



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

PLANE NEGOCIO DE UN RESTAURANTE AFRODISÍACO EN LA CIUDAD
DE QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniera en Administración Hotelera y
Turística.

Profesor Guía

Esp. Diana Quevedo

Autora

Irene Carolina Coronel Salas

Año

2014

DECLARACIÓN 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”.

Esp. Diana Quevedo
Especialista en Creación de Empresas
1713467783

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 respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Irene Carolina Coronel Salas

1719357046

AGRADECIMIENTOS

A Dios por todas sus bendiciones, siendo ésta una de ellas, a mis padres por todo su cariño, esfuerzo y tolerancia ,a mis tíos por su apoyo, cariño y preocupación, a Alan por sus palabras de aliento, por su amor y por siempre creer en mi capacidad, pero sobre todo agradezco a personas muy especiales que me ayudaron a forjar mi tesis ,colmarme de conocimiento y de inspiración ,a mis profesores: Gabriela Romo y Carlos Dighero, excelentes profesionales y un ejemplo a seguir ,nunca voy a olvidarlos.

DEDICATORIA

A Dios porque sin su bendición nada de esto hubiera sido posible, a mis abuelitos que desde el cielo me miran y seguramente estarán orgullosos de mí, a mi prima querida Claudia Ponce, te extraño y te quiero mucho prima, eres mi angelito, a mi abuelita que aún le tengo en vida, a mis padres Gonzalo Coronel y Leny Salas, a mis tíos: Sarita Salas, Miguel Coronel ,Cecilia Salas, Alicia Salas, Siria Salas, Edith Salas, a mis primos ,a mi hermana ,a mi compañero de vida Alan y a mi hija Nicole que es mi inspiración, motivación, mi motor de vida y espero siga mi ejemplo con perseverancia y dedicación.

RESUMEN

Se conoce que la alimentación es una necesidad básica. Las diferentes culturas y naciones poseen productos propios de sus respectivas zonas. Existe gran variedad de tradiciones culinarias y autenticidad en sus sabores así como en sus distintas formas de cocción que ayudan a dar un gusto especial a las comidas. Partiendo de ello, se puede decir que los alimentos y bebidas son importantes en la vida del ser humano, siendo actualmente la comida una forma de expresión, una forma de sorprender, atraer y conquistar y es considerada como arte.

Este proyecto se centra en un estudio de pre factibilidad para la creación de un restaurante cuya temática e ideología se basa en ofrecer un menú afrodisíaco con el uso de productos ecuatorianos para así resaltar y dar a conocer la variedad de alimentos que existen en las diferentes zonas del país.

Parte del objetivo de esta creación es fomentar el conocimiento del valor nutritivo de los ingredientes utilizados, ya que a todos ellos se les atribuye propiedades afrodisíacas; compartir con propios y extranjeros historias, leyendas y tradiciones de amor a través del arte nacional y tratar de liberar a los clientes de los prejuicios sexuales mediante nuestro exquisito menú. El restaurante se encuentra ubicado en un área céntrica y comercial de Quito, ofreciendo alta calidad de servicio y siendo una nueva experiencia gastronómica con shows extravagantes en vivo que causarán interés y divertirán al cliente.

Se ha realizado un estudio de mercado y plan de mercadeo en las redes sociales y otros canales de distribución para atraer y fidelizar a clientes, conjuntamente con un proyecto financiero eficaz, rentable y exitoso.

En la investigación utilizamos metodología inductiva-deductiva ya que se analizaron varios restaurantes alrededor del mundo de la misma denominación para conocer su rentabilidad y acogida. Así mismo, se realizaron encuestas

para saber sobre los gustos de los consumidores y para llegar a la conclusión acerca de si el plan de negocio de un restaurante afrodisíaco pudiera tener aceptación en el mercado.

ABSTRACT

It is known that food is a basic need. Different cultures and nations have their own products in different zones. There is a variety of culinary authenticity and flavors as well as different forms of cooking that help give a special taste to food traditions. On this premise, we can say that food and beverages are important in human life. Currently, food is seen as a form of expression, a way to surprise, engage and conquer and is considered art.

This project focuses on a pre-feasibility study for the creation of a restaurant whose theme and ideology are based on offering an aphrodisiac menu using Ecuadorian products, to highlight and raise awareness of the variety of foods that exist in different areas of the country.

Part of the goal of this creation is to promote awareness of the nutritional value of the ingredients used, since all of them are credited with aphrodisiac properties; shared with own and foreigners, stories, legends and traditions of love through the national art and try to free the clients of sex bias through our exquisite menu. The restaurant is located in a central shopping area of Quito, offering high quality service and being a new dining experience with extravagant live shows causing interest and fun to customers.

We performed a market study and marketing plan through social media and other distribution channels to attract and retain customers, together with an effective, profitable and successful financial project.

In this research, we used an inductive-deductive methodology as several restaurants around the world we analyzed in the same denomination for its performance and reception. Likewise, surveys were conducted to know about consumer tastes and to conclude about whether the business plan of a restaurant could have aphrodisiac market acceptance.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1. Marco Conceptual	6
1.2. Marco Referencial	7
2. CAPÍTULO II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	10
2.1. Naturaleza del Proyecto	10
2.1.1. ¿Qué es un restaurante?	10
2.1.2. ¿Qué es un restaurante temático?	10
2.2. Misión	11
2.3. Visión	12
2.4. Objetivos	12
2.4.1. General	12
2.4.2. Específicos	12
2.5. Estructura Organizacional	13
2.5.1 Análisis y descripción del puesto	13
2.5.2 Afiliación de empleados al IESS	20
2.5.4 Uniformes del personal	21
2.5.5 Constitución de la Empresa	23
2.5.6 Permisos y patentes para operar	24
2.7. Descripción de la Empresa	26
2.8. Análisis FODA	27
2.9. Ventaja Competitiva	28
3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE MERCADO	30
3.1. Objetivo del Estudio de Mercado	30
3.2. Metodología utilizada	30
3.2.1. Fuentes Primarias	30
3.2.2. Fuentes Secundarias:	30
3.3. Breve Análisis Macro y Micro Económico del país	31

3.4. Análisis de la demanda.....	32
3.4.1 Población objetivo.....	33
3.4.2 Cálculo de la muestra.....	34
3.4.3. Matriz de la encuesta.....	35
3.4.4. Perfil del cliente.....	45
3.5. Análisis de la Oferta.....	46
3.5.1 Identificación de la oferta actual.....	46
3.6. Proveedores.....	46
3.7. Definición del producto o servicio.....	47
3.7.1. Tipos de alimentos.....	47
3.7.2. Recreación – diversión.....	50
3.7.3. Adecuación – Decoración del local.....	50
3.7.4. Tecnología.....	51
3.8. Análisis de Resultados.....	51
4. CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING.....	52
4.1. Desarrollo de la imagen corporativa del restaurante.....	52
4.1.1 Logo de la empresa.....	52
4.1.2. Slogan.....	53
4.2. Desarrollo del Plan de Marketing.....	53
4.2. 8P's del Marketing.....	53
5. CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES.....	64
5.1 Estudio Técnico.....	64
5.1.1 Localización.....	64
5.1.2 Estudio Arquitectónico.....	65
5.1.3 Lista de Equipamiento.....	68
5.2. Ciclo de operaciones.....	74
5.2.1 Ciclo de operaciones de Servicio.....	74
5.2.2 Ciclo de operaciones de Cocina.....	74
5.3. Carta.....	75
5.4. Recetas.....	76

6. CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO	77
6.1. Presupuesto de Inversión Inicial.....	77
6.1.1. Activos Fijos	77
6.1.2. Capital de Trabajo	78
6.1.3. Tabla de Amortización del Crédito	78
6.2 Ingresos y Gastos	79
6.2.1. Gastos.....	79
6.2.2. Cálculo de la factibilidad del proyecto en base a 3 escenarios.	79
6.3. Flujo de Caja anual.....	86
6.6 Depreciación	87
6.8. Índices Financieros.....	87
6.9. Evaluación del proyecto	88
6.10. Tasa Interna de Retorno	89
6.11. Matriz comparativa de Escenarios.....	89
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	92
REFERENCIAS	93
ANEXOS	97

ÍNDICE DE ANEXOS

1. Anexo A.....	98
2. Anexo B.	100
3. Anexo C.....	105
4. Anexo D.	108
5. Anexo E.....	109
6. Anexo F.....	112
7. Anexo G.	113
8. Anexo H.....	115
9. Anexo I.....	133
10. Anexo J.....	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frutas de acuerdo a signo zodiacal.....	5
Tabla 2: Sueldo del personal de <i>Kuyay</i>	19
Tabla 3. Desglose aporte IESS 2014	20
Tabla 4. Uniformes de Personal	21
Tabla 5. Permisos y trámites para poder operar	26
Tabla 6. Matriz de análisis de competitividad mediante FODA	28
Tabla 7. Matriz de la encuesta para conocer el target.....	35
Tabla 8. Años de nacimiento de encuestados.....	36
Tabla 9. Rango de edades por años	36
Tabla 10. Frecuencia.....	37
Tabla 11. Aceptación del tema	38
Tabla 12. Gustos sobre restaurante	39
Tabla 13. Precio	40
Tabla 14. Razones	41
Tabla 15. Preferencias en restaurante afrodisíaco.....	42
Tabla 16. Recomendaciones.....	43
Tabla 17. Aspectos importantes en restaurante	44
Tabla 18. Ambiente	45
Tabla 19. Descripción de los proveedores fuera de la ciudad de Quito	47
Tabla 20. Comparación de precios con competencia.....	57
Tabla 21. Distribución de edificación.....	65
Tabla 22. Descripción de los equipos de cocina con sus precios respectivos .	69
Tabla 23. Descripción de los utensilios de cocina con sus respectivos precios	70
Tabla 24. Descripción del menaje y cubertería con sus respectivos precios ...	71
Tabla 25. Descripción de la cristalería con sus respectivos precios.....	71
Tabla 26. Descripción y precios de la mueblería a utilizar en el restaurante....	72
Tabla 27. Descripción y precios de equipos de computación y audio.	72
Tabla 28.Descripción de los gastos en publicidad del Restaurante	73
Tabla 29. Descripción de los gastos en suministros de limpieza.....	73
Tabla 30. Descripción de los costos variables en electricidad del Restaurante	73

Tabla 31. Receta de Orgía de frutos del mar con libidinosos mejillones, almejas, camarones, calamares y pulpo.	76
Tabla 32. Inversión inicial del proyecto	77
Tabla 33. Activos Fijos del restaurante	77
Tabla 34. Capital de trabajo	78
Tabla 35. Tabla de amortización de crédito	78
Tabla 36. Presupuesto de Gastos en materia prima	79
Tabla 37. Gasto en mano de obra de Año 1 al 5.....	79
Tabla 38. Ingresos Escenario Pesimista	80
Tabla 39. Estado de resultados Escenario Pesimista	80
Tabla 40. Flujo de Caja Escenario Pesimista.....	80
Tabla 41. Índices financieros Escenario Pesimista	81
Tabla 42. VAN Escenario Pesimista.....	81
Tabla 43. TIR Estado Pesimista.....	82
Tabla 44. Ingresos Escenario Regular	82
Tabla 45. Flujo de Caja Escenario Regular	83
Tabla 46. Flujo de Caja Escenario Regular.....	83
Tabla 47. Índices financieros Escenario Regular	83
Tabla 48. VAN Escenario Regular.....	84
Tabla 49. TIR Escenario Regular	85
Tabla 50. Presupuesto de Ingresos del año 1 al 5 Escenario Optimista	85
Tabla 51. Informe del Estado de Resultados Escenario Optimista.....	86
Tabla 52. Tabla de Flujo de Caja Anual Escenario Optimista	86
Tabla 53. Índices financieros Escenario Optimista.....	87
Tabla 54. Cálculo de VAN	88
Tabla 55. Cálculo de la TIR Escenario Optimista	89
Tabla 56. Matriz comparativa de Escenarios.....	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de puestos.....	13
Figura 2. Uniforme de los meseros, cajeras y hostess de restaurante <i>Kuyay</i> ..	22
Figura 3. Uniforme del personal de cocina del restaurante <i>Kuyay</i>	22
Figura 4. Análisis de FODA.....	26
Figura 5. Edades	36
Figura 6. Frecuencia	37
Figura 7. Mercado	38
Figura 8. Gustos.....	39
Figura 9. Precios	40
Figura 10. Razones.....	41
Figura 11. Importancia en restaurante	42
Figura 12. Recomendación	43
Figura 13. Necesidades en restaurante	44
Figura 14. Ambiente	45
Figura 15. Logo de <i>Kuyay</i>	52
Figura 16. Diagrama de flujo del servicio.....	61
Figura 17. Ubicación en el mapa del restaurante	64
Figura 18. Mapa 2D de restaurante <i>Kuyay</i>	66
Figura 19. Mapa 3D de restaurante <i>Kuyay</i>	66
Figura 20. Mapa en 3D de perspectiva superior de restaurante <i>Kuyay</i>	66
Figura 21. Mapa 2D de entrada de la puerta posterior de restaurante <i>Kuyay</i> ..	67
Figura 22. Mapa 3D de perspectiva interna de restaurante <i>Kuyay</i>	67
Figura 23. Mapa en 3D vista al bar de restaurante <i>Kuyay</i>	68
Figura 24. Mapa de ciclo de operaciones de servicio del restaurante <i>Kuyay</i> ...	74
Figura 25. Mapa de ciclo de operaciones de cocina del restaurante <i>Kuyay</i>	74
Figura 26. Menú del restaurante <i>Kuyay</i>	75

INTRODUCCIÓN

Desde hace siglos cuando el hombre encontró en la mujer a ese ser sublime, sensual, pasional, hermoso; y la mujer vio en el hombre su fortaleza, valentía, belleza y erotismo, ambos han tratado de conquistarse, seducirse y atraerse de muchas formas. Una de ellas es la gastronomía, que por medio de la preparación y cocción de alimentos con ciertas características que aportan con aromas, texturas y sabores cautivan los sentidos, incitan a la imaginación y exploran pasiones ocultas de los seres humanos. Estas plantas, frutas, vegetales, mariscos, semillas, entre otros, se consideran o se les ha denominado alimentos afrodisíacos por tener algo en particular, por ejemplo: en épocas pasadas se dice que las personas buscaban alimentos con formas fálicas como el pepinillo, clavo de olor o la berenjena para preparar platillos que incentiven un acercamiento íntimo entre dos personas. Para que el encuentro sea positivo la comida debía ser acompañada de elogios, palabras bonitas, caricias y una bebida acorde a la comida. No se podía disfrutar en un acto solitario y era muy indispensable saber cómo y con quién se lo podía degustar. Todo esto rodeado de un ambiente adecuado, donde las luces, la música y los aromas jugaban un papel importante.

Este tipo de reuniones no han cambiado mucho con el pasar del tiempo, en la actualidad existen negocios alrededor del mundo que se dedican a explorar con los sentimientos y emociones de los seres humanos mediante la comida. En las ciudades más importantes del mundo se pueden apreciar variedad de restaurantes que han modificado el servicio tradicional de alimentos y bebidas, combinándolo con una idea entre lo erótico y sensual. Esta innovación del servicio gastronómico se debe principalmente a los gustos cambiantes y preferencias de los comensales de esta época.

Es así que la idea un restaurante temático llamado *Kuyay* quiere implantar esta nueva tendencia en la ciudad de Quito. Puesto que a nivel turístico se está posicionando como uno de los destinos más reconocidos del mundo, una muestra es el World Travel Award 2013, premio que lo recibió en la categoría

“Destino Latinoamérica”, el cual abre las puertas para atraer a más extranjeros. Además que en el país se cuenta con una gama amplia de productos que pueden catalogarse como afrodisíacos. De esta manera la presente idea de negocio desea ser un apoyo al desarrollo de propuestas turísticas para mejorar la oferta de servicios de alimentos siendo parte de un producto turístico de calidad llamado Ecuador.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

Entre los factores más utilizados de manera directa e indirecta para la promoción y venta de cualquier tipo de producto, se encontró que la idea sobre el amor y la sexualidad son los más usados. En el tema alimenticio muchos platos, especias y bebidas son considerados como afrodisíacos, es decir, que aumentan el deseo de seducir y de ser amados. Esta tendencia no es actual sino que se practica desde hace tiempos remotos. De acuerdo a José Antonio Fidalgo define a la palabra afrodisíaco “como una sustancia que tiene la propiedad de aumentar el deseo e impulso sexuales de las personas”. (s/f, p. 13) Se dice que además que una dieta basada en alimentos de este tipo mantiene un equilibrio hormonal y se asegura que hay una conexión directa entre la alimentación y la libido.

Por mencionar un ejemplo se tiene los mariscos o también llamados frutos marinos los cuales se consideran afrodisíacos porque se los asocia al nacimiento de Afrodita tal como lo señala Ricardo Quintanilla en su portal (Sexualidad180, 2011). Cuenta la leyenda que en un pleito entre el dios Urano y Cronos (dios del tiempo), este último cortó los genitales de Urano y los lanzó al mar, de los cuales se produjo una espuma de donde nace Afrodita siendo una mujer adulta. A esta diosa se la conoce por varios nombres entre ellos: la diosa nacida de las olas, la diosa del amor y la pasión, de la belleza y la fertilidad. También relacionado a este mito se dice que las personas rezaban oraciones en nombre de Afrodita y Eros al preparar platos con los alimentos afrodisíacos. Existen listas muy antiguas acerca de los ingredientes que se utilizaban entre estos está: el anís, la albahaca, el regalíz, zanahoria, pistachos, rúcula, mandrágora, calabaza, dejando al margen otros más “exóticos” como la carne de lagarto, la sangre de serpiente, las vallas de goji y el pez globo. (Mitos y Leyendas, 2013)

Desde el principio de los tiempos las personas han buscado alimentos “mágicos” para prepararlos, atraer a sus parejas y seducirlas. Es así que esta búsqueda ha llevado a investigaciones realizadas mediante la bioquímica y la

farmacología para aclarar y dar un valor científico a ciertos mitos de conocimiento popular. Esto ha dado lugar a la aparición de diferentes medicamentos como el viagra que ingeridos bajo receta médica y con ciertas indicaciones ayuda en el desempeño sexual.(TN Relaciones, 2013) Pero ¿realmente un alimento tiene estas cualidades? Según el escritor José Antonio Fidalgo autor del libro “Afrodisíacos: recetas para amar” nos dice que antiguamente las bebidas afrodisiacas se realizaban con una mezcla de plantas como la mandrágora de origen Europeo, de la que se dice que su perfume promovía a tener encuentros amorosos. (s/f p.18)

Entre otros tipos de plantas que se utilizaban de forma similar están el euterococo que pertenece a la misma familia del ginseng, ésta estimula a glándulas suprarrenales y sexuales, el hinojo que provoca estimulaciones sexuales gracias a su olor, esta especia ayuda en la producción de esperma, la mostaza por su particular sabor y aroma es estimulante de la circulación y de las erecciones. (Portal Nueva Era, 2009).

En la actualidad el conocimiento de estas plantas ha sido utilizado para la aparición y crecimiento de restaurantes temáticos alrededor del mundo, como ejemplo tenemos a Sub Rosa Distillery ubicada en Oregon, EEUU donde se realizan bebidas espirituosas a base de plantas como el estragón, regaliz, cilantro, entre otros. A las personas no les atrae solo consumir alimentos en un lugar, sino vivir una experiencia diferente. En algunos casos se utiliza los productos afrodisíacos para la elaboración de un menú que incluye bebidas nuevas e innovadoras, otros ayudan a la sugestión de los sentidos por medio de la decoración, shows en vivo, entre otros. (*Sub Rosa Distillery and virtual Restaurant*. 2012 Restaurante Afrodisiaco).

Otro factor relacionado con lo afrodisiaco es la astrología. La cual consta de 12 signos zodiacales: Aries, Tauro, Géminis, Cáncer, Leo, Virgo, Libra, Escorpio, Sagitario, Capricornio, Acuario y Piscis, los cuales se determinan por la fecha de nacimiento de las personas, informan sobre estados de ánimo, sobre acciones a realizar, precauciones, consejos, números de la suerte,

colores específicos, todo esto nos va a direccionar con el plato afrodisiaco correcto para cada persona es la astrología; ésta ciencia derivada de la metafísica que ayuda a las personas a comprender su naturaleza la cual ha prevalecido a lo largo de los siglos denotando sabiduría y conocimiento, apareció ante la necesidad de hallar un orden y lógica a la confusión y caos que existe en el mundo. (Astro Dienst, 2013. Definición de Astrología).

Al relacionar la astrología y la gastronomía afrodisiaca se encontró que se pueden diferenciar ciertos gustos para cada uno de los signos zodiacales y de acuerdo a esto se puede tratar de satisfacer sus necesidades según las características de cada persona y su signo. (Feminis.com, 2010. Afrodisiacos zodiacales).

Tabla 1. Frutas de acuerdo a signo zodiacal

Fruta	Signo
Aries	Manzana, pera y naranja
Tauro	Uvas
Géminis	Durazno
Cáncer	Sandía y melón
Leo	Uvas, mora, claudias, kiwi
Virgo	Cerezas, fresas, frambuesas
Libra	Fresas, frambuesas, cerezas, uva
Escorpio	Piña, plátano, durazno y kiwi
Sagitario	Papaya, piña, plátano, durazno, kiwi
Capricornio	Higos
Acuario	Frutas cítricas, nueces, almendras, avellanas
Piscis	Melón, sandía, manzana, uva

Tomado de: Revista electrónica Trome.pe

1.1. Marco Conceptual

Al ser el tema afrodisíaco propenso a diferentes interpretaciones por parte de los lectores, se puede llegar a confundir el objetivo de este proyecto. Afrodisíaco, es una sustancia que se encuentra ya sea en plantas como es la mandrágora una planta Europea herbácea, de la familia de las solanáceas, la cual posee su raíz en forma humana y se le atribuye propiedades afrodisiacas desde hace muchos años atrás a pueblos de Alemania y otros países de Europa(El Comercio, 2007), el ginseng la cual es una planta herbácea de raíz leñosa y es famosa porque su extracto posee propiedades tonificantes, relajadoras y afrodisiacas y la ginkobilova árbol de origen Chino que posee muchas propiedades curativas, regeneradoras y afrodisiacas principalmente (Alimentación Sana, S/F), en alimentos como el azafrán especia muy antigua que se obtiene de su propia flor, se la conocía como “el viagra” de hoy en día, con aroma metálico y sabor un tanto amargo, el chocho que proviene de una plata nativa de los Andes, es un grano redondo, un tanto aplanado y pequeño posee una variedad de propiedades nutricionales y es muy rico en proteínas, químicos como la biotina llamada también Vitamina B8 interviene en el metabolismo y genera energía, es por esto que viene del griego “*bios*” que significa vida, entre otros que tiene como propósito aumentar el deseo sexual. (Sexualidad180, 2011).

En el Ecuador existe una variedad de productos considerados como afrodisiacos pero la gente desconoce sus propiedades y beneficios, es por eso que el restaurante tiene como objetivo dar a conocer estos alimentos y sus diferentes mezclas, se tiene por ejemplo la canchalagua que es una hierba pequeña de origen Andino, con flores rosadas que posee propiedades fortificantes y vivificantes, el amaranto que es una planta de los Andes, su grano es redondo y amarillo considerado como un cereal por sus propiedades nutritivas, frutas como las uvillas que son pequeñas de color amarillo-anaranjado con forma redonda de sabor agridulce la cual posee muchas propiedades beneficiosas para el ser humano, las grosellas estos frutos rojos o verdes pequeños de sabor amargo y un tanto ácido, posee vitamina C y con

propiedades para la piel, los guaytambos que son frutas tradicionales de Ambato específicamente del Cantón de Tisaleo, esta fruta es parecida al durazno pero el guaytambo es de color más blanquecino y es llamada también abridor, los higos son un fruto pequeño de color morado o negro, posee propiedades medicinales y curativas y el borojó que es una planta exótica que posee un fruto pequeño de color café con propiedades altamente energéticas.(El Mercurio, 2013. Afrodisiacos ecuatorianos)

1.2. Marco Referencial

En este punto se realizará una revisión del tema que se está abordando, utilizando diferentes fuentes de información como libros, revistas, documentos que nos ayuden a llegar a un concepto claro y detallado del objeto de estudio, a continuación se analizarán algunos restaurantes afrodisiacos importantes.

Las ciudades más importantes del mundo poseen en sus mercados restaurantes de este estilo, en Quito no se ha explotado muy bien este nicho por lo que en el catastro del Ministerio de Turismo no existe un número mayor de 2 restaurantes con esta denominación y según encuestas realizadas en este proyecto existe gente dispuesta a pagar muy bien por este servicio.

Entre los restaurantes afrodisiacos más reconocidos de América y Europa están: "El cortijo de los locos", ubicado en Madrid ofrece en su variado menú platos con nombres sugestivos, entre los que están: "pescado de novicia" preparado con jamón ibérico bellota, "orgía campestre" son tacos de queso manchego, "cojoncitos del Tío Aurelio" se trata de croquetas de pollo caseras, "ensaladita caliente braguetas" es una ensalada de pasta (fideo) con una salsa afrodisiaca de la casa. Otro detalle muy importante y divertido es que existen actores infiltrados entre los comensales para realizar sus actos. Hacen de las cenas y comidas una diversión combinada con el erotismo, tienen shows participativos. Sus especialidades son las despedidas de solteros y los cumpleaños. (Restaurante el Cortijo de los locos, 2012.RestauranteAfrodisiaco)

“Mildred’s Temple Kitchen” en Canadá este lugar se caracteriza por tener escrito en sus paredes y servilletas frases, como también preguntas que promueven a despertar sus instintos. El lugar ofrece a sus comensales una cocina abierta para que las personas puedan apreciar todo el desarrollo de sus platos y el arte de cocinar, saca promociones y eventos que poseen doble sentido e intrigan a sus clientes a visitarlos. Por ejemplo, para el día de San Valentín, dijeron que abrirían sus sanitarios para que sus clientes cumplan sus fantasías, esta propuesta busca romper con la monotonía e inyectar adrenalina en la pareja. (*Mildred’s Temple Kitchen Dining Restaurant*, 2012. Restaurante afrodisiaco).

