de nuestro país alguna parte de la materia prima necesaria para la elaboración de algún plato, se podrá ofrecer un plato alternativo en base a recetas previamente elaboradas, como también mediante transcurra el tiempo de funcionamiento del restaurante se podrá conseguir exportadores de este tipo de insumos que puedan trabajar directamente con este establecimiento.

✓ **F3, A5**

Dado que los gustos y preferencias de los quiteños cambian constantemente se creará el menú de forma periódica para que los clientes tengan nuevas sensaciones que descubrir cada vez que nos visiten y de esta manera poder satisfacer de mejor forma todos sus gustos.

✓ **F4, A1**

Se realizará una campaña publicitaria en revistas como Cosas, Fucsia, Soho y similares para que nuestros futuros clientes conozcan más sobre la comida vanguardista y generar en ellos el deseo de probarla.

2.8.1.3. DO (Minimizar-Maximizar)

✓ **D2, O3**

Al segmento de mercado que estamos enfocados, principalmente son personas que buscan un servicio elegante y de excelente calidad y por esta razón para satisfacer a esta demanda se contará con personal que tenga estudios y experiencia en áreas hoteleras y gastronómicas, adicionalmente se brindará capacitación constante para que así todos los empleados trabajando en equipo puedan llegar a satisfacer de la mejor manera los requerimientos de los clientes.

✓ **D3, O4**

La utilización del sistema informático MICROS facilitará las labores administrativas y ayudará aquellos empleados que no posean mucha experiencia en el tema administrativo. También servirá entre otras cosas para realizar inventarios, registro de ingreso y salida de materia prima, generar estadísticas de venta, históricos de venta y facturación.

✓ **D4, O2**

Publicitaremos a nuestro prestigioso chef de comida vanguardista para conseguir un mayor número de convenio con empresas. Nuestro chef impartirá rápidos cursos de cocina vanguardista y coctelería que tendrán como objetivo publicitar al restaurante.

✓ **D5, O1**

Se contará con descuentos y precios especiales en fechas importantes, como es cumpleaños, aniversarios y esto se aplicará para aquellos clientes frecuentes, para posteriormente con estos beneficios que se los entregan poder fidelizarlos.

2.8.1.4. DA (Minimizar-Minimizar)

✓ **D1, A4**

En caso de no contar con la materia necesaria tendremos proveedores alternos que nos puedan entregar dicho producto en caso de no haber el producto o estar muy costoso se ofrece algún plato alternativo.

✓ **D4, A5**

Se llevará un control mensual del número de platos vendidos de cada una de las ofertas de nuestro menú para eliminar aquellas que no nos generen ganancias y crear en su lugar nuevos platos. Se escucharán sugerencias de nuestros clientes y así poder tomar medidas correctivas.

✓ **D5, A1**

Se creará una estrategia de publicidad de expectación en donde se irá mostrando en medios impresos el logo del establecimiento sin dar más detalles de lo que se trata esto nos ayudará a que el momento de la apertura los clientes estén ávidos de conocer nuestro tipo de comida.

2.9. Ventaja competitiva:

Para conocer si existe ventaja competitiva directa e indirecta se debe empezar obteniendo información secundaria, para lo cual se va a utilizar datos presentes en el Ministerio de Turismo del Ecuador (Peñaherrera, 2013), por lo que esta página demuestra el número total de restaurantes dentro de la Ciudad de Quito, provincia de Pichincha y es de 2045 establecimientos que se dedican a la elaboración y entrega del servicio de Alimentos y Bebidas, dentro de este número de restaurantes existen 8 que pertenecen a la categoría de lujo, es decir, aquellos restaurantes serían competencia indirecta, debido a que nuestro restaurante estará enfocado a un nivel de mercado alto los cuales se les

deberá entregar un tipo de comida de lujo y de los ocho restaurantes dos ofrecen similar tipo de comida vanguardista, es decir, esta sería la primera ventaja ya que a medida que pase el tiempo se podrá llegar a formar parte del top of mind a nivel de restaurantes, lo cual es beneficioso porque se debería aprovechar que no hay un porcentaje alto de competencia directa.

2.9.1. Competencia Directa:

Después de realizada la visita de campo para conocer y definir cuáles son aquellos establecimientos de competencia directa e indirecta, se pudo llegar a la conclusión que existe 2 restaurantes que ofrecen el mismo tipo de comida Vanguardista, uno es el establecimiento llamado “Hiedra”, el cual se encuentra ubicado en la calle Germán Alemán E10-85 y Av. 6 de diciembre (Hiedra Restaurante), se considera que es un restaurante de competencia directa, debido a que dentro de su menú existen platos con estilo vanguardista y el otro restaurante es “Theatrum Quito Restaurant & Wine Bar”, Se encuentra ubicado en el segundo piso del Teatro Nacional Sucre en la calle Manabí, entre Guayaquil y Flores en pleno centro histórico de Quito. Ofrece una extraordinaria carta de cocina Mediterránea de Vanguardia, (Theatrum Quito Restaurant & Wine Bar , 2011), por lo tanto también se considera como competencia directa debido al tipo de comida que ofrecen.

Luego de haber indicado a la competencia directa, se puede mencionar que en comparación al número de restaurantes que existe en la Ciudad de Quito y tan solo dos restaurantes que ofrezcan similar tipo de comida, es decir, que si podría haber la posibilidad de crear un restaurante con este tipo de Gastronomía, ya que de esta forma se podría satisfacer más los gustos y preferencias de nuestros clientes.

Tabla 2, Matriz de la competencia Directa

Restaurantes	Categoría	Tipo de Comida	Logotipo
Hiedra	Primera	Vanguardista	
Theatrum Quito Restaurant & Wine Bar	Lujo	Mediterránea vanguardista	

Nota: Se realizó un análisis de la competencia directa que tendrá Nitro Cocina de Vanguardia, para lo cual se tomo aspectos como el tipo de categoría al que pertenecen y el tipo de comida que ofrecen.

Tomado de (Hiedra Restaurante), (Theatrum Quito Restaurant & Wine Bar , 2011)

2.9.2. Competencia Indirecta:

Para analizar cuales establecimientos son competencia indirecta, se ha tomado en cuenta dos aspectos; el uno es para conocer aquellos restaurantes que se enfocan a un nivel de mercado similar al de nuestro restaurante y el otro es según el tipo de comida que ofrecen, es decir, aquellos que brindan platos similares a los de tipo Vanguardista.

Tabla 3, Matriz de la Competencia Indirecta

Restaurantes	Categoría	Tipo de Comida	Logotipo
Achiote Ecuador	Gourmet	Ecuatoriana Gourmet	
Alma	Lujo	Argentina Gourmet	
Astrid y Gastón		Peruana	
La Valentina	Lujo	Mexicana de Autor	
SUR	Lujo	Argentina Gourmet	
ZAZU		Gourmet	

Nota: Se consideró a los seis restaurantes que podrían ser parte de la competencia indirecta, debido a que pertenecen a la misma categoría que Nitro Cocina de Vanguardia.

Tomado de (Restaurante Achiote Ecuador, 2012), (Restaurante Alma, 2011), (Restaurante Astrid & Gastón, 2011), (Restaurante La Valentina, 2011), (Restaurante Zazu, 2012).

Luego de analizar a la competencia directa e indirecta se puede mencionar que dentro de una de las ventajas competitivas con las que cuenta el restaurante son las técnicas de cocción.

Otra de las ventajas competitivas en este restaurante de Vanguardia es la utilización de elementos químicos y texturas que por lo general no se utilizan dentro de las cocinas tradicionales ecuatorianas como son:

- ✓ Nitrógeno líquido
- ✓ Xantana
- ✓ Agar
- ✓ Lecite
- ✓ Algin
- ✓ Calcic
- ✓ Metil
- ✓ Gluco
- ✓ Malto (Texturas Albert y Ferrán Adria, 2012)

3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE MERCADO:

3.1. Objetivos del estudio de mercado:

3.1.1. Objetivo General:

Conocer y verificar si existe en la Ciudad de Quito un segmento de mercado, el cual este dispuesto a consumir en nuestro restaurante y le llame la atención conocer mas acerca del tema de Gastronomía de Vanguardia ecuatoriana, para ello se realizarán encuestas al nicho de mercado seleccionado, para conocer sus gustos y preferencias, también entrevistas a expertos para conocer cual es su punto de vista acerca de crear este tipo de establecimiento dentro de la Ciudad.

3.1.2. Objetivos Específicos:

- ✓ Conocer el nivel de aceptación del tipo de comida vanguardista ecuatoriana por las personas inmersas en el segmento de mercado escogido.
- ✓ Evaluar si este tipo de comida satisface los gustos y preferencias de nuestros futuros clientes.
- ✓ Identificar si dicho restaurante cumple con las expectativas de los clientes.
- ✓ Evaluar la competencia directa e indirecta y en base a esto tomar medidas estratégicas. (Kinneer & Taylor)

3.2. Investigación de mercado:

La investigación de mercados se basará en la recopilación de datos reales, es decir, se realizará como primer paso investigación concluyente, ya que es aquella que nos permite tomar decisiones claves y delimitar mediante la hipótesis hasta donde va a llegar este proyecto. Y dentro de este punto se realizará investigación descriptiva, la cual permite obtener información de los encuestados, como también datos secundarios reales. (Kinneer & Taylor). Para llevar a cabo lo antes mencionado se ejecutará investigación primaria y esto se obtendrá en base a la realización de encuestas hacia el segmento de mercado objetivo, y también utilizando la técnica cualitativa para de esta manera conocer el comentario y opinión de cada persona acerca de esta nueva idea de restaurante en la Ciudad de Quito y si estarían dispuestos a consumir en este establecimiento. Con esto se puede llegar a conocer cual es el nivel de aceptación por parte de los usuarios de dicho restaurante, también se pueden realizar encuestas para conocer más a profundidad acerca de los gustos y preferencias de los futuros clientes, como se mencionó anteriormente para con el priorizar y crear el menú, para que vaya acorde con las expectativas de los comensales. Con lo antes mencionado se podrá obtener información importante para posteriormente aplicar al proceso de toma de decisiones en el tema de mercadeo.

Dentro del planteamiento de este punto se debe utilizar la fórmula de la muestra, para de esta manera poder identificar el número de personas a las cuáles se debe encuestar y para esto se va a utilizar la fórmula tomada del departamento de matemáticas:

$$n = \frac{N}{E^2(N-1) + 1}$$

(Ecuación 1)

Análisis de la fórmula:

- ✓ **N=** Población
- ✓ **n=** Muestra
- ✓ **E2=** error de la muestra (del 2% al 7%)

Desarrollo de la fórmula en base a los datos obtenidos en la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (INEC, 2011), en base a esto se puede mencionar que con una muestra de 9.744 viviendas, las cuales están distribuidas entre las 5 principales Ciudades del país que son: Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato, también dentro de este valor de la muestra se tomo en cuenta el porcentaje de personas que pertenecen al nivel socioeconómico alto-alto y dentro de este dato es el 1.9%, para lo cual el INEC a tomado varios parámetros fundamentales para definir y diferenciar a cada uno de los estratos, entre estos está:

- ✓ Cuentan con teléfono convencional, refrigeradora, cocina, televisores y poseen autos, esto en lo que se refiere a bienes que posee cada una de las viviendas que pertenecen a este estrato social.
- ✓ Cuentan con internet, computadora y mínimo cuatro celulares por vivienda, esto menciona al tema de tecnología.
- ✓ Compran habitualmente en centros comerciales y utilizan páginas sociales en internet, esto en lo que refiere a hábitos de consumo.
- ✓ Indica que el Jefe de hogar posee un nivel de instrucción superior y en algunos casos de post grado, esto menciona al tema de educación.

Después de haber indicado los parámetros que tomo el INEC para realizar este documento se procederá a la realización de la fórmula, en donde:

- ✓ **Tamaño de la muestra = 9744**
- ✓ **Porcentaje de las personas que pertenecen al nivel "A" = 1.9%**
- ✓ **N= 185.13**
- ✓ **E2= 0.0009**

$$n = \frac{185,13}{0,0009(184,13)+1}$$

(Ecuación 2)

$$n = \frac{185,13}{1,16}$$

(Ecuación 3)

n= 159.59 este es el número de la muestra que se debe desempeñar en este caso del restaurante vanguardista, es decir, se encuestará a 160 quiteños que estén dentro del nivel socioeconómico alto-alto y para esto poder definir si sería o no apto la apertura de este establecimiento, para esto se utilizará la encuesta detallada a continuación:

3.3. Análisis de resultados:

Como primer paso de debe analizar los datos personales de los encuestados entre estos está:

✓ Edad

Entre 30-35 años: (109 personas)

Entre 36-40 años: (46 personas)

Entre 41-45 años: (5 personas)

1. ¿Con qué frecuencia acude a un restaurante?

a) Más de una vez a la semana

b) Una vez a la semana

c) Una vez cada quince días

d) Una vez al mes

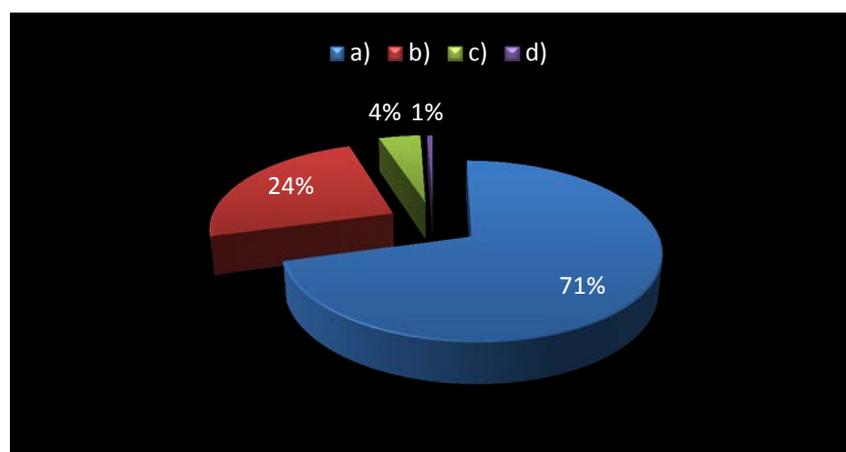


Figura 2, Análisis Pregunta 1

Tabla 4, Respuestas tomadas de la pregunta 1

a)	113	personas	71%
b)	39	personas	24%
c)	7	personas	4%
d)	1	personas	1%

En base a la primera pregunta de la encuesta se puede concluir que el 71% de las personas encuestadas, es decir, que equivale a 113, en base a una muestra de 160 consumen de forma frecuente en un restaurante, debido a que el hecho de acudir más de dos veces a la semana a degustar en un restaurante, es porque les atrae la idea de comer fuera de sus domicilios o por otra parte por temas y tiempo de trabajo que deben visitar a un restaurante de forma habitual.

2. **¿Cuándo visita un restaurante generalmente con que persona lo hace?**

- a) Con su familia
- b) Compañeros de trabajo
- c) Pareja

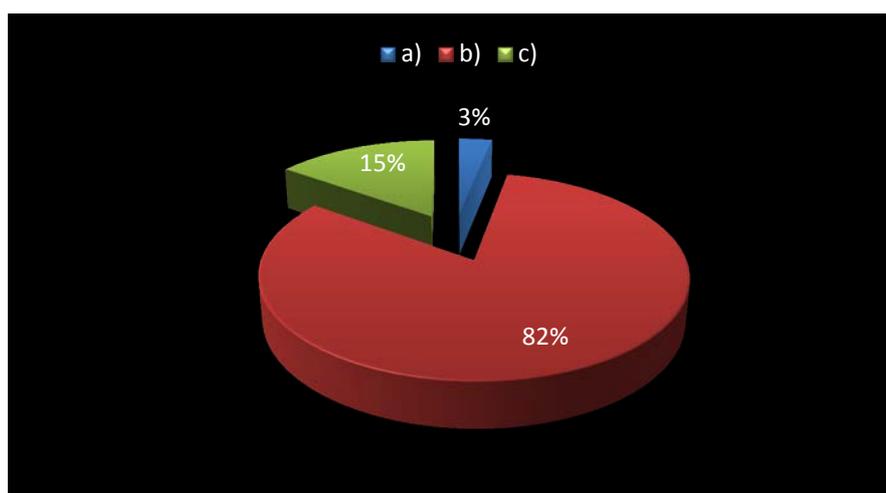


Figura 3, Análisis Pregunta 2

Tabla 5, Respuestas tomadas de la pregunta 2

a)	5	personas	3%
b)	131	personas	82%
c)	24	personas	15%

En base a la segunda pregunta de la encuesta se concluyó que el 82% de las personas encuestadas, acuden a un restaurante en compañía de sus compañeros de trabajo, debido a que la mayoría desempeñan sus labores en empresas privadas y les gusta por lo general el momento del almuerzo salir a degustar de los platos favoritos en conjunto con sus compañeros de oficina y por otra parte se indica que tan solo el 3% de las personas va acompañado de su familia el momento de acudir a un establecimiento que ofrezca servicio de alimentos y bebidas, esto realmente es un porcentaje bajo en relación a la muestra, pero esto se debe a que la mayor parte de su tiempo lo comparten con sus amigos de trabajo y ya no con sus familia.

3. ¿Quién es la persona que se encarga del pago de consumo dentro del restaurante?

- a) Usted
- b) La persona que lo acompaña
- c) Pagan en conjunto

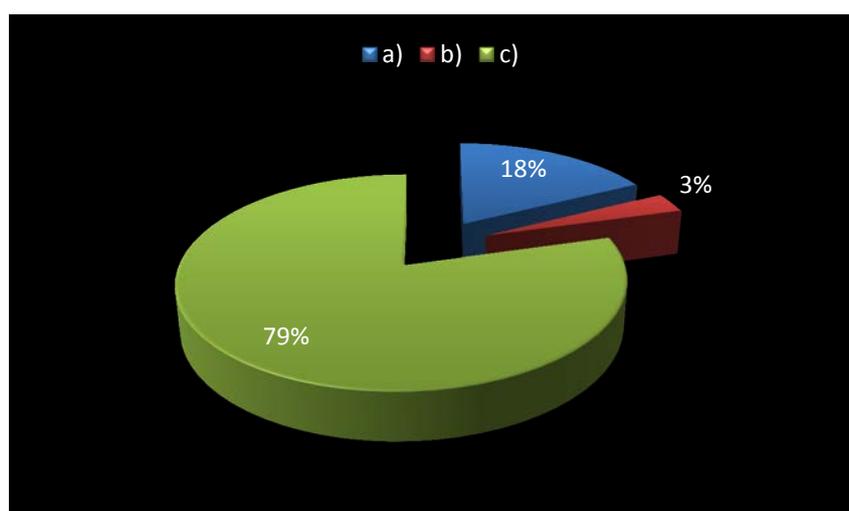


Figura 4, Análisis Pregunta 3

Tabla 6, Respuestas tomadas de la pregunta 3

a)	28	personas	18%
b)	5	personas	3%
c)	127	personas	79%

La pregunta tres se tomo a consideración debido a que se utilizó como una estrategia de marketing, es decir, en base a esto poder identificar a que segmento de mercado se va a enfocar este restaurante y mediante esto poder definir la mejor manera para poder publicitar al establecimiento, hasta llegar a satisfacerlos de la mejor manera y esto generará mayor rentabilidad. En esta pregunta se llegó a la conclusión que el 79% de las personas que equivale a 127, son aquellas que pagan en conjunto el consumo total de alimentos dentro del restaurante, lo que indica que pagan de forma simultanea, por otra parte muestra que el 18% de los encuestados se encarga del pago total de la factura y por último el 3% nos muestra que la persona que lo acompaña en este caso puede ser la pareja paga los alimentos del establecimiento, en base a esta pregunta se puede tomar una estrategia de venta, ya que cuando se encuentran en grupos grandes de empresarios se puede ofrecer de mejor manera gran parte del menú porque se encuentran en compañía de sus colegas.

4. ¿Para usted dentro de un restaurante es importante?

a) Calidad de la comida

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

b) Decoración

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

c) Atención al cliente

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo



Tabla 7, Respuestas tomadas de la pregunta 4.a

De acuerdo	3	personas	2%
Totalmente de acuerdo	157	personas	98%

En base a la cuarta pregunta se puede mencionar que el 98% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo en que uno de los aspectos más importantes dentro de un restaurante es la calidad de la comida, por esta razón

se manejará dentro del establecimiento estándares de calidad para entregar un producto final de excelencia y mientras que el 2% cree que la calidad de la comida si es importante pero no tan exigente como el porcentaje anterior.

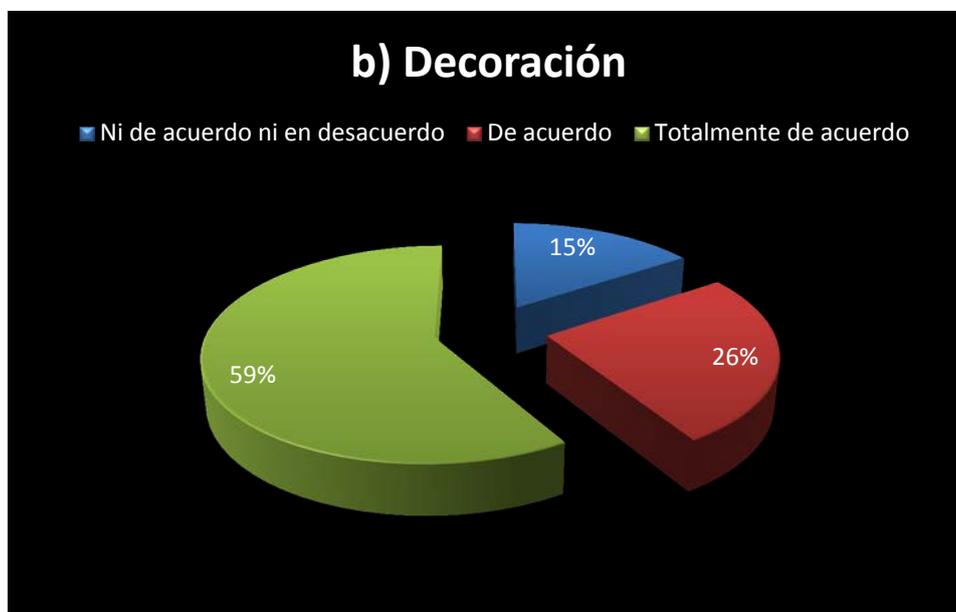


Figura 6, Análisis Pregunta 4.b

Tabla 8, Respuestas tomadas de la pregunta 4.b

Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	personas	15%
De acuerdo	41	personas	26%
Totalmente de acuerdo	94	personas	59%

Se puede concluir que el 59% que equivale a 94 personas encuestadas, están totalmente de acuerdo en que la decoración del restaurante es fundamental, en base a esto se utilizará un diseño de interiores llamativo y acogedor para los futuros clientes, mientras que el 15% piensa que no es tan importante y relevante la decoración de los restaurantes, porque tal vez creen que otros aspectos son más primordiales.



Figura 7, Análisis Pregunta 4.c

Tabla 9, Respuestas tomadas de la pregunta 4.c

De acuerdo	8	personas	5%
Totalmente de acuerdo	152	personas	95%

En base a esta pregunta se podría mencionar que 152 personas que está representado por el 95% de los encuestados, consideran que atención al cliente es fundamental dentro de un restaurante y esto se debe a que cada uno de los clientes busca sentirse a gusto e identificado dentro de un restaurante, mientras que el 5% no siente como tan importante este aspecto.

5. ¿Qué tipo de comida prefiere?

- a) Típica ecuatoriana
- b) Molecular
- c) De Autor

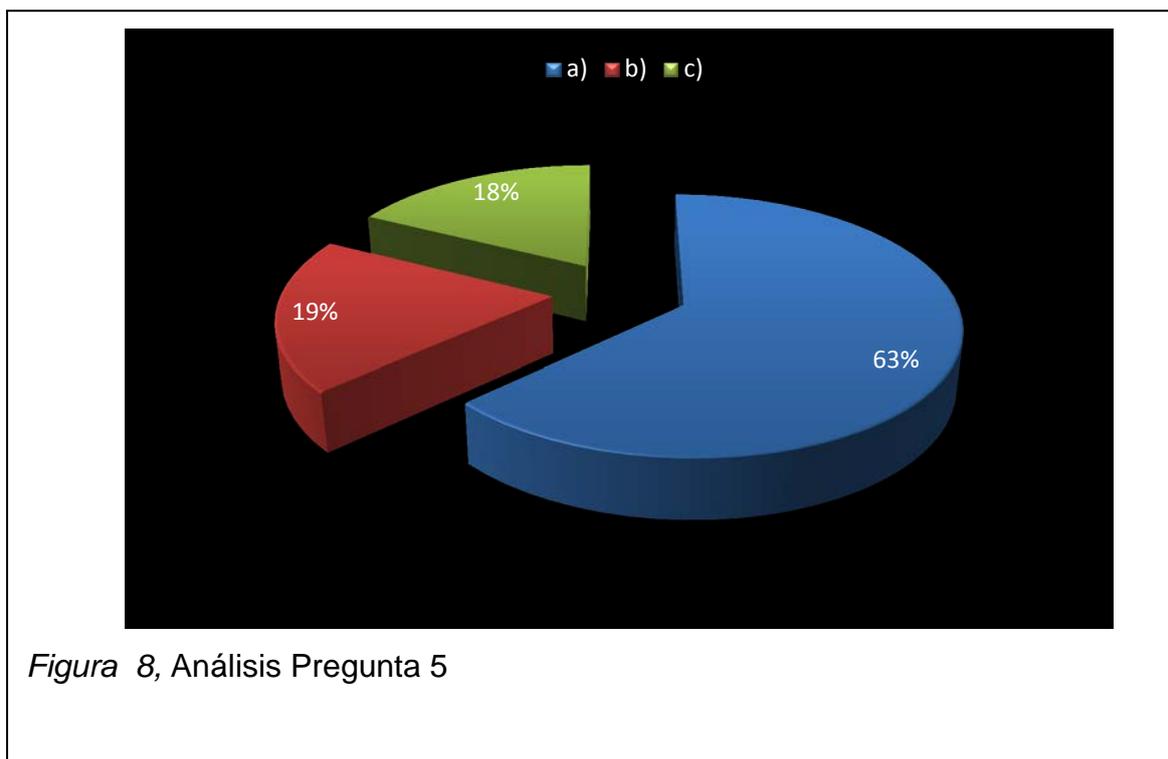


Figura 8, Análisis Pregunta 5

Tabla 10, Respuestas tomadas de la pregunta 5

a)	101	personas	63%
b)	31	personas	19%
c)	28	personas	18%

Se debe mencionar que las encuestas se trató de buscar a personas las cuales conozcan sobre este tipo de tendencia gastronómica, lo cual muestra que el universo de los encuestados, al menos tenía una idea de este tipo de cocina y se pudo llegar a la conclusión que el 63% de las personas encuestadas prefiere este nuestro restaurante, debido a que nos estamos enfocando a la Gastronomía ecuatoriana y por otra parte el 19% prefiere comida Molecular, lo cual también es beneficioso ya que con la realización de este proyecto buscamos resaltar los productos ecuatorianos con una tendencia moderna y este caso es la Molecular de Vanguardia.

6. ¿Ha escuchado hablar de la Gastronomía de Vanguardia? (si la respuesta es no, se mencionaría el concepto de cocina de Vanguardia)

- a) SI
- b) NO

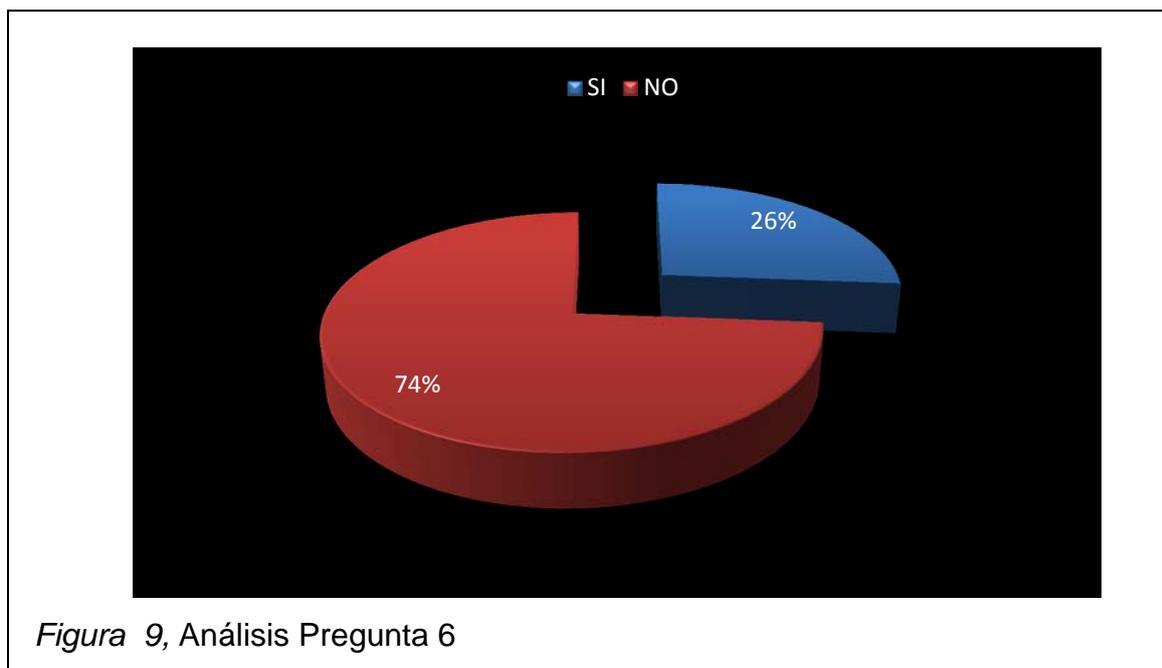


Tabla 11, Respuestas tomadas de la pregunta 6

SI	42	personas	26%
NO	118	personas	74%

En base a la sexta pregunta como se indica en la formulación de la misma, se presentará una tarjeta de apoyo en la cual mencione una definición de cocina de vanguardia y en base a esto se pudo concluir que el 26% de los encuestados ha escuchado en alguna ocasión acerca del tema de Gastronomía de Vanguardia y esto se debe a que dentro del Ecuador todavía no se ha infundido ni promovido de tal manera que conozcan las personas acerca de esta nueva tendencia, por esta razón se pretendió la creación de este restaurante con este tipo de comida para poder incentivar a los quiteños para conocer la nueva cocina.

7. ¿Le gustaría conocer más sobre la cocina de Vanguardia Ecuatoriana?

- a) SI
- b) NO

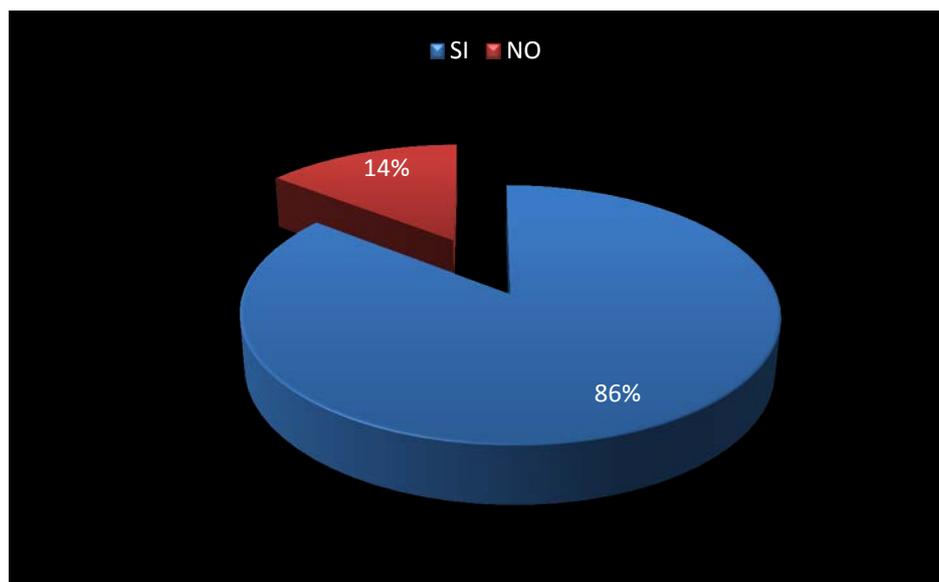


Figura 10, Análisis Pregunta 7

Tabla 12, Respuestas tomadas de la pregunta 7

SI	137	personas	86%
NO	23	personas	14%

Analizando la pregunta siete se pudo concluir que el 86% de las personas que fueron encuestadas, si les gustaría o llamaría la atención el hecho de conocer más acerca de la Gastronomía de Vanguardia ecuatoriana y esto es beneficio para nuestra idea de negocio debido a que este es el principal tema del restaurante y esto nos proporciona las pautas que si sería interesante el hecho de comunicar más acerca de esta cocina a nivel nacional, mientras que el 14%

no estaría de acuerdo en recibir un poco más de información sobre este tema, una razón de esto podría ser porque no han tenido la oportunidad de conocer sobre esta nueva tendencia y lo novedosa que es esta nueva cocina.

8. ¿Estaría dispuesto a consumir comida vanguardista ecuatoriana?

- a) SI
- b) NO

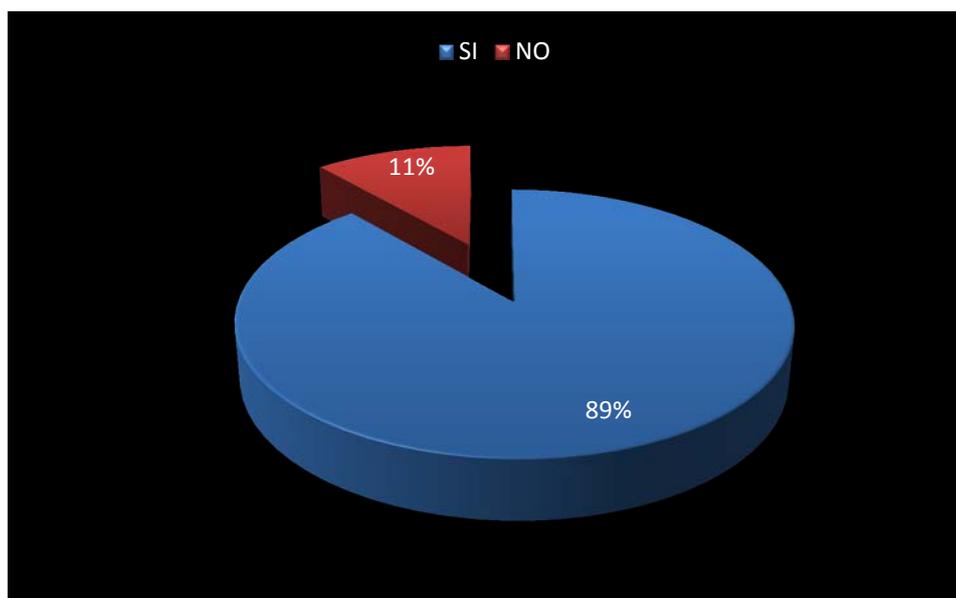


Figura 11, Análisis Pregunta 8

Tabla 13, Respuestas tomadas de la pregunta 8

SI	142	personas	89%
NO	18	personas	11%

Se pudo llegar a la conclusión en base a esta pregunta que el 89% de las personas encuestadas estarían dispuestas a consumir o degustar la comida vanguardista ecuatoriana, lo cual es un valor muy importante debido a que con esto se podría tomar medidas y poder seguir avanzando con la creación de

este restaurante, ya que este valor nos indica que si sería apto la apertura de este tipo de establecimiento, ya que si hay un segmento de personas que estaría dispuesto a consumir este tipo de Gastronomía y mientras que al 11% de los quiteños que no quisieran comprar este tipo de comida se les podría ofrecer algún tipo de degustación para que saboreen y posteriormente ya consuman esta comida.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de comida?

- a) 10-15
- b) 15-20
- c) 20-25

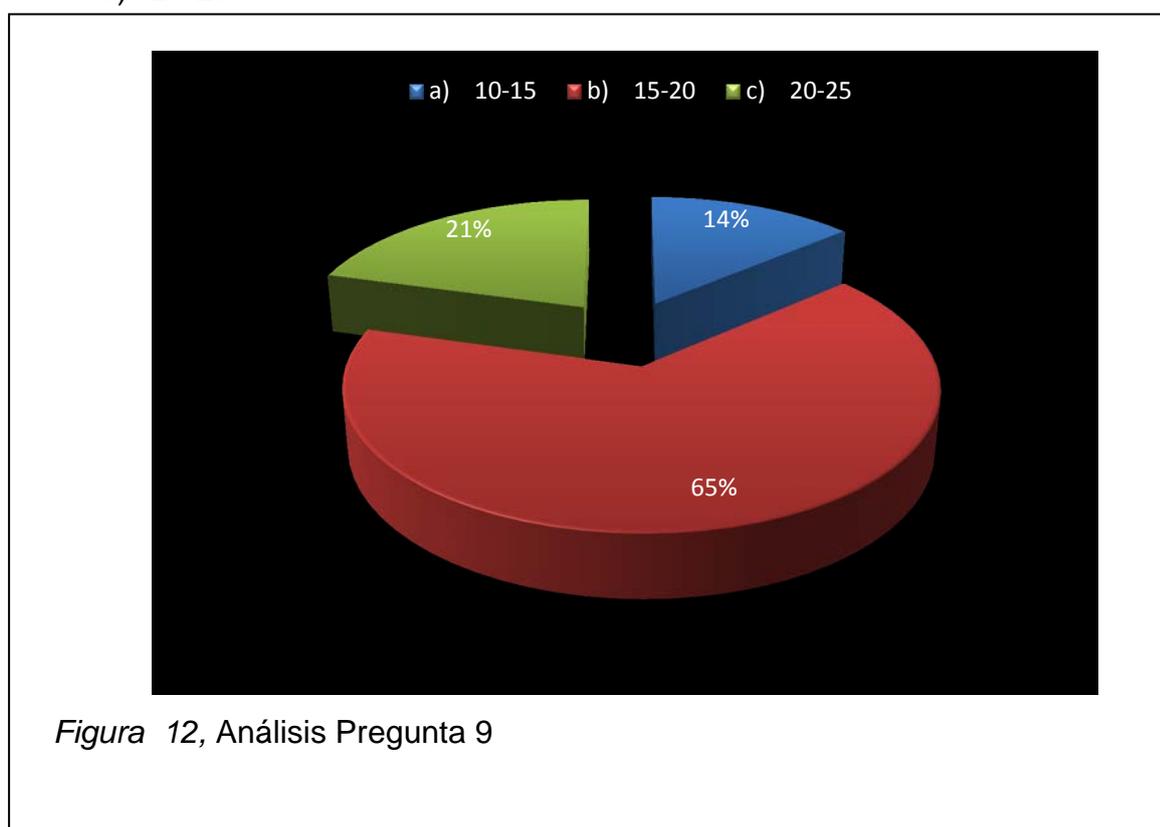


Tabla 14, Respuestas tomadas de la pregunta 9

a) 10-15	22	personas	14%
b) 15-20	105	personas	65%
c) 20-25	33	personas	21%

En base a la última pregunta de la encuesta se pudo concluir que el 65% de los encuestados, está dispuesto y tiene el nivel adquisitivo para poder pagar entre quince a veinte dólares, lo cual si es un porcentaje alto en base a la muestra y estas personas estarían dispuestas a cancelar por este tipo de comida la cantidad antes mencionada porque conocen acerca de lo laborioso que es este tipo de Gastronomía y por otra parte aquellas personas que buscan nuevas y diferentes tendencias el momento de consumir sus platos preferidos.

3.4. Plan estratégico de mercado:

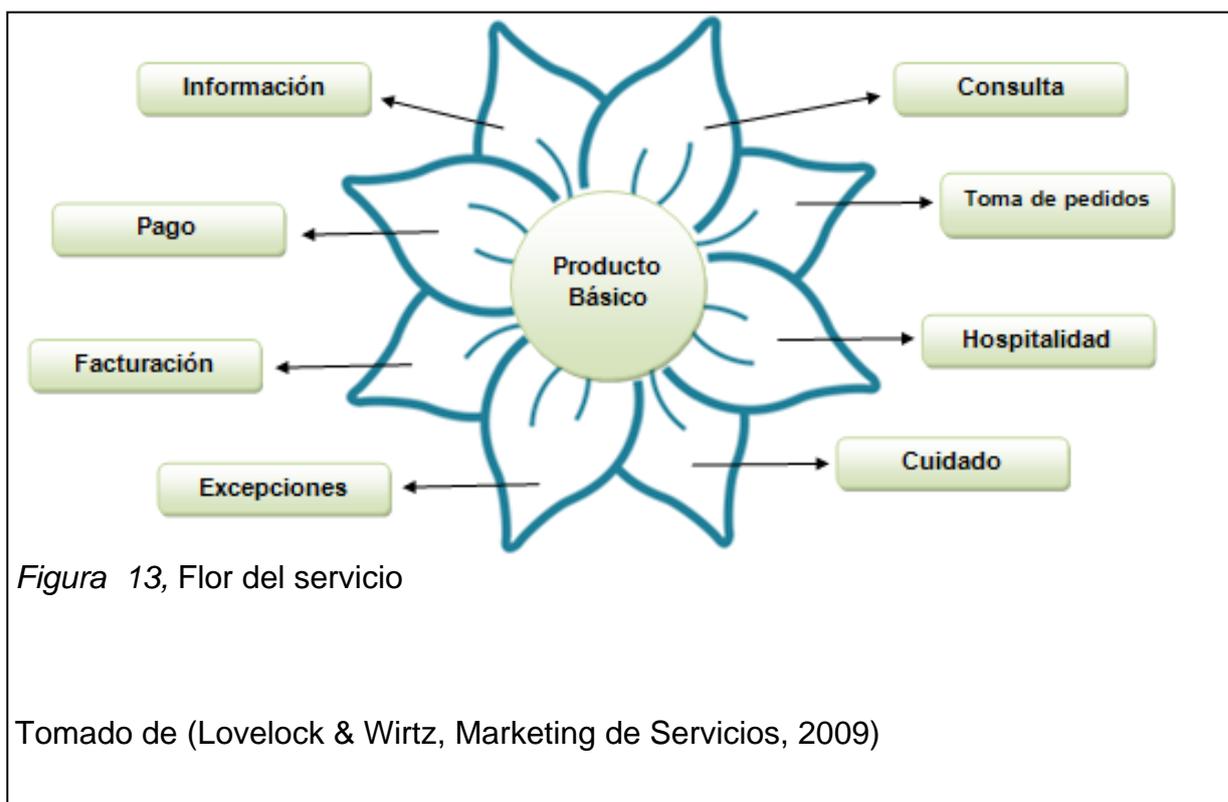
Luego de haber realizado las encuestas a 160 personas quiteñas, se debe crear un plan estratégico para poder manejar de mejor manera las opiniones y respuestas de los encuestados, para ello principalmente se ofrecerán charlas informativas en varias empresas privadas en las cuales nos den acceso, para de esta forma dar a conocer más acerca de la Gastronomía de Vanguardia ecuatoriana y en base a esto poder seguir incrementando en la cultura quiteña el consumo de esta nueva tendencia gastronómica, para posteriormente entregar degustaciones de este tipo de comida y así dar a conocer un poco más esta nueva comida. Por otra parte se manejarán estándares de calidad dentro de todo el restaurante, para poder satisfacer de mejor manera los gustos y preferencias de los clientes, también se tomará en consideración los precios de la competencia directa para poder definir los costos que se van a manejar dentro de este establecimiento y no ocasionar guerra de precios, ya que de esta forma no se obtendrían ingresos rentables.

4. CAPÍTULO IV.PLAN DE MARKETING:

4.1. Desarrollo del Plan de Marketing:

Este punto se desarrollará en base al texto. (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009)

Dentro de este punto se desarrollará la Flor del servicio, la cual nos ayuda a definir el producto básico y los servicios complementarios, para así agregar más valor hacia los clientes. (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009)



4.1.1. Información:

Esto podrá encontrar los clientes en la página web del restaurante, en donde se detallará de forma breve el menú y también los horarios de atención, para aquellas personas que necesiten más información se les dará un número telefónico.

4.1.2. Toma de pedidos:

Los meseros son los encargados en tomar las ordenes o pedidos de todas las personas que llegan al restaurante por esta razón deben estar bien capacitados en el tema de servicio al cliente, para en el momento que realicen esta actividad esta sea rápida y eficiente.

4.1.3. Facturación:

Dentro de la factura se detallara el cobro del 12% de IVA y 10% de servicio, estos porcentajes son exigidos y establecidos por la ley, a esto se le debe sumar el precio de venta al publico de cada uno de los platos.

4.1.4. Pago:

Podrán realizar los pagos del consumo con tarjetas de crédito como Diners Club, Visa, Mastercard, para esto debe ser el titular de la tarjeta y deberá presentar la cédula de identidad.

4.1.5. Consulta:

Es un restaurante de lujo que ofrece comida vanguardista ecuatoriana, enfocado para aquellos clientes mas exigentes que buscan una nueva y diferente tendencia gastronómica el momento de consumir sus platos preferidos y sobre todo que les guste la comida ecuatoriana aplicada con nuevas técnicas de cocción, texturas y sabores distintos a los tradicionales.