“B.E.D” en Miami Beach, Estados Unidos. Este restaurante invita a comer deliciosos platos eróticos en la cama lleno de almohadas, en un ambiente sensual, con luces bajas y música erótica. Una de las características más destacadas de este restaurante es que las meseras llevan puestas pijamas para atender a sus clientes. En el aspecto gastronómico, este restaurante tiene entre sus especialidades el Cangrejo al Ravioli con un puré dulce y picante de zanahoria valorado alrededor en unos \$20. Uno de los postres estrella es el pastel de chocolate relleno de mantequilla de maní, cubierto con vainilla y hielo fundido sobre el pastel. (*B.E.D. Beverage Entertainmet Dining*, 2012. Restaurante Afrodisiaco).

“SubRosa” en Oregón, Estados Unidos. En este lugar solo se puede ingresar sin ropa y su entrada requiere invitación. Se trata de un restaurante virtual en el cual se preparan bebidas espirituosas, su menú se destaca por poseer una gran cantidad de cocteles ya que en sus instalaciones poseen una destilería. (*Sub Rosa Distillery and virtual Restaurant*. 2012 Restaurante Afrodisiaco).

“Te mataré Ramírez” en Buenos Aires, Argentina. Este lugar es uno de los más conocidos en el mundo por la calidad de sus shows en vivo ya que son muy especiales y fuera de lo común. En cuanto a su gastronomía, su menú está conformado de platos con tendencia mediterránea y asiática. En este lugar se denota mucho el arte plástico y a que cuenta con exhibiciones de pinturas

los cuales rotan cada 40 a 50 días y se encuentran a la venta. Además se lo combina con espectáculos eróticos que están destinados para que las parejas se conozcan mejor, y pasen un momento ameno, despertando sus pasiones y su intimidad. En el menú, entre las entradas más aclamadas tenemos: “Conozco su fondo, ella nunca es la misma” se trata de un *carpaccio* de lomo con alcaparras, escamas de queso de cabra, *bouquet* de frescos brotes y unas tiernas gírgolas fileteadas (variedad exótica de hongo). Uno de los platos fuertes más destacados es: “Me mira extasiada mientras pide penetración”, este plato consta de un lomo de salmón del pacífico al *tandoori*, con asiático *pack choiy* vegetales *baby* grillados en mantequilla. Acompañado de un dip de salsa de yogurt y pepino. Por último entre las delicias de los postres está: “Hasta gritar de placer y dolor”, este postre consta de un ardiente volcán de chocolate con un pequeño corazón de banana, acompañado con crema de menta y *mascarpone*. (Te mataré Ramírez Restaurante Afrodisiaco. 2012. Restaurante Afrodisiaco).

En Quito un lugar con un contexto parecido a la de estos sitios es “El Cañón” restaurante ubicado en la Av. Shyrise Isla Floreana el cual ofrece comida afrodisíaca y actividades divertidas. En este restaurante una vez al año se realiza la llamada “Noche Afrodisíaca” en la cual hacen comer a sus clientes del cuerpo de modelos utilizándolas como plato de presentación de su menú en el cuál constan carnes, mariscos y su especialidad que son los vinos.(El Cañón. 2012. Restaurante Afrodisiaco). Basándonos en todos estos lugares famosos en el mundo podemos asegurar que es muy rentable que en la ciudad de Quito se pueda establecer un negocio como el mencionado anteriormente, ya que a la gente le atrae este tipo de temática para un restaurante.

Es muy importante señalar que se encontraron algunas falencias en las páginas web de los restaurantes antes mencionados por ejemplo: no explican por qué su menú es considerado afrodisíaco y crea un poco de confusión con los nombres de los platos ya que algunos no tienen nada que ver con la realidad del producto. Es decir que la información proporcionada es limitada para el cliente y visitantes de estas páginas.

CAPÍTULO II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

2.1. Naturaleza del Proyecto

2.1.1. ¿Qué es un restaurante?

Para definir la palabra restaurante vamos a partir de su origen, restaurante viene de la palabra “restaurar”, la historia dice que un panadero puso en un letrero en la puerta de su casa en 1765 en la calle Des Poulies (Europa) que decía “*Venite ad me omnes quistomacholaboratis et ego restaurabovos*” que quería decir “*Venid a mi todos los de estómago cansado y yo os lo restaruraré*”, aquel hombre llamado Boulanger vendía sopas, guisos y pies de cordero. (Etimologías, 2014. Etimología de restaurante). Con estos antecedentes, es decir, con “restauración” que significaría reparar, dar energía a las personas a través de la comida, es así que restaurante viene a ser un establecimiento comercial donde se sirve a sus clientes alimentos y bebidas, los cuales tienen un horario determinado de atención, un menú con diferentes platos para ofrecer y las personas deben pagar por los consumos que realicen.

2.1.2. ¿Qué es un restaurante temático?

Es un establecimiento que ofrece alimentos y bebidas pero que están especializados en un determinado tema y solo se enfocan a éste, ya sea por cultura, por país, por actividad, entre otras; por ejemplo: restaurante de comida italiana, de estilo deportivo, de comida típica mexicana, etc. La decoración y actividades a realizar en el restaurante también influyen mucho cuando se lo denomina temático ya que da un valor añadido al negocio y fortalece el concepto del mismo. (Tormo.com, 2010).

En base a este concepto, el proyecto pretende determinar la factibilidad para crear un restaurante con tema “Afrodisíaco” llamado *KUYAY*, situado en el sector norte de la ciudad de Quito. propuesta es ofertar a sus clientes una forma diferente de consumir los alimentos junto a la pareja, parte del servicio es

brindar deliciosa comida con propiedades afrodisíacas con productos propios del Ecuador. En un ambiente privado en el cuál se van a realizar actividades dedicadas a parejas como: charlas y monólogos eróticos, shows para encontrar pareja según signo zodiacal, presentaciones de artistas invitados, exhibiciones de arte erótico a través de fotografías, entre otros. Se plantea además, ser una forma en la que los comensales puedan enterarse del potencial y propiedades afrodisíacas de algunos de los productos utilizados en la elaboración del menú. Así también, aprovecharla herencia ancestral ecuatoriana para la elaboración de réplicas de figuras y pintura de historias o personajes como la de los amantes de Sumpa, considerados los restos arqueológicos óseas más antiguos del país. Estos restos están ubicados en Salinas, provincia de Santa Elena.

Otro ejemplos podrían ser: San Biritute, personaje que se le atribuye el don de eliminar la infertilidad. No se puede dejar de lado las famosas Venus de Valdivia, que de acuerdo a los arqueólogos no solo representan la feminidad y fertilidad, sino que también tienen una forma fálica. La leyendas basadas en la cordillera de los Andes donde las montañas hacían pareja, formaron familias y hasta infidelidades, entre ellos se tiene: la pareja de la Mama Tungurahua y el *Taita* Chimborazo, o de la Mama Cotacachi y el *Taita* Imbabura. (Ver Anexo A)

2.2. Misión

Restaurante Kuyay ubicado en el centro norte de Quito desea ingresar al mercado con una nueva tendencia en el servicio de alimentos y bebidas, ofreciendo un menú basado en productos con características afrodisíacas. Enfocándonos a personas que quieran disfrutar de una nueva experiencia en la comida, ambiente y shows dentro de nuestro local. Poniendo en práctica normas y estándares de calidad en las operaciones, además nos comprometemos a buscar la excelencia en el servicio.

2.3. Visión

Con nuestro servicio, ser en el año 2016 el restaurante temático pionero en la ciudad de Quito, ofreciendo a los clientes una nueva experiencia que combina el consumo de alimentos afrodisíacos ecuatorianos y una variedad de shows en vivo. De esta forma ser un partícipe en el desarrollo económico de la ciudad e incluir en el staff a personal capacitado con un don de servicio. Promover el conocimiento de la cultura ancestral ecuatoriana y proyectarnos con una actitud y mente más abierta hacia la pasión y el erotismo.

2.4. Objetivos

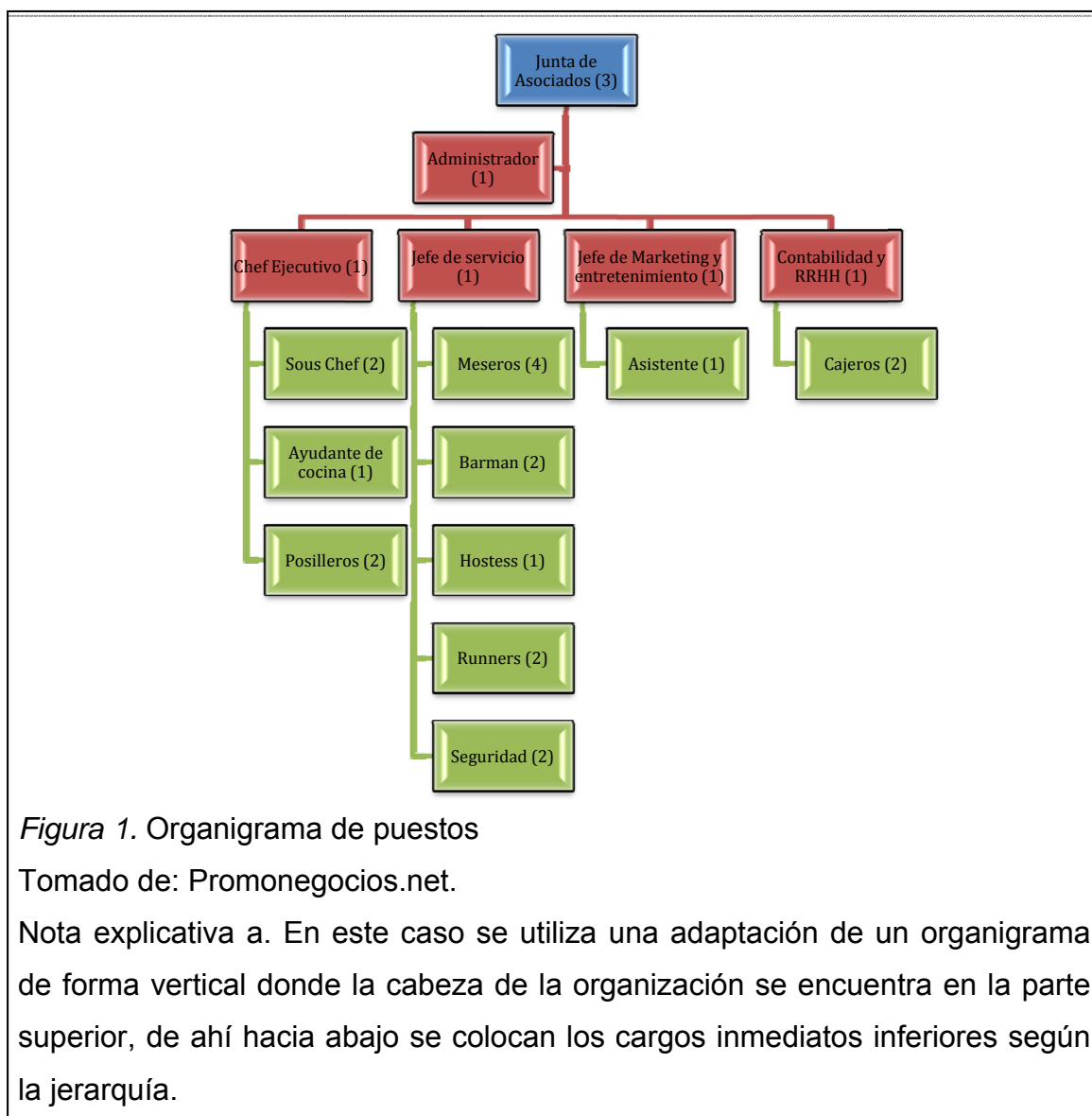
2.4.1. General

Desarrollar un estudio de pre factibilidad para la creación de un negocio de alimentos y bebidas de calidad en el que se encierre: la entrega de un producto novedoso, dentro un ambiente romántico y divertido, con una infraestructura innovadora, inquietante y a la vez cómoda.

2.4.2. Específicos

- Realizar un análisis de mercado para determinar la importancia e impacto de cada una de las variables para la creación de un restaurante afrodisíaco, tales como: identificar el segmento adecuado para la propuesta del negocio, posibles competidores, barreras de entrada al mercado, entre otros.
- Elaborar un plan de marketing para la futura promoción y difusión del restaurante en la ciudad de Quito.
- Determinar mediante un análisis financiero y económico la viabilidad y factibilidad del proyecto en estudio.
- Resaltar el origen de los productos ecuatorianos mediante la creación de un menú basado principalmente en alimentos afrodisíacos y así cultivar el conocimiento de los clientes en cuanto a beneficios, propiedades y valor nutricional de cada plato ofertado.

2.5. Estructura Organizacional



2.5.1 Análisis y descripción del puesto

El *staff* consta de 24 personas. Puesto que la junta de accionistas no se la toma en cuenta ya que son propiamente los inversionistas por ser una compañía limitada (mayor explicación ver numeral 2.5.5) a pesar de tener tareas específicas para el buen funcionamiento del negocio.

Junta de Asociados: compuesto por 3 inversionistas.

- Encargados de la planificación estratégica por cada periodo fiscal.

- Control y análisis de estados financieros.
- Conjuntamente con el administrador dan seguimiento a recomendaciones, quejas y sugerencias de los clientes.
- Revisa inventarios, controla costos.

Administrador del restaurante: 1 persona

- Asegurarse del manejo eficiente y pulcro del restaurante.
- Supervisa pago puntual y acertado de nóminas y el presupuesto financiero del restaurante (balance general).
- Controla inventarios del equipamiento del restaurante así como de los alimentos.
- Participa de la planificación de compra y almacenaje de la materia prima.
- Apoyar en la supervisión de procesos a Gerente General.
- Se involucra y participa en actividades de marketing, tomando en cuenta la rentabilidad del negocio.
- De acuerdo al organigrama, rangos jerarquía y responsabilidad si el administrador enfermara o tuviera alguna calamidad el Jefe de Servicio lo supliría.

Chef Ejecutivo: 1 persona

- Busca la calidad total en la preparación de los platos que requiera el cliente.
- Gestiona y lidera el trabajo de cocinas industriales.
- Implementa eficiencia y eficacia en los procesos realizados en la cocina.
- Elabora el menú de acuerdo a lo establecido en el concepto del restaurante.
- Crea y lidera un equipo de trabajo responsable, motivado y eficiente.

Cocineros: 2 personas

Realizarla preparación de las recetas establecidas en el menú

- Controlar la preparación y utilización de materia prima.
- Revisar diariamente la bodega, cuartos fríos y de congelación para realizar requisiciones respectivas de productos que hagan falta.
- Decorarla presentación de los platos en coordinación con el chef.
- Elabora salsas
- Uno de los cocineros debe realizar las labor es de pastelería, sacar postres y dulces.
- Supervisan el trabajo de los ayudantes de cocina.
- Realiza cambios en el menú junto con el chef.

Ayudante de Cocina: 1 persona

- Apoya a los cocineros en su labor.
- Pica ingredientes, realiza ensaladas, aderezos, aperitivos, entre otros.
- Verifica limpieza e higiene de área de trabajo.
- Lava y pule utensilios de cocina. Así como también las legumbres, frutas y hortalizas a utilizarse.
- Cocina platos sencillos, realiza fondos y postres del menú establecido.
- Asea mesones, tablas y área de trabajo a ocupar.
- Realiza el mise en place.

Posilleros: 2 personas

- Lava y limpia utensilios de cocina
- Se encarga de la higiene de loza, cubiertos, cristales, ollas y equipos de cocina (estufas, hornos, refrigeradoras, lavadoras, filtros, campanas, entre otros).
- Notifica pérdida de material por quiebre o desaparición.
- Controla la cantidad de utensilios utilizados en el salón.
- Participa en el inventario de utensilios y menaje menor.
- Conserva en buen estado sobre todo lo que es limpieza de paredes,

corredores, ventanas, pisos, rejillas, desagües, etc.

- Es el auxiliar en la limpieza de bar y restaurante.
- Limpia área de recepción de alimentos

Jefe de Servicio: 1 persona

- Responsable del tipo de servicio que se brinde al cliente.
- Programa horarios del personal a cargo semanalmente.
- Asigna tareas a los meseros y runners del restaurante.
- Vela por la calidez y el buen trato a los clientes.
- Comprueba que las mesas estén en excelentes condiciones.
- Dirige a todos los meseros, runner, barman y hostess.
- Verifica que la entrega de los platos sea eficaz y correcta.
- Apoya a los meseros en la entrega de pedidos (platos).

Meseros: 4 meseros

- Lleva un reporte de los comentarios de los clientes y se los comunica a su superior en este caso el capitán o jefe de servicio.
- Mantiene limpio el lugar de trabajo, realiza limpieza de mesas y piso.
- Realiza correcto montaje de las mesas y desmontaje al final del servicio.
- Proveer en las estaciones de servicios de materiales necesarios. (saleros, pimenteros, servilletas, palillos, etc.)
- Conocer componentes de platos de menú y sus respectivos beneficios afrodisiacos.
- Conocer lista de vinos y saber cómo servirlos a los clientes.
- Presentar comanda a cajero para sellarla, presentarla en cocina y se realice respectiva facturación.
- Servir alimentos en la mesa verificando que sea lo que pidió el cliente.

Barman: 2 personas

- Conocer los tipos de bebidas que ofrece el restaurante y ofrecérselos a los clientes (explicar bebida especial de la casa y sus propiedades afrodisiacas).

- Controlar suministros y almacenamiento de bebidas.
- Realizar requisiciones diarias de productos faltantes o necesarios para preparación de bebidas.
- Mantener áreas de bar limpias así como las de servicio a los clientes.
- Llevar inventarios de consumo del bar.
- Supervisar la venta responsable de bebidas alcohólicas.

Hostess: 1 persona

- Dar bienvenida a clientes, asignar mesa.
- Brindar buen servicio, información oportuna y adecuada a las actividades que se realicen en el restaurante.
- Llevar reportes de clientes frecuentes.
- Reservar mesas en caso necesario e informar a meseros para atención especial a los mismos.
- Hacer firmar facturas a clientes.
- Hacer llenar commentcards o encuestas de calidad de servicio a clientes.
- Ayudar a meseros y jefe de servicio en la atención al cliente.

Runners: 2 personas

- Se encarga de retirar la vajilla sucia de la mesa y llevarla a cocina.
- Lleva y trae cosas de cocina al salón.
- Asisten a los meseros y los ayudan en el servicio.
- Verifican limpieza de mesas y entregan un buen servicio.
- Al igual que los meseros los runners deben estar informados de los alimentos que forman el menú y sus beneficios afrodisiacos.

Jefe de Marketing y entretenimiento: 1 persona

- Lleva la logística de los eventos y contrato de artistas eventuales.
- Se encarga del community manager, publicidad de eventos en redes sociales y en medios de comunicación.
- Supervisa a personal de seguridad y junto con RRHH realizan

contrataciones del mismo.

- Verifica el correcto funcionamiento así como la adquisición de luces, equipos de sonido y maquinaria para presentación de shows en vivo.
- Realiza pedidos de material necesario para shows.

Asistente: 1 persona

- Se encarga de poner música para ambientar el restaurante.
- Supervisa el buen estado de los equipos y notifica novedades.
- Controla el sonido en las presentaciones o shows en vivo.
- Asiste a los equipos de sonido en caso de inconvenientes o alteraciones.

Jefe Contable: 1 persona

- Determinar costos de producción así como establecer y medir gastos del restaurante.
- Llevar balances, reportes e informes al personal administrativo. (Junta de Socios).
- Valorar los costos de las recetas estándar.
- Elaboración de presupuesto.
- Planear estrategias empresariales.
- Analizar resultados y emprender cambios en cuanto a gastos, materia prima y tecnología.

Jefe RRHH: 1 persona

- Encargada del reclutamiento y selección del personal apto para trabajar en el restaurante.
- Elabora roles de pago, afilia a seguro social y médico.
- Canaliza quejas y solicitudes del cliente interno.
- Recibe certificados médicos, laborales y de ingreso.
- Maneja el aspecto legal del restaurante.
- Desarrolla inducciones de trabajo.

Cajeras: 2 personas

- Reciben el dinero o tarjetas de crédito según el consumo de los clientes.
- Realizar informe de cierre de caja al finalizar servicio.
- Verificar la autenticidad de los medios de pago (efectivo, tarjeta de crédito).
- Junto con jefe de contabilidad realiza pagos a proveedores.
- Receptan y sellan comandas a meseros para despachar platos.
- Conocen precios y cambios en precios (descuentos, promociones, etc).

Seguridad: 2 personas

- Evitan y controlan actos delictivos que se susciten en el restaurante o fuera de él (solo instalaciones).
- Vigilan y protegen los bienes muebles e inmuebles del restaurante.
- Dan protección y bienvenida a clientes así como a empleados del restaurante.
- Ponen a disposición de la fuerza policial a delincuentes.
- Están pendientes de la seguridad de los automóviles de los clientes.

2.6.1.1. Salarios de los empleados

Para esta sección los salarios de los empleados han sido estructurados en base a dos fuentes: la primera según el Acuerdo Ministerial No. 0254 - R.O. 167 (Sup.) de 22 de Enero de 2014 –del Ministerio de Relaciones Laborales disponible la página web de este ministerio, y la segunda en base a un análisis de los sueldos ofertados por parte de los competidores.

Tabla 2: Sueldo del personal de *Kuyay*

Sueldos y Salarios del personal			
Cargo	S. Mensual	# Empleados	S. Total
Administrador	\$800.00	1	\$800.00
Jefe Contable, Director de Marketing	\$700.00	2	\$1,400.00
Jefe de Servicio, Jefe RRHH, Chef	\$600.00	3	\$1,800.00
Cajeros, Hostess, Dj, Seguridad y cocineros	\$400.00	7	\$2,800.00
Meseros, ayudantes de cocina	\$380.00	5	\$1,900.00
Runners, posilleros y barman	\$340.00	6	\$2,040.00
TOTAL PAGOS SUELDOS MENSUALMENTE		24	\$10,740.00

2.5.2 Afiliación de empleados al IESS

Según lo exige el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), “el empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvencción, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días. El empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la separación del trabajador u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho.”(IESS, 2014)

A nivel estatal el salario básico unificado mínimo vigente en el año 2014, para el trabajador en general es de 340 dólares mensuales, la siguiente tabla presenta como ejemplo los porcentajes adecuados de aportes que se deben hacer al IESS.

Tabla 3. Desglose aporte IESS 2014

Desglose del aporte del IESS 2014 en base al salario básico unificado.		
Salario de aportación		340 dólares
Aporte mínimo personal	(9.45%)	32,13 dólares
Aporte patronal mínimo	(11.15%)	37,91 dólares
Total aporte mensual		70,04 dólares

2.6.3 Horarios del personal

Las personas que laboren en el restaurante deben ajustarse al horario que corresponda a cada uno de sus cargos cumpliendo un total de 40 horas semanales según exige la ley. Algunos de estos son rotativos, ya que pueden ser en la mañana o en la noche, dependiendo de las necesidades del local. En el Anexo B se puede observar la planificación por cada puesto. El local atenderá al público de miércoles a sábados; el miércoles y jueves desde las 18:00 hasta

la 01:00 y el viernes y sábado de 18:00 hasta la 02:00, por lo cual para cumplir con las 40 horas, los meseros y los cocineros realizan las compras los días martes de cada semana, además de realizar un control de inventarios y limpieza de éste. Todo el personal contará con 2 días de descanso que serán los domingos y lunes.

2.5.4 Uniformes del personal

El uniforme del personal del restaurante *Kuyay* pretende ser para los clientes la imagen y personalidad del negocio. Ya que la apariencia del personal, así como su limpieza, atención, servicio, ayuda y desenvolvimiento son la cara del establecimiento. Es necesario dar a los empleados un uniforme cómodo, elegante y de acuerdo con el ambiente y diseño del restaurante. Además, todos los uniformes tienen la intención de mostrar la imagen profesional que posee el *staff* y que a continuación se detalla de acuerdo a cada área.

Tabla 4. Uniformes de Personal

Cargo	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Tot.
Mesera, cajeras y hostess	chaleco negro mujer	\$ 20,00	6	\$ 120,00
	blusa roja	\$ 15,00	6	\$ 90,00
	falda negra	\$ 10,00	6	\$ 60,00
Meseros, runners, cajeros, barman	chaleco negro hombre	\$ 20,00	6	\$ 120,00
	pantalón negro	\$ 18,00	6	\$ 108,00
	corbatín negro	\$ 5,00	6	\$ 30,00
Chef Ejecutivo, sous chefs, ayudantes de cocina y posilleros	gabardina roja	\$ 25,00	7	\$ 175,00
	pantalón negro	\$ 18,00	7	\$ 126,00
	zapatos negros antideslizantes	\$ 40,00	7	\$ 280,00
	gorro champiñón	\$ 6,00	7	\$ 42,00
	Delantal negro	\$ 10,00	7	\$ 70,00
Todos	malla para el cabello	\$ 0,30	18	\$ 5,40
TOTAL				\$ 1.226,40

Nota a. Los precios presentados están en base a una propuesta del local Chef City

Diseños de uniformes del personal



El personal administrativo no tendrá un uniforme específico, solo se solicita una vestimenta semiformal, ya que ellos no tienen contacto directo con el cliente.