4.1.6. Hospitalidad:

Se debe tomar en cuenta varios parámetros relevantes para poder entregar un buen servicio, dentro de estos esta que todos los empleados que estén en contacto directo con los clientes deben demostrar amabilidad, cortesía, educación el momento de atender a las personas que lleguen al restaurante y esto debe ir acompañado de una sonrisa, para así también demostrar amabilidad y por otra parte el uniforme de cada uno de los empleados deberá estar en buenas condiciones, es decir, bien planchado y lavado, esto se debe cumplir para satisfacer de mejor manera los requerimientos de los clientes y así entregar un servicio de calidad.

4.1.7. Cuidado:

Se contará dentro del restaurante con personas especializadas en el tema de seguridad, para de esta manera que puedan resguardar la seguridad tanto de los clientes como de todo el personal y así hacer que se sientan tranquilos mientras degustan dentro del restaurante, como también el momento que realizan cada una de las labores designadas.

4.1.8. Excepciones:

Se realizarán excepciones en el caso que algún cliente tenga intolerancia o no le guste alguno de los ingredientes que se encuentren en la preparación de los platos, para de esta forma poder cubrir con los requerimientos de los clientes y que se sientan a gusto de consumir dentro de este restaurante.

4.2. Desarrollo de las 8 P de Marketing:

4.2.1. Elementos del producto:

A continuación para entender este punto se debe empezar definiendo lo que es producto básico y los servicios complementarios, (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009), en este caso el producto básico es satisfacer los gustos y preferencias de los futuros clientes, ofreciendo comida vanguardista de alta

calidad que cumpla con todas las expectativas de los mismos. Se menciona que dentro de los servicios complementarios está servicio de Valet parking y Guardarropa, los cuales están a disposición de todos los comensales que lleguen al restaurante, se ha tomado en consideración a estos dos servicios como complementarios, ya que tomando en cuenta que este es un restaurante vanguardista de lujo, tiene que ofrecer algún factor el cual no brinden otros establecimientos y para esto se designará personas encargadas como responsables ya sean en los abrigos o automóviles de los clientes.

4.2.2. Lugar y tiempo:

Para explicar este punto se deben responder las preguntas de dónde, cómo y cuándo se entrega el servicio, por esta razón se menciona que se ofrecerá este servicio en un local ubicado en la Av. Eloy Alfaro y Catalina Aldaz, el cual estará completamente decorado con diseño de interiores de lujo y que este de acorde con los platos que se servirán en el establecimiento. Se entregará este servicio a través de personas que tengan experiencia en el área de trabajo designada y todo se maneja mediante tiempos y estándares.

Para responder a la pregunta de cómo se va a entregar el servicio a los clientes, se debe realizar un canal de distribución, el cual como su nombre lo indica especifica el canal que existe entre el productor en este caso el restaurante y el consumidor o cliente. (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009, p.100)

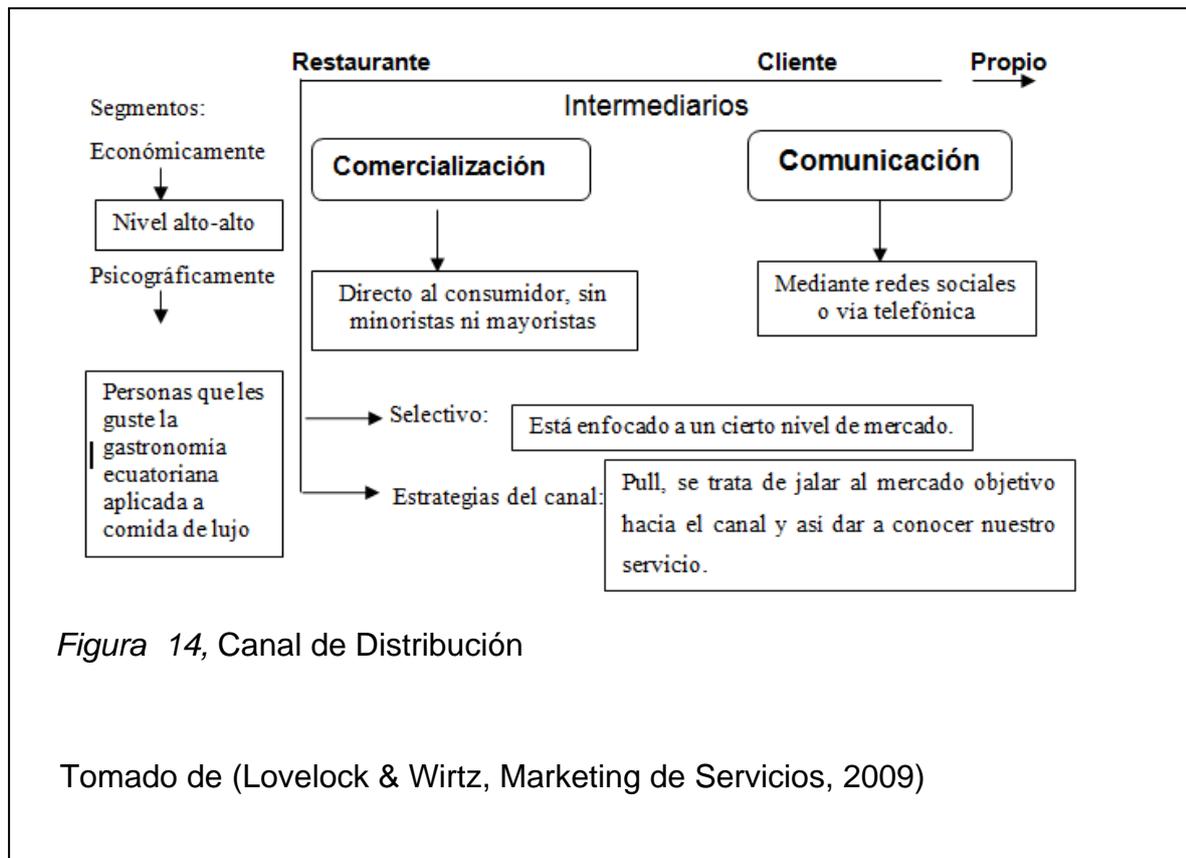


Figura 14, Canal de Distribución

Tomado de (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009)

4.2.3. Precio y otros costos para el usuario:

4.2.3.1. Determinación del precio:

Para la determinación de los precios de los distintos platos que conforman el menú, se elaboró previamente recetas estándar de cada uno de ellos, tomando en cuenta factores como costo de materia prima en cada uno de los ingredientes necesario para la preparación y número de porciones. A continuación se detalla los precios incluido 12% de IVA y 10% de servicio.

Tabla 15, Precios del menú

Platos del Menú:	Precio de Costo:	PVP:	12% IVA	10% de Servicio	Precio total:
Espuma caliente con pavo	17,60	35,20	4,22	3,52	42,94
Esferificación de queso finas hierbas	15,59	31,18	3,74	3,12	38,04
Esferico inverso de frutos rojos	13,47	26,94	3,23	2,69	32,87
Aire de naranjilla y tomillo con esfera de caramelo	12,83	25,66	3,08	2,57	31,31
Espuma de cilantro con maracuya	12,25	24,50	2,94	2,45	29,89
Algin de uvilla y caviar de kiwi	12,21	24,42	2,93	2,44	29,79
Esfera de melon con sorbetes de canela	11,22	22,44	2,69	2,24	27,38
Aire de perlas de chocolate con macadamia	11,11	22,22	2,67	2,22	27,11
Flor nitro de lavanda	10,23	20,46	2,46	2,05	24,96
Burbuja de champinones a la parrilla	10,07	20,14	2,42	2,01	24,57
Falso caviar de sandia y mora	9,99	19,98	2,40	2,00	24,38
Gel de durazno con espuma de aceite	7,29	14,58	1,75	1,46	17,79

Nota: Para obtener los precios de costo se tomó en cuenta los valores de la materia prima necesaria para la elaboración de cada uno de ellos, los cuales están detallados en las recetas estándar.

4.2.3.2. Análisis del precio.

Dentro de la estrategia para ingresar al mercado, se manejará una política de precios altos dentro del menú, esto se debe a los siguientes factores: (Jaime Rivera Camino, 2007)

- **Segmento de mercado:** Teniendo en cuenta el target alto al cual estará dirigido el restaurante, se manejarán precios más elevados de la media del mercado. Esto ayudará a filtrar el tipo de clientes.

- **Ubicación:** De acuerdo a la zona en donde estará ubicado el establecimiento, en donde los arriendos son elevados se necesitará generar una importante utilidad para cubrirlo.
- **Costo de materia prima:** Varios de los ingredientes necesarios para la preparación de los distintos platos, presentan un costo superior al de los productos utilizados por otro tipo de restaurantes, llegando en algunos casos a tener que importar los mismos.
- **Costo de mano de obra:** En el restaurante laborará personal altamente calificado en todas sus áreas y para conseguir esto se deberá ofrecer un paquete de remuneraciones atractivo, tomando en cuenta las aportaciones necesarias al IESS, así como cualquier gratificación que se pudiera dar a los empleados operativos por su buena labor.
- **Costo indirecto de fabricación:** Dentro de este apartado se debe tomar en cuenta los sueldos del personal administrativo, incluyendo al gerente del restaurante, los cuales al igual que el personal operativo serán altamente competitivos y nos permitirán contar con el mejor recurso humano disponible. Por otra parte, se realizará un mantenimiento constante a equipos e instalaciones, para brindar un excelente servicio.

4.2.4. Promoción:

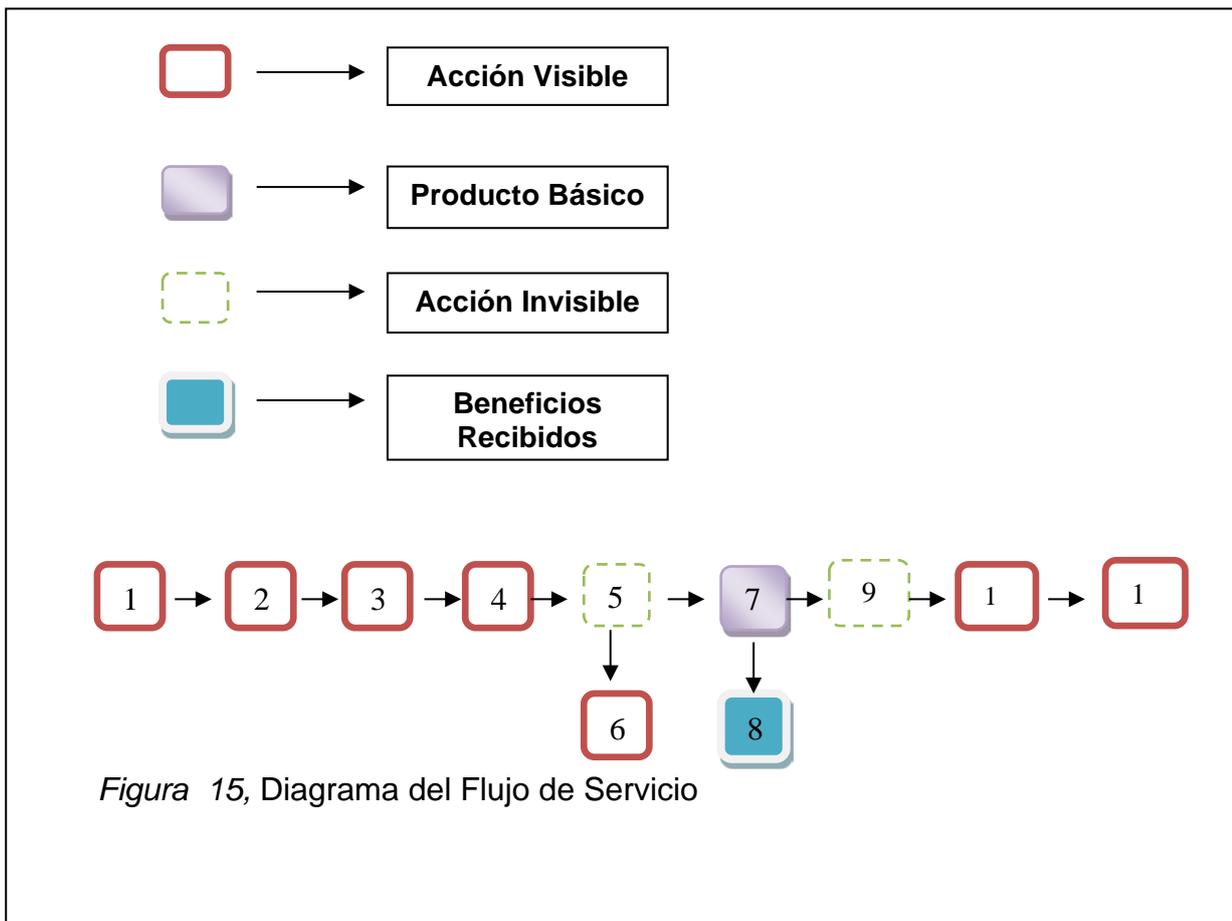
Las herramientas que se va a utilizar para promocionar y dar a conocer el restaurante de mejor manera es mediante publicaciones en revistas e internet, como también la utilización de redes sociales, ya sea twitter o viadeo, esta es una de aquellas redes sociales mas grandes el cual se enfoca hacia empresarios, propietarios de negocios o gerentes de grandes empresas (Viadeo), así para llegar a los clientes y de esta forma puedan conocer de mejor manera la temática de dicho establecimiento, como también el principal enfoque de este tipo de comida.

4.2.5. Proceso:

4.2.5.1. Diagrama flujo de servicios:

Son aquellos pasos que seguirán los clientes, en el momento de llegar al restaurante.

Puntos claves:



- ✓ **Acción Visible.** Son aquellas acciones que realiza o puede percibir el cliente, el momento que llega al restaurante.
- ✓ **Producto Básico.** Es el producto que recibe el cliente, es decir, la razón principal por la cual acude al restaurante.
- ✓ **Acción Invisible.** Son aquellos pasos que no se encuentran a la vista de los clientes, se utiliza para la preparación y entrega completa del servicio de alimentos y bebidas.

- ✓ **Beneficios Recibidos.** Es el producto final que recibe el cliente, para satisfacer sus gustos y preferencias.

1. Estaciona el automóvil el cliente.
2. Le recibe la Hostess y le ubica en la mesa.
3. Llega el mesero y entrega el menú.
4. Toma el pedido el mesero.
5. Chef prepara los distintos platos del pedido.
6. Mesero entrega el pedido a los clientes.
7. Se sirven los clientes sus alimentos y bebidas.
8. Se entrega la factura al cliente.
9. Cobra la cuenta el cajero.
10. Entrega el cambio del dinero al cliente.
11. Despide Hostess a los clientes.

4.2.6. Entorno físico:

La decoración del establecimiento seguirá el estilo minimalista tan de moda en los últimos años (Croquetilla, 2008). La elegancia estará presente en todo el restaurante, es decir, en cada una de las áreas, para de esta forma ofrecer un ambiente acogedor y llamativo, para que los futuros clientes se sientan relajados y en armonía, el momento de consumir sus platos preferidos. La vajilla y decoración de los platos también serán aspectos muy importantes dentro de nuestro servicio, pues será uno de nuestros principales factores diferenciadores. La utilización de tonos blancos y negros aportará un ambiente sobrio y relajado (Decoestilo, 2010), complementado por un servicio personalizado que permitirá que nuestros clientes puedan disfrutar tranquilamente de ésta novedosa experiencia.

Este establecimiento como lo mencionamos anteriormente dentro de todo el restaurante tendrá una decoración en tonos blancos, negros y verde esmeralda, ya que se puede mencionar que el color blanco es un acierto seguro para: paredes y techos, por otra parte el verde esmeralda es aquel color del año 2013, el cual aporta ambientes de lujo y glamour. (Sánchez, 2013)

4.2.7. Personal:

El personal que trabajará dentro del restaurante, deberá cumplir con los requerimientos detallados en el perfil de puesto, para esto se realizará selección de los aspirantes para las diferentes vacantes y para esto se deberá tomar en cuenta: la experiencia laboral, trayectoria académica y aspectos psicológicos, es decir, esto se debe analizar para tener un óptimo rendimiento en el ámbito laboral. (Grados, Reclutamiento, selección, contratación e inducción, 2008) Por otra parte deberán ser personas capacitadas en el tema de Gastronomía de Vanguardia, para entregar un producto de excelente calidad y que cumplan con las expectativas de cada uno de ellos, para esto es importante mencionar que se debe realizar motivación y capacitación para todo el personal que conforme a la empresa.

4.2.7.1. Motivación:

Dentro del restaurante se establecerán metas mensuales de ventas, con las cuales deben cumplir cada uno de los meseros (Agut, Grandío, & Peris, 2011), es decir, para aquellos empleados que sobrepasen la meta, se ofrecerá días libres adicionales, esto se realizará para motivar al personal de servicio y de esta forma que puedan seguir desempeñando sus funciones de la mejor manera.

4.2.7.2. Capacitación:

Se realizará cada tres meses en temas como:

- ✓ Programas de mejora continua para satisfacer de mejor manera los requerimientos de los futuros clientes.
- ✓ Evolución de la cocina de Vanguardia en la Ciudad de Quito.
- ✓ Manejo adecuado acerca de nitrógeno líquido.
- ✓ Servicio al cliente

Los cursos de capacitación antes mencionados se otorgarán a todo el personal del restaurante, para de esta manera poder manejar los distintos estándares en las diferentes áreas del establecimiento, también así para incrementar nuevos y diferentes conocimientos sobre varios temas, es decir, con esto se puede ir innovando constantemente para que marche de mejor manera el funcionamiento del restaurante y además que cada empleado con dichas capacitaciones aprenda un poco más acerca del tema gastronómico, para que realicen de mejor forma cada una de sus labores.

4.2.8. Productividad y calidad:

La calidad en el servicio es uno de los puntos primordiales dentro de un negocio, debido a que esto nos da las pautas para tomar medidas correctivas en base a la utilización de estándares y normas de calidad que se deben manejar dentro de la producción de los alimentos y entrega en sí del servicio, lo antes mencionado se debe tomar en cuenta para satisfacer y sobrepasar las expectativas de los clientes. Se deben mencionar los estándares que se va a tomar en cuenta dentro del establecimiento:

- ✓ Los clientes están por encima de todo.
- ✓ No existe ningún aspecto imposible, dentro del servicio.
- ✓ Se debe buscar la manera de ofrecer al cliente más de lo que el espera.

4.3. Imagen Corporativa de la Empresa:

4.3.1. Nombre de la Empresa:

NITRO Cocina de Vanguardia

Se ha determinado este nombre para dicho restaurante debido a que uno de los principales elementos que se utilizan para la creación de los diferentes platos es el nitrógeno líquido, el cual es uno de los factores principales para brindar una distinta tendencia gastronómica a nivel nacional y por otra parte el

slogan se colocó cocina de Vanguardia ya que es lo que engloba a todo el tema de la realización del trabajo de titulación.

4.3.2. Logotipo de la Empresa:



Figura 16, Logotipo de la empresa

Psicología para la explicación del logotipo:

En lo que respecta a la forma del logotipo propuesto para el restaurante se usa una fuente tipográfica de palo seco, moderna, liviana con terminaciones redondeadas, para denotar frescura, modernidad e innovación. Se trabajo un isotipo inicial de forma de M, con movimiento para denotar movimiento, lo que transmite sensaciones visuales y gustativas al momento de consumir los platos Moleculares, ya que son elaborados a distintas texturas gastronómicas.

Por otra parte en la letra O del final del logotipo se establece una hoja junto a tres esferas los cuales son símbolos representativos de este tipo de cocina.

En lo que respecta al color se utilizó colores modernos y frescos, como el verde c=36, y=100, para denotar modernidad y naturalidad, estos colores fueron tomados de la paleta de Pantone. El rojo es el color de los alimentos, pero en este caso se uso un color m=90, y= 90, para dar la idea de un alimento pero en un estado diferente.

5. CAPÍTULO V.PLAN DE OPERACIONES:

5.1. Estudio Técnico:

Para el desarrollo de este punto se ha utilizado el libro NEUFERT, para en base a este texto poder mencionar las dimensiones y medidas que se deben tomar en cuenta para la creación de un restaurante, entre esto como primer punto se encuentra la superficie de mesa que necesita un cliente en un establecimiento de este tipo es 60 cm de anchura y 40 cm de profundidad para de esta forma que los comensales se sientan cómodos el momento de degustar sus platos preferidos, en base a esto también se debe identificar el ancho que debe ser mínimo para la mesa y es de 80 por 85 cm. Por otra parte se debe indicar que las mesas con diámetro entre 90 a 120 cm y que en este caso son redondas o hexagonales están diseñadas para cuatro personas, lo positivo de este tipo de mesas es que el momento de requerir en una mesa la presencia de más comensales se lo puede hacer tranquilamente incrementado hasta dos puestos más.(Neufert, 2007, p. 468)En el caso de dicho restaurante vanguardista por lo antes mencionado se utilizará mesas redondas para cuatro personas.

La distancia que debe haber entre pared y mesa es de aproximadamente 75 cm, tomando en cuenta que la silla ocupa alrededor de 50 cm de dicho espacio. La altura de los comedores en este caso teniendo una superficie de aproximadamente 50 m² es de 2.5 m.

Tabla 16, Normativa para lavabos

# de Clientes	Lavamanos mujeres	Lavamanos hombres	Urinarios
Aproximadamente 50	1	1	2
Entre 50 a 200	2	2	3
Entre 200 a 400	4	3	6

Tomado de (Neufert, 2007)

Los lavabos en este tipo de establecimiento se deben tomar en cuenta el 25% para el de mujeres y 75% para el de hombres (Neufert, 2007, p. 469), analizando la tabla se pretende indicar el número de clientes al que se está enfocando este restaurante y es alrededor de 50 personas y por esta razón se debe tomar en cuenta el número de lavamanos y urinarios que deben estar inmersos.

Tabla 17, Medidas para la superficie del restaurante.

Tipo de restaurante	Ocupación del puesto por comida	Superficie de cocina en m²/por cubierto	Superficie del comedor en m²/por asiento
De lujo	1	0,7	1,8 - 2,0
Normal	1,5	0,4 - 0,5	1,6 - 1,8
Pensiones	1	0,3 - 0,4	1,6 - 1,8

Tomado de (Neufert, 2007)

Tomando en cuenta la tabla se puede mencionar las dimensiones mínimas que debe existir en cada restaurante según el tipo que sea y en este restaurante vanguardista, ya que se lo denomina de lujo por lo tanto se debe considerar las medidas de superficie de cocina como también del comedor.

Tabla 18, Anchura de los pasillos.

Pasillos principales	Pasillos intermedios	Pasillos auxiliares
Mínimo 2m de ancho	Mínimo 0,9m de ancho	Mínimo 1,2m de ancho

Tomado de (Neufert, 2007)

Las medidas descritas en la tabla son obligatorias el momento de la creación de un restaurante, este sea de lujo o una pensión y todos deben cumplir con estas disposiciones.

Los restaurantes grandes de 800 a 1000 personas ya no tienen mucha acogida, ya que los clientes prefieren un restaurante pequeño o mediano que ofrezca una Gastronomía de excelente calidad (Neufert, 2007, p. 473). Por esta

razón a lo anteriormente mencionado es que se a determinado la apertura de este restaurante con un número aproximado entre 40 a 50 comensales, esta razón es porque al principio no se conoce acerca del nivel de aceptación que tendrá este tipo de comida dentro de la Ciudad de Quito y también porque la tendencia a cambiado en cuanto al tamaño de los establecimientos de Alimentos y Bebidas.

Para todas las dimensiones se basa en el Sistema Gastronom (DIN 66075), ya que son aquellas medidas de mesas, contenedores, aparatos, estantes y vajilla que están establecidas en un módulo de 530 x 325 mm (Neufert, 2007, p.473). Lo cual indica que todos los restaurantes o bares, deben cumplir con dichas medidas y de esta forma posteriormente no tener problemas el momento de la apertura de algún establecimiento de este tipo.

5.1.1. Función y Organización de las cocinas de restaurantes:

Se debe tomar en cuenta varios aspectos para el funcionamiento de un establecimiento de Alimentos y Bebidas, entre estos está el número de plazas para degustar sus preferencias de los comensales, y el número de turnos a servir, es decir, la frecuencia de uso de cada uno de los clientes dentro del restaurante.

Tabla 19, Frecuencia de uso para cada tipo de restaurante.

Tipo de Restaurante	Comida rápida	Convencionales	De especialidades
# de Turnos	3 por hora	2 por hora	1,5 a 2 horas

Tomado de (Neufert, 2007)

En esta tabla se puede observar que dicho establecimiento de Vanguardia se encontrará dentro de los restaurantes de especialidades, por lo que se deberá tomar en cuenta el número de turnos que oscila entre hora y media a dos horas aproximadamente para de esta manera tener en consideración cuantas personas aproximadamente podrían llegar a consumir.

5.1.2. Superficie global necesaria:

Tabla 20, Superficie necesaria para el restaurante.

Porcentaje	Ámbito
20	Almacenamiento en cámaras frigoríficas
10	Almacenamiento de basura
8	Cocción
10	Cocina fría
8	Pastelería
10	Lavado
2	Preparación de carnes
17	Superficie de circulación
15	Superficie para oficina y el personal
100%	Total

Tomado de (Neufert, 2007)

Estas superficies y dimensiones se deben manejar de la manera como se especifica en la tabla, para de esta forma mantener un orden adecuado y cumplir con las normas establecidas para el diseño de los restaurantes.

5.2. Localización:

Este restaurante se encontrará ubicado entre la Av. Eloy Alfaro y Catalina Aldaz, ya que se ha podido notar que en esta zona se han creado varias edificaciones y también se ha convertido en una zona apta gastronómica para la apertura de diferentes establecimientos de Alimentos y Bebidas.

5.3. Estudio Arquitectónico:

En lo que respecta a la edificación del restaurante consta con una construcción consta de tres plantas:

Primera planta: En donde se encontrarán los amplios estacionamientos necesarios para los comensales.

Planta arquitectónica primer nivel: En donde constará el recibidor para los clientes, vestíbulo, bodega de bebidas, cuarto frío para los cárnicos, área de cocina en general para la preparación de todos los platos, pequeña bodega en general, comedor para los empleados, baños de hombres y mujeres para empleados, lockers para todos los empleados y este dividido en dos, es decir, para hombres y mujeres, otros estacionamientos principalmente estos destinados para el personal administrativo, zona de descarga para el momento que cada uno de los proveedores se acerque al restaurante para entregar el pedido y principalmente el área de mesas.

Planta arquitectónica segundo nivel: Área de bar, vestíbulo, montacargas, oficinas administrativas, es decir, para el Gerente y Administrador, otra pequeña área de mesas.

5.4. Equipamiento:

Tabla 21, Equipamiento para cocina caliente, fría y Molecular.

EQUIPO MOLECULAR		COCINA CALIENTE		COCINA FRÍA
Productos:		Productos:		Productos:
Kit para caviar		Campana extractora		Armario frigorífico
Sifón		Microondas industrial		Tablas para cortar
Plantillas croquanter		Lámpara calentadora		Congelador industrial
Túrmix		Baño maría		Mesa de trabajo
Barmix		Cocina industrial		Balanza
Silpat				Estanterías cromadas
Pipeta				Refrigerador

Tabla 22, Equipamiento para cristalería, cubertería y bar.

CRISTALERÍA	CUBERTERÍA	BAR
Productos:	Productos:	Productos:
Ceniceros	Cuchara de bar	Ablandador de agua
Copa martini 6,75 oz.	Cuchara de piqueo 10 cm	Boquilla de licor
Copa martini 7,5 oz.	Cuchara de piqueo curva	Coctelera
Copa coctel 12 oz.		Dispensador de palillos
Salero	Mini cuchara de bamboo	Termómetro
Pimentero	Cuchillo de entrada	Vaso coctelero
Azucarera	Tenedor para picadas	Descorchador
Jarra	Cuchillo para entrada	
Floreros para mesa		

Tabla 23, Equipamiento para vajilla, limpieza y decoración.

VAJILLA	LIMPIEZA	DECORACIÓN
Productos:	Productos:	Productos:
Plato orbit 5 oz.	Tren de lavado	Ablandador carne
Plato de 4 dimensiones		Cuchara de silicona
Plato portacopa	Fregadero industrial	Decoración en juliana
Plato hondo cuadrado	Contenedor para basura	Decorador multi
Fuente cuadrada	Mopa microfibra 18"	Pelador mecánico
Ramekin elipse	Palo para mopa	Rebanador frutas
Plato cuadrado 4 oz.	Paños microfibra	Sacacorchos
Plato cuadrado de 10"	Coche escurridor	Tijera picadora
Mini base ovalada	Escobas	Flambeador
Mini plato de bamboo	Pala	
Plato triangular 12"x6"	Basureros decorativos	
Plato coctel 3dimensiones	Botella con atomizador	

Tabla 24, Equipamiento para repostería, preparación y cocción

REPOSTERÍA		PREPARACIÓN		COCCIÓN
Productos:		Productos:		Productos:
Batidora		Bowls		
Licuadaora		Afilador cuchillos		Baño maría
Boquillas rellenos		Porta cuchillos		Coladores
Brochas de silicona		Organizador de cubiertos		Ollas de aluminio
Porcionadores		Porta menús		Mantenedor alimentos
Espátulas				Jarras medidoras
Guante silicona				
Molde 1/2 esfera				

5.4.1. Proveedores:

Se tendrá distintos proveedores dependiendo de la materia prima a utilizar, mencionando los principales a continuación:

a) Carnes rojas y embutidos:

La Suiza: Por la alta calidad de sus productos esta empresa será el principal proveedor. Está empresa cuenta para la distribución de sus productos con una moderna planta procesadora ubicada en el sector de Carcelén industrial. (La Suiza, 2012)

Proveedor secundario: Federer (Federer, 2013)

b) Carnes blancas:

Pronaca: Es la empresa más importante en la producción de carne aviar y de cerdo, será nuestra primera elección debido a sus modernos procesos en la elaboración de producto, así como su amplia experiencia como proveedor a varios establecimientos (Pronaca, 2013)

Proveedor secundario: Supermaxi (Supermaxi, 2013)

c) Mariscos y pescado:

La Favorita (Megamaxi): Esta empresa cuenta con una amplia variedad de productos del mar, lo cual es muy importante por el tipo de comida que nosotros brindamos. Se podrá negociar un buen precio, ya que será proveedora de varios productos. (Supermaxi, 2013)

Proveedor secundario: Santa María

d) Frutas y verduras:

Supermaxi: Las frutas y verduras de esta empresa son las de mejor calidad y variedad en Quito, además su estado es el más óptimo para la elaboración de nuestros distintos platos. (Supermaxi, 2013)

Proveedor secundario: El Frutón (El Frutón, 2013)

e) Insumos (harina, azúcar, sal, especias, leche, etc.)

Supermaxi: Esta empresa ofrece varios productos importados y de alta calidad, los cuales son adecuados para la preparación de nuestros distinguidos platos. (Supermaxi, 2013)

f) Licores:

Juan Eljuri: Es la empresa más tradicional y con alta experiencia dentro del mercado de Quito. (Almacenes Juan Eljuri, 2013)

g) Insumos para cocina:

Montero: Es una empresa que principalmente ofrece insumos profesionales de cocina. (Almacenes Montero, 2013)

h) Equipamiento de cocina:

Termalimex: Esta empresa se enfoca en la venta y asesoramiento para la creación de establecimientos orientados en el tema de Alimentos y Bebidas, ofrece el equipamiento completo para la creación y apertura en este caso de restaurantes. (Termalimex, 2013)

i) Texturas Moleculares:

Carmagourmet: Es la empresa que proporciona los elementos más importantes para la elaboración y diferenciación dentro de la preparación de los distintos platos, es la única empresa aquí en el Ecuador que tiene a la venta las texturas para la preparación Molecular. (Carmagourmet, 2013)

j) Vajilla vanguardista:

Irvix: Es la empresa dedicada a la comercialización de vajilla y cubertería distinta a lo tradicional, es decir, vajilla que se acopla a la temática de Vanguardia, que se caracteriza por tener en los diseños formas y colores llamativos. (Irvix, 2013)

k) Sillas, mesas y lámparas:

Design Studio: Es una empresa que ofrece elementos para la decoración de establecimientos, como también sillas y mesas minimalistas, es decir, menaje completamente de lujo y que tenga distintas formas abstractas que capte mucho la atención de los comensales. (Design Studio, 2013)

5.5. Ciclo de operaciones:

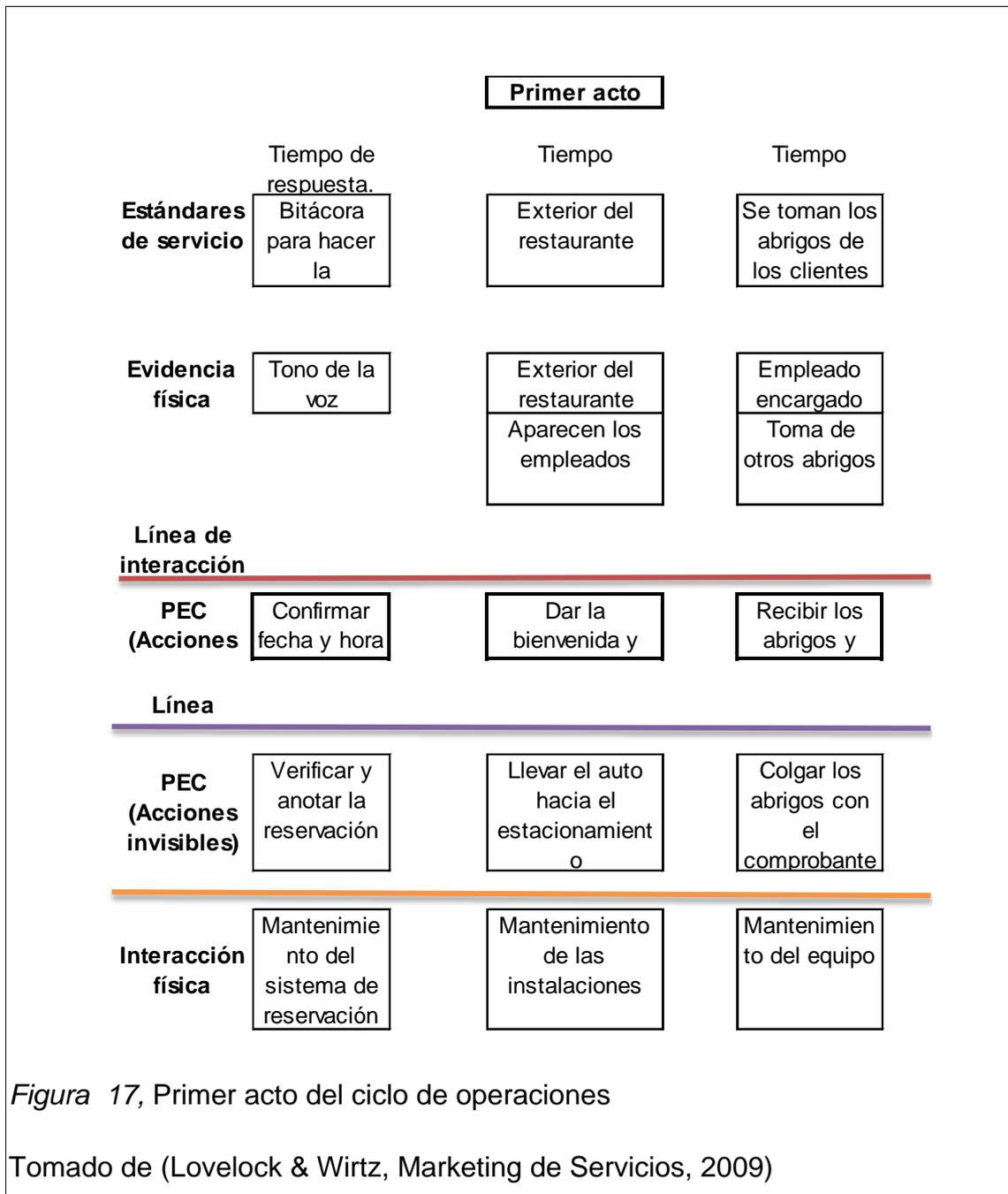


Figura 17, Primer acto del ciclo de operaciones

Tomado de (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009)

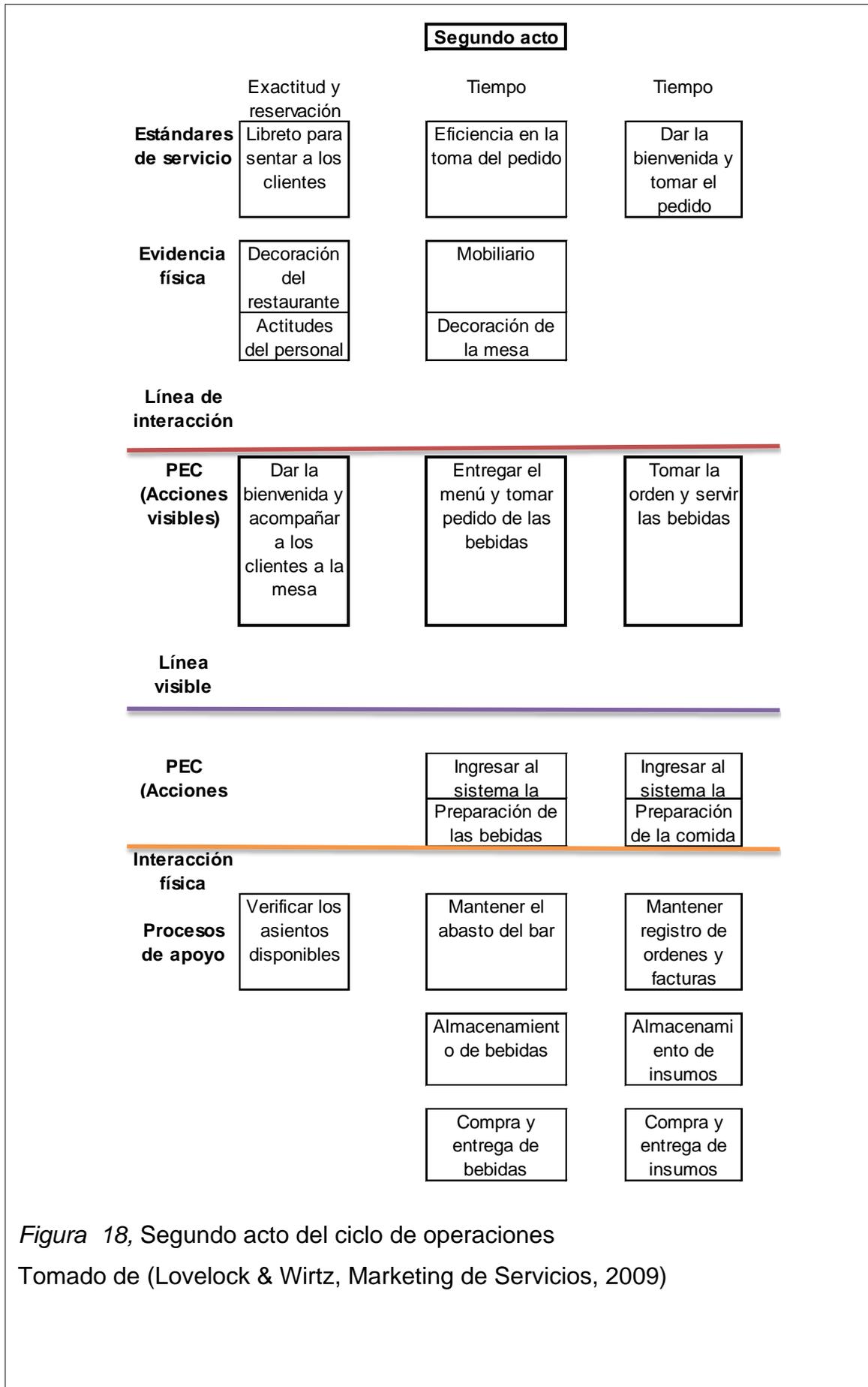


Figura 18, Segundo acto del ciclo de operaciones

Tomado de (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009)

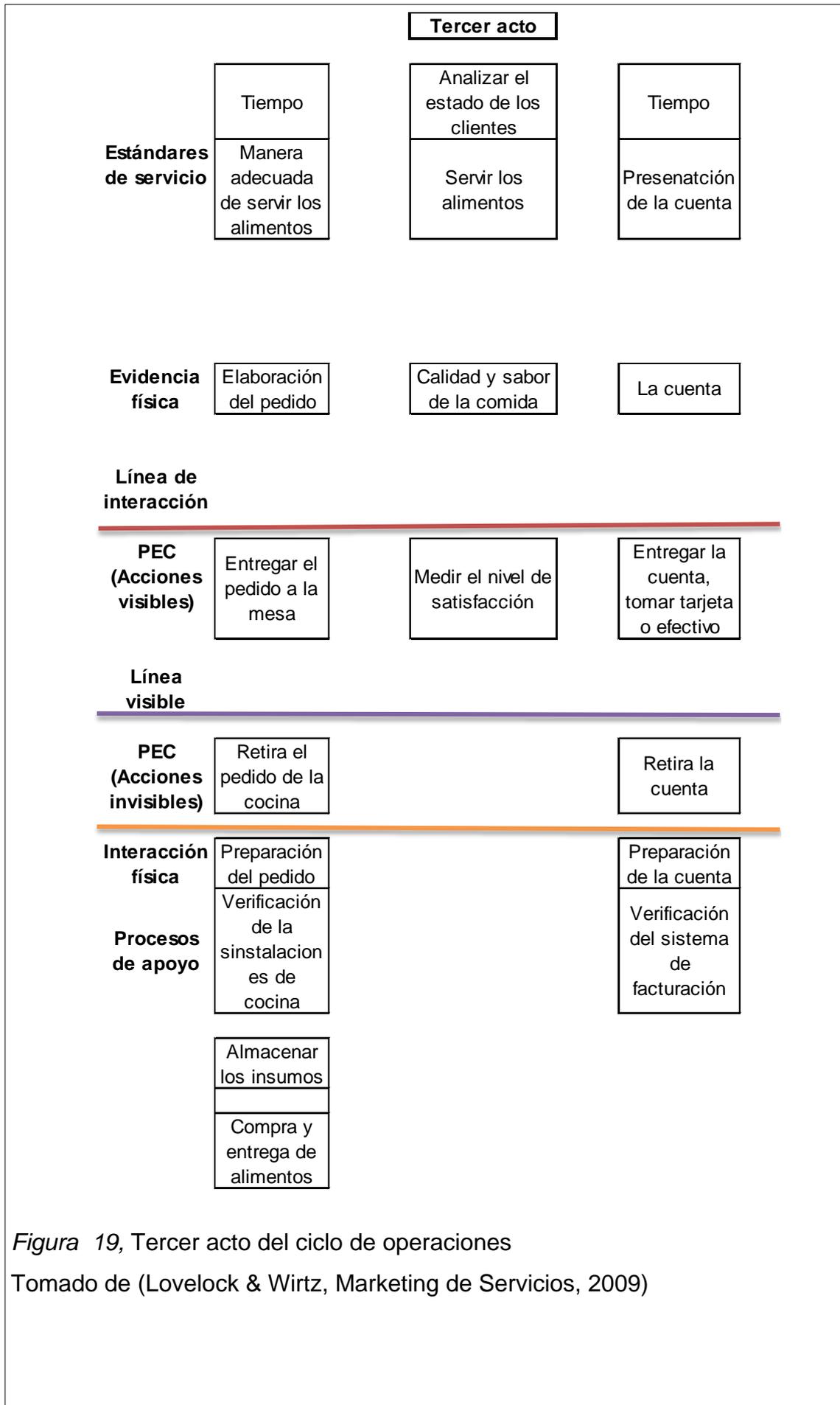


Figura 19, Tercer acto del ciclo de operaciones

Tomado de (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009)

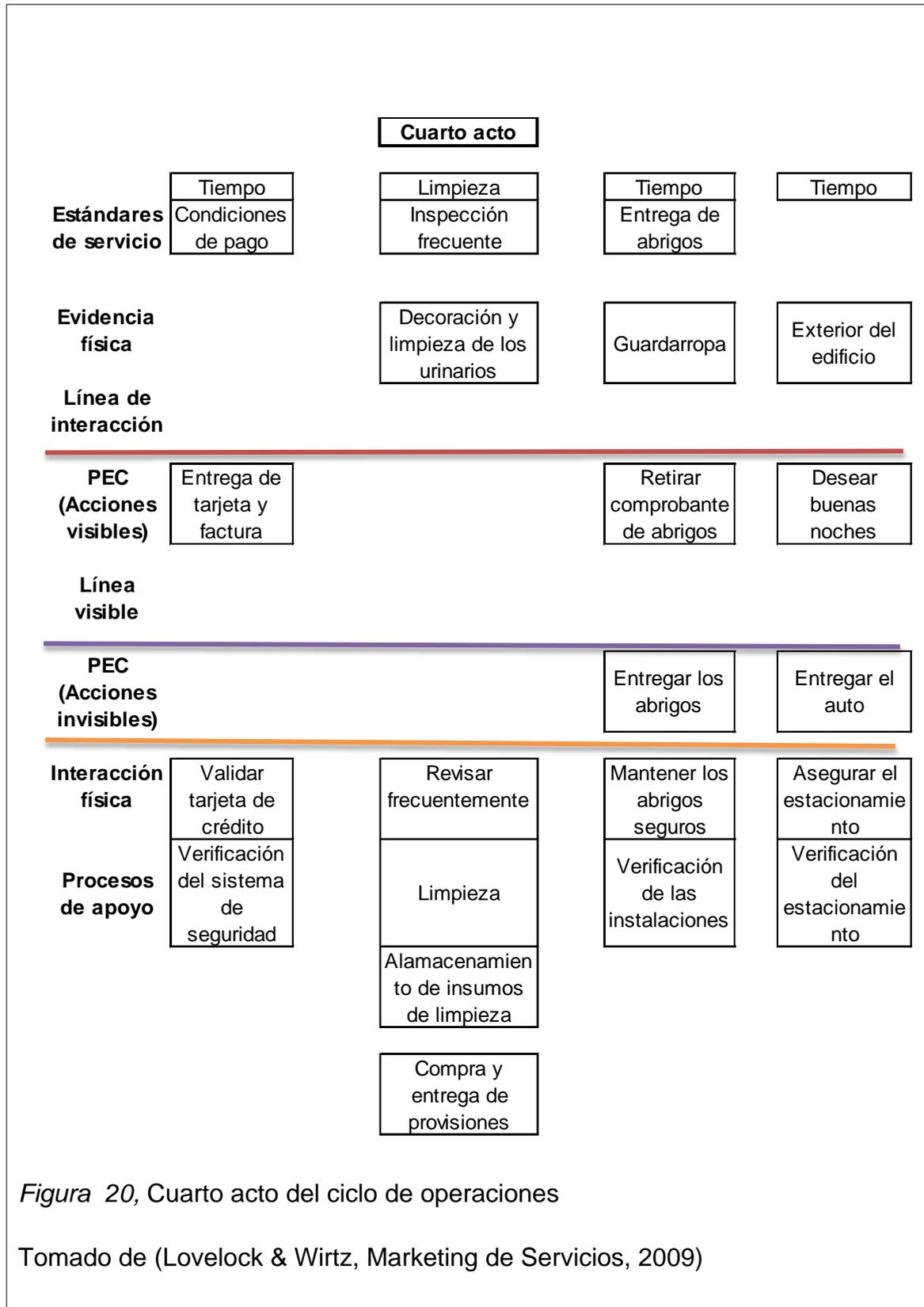


Figura 20, Cuarto acto del ciclo de operaciones

Tomado de (Lovelock & Wirtz, Marketing de Servicios, 2009)

5.6. Menú Vanguardista:

5.6.1. Entradas:

- ✓ Falso Caviar de sandía y mora.
- ✓ Aire de chocolate blanco con macadamia.
- ✓ esférico inverso de frutos rojos.