2.5.5 Constitución de la Empresa

Se optó por constituir a la empresa como Compañía Limitada la cual es ideal para un negocio que recién está empezando, puede estar conformada por un mínimo de 2 socios los cuales responden solo las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. A continuación se detallarán los requisitos que se necesitan Según la Superintendencia de Compañías y Valores:

- a. **Nombre:** Puede consistir en una razón social, denominación objetiva o de fantasía y deberá ser aceptado por la Secretaría General de la oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías en este caso de Quito.
- b. **Solicitud de Aprobación:** Esta solicitud debe ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo y junto con tres copias certificadas de la escritura de la constitución de la compañía se la debe presentar al Superintendente de Compañías.
- c. **Números Mínimos y Máximos de Socios:** En primer lugar se debe señalar que esta compañía no debe continuar sus actividades con un solo socio, ya que ésta se debe constituir mínimo con dos socios y máximo con quince y si llegare a excederse de este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.
- d. **Capital Mínimo:** Este tipo de compañías se constituyen con un capital mínimo de cuatrocientos dólares americanos, el capital deberá suscribirse íntegramente y deberá pagarse al menos el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones deben realizarse mediante dinero, bienes muebles o inmuebles e intangibles o combinando dinero y bienes a la vez. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán avaluado por los socios o por los peritos.

- e. Participaciones:** Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.
- f. El objeto social:** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. (Artículo 94 de la Ley de Compañías).

2.5.6 Permisos y patentes para operar

Teniendo en cuenta que la razón del negocio es un restaurante, las exigencias legales de forma resumida son las siguientes:

- Registro de Actividad Turística otorgada por el MINTUR, con un máximo de 30 días después del inicio de la actividad y según Arts.8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.
- Afiliación a Cámara de Turismolas cuales otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil.
- Licencia anual de funcionamiento, la cual es entregada a partir de enero de cada año y tendrá que cancelar por los siguientes documentos: Patente Municipal, tasa de Turismo, aporte anual a CAPTUR y permiso de Bomberos, todo esto hasta el 31 de Marzo de cada año. Una vez hecho esto se debe presentar el Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento e inmediatamente será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento donde se incluye el permiso de los bomberos. Todo esto según el Arts.8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación la Ley de Turismo.

- Permiso Sanitario, otorgado por el Ministerio de Salud a los establecimientos que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.
- Patente Municipal, es entregada por la Ventanilla Única del Municipio hasta el 31 de Enero de cada año y el permiso tiene validez por un año.
- Uso de Suelo, este permiso se lo debe obtener cuando se va a instalar el establecimiento y tiene validez por un año.
- Rótulos y publicidad exterior, para poder instalar rótulos o cualquier medio de publicidad exterior se necesita obtenereste permiso que tiene validez por un año, según la Ordenanza 0186, R.O. 401 del 21 de noviembre del 2006.
- Inscripción y Actualización del RUC para personas jurídica.
- Permiso bomberos.
- Contribución 1x mil a los activos fijos, se debe pagar mediante depósito. Pagar mediante depósito en cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística.
- Impuesto a los activos totales (1,5x mil), este pago es emitido por la administración zonal correspondiente por la cancelación del impuesto sobre los activos totales, todo esto según el Régimen Municipal.
- Impuesto Predial, se lo debe cancelar anualmente a los propietarios de inmuebles, de Enero a Julio con la rebaja del 10%, según la Ley del Régimen Municipal.
- Derechos Autores y Compositores, se debe pagar al SAYCE los derechos por difusión pública de música, hasta el 30 de Abril con descuento.

- Derecho de Productores de Fonogramas, se debe cancelar a SOPROFON los derechos de productores de fonogramas, hasta el 31 de Abril con descuento. Todo esto según Ley de Propiedad Intelectual; Pliego Tarifario: Res. 021 (R.O. 653 de 2/09/02)
- Impuestos por espectáculos públicos, este es el permiso para la realización de espectáculos a desarrollarse en el DMQ y se lo obtiene cuando se va a realizar el espectáculo.
- Certificado Ambiental, se debe registrar en la administración zonal correspondiente y tiene validez durante 2 años.(CAPTUR, S/F)

Tabla 5. Permisos y trámites para poder operar

Detalle	Valor Tot.
Registro de actividad turística	\$100.00
Afiliación a la Cámara de Turismo	gratuito
Inscripción en el registro mercantil	\$850.00
Licencia anual de funcionamiento	\$22.00
Permiso Sanitario	\$20.00
Patente Municipal	\$20.00
Inscripción y actualización de RUC	gratuito
Permiso Bomberos	\$15.00
Impuesto predial	\$120.00
Contratos y formularios	\$50.00
Tramites en Min. Rec. Laborales	\$50.00
TOTAL	\$1,247.00

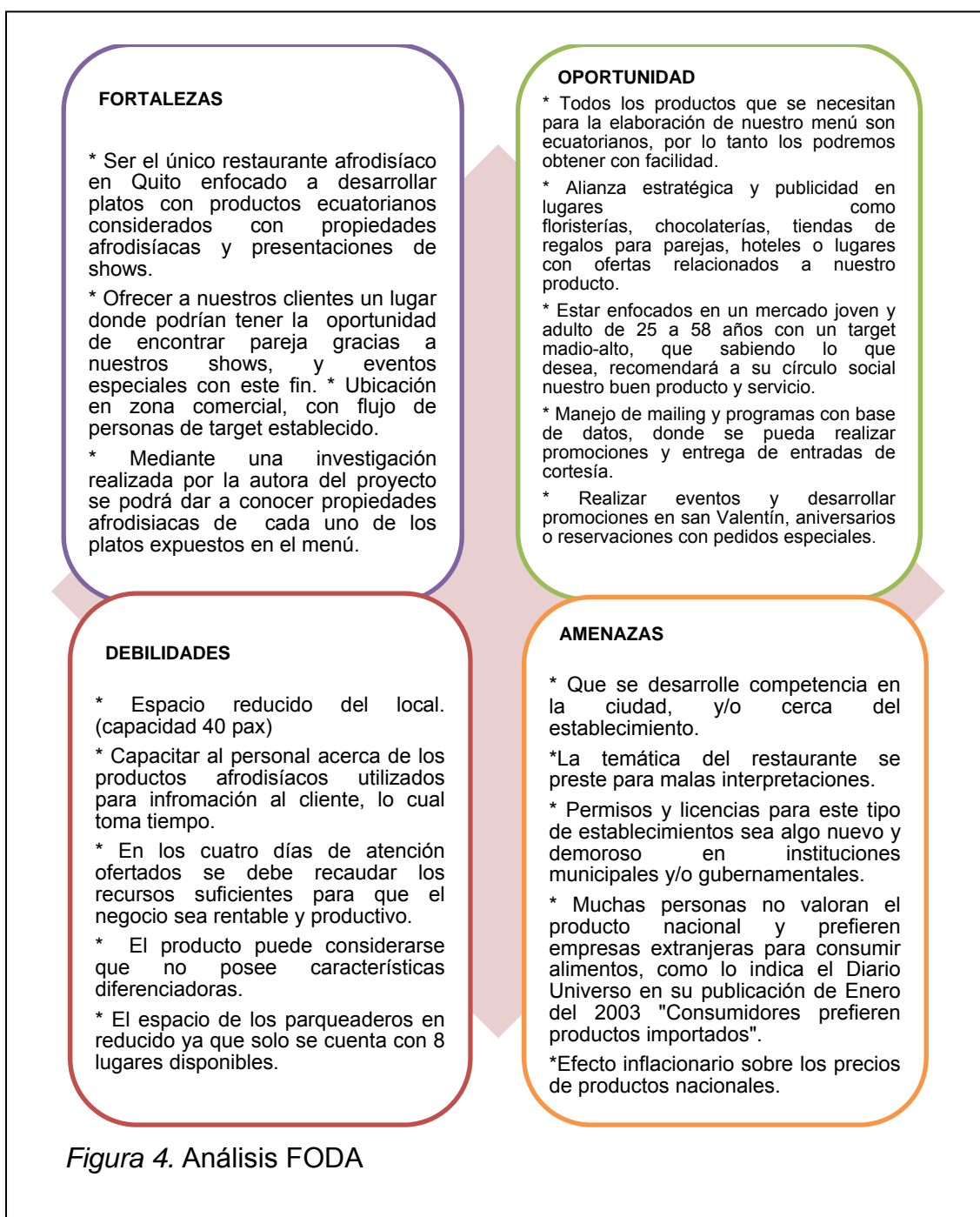
Nota a. Costos de los permisos y trámites para poder operar en el Restaurante de acuerdo a el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, SRI, Ministerio de Relaciones Laborales.

2.7. Descripción de la Empresa

Para el nombre del restaurante se ha escogido la palabra *Kuyay* que en el vocablo quechua significa amor y se lo ha hecho en honor a los aborígenes del Ecuador. “*Kuyay*” es una empresa de alimentos y bebidas, la cual pone a disposición de su clientela shows y entretenimiento, complementado con

deliciosos platos afrodisíacos preparados con productos propios del Ecuador. También realiza eventos periódicos para parejas, tales como: presentaciones teatrales, monólogos, shows en vivo, etc. Este restaurante va a estar ubicado en el norte de la ciudad de Quito y está dirigido a un target medio-alto, el perfil del cliente con detalle se describe en el capítulo 3. Este cliente busca tener nuevas experiencias en el ámbito gastronómico, físico y espiritual.

2.8. Análisis FODA



2.9. Ventaja Competitiva

Para poder realizar un análisis más específico y determinar la ventaja competitiva de KUYAY, se ha aplicado una matriz en base al análisis FODA las 4P's del Marketing MIX. La cual se basa en un análisis comparativo con tres de los principales competidores, los cuales son: Restaurante El Cañón por ser el único que presenta un show tipo afrodisíaco una vez al año, el patio de comidas del Quicentro Shopping por la cercanía a la ubicación del local de KUYAY, y el restaurante Psari que presenta un menú en base a mariscos, es de tipo gourmet y tiene cercanía al local.

Tabla 6. Matriz de análisis de competitividad mediante FODA

4 P'S	Restaurante el "Cañón"	Patio de comidas del Quicentro Shopping	Restaurante Psari	Restaurante Kuyay	Conclusión
PRECIO					
Costo de venta al público	D	F	D	D	Característica común negativa
Pago con tarjeta de crédito	F	F	F	F	Carácterística común positiva
PLAZA					
Capacidad local	F	F	D	D	Característica común negativa
Ambiente y decoración (temática)	D	D	D	F	Factor diferenciador
Comodidad	F	D	F	F	Carácterística común positiva
Parqueadero	D	F	D	D	Característica común negativa
PRODUCTO					
Shows temáticos	D	D	D	F	Factor diferenciador
Servicio más tiempo en el mercado (experiencia)	F	F	F	D	Amenaza
Variedad del Menú	F	F	F	F	Carácterística común positiva
Horarios de atención extendido	D	D	D	F	Factor diferenciador
Rapidez en el servicio	D	F	D	D	Característica común negativa
Temática afrodisíaca	D	D	D	F	Factor diferenciador
Manejo de buenas prácticas para restaurantes	D	D	D	D	Oportunidad
PROMOCIÓN					
Uso de redes sociales	F	F	F	F	Característica común positiva
Página Web	F	D	F	F	Característica común positiva
Estrategia de marketing on line	D	D	D	F	Factor diferenciador
Promoción días especiales	F	D	D	F	Característica común positiva

Tomado de la cátedra dictada por el Msc. Wilson Mariño, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar (2012).

Nota explicativa 1: Las letras: F significa fortaleza y D significa debilidad

Nota explicativa 2: El análisis se hace en base a 3 competidores directos o los más fuertes. Las posibles conclusiones obtenidas son: si uno o todos mis competidores tiene la misma variable como fortaleza, el resultado es una característica común positiva. Si uno o dos de mis competidores tiene la variable como debilidad es una característica común negativa. Pero si todos tenemos como debilidad es una oportunidad para mi negocio, ya que detectado el problema se cambiar esta situación. Si todos mis competidores tienen como fortaleza y solo para mi es una debilidad se conveniente en una amenaza. Finalmente, si solo mi negocio tiene como fortaleza es mi Ventaja Competitiva, el factor que hace la diferencia sobre los demás.

De acuerdo a los resultados obtenidos KUYAY tiene una la ventaja competitiva de diferenciación, ya que frente a sus competidores posee características distintivas con mayor calidad, servicios de valor agregado, un producto más atractivo a pesar de un valor monetario inusualmente elevado (Thompson, Strckland, Gamble, 2007, p. 6). En conclusión el producto y/o servicio que se desea ofertar se distingue de los demás por:

- La temática es constante y cada semana se realizarán eventos y shows diferentes, por ejemplo: se tendrá shows de aerografía o también llamado *bodypainting*, pasarela en ropa interior o trajes de baño, monólogos o recitales de poesía erótica, presentaciones teatrales, show de *pole dance*, entre las más importantes.
- El horario de atención del restaurante permite brindar los servicios de alimentos y bebidas tipo gourmet hasta la madrugada.
- Se aplicará una estrategia de *marketing on line* de forma diferente a las que tienen los restaurantes en comparación.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE MERCADO

3.1. Objetivo del Estudio de Mercado

- Realizar un breve análisis macro y micro económico del país y la ciudad para determinar si es un lugar apto para la creación de un restaurante de este tipo.
- Analizar la oferta y de manada actual en la ciudad de Quito.
- Aplicar un estudio de mercado para identificar el segmento objetivo.
- Analizar proveedores
- Definir el producto o servicio de acuerdo a la idea de negocio.
- Establecer estrategias de comercialización, identificando cuales son los canales de distribución más adecuados para este tipo de negocio.

3.2. Metodología utilizada

3.2.1. Fuentes Primarias

Para recolectar información acerca de los gustos y preferencias del *target* al que se enfoca el restaurante, se aplicaron encuestas mediante un cuestionario previamente elaborado, el que se basaba en preguntas cerradas es decir respuestas de si o no, y de opción múltiple. Lo que hizo más fácil evaluar los resultados y tabularlos.

3.2.2. Fuentes Secundarias:

Para conocer la acogida, rentabilidad y éxito de los restaurantes afrodisíacos a nivel mundial se realizó una investigación a otros establecimientos de la misma denominación, a través de sus páginas web. Se pudo conocer las diferentes formas que tienen estos negocios para llamar la atención y atraer a los clientes hacia su producto, también se utilizaron algunos libros para analizar ciertos temas y facilitar la comprensión de algunos términos.

3.3. Breve Análisis Macro y Micro Económico del país.

A continuación se mostrará brevemente como se encuentra el Ecuador en cuanto a su producción y desarrollo como elemento importante que influye sobre las acciones de *Kuyay* como empresa y cómo lo afectará en el futuro, nos enfocaremos principalmente en el escenario económico.

A pesar de que no existen cifras oficiales del porcentaje del Producto Interno Bruto en el 2014, al cierre del 2013 la tasa de crecimiento de la economía ecuatoriana se definió como satisfactoria, por estos resultados el Presidente ecuatoriano proyectó que el PIB para el 2014 fluctuará entre el 4% y 5.1%. Una institución que también aporta con una proyección al crecimiento de la economía del Ecuador es el FMI, el cual nos informa que la inflación aproximada que tendrá el país para el 2014 podrá llegar al 3.2%, por otro lado la CEPAL en su reporte anual que entrega de las economías de América Latina y el Caribe, pronostica que Ecuador estará en 4to lugar en cuanto al crecimiento regional. (El Financiero, 2014. Crecimiento del PIB).

Quito se está transformando en un destino de negocios, es decir que se está volviendo un lugar donde se cierran tratos comerciales, se abren empresas, se planea inversiones, entre otras, por esto gran parte de la tributación nacional se concentra en la ciudad de Quito. Conjugando la cultura y tradiciones con la economía tenemos como resultado el turismo una actividad muy importante en el país. Aquí se están desarrollando eventos sociales, que hoy por hoy están en auge tales como conciertos, ferias, exposiciones, eventos religiosos, de belleza, de tecnología, deportivos, entre otros. Existen pequeñas empresas alimenticias, textiles y agropecuarias las cuales aportan al desarrollo económico de la ciudad y crecen cada vez más, por lo cual, el abrir un negocio de este tipo en la ciudad de Quito tiene validez.

3.4. Análisis de la demanda

De acuerdo al contexto socio- cultural, la ciudad de Quito se caracteriza por poseer habitantes multi étnicos, con personas trabajadoras, colaboradoras, cálidas, y devotas –en su mayoría, al catolicismo. Esta diversidad de personas se está dejando llevar por lo que está a la moda y lo que es vanguardista. Haciendo un análisis de apertura o de tolerancia cultural y organizamos la muestra por edades, todavía existe en Quito un pequeño grupo de personas de la tercera edad, que no son muy abiertas a los cambios ya experimentar cosas nuevas, como lo señalan en la revista virtual quiteña “Historias del Ojo” donde en uno de sus reportajes urbanos caracterizan a las personas de Quito de la siguiente manera: “...somos los quiteños curuchupas, lo somos, pero ya no tanto como antes, nuevas generaciones, nuevos espejos...” (Nuñez, T. s/f).

Existe un fenómeno contemporáneo donde la mayoría de quiteños y ecuatorianos en general empiezan a valorar el producto nacional y a consumirlo, siendo una de las expresiones culturales de los alimentos y de la gastronomía, que todos los quiteños disfrutan y comparten muy orgullosos de sus tradiciones a los visitantes extranjeros y a cualquiera que esté interesado.

Para corroborar este análisis se realizó una investigación en la página de “Emprende Ecuador” donde facilitan todos los datos para la creación de un negocio, ingresando ciertos parámetros como: indicar la provincia y la ciudad en donde se va a ubicar la empresa, la actividad económica que se va a realizar, cuantos empleados va a tener el negocio y datos personales de el creador como edad, nivel de educación, entre las más importantes. Al ingresar todos estos parámetros se presentó un escenario más claro del posible consumidor así como de la competencia, como se puede ver para la ciudad de Quito los posibles clientes para un restaurante son 113. 204 personas. (Ver Anexo I).

Un factor muy importante y de influencia que hay que destacar es la presencia del gobierno central, provincial y municipal el cual ha inducido a que gran parte

de las actividades culturales del país se desarrollen en la capital. Así mismo, este fenómeno ha generado que una importante proporción de los trabajadores quiteños estén relacionados con el sector público. Gracias a ello, se establece una clase media sólida, que es el motor fundamental del consumo de los hogares capitalinos. (Diario Hoy, 2009).

3.4.1 Población objetivo

Como información muy importante para el restaurante se realizaron 400 encuestas a personas entre hombres y mujeres en diferentes entidades públicas y privadas del sector centro-norte de la ciudad de Quito entre ellas están: Fiscalía General del Estado, Empresa Eléctrica Quito, Banco Central del Ecuador, Procuraduría General del Estado y Banco del Pacífico. De los cuales se obtuvo como resultado que el target a enfocarse tendría una edad de entre 28 a 53 años de un status medio-alto o alto que acudan a lugares del norte de Quito a consumir alimentos o a obtener nuevas experiencias en alimentos y bebidas.

Los resultados arrojaron que estas personas suelen salir muy seguido con sus parejas a distraerse y no consideran a la sexualidad como un tabú, es decir, están abiertos a probar nuevas experiencias, la idea de visitar y consumir en un restaurante afrodisíaco le es atractiva, las razones por las cuales ir a un restaurante afrodisíaco motiva a la gente ya que puede ser como regalo de aniversario, San Valentín, un cumpleaños, entre otras, entre las perspectivas que posee el target del restaurante están los shows y presentaciones artísticas que se van a realizar al igual de la calidad de producto que van a recibir, si el restaurante cumplió con las expectativas de los clientes ellos están 100% seguros de recomendar a otras personas el ir nuevamente y consumir en "Kuyay", los clientes están dispuestos a gastar de entre \$35 a \$45 dólares por todos los servicios del restaurante incluyendo las presentaciones artísticas en vivo.

Por último los aspectos que la gente tomaría en cuenta para regresar y recomendar al restaurante son: la limpieza de las instalaciones y el menaje, relación de precio-calidad, variedad del menú, éstas entre las más importantes.

Según el INEC en los últimos resultados (del VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado el 28 de Noviembre del 2010) entregados al Municipio Metropolitano de Quito. La población quiteña es de 2'239.199 habitantes.

La población económicamente activa (PEA) en Quito es mayoritariamente hombre. Se va a enfocar en una población urbana donde la PEA (población económicamente activa) en Quito de 15 años a más es de 774.535 es decir es el 34.58% del total de población. Teniendo como resultado 450.302 es decir 20.11% que son personas de 20 años en adelante serían nuestros posibles clientes, dependiendo de gustos e intereses, un buen porcentaje de estas personas serían los comensales de "Kuyay" restaurante afrodisiaco. (INEC, 2010). (Ver Anexo D).

3.4.2 Cálculo de la muestra.

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

Tomado de: Dep. de Matemáticas UDLA 2013

Dónde:

- n = la muestra (población determinada a utilizar)
- E = % de error, se establecerá en 5% o también 0,05
- N = Población total o universo de estudio es decir 450.302 personas

Cálculo:

$$\begin{aligned} n &= \frac{450.302}{(0.05)^2 \times (450.302 - 1) + 1} \\ n &= \frac{450.302}{0.0025 \times (450.301) + 1} \\ n &= \frac{450.302}{1125.7525 + 1} \\ n &= \frac{450.302}{1126.7525} = 399.64 \approx 400 \end{aligned}$$

Basándonos en la fórmula para calcular la muestra se deben realizar 400 encuesta

3.4.3. Matriz de la encuesta

Tabla 7. Matriz de la encuesta para conocer el target

Objetivo	Comprobar la aceptación y señalarlos servicios y necesidades principales para los clientes											
Variables	Información general	Conocimiento general			Precio	Razones de consumo	Preferencias					
Criterio	Edad	Frecuencia	Tema específico	Consumo			Fidelización	Servicio	Temática			
Preguntas	¿Cuál es la fecha de su cumpleaños?	¿Con qué frecuencia sale con su pareja?(solo los dos)	¿Considera a la sexualidad, pasión y erotismo un tabú?	¿Le gustaría visitar un restaurante afrodisíaco?	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios que brinda un restaurante afrodisíaco?(alimentos, bebidas, shows en vivo, etc).	Escoja las razones por las que llevaría a su pareja a un restuarante afrodisiaco (múltiples respuestas)	¿Qué es lo que más le llamaría la atención del restaurante afrodisiaco?	¿Regresaría o recomendaría este restaurante si su experiencia en el cumplió y traspasó sus expectativas?	Enumere según su criterio los aspectos más importantes que Ud. toma en cuenta cuando va a un restaurante, siendo 1 el más importante y 8 el menos importante.	¿Cómo se sentiría en un ambiente que solo tenga que ver con el amor, el romance, la pasión y la sexualidad?		
Respuestas	Múltiples respuestas	Muy frecuente	Positiva	Si	35 - 45 USD	Aniversario	Decoración y ambiente	Si	Limpieza de instalaciones y menaje	Muy bien		
Poco frecuente		Negativo			No	66 - 75 USD	Nueva experiencia		Higiene y calidad	No	Porción, temperatura y sabor de los alimentos	Bien
											56 - 65 USD	Cena Romántica
Nada frecuente		Negativo			No	75 en adelante	Curiosidad		Otras	Otras	Precios de los productos	Mal
			46 - 55 USD	San Valentín				Actividades que se ofrecerá (shows.			Variedad en el menú	
								Amplitud y privacidad del local	Muy mal			
								Parqueadero, baños, lobby y servicios				
								Seguridad, experiencia				

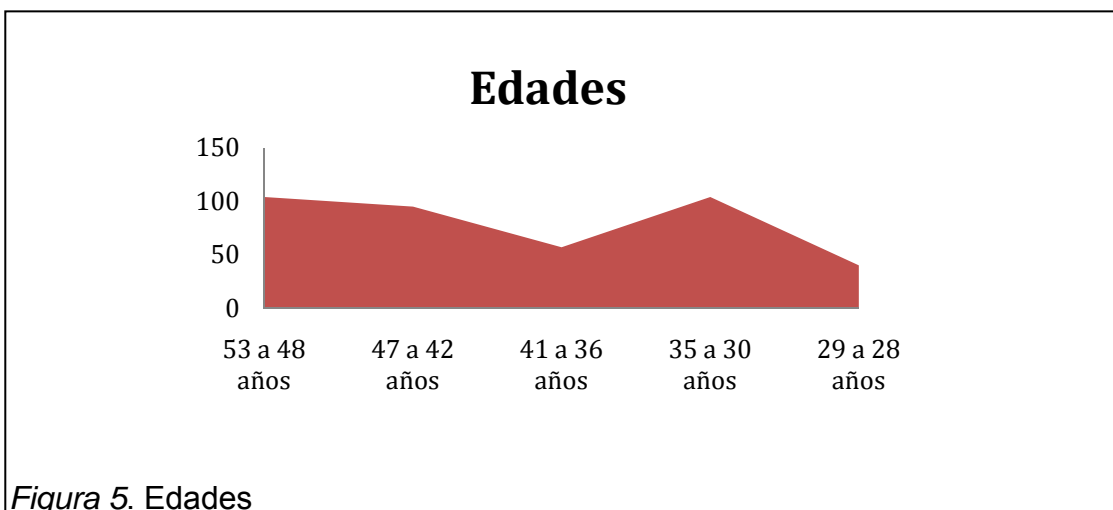
Pregunta N° 1 ¿Cuál es la fecha de su cumpleaños?