5.6.2. Platos Fuertes:

- ✓ Esferificación de queso finas hierbas.
- ✓ Espuma de pavo caliente.
- ✓ Burbuja de champiñones frescos a la parrilla.

5.6.3. Postres:

- ✓ Algin de uvilla y caviar de kiwi.
- ✓ Esfera de melón con sorbetes de canela.
- ✓ Aire de naranjilla y tomillo con esfera de caramelo.

5.6.4. Bebidas:

- ✓ Gel de durazno con espuma de aceite.
- ✓ Flor nitro de lavanda.
- ✓ Espuma de cilantro con maracuyá.

5.7. Recetas Estándar:

RECETA ESTANDAR			
Nombre receta:		Falso Caviar de sandía y mora	
Código de la receta		0,004	
Cantidad de porciones		1	
			
INGREDIENTES:			
Cantidad	U/M	Producto	Costo
1000	gr	pulpa de sandía	3,25
8	gr	algin	1,41
10	gr	calcic	0,66
1000	ml	agua	0,1
1000	gr	pulpa de mora	3,35
8	gr	crumiel	1,32
Precio por persona			9,99
Procedimiento:			
<p>Primero pelar la sandía, retirar las semillas y licuar junto a la pulpa de mora, cernir y dejar reposar en el congelador. Unir la mitad del jugo de las dos frutas con los 8 gramos de algin y crumiel, esto triturar con un túrmix hasta obtener una mezcla homogénea. Batir el calcic con el agua y esto dejar reposar.</p> <p>Rellenar 3 jeringuillas con la mezcla de caviar de sandía y frambuesa, colocar gota por gota en la mezcla de calcic, cernir y lavar el caviar en agua fría.</p>			

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Esférico inverso de frutos rojos

Código de la receta **0,006**

Cantidad de porciones **2**



INGREDIENTES:

Cantidad	U/M	Producto	Costo
1600	ml	agua	1,6
12	gr	algin	2,12
11	gr	calcic	0,73
3	gr	xantana	0,56
1200	gr	pulpa de mora	4,02
1200	gr	pulpa de fresas	4,14
1200	gr	pulpa de frambuesa	4,32
			13,47
		Precio por persona	6,735

Procedimiento:

Disolver con un túrmix el algin con agua y dejar reposar en el congelador. Mezclar agua y calcic, después añadir xantana y esto unir con la ayuda de un túrmix. Dejar que la mezcla pierda el aire y añadir la pulpa de mora, fresa y frambuesa. Hacer la esfera dentro de la mezcla de algin y dejar reposar por dos minutos, después colocarlos en agua fría.

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Esferificación de queso finas hierbas



Código de la receta 0,012

Cantidad de porciones 1

INGREDIENTES:

Cantidad	U/M	Producto	Costo
600	gr	queso finas hierbas	5,07
85	gr	nata	1,45
4	gr	sal	0,09
10	gr	algin	1,77
1000	gr	agua	1
10	gr	gluco	1,88
80	gr	filete de ternera	3,2
35	gr	suero de queso	1,13
		Precio por persona	15,59

Procedimiento:

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Espuma caliente con pavo



Código de la receta	0,010
----------------------------	-------

Cantidad de porciones	1
------------------------------	---

INGREDIENTES:

Cantidad	U/M	Producto	Costo
10	gr	xantana	1,88
700	gr	pollo	2,13
800	gr	pavo	4
125	gr	salami ahumado	1,25
3	gr	sal	0,06
1	gr	pimienta negra	0,04
10	gr	trisol	0,55
6	gr	crutomat	1,69
3		cargas de nitrógeno	6
		Precio por persona	17,6

Procedimiento:

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Burbuja de champiñones frescos a la parrilla



Código de la receta 0,011

Cantidad de porciones 2

INGREDIENTES:

Cantidad	U/M	Producto	Costo
215	gr	aceite de oliva	1,03
250	gr	champiñones	1,99
11	gr	polvo de mica	0,76
400	gr	carne ahumada	5,72
10	gr	algin	1,77
10	gr	lecite	1,88
3		cargas nitrógeno	6
1000	gr	agua	1
			20,15
Precio por persona			10,075

Procedimiento:

Asar los champiñones con el aceite de oliva. Poner a la parrilla la carne ahumada. Unir con ayuda de un túrmix algin, lecite y agua, hasta formar una mezcla homogénea, es decir, sin ningún grumo y colocar en el refrigerador. Mezclar en un recipiente los champiñones y la carne ahumada, mientras se congela la preparación anterior. En el sifón colocar las cargas de nitrógeno junto a la mezcla de algin, lecite, agua y también la mitad de los champiñones. Esperar unos minutos que se forme la burbuja y colocar sobre esta el polvo de mica para que de una apariencia novedosa y brillante.

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Algin de uvilla y caviar de kiwi



Código de la receta	0,001		
Cantidad de porciones	1		
INGREDIENTES:			
Cantidad	U/M	Producto	Costo:
600	gr	uvillas	2,4
400	ml	nata líquida	3,2
150	gr	azúcar	0,15
30	gr	zumo de limón	0,2
300	ml	jarabe de kiwi	3,03
800	ml	agua	0,8
10	gr	algin	1,77
10	gr	calcic	0,66
			12,21

Procedimiento:

Unir las uvillas, con azúcar, nata y zumo de limón, esta mezcla colocar en el congelador hasta que se haga helado. Mezclar con la batidora el jarabe de kiwi, 300ml de agua y los 10gr de algin y esto dejar reposar en el congelador durante 45min. Disolver el calcic en 500ml de agua. Después que haya transcurrido el tiempo indicado para el algin, se procede a coger un poco de esta solución con una jeringuilla y añadir despacio al lactato. El momento que ya se hayan formado las mini gelatinas esféricas, hay que ponerlas en un recipiente con agua durante 5 segundos, después se debe retirar del agua y a continuación se une el helado, se coloca en una copa y sobre esto se decora con el caviar de kiwi.

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Esfera de melón con palitos de canela



Código de la receta

0,002

Cantidad de porciones

2

INGREDIENTES:

Cantidad	U/M	Producto	Costo
8	gr	algin	1,41
10	gr	calcic	0,66
1	unidad	melón	2
1000	gr	pulpa de melón	3,6
300	gr	azúcar	3
3000	ml	agua	3
350	ml	vino tinto	7
1	gr	canela	0,08
40	gr	zumo de limón	0,4
5	unidad	naranjas	0,4
60	gr	maicena	0,18
2	unidad	hojas de menta	0,02
115	gr	mantequilla	0,69
35	gr	canela en polvo	0,5

22,44

Precio por persona

11,22

Procedimiento:

Preparar el jarabe de azúcar, que es mezclar azúcar y agua, esperar hasta que se forme un almíbar, dejar enfriar, luego se añade la pulpa de melón, con el vino tinto. Colocar los ingredientes a fuego, excepto la maicena, cuando esto se encuentre ya frío se mezcla con la maicena. Se diluye la mantequilla, con maicena y canela en polvo, esto se hornea, para formar los sorbetes de canela. Por último se coloca la mezcla en forma de esfera y se decora con las hojas de menta y los sorbetes.

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Aire de naranjilla y tomillo con esfera de caramelo.



Código de la receta **0,003**

Cantidad de porciones **3**

INGREDIENTES:

Cantidad	U/M	Producto	Costo
600	gr	edulcorante artificial	15,16
50	ml	agua	0,05
400	gr	leche	0,3
1000	gr	pulpa de naranjilla	3,6
250	gr	azúcar	2,5
10	unidades	huevos	1,2
70	gr	almidón de maíz	2,8
25	gr	gelatina sin sabor	0,06
60	gr	chocolate amargo	1,86
50	gr	jarabe de glucosa	4,11
20	gr	tomillo	0,1

25,67

Precio por persona 8,556667

Procedimiento:

Colocar el edulcorante artificial y agua al fuego. Retirar y estirar en silpat. Después con una pipeta incorporar el aire hasta formar la esfera de caramelo. Poner a ebullición el jugo de naranjilla, la leche y azúcar. En un recipiente mezclar el azúcar restante, las yemas de los huevos y el almidón de maíz, la mezcla anterior y esta colocar al fuego.. Cocinar el jarabe de glucosa con el chocolate y después moldearlo en forma de spaghetti. Realizar una infusión con toda la lista de los ingredientes y esto colocar en un bowl, después con la ayuda de un mixer formar el aire de naranjilla.

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Gel de durazno con espuma de aceite



Código de la receta 0,008

Cantidad de porciones 2

INGREDIENTES:

Cantidad	U/M	Producto	Costo
8	unidades	duraznos	2
60	gr	hojas de gelatina	2,4
3	gr	pimienta dulce	0,2
500	gr	aceite de oliva	2,4
7	gr	lecite	1,32
3		cargas nitrógeno	6
250	gr	agua	0,25
			14,57
		Precio por persona	7,285

Procedimiento:

Pelar y descorazonar a los duraznos, después licuarlos. Colocar a fuego lento las hojas de gelatina, lecite y pimienta dulce, esta preparación con el licuado anterior mezclar con un túrmix. En un recipiente poner las cargas de nitrógeno y rociar con aceite de oliva. Por último en una copa martini colocar la preparación del túrmix y a continuación cuidadosamente colocar el aire de aceite de oliva.

RECETA ESTANDAR

Nombre receta:	Flor nitro de lavanda		
			
Código de la receta	0,009		
Cantidad de porciones	2		
	INGREDIENTES:		
Cantidad	U/M	Producto	Costo
4	oz	jagermeister	4,39
3		cargas nitrógeno	6
3	gr	flor de lavanda	2,5
2	gr	cerezas	0,38
2	gr	limón	0,09
3	oz	bluecuracao	0,51
10	gr	agar	1,47
10	gr	gluco	1,88
8	gr	fizzy	1,59
5	gr	lyo fresa	1,03
5	gr	citras	0,38
250	ml	agua	0,25
			20,47
		Precio por persona	10,235
Procedimiento:	<p>Disolver flor de lavanda en agua y en otro recipiente con agua mezclar con un túrmix agar, gluco y lyo fresa. Colocar en el sifón 2oz de jagermeister, fizzy y las cargas de nitrógeno. En una coctelera mezclar 2oz blue curacao y citras, batir hasta que quede una mezcla uniforme. Colocar en la copa Martini primero la disolución de flor de la banda, la onza restante de blue curacao y las dos onzas de jagermeister, a continuación agregar las los mezclas anteriores y decorar con limón junto a cerezas.</p>		

RECETA ESTANDAR

Nombre receta: Espuma de cilantro con maracuyá.



Código de la receta	0,007		
Cantidad de porciones	1		
INGREDIENTES:			
Cantidad	U/M	Producto	Costo
3	oz	Tequila	3,6
3	gr	fizzy	0,6
3	oz	jugo de maracuyá	0,2
2	oz	jugo de limón	0,14
2	oz	helado de maracuyá	0,5
1	gr	cilantro	0,08
550	ml	agua	0,55
3		cargas nitrógeno	6
4	gr	agar	0,58
Precio por persona			12,25

Procedimiento:

Licuar 475 ml de agua con cilantro y dividir en dos recipientes. Mezclar en un recipiente a parte 25 ml de agua con los 3 gr de fizzy. Poner a fuego lento la mitad de la mezcla y unir con la composición de fizzy, el momento que se enfríe mezclar con la otra mitad. Este líquido introducir en el sifón con las cargas de nitrógeno y se sella hasta que se enfríe y llegue a tener consistencia. En una coctelera mezclar tequila, jugo de maracuyá y melón, helado de maracuyá. Colocar en una copa Martini la mezcla y se decora con la espuma de cilantro.

6. CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO:

Para el desarrollo de este capítulo se tomo como referencia al texto de Evaluación de Proyectos (Urbina, 2010), debido a que se obtuvieron varias fórmulas y aspectos fundamentales para la elaboración de los datos financieros.

6.1. Presupuesto de Inversión:

Después de haber definido el tipo de restaurante que se utilizó para el desarrollo de este trabajo de titulación, como primer punto se debe establecer el presupuesto de inversión inicial, el cual fue desarrollado en base a los costos determinados por las empresas: (Carmagourmet, 2013), (Irvix, 2013), (Termalimex, 2013), (Design Studio, 2013). Que facilitaron cotizaciones reales para de esta forma poder determinar cuales serían los rubros necesarios para este punto, es decir, los costos unitarios para cada uno de los equipos, muebles y enseres necesarios saber el valor de la inversión inicial que se necesitan para este establecimiento, en base a esto se determinó que el valor para la inversión es de 71.594,07 dólares, este costo debido a que la inversión inicial hace referencia a los activos fijos necesarios para empezar el funcionamiento de cualquier establecimiento, (Urbina, 2010, p.143).

Tabla 25, Resumen de la matriz de Inversión.

Cuadro de Inversión	
Total Equipos	15326,41
Total Muebles y enseres	54854,64
Total Equipos de Computación	1413,02
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	71594,07

Nota: En la tabla anterior se encuentra un resumen de la matriz de inversión, la cual se encuentra en los anexos debido a su extensión.

6.1.1. Depreciación:

Es un valor que se debe aplicar al activo fijo señalado en la matriz de inversión inicial, debido a que el Servicio de Rentas Internas menciona cada uno de los porcentajes para el cálculo según los distintos rubros, es decir, ya sean equipo, muebles y enseres como también equipos de computación, (Reglamento de la aplicación de la ley de Régimen Tributario Interno), se tomaron estos valores para realizar el cálculo total de las depreciaciones.

Tabla 26, Resumen matriz de depreciación.

Rubros	% Depreciación Total	Valor total a depreciar	Valor Total depreciado		
EQUIPOS	10%	15326,41	1532,64		
MUEBLES Y ENSERES	10%	54854,64	5485,46		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	33,33%	1238,15	412,68		
Total Depreciación:	7430,78				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
7430,78	7430,78	7430,78	7018,11	7018,11	

Nota: En la tabla anterior se encuentra un resumen de la matriz de depreciación, la cual se encuentra en los anexos debido a su extensión.

6.2. Presupuesto de Financiación:

En base al presupuesto de inversión inicial para este restaurante se pudo llegar a la conclusión que se necesita un préstamo por parte de una entidad privada y para este caso se utilizó al Banco del Pichincha, (Banco del Pichincha, 2013), el cual realiza préstamos según las cantidades requeridas y en este caso el valor para solicitar el préstamo es de 21.478,22 dólares, ya que es el 30% de la inversión inicial, debido a que el 70% restante para la inversión es de capital propio, equivalente a 50.115,85 dólares. También se debe determinar que este banco proporciona el préstamo con un porcentaje de interés del 11% y esto se encuentra establecido de acuerdo al monto requerido para la inversión.

Tabla 27, Matriz de financiación.

Tipo de financiamiento	% de Financiamiento	Valor de financiamiento
Capital propio	70%	50115,85
Banco Pichincha	30%	21478,22
Porcentaje de interés anual	11%	
INVERSIÓN INICIAL TOTAL		71594,07

6.2.1. Amortización:

Se debe empezar definiendo el término amortización, son los cargos anuales para recuperar la inversión inicial de cada empresa y por este motivo para la explicación de la tabla 28 se tomó en cuenta el porcentaje de interés mencionado anteriormente y en cuántos años se terminará de pagar el valor de dicho préstamo.

Tabla 28, Matriz para amortización del préstamo.

Amortización de préstamo

Valor del Préstamo	21.478,22	
Tasa de Interés	11,00%	Tasa de interés por periodo
# de Pagos (períodos)	5,00	# de Pagos
Cuota por periodo	\$ 5.811,37	
Monto Total Pagos	29056,84	

Tabla de amortización del Préstamo

# de Pagos	Cuota (Pago)	Pago interés	Pago Capital	Saldo Capital
1	\$ 5.811,37	2.362,60	3.448,76	18.029,46
2	\$ 5.811,37	1.983,24	3.828,13	14.201,33
3	\$ 5.811,37	1.562,15	4.249,22	9.952,10
4	\$ 5.811,37	1.094,73	4.716,64	5.235,47
5	\$ 5.811,37	575,90	5.235,47	0,00

Nota: En esta tabla se especifica el valor del préstamo a realizar con el Banco del Pichincha, junto al interés del mismo.

6.3. Proyección de Ventas:

Esta tabla se encuentra en anexos, debido a que se realizó en base a los costos de materia prima asignados para cada uno de los platos que constan dentro del menú, también los precios de costos que son aquellos que se obtienen en base a porcentajes de indicadores, los cuales estiman los valores entre la competencia directa y restaurante Nitro. Como se puede observar existen variaciones en los doce meses del primer año debido a que ha considerado de esta forma debido a que en establecimientos de este tipo los ingresos no siempre van a ser constantes, principalmente debido a la inflación que en este caso se aplica a la materia prima necesaria para la preparación de cada uno de los platos.

6.4. Flujo de caja mensual y anual:

Se menciona que en estado se definen los ingresos que tendría el restaurante principalmente en base a los costos de ventas y gastos administrativos, también otro rubro fundamental es la utilidad neta para así conocer el valor de ganancia total, en este caso el valor de utilidad neta es de 39.298,82 dólares del primer año, los cuales se ven reflejados en los ingresos menos los intereses.

Tabla 29, Matriz flujo de caja mensual y anual.

	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RUBROS						
Ingresos	18471,62	221659,49	236072,67	243627,00	251423,06	259468,60
Costos de Ventas	9285,41	111424,96	116788,66	130124,94	147942,41	171748,53
Gastos						
Administrativos	2561,20	30734,42	31781,83	35719,05	41212,71	48816,55
Depreciaciones	619,23	7430,78	7430,78	7430,78	7018,11	7018,11
Amortización	30,56	366,67	366,67	366,66	0,00	0,00
Utilidad antes de Imp. y Participaciones	5975,22	71702,66	79704,74	69985,56	55249,83	31885,41
Intereses de financiación	196,88	2.362,60	1983,24	1562,15	1094,73	575,90
Participaciones trabajo 15%	896,28	10755,40	11955,71	10497,83	8287,47	4782,81
Utilidad antes de Impuestos	4882,05	58584,66	65765,79	57925,58	45867,63	26526,70
Impuesto a la Renta	1122,87	13474,47	14468,47	12164,37	9173,53	5305,34
Cuota del préstamo	484,28	5811,37	5811,37	5811,37	5811,37	5811,37
Utilidad Neta	3274,90	39298,82	45485,95	39949,84	30882,73	15409,99
Depreciaciones	619,23	7430,78	7430,78	7430,78	7018,11	7018,11
Amortización	30,56	366,67	366,67	366,66	0,00	0,00
Flujo de Caja	3924,69	47096,26	53283,39	47747,28	37900,84	22428,09

Tabla 30, Matriz para amortización gastos de constitución.

Amortización	% Depreciación Total	Valor total a depreciar	Valor Total depreciado	
Gastos de constitución	1100	366,67	52,38	mensual
Interés del préstamo	21478,22	2362,60	196,88	mensual

6.5. Cálculo estimativo de nómina salarial:

Para la explicación de este aspecto se realizó tres tablas las cuales, en la tabla 31, menciona los salarios mensuales sin remuneraciones y estos datos fueron tomados de la página del Ministerio de Relaciones Laborales, (MRL, 2013), en donde indica según a la categoría que pertenece el establecimiento designa los valores para los salarios de todo el personal involucrado. En la tabla 32, indica los salarios anuales de igual manera sin remuneraciones para el personal Administrativo y Operacional. En la tabla 33, se muestra los porcentajes y cantidades para cada uno de los beneficios sociales, que están distribuidos igual para todo el personal que conforme la empresa.

Tabla 31, Matriz Remuneración mensual.

CARGOS	SALARIO
ADMINISTRATIVOS	
Gerente	750,00
Administrador	600,00
Contador	319,91
Subtotal	1669,91
OPERATIVOS	
Chef	600,00
Asistente del chef	319,27
Ayudantes de cocina	318,96
Stewart	318,00
Jefe de bebidas	320,23
Barman	319,59
Maitre	320,23
Meseros	958,77
Hostess	318,00
Guardia	318,00
Valet parking	318,96
Subtotal	4430,01
TOTAL	7769,83

Tabla 32, Matriz de salarios anuales.