Tabla 8. Años de nacimiento de encuestados

Años de nacimiento	Frecuencia	Porcentaje
1963	16	4%
1980	32	8%
1979	16	4%
1965	8	2%
1971	40	10%
1973	16	4%
1981	8	2%
1982	32	8%
1968	32	8%
1966	8	2%
1978	16	4%
1986	40	10%
1964	16	4%
1969	8	2%
1977	8	2%
1961	48	12%
1970	8	2%
1972	8	2%
1975	8	2%
1962	8	2%
1974	8	2%
1978	8	2%
1967	8	2%

Tabla 9. Rango de edades por años

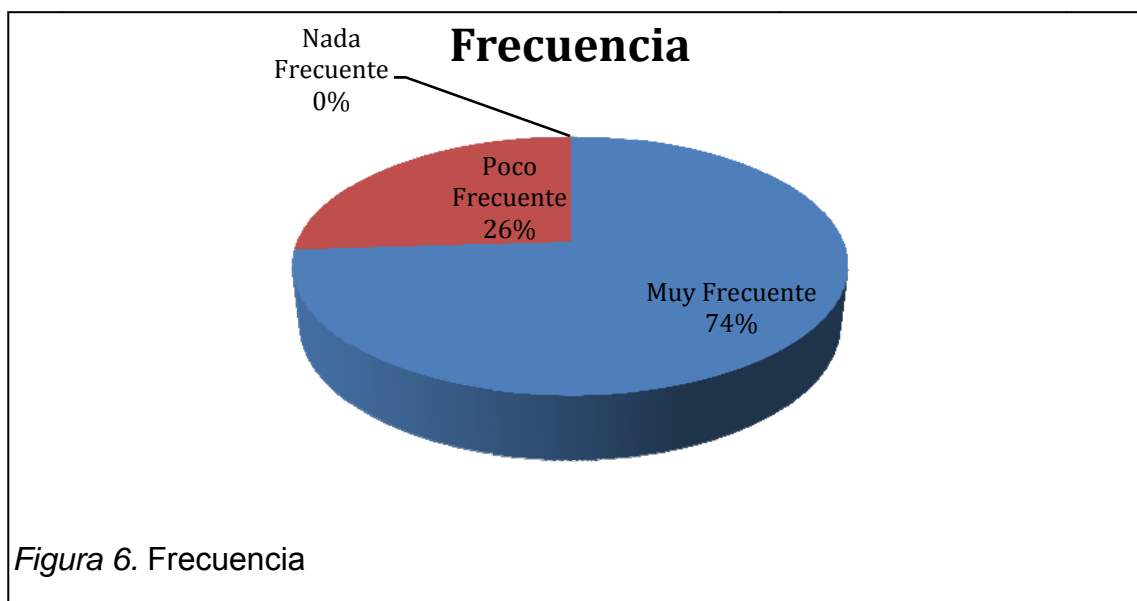
Rango de edades		
1961- 1966	53 a 48 años	104
1967- 1972	47 a 42 años	95
1973-1978	41 a 36 años	57
1979- 1984	35 a 30 años	104
1985-1990	29 a 28 años	40



Las edades más altas en cuanto a porcentaje va desde 1961 con el 12% a 1986 con el 10% estas edades son 28 a 53 años, estas personas representarían nuestro target de mercado.

Pregunta N° 2 ¿Con qué frecuencia sale con su pareja? (solo los dos)**Tabla 10. Frecuencia**

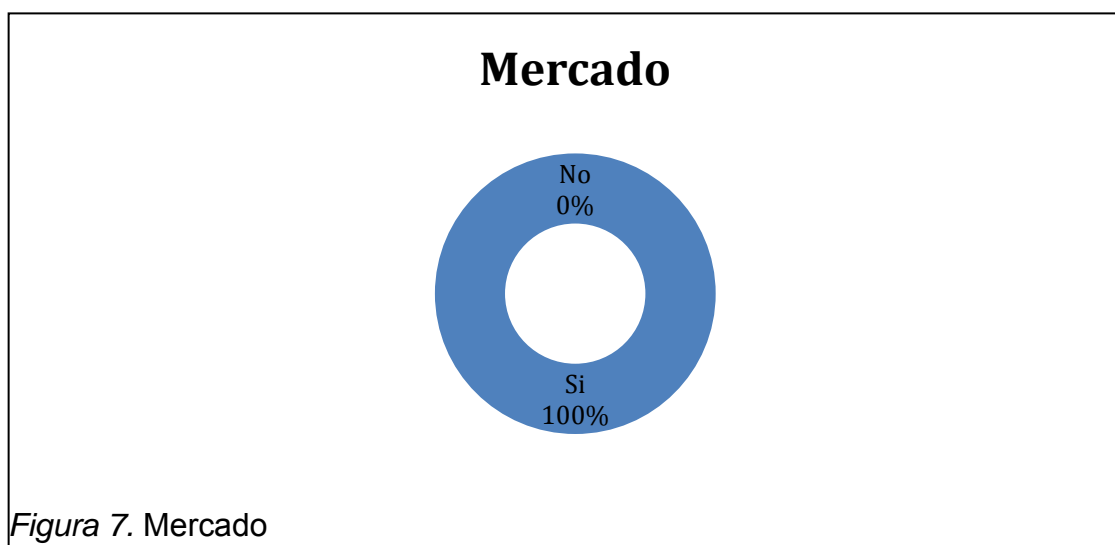
Muy Frecuente	Poco Frecuente	Nada Frecuente
296	104	0



Las parejas suelen salir muy frecuente a disfrutar de nuevos lugares, más del 70% de las personas pueden pertenecer al target del restaurante.

Pregunta N° 3 ¿Considera a la sexualidad, pasión y erotismo un tabú?**Tabla 11. Aceptación del tema**

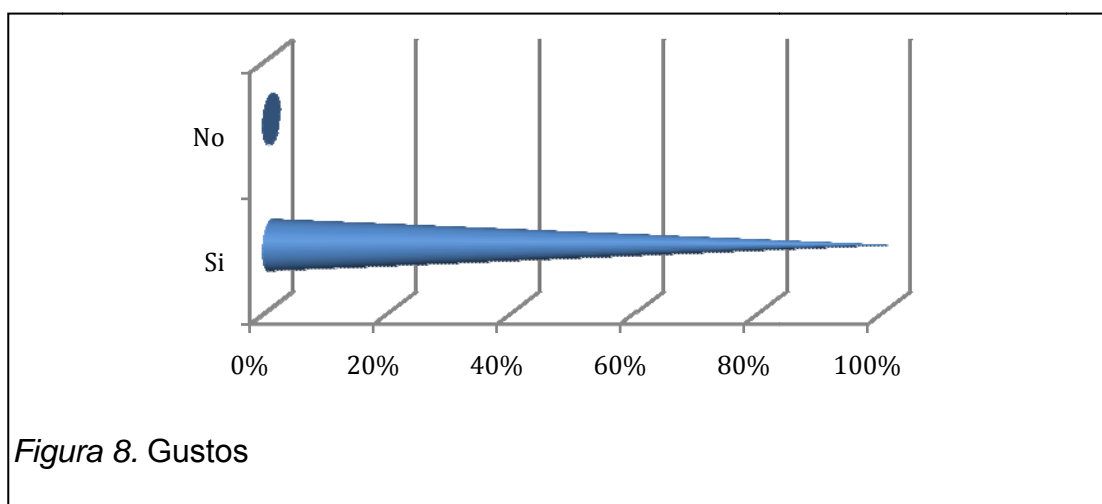
Si	No
0%	100%
0	400



Todas las personas encuestadas consideran que la sexualidad y el erotismo no es un tabú, este tema pertenece a la vida de todas las personas y cómo podemos ver la encuesta se dirigió a personas con criterio.

Pregunta N° 4 ¿Le gustaría visitar un restaurante temático afrodisíaco?**Tabla 12. Gustos sobre restaurante**

Si	No
100%	0%
400	0

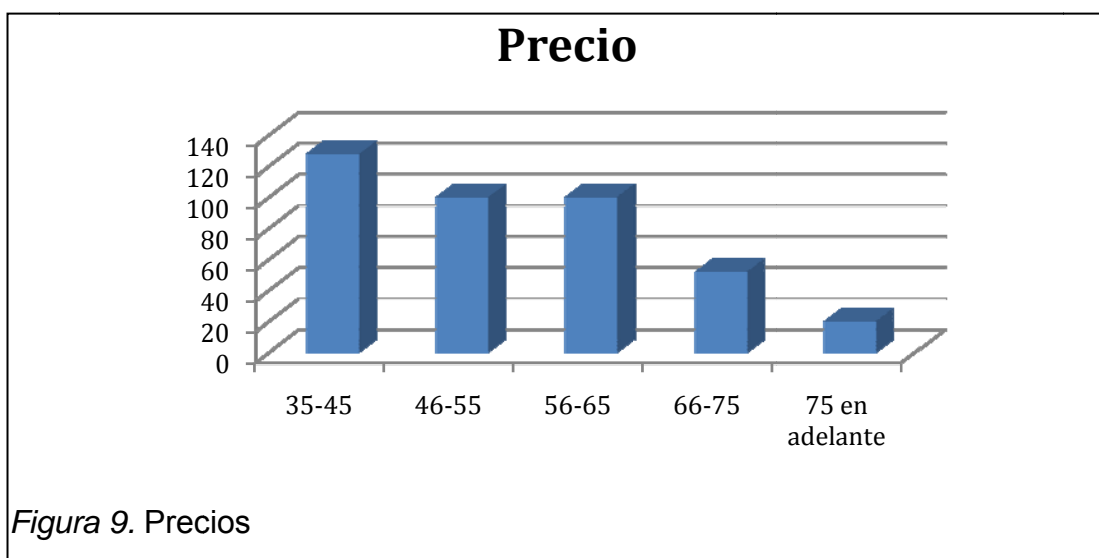


Todas las personas encuestadas están dispuestas a visitar y apreciar una nueva experiencia en un restaurante afrodisíaco, ya que no han ido a un restaurante con estas características.

Pregunta N° 5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios que brinda un restaurante afrodisíaco? (alimentos, bebidas, cocteles, shows en vivo).

Tabla 13. Precio

Preci	Porcentaje	Frecuencia
35-45	32%	128
46-55	25%	100
56-65	25%	100
66-75	13%	52
75 en adelante	5%	20
Total	100%	400

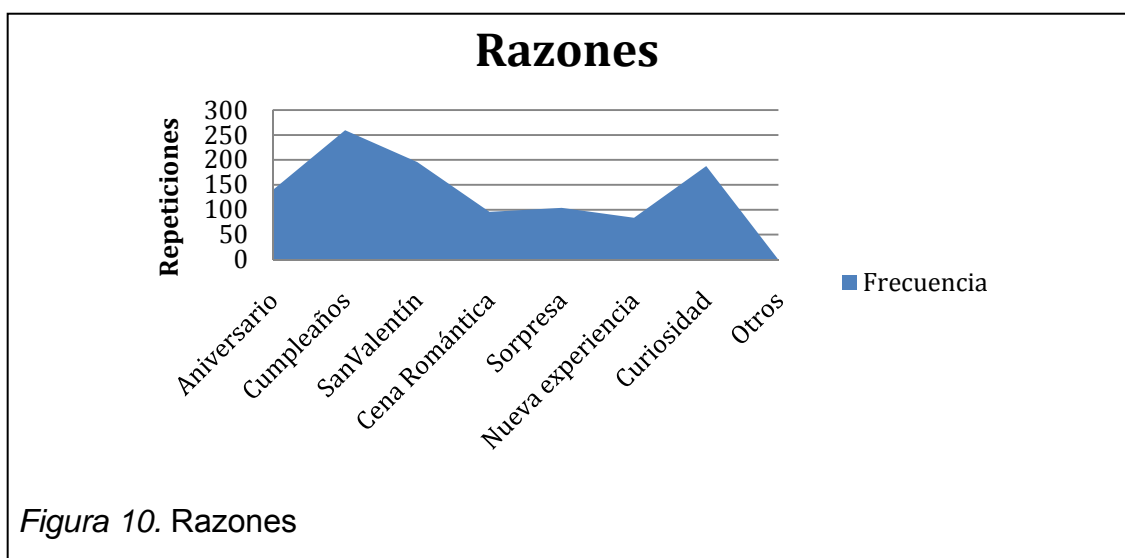


El 32% que corresponde a la mayoría de personas encuestadas están dispuestas a pagar entre 35 a 45 USD por el consumo de todos los servicios del restaurante, sin dejar a un lado que el 50% está dispuesto a pagar hasta \$65 por lo mismo.

Pregunta N° 6 Escoja las razones por las que Ud. Lleva a su pareja a un restaurante de cierta categoría(respuestas múltiples)

Tabla 14. Razones

Razones	Porcentaje	Frecuencia
Aniversario	35%	140
Cumpleaños	65%	260
San Valentín	49%	196
Cena	24%	96
Sorpresa	26%	104
Nueva experiencia	21%	84
Curiosidad	47%	188
Otros	0%	0

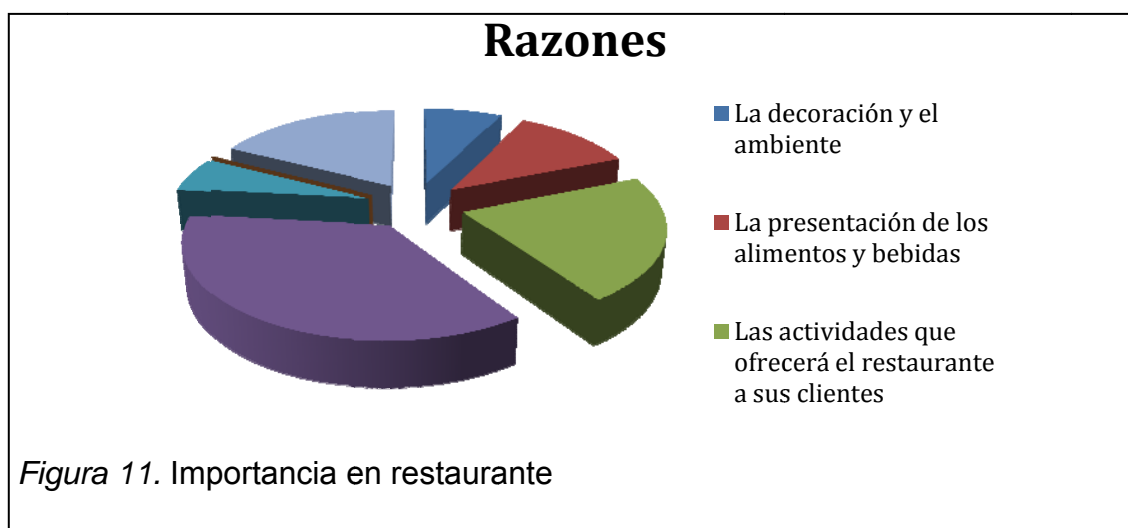


Entre las razones más importantes por las cuales las personas encuestadas y sus parejas van a restaurantes de categoría están: por cumpleaños de sus parejas, San Valentín y por curiosidad.

Pregunta N° 7 ¿Qué es lo que considera que más llamaría la atención de un restaurante afrodisíaco? (respuestas múltiples)

Tabla 15. Preferencias en restaurante afrodisíaco

Razones	Porcentaje	Frecuencia
La decoración y el ambiente	9%	36
La presentación de los alimentos y bebidas	14%	56
Las actividades que ofrecerá el restaurante a sus clientes	26%	104
La entrega en el servicio	44%	176
La higiene y la calidad	7%	28
Otras	0%	0
Total	100%	85

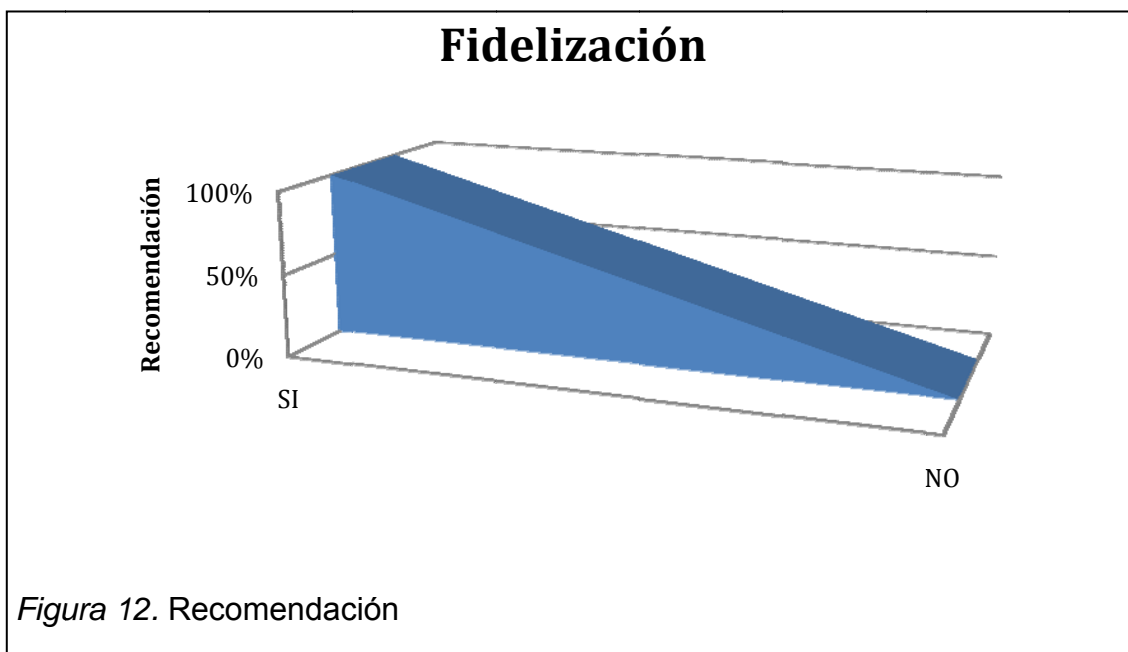


Lo que más le llamaría la atención al target sería la excelente entrega en el servicio, junto con las actividades que ofrecerá el restaurante ya que la gente tiene mucha expectativa de los shows en vivo mientras come.

Pregunta N° 8 ¿Suele recomendar a los restaurantes en los que tuvo una buena experiencia?

Tabla 16. Recomendaciones

SI	NO
100%	0%

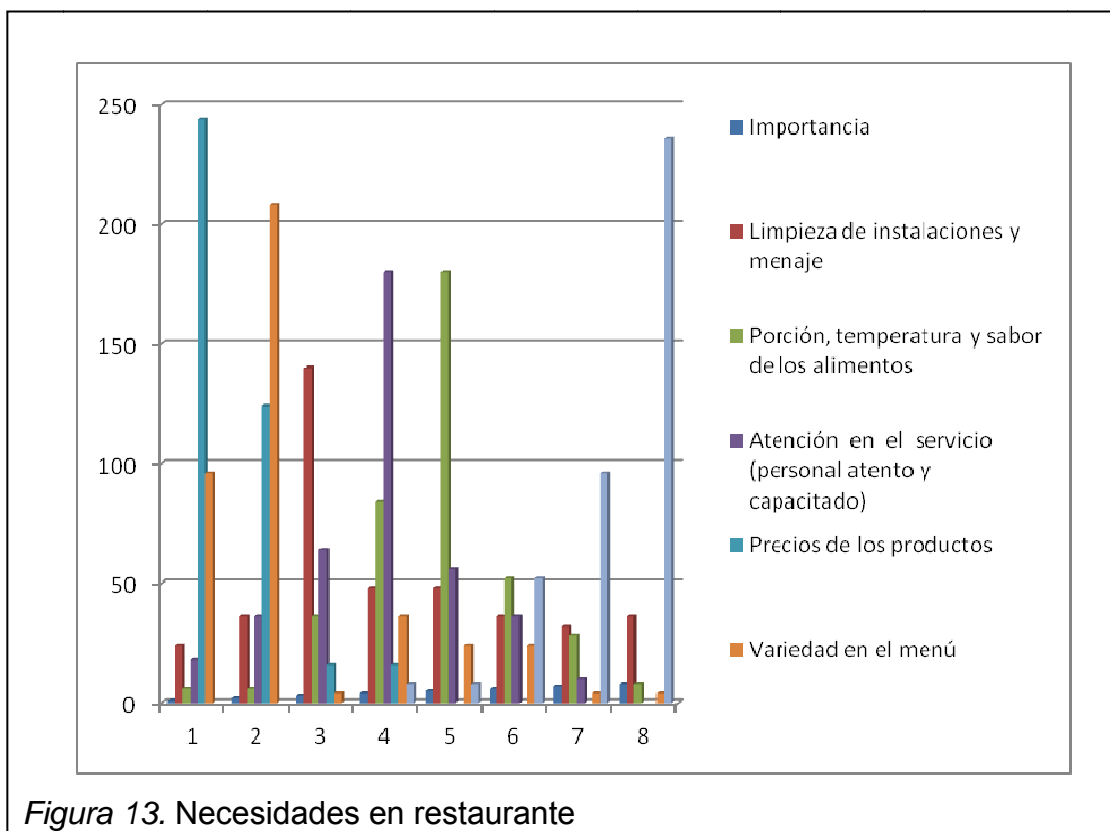


Definitivamente si los clientes tuvieran una excelente experiencia en el restaurante ellos lo recomendarían y volverían a utilizar los servicios de alimentos y bebidas.

Pregunta N°9 Enumere según su criterio los aspectos más importantes que Ud. toma en cuenta cuando va a un restaurante, siendo 1 el más importante y 8 el menos importante.

Tabla 17. Aspectos importantes en restaurante

Importancia	1	2	3	4	5	6	7	8
Limpieza de instalaciones y menaje	24	36	140	48	48	36	32	36
Porción, temperatura y sabor de los alimentos	6	6	36	84	180	52	28	8
Atención en el servicio (personal atento y capacitado)	18	36	64	180	56	36	10	
Precios de los productos	244	124	16	16				
Variedad en el menú	96	208	4	36	24	24	4	4
Seguridad, experiencia				8	8	52	96	236

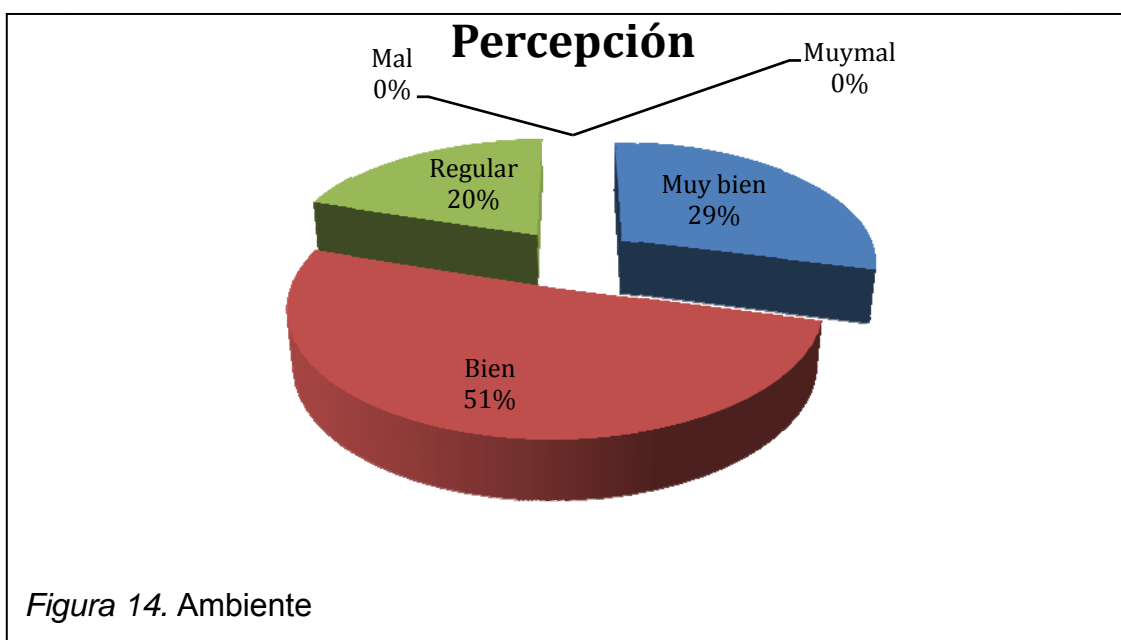


Entre los aspectos que el target considera más importantes a la hora de ir a un restaurante está el precio del producto el cual debe tener una relación precio-calidad, variedad de alimentos en el menú y la atención en el servicio.

Pregunta N° 10 .¿Cómo se sentiría en un ambiente que solo tenga que ver con el amor, el romance, la pasión y la sexualidad?

Tabla 18. Ambiente

Escala	Porcentajes	Frecuencia
Muy bien	34%	136
Bien	60%	240
Regular	6%	24
Mal	0%	0
Muy mal	0%	0
Total	100%	400



Como podemos ver en las encuestas, podemos darnos cuenta que en el ambiente del restaurante afrodisíaco las personas se sentirían bien, cómodas.

3.4.4. Perfil del cliente

Para conocer el interés de las personas quiteñas sobre un restaurante afrodisíaco se aplicó de acuerdo a la muestra, una encuesta a 400 personas quiteñas de edades entre 28 y 53 años que laboren en el sector centro-norte de

la ciudad de Quito en distintas instituciones públicas y privadas, que sean casados o tengan una pareja, que suelen salir a comer por ocasiones especiales como cumpleaños, aniversarios, entre sus gustos y preferencias la atraiga la calidad de la comida y la bebida, que tengan un criterio formado, que sean personas de mente abierta y estén dispuestos a tener nuevas experiencias gastronómicas y entienda la relación precio – calidad.

3.5. Análisis de la Oferta

3.5.1 Identificación de la oferta actual.

Ahora enfocándonos en nuestros competidores, el MINTUR registra 244 establecimientos de “Primera” (esta categorización es de acuerdo a criterios del MINTUR) en la provincia de Pichincha en el 2008, esta información está solamente actualizada hasta el 2010, con tan solo 271 registros de restaurantes, es decir que aumentaron 27 restaurantes más en 2 años.

De los 271 restaurantes considerados como de Primera 217 de ellos se encuentran al norte de la ciudad de Quito y de 5 a 10 metros a la redonda solo encontramos a 20 de ellos, siendo estos competidores indirectos de “Kuyay” pero entre estos no existe un restaurante afrodisiaco registrado; hay establecimientos que ofrecen mariscos, carnes y otros productos considerados como afrodisiacos pero en estos establecimientos no se explotan ni maximizan sus propiedades fisiológicas, ni hacen conocer de su valor afrodisiaco a sus comensales. (MINTUR, 2010. Catástro Restaurantes).

3.6. Proveedores

En cuanto a los proveedores de materias primas, todos serán productores del país ya que el menú se caracteriza por ser 100% ecuatoriano. Se los escogerá por la calidad del producto, la cantidad, el precio, la puntualidad en sus entregas, las promociones que ofrezcan. Además se analizará facilidades para pagos y tiempo de crédito. Se tendrá un solo proveedor por producto y dos de reserva en caso de emergencia, esto se lo hizo por un tema de

desabastecimiento, veda de los alimentos marinos o cambios de precio. Tendrán un horario de entrega de producto el cual no interrumpa otras actividades del restaurante el cual será el día Martes a las 10:00, lo que se busca es que no cause molestias a los habitantes ni a las personas que se encuentren cerca del negocio, por lo cual el acceso es por la calle secundaria.

Haciendo un análisis respecto a los proveedores que se encuentran fuera de la ciudad de Quito, se escogieron a estos de acuerdo a una comparación de precios realizada, a continuación se señalan a los más opcionados los siguientes:

Tabla 19. Descripción de los proveedores fuera de la ciudad de Quito

Proveedor	Producto	Localización	Número
Jose Luis Suarez	Pulpo, mejillones	Manta	Celular 0999617205
Carlos Tejada	Bacalao	San Cristóbal	Celular 0992564044
Pedro Álvarez	Guaytambos o durazos	Ambato	Celular 0984764929
Alicia Chiluisa	Chillangua	Quinindé	Celular 0992933703
Kleber Maldonado	Otros mariscos	Quevedo	Celular 0997922896

Para el resto de productos es factible utilizar al Supermaxi o Megamaxi como el proveedor principal, se tiene uno muy cerca ubicado en la Av. 6 de Diciembre, adicional un proveedor grande como PRONACA. Finalmente, se ha tomado en cuenta principalmente en especerías el hacer las compras en el Mercado de Ñaquito el cual se encuentra cerca del local y tiene precios convenientes.

3.7. Definición del producto o servicio

3.7.1. Tipos de alimentos

El Menú del restaurante “*Kuyay*” se elaborará con productos netamente ecuatorianos, la diferencia es que estos alimentos poseen propiedades afrodisiacas, las cuales se dará a conocer a los clientes sobre los beneficios que brindan. Entre los productos se encuentran mariscos como camarones, almejas, mejillones, pulpo, langosta, entre las más importantes a ofrecer.

Tenemos también productos producidos en la tierra como las cebollas rojas ,las moras de Tisaleo, entre las que se destacan. El menú cuenta son 5 servicios que son: entradas, sopas, platos fuertes, postres, bebidas con y sin alcohol, entre estos consta los platos y bebidas de la casa, la carta posee nombres sugestivos a la temática afrodisiaca que tiene el restaurante. El menú irá variando de acuerdo a la aceptación, necesidad, requerimiento de los clientes y disponibilidad del producto.

Para considerar que un alimento tiene propiedades afrodisíacas debemos saber que este debe poseer sustancias que promuevan o influyan a que se dé una actividad sexual, aparte de esto, un afrodisiaco es un estimulante a los sentidos ya que de ellos dependen que la libido aumente. Así por ejemplo tenemos que estos alimentos deben ser ricos en fósforo, ya que ayuda a la producción de las hormonas sexuales. El consumo recomendado de fósforo al día es de 700 mg en adultos y entre los alimentos con gran cantidad de fósforo tenemos: a la sardina, el queso, el chocolate, huevos(sobre todo la yema), yogurt y carnes (Vitónica,2013.Alimentos ricos en fósforo).

Alimentos con vitaminas como el complejo B aumentan la energía en las personas y así son mucho más activas en las relaciones sexuales, se tiene a la vitamina B2 la cual interviene en la transformación de los alimentos en energía tal como los cereales, lácteos y vegetales verdes. La vitamina B3 que interviene en el crecimiento y mejora el sistema circulatorio en este grupo se encuentran alimentos como carnes, hígado y legumbres, vitamina B6 ayuda al sistema inmune y participa en la formación de la vitamina B3 entre los alimentos con estas facultades están el atún, las papas, bananas y garbanzos. Biotina (b8)se encarga de la formación y obtención de energía a partir de la glucosa en este grupo se encuentra por ejemplo el maní, el chocolate, los huevos y el hígado (Zonadiet.com, 2012. Complejo B y beneficios), la falta de zinc quita a las personas el deseo y también disminuye el sentido del gusto.

Lo que no deben tenerlos platos afrodisíacos es un exceso de grasas ya que esto lleva a un metabolismo lento además que desgasta a la persona física y mentalmente.

La vitamina E beneficia a nuestras células en la regeneración y juega un papel importante en el desempeño del organismo al igual que en el de la sexualidad ya que incrementa la producción hormonal, entre los alimentos en los que se encuentra están: frutos secos, huevos, lechuga y coliflor. (Codeco Nutrilife, S/F) De acuerdo a esto entre los productos afrodisiacos que podemos encontrar en el Ecuador están: chocolate, aguacate, plátano, huevos, clavo de olor, higos, pimientos, cebollas, coco, champiñones, canela, fresas, miel, conchas langosta, langostinos, ostras, piña, albaricoque, durazno, papaya, pera, ajo, manzanas, almejas, cangrejos, anís estrella, apio, aceites vegetales, almendras, trigo, pan integral, verduras de hojas verdes, zanahoria. Además de aves y carnes entre el que destaca el hígado, sobre todo el aceite del bacalao, el cual es rico en vitaminas y lo posiciona en uno de los primeros lugares como afrodisíaco, las vísceras poseen gran porcentaje de vitaminas y minerales, también los mariscos y los pescados tenemos a las ostras las cuales deben comerse crudas por lo que estos alimentos son ricos en fósforo. Otro ejemplo de alimentos ricos en fósforo son los ostiones, mejillones, la trucha, tilapia, carpa plateada, entre otros.

El ginseng cambio fue utilizado en China como remedio para potenciar la longevidad y el vigor sexual, es conocido por sus cualidades de sedante y estimulante. Los chinos y coreanos lo toman en infusión 15 minutos antes de comenzar el juego erótico y es recomendada en casos de trastornos eyaculatorios, se lo debe tomar en gotas o cápsulas de 100 a 200 mg. No es indicado tomar en caso de hipertensión arterial y perturbaciones hepáticas severas (TN Relaciones, 2013.El Ginseng)

La ginkobilova, árbol originario de China, estimula al cuerpo provocando una vaso dilatación que mejora la circulación. Es recomendada en casos de disfunciones sexuales causadas por problemas psicológicos, vasculares o a

causa del uso de antidepresivos. Actúa mejorando las erecciones y la eyaculación. Se recomienda tomar en gotas y en comprimidos de extracto seco de 60 a 80 mg por dosis y su seguimiento debe ser evaluado por un médico o naturista que controle las dosis a tomar, las personas embarazadas deben consultar. (Buena Salud, 2011). Ver (Anexo C).

3.7.2. Recreación – diversión

En cuanto a diversión para el cliente los días Viernes y Sábado se realizarán shows y presentaciones en vivo que tengan relación con la temática del restaurante, es decir, sobre la sexualidad, el amor, la pasión, entre las más importantes, por ejemplo se va a realizar demostraciones de bodypainting/Aerografía donde los clientes podrán participar en esta actividad sobre los cuerpos de las modelos, se realizarán pasarelas de ropa íntima y trajes de baño para hombre y mujer, se realizará show de pole dance y demostración de danzas eróticas, se ofrecerá presentación de actores que realizarán *sketchs* cómicos sobre las parejas, las relaciones, entre otros temas, se brindarán presentaciones de música tropical en vivo de. (Ver Anexo G)

3.7.3. Adecuación – Decoración del local

La decoración del restaurante tiene mucho que ver con la temática del negocio, como primer punto va a existir un letrero muy colorido y vistoso en la parte superior de la entrada, el acceso de los clientes al restaurante se lo realizará por una puerta grande de madera y vidrio, la decoración principal se basa en cortinas, lámparas de cristal, alfombras, cuadros y detalles que vendrían a ser parte del ornamento del restaurante, el color rojo, concho de vino y negro van a predominar en el ambiente van a existir televisiones con las novedades del restaurante y con las propiedades de los alimentos, la música de fondo va a ser muy suave pero romántica y pasional, a los baños no le faltará el toque romántico con luz no tan baja, olores deliciosos y cuadros sugestivos, la sala temática que se encuentra en la parte superior del restaurante tendrá una vista privilegiada del escenario y posee un ambiente más privado e íntimo, este fue

pensado para la realización de cumpleaños, reuniones y festividades que puedan efectuar un grupo de personas, este lugar cuenta con todos los servicios del restaurante.

3.7.4. Tecnología

Esta es una parte fundamental para el desarrollo y la evolución de la empresa, en el restaurante se va a invertir en tecnología de punta en lo que es la iluminación decorativa y funcional del local y el entretenimiento. Amplificación, sonido, y efectos especiales serán siempre una atracción en “*Kuyay*” ya que en las presentaciones artísticas que se tendrán se necesitan de estos elementos para que se realice un buen show. Se utilizará un sistema de facturación y reservas que permita controlar los inventarios de alimentos y bebidas así como las comandas a las ventas, permita guardar información de los clientes tales como número de cédula, nombres y apellidos, fecha de cumpleaños, frecuencia de visita, poder determinar platos estrella y que al final del período nos muestra gráficos con estadísticas que nos ayuden a trabajar en los balances financieros.

3.8. Análisis de Resultados

De acuerdo al resultado de las encuestas realizadas que determinó un mercado meta al cual enfocarse se puede decir que el proyecto del restaurante afrodisíaco en la ciudad de Quito tiene posibilidad de aceptación y de rentabilidad. Ya que no existe en el catastro del MINTUR un restaurante afrodisíaco en la categoría de PRIMERA.

En cuanto a la competencia, la temática que posee *Kuyay* no la tiene ningún otro establecimiento de alimentos y bebidas registrado en el catastro del MINTUR, los proveedores serán seleccionados según características antes mencionadas creando así un círculo participativo de todas las partes. Y en el macro entorno que rodea a este tipo de negocio se evidencia factibilidad en todos los componentes ya sean culturales, sociales, económicos y tecnológicos.

CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING

4.1. Desarrollo de la imagen corporativa del restaurante

La imagen corporativa es esencial en una empresa ya que forma parte de su identidad, es la cara que muestra al público y en la mayoría de negocios a sus clientes. Es fundamental poseer un análisis en la imagen corporativa ya que esto aumentará el conocimiento de la empresa al público, la empresa tendrá más reconocimiento y esto generará más confianza en los empleados. En *Kuyay* se cuidará mucho en la muestra de estos atributos y valores, ya que a largo plazo creará un lazo emocional a través de la confianza entre empresa y cliente.

4.1.1 Logo de la empresa

El logo de la empresa está formado por unos cubiertos en una posición sexual cómica de acuerdo a la temática, con la que forman el nombre del restaurante, la tipografía a utilizar para el nombre del logo fue Marguerite y para Restaurante Afrodisíaco fue helvética, posee un fondo beige con blanco para que las letras resalten.



Figura 15. Logo de *Kuyay*

Realizado por: Nathaly Egas, diseñadora

4.1.2. Slogan

La frase que va a representar al restaurante y a la temática afrodisíaca como tal sería: "Antojitos de placer", esta expresión se la promocionaría mucho en las redes sociales.

4.2. Desarrollo del Plan de Marketing

Debido a que el negocio es un restaurante, el plan de marketing va a estar enfocado al servicio y al producto que es el menú que vamos a ofrecer. Desde la perspectiva del marketing tanto bienes como servicios brindan beneficios o satisfacciones y es por esto que los elementos básicos que conforman una estrategia de marketing son los relacionados con la segmentación, el posicionamiento y la combinación de marketing, marketing mix o mezcla comercial. (Nanclares, J. 2001 p.89). Las etapas de segmentación y posicionamiento de la estrategia de marketing son básicamente las mismas tanto para los bienes como para los servicios, donde sí se presentan las diferencias es en los elementos que conforman la mezcla de marketing.

4.2. 8P's del Marketing

Dado que los servicios son intangibles, los clientes requieren de algún elemento tangible que les facilite la comprensión de la naturaleza de la experiencia de servicio. (Lovelock, C. 2009 p.32). A continuación se va a describir las 8 P's del servicio del restaurante:

Producto:

A continuación se presentará de forma más detallada el manejo de la imagen corporativa que utilizará el restaurante, explicando acerca de como se escogió el nombre y el diseño del isologotipo. Después se explicará de forma breve los niveles del producto o servicio según Kloter y como estos se alinean a la idea de negocio.

Nombre

En cuanto al nombre se ha escogido la palabra “amar” traducida al *Kichwa*, en este caso viene a ser “*Kuyay*”, se lo escogió principalmente para mantener una identidad ecuatoriana y por la temática del restaurante. (Beer, Muyolema, Aguilar, 2006)

Isologotipo

De acuerdo a la figura 14, se puede observar que el logotipo de la empresa está formado por unos cubiertos en una posición sexual cómica, con los que se forma la letra inicial K, el resto del nombre se utilizó la tipografía Marguerite. Para completar en letras más pequeñas y en minúscula se escriben las palabras “restaurante afrodisíaco” para dejar en claro el tema que se maneja en el negocio, la tipografía es helvética. Finalmente, todo se escribe en un fondo degradado entre los colores beige con blanco y las letras color concho de vino, de esta forma se resalta por completo el nombre del local.

Niveles del producto

Según el libro “El Marketing según Kotler” define al producto como un satisfactor de necesidad y deseo, según estas características va ganando valor hasta convertirse en un elemento de deseo y necesidad para los comensales. (Kotler, 2011, P.90). Cada nivel de producto es un agregado de valor que en conjunto forma el valor total que el consumidor desea de un producto o servicio.

1. Nivel básico: es la necesidad básica que posee el cliente, en este caso el consumir alimentos y las bebidas. Por lo cual el servicio de un restaurante cumple con satisfacer dicha necesidad.
2. Nivel esperado: es un conjunto de condiciones y atributos que los clientes esperan habitualmente de un producto o servicio, en el caso del restaurante una correcta manipulación de los alimentos, higiene de las instalaciones, mesas limpias, cordialidad de empleados, rapidez en entregar el pedido y la cuenta, buenos sabores y texturas de los alimentos, entre las más importantes.

3. Nivel aumentado: es decir aquel que sobrepasa las expectativas de los comensales, son beneficios que los clientes no se lo esperan, en el caso del restaurante la participación de los clientes en los shows, wi-fi gratis, entretenimiento en vivo, promociones por cumpleaños, aniversario, despedida de solteros/as, entre otras.
4. Nivel potencial: este nivel representa un conjunto de mejoras y transformaciones de los servicios que posee el restaurante. En este caso a futuro por ejemplo el restaurante puede realizar una ampliación para una mayor capacidad de comensales, también puede aplicar el servicio de *delivery* para miércoles y jueves, así se puede enviar estos platos al domicilio de los clientes, como ideas que mejorarán el servicio a futuro.

Plaza:

Esta parte se refiere a dos puntos importantes, el primero es el lugar (local) en donde se comercializarán los productos, y el segundo radica en la importancia de entender y conocer al cliente para poder elegir los canales de comercialización y distribución. Todos los esfuerzos deben conseguir llegar al cliente adecuado en el momento adecuado (Kotler et al., 2011, p. 90).

La ubicación propuesta para el restaurante es en la calle el Comercio y Av. de los Shirys esquina, se escogió este lugar porque la avenida principal tiene mucha afluencia de personas. Es una zona financiera y comercial de fácil acceso, está rodeada de restaurantes, muchos de estos han permanecido en el tiempo lo que da un buena referencia del lugar. Pero cabe señalar, que ninguno de estos locales ofrecen algo similar a lo que se plantea.

Ahora se ha considerado que la mejor forma de llegar al cliente por las nuevas tendencias en la comunicación y el uso del internet se va a utilizar una estrategia denominada *Marketing on line*, uno de los componentes será la creación de la pagina web del restaurante con toda la información de este y los eventos que se presentará. También se encontrarán los links de redes sociales como Twitter, Instagram y Facebook, en este último se creará un *fan page* el cual comparta información del restaurante, fotos y promociones. Mediante los

“likes” y visitas se podrá analizar la aceptación e interés de las personas que utilizan este medio. Para este punto se aplicará principalmente la estrategia de *Search Engine Optimization* (SEO) la cual permite optimizar el posicionamiento de una página web y las demás redes sociales. (Muñiz, s/f).

Esta estrategia es gratuita y muy efectiva si se sabe cómo manejarla. A breves rasgos la estrategia SEO radica cuando el cliente intente hacer una consulta mediante palabras claves o *tags* en un buscador como Google, la primera información que obtenga será la de KUYAY. Todo esto se logra con información comprensible y precisa por parte de la empresa manejada en este caso por el *community manager*. Este se encargará de manejar la información en medios sociales es decir publicará en *Facebook* y en *Twitter* las principales promociones y actividades, se trabajará con un *mailing* de la base de datos de los clientes y se enviará la información del restaurante. Además, se contará con Wi-Fi gratis para los comensales, así podrán publicar o postear su experiencia en el restaurante en las redes sociales. Adicionalmente, se planteará pertenecer o aliarse a páginas web que dan información relevante de restaurantes, como: restaurantes.com.ec; reco.ec/quito, o páginas donde los viajeros hacen consultas como: *Tripadvisor*, entre otras.

Precio:

En cuanto al precio de los alimentos y bebidas tiene mucho que ver con el *target* al que se enfoca, que de acuerdo al estudio de mercado realizado arrojó información acerca de la percepción de los clientes respecto al servicio ofertado. Lo ideal es llegar al que el cliente sienta que está pagando un “precio justo” al cobro razonable de un bien o servicio por sus características y satisfacción provocada a la persona que adquiere el producto. Es por esto que a continuación vamos a realizar un análisis del precio según 3 variables: Valor para el cliente (percepción), competencia directa y cubrir los costos del servicio:

- a. Valor para el cliente: se considera que la alimentación es una necesidad básica y posee una gran importancia para las personas, pero en la actualidad un restaurante no solo debe saciar esta necesidad sino que

debe cumplir expectativas y gustos por los cuales el cliente va a pagar. Para esto se va a utilizar los resultados de la encuesta realizada en la que se indica que un 32% de las personas encuestadas están en la posibilidad de pagar entre \$35-45 USD, mientras que un 50% podría pagar hasta \$65 dólares por persona para este tipo de servicio.

- b. Competencia Directa: Se escogió a dos restaurantes; uno con una temática parecida y el otro ubicado cerca de *Kuyay*, para analizar sus precios en cuanto al plato estrella y otros 2 similares a nuestro menú y se obtuvo como resultado lo siguiente:

Tabla 20. Comparación de precios con competencia

Nombre del restaurante	Plato estrella	Plato 2	Plato 3
<u>Restaurante Psari</u>	Arroz Mar Negro \$15,00	Corvina al Oporto \$16,00	Sopa de frutos rojos \$9,00
<u>Restaurante el Cañón</u>	Arroz Mediterráneo \$7,50	Corvina en salsa de mariscos con queso \$8,99	Torta de chocolate al estilo de la abuela \$3,99
<u>Kuyay</u>	Orgía de frutos del mar \$7,00	Filete sensual de pescado fresco con salsa de mejillones \$14,40	Deseo de frutos rojos enlazados con cacao \$5,50

Como se puede observar en la comparación, los precios de *Kuyay* se mantienen dentro de lo razonable para el target dirigido y se encuentra en el rango de precios de la competencia más directa.

- c. Cubrir los costos del servicio: en el análisis financiero que se explica en el capítulo VI, se aplicó un cálculo denominado el *ticket* promedio en base a 3 escenarios diferentes de consumo: en la primera opción el cliente pide: un plato de cada servicio (entrada, sopa, plato fuerte, bebida y postre) La segunda opción en cambio el cliente ordena: un plato fuerte y una bebida o a su vez 1 entrada más 1 plato fuerte. La tercera opción el cliente solicita 1 entrada más 1 plato fuerte más 1 bebida o 1 plato fuerte más 1 postre más 1 bebida. El resultado dio que el consumo promedio por persona, incluido costo fijo, más margen de utilidad e impuestos, es de \$33.57 dólares.

Promoción:

Para poder promocionar al restaurante se va hacer un buen uso de los *sistemas de la información* es decir que mediante un conjunto de elementos interrelacionados se va a encontrar la forma como se administran datos e información de forma correcta: mediante la adquisición de un software para un restaurante se podrá tener una administración adecuada de las bases de datos de clientes. (Ver Anexo J) Esta permitirá identificar: clientes frecuentes, frecuencia de visita, que platos se consumen más y número de acompañantes. De esta manera se pueden realizar promociones específicas para los comensales tales como: invitaciones gratis a un show especial, o entre los más comunes comida gratis por su cumpleaños y se podrá ingresar información en la base de datos para que en una próxima visita evitar molestias. Cabe señalar que este sistema funcionará después de tener un tiempo prudencial en el mercado. Además de esto el software ayudará para enviar la comanda tanto a cocina como a facturación y reste del inventario los productos utilizados, adicional a conocer el flujo de clientes por mesa y el tiempo de rotación, entre las más importantes.

A futuro se trabajara con una membrecía para que los clientes puedan entrar al restaurante de una forma exclusiva y tengan descuentos en empresas aliadas, también se trabajará con el marketing boca a boca ya que seguramente la experiencia que tengan los comensales la compartirán con su círculo social.

Otro factor que ayudará es el *uso de los recursos del restaurante*, esto se basa en publicar productos y promociones mediante el aprovechamiento de materiales que siempre existen en un restaurante como: las servilletas y los individuales en las mesas. Se podrá compartir con el cliente el valor nutritivo y las propiedades afrodisíacas de los ingredientes de cada plato que se ofrece, ésta como una técnica para mantener al cliente tranquilo mientras espera su pedido.

Personal:

Las personas que sean parte del staff del restaurante, deben ser gente calificada, con un don de servicio, que esté preparado para dar lo mejor de sí, es decir, deben tener experiencia, adecuarse a tener horarios rotativos, además de demostrar buena presencia y trabajar bajo presión. Deben ser profesionales proactivos, innovadores. En conclusión, que tengan un perfil inclinado al servicio. Se mantendrá al personal sumergido en la temática del restaurante, conociendo “porqué” de los alimentos que se sirven en el menú, así como de las obras de arte y demás expresiones artísticas ya que deben estar listos ante cualquier duda o pregunta del cliente. Se concederá todas las facilidades al personal para que reciban este entrenamiento. Además de mantenerlos motivados, por ejemplo en el día del cumpleaños darle una torta y carta de felicitación para que pueda llevarse a casa y compartir con sus seres queridos, al empleado del mes se le hará honores colocándolo en un cuadro de honor y teniendo en cuenta su desempeño para poder considerarlo en un puesto superior.

Procesos:

Para garantizar la entrega de la promesa ofrecida, el negocio debe poseer métodos que puedan medir la calidad del servicio o producto que se está otorgando y para esto se evalúa durante todo el proceso de servicio que en términos temporales, se realiza antes, durante y después de la venta de un producto. Esta evaluación la hace el cliente por comparación entre lo esperado y lo obtenido. De acuerdo a esto se puede aplicar 3 niveles que ayuden a conocer la calidad del producto:

1. Podemos aplicar encuestas de satisfacción a los comensales, utilizando preguntas cerradas para una fácil evaluación, además una parte para comentarios escritos los cuales puedan permitir un conocimiento de requerimientos, sugerencias o inclusive quejas de los clientes.
2. Indicador de conformidad: esta gestión la podemos realizar por medio de documentos de referencia, especificación sobre todo lo que se refiere a una relación de cliente-proveedor, la cual se la

puede valorar por su posición en el mercado y su desempeño laboral.

3. Podemos utilizar indicadores que ayuden a analizar y medir el buen desempeño, calidad y captar errores, realizar correcciones en los procesos, tales como: histogramas, checklist, Pareto, diagrama causa efecto, entre los más importantes.

A continuación se presentará un Diagrama de flujo de servicios con el cual se podrá ver las acciones a realizar en el restaurante e identificar si es que se tuviere un problema, si se desea ver el ciclo completo se lo puede analizar en el Ciclo de Procesos que se encuentra en el literal 5.2 Ciclo de Operaciones.