CARGOS ADMINISTRATIVOS	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	750,00	9000	9076,5	10293,66	12004,46	14384,95
Administrador	600,00	7200	7261,2	8234,93	9603,57	11507,96
Contador	319,91	3838,92	3871,55	4390,73	5120,46	6135,85
Subtotal	1669,91	20038,92	20209,25	22919,31	26728,50	32028,76
CARGOS OPERACIONALES						
Chef	600,00	7200	7261,20	8234,93	9603,57	11505,08
Asistente del chef	319,27	3831,24	3863,81	4381,94	5110,22	6122,04
Ayudantes de cocina	318,96	3827,52	3860,05	4377,69	5105,26	6116,10
Stewart	318,00	3816	3848,44	4364,51	5089,89	6097,69
Jefe de bebidas	320,23	3842,76	3875,42	4395,12	5125,59	6140,45
Barman	319,59	3835,08	3867,68	4386,33	5115,34	6128,18
Maitre	320,23	3842,76	3875,42	4395,12	5125,59	6140,45
Meseros	958,77	11505,24	11603,03	13159,00	15346,03	18384,54
Hostess	318,00	3816	3848,44	4364,51	5089,89	6097,69
Guardia	318,00	3816	3848,44	4364,51	5089,89	6097,69
Valet parking	318,96	3827,52	3860,05	4377,69	5105,26	6116,10
Subtotal	4430,01	53160,12	53611,98	60801,35	70906,53	84946,02
TOTAL	7769,83	73199,04	73821,23	83720,66	97635,03	116974,79

Tabla 33, Matriz de salarios anuales con remuneraciones sociales.

CARGOS ADMINISTRATIVOS	Salario Mensual	Salario Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondos de Reserva
Gerente	750,00	9000	750,00	318	375,00	1093,50	750,00
Administrador	600,00	7200	600,00	318	300,00	874,80	600,00
Contador	319,91	3838,92	319,91	318	159,96	466,43	319,91
Subtotal	1669,91	20038,92	1669,91	954,00	834,96	2434,73	1669,91
CARGOS OPERACIONALES							
Chef	600,00	7200	600,00	318	300,00	874,80	600,00
Asistente del chef	319,27	3831,24	319,27	318	159,64	465,50	319,27
Ayudantes de cocina	318,96	3827,52	318,96	318	159,48	465,04	318,96
Stewart	318,00	3816	318,00	318	159,00	463,64	318,00
Jefe de bebidas	320,23	3842,76	320,23	318	160,12	466,90	320,23
Barman	319,59	3835,08	319,59	318	159,80	465,96	319,59
Maitre	320,23	3842,76	320,23	318	160,12	466,90	320,23
Meseros	958,77	11505,24	958,77	954	479,39	1397,89	958,77
Hostess	318,00	3816	318,00	318	159,00	463,64	318,00
Guardia	318,00	3816	318,00	318	159,00	463,64	318,00
Valet parking	318,96	3827,52	318,96	318	159,48	465,04	318,96
Subtotal	4430,01	53160,12	4430,01	4134,00	2215,01	6458,95	4430,01
TOTAL	7769,83	73199,04	5030,01	5088,00	3049,96	11328,41	7769,83

6.6. Matriz de Ingresos:

En la tabla 34, se realizó el cálculo del precio de costo para cada uno de los platos, es decir, el valor que cuesta realizar los plato pero solo con el valor de materia prima necesaria para cada uno de ellos e incrementando la inflación de forma secuencial respectivo para cada uno de los años. Por otra parte se calculó el precio de venta en base a los multiplicadores establecidos para este tipo de establecimientos.

Tabla 34, Matriz resumen de ingresos anuales.

	Año 1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS anuales	221659,49	236072,67	243627	251423,06	259468,60
Inflación	3,21%				

Nota: La matriz detallada de los ingresos mensuales, se colocó en los anexos debido a la extensión del mismo.

6.7. Matriz de Gastos:

En la tabla35, se demuestra los gastos totales que están inmersos en los rubros principales que son salarios administrativos, operacionales y servicios básicos esto con un porcentaje de variación para cada uno de ellos también se debe incluir el porcentaje de depreciación y amortización, en base a esto se definió que se necesita 114.146,11 dólares para el primer año.

Tabla 35, Matriz de gastos.

	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	1669,91	20038,92	20209,25	22919,31	26728,50	32028,76
Beneficios Sociales Administrativo	630,29	7563,50	8334,98	9452,70	11023,74	13209,75
Gerente	750,00	9000,00	9076,50	10293,66	12004,46	14384,95
Administrador	600,00	7200,00	7261,20	8234,93	9603,57	11507,96
Contador	319,91	3838,92	3871,55	4390,73	5120,46	6135,85
Gastos Operacionales	4430,01	53160,12	53611,98102	60801,34767	70906,53166	84946,02493
Beneficios Sociales Operacional	1805,66	21667,98	23878,11	27080,17	31580,89	37843,38
Chef	600,00	7200	7261,20	8234,93	9603,57	11505,08
Asistente del chef	319,27	3831,24	3863,81	4381,94	5110,22	6122,04
Ayudantes de cocina	318,96	3827,52	3860,05	4377,69	5105,26	6116,10
Stewart	318,00	3816	3848,44	4364,51	5089,89	6097,69
Jefe de bebidas	320,23	3842,76	3875,42	4395,12	5125,59	6140,45
Barman	319,59	3835,08	3867,68	4386,33	5115,34	6128,18
Maitre	320,23	3842,76	3875,42	4395,12	5125,59	6140,45
Meseros	958,77	11505,24	11603,03	13159,00	15346,03	18384,54
Hostess	318,00	3816	3848,44	4364,51	5089,89	6097,69
Guardia	318,00	3816	3848,44	4364,51	5089,89	6097,69
Valet parking	318,96	3827,52	3860,05	4377,69	5105,26	6116,10
Gastos Generales	1701,00	20412	20987,4	21579,76	22189,61	22817,48
Servicios básicos	800,00	9600,00	9861,00	10129,29	10405,08	10688,58
Luz	575,00	6900	7107	7320,21	7539,82	7766,01
Agua	225,00	2700	2754	2809,08	2865,2616	2922,566832
Servicios básicos Administrativo	160,00	1920	1972,20	2025,86	2081,02	2137,72
Servicios básicos Operacional	640,00	7680	7888,80	8103,43	8324,06	8550,86
Teléfono	60,00	720	748,8	778,75	809,90	842,30
Internet	41	492	516,6	542,43	569,552	598,029
Depreciaciones y Amortización	421,23	5054,72	5054,72	5054,82	4275,37	4275,37
Depreciación Equipos	127,72	1532,64	1532,64	1532,64	1532,64	1532,64
Depreciación Muebles y Enseres	228,56	2742,73	2742,73	2742,73	2742,73	2742,73
Depreciación Equipos de computación	34,39	412,68	412,68	412,79	0,00	0,00
Amortización	30,56	366,67	366,67	366,66	0,00	0,00
Intereses del préstamo	196,88	2362,60	1983,24	1562,15	1094,73	575,90
Materia Prima	474,738	5696,86	5867,76	6043,79	6225,11	6411,86
Costo indirecto	185	2220,00	2442,00	2686,20	2954,82	3250,30
Mantenimiento del Local	185,00	2220,00	2442,00	2686,20	2954,82	3250,30
Arriendo del Local	1750	21000	23100	25410	27951	30746,1
Gastos Totales	9512,18	114146,11	116508,09	128537,94	144303,68	166939,56

6.8. Presupuesto del estado de Pérdidas y Ganancias:

La matriz de pérdidas y ganancias se utiliza principalmente para obtener el valor neto o líquido que se obtiene en base y la utilidad neta para este ejercicio es el valor de 39.298,82 dólares correspondiente al primer año.

Tabla 36, Matriz presupuesto estado de pérdidas y ganancias.

	Primer mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	18471,62	221659,49	236072,67	243627,00	251423,06	259468,60
Costo de Ventas	9285,41	111424,96	116788,66	130124,94	147942,41	171748,53
Utilidad Bruta en Ventas	9186,21	110234,53	119284,02	113502,06	103480,65	87720,07
Gastos Administrativos	3210,99	38531,87	39579,28	43516,49	48230,82	55834,66
Sueldos Personal Administrativo	1669,91	20038,92	20209,25	22919,31	26728,50	32028,76
Beneficios Sociales	630,29	7563,50	8334,98	9452,70	11023,74	13209,75
Servicios Básicos	160,00	1920,00	1972,20	2025,86	2081,02	2137,72
Internet	41,00	492,00	516,60	542,43	569,55	598,03
Teléfono	60,00	720,00	748,80	778,75	809,90	842,30
Depreciaciones	619,23	7430,78	7430,78	7430,78	7018,11	7018,11
Amortización	30,56	366,67	366,67	366,66	0,00	0,00
Utilidad antes de Participaciones	5975,22	71702,66	79704,74	69985,56	55249,83	31885,41
Intereses de financiación	196,88	2362,60	1983,24	1562,15	1094,73	575,90
Participación Trabajadores 15%	896,28	10755,40	11955,71	10497,83	8287,47	4782,81
Utilidad antes de Impuestos	4882,05	58584,66	65765,79	57925,58	45867,63	26526,70
Impuesto a la Renta	1122,87	13474,47	14468,47	12164,37	9173,53	5305,34
Cuota del préstamo	484,28	5811,37	5811,37	5811,37	5811,37	5811,37
Utilidad Neta	3274,90	39298,82	45485,95	39949,84	30882,73	15409,99

6.9. Punto de Equilibrio:

Para explicar la tabla 37, se debe tomar en cuenta el valor de los costos fijos, los costos variables y en base a estos valores se obtiene el punto de equilibrio que es el dato fundamental para conocer cuantas ventas se deben realizar ya sean estas anuales, mensuales o diarias y que la empresa no se encuentre en nivel ni de pérdida ni ganancia.

Tabla 37, Matriz punto de equilibrio

Costos Fijos =	151931,97		
Precio de Venta =	287,72		
Costos Variables =	143,86		
Precio de Venta - Costos Variables =	143,86	1056,11	Venta de platos anual
	=	88,01	Venta de platos al mes
	=	22,00	Venta de platos a la semana
Punto de equilibrio	=	3,67	Venta de platos al día

Nota: Se realizó el punto de equilibrio primero de forma anual y después de diario para conocer cuantos platos se debe vender para no tener pérdidas ni ganancias en base a lo estipulado.

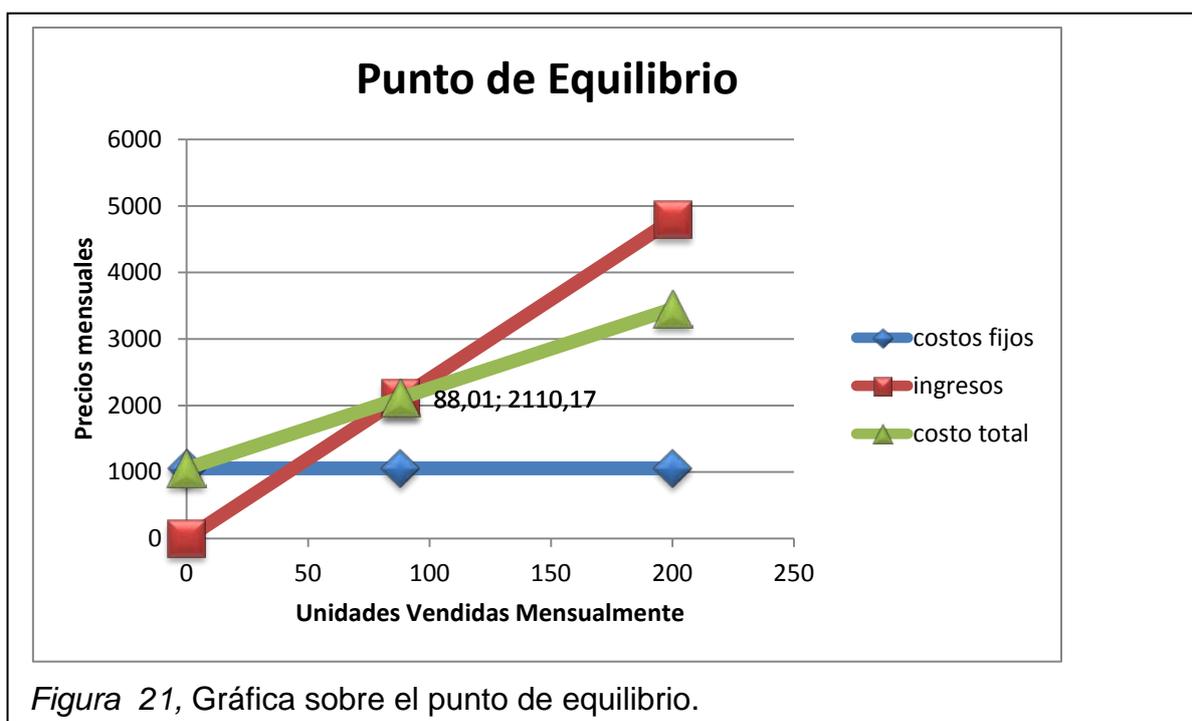


Figura 21, Gráfica sobre el punto de equilibrio.

6.10. VAN:

Para obtener el Valor Actual Neto (VAN), se explica en la tabla 38 y se debe tomar en cuenta el flujo de caja para los cinco años de proyección que se estimó en la matriz de flujo de caja, se determinó que este valor es utilizado para evaluar proyectos de inversión y corresponde al valor de 91046,76 dólares. También este valor determina que si la inversión inicial correspondiente a 71594,07 dólares es menor que el cálculo de la VAN si es rentable la propuesta de este restaurante.

6.11. TIR:

Para obtener la Tasa Interna de Retorno o rendimiento interno (TIR) y este valor demostrado en la tabla 38, se utiliza como un indicador para conocer si es rentable o no esta idea de negocio y el valor calculado para este rubro es de 0,58 % lo cual demuestra que si es rentable la propuesta del restaurante. También se denomina que este cálculo para definir el rendimiento neto generado por el capital.

Tabla 38, Matriz del VAN y TIR.

Inversión Fija Depreciable	\$ 7.430,78					
Total Inversión	\$ 71.594,07					
BNA	\$ 208.455,87					
TIR	0,58					
VAN	91046,76	\$ 42.814,79	\$ 44.035,86	\$ 35.900,21	\$ 25.959,48	\$ 13.930,49
		\$ 162.640,83				

Nota: En base a los resultados obtenidos, esta matriz indica que si sería factible la creación de este tipo de restaurante dentro de la Ciudad de Quito.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

7.1. Conclusiones:

Se puede concluir que un factor que se tendría como aspecto positivo es que las tendencias en cuanto a gustos de las personas esta totalmente evolucionando, por este motivo se consideraría importante a este punto debido a que el tipo de Gastronomía que ofrece está nueva tendencia es la búsqueda de innovación y la cual pueda satisfacer de mejor manera los gustos, preferencias y necesidades de aquellas personas que conforman el mercado objetivo más exigente.

Se debe explicar que en base a la realización de encuestas se determinó aproximadamente el porcentaje de personas que conocen acerca de este tipo de cocina, por lo cual se debe tomar este punto para poder llegar a las personas dando a conocer la importancia y diferenciación que tiene este tipo de Gastronomía en base a las tradicionales, lo cual en base a esto se debe tomar como una oportunidad ya que el hecho de que la mayoría de personas encuestadas no conozca acerca del tema es porque dentro de la Ciudad de Quito no existe un número significativo de establecimientos los cuales ofrezcan este tipo de comida.

Dadas las circunstancias como se mencionó anteriormente que no existen muchos establecimientos los cuales ofrezcan este tipo de comida, se concluye que si sería viable la creación y apertura de una empresa de Alimentos y Bebidas la cual ofrezca un tipo de comida distinta, es decir, que se enfoque a la preparación y diseño que llamen mucho la atención de los comensales, a los cuales se ofrece entregar un servicio personalizado y diferente el cual intervengan los cinco sentidos de cada una de las personas.

En base a la información obtenida en el análisis y resultados de la matriz FODA y las cuales van relacionadas directamente con las estrategias a las cuales se pretende llegar poniendo en práctica los objetivos ya que ayudan a determinar también el cumplimiento de la visión y misión de la empresa, los cuales son fundamentales tomar en cuenta porque podrían tomarse como indicadores para conocer en que estado se encuentra la empresa, es decir, si está cumpliendo o no las metas planteadas.

Se menciona que al analizar cada uno de los subtemas impuestos para la elaboración de este trabajo de titulación, se puede definir de la mejor manera aquel rumbo que debe recorrer la empresa para poder adecuarse a cambios y a la demanda, para de esta forma poder lograr eficiencia dentro de toda la empresa y entregar un producto de calidad que tenga eficacia para poder cumplir con los gustos de cada una de las personas, para así llegar alcanzar el éxito.

En lo que se refiere directamente con NITRO Cocina Vanguardista, buscará el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados, para establecerse como uno de los establecimientos de lujo con más afluencia de personas, las cuales generarán mayores ingresos a la empresa y así poder seguir incrementando los ingresos, lo cual hará que se mantenga en constante cambio en lo que se refiere a esta tendencia gastronómica.

7.2. Recomendaciones:

Se recomienda a las entidades que se enfocan al tema gastronómico y hotelero, que en sus páginas web puedan actualizar e incrementar la información para el desarrollo de este tipo de trabajos, para de esta forma poder obtener más estadísticas, porcentajes, tablas las cuales puedan ayudar al mejor progreso mientras se realizan las diferentes consultas afines con los distintos temas. Por otra parte se debería manejar de mejor manera el hecho de entregar cotizaciones, para este caso de trabajos debido a que algunas empresas se opusieron a facilitar la entrega de una cotización real lo cual era muy necesario para la elaboración de este documento, por lo tanto se debería operar de alguna forma para que estas empresas puedan ayudar con la información requerida debido a que a futuro realmente cada uno de los estudiantes podría llegar a realizar este negocio ya en la vida real.

Se recomienda permanecer en constante evolución en lo que se refiere a la temática vanguardista, debido a que de este forma se podrá llegar cada vez de mejor manera hacia los clientes y también investigando más a profundidad acerca de las texturas Moleculares, es decir, cual es su uso, forma para utilizar,

entre otros aspectos a tomar en cuenta para formar realmente parte de este tipo de establecimiento el cual ofrezca una diferente experiencia en relación a la tradicional.

8. REFERENCIAS:

- (s.f.). Recuperado el 6 de Mayo de 2013, de Viadeo:
<http://www.viadeo.com/es/connexion/>
- Clima Parroquia Manuel Cornejo Astorga. (Enero de 2001). Parroquia Manuel Cornejo Astorga.
- Tendencias Gastronómicas de Vanguardia.* (27 de Septiembre de 2007).
 Recuperado el 28 de Septiembre de 2013, de
http://www.restaurantesdemexico.com.mx/198/Reportaje_Tendencias_Gastronomicas_De_Vanguardia.html
- Producción Gastronómica.* (23 de Octubre de 2009). Recuperado el 15 de Junio de 2012, de
<http://www.slideshare.net/producciongastronomica/cocina-de-Vanguardia-143463>
- Descripción genérica y específica de puestos de un restaurante o bar.* (14 de Diciembre de 2010). Recuperado el 3 de Enero de 2013, de
<http://www.emagister.com/curso-operacion-restaurantes-bares/descripcion-generica-especifica-puestos-restaurante-bar>
- Diseños Vanguardistas y nueva cocina.* (17 de Marzo de 2010). Recuperado el 28 de Mayo de 2012, de
<http://www.impre.com/comida/2010/3/17/disentilde;os-vanguardistas-y--178375-1.html>
- Organización de un restaurante.* . (5 de Abril de 2010). Recuperado el 14 de Marzo de 2013, de Organigrama:
<http://alimentosybebidas3mt2.wikispaces.com/Organizaci%C3%B3n+de+un+restaurante+%28organigrama%29>.
- (2011). Recuperado el 12 de Mayo de 2013, de Restaurante La Valentina:
<http://www.lavalentina.com.ec/>
- ASONARESE. (2011). Recuperado el 4 de Julio de 2012, de Asociación de Restaurantes del Ecuador:
http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_contact&view=contact&id=204:asonarese-asociaciacional-de-restaurantes-del-ecuador&catid=32:gremios
- Cocina de Vanguardia.* (28 de Septiembre de 2011). Recuperado el 16 de Junio de 2012, de
http://www.revistasaberbeber.com/index.php?option=com_content&view=article&id=397:cocina-de-Vanguardia-una-experiencia-mas-alla-de-sentarse-a-comer&catid=51:tendencias&Itemid=82

- Gestión Restaurantes*. (17 de Febrero de 2011). Recuperado el 4 de Julio de 2012, de http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=656
- Gestión Restaurantes*. (17 de Febrero de 2011). Recuperado el 4 de Julio de 2012, de http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=656
- Pastry Chef*. (2011). Recuperado el 15 de Mayo de 2013, de http://www.pastrychef.com/MOLECULAR-GASTRONOMY-TOOL-KIT_p_1414.html
- Restaurante Alma*. (2011). Recuperado el 12 de Mayo de 2013, de <http://www.alma.com.ec/es/>
- Restaurante Astrid & Gastón*. (2011). Recuperado el 12 de Mayo de 2013, de <http://astridygaston.com/>
- Comida de Vanguardia*. (29 de Diciembre de 2012). Recuperado el 20 de Enero de 2013, de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/sociales/la-columna-del-chef/167635-comida-de-Vanguardia>
- La Gastronomía Molecular, a la Vanguardia*. (17 de Octubre de 2012). Recuperado el 15 de Marzo de 2013, de <http://www.soyperiodista.com/tecnologia/nota-16367-la-gastronomia-Molecular-a-la-Vanguardia>
- Restaurante Achiote Ecuador*. (2012). Recuperado el 12 de Mayo de 2013, de <http://achiote.com.ec/>
- Restaurante Zazu*. (2012). Recuperado el 12 de Mayo de 2013, de http://zazuquito.com/index_content.html
- Texturas Albert y Ferrán Adria*. (2012). Recuperado el 18 de Diciembre de 2012, de <http://www.albertyferranadria.com/esp/texturas-info.html>
- (2013). Recuperado el 11 de Mayo de 2013, de Carmagourmet: <http://www.carmagourmet.com/contact.html>
- (2013). Recuperado el 11 de Mayo de 2013, de Irvix: <http://www.irvix.com.ec/>
- (2013). Recuperado el 8 de Junio de 2013, de Design Studio: <http://www.designstudio.com.ec/content/contacto.php>
- (2013). Recuperado el 8 de Junio de 2013, de Termalimex: <http://www.termalimex.com/>
- (2013). Recuperado el 8 de Junio de 2013, de Almacenes Montero: <http://www.montero.ec/>
- Banco del Pichincha*. (2013). Recuperado el 3 de Julio de 2013, de Tasas de Intereses: <http://www.pichincha.com/carpetaarchivo/archivoscarpetas/700.pdf>
- MRL*. (2013). Recuperado el 4 de Julio de 2013, de Ministerio de Relaciones Laborales: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/>
- Agut, S., Grandío, A., & Peris, R. (2011). En *Los Recursos Humanos en el ámbito turístico* (págs. 89,90). España: Síntesis.
- Almacenes Juan Eljuri. (2013). *Almacenes Juan Eljuri*. Recuperado el 18 de Marzo de 2013, de <http://www.almacenesjuaneljuri.com/>
- Astorga, M. C. (Enero de 2001). Mapa Referencial Manuel Cornejo Astorga. Pichincha.
- Astorga, M. C. (05 de Junio de 2010). *Tandapi*. Recuperado el 15 de 10 de 2012, de <http://mcdtandapi.blogspot.com/>