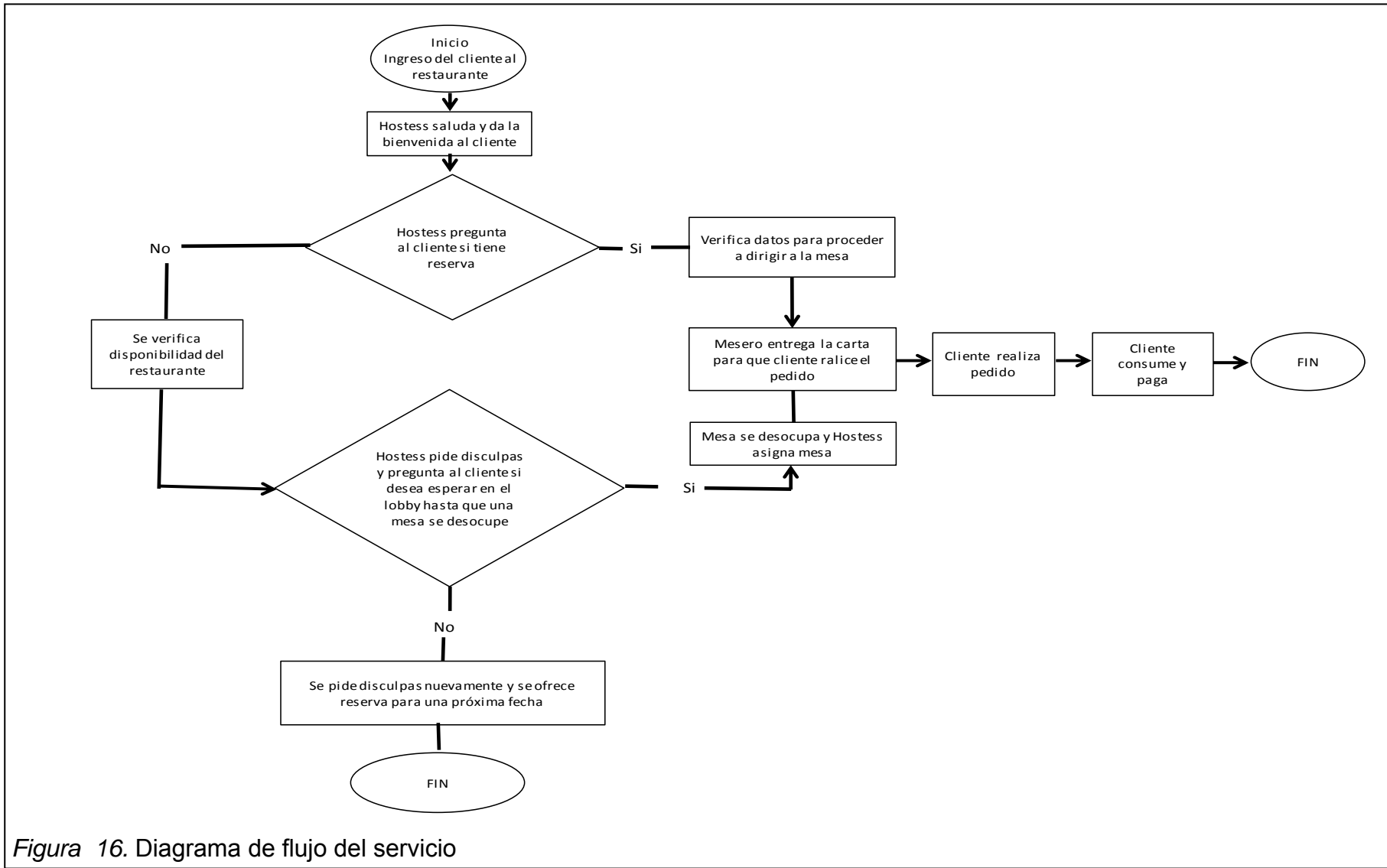


Figura 16. Diagrama de flujo del servicio

Presencia:

Este punto de las 8P's es muy importante y trascendental ya que la decoración de nuestro restaurante afrodisiaco denota mucha extravagancia, erotismo, lujo, belleza y curiosidad. Comenzamos con la entrada del cliente en nuestras instalaciones, un espacioso estacionamiento lo espera, al ingreso se encuentra con un lobby con una lámpara de cristal grande y hermosa colgada del techo en la recepción le espera una calurosa bienvenida y asignan una mesa para la pareja. El ambiente es un poco oscuro, rodeado de pinturas, cortinas, espejos, cojines, flores, velas, esculturas e imágenes que denotan la pasión y sensualidad que transmite el arte, incluso de nuestra cultura. La parte social se encuentra en el primer piso y en la misma área se encuentra la tarima donde se realizarán los shows en vivo. Los baños serán espaciosos, limpios, con cuadros sugestivos y con un ambiente similar al de la parte externa. En el bar, donde se encuentran bebidas alcohólicas y no alcohólicas de todo tipo, preparadas por un barman profesional dispuesto a despertar pasiones y preparar fusiones afrodisiacas para los clientes. Las salas temáticas serán en el segundo piso ya que es un área más privada y exclusiva, cuenta con una vista espectacular al escenario, el segundo piso cuenta también con todos los servicios que ofrece el restaurante, pero en un ambiente reservado.

Productividad y Calidad:

Estos factores juegan un papel importante en el sector de los servicios ya que la calidad se debe a la percepción del cliente después del servicio obtenido, en el caso del restaurante eso se mediría después de la interacción con los empleados, después de servirse los diferentes tipos de servicio, después de los shows, etc. En cuanto a la productividad se basa en el uso adecuado de los recursos en relación a los costos que representan, un ejemplo de productividad es minimizar los desperdicios en el caso de alimentos y bebidas existen muchas formas de tener una cantidad mínima de desperdicios ya que estos productos se pueden utilizar para otros platos o para realizar adornos en los platos, otra forma de reducir desperdicios es no utilizar papel para publicidad y en vez de eso tener una buena estrategia de *marketing on line* que es lo que actualmente se está usando.

En cuanto a productividad se puede considerar a futuro un manual de procedimientos con el cual se puedan estandarizar las operaciones de cada uno de los trabajadores y de esta forma no se tengan errores, en otras palabras es la descripción de las actividades que realizará el empleado todos los días, también cuenta con un organigrama funcional el cual muestra los puestos e importancia de cada una de las jerarquías.

CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES

5.1 Estudio Técnico

En el estudio técnico se va a analizar la ubicación de la empresa y la razón por la cual se instala en este sitio, además de los materiales que se van a utilizar en el restaurante y todos los implementos que van a hacer que el negocio funcione correctamente y sea rentable.

5.1.1 Localización



Figura 17 Ubicación en el mapa del restaurante

Tomado de: googlemaps

Se escogió la Av. Shyris y el Comercio debido al flujo económico que maneja esta zona, ya que está ubicado en un centro de negocios y comercial, y tanto instituciones públicas como privadas rodean a este sector. Debido a las nuevas demandas sociales “Kuyay” estaría a disposición de todas estas personas que gustan de conocer, aprender y probar nuevas propuestas gastronómicas. El parqueadero del restaurante se encuentra en la Av. Shyris con capacidad para 8 carros y con posibilidad de dejar su automóvil en los parqueaderos cercanos.

5.1.2 Estudio Arquitectónico

Tomando en cuenta que la capacidad del restaurante para recibir comensales es de 40 pax y que un restaurante de primera debe dar máximo un espacio de 2.20 metros cuadrados por persona, de acuerdo a la experiencia del arquitecto que ayudó a elaborar y diseñar planos para restaurantes, se considera que 1,80 metros cuadrados es suficiente espacio para que el cliente se sienta cómodo y para que el personal de servicio se pueda desenvolver sin ningún problema. Es por esto que nuestra edificación de 125 metros cuadrados se divide de esta manera:

Tabla 21. Distribución de edificación

Distribución por áreas de la edificación		
Área utilizada	%	Total
Salón comensales (área inf y sup, incluido bar)	57	72 m ²
Cocina (cuarto frío, de congelación y bodega)	18	22 m ²
Escenario y camerino (incluye baños para artistas)	8	10 m ²
Área del personal y oficinas administrativas	7	8 m ²
Servicios higiénicos clientes	4	5 m ²
Recepción y lounge	2	3 m ²
Espacio de estacionamiento	4	5 m ²
TOTAL	100%	125 m²





Figura 19. Mapa 3D de restaurante *Kuyay*

Elaborado por: Juan Morales (Diseñador Gráfico)



Figura 20. Mapa en 3D de perspectiva superior de restaurante *Kuyay*

Elaborado por: Juan Morales (Diseñador Gráfico)



Figura 21. Mapa 2D de entrada de la puerta posterior de restaurante *Kuyay*
Elaborado por: Juan Morales (Diseñador Gráfico)

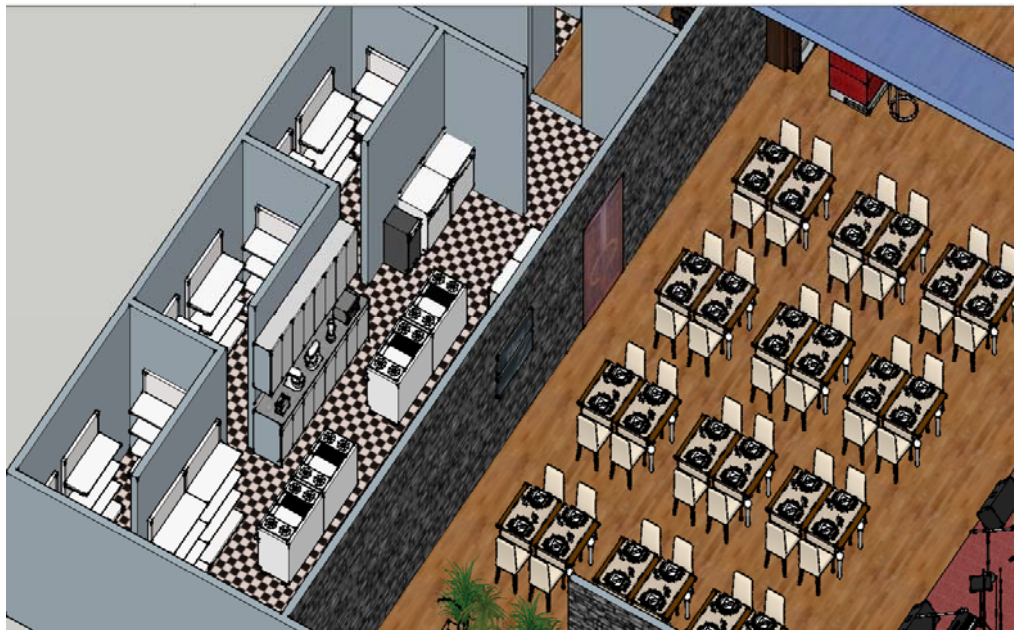


Figura 22. Mapa 3D de perspectiva interna de restaurante *Kuyay*
Elaborado por: Juan Morales (Diseñador Gráfico)

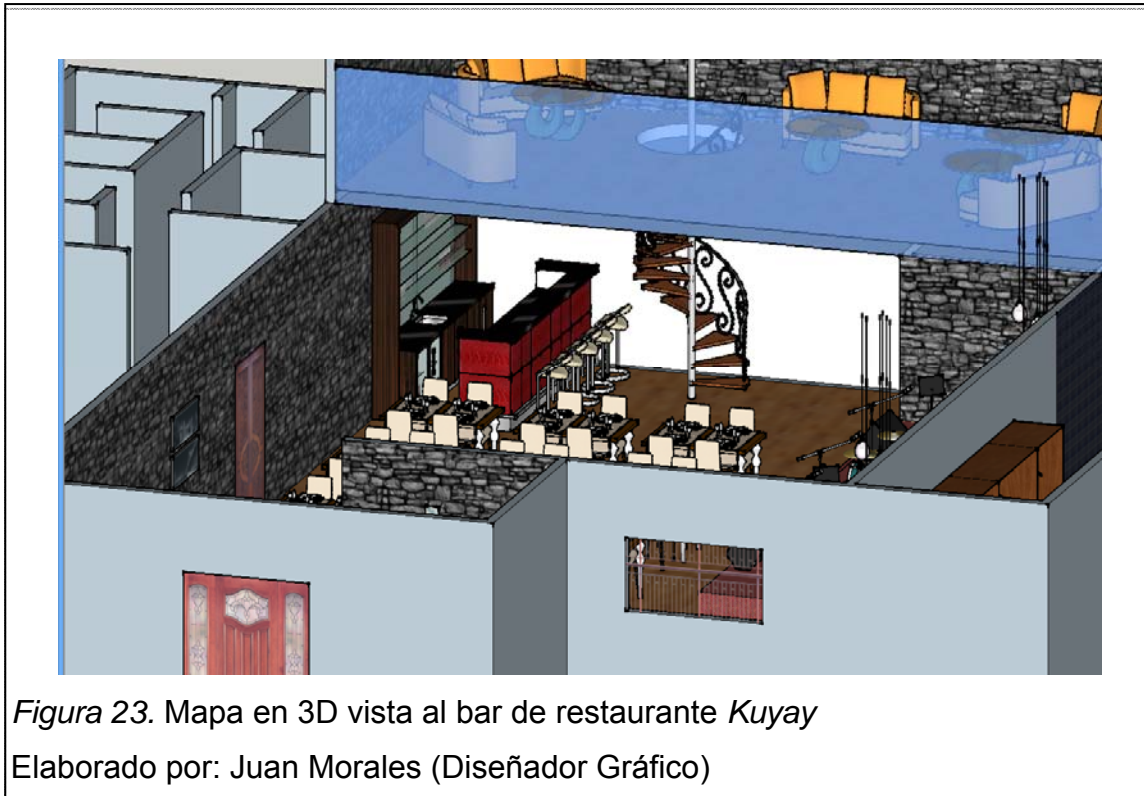


Figura 23. Mapa en 3D vista al bar de restaurante *Kuyay*
Elaborado por: Juan Morales (Diseñador Gráfico)

5.1.3 Lista de Equipamiento

Esta lista de equipamiento muestra todos los implementos que se van a utilizar en el restaurante, ya sea en la cocina, bar, salón, entre las más destacadas para así llevar un inventario de todo lo que tenemos y todo lo que necesitamos. Todos precios de los implementos de menaje, utensilios de cocina, cubertería y cristalería fueron conferidos por Irvix empresa con experiencia en el mercado nacional.

5.1.3.1 Equipos de cocina

Tabla 22. Descripción de los equipos de cocina con sus precios respectivos

Equipos de Cocina			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Freidora Industrial	\$1,790.00	1	\$1,790.00
Plancha Industrial de acero	\$990.00	1	\$990.00
Cocina de 8 quemadores industrial	\$2,100.00	1	\$2,100.00
Horno a convección	\$3,100.00	1	\$3,100.00
Mesones inox	\$240.00	3	\$720.00
Lavabos industriales inox	\$500.00	3	\$1,500.00
Calienta platos-despacho	\$600.00	2	\$1,200.00
Cuarto frio (refrigeración)	\$2,800.00	1	\$2,800.00
Congelador	\$850.00	1	\$850.00
Campana extractora	\$500.00	1	\$500.00
Repisas para bodega	\$150.00	6	\$900.00
Licuadaora	\$210.00	2	\$420.00
Procesador de alimentos	\$430.00	1	\$430.00
Laminadora	\$380.00	1	\$380.00
Empacadora al vacío	\$600.00	1	\$600.00
Olla vaporera	\$100.00	2	\$200.00
Horno microondas	\$150.00	1	\$150.00
Refrigeradora pequeña bar	\$300.00	1	\$300.00
Cafetera industrial	\$200.00	1	\$200.00
Máquina de hacer hielo	\$220.00	1	\$220.00
Purificador de agua	\$180.00	1	\$180.00
TOTAL			\$19,530.00

Nota explicativa: Valores tomados de una proforma pedida al local Tecmy Equipos. Ver anexo F

5.1.3.1.1. Utensilios de cocina

Tabla 23. Descripción de los utensilios de cocina con sus respectivos precios

Utensilios de cocina			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Tabla de cortes	\$15.00	5	\$75.00
Bowls	\$5.50	20	\$110.00
Pinzas	\$4.00	6	\$24.00
Ollas de acero inoxidable	\$30.00	4	\$120.00
Olla de presión	\$80.00	2	\$160.00
Espátula	\$3.50	5	\$17.50
Cucharon grande	\$12.00	3	\$36.00
Sartén acero con base de teflón	\$50.00	2	\$100.00
Cernidor de metal	\$12.00	3	\$36.00
Pelador	\$3.00	2	\$6.00
TOTAL			\$684.50

Nota explicativa: Información otorgada por Irvix (venta de menaje, cristalería y cubertería para restaurantes y hoteles por más de 20 años).

Tabla 24. Descripción del menaje y cubertería con sus respectivos precios

Menaje y Cubertería			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Cuchara pequeña para café	\$ 1,00	20	\$ 20,00
Cucharas soperas	\$ 2,00	20	\$ 40,00
Tenedores entradas	\$ 1,50	20	\$ 30,00
Tenedores platos fuertes	\$ 2,00	20	\$ 40,00
Cuchillos entradas	\$ 2,20	20	\$ 44,00
Cuchillos platos fuertes	\$ 2,50	20	\$ 50,00
Cucharas postre	\$ 1,00	20	\$ 20,00
Tenedor postre	\$ 1,00	20	\$ 20,00
Salsero	\$ 2,50	15	\$ 37,50
Pimentero	\$ 2,50	15	\$ 37,50
Azucarero	\$ 5,00	15	\$ 75,00
Ajicero	\$ 3,00	15	\$ 45,00
Plato sopero	\$ 4,80	20	\$ 96,00
Plato triangular para entrada	\$ 4,00	20	\$ 80,00
Plato ovalado para fuerte	\$ 9,00	20	\$ 180,00
Platos para postres	\$ 4,50	20	\$ 90,00
Tazas para café	\$ 4,00	20	\$ 80,00
Plato base para taza café	\$ 3,50	20	\$ 70,00
Plato base sopero	\$ 2,50	20	\$ 50,00
TOTAL			\$ 1.105,00

Nota explicativa: Información otorgada por Irvix (venta de menaje, cristalería y cubertería para restaurantes y hoteles por más de 20 años)

Tabla 25. Descripción de la cristalería con sus respectivos precios

Cristalería			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Copa de agua	\$4.00	15	\$60.00
Copa de vino tinto	\$3.00	15	\$45.00
Copa de vino blanco	\$3.50	15	\$52.50
Copa martinera	\$4.50	15	\$67.50
Copa flauta	\$3.00	15	\$45.00
Vasos largos para jugos	\$1.50	15	\$22.50
TOTAL			\$292.50

Nota explicativa: Información otorgada por Irvix(venta de menaje, cristalería y cubertería para restaurantes y hoteles por más de 20 años)

5.1.3.2 Equipos de Servicio

Tabla 26. Descripción y precios de la mueblería a utilizar en el restaurante

Mueblería			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Mesas rectangulares para 4 pax	\$100.00	8	\$800.00
Mesas redondas de vidrio para sala	\$60.00	4	\$240.00
Mesa ovalada recepción	\$45.00	1	\$45.00
Mesas para colocar arreglos florales	\$27.00	5	\$135.00
Counter para recepción	\$70.00	1	\$70.00
Mesa hostess	\$40.00	1	\$40.00
Bar (3.5x2m)	\$350.00	1	\$350.00
Sillas para bar	\$25.00	5	\$125.00
Sillas counter para recepción	\$25.00	2	\$50.00
Sofá recepción	\$400.00	2	\$800.00
Sofás sala temática	\$400.00	4	\$1,600.00
Sillas para área social	\$60.00	32	\$1,920.00
Escritorio administrativos	\$250.00	2	\$500.00
Canceles personal (3mx1m)	\$100.00	2	\$200.00
Sillas personal	\$15.00	4	\$60.00
TOTAL			\$6,935.00

Nota explicativa: Precios otorgados en una visita a la “mueblería Prieto”.

5.1.3.3 Decoración, Iluminación y Entretenimiento

Tabla 27. Descripción y precios de equipos de computación y audio.

Equipos de computación y audio			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Computadores	\$650.00	4	\$2,600.00
Amplificación	\$400.00	1	\$400.00
Iluminación romántica	\$180.00	7	\$1,260.00
iluminación tipo discoteca	\$260.00	2	\$520.00
Parlantes JBL	\$280.00	4	\$1,120.00
TV LCD	\$880.00	4	\$3,520.00
Caja registradora	\$280.00	1	\$280.00
Teléfonos	\$30.00	3	\$90.00
Software para restaurante con tres mini tablets y una touchscreen	\$1,500.00	1	\$1,500.00
TOTAL			\$11,290.00

Tabla 28. Descripción de los gastos en publicidad del Restaurante

Gastos de Publicidad			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Rotulo del local	\$1,500.00	1	\$1,500.00
Página web	\$230.00	1	\$230.00
Cuña radial	\$200.00	1	\$200.00
Total			\$1,930.00

Tabla 29. Descripción de los gastos en suministros de limpieza

Suministros de limpieza			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Lavavajilla	\$ 2.5	3	7.5
Escobas	\$ 2	3	6
Trapeadores	\$ 2.5	3	7.5
Papel absorbente	\$ 3	4	12
Cloro	\$ 2.75	2	5.5
Desinfectante	\$ 3.25	3	9.75
Calipto	\$ 3.3	2	6.6
TOTAL			54.85

Nota explicativa: Información recopilada en Supermaxi

Tabla 30. Descripción de los costos variables en electricidad del Restaurante

Costos variables electricidad			
Detalle	Valor unit.	Cantidad	Valor Tot.
Agua	\$50.00	1	\$50.00
Luz	\$100.00	1	\$100.00
Teléfono	\$30.00	1	\$30.00
Gas	\$12.00	2	\$24.00
TOTAL			\$204.00

Nota explicativa: Información obtenida de la Cafetería "En dulce" en el centro de Quito la cual puede albergar a 40 paxy abre de 3pm hasta las 23horas.

5.2. Ciclo de operaciones

5.2.1 Ciclo de operaciones de Servicio



5.2.2 Ciclo de operaciones de Cocina



5.3. Carta

Para realizar el diseño de la carta se tomó muy en cuenta el logo del restaurante, el cual se lo puso como adorno de la misma, el color beige se lo puso de fondo del menú para que sea legible las letras para los clientes.

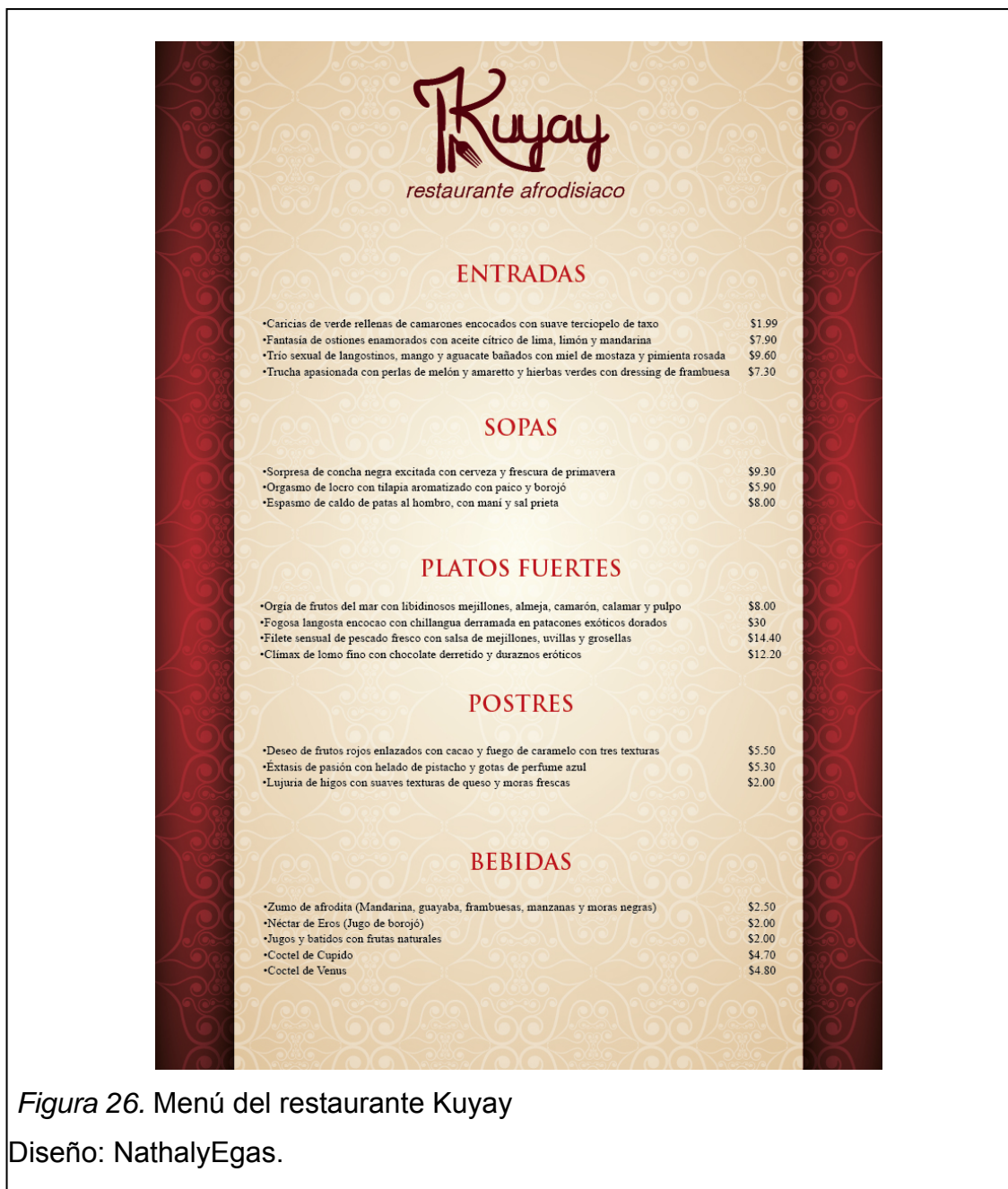


Figura 26. Menú del restaurante Kuyay

Diseño: NathalyEgas.

CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO

6.1. Presupuesto de Inversión Inicial

El presupuesto de inversión comprende todo en lo que la empresa debe invertir para lograr un propósito, es igual a los activos circulantes (activos disponibles, exigibles, realizables y otros circulantes) y activos fijos (activos fijos intangibles y diferidos) que se posee. En el caso de este proyecto se necesita de una inversión de \$140.000.

Tabla 32. Inversión inicial del proyecto

Datos	Valor
Aporte Socios	\$ 90.000
Préstamo Bancario	\$ 50.000
Total de la Inversión	\$ 140.000

6.1.1. Activos Fijos

Son activos destinados para ser utilizados para el funcionamiento de la empresa, los cuales no están destinados a ser vendidos y tarda más de un año en convertirse en efectivo. Entre los activos fijos tenemos: terrenos, mobiliario, equipo de oficina y equipos de computación. En este caso los activos fijos suman: \$ 104.770,95y se desglosa de la siguiente manera:

Tabla 33. Activos Fijos del restaurante

Activos Fijos	
Equipo de cocina	19530
Utensillos de cocina	684,5
Menaje y cubertería	1105
Cristalería	292,5
Muebles	6935
Equipo de computación y audio	11760
Publicidad	1730
Construcciones y adecuaciones	87712.24
Depreciación acumulada:	26192.74
Total Bienes de propiedades planta y equipo	104.770,95

Para obtener una edificación adecuada y proyectada a lo que se necesita se requiere hacer algunas adecuaciones (Ver Anexo E). La maquinaria de equipamiento del restaurante es fundamental dentro del proyecto ya que con estas herramientas se convertirá la materia prima (alimentos, bebidas, etc) en materia elaborada (menú), como se señaló en el capítulo N° 5 de este proyecto que es el Plan de Operaciones.

6.1.2. Capital de Trabajo

Son aquellos recursos que necesita la empresa para poder trabajar, se lo obtiene como resultado de los activos a corto plazo menos los pasivos a corto plazo, este elemento es el efectivo que cubrirá la materia prima, la mano de obra, servicios básicos, etc. A continuación se mostrará la tabla de capital de trabajo que corresponde a \$ 97.723,61.

Tabla 34. Capital de trabajo

Datos	Valor
Activo Corriente	122.313,94
Pasivo Corriente	24.590,33
Capital de Trabajo	97.723,61

6.1.3. Tabla de Amortización del Crédito

Tabla 35. Tabla de amortización de crédito

Amortización de Creditos				
	50.000,00			
	15%			
Años para cédulas presupuestarias	Valor de interes	Cuota de pago mensual	Cuota de pago mensual (capital mas interes)	
Año 1	6.812,50	10.000,00	16.812,50	10.000,00
Año 2	5.312,50	10.000,00	15.312,50	10.000,00
Año 3	3.812,50	10.000,00	13.812,50	10.000,00
Año 4	2.312,50	10.000,00	12.312,50	10.000,00
Año 5	812,50	10.000,00	10.812,50	10.000,00
Total general	19.062,50	50.000,00	69.062,50	0
Total de interes del crédito			69.062,50	

6.2 Ingresos y Gastos

A continuación se encontrarán los ingresos y gastos considerados por este proyecto, estos servirán para analizar las posibilidades de factibilidad del negocio (si se está ganando o perdiendo). Como gastos tenemos lo que es el pago de mano de obra, la compra de materia prima, gastos administrativos e indirectos de fabricación, ahora se mostrará el detalle de los ingresos por años:

6.2.1. Gastos

Tabla 36. Presupuesto de Gastos en materia prima

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE MATERIA PRIMA					
DEL AÑO 1 AL AÑO 5					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentos y bebidas	\$ 112.043,25	\$ 139.205,25	\$ 179.948,25	\$ 220.691,25	\$ 247.853,25
TOTAL GASTO DE MATERIA PRIMA EN 5 AÑOS	\$899.741.25				

A continuación se verán los gastos en sueldos de operativos y administrativos a 5 años, todo se rige en base al salario básico unificado propuesto para el año 2014 y estos sueldos ascienden depende la labor y el puesto.

Tabla 37. Gasto en mano de obra de Año 1 al 5

COSTO DE MANO DE OBRA DEL AÑO 1 AL 5				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 161.139,48	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16
TOTAL MANO DE OBRA A 5 AÑOS			\$ 858.948,12	

6.2.2. Cálculo de la factibilidad del proyecto en base a 3 escenarios.

Para poder tener una idea más clara y real de la factibilidad de este proyecto se realizará un análisis que nos mostrará 3 escenarios diferentes, se tratan de hipótesis los cuales se van a diferenciar y a basar en la variada ocupación que tenga el restaurante:

6.2.2.1. Escenario Pesimista

En este escenario se utilizará una ocupación del 30% los cuatro primeros meses del año, los siguientes cuatro meses tendrán un 50% y los cuatro últimos tendrán un 80% de ocupación.

Se presentará la tabla de ingresos (ya que los gastos como los costos fijos se mantienen), un estado de resultados, flujo de caja, índices financieros, VAN y TIR.

Tabla 38. Ingresos Escenario Pesimista

Presupuestos de Ingresos del Año 1 al año 5					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentos y Bebidas	\$ 299.108,70	\$ 343.658,70	\$ 352.568,70	\$ 361.478,70	\$ 370.388,70
TOTAL INGRESOS EN 5 AÑOS				\$ 1.727.203,50	

Tabla 39. Estado de resultados Escenario Pesimista

ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FACTURACION ANUAL	0	\$ 299.108,70	\$ 343.658,70	\$ 352.568,70	\$ 361.478,70	\$ 370.388,70
(-) COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	0	\$ 73.507,50	\$ 91.327,50	\$ 109.147,50	\$ 118.057,50	\$ 126.967,50
= UTILIDAD BRUTA	0	\$ 225.601,20	\$ 252.331,20	\$ 243.421,20	\$ 243.421,20	\$ 243.421,20
(-) MANO DE OBRA	0	\$ 161.139,48	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16
(-) COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	0	\$ 6.209,20	\$ 6.836,04	\$ 7.191,96	\$ 7.490,04	\$ 7.800,00
= EBIDTA <small>Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations</small>	0	\$ 58.252,52	\$ 71.043,00	\$ 61.777,08	\$ 61.479,00	\$ 61.169,04
(-) Amortizaciones & Depreciaciones	0	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74
= BAIT <small>Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes</small>	0	\$ 32.059,78	\$ 44.850,26	\$ 35.584,34	\$ 35.286,26	\$ 34.976,30
(-) Intereses Bancarios <small>Interests</small>	0	\$ 4.166,67	\$ 2.083,33	\$ 1.388,89	\$ 1.041,67	\$ 833,33
= BAT <small>Earnings Before Amortizations and Taxes</small>	0	\$ 27.893,11	\$ 42.766,93	\$ 34.195,45	\$ 34.244,60	\$ 34.142,97
(-) Impuestos <small>Taxes</small>	0	\$ 32.047,36	\$ 36.820,58	\$ 37.775,22	\$ 38.729,86	\$ 39.684,50
= BDT <small>Earnings Before Depreciations and Taxes</small>	0	\$ (4.154,25)	\$ 5.946,35	\$ (3.579,76)	\$ (4.485,27)	\$ (5.541,53)

Tabla 40. Flujo de Caja Escenario Pesimista

Flujo de caja proyectado del año 1 al 5 del restaurante KUYAY					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD BRUTA	\$ (4.154,25)	\$ 5.946,35	\$ (3.579,76)	\$ (4.485,27)	\$ (5.541,53)
MAS SALDO INICIAL	\$ 26.192,74	\$ 21.074,80	\$ 43.837,03	\$ 55.558,05	\$ 67.802,49
MAS DEPREC	\$ 10.000,00	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74
MENOS 15% AÑO ANTERIOR	\$ 90.000,00				
MENOS PRESTAMO BANCARIO	\$ 50.000,00	\$ 10.000,00	\$ 891,95	-536.9647119	\$ (672,79)
PARA LA CAJA	\$ 130.963,69	\$ (623,14)	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
FLUJO DE CAJA	\$ 21.074,80	\$ 43.213,89	\$ 55.558,05	\$ 67.802,49	\$ 79.126,48

Tabla 41. Índices financieros Escenario Pesimista

Razón Corriente	ACTIVO CORRIENTE PASIVO CORRIENTE	AÑO 1	
		21.074,80	2,25

La empresa tiene 2,25 USD para cubrir cada dólar de deuda.

Margen Neto de Ventas	UTILIDAD NETA VENTAS	AÑO 1	
		-3.531,11	0,85

Por cada dólar de venta se genera una utilidad de USD 0,85

Rentabilidad del Activo	UTILIDAD NETA ACTIVO TOTAL	AÑO 1	
		-3.531,11	-0,03

Cada dólar invertido en activos me genera una utilidad de USD -0,03

Rentabilidad del Patrimonio	UTILIDAD NETA PATRIMONIO	AÑO 1	
		-3.531,11	-0,04

Por cada dólar invertido de los socios se tiene una utilidad de USD -0,04

Apalancamiento	ACTIVO TOTAL PATRIMONIO	AÑO 1	
		125.845,75	1,46

Por cada dólar de inversión de los socios, la empresa tiene 1.46 USD para cubrir.

Tabla 42. VAN Escenario Pesimista

Inversión inicial	90.000,00
Flujo de efectivo	
año 1	21.074,80
año 2	-78.476,91
año 3	112.960,16
año 4	12.244,44
año 5	11.323,99

CALCULO DE TMAR
RENDIMIENTO ESPERADO

Tasa Pasiva	4,53%	http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos
Inflación	2,85%	http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos
Riesgo del Nt	10,00%	

RENDIMIENTO 17,38%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo de caja	21.074,80	-78.476,91	112.960,16	12.244,44	11.323,99	
Tasa media aceptada	1,1738	1,37780644	1,6172692	1,89835059	2,22828392	
	17.954,34	-56.957,86	69.846,23	6.450,04	5.081,93	= 42.374,68
Total	42.374,68	VALOR ACTUAL				
Inversión	90.000,00					
	-47.625,32	VAN				

Tabla 43. TIR Estado Pesimista

Inversion inicial	-90.000,00				
Flujo de efectivo					
año 1	21.074,80				
año 2	-78.476,91				
año 3	112.960,16				
año 4	12.244,44				
año 5	11.323,99				
Inversion inicial	-21.074,80	Inversion inici	78.476,91	Inversion inicial	-112.960,16
Flujo de efectivo		Flujo de efectivo		Flujo de efectivo	
año 1	0,00	año 1	0,00	año 1	0,00
año 2	17.954,34	año 2	-56.957,86	año 2	69.846,23
año 3	0,00	año 3	0,00	año 3	0,00
año 4	42.374,68	año 4	VALOR ACT	año 4	0,00
año 5	90.000,00	año 5	0,00	año 5	0,00

La TASA INTERNA DE RETORO ES DEL **-3,248%**

6.2.2.2. Escenario Regular

En este caso se va a utilizar una ocupación del 35% los tres primeros meses, con un 60% los siguientes seis meses y los últimos tres meses el 100% , los cuales deben demostrar un mejor desempeño que el escenario pesimista para que los accionistas decidan invertir en el negocio.

Al igual que en el escenario anterior se presentará una tabla de ingresos (ya que los gastos como los costos fijos se mantienen), un estado de resultados, flujo de caja, índices financieros, VAN y TIR.

Tabla 44. Ingresos Escenario Regular

Presupuestos de Ingresos del Año 1 al año 5					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentos y Bebidas	\$ 346.694,18	\$ 398.331,68	\$ 408.659,18	\$ 418.986,68	\$ 429.314,18
TOTAL INGRESOS EN 5 AÑOS				\$ 2.001.985,88	

Tabla 45. Flujo de Caja Escenario Regular

ESTADO DE RESULTADOS		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	FACTURACION ANUAL	0	\$ 346.694,18	\$ 398.331,68	\$ 408.659,18	\$ 418.986,68	\$ 429.314,18
(-)	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	0	\$ 85.201,88	\$ 105.856,88	\$ 126.511,88	\$ 136.839,38	\$ 147.166,88
=	UTILIDAD BRUTA	0	\$ 261.492,30	\$ 292.474,80	\$ 282.147,30	\$ 282.147,30	\$ 282.147,30
(-)	MANO DE OBRA	0	\$ 161.139,48	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16
(-)	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	0	\$ 6.209,20	\$ 6.836,04	\$ 7.191,96	\$ 7.490,04	\$ 7.800,00
=	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	0	\$ 94.143,62	\$ 111.186,60	\$ 100.503,18	\$ 100.205,10	\$ 99.895,14
(-)	Amortizaciones & Depreciaciones	0	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74
=	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	0	\$ 67.950,88	\$ 84.993,86	\$ 74.310,44	\$ 74.012,36	\$ 73.702,40
(-)	Intereses Bancarios Interests	0	\$ 4.166,67	\$ 2.083,33	\$ 1.388,89	\$ 1.041,67	\$ 833,33
=	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	0	\$ 63.784,22	\$ 82.910,53	\$ 72.921,55	\$ 72.970,70	\$ 72.869,07
(-)	Impuestos Taxes	0	\$ 37.145,80	\$ 42.678,39	\$ 43.784,91	\$ 44.891,43	\$ 45.997,95
=	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	0	\$ 26.638,41	\$ 40.232,13	\$ 29.136,64	\$ 28.079,27	\$ 26.871,12

Tabla 46. Flujo de Caja Escenario Regular

Flujo de caja proyectado del año 1 al 5 del restaurante KUYAY					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD BRUTA	\$ (4.154,25)	\$ 5.946,35	\$ (3.579,76)	\$ (4.485,27)	\$ (5.541,53)
MAS SALDO INICIAL	\$ 26.192,74	\$ 21.074,80	\$ 43.837,03	\$ 55.558,05	\$ 67.802,49
MAS DEPREC	\$ 10.000,00	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74
MENOS 15% AÑO ANTERIOR	\$ 90.000,00				
MENOS PRESTAMO BANCA	\$ 50.000,00	\$ 10.000,00	\$ 891,95	-536,9647119	\$ (672,79)
PARA LA CAJA	\$ 130.963,69	\$ (623,14)	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
FLUJO DE CAJA	\$ 21.074,80	\$ 43.213,89	\$ 55.558,05	\$ 67.802,49	\$ 79.126,48

Tabla 47. Índices financieros Escenario Regular

		AÑO 1	
Razón Corriente	<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	21.074,80	1,51
	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	13.995,76	

La empresa tiene 1,51 USD para cubrir cada dólar de deuda.

		AÑO 1	
Margen Neto de Ventas	<u>UTILIDAD NETA</u>	22.642,65	0,85
	<u>VENTAS</u>	26.638,41	

Por cada dólar de venta se genera una utilidad de USD 0,85

		AÑO 1	
Rentabilidad del Activo	<u>UTILIDAD NETA</u>	<u>22.642,65</u>	0,18
	<u>ACTIVO TOTAL</u>	125.845,75	

Cada dólar invertido en activos me genera una utilidad de USD 0,18

		AÑO 1	
Rentabilidad del Patrimonio	<u>UTILIDAD NETA</u>	<u>22.642,65</u>	0,20
	<u>PATRIMONIO</u>	112.642,65	

Por cada dólar invertido de los socios se tiene una utilidad de USD 0,20

		AÑO 1	
Apalancamiento	<u>ACTIVO TOTAL</u>	<u>125.845,75</u>	1,12
	<u>PATRIMONIO</u>	112.642,65	

Por cada dólar de inversión de los socios, la empresa tiene 1.12 USD para cubrir.

Tabla 48. VAN Escenario Regular

Inversión inicial	90.000,00
Flujo de efectivo	
año 1	51.867,46
año 2	-18.017,37
año 3	109.741,04
año 4	39.901,51
año 5	38.851,97

CALCULO DE TMAR

RENDIMIENTO ESPERADO

Tasa Pasiva 4,53% <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Inflación 2,85% <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Riesgo del Ne 10,00%

RENDIMIENTO 17,38%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Flujo de caja	51.867,46	-18.017,37	109.741,04	39.901,51	38.851,97		
Tasa media aceptada	1,1738	1,37780644	1,6172692	1,89835059	2,22828392		
	44.187,65	-13.076,85	67.855,77	21.019,04	17.435,83	=	137.421,43
Total	137.421,43	VALOR ACTUAL					
Inversión	90.000,00						
	47.421,43	VAN					

Tabla 49. TIR Escenario Regular

Inversion inicial	-90.000,00	La TASA INTERNA DE RETORO ES DEL				37,187%
Flujo de efectivo						
año 1	51.867,46					
año 2	-18.017,37					
año 3	109.741,04					
año 4	39.901,51					
año 5	38.851,97					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo de Caja	51.867,46	-18.017,37	109.741,04	39.901,51	38.851,97	
Tasa	2,26	5,12705449	11,6091895	26,28668774	59,52094706	
Total por año	22.906,62	-3.514,18	9.452,95	1.517,94	652,74	
Total 5 años	31.016,07					
Total - Inv. Inicial	-58.983,93					

6.2.2.3. Escenario Optimista:

En este escenario se comenzará los dos primeros meses con un 50% de ocupación, a continuación un mes con un 66% y el siguiente con un 70%, el otro con un 80%, seguido de uno con un 90% y los seis últimos con un 100% de ocupación.

Para corroborar el análisis se presentará una tabla de ingresos (ya que los gastos como los costos fijos se mantienen), un estado de resultados, flujo de caja, índices financieros, VAN y TIR.

Ingresos:

En los ingresos se encuentra la venta de los platos del menú que se obtuvo como resultado de la rotación de ventas del archivo de Excel.

Tabla 50. Presupuesto de Ingresos del año 1 al 5 Escenario Optimista

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
DEL AÑO 1 AL AÑO 5					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentos y Bebidas	\$ 455.914,17	\$ 523.819,17	\$ 537.400,17	\$ 550.981,17	\$ 564.562,17
TOTAL INGRESOS EN 5 AÑOS	2'632.676.85				

Estado de resultados:

El Estado de resultados nos permite conocer las pérdidas y ganancias del negocio, también para medir resultados de la gestión administrativa, es decir, la situación económica de la empresa durante un periodo determinado, en este caso será proyectado para los 5 primeros años, a continuación detallaremos este cuadro.

Tabla 51. Informe del Estado de Resultados Escenario Optimista

ESTADO DE RESULTADOS		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	FACTURACION ANUAL	0	\$ 455.914,17	\$ 523.819,17	\$ 564.562,17	\$ 550.981,17	\$ 564.562,17
(-)	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	0	\$ 112.043,25	\$ 139.205,25	\$ 166.367,25	\$ 179.948,25	\$ 193.529,25
=	UTILIDAD BRUTA	0	\$ 343.870,92	\$ 384.613,92	\$ 398.194,92	\$ 371.032,92	\$ 371.032,92
(-)	MANO DE OBRA	0	\$ 161.139,48	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16	\$ 174.452,16
(-)	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	0	\$ 6.209,20	\$ 6.836,04	\$ 7.191,96	\$ 7.490,04	\$ 7.800,00
=	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	0	\$ 176.522,24	\$ 203.325,72	\$ 216.550,80	\$ 189.090,72	\$ 188.780,76
(-)	Amortizaciones & Depreciaciones	0	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74
=	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	0	\$ 150.329,50	\$ 177.132,98	\$ 190.358,06	\$ 162.897,98	\$ 162.588,02
(-)	Intereses Bancarios Interests	0	\$ 4.166,67	\$ 2.083,33	\$ 1.388,89	\$ 1.041,67	\$ 833,33
=	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	0	\$ 146.162,84	\$ 175.049,65	\$ 188.969,17	\$ 161.856,32	\$ 161.754,69
(-)	Impuestos Taxes	0	\$ 48.847,95	\$ 56.123,48	\$ 60.488,80	\$ 59.033,70	\$ 60.488,80
=	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	0	\$ 97.314,89	\$ 118.926,17	\$ 128.480,37	\$ 102.822,62	\$ 101.265,88

6.3. Flujo de Caja anual

El flujo de caja anual es importante para ya que podemos observar la conducta de ingresos y egresos en un tiempo determinado (5 primeros años).

Tabla 52. Tabla de Flujo de Caja Anual Escenario Optimista

Flujo de caja proyectado del año 1 al 5 del restaurante KUYAY					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD	\$ 97.314,89	\$ 118.926,17	\$ 128.480,37	\$ 102.822,62	\$ 101.265,88
MÁS DEPREC.	\$ 26.192,74	\$ 122.543,94	\$ 210.680,13	\$ 305.128,84	\$ 376.124,43
MENOS PAG. PRESTAMO	\$ 10.000,00	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74	\$ 26.192,74
APORTE SOCIOS	\$ 90.000,00				
MAS CRÉDITO BANCARIO	\$ 50.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
MENOS INVERSIÓN	\$ 130.963,69	\$ 14.597,23	\$ 17.838,92	\$ 15.634,29	\$ 480.996,60
FLUO DE CAJA	\$ 122.543,94	\$ 210.680,13	\$ 305.128,84	\$ 376.124,43	\$ 6.393,71

6.6 Depreciación

La depreciación es el desgaste que sufren los activos por la utilización de los mismos en la producción ya que estos se los utiliza para generar ingresos en los diferentes negocios, en el caso del restaurante encontramos depreciación de equipos de cocina, utensilios de cocina, menaje y cubertería, cristalería, mueblería, equipos de computación y audio, publicidad que da un total de depreciación anual de \$2.182.73. Como se puede observar en el archivo Excel en la parte de Presupuesto de Inversión y Financiamiento.

La depreciación detallada del edificio con sus adecuaciones y refacciones se encuentra en Anexo K .

6.8. Índices Financieros

La razón corriente nos permite determinar la liquidéz del negocio, es decir nos permite medir la capacidad del cumplimiento en las obligaciones financieras. En este caso:

Tabla 53. Índices financieros Escenario Optimista

Razón Corriente	<u>ACTIVO CORRIENTE</u> <u>PASIVO CORRIENTE</u>	AÑO 1	
		122.313,94	4,97

La empresa tiene 4,97 USD para cubrir cada dólar de deuda.

Margen Neto de Ventas	<u>UTILIDAD NETA</u> <u>VENTAS</u>	AÑO 1	
		82.678,56	0,85

Por cada dólar de venta se genera una utilidad de USD 0,85

Rentabilidad del Activo	<u>UTILIDAD NETA</u> <u>ACTIVO TOTAL</u>	AÑO 1	
		82.678,56	0,36

Cada dólar invertido en activos me genera una utilidad de USD 0.36

Rentabilidad del Patrimonio	UTILIDAD NETA PATRIMONIO	AÑO 1	
		82.717,66	0,48

Por cada dólar invertido de los socios se tiene una utilidad de USD 0,48

Apalancamiento	ACTIVO TOTAL PATRIMONIO	AÑO 1	
		227.084,89	1,31

Por cada dólar de inversión de los socios, la empresa tiene 1.32 USD para cubrir.

6.9. Evaluación del proyecto

A continuación se encuentra el VAN que es necesario para ver la posibilidad de que surja la empresa, si el valor actual neto es mayor a 0 significa que se recuperará la inversión inicial y se tendrá capital para poder cumplir con los gastos de los años que vienen. Y como resultado del ejercicio se posee un VAN de \$355.576,34.

Tabla 54. Cálculo de VAN

Inversión inicial	90.000,00
Flujo de efectivo	
año 1	122.543,94
año 2	120.751,67
año 3	102.352,40
año 4	103.381,07
año 5	102.035,23

CALCULO DE TMAP

RENDIMIENTO ESPERADO

Tasa Pasiva	4,53%	http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos
Inflación	2,85%	http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos
Riesgo del Ne	10,00%	
RENDIMIENTO	17,38%	

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Flujo de caja	122.543,94	120.751,67	102.352,40	103.381,07	102.035,23	
Tasa media aceptada	1,1738	1,37780644	1,6172692	1,89835059	2,22828392	
	104.399,33	87.640,52	63.287,18	54.458,36	45.790,95	= 355.576,34
Total	355.576,34	VALOR ACTUAL				
Inversión	90.000,00					
	265.576,34	VAN				

6.10. Tasa Interna de Retorno

Es un índice con el que se rige para evaluar proyectos y según este proyecto se acepta o se rechaza los proyectos por parte de los socios o los accionistas, como la tasa de descuento era de 17.38% y la TIR calculada es de 126,43% resulta ser positivo y conveniente para los socios apoyar económicamente a este proyecto.

Tabla 55. Cálculo de la TIR Escenario Optimista

Inversión inicial	-90.000,00				
Flujo de efectivo					
año 1	122.543,94				
año 2	120.751,67				
año 3	102.352,40				
año 4	103.381,07				
año 5	102.035,23				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja	122.543,94	120.751,67	102.352,40	103.381,07	102.035,23
Tasa	2,26	5,12705449	11,6091895	26,28668774	59,52094706
Total por año	54.120,01	23.551,86	8.816,50	3.932,83	1.714,27
Total 5 años	92.135,47				
Total - Inv. Inicial	2.135,47				

La TASA INTERNA DE RETORNO ES DEL **126,430%**

6.11. Matriz comparativa de Escenarios

Tabla 56. Matriz comparativa de Escenarios

Escenario	% Ocupación	VAN	TIR	Conclusión
1 - Pesimista	30%	\$ (47,62)	-3,24%	Con esta ocupación el restaurante se iría a la quiebra
2 - Regular	60%	\$ 47,42	37,18%	Con esta ocupación el restaurante tiene la capacidad de solventar tanto deudas, como cumplir con las expectativas de los accionistas, los empleados y el funcionamiento óptimo del negocio.
3 - Optimista	50%-100%	\$ 265,57	126,43%	Con esta ocupación el restaurante tendría solvencia y rentabilidad más que satisfactoria.