- Astorga, P. M. (Enero de 2009). *Características Naturales*. Parroquia Manuel Cornejo Astorga.
- Autor. (2012). *Lista de Competidores Canton Mejía*.
- Autor. (2012). *Requerimiento*.
- Autor. (2013). *Plan Financiero*.
- Bravo, A. (s.f.). *Descripción de puestos en hoteles, restaurantes y bares*. Recuperado el 15 de Marzo de 2013, de <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:WB-1DDaETPoJ:www.bibliotecasmorelos.com/admonturisticas/septimo/auditoria%2520de%2520ingresos%2520y%2520nocturna/72489556-100-Descrip-de-Puestos-Hotel.pdf+&hl=es&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEEShFU2DWaEbIDYcXvMvPC3UOfIJ>
- climbingtour. (s.f.). http://www.climbingtour.com/es/rafting_tours.htm. Recuperado el 15 de 10 de 2012
- Croquetilla. (2008). *Vamonos de tapas*. Recuperado el 31 de 04 de 2012, de <http://www.vamonosdetapas.com/espana/comunidad-valencia/valencia-valencia/valencia-valencia-valencia/la-cepa-vieja/attachment/restaurante-minimalista-y-de-ambiente-relajado/>
- Decoestilo. (2010). *Decoestilo*. Recuperado el 31 de 04 de 2012, de <http://www.decoestilo.com/articulo/restaurante-el-pato-laqueado/>
- Directo al Paladar*. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2013, de Silpat, una revolución en repostería: <http://www.directoalpaladar.com/utensilios/silpat-una-revolucion-en-reposteria>
- El Frutón. (2013). *El Frutón*. Recuperado el 18 de Marzo de 2013, de www.elfruton.com
- EMQT, C. H. (Junio de 2009). *ceplaes*. Recuperado el 08 de 11 de 2012, de <http://www.ceplaes.org.ec>
- equatortrekking. (s.f.). <http://www.equatortrekking.com/es/destinos/rafting-y-kayak-ecuador/rio-toachi-y-blanco.html>. Recuperado el 15 de 10 de 2012
- Federer. (2013). *Federer*. Recuperado el 18 de Marzo de 2013, de <http://embutidosfederer.com/es/delicatessen/todo-a-su-alcance.html>
- Francisco Maldonado, M. H. (10 de 09 de 2012). *Cuida tu futuro*. Recuperado el 25 de 02 de 2013, de <http://cuidatufuturo.com/2012/09/cuales-son-los-pasos-necesarios-para-constituir-una-empresa/>
- Francisco, J. (16 de Febrero de 2013). *La Cocina de Vanguardia*. Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de http://www.franjibagastroculinary.com/2013/02/la-cocina-de-Vanguardia-que-es-esa-cosa_16.html
- Gastronomía & CÍA*. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2013, de Sifón de espumas: <http://www.gastronomiaycia.com/2008/06/26/sifon-de-espumas/>
- Google. (s.f.). *Imágenes Google*. Recuperado el 15 de 10 de 2012
- (2003). En J. Grados, *Reclutamiento, selección, contratación e inducción* (págs. 222-224). México: El Manual Moderno S.A de C.V.
- (2008). En J. Grados, *Reclutamiento, selección, contratación e inducción* (págs. 222-224). México: El Manual Moderno S.A de C.V.

- Hiedra Restaurante. (s.f.). *Hiedra Restaurante*. Recuperado el 21 de Octubre de 2012, de <http://www.hiedrarestaurante.com/>
- INEC. (s.f.). Recuperado el 4 de Julio de 2012, de Instituto Nacional de estadística y censos: http://www.inec.gob.ec/cenec/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=58&Itemid=73&lang=es
- INEC. (Diciembre de 2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Recuperado el 22 de Mayo de 2013, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90
- (2007). En M. d.-R. Jaime Rivera Camino, *Dirección de Marketing* (págs. 305-306). Madrid: ESIC.
- Kinnear, T., & Taylor, J. (s.f.). *Investigación de Mercados*. Mc Graw Hill.
- La Suiza. (2012). *La suiza*. Recuperado el 18 de Junio de 2012, de <http://www.lasuiza.net/>
- León, S. (17 de Febrero de 2011). *Slideshare*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de <http://www.slideshare.net>
- López, C. (s.f.). *El placer de la cocina tradicional y de Vanguardia*. Recuperado el 4 de Enero de 2013, de <http://www.lomejordelagastronomia.com/firmas/el-placer-de-las-cocinas-tradicional-y-de-Vanguardia>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). En *Marketing de Servicios* (pág. 66). México: Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). En *Marketing de Servicios* (pág. 68). México: Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). En *Marketing de Servicios* (pág. 77). México: Pearson.
- (2007). En E. Neufert, *Arte de proyectar en Arquitectura* (pág. 473). Barcelona: Gustavo Gili.
- Panoramio. (s.f.). <http://www.panoramio.com/photo/25835483>. Recuperado el 15 de 10 de 2012
- Peñaherrera, E. (2013). *Dirección de desarrollo*. Recuperado el 15 de Abril de 2013, de www.turismo.gob.ec
- Pichincha, A. P. (10 de Enero de 2013). *Gobierno de la Provincia de Pichincha*. Recuperado el 15 de Marzo de 2013, de <http://www.pichincha.gob.ec/>
- Pronaca. (2013). *Pronaca*. Recuperado el 18 de Marzo de 2013, de <http://www.pronaca.com/site/principal.jsp?arb=324>
- Puertas, M. (Abril de 28 de 2013). *La cocina será un puntal del PIB ecuatoriano*. Recuperado el 2 de Julio de 2013, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-cocina-sera-un-puntal-del-pib-ecuatoriano-579928.html>
- Raquel. (3 de Septiembre de 2008). *Cocina de Vanguardia española*. Recuperado el 28 de Abril de 2012, de <http://www.feelspanish.com/cocina-de-Vanguardia-espanola-16.htm>
- Raquel. (3 de Septiembre de 2010). *Cocina de Vanguardia española*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2012, de <http://www.feelspanish.com/cocina-de-Vanguardia-espanola-16.htm>

- Reglamento de la aplicación de la ley de Régimen Tributario Interno.* (s.f.). Recuperado el 4 de Julio de 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>
- Sánchez, M. (28 de Febrero de 2013). *Los colores del 2013 para decorar ambientes.* Recuperado el 12 de Marzo de 2013, de <http://interiorismos.com/los-colores-del-2013-para-decorar-ambientes/#more-10695>
- Sancho, A. (2009). *World Tourism organization.* Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de <http://pub.unwto.org/>
- Supermaxi. (2013). *Supermaxi.* Recuperado el 18 de Marzo de 2013, de <http://www.supermaxi.com/portal/es/web/supermaxi/quito>
- Tandapi. (05 de Junio de 2010). <http://mcdtandapi.blogspot.com/>. Recuperado el 15 de 10 de 2012
- Tandapi. (2010). *Manuel Cornejo Astorga.* Obtenido de <http://www.mcatandapi.gob.ec/>
- Tandapi, G. P. (2012). *Gobierno Parroquial de Tandapi.* Recuperado el 17 de Octubre de 2012, de <http://www.mcatandapi.gob.ec/>
- Theatrum Quito Restaurant & Wine Bar . (2011). *Theatrum Quito.* Recuperado el 14 de Octubre de 2012, de <http://www.theatrum.com.ec/sobre-nosotros.html>
- TROGLIA, I. T. (s.f.). *Ciencia Culinaria.* Recuperado el 27 de 09 de 2013, de http://www.guiaepicureo.com.ar/gastronomia_Molecular/gastronomia_Molecular.htm
- Turismo, F. d. (12 de 2010). *Repositorio Digital.* Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de repositorio.ute.edu.ec
- (2010). En G. B. Urbina, *Evaluación de proyectos* (págs. 143-184). México: Mc Graw Hill.

9. ANEXOS:

ANEXO 1

Glosario de palabras:

Texturas:

- **Esferificación:** Es una técnica culinaria que se trata de un líquido que sumergido en un baño forma esferas.



- **Algin.**

Es un producto natural, que se extrae de algas y trabaja en conjunto con calcio para la formación de esferas, ya sean de tamaño pequeño o grande.



- **Calcic.**

Es una sal de calcio, su presentación es en gránulos pequeños y tiene una capacidad de absorción alta a la humedad.



- **Glucó.**

Es un polvo conformado por gluconato cálcico y lactato cálcico, los cuales proporcionan calcio a algunos alimentos y permiten la formación de esferas de distintos tamaños.



➤ **Citras.**

Polvo refinado obtenido a través de cítricos que se utiliza para evitar el oscurecimiento de frutas y verduras ya cortadas.

- **Gelificación:** Se trata de gelatinas a base de algas, es decir, son derivadas de hojas de gelatina.



➤ **Agar.**

Es una fuente de fibra y sirve para formar gelatinas calientes.



➤ **Metil.**

Es obtenida de la celulosa de los vegetales y sirve como gelificante cuando se le aplica calor.



➤ **Gellan.**

Es un polvo refinado que permite obtener un gel firme, esto quiere decir que se puede trabajar con temperaturas calientes y esto permite la manipulación en cualquier tipo de alimento.

- **Emulsificación:** Es una técnica culinaria para mezclar grasas y líquidos.



➤ **Lecite.**

Este polvo refinado se utiliza principalmente para la elaboración de aires y también para la formación de burbujas.



➤ **Sucro.**

Se extrae de la caña de azúcar, ayuda a unir medios acuosos con medios grasos, ejemplo agua con aceite de oliva.

- **Espesantes:** Sirve para espesar los alimentos líquidos y sin variar el sabor inicial de las preparaciones.



➤ **Xantana.**

Es una goma espesante que interviene en los procesos de congelación y descongelación, no pierde las propiedades espesantes sea en preparaciones frías o calientes.

- **Surprises:** Se utiliza para crear combinaciones efervescentes, ligeras y crujientes.



➤ **Crumiel.**

Permite unir el sabor de la miel y ayuda a crear texturas crujientes.



➤ **Trisol.**

Sirve como azúcar y mantiene un aspecto crujiente hasta en los productos húmedos.



➤ **Crutomat.**

A base de copos deshidratados de tomate, los cuales permiten incorporar a cualquier preparación un sabor único a tomate.



➤ **Fizzy.**

Son gránulos alargados que entregan un efecto efervescente y pueden ser combinados con una amplia gama de ingredientes, ya que su sabor es neutro.



➤ **Malto.**

Es un polvo muy fino que se obtiene a base de almidones, no posee calorías y puede ser manipulado en agua o aceite.

Instrumentos Moleculares:

➤ **Kit para caviar.**

Este kit contiene aditivos y herramientas para emplear las texturas Moleculares, esta compuesto por jeringuillas, tubos, cucharas dosificadoras, cucharas filtradoras, para lo cual todo este kit ayuda para la creación de esferas y caviar de distintos tamaños y sabores. (Pastry Chef, 2011)

➤ **Sifón.**

Es un equipo de cocina Molecular principalmente diseñado para formar espumas ligeras, sean dulces o saladas y para la formación de dichas espumas se debe trabajar directamente con cargas de nitrógeno. (Gastronomía & CÍA)

➤ **Plantillas croquantier.**

Es una plantilla con distintos diseños para obtener láminas crujientes, ya sea de frutas, verduras o alguna preparación líquida.



➤ **Túrmix.**

Es un equipo Molecular, el cual sirve para formar mezclas homogéneas entre algún elemento acuoso y uno granulado.



➤ **Barmix.**

Equipo que se utiliza para la preparación de cocteles o platos Moleculares, su función es mezclar y triturar los alimentos como frutas o verduras.



➤ **Silpat.**

Principalmente se utiliza en repostería y es una tela cubierta por una lámina de silicona, sirve para que los alimentos no se peguen. (Directo al Paladar)



➤ **Pipeta.**

Instrumento para colocar las preparaciones principalmente de agua con las distintas texturas, para posteriormente colocar en el kit de caviar y sirve para medir la cantidad necesaria de mezcla.

ANEXO 2

ENCUESTA

Edad:

Género:

Estado Civil:

1. **¿Con qué frecuencia acude a un restaurante?**

- a) Más de una vez a la semana
- b) Una vez a la semana
- c) Una vez cada quince días
- d) Una vez al mes

2. **¿Cuándo visita un restaurante generalmente con que persona lo hace?**

- a) Con su familia
- b) Compañeros de trabajo
- c) Pareja

3. **¿Quién es la persona que se encarga del pago de consumo dentro del restaurante?**

- a) Usted
- b) La persona que lo acompaña
- c) Pagan en conjunto

4. **¿Para usted dentro de un restaurante es importante?**a) Calidad de la comida

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

b) Decoración

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

c) Atención al cliente

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

5. ¿Qué tipo de comida prefiere?

- a) Típica Ecuatoriana
- b) Molecular
- c) De Autor

6. ¿Ha escuchado hablar de la Gastronomía de Vanguardia? (si la respuesta es no, se mencionaría el concepto de cocina de Vanguardia)

- c) SI
- d) NO

7. ¿Le gustaría conocer más sobre la cocina de Vanguardia Ecuatoriana?

- c) SI
- d) NO

8. ¿Estaría dispuesto a consumir comida vanguardista ecuatoriana?

- c) SI
- d) NO

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de comida?

- a) 10-15
- b) 15-20
- c) 20-25

ANEXO 3

Cubertería de acero inoxidable y porcelana para entradas, con diseños curvos y llamativos.



ANEXO 4

Cubertería de acero inoxidable para platos fuertes.



Vajilla para presentación de platos vanguardistas, es decir, con diseños diferentes a los utilizados en las cocinas tradicionales.





Vajilla Vanguardista.



ANEXO 5

Texturas Moleculares.

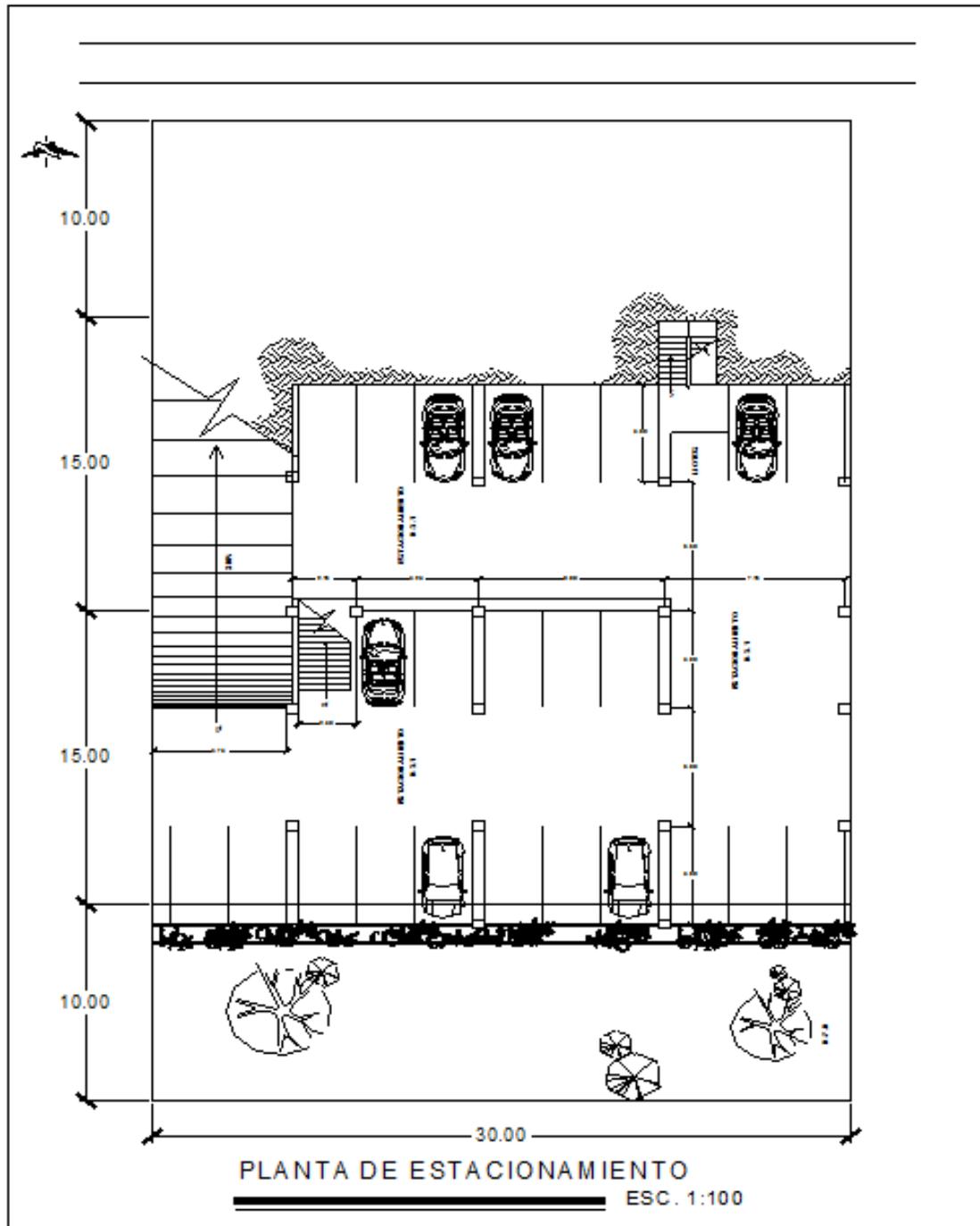


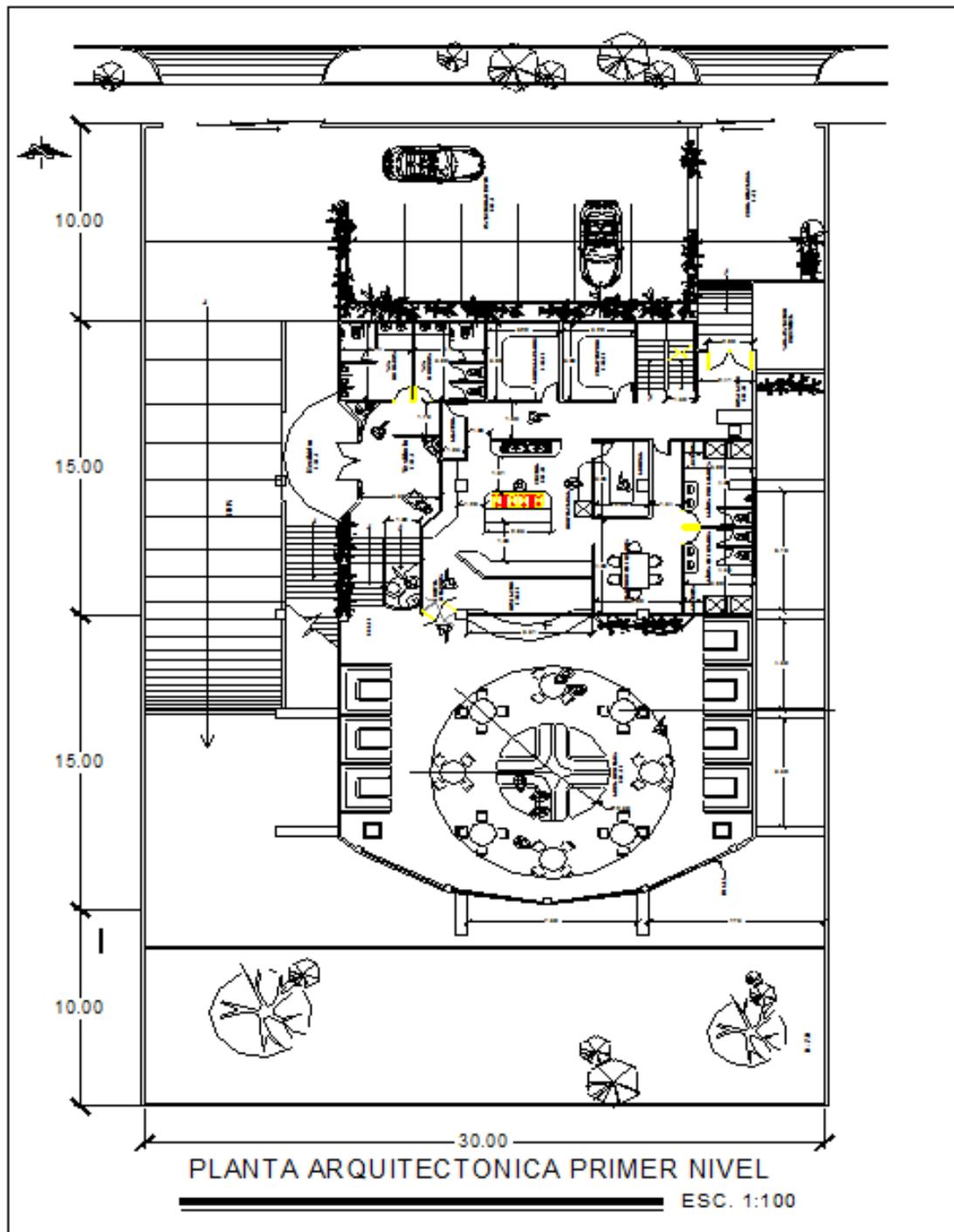
Ingredientes Moleculares.

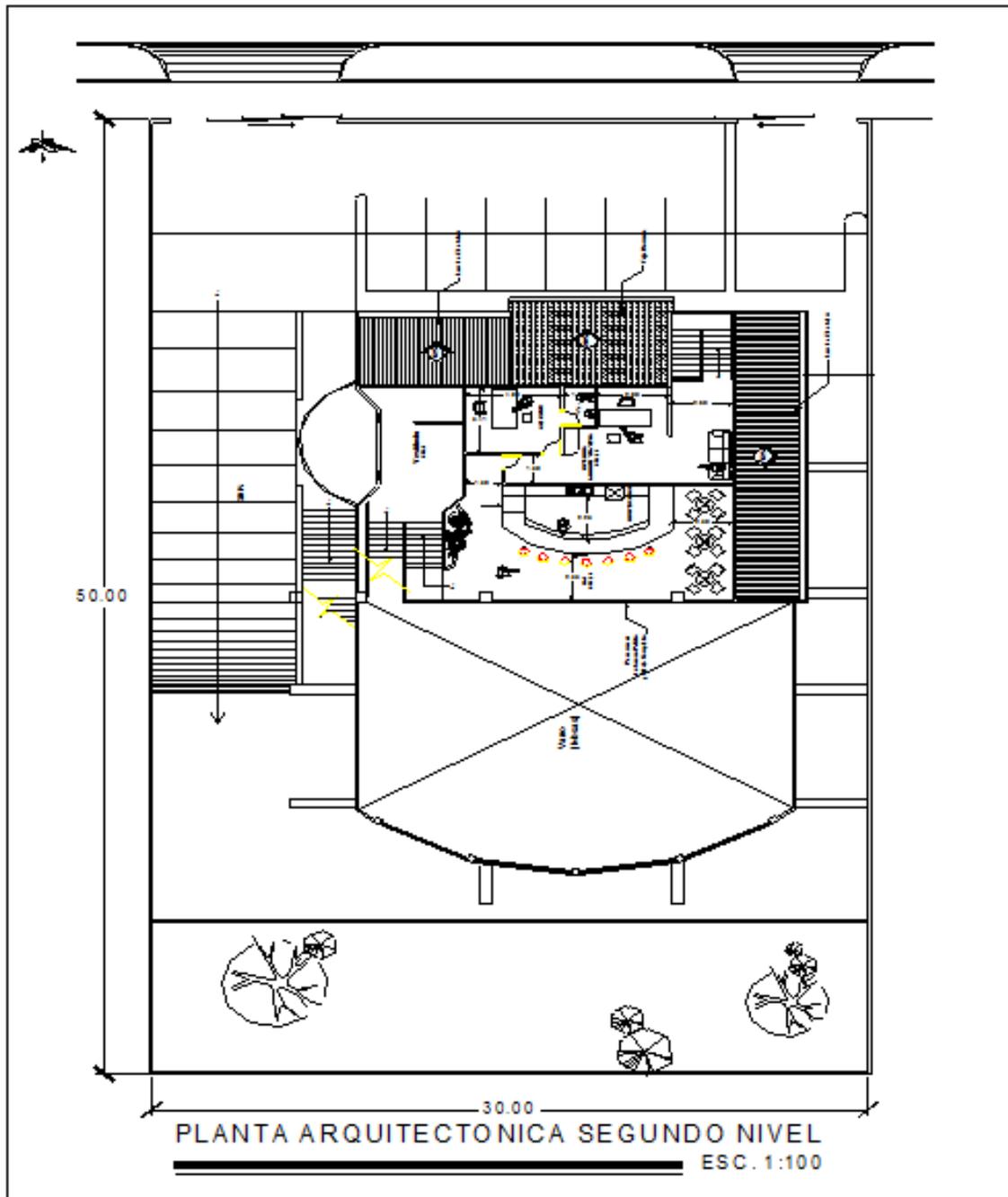


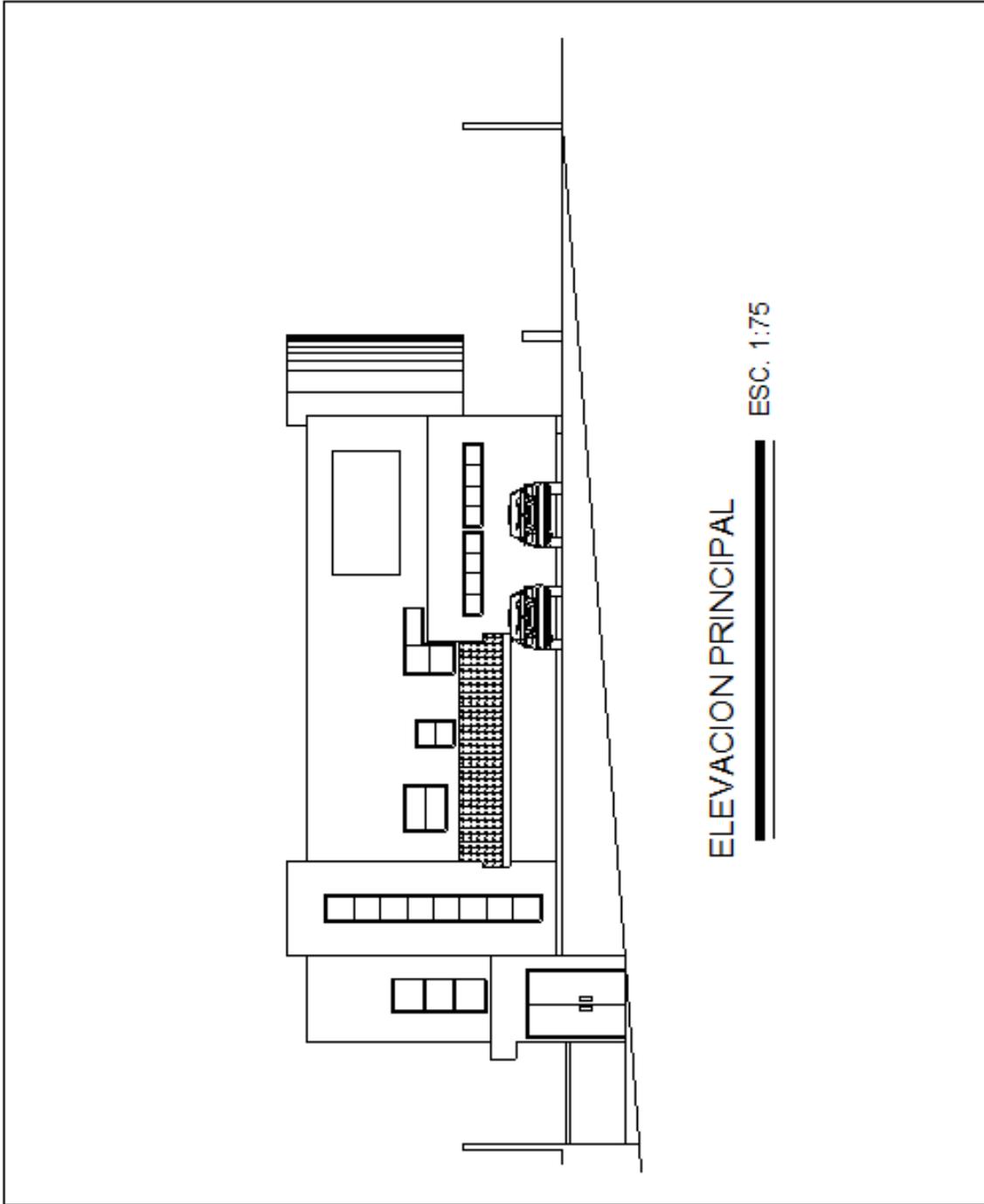
ANEXO 6

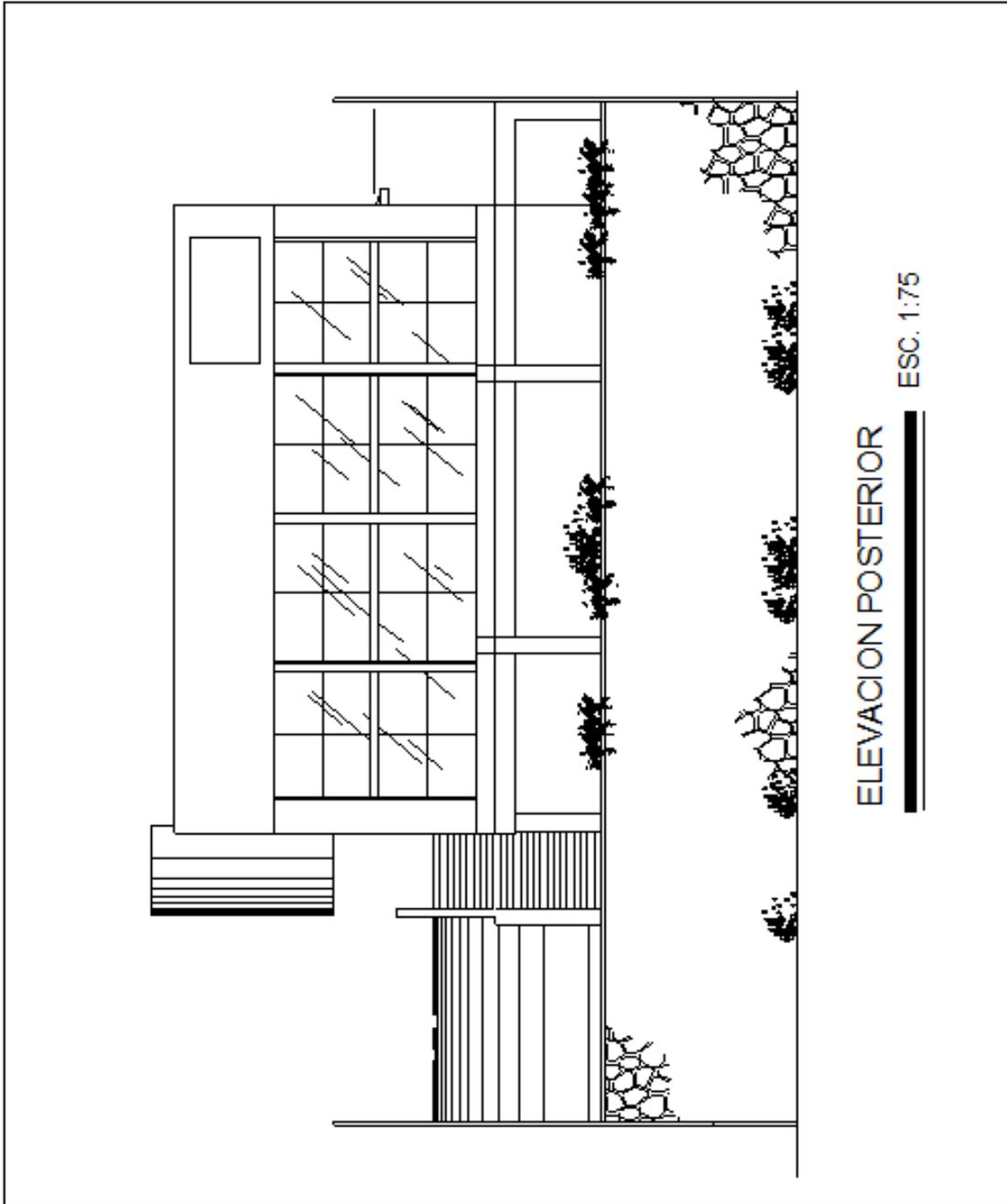
Planos Arquitectónicos del Restaurante.











ANEXO 7

Portada para el Menú del Restaurante.



Detalle del Menú: Platos y bebidas a servir.

PRECIOS NO INCLUYEN IVA NI 10% DE SERVICIO

PRECIOS NO INCLUYEN IVA NI 10% DE SERVICIO

Nitro
Cocina de Vanguardia

MENÚ

POSTRES

Algin de uvilla y caviar de kiwi. 24,42

Esfera de melón con sorbetes de canela. 22,44

Aire de naranjilla y tomillo con esfera de caramelo. 25,66

ENTRADAS

Falso Caviar de sandía y mora. 19,98

Aire de chocolate blanco con macadamia. 22,22

Esférico inverso de frutos rojos. 26,94

BEBIDAS

Gel de durazno con espuma de aceite. 14,58

Flor nitro de lavanda. 20,46

Espuma de cilantro con maracuyá. 24,50

PLATOS FUERTES

Esferificación de queso finas hierbas. 31,18

Espuma de pavo caliente. 35,20

Burbuja de champiñones frescos a la parrilla. 20,14

ANEXO 8

Matriz de inversión desarrollada.

RUBRO	Cantidad	Precio unitario	Precio total
EQUIPOS			
EQUIPO MOLECULAR			
kit para caviar	2	149,23	298,46
sifón	2	122,71	245,42
túrmix	2	145,6	291,2
textura esterificación	1	82	82
pipeta	2	20,13	40,26
COCINA CALIENTE			
Campana extractora	1	458,92	458,92
Microondas industrial	2	239,5	479
Lámpara calentadora	2	327,46	654,92
Baño maría	1	554,14	554,14
Cocina industrial	1	885,34	885,34
COCINA FRIA			
Armario frigorífico	1	1100,23	1100,23
Congelador industrial	1	2210,54	2210,54
Mesa de trabajo	2	1253,88	2507,76
Balanza	2	111,13	222,26
Estanterías cromadas	1	121,92	121,92
Refrigerador industrial	1	1864,57	1864,57
BAR			
Ablandador de agua	2	15,91	31,82
termómetro	3	26,45	79,35
LIMPIEZA			
Tren de lavado	1	438,2	438,2
Coche escurridor	2	27,52	55,04
Fregadero industrial	1	432,74	432,74
Contenedor para basura	4	130,08	520,32
DECORACION			
Ablandador de carne	2	7,14	14,28
Pelador mecánico	1	15,58	15,58
Flambeador	2	28,97	57,94
PREPARACION			
Afilador cuchillos	1	36,44	36,44
REPOSTERIA			
Batidora	1	120,2	120,2
Licuadora	2	554	1108
COCCION			
Mantenedor de alimentos	1	399,56	399,56
SUBTOTAL			15326,41

RUBRO	Cantidad	Precio unitario	Precio total
MUEBLES Y ENSERES			
Lámpara para barra	6	168	1008
Lámpara para restaurante	12	487	5844
Mesas redondas	14	1200	16800
Sillas	50	389	19450
Sillas para barra	8	416	3328
EQUIPO MOLECULAR			
Silpat	2	50,4	100,8
Plantillas crocanter	2	15,17	30,34
COCINA FRIA			
Tablas para cortar	5	24,97	124,85
CRISTALERIA			
Ceniceros	15	1,3	19,5
Copa martini 6,75 oz.	36	5,91	212,76
Copa martini 7,5 oz.	36	8,18	294,48
Copa coctel 12 oz.	36	8,91	320,76
Salero	24	5,16	123,84
Pimentero	24	5,16	123,84
Azucarera	12	4,98	59,76
Jarra	2	6,48	12,96
Floreros para mesa	14	60	840
CUBERTERIA			
Cuchara de bar	5	1,68	8,4
Cuchara de piqueo 10 cm	36	2,96	106,56
Cuchara de piqueo curva	48	2,12	101,76
Mini cuchara de bamboo	36	1,46	52,56
Cuchillo de entrada	60	4,43	265,8
Tenedor para picadas	60	5,46	327,6
Cuchillo para entrada	60	4,43	265,8
VAJILLA			
Plato orbit 5 oz.	24	2,15	51,6
Plato de 4 dimensiones	24	22,89	549,36
Plato porta copa	12	8,51	102,12
Plato hondo cuadrado	12	4,88	58,56
Fuente cuadrada	12	6,53	78,36
Ramekin elipse	12	2,92	35,04
Plato cuadrado 4 oz.	12	3,2	38,4
Plato cuadrado de 10"	24	12,39	297,36
Mini base ovalada	24	1,46	35,04
Mini plato de bamboo	24	1,3	31,2
Plato triangular 12"x6"	12	6,28	75,36

Plato coctel 3dimensiones	12	13,7	164,4
BAR			
Boquilla de licor	4	1,53	6,12
Coctelera	4	12,95	51,8
Dispensador de palillos	2	20,18	40,36
Vaso coctelero	4	7,65	30,6
Descorchador	4	2,46	9,84
LIMPIEZA			
Mopa micro fibra 18"	20	16,98	339,6
Palo para mopa	5	21,95	109,75
Paños micro fibra	10	5,28	52,8
Escobas	6	22,42	134,52
Pala	6	24,72	148,32
Basureros decorativos	5	23,35	116,75
Botella con atomizador	10	4,56	45,6
DECORACIÓN			
Cuchara de silicona	6	6,02	36,12
Decoración en juliana	2	4,77	9,54
Decorador multi	2	6,18	12,36
Rebanador frutas	1	122,08	122,08
Sacacorchos	2	13,56	27,12
Tijera picadora	2	4,64	9,28
REPOSTERIA			
Boquillas rellenos	3	5,49	16,47
Brochas de silicona	6	6,49	38,94
Porcionadores	6	15,42	92,52
Espátulas	5	4,21	21,05
Guante silicona	8	27,25	218
Molde 1/2 esfera	12	12,74	152,88
PREPARACION			
Bowls	12	13,03	156,36
Porta cuchillos	2	25,66	51,32
Organizador de cubiertos	2	22,8	45,6
Porta menús	15	12,14	182,1
COCCION			
Coladores	6	13,47	80,82
Jarras medidoras	8	11,98	95,84
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Archivador	2	85	170
Sillas giratorias	3	196,14	588,42
Basureros	2	7,59	15,18
Escritorio	1	287,41	287,41
SUBTOTAL			54854,64

RUBRO	Cantidad	Precio unitario	Precio total
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computador HP	2	485,67	971,34
Impresora Multifunción	1	78,22	78,22
Teléfono	2	46,24	92,48
Software Contable	1	270,98	270,98
Telefax	1	96,11	96,11
SUBTOTAL			1413,02
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD			
Tarjetas de presentación	100	2	200
Página Web			825
SUBTOTAL			1025
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Permisos de Funcionamiento			1100
SUBTOTAL			1100
ARRIENDO DEL LOCAL			1750
SUBTOTAL			1750
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	71594,07		

Matriz de ingresos desarrollada:

Precio de costo	Precio de Venta		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
17,60	35,2	Espuma caliente con pavo	2323,20	2323,2	2323,2	2928,64	2928,64	2928,64	1464,32	1464,32	1464,32	2323,2	2323,2	2323,2
15,59	31,18	Esferificación de queso finas hierbas	2057,88	2057,88	2057,88	2594,18	2594,18	2594,18	1297,09	1297,09	1297,09	2057,88	2057,88	2057,88
13,47	26,94	Esférico inverso de frutos rojos	1778,04	1778,04	1778,04	2241,41	2241,41	2241,41	1120,70	1120,70	1120,70	1778,04	1778,04	1778,04
12,83	25,66	Aire de naranjilla y tomillo con esfera de caramelo	1693,56	1693,56	1693,56	2134,91	2134,91	2134,91	1067,46	1067,46	1067,46	1693,56	1693,56	1693,56
12,25	24,5	Espuma de cilantro con maracuyá	1617	1617	1617	2038,40	2038,40	2038,40	1019,20	1019,20	1019,20	1617	1617	1617
12,21	24,42	Algin de uvilla y caviar de kiwi	1611,72	1611,72	1611,72	2031,74	2031,74	2031,74	1015,87	1015,87	1015,87	1611,72	1611,72	1611,72
11,22	22,44	Esfera de melón con sorbetes de canela	1481,04	1481,04	1481,04	1867,01	1867,01	1867,01	933,50	933,50	933,50	1481,04	1481,04	1481,04

11,11	22,22	Aire de perlas de chocolate con macadamia	1466,52	1466,52	1466,52	1848,70	1848,70	1848,70	924,35	924,35	924,35	1466,52	1466,52	1466,52
10,23	20,46	Flor nitro de lavanda	1350,36	1350,36	1350,36	1702,27	1702,27	1702,27	851,14	851,14	851,14	1350,36	1350,36	1350,36
10,07	20,14	Burbuja de champiñones a la parrilla	1329,24	1329,24	1329,24	1675,65	1675,65	1675,65	837,82	837,82	837,82	1329,24	1329,24	1329,24
9,99	19,98	Falso caviar de sandia y mora	1318,68	1318,68	1318,68	1662,34	1662,34	1662,34	831,17	831,17	831,17	1318,68	1318,68	1318,68
7,29	14,58	Gel de durazno con espuma de aceite	962,28	962,28	962,28	1213,06	1213,06	1213,06	606,53	606,53	606,53	962,28	962,28	962,28
143,86	287,72	TOTAL INGRESOS mensuales	18989,52	18989,52	18989,52	23938,30	23938,30	23938,30	11969,15	11969,15	11969,15	18989,52	18989,52	18989,52

Matriz desarrollada de Proyección de Ventas meses Enero - Junio:

Precio de costo	Precio de Venta	Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
17,60	35,2	Espuma caliente con pavo	2323,20	2323,2	2323,2	2928,64	2928,64	2928,64
15,59	31,18	Esferificación de queso finas hierbas	2057,88	2057,88	2057,88	2594,18	2594,18	2594,18
13,47	26,94	Esférico inverso de frutos rojos	1778,04	1778,04	1778,04	2241,41	2241,41	2241,41
12,83	25,66	Aire de naranjilla y tomillo con esfera de caramelo	1693,56	1693,56	1693,56	2134,91	2134,91	2134,91
12,25	24,5	Espuma de cilantro con maracuyá	1617	1617	1617	2038,40	2038,40	2038,40
12,21	24,42	Algin de uvilla y caviar de kiwi	1611,72	1611,72	1611,72	2031,74	2031,74	2031,74
11,22	22,44	Esfera de melón con sorbetes de canela	1481,04	1481,04	1481,04	1867,01	1867,01	1867,01
11,11	22,22	Aire de perlas de chocolate con macadamia	1466,52	1466,52	1466,52	1848,70	1848,70	1848,70
10,23	20,46	Flor nitro de lavanda	1350,36	1350,36	1350,36	1702,27	1702,27	1702,27
10,07	20,14	Burbuja de champiñones a la parrilla	1329,24	1329,24	1329,24	1675,65	1675,65	1675,65
9,99	19,98	Falso caviar de sandia y mora	1318,68	1318,68	1318,68	1662,34	1662,34	1662,34
7,29	14,58	Gel de durazno con espuma de aceite	962,28	962,28	962,28	1213,06	1213,06	1213,06
		TOTAL INGRESOS mensuales	18989,52	18989,52	18989,52	23938,30	23938,30	23938,30

Matriz desarrollada de Proyección de Ventas meses Julio - Diciembre:

Precio de costo	Precio de Venta	Meses	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
17,60	35,2	Espuma caliente con pavo	1464,32	1464,32	1464,32	2323,2	2323,2	2323,2
15,59	31,18	Esferificación de queso finas hierbas	1297,09	1297,09	1297,09	2057,88	2057,88	2057,88
13,47	26,94	Esférico inverso de frutos rojos	1120,70	1120,70	1120,70	1778,04	1778,04	1778,04
12,83	25,66	Aire de naranjilla y tomillo con esfera de caramelo	1067,46	1067,46	1067,46	1693,56	1693,56	1693,56
12,25	24,5	Espuma de cilantro con maracuyá	1019,20	1019,20	1019,20	1617	1617	1617
12,21	24,42	Algin de uvilla y caviar de kiwi	1015,87	1015,87	1015,87	1611,72	1611,72	1611,72
11,22	22,44	Esfera de melón con sorbetes de canela	933,50	933,50	933,50	1481,04	1481,04	1481,04
11,11	22,22	Aire de perlas de chocolate con macadamia	924,35	924,35	924,35	1466,52	1466,52	1466,52
10,23	20,46	Flor nitro de lavanda	851,14	851,14	851,14	1350,36	1350,36	1350,36
10,07	20,14	Burbuja de champiñones a la parrilla	837,82	837,82	837,82	1329,24	1329,24	1329,24
9,99	19,98	Falso caviar de sandia y mora	831,17	831,17	831,17	1318,68	1318,68	1318,68
7,29	14,58	Gel de durazno con espuma de aceite	606,53	606,53	606,53	962,28	962,28	962,28
		TOTAL INGRESOS mensuales	11969,15	11969,15	11969,15	18989,52	18989,52	18989,52