CONCLUSIONES

- El la idea de crear un restaurante con temática afrodisíaca en la ciudad de Quito de acuerdo al análisis financiero y económico, dio como resultado que es factible y rentable. Los resultados obtenidos en los índices financieros son: del Valor Actual Neto de \$ 231.306 cumpliendo con un valor igual o mayor a cero. Por otro lado la Tasa Interna de Retorno es del 126.43%, y desde la perspectiva de los inversionistas es adecuado para el tipo de negocio. En resumen esta evaluación beneficia principalmente a los socios y empleados ya que se prevee un buen tiempo de funcionamiento.
- Gracias a los resultados obtenidos en la investigación de mercado, este tipo de restaurante con una temática afrodisíaca tendría acogida en el target establecido, ya que es una nueva propuesta que incluye desde presentaciones y shows en vivo, un menú variado para los diferentes gustos y preferencias del cliente. Además, de un servicio que se pretende sea fuerte en cuanto a tener un personal capacitado, incentivado y gusto por hacer lo que hace. Por otro lado, el uso de la publicidad por medio de las redes sociales jugará un papel importante ya que nuestro *community manager* irá actualizando constantemente las páginas del restaurante para tener al tanto de promociones a el cliente. Existe variedad de restaurantes alrededor del proyecto de *Kuyay* pero ninguno ofrece la gastronomía y diversión para parejas como lo hace nuestro restaurante.
- En un principio no fue fácil armar el menú de este proyecto ya que los platos deben tener estas propiedades afrodisíacas pero con raíces y productos ecuatorianos e introducir al mercado esta fusión a la que la gente no está acostumbrada cuesta pero la curiosidad del ser humano hace que sea de algún modo atractiva esta idea ya que no existe competidores netamente que ofrezcan un producto igual.
- Haciendo un análisis de tres escenarios distintos del porcentaje de ocupación que tendría el restaurante *KUYAY*, se tiene como resultado que con un

escenario pesimista el negocio se iría a la quiebra mientras que con un escenario regular y optimista el negocio tendría ganancias, rentabilidad y podría cumplir con los accionistas.

RECOMENDACIONES

- Después de un tiempo determinado de posicionamiento y buena acogida del restaurante se deberá pensar en ampliar las instalaciones para que un flujo mayor a 40 pax puedan asistir al restaurante y disfrutar de esta experiencia gastronómica.
- Realizar alianzas estratégicas con florerías, chocolaterías, *candies shop*, entre otros establecimientos para cumplir con las necesidades del cliente.
- Sacar futuro un manual completo de políticas de la empresa, manipulación de alimentos, servicio al cliente los cuales lleven a Kuyay a ser un restaurante de Lujo.
- Al ser este trabajo de características diferentes a los restaurantes ya establecidos y conocidos en la ciudad de Quito la información de este proyecto podría ser relevante y puede servir como base de información para otros proyectos.

REFERENCIAS

- Alimentación Sana (S/F). El Ginseng. Recuperado el 09 de Abril del 2014 de <http://www.alimentacion-sana.org/informaciones/novedades/ginseng.htm>
- Anónimo. (2010). Restaurantes temáticos, la Guinda de la hostelería en Franquicia. Recuperado el 5 de Abril del 2014, de http://www.tormo.com/sectores/414/Restaurantes_tematicos,_la_guinda_de_la_hosteleria_en_franquicia.htm
- Astro Dienst (2013). La Astrología. Recuperado el 16 de Abril del 2013 de http://www.astro.com/faq/fq_sh_fore_s.htm?lang=r
- Beer, R., Muyolema, A, y Aguilar, H. (2009). Vocabulario Comparativo Quechua ecuatoriano al ancashino y al inglés. Recuperado el 02 de Noviembre del 2014 de http://homepage.ntlworld.com/robert_beer/Vocabulario%20comparativo%20Quechua%20ecuador%20Quechua%20ancash%20%20%20%20Oct%2006.PDF
- B.E.D. Beverage Entertainment Dining (2012). Restaurante Afrodisiaco. Recuperado el 04 de Diciembre del 2012 de <http://www.yelp.com/biz/b-e-d-miami-beach>
- Buena Salud (2011). La ginkgo biloba. Recuperado el 19 de Marzo del 2012 de <http://www.buenasalud.com/lib/ShowDoc.cfm?LibDocID=3314&ReturnCatID=1884>
- CAPTUR (S/F). Sector Alimentos y Bebidas. Recuperado el 23 de Agosto del 2013 de <http://www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas.pdf>
- Codeco Nutrilife (S/F). Propiedades de la vitamina E. Recuperado el 12 de Enero del 2014 de <http://www.codeconutrilife.com/ingredientes-vitamina-e>
- Diario El Comercio (2007). La Mandrágora. Recuperado el 10 de Abril del 2014 de http://www.elcomercio.com/noticias/mandragora-planta-noviembre_0_150587235.html
- Diario el Mercurio (2013). Afrodisiacos Ecuatorianos. Recuperado el 07 de Abril del 2014 de <http://www.elmercurio.com.ec/368371-afrodisiacos-populares-son-famosos-por-sus-efectos/#.U0MjAajkfRU>

- Diario Hoy (2009). Quito: Cultura y Economía. Recuperado el 06 de Marzo del 2013 de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/quito-cultura-y-economia-380651.html>
- El Cañón (2012). Restaurante Afrodisiaco. Recuperado el 05 de Diciembre del 2012 de <http://comidadedioses.com/>
- El Cortijo de los Locos (2012). Restaurante Afrodisiaco. Recuperado el 03 de Diciembre del 2012 de <http://www.elcortijodeloslocos.com/>
- El Financiero (2014). Crecimiento del PIB 2014. Recuperado el 05 de Abril del 2014 de <http://www.elfinanciero.com/economia/economia.html>
- Etimologías de Chile (2014). Etimología de Restaurante. Recuperado el 05 de Abril del 2014 de <http://etimologias.dechile.net/?restaurante>.
- Feminis.com (2010). Afrodisiacos Zodiacales. Recuperado el 18 de Abril del 2013 de http://www.feminis.com/_mobile/pages/nota/?idNot=1737#
- Fidalgo, José Antonio. (s/f). *Afrodisíacos: recetas para amar*. La Coruña, España. Editorial Evergráficas.
- IESS (2014). Salarios Mínimos de Aportación. Recuperado el 15 de Enero del 2014 de <https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/salarios-de-aportacion>
- Muñiz, R. (s/f). *SEO: optimización de webs para buscadores*. Recuperado el 31 de Junio del 2014 de <http://www.marketing-xxi.com/libro-blanco-iab-spain-seo-optimizacion-webs-buscadores-buenas-practicas-resultados.html>
- Núñez, T. (s/f). Historias del Ojo: El ciudadano Quiteño. Recuperado el 02 de Noviembre del 2014 de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Ok58EbSqZESJ:tariknunez.blogspot.com/2011/08/rostros-ciudadano-quiteno.html+&cd=5&hl=en&ct=clnk&gl=ec>
- Lovelock, C. (2009) *Marketing de Servicios: personal, tecnología y estrategia*. Las 8`Ps del Servicio. Ciudad de México, México. Editorial Prentice Hall Mexico.
- Mildred's Temple Kitchen Dining Restaurant (2012). Restaurante Afrodisiaco. Recuperado el 03 de Diciembre del 2012 de

- <http://www.templekitchen.com/>
- Mitos y Leyendas. (2013). La diosa Afrodita. Recuperado el 23 de Junio del 2013 de <http://mitosyleyendascr.com/mitologia-griega/grecia33/>.
- Nanclares. J.(2001) *Marketing y Planificación para restaurantes*. Madrid, España. Editorial Paraninfo S.A.
- Nociones básicas de Restaurantería (s/f). Categorización de los restaurantes. Recuperado el 08 de Abril del 2014 de <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>
- Portal Nueva Era. (2009). La Mandrágora. Recuperado el 02 de Diciembre del 2012 de <http://www.portalnuevaera.com/page/161/>.
- Sexualidad180. (2011). Definición de afrodisíaco. Recuperado el 13 de Noviembre del 2012 de <http://sexualidad.salud180.com/sexualidad/afrodisiacos-naturales-que-si-funcionan>
- Sub Rosa Distillery and virtual Restaurant (2012). Restaurante Afrodisiaco. Recuperado el 04 de Diciembre del 2012 de <http://www.subrosa.arbre.us/>
- Te mataré Ramírez Restaurante Afrodisiaco (2012). Restaurante Afrodisiaco. Recuperado el 05 de Diciembre del 2012 de <http://www.tematareramirez.com/>
- Thompson, A., Strckland, A., Gamble, J. (2007). *Administración Estratégica. Teoría y Casos*. Decimoquinta edición. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Trome.pe. (2014). Frutas afrodisiacas según tu signo. Recuperado el 30 de Enero del 2014 de <http://trome.pe/familia/frutas-afrodisiacas-segun-tu-signo-zodiacal-1686943/12#foto-gal>
- Tufalabella.com. (S/F). Uniformes Administración. Recuperado el 13 de Febrero del 2013 de <http://tufalabella.com/>
- TN Relaciones (2012). El ginseng. Recuperado el 18 de Marzo del 2012 de http://www.tnrelaciones.com/cm/preguntas_y_respuestas/content/227/2794/es/ginseng.html

TN Relaciones (2013). Medicina Alternativa. Recuperado el 12 de Marzo del 2013

de http://www.tnrelaciones.com/cm/preguntas_y_respuestas/search.html?search=afrodisiaco&submit=Go&action=search

Vitonica. (2011) Los alimentos más ricos en fosforo. Recuperado el 14 de Marzo del 2012 de <http://www.vitonica.com/minerales/los-alimentos-mas-ricos-en-fosforo>

Zonadiet.com. (2012). Complejo B y Beneficios. Recuperado el 16 de Marzo del 2012 de <http://www.zonadiet.com/nutricion/vit-b.htm>.

ANEXOS

1. Anexo A. Historias, leyendas y tradiciones ecuatorianas de amor y pasión



Los Amantes de Sumpa: estos esqueletos datan de hace 4 o 5 mil años atrás, su historia es propia de la cultura ecuatoriana por lo que se ha creado un museo en la Península de Santa Elena donde se los encontró. Se dice que estos fósiles pertenecían a una pareja de enamorados que murieron a temprana edad, el hombre habría tenido al rededor de unos 25 años mientras que la mujer unos 20, la posición en la que fueron enterrados demuestra que dicho amor va más allá de la vida ya que se los había enterrado abrazados, con una mano en la cabeza del otro y con la pierna de la figura masculina por sobre la cintura de la mujer. En aquella época era costumbre enterrar a los difuntos en las mismas casas, por lo que se creía que se podía tener una comunicación directa con los familiares aún cuando ellos hayan partido hacia el más allá.

Tomado de: Magallanes Travel.



San Biritute: en la década de 1940, en una pequeña comunidad en la provincia de Santa Elena llamada Sacachún, existió la figura de un hombre tallado en piedra marina, el cuál tenía un gran pene que estaba señalado por uno de sus brazos y rodeado por el otro. Se dice que los avitantes de esta zona realizaban rituales para la lluvia los cuales consistía en golpear con una correa al santo. Luego se le atribuyó poderes de fertilidad, ya que las mujeres infértiles al tocar la estatua con mucha fé, se dice que algo divino sucedía en ellas y podían concebir. Lo mismo pasaba con la lluvia ya que hacía que el agua con la tierra da vida a los que viven en ella.

Tomado de: Diario Hoy, 1993.



Venus de Valdivia: se dice que esta cultura apareció del 4000 A.C al 1500 A.C. entre la provincia de Manabí y Santa Elena, estas representaciones femeninas desnudas son figuras de barro y piedra, muchas de ellas se encontraron en tumbas y enterradas en campos, el peinado en esta cultura indicaba la jerarquía, es decir, que entre más alto era, tenía un rango alto. Se creería que servía como un talismán para fecundar la tierra y dar fertilidad, además estas cerámicas representan distintos momentos fértiles de la mujer: juventud, parto y embarazo.

Tomado de: Grupo de la máquina p. 9, 2013.



La Mama Tungurahua y el Tayta Chimborazo: La historia cuenta que un Yachak (chaman en quichua), se encontraba meditando y se encontró con un niño que le preguntó lo que hacía, el Yachak le dijo que estaba hablando con el Tayta Chimborazo, ya que las montañas son Apus, algo así como ángeles, espíritus que pueden salirse de sí, deambulan, regresan y como cualquier ser vivo se relacionan con otros seres vivos. El Yachak le enseñó al niño como diferenciar un Apu macho de un Apu hembra, esta última debe tener la cima en forma de luna, indicó que estos son guardianes de sus hogares. Según esta leyenda el Tayta Chimborazo y Mama Tungurahua están casados, pero antes de casarse el Tayta Tungurahua tuvo que pelear en batallas muy recordadas, la primera fue con el Tayta Cotopaxi pelearon con erupciones por el amor de la bella doncella Tungurahua, otra batalla tuvo con el Altar elevación que tuvo que rendirse ante el Tayta por su fuerza, pero el amor de estos dos grandes concibió a un hijo el Guagua Pichincha que cuando llora la Mama Tungurahua le responde.

Tomado de: Tradición Oral Chimborazo, 2011.

2. Anexo B. Horarios de trabajadores de Restaurante *KUYAY*

Teniendo en cuenta que la atención al público será: miércoles y jueves 18:00 a 01:00, viernes y sábado de 18:00 a 02:00, se elaboraron los siguientes horarios donde todo el personal tiene libre los días domingos y lunes, cumpliendo las 40 horas establecidas por la ley.

- **Cargo: Administrador (1)**

El Administrador laborará de miércoles a sábado entrará a las 17h00, tendrá su cena de 19h00 a 20h00 y trabajará hasta las 03h00 am es decir hasta el cierre del restaurante. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Chef Ejecutivo (1)**

El Chef laborará de miércoles a sábado entrará a las 13h00 pm, de 18h00 a 19h00 tendrá su cena y su jornada termina a las 23h00. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Cocinero A(1)**

El horario A de los cocineros de miércoles a sábado, comienza a las 10h00 am, su almuerzo es de 14h00 a 15h00 y termina su jornada a las 20h00 cuando empieza el otro turno. Y para completar las 40 horas deberá realizar compras el día martes a las 7h00 am a 15h00 pm, acomodan la mercadería y realizan inventario.

- **Cargo: Cocinero B (1)**

El horario B de los cocineros de miércoles a sábado, comienza a las 17h00pm, puede comer de 22h00 a 23h00 y su turno termina a las 03h00am cerrando el turno. Y para completar las 40 horas deberá limpiar y realizar el mise en place para el siguiente día de 10h00 a 18h00.

- **Cargo: Ayudante de cocina (1)**

La entrada para ayudante de cocina de miércoles a sábado, será a las 13h00, su hora de cena será de 18h00 a 19h00 y la hora de salida será a las 23h00. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Posillero A(1)**

El horario A del posillero de miércoles a sábado empieza a la 13h00 su hora de cena será de 18h00 a 19h00 y su hora de salida a las 23h00. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Posillero B (1)**

El horario B del posillero de miércoles a sábado empieza a las 17h00, su hora de comida de 21h00 a 22h00 y la hora de salida será a las 3h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Jefe de servicio (1)**

El Jefe de Servicio entrará de miércoles a sábado a las 17h00, su hora de comida de 21h00 a 22h00 y la hora de salida será a las 3h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Mesero A (2)**

El horario del mesero A será de miércoles a sábado, entrará a las 13h00, su hora de comida será a las 17h00 hasta las 18h00 y su salida será a las 23h00. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados

y capacitaciones.

- **Cargo: Mesero B (2)**

El horario del mesero B será de miércoles a sábado, entrará a las 17h00, su hora de comida será a las 21h00 hasta las 22h00, su hora de salida será a las 3h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Barman (1)**

El horario del barman será de miércoles a sábado, entrará a las 17h00, su hora de comida será a las 21h00 hasta las 22h00, su hora de salida será a las 3h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones

- **Cargo: Hostess (1)**

El horario de la hostess será de miércoles a sábado, entrará a las 17h00, su hora de comida será a las 21h00 hasta las 22h00, su hora de salida será a las 3h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Runners (2)**

El horario de los runners será de miércoles a sábado, entrará a las 17h00, su hora de comida será a las 21h00 hasta las 22h00, su hora de salida será a las 3h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Director de Marketing (1)**

El horario del Director de Marketing será de miércoles a sábado, entrará a las 9h00 am, su horario de comida será de 14h00 a 15h00, su hora de

salida será a las 19h00. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Dj (1)**

El horario del Dj será de miércoles a sábado, entrará a las 17h00, su hora de comida será a las 21h00 hasta las 22h00, su hora de salida será a las 3h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Jefe de RRHH (1)**

El horario del jefe de recursos humanos será de miércoles a sábado, entrará a las 9h00 am, su horario de comida será de 14h00 a 15h00, su hora de salida será a las 19h00. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Jefe Contable (1)**

El horario del jefe contable será en turno partido humanos será de miércoles a sábado, entrará a las 10h00 hasta las 14h00 y regresará a las 20h00 hasta las 01h00 am. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Cajera A (1)**

El turno de la cajera 1 será de miércoles a sábado, entrará a las 17h00 , su hora de comida será a las 21h00 hasta las 22h00, su hora de salida será a las 3h00. Para completar las 40 horas el día martes de 8h00 a 12h00 se realizará la limpieza y desinfección del restaurante, análisis de resultados y capacitaciones.

- **Cargo: Cajera B (1)**

El turno de la cajera 2 será igual que al de la cajera 1 con la única diferencia que esta deberá ir a comer a la hora de llegada es decir de 17h00 a 18h00.

- **Cargo: Seguridad 1 (2)**

Las personas de seguridad deberán trabajar de miércoles a sábado su entrada será a las 15h00, su hora de comida será de 17h00 a 18h00 y la salida a las 03h00 am. Para completar las 40 horas a la semana deberán asistir al restaurante de 10h00 a 12h00 el día martes, para capacitación.

3. Anexo C. Alimentos ecuatorianos con propiedades afrodisíacas

Chocolate	Posee propiedades fenolénicas, sustancia que combate la fatiga y es estimulante, mejorando el rendimiento sexual. Los aztecas se referían al chocolate como "el alimento de los dioses".	Higos	Un higo abierto se piensa que emula al órgano sexual femenino y tradicionalmente se considera como un estimulante sexual. En la China se regalaba a los novios la noche de bodas para que tuviesen energía durante toda la noche.
Aguacate	Denominado ahucatl por los aztecas, que significa testículo, posee un valor energético, capacidad de estimulante sexual.	Trigo	Relacionada con el arroz que representa la fertilidad, la forma de la espiga es considerada fálica.
Plátano	Selo asocia con energía erótica, considerado energizante, son muy ricos en potasio, y vitaminas B, necesarias para la producción hormonal sexual.	Café	La cafeína es un muy conocido estimulante, pero hay que recordar que en exceso puede llegar a ser un depresivo. En todo caso, imprescindible para estar "despierto" toda la noche puesto que la Cafeína es un alcaloide que estimula el sistema nervioso central.

Cebollas	Considerada afrodisiaca por los egipcios, romanos, griegos y árabes ya que inflaman y animan a las personas.	Miel	Esta sustancia espesa es muy dulce, conocida como fuente de empuje y energía. En la antigua egipcia la mayoría de las medicinas estaban hechas a base de miel, incluyendo curas para personas estériles e impotentes.
Coco	En ciertas regiones de la India se dice que aumenta la calidad y cantidad de la esperma del hombre además de energizante. En este país es símbolo de la maternidad y la fertilidad.	Almejas	Pose en un alto contenido de minerales, los cuales se dicen que para potencializar su poder afrodisiaco se debe comer crudas.
Canela	Corteza del canelo, agradable y muy aromática, utilizada en postres para dar un toque perfumado y dulce; es estimulante, astringente y antiséptica.	Anís estrella	Especie asiática la cual debe usarse en cantidades moderadas y la cual pone el toque especial y afrodisiaco a las comidas.
Apio	Planta que puede tomarse o comerse en ensaladas, sopas, guisados y su estructura química es similar a las feromonas (hormonas sexuales masculinas) que confunden al organismo al ingerirlo provocando un aumento de la estimulación sexual.	Piña	Rica en vitamina C y utilizada en tratamientos homeopáticos para la impotencia sexual. Combina muy bien con las bebidas alcohólicas.

Huevos	Ayudan a tener y recuperar energías, sobre todo el huevo de codorniz que contiene nutrientes que combaten la depresión, inducen a una sensación de bienestar, y proveen energía para la noche.	Durazno	Por su sabor dulce y textura suave, inquieta a los sentidos con cada mordida.
Clavodeolor	Condimento utilizado en algunas pócimas afrodisiacas, posee propiedades antisépticas, muchas veces provoca calor corporal.	Almendras	Relacionada antiguamente con los genitales, mencionada como un potente afrodisíaco en la literatura árabe.
Zanahoria	Hortaliza con apariencia fálica, despierta el apetito sexual y mejora el rendimiento físico-erótico, destacándose por su rico contenido. Vitamínico y de beta caroteno.	Pera	Contiene iodina, por lo cual es una fruta afrodisiaca y energizante.
Pimiento y ají	Rico en el alcaloide capsiacina, que aumenta el fuego pero no disminuye la sensación de calor y estimula la imaginación y el apetito sexual.	Ajo	Con un gusto picante, que mezclada con el aceite produce un penetrante aroma, que produce en el cuerpo un notable efecto calentador. Se especula la posibilidad de prevenir el envejecimiento, es el ingrediente indispensable para tener un buen rendimiento sexual.

Tomado de: en su mayoría del libro "Recetas para amar" de Antonio Fidalgo.

4. Anexo D. PEA Urbano por edad

Cuadro 3.3 Distribución porcentual de la PEA Urbana por año de investigación, según grupo de edad

Grupo de edad	EMPLEO 1990	EMPLEO 1995	EMPLEO 2000	EMPLEO 2001	EMPLEO 2002	EMPLEO 2003
1.- de 10 y 11 años	0,35%	0,33%	0,52%	0,73%	0,37%	0,40%
2.- de 12 - 14 años	1,97%	1,79%	1,90%	2,34%	1,60%	1,42%
3.- de 15 a 19 años	8,95%	9,17%	8,24%	9,31%	7,51%	7,78%
4.- de 20 a 24 años	14,27%	14,08%	15,01%	14,88%	14,00%	14,61%
5.- de 25 a 29 años	15,43%	13,49%	13,00%	12,75%	12,64%	12,28%
6.- de 30 a 34 años	13,79%	13,16%	12,03%	12,70%	12,59%	12,17%
7.- de 35 a 39 años	12,75%	12,58%	11,57%	12,10%	12,88%	11,87%
8.- de 40 a 44 años	9,38%	10,52%	11,03%	10,42%	11,31%	10,92%
9.- de 45 a 49 años	6,89%	8,12%	8,42%	7,51%	8,71%	8,94%
10.- de 50 a 54 años	5,93%	5,60%	7,41%	7,16%	7,25%	7,35%
11.- de 55 a 59 años	3,85%	3,96%	3,96%	3,90%	4,47%	4,84%
12.- de 60 a 64 años	2,89%	3,32%	2,93%	2,58%	2,89%	3,22%

Cuadro 6.3 Proyección de las tasas específicas de actividad del sector urbano Por años calendario, según grupos de edad y sexo Período 2006 - 2015

HOMBRES								
EDADES	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
12 - 14	11,8%	11,3%	11,5%	11,4%	11,3%	11,1%	11,1%	11,0%
15 - 19	40,6%	40,1%	40,2%	40,1%	40,0%	39,8%	39,9%	39,8%
20 - 24	79,2%	80,8%	80,5%	80,9%	81,2%	81,8%	81,9%	82,3%
25 - 29	94,6%	94,1%	94,5%	94,6%	94,7%	95,0%	94,9%	95,0%
30 - 34	98,2%	98,1%	98,1%	98,1%	98,1%	98,1%	98,1%	98,1%
35 - 39	98,6%	97,9%	98,2%	97,9%	97,8%	97,8%	97,7%	97,7%
40 - 44	98,5%	97,9%	97,9%	97,9%	97,9%	97,9%	97,9%	97,9%
45 - 49	99,8%	99,3%	99,4%	99,4%	99,5%	99,6%	99,7%	99,8%
50 - 54	95,0%	94,3%	94,2%	94,2%	94,2%	94,1%	94,1%	94,1%
55 - 59	92,0%	91,6%	91,6%	91,7%	91,7%	91,8%	91,8%	91,9%
60 - 64	83,4%	80,7%	81,7%	81,4%	81,1%	80,7%	80,6%	80,4%
65 y más	50,8%	47,5%	48,5%	48,0%	47,5%	46,8%	46,6%	46,1%

5. Anexo E. Adecuaciones y remodelación de edificación

COD	DESCRIPCION	UND.	MATERIAL	M. OBRA	EQUIPO	C. DIRECTO (US \$)	CANTIDAES	TOTAL (US \$)
1	OBRAS PRELIMINARES							
11	CERRAMIENTO PROVIS. H=2.4 m CON TABLA DE MONTE Y PINGOS	m	13,23	4,77	0,24	18,24	40,00	729,60
12	BODEGAS Y OFICINAS	m2	27,08	5,89	0,29	33,26	10,00	332,60
2	MOVIMIENTOS DE TIERRAS							
21	DESALOJO DE MATERIAL CON VOLQUETA (TRANSPORTE 10KM)	m3	0,00	0,87	2,66	3,53	27,00	95,31
22	DERROCAMIENTO A MANO DE ESTRUCTURA EXISTENTE	m3	0,00	55,76	2,79	58,55	25,00	1463,75
3	MAMPOSTERIA							
31	MAMPOSTERIA DE BLOQUE CARGA e=15 cm. MORTERO 1:6, e=2.5cm	m2	7,35	3,95	0,37	11,67	216,00	2520,72
32	POZO REVISION INS. ELECTRICAS	u	53,81	23,58	1,48	78,87	2,00	157,74
33	CAJA DE REVISION (0.60X0.60X0.60)	u	15,54	17,85	1,12	34,51	3,00	103,53
34	TAPA SANITARIA	u	19,76	9,87	0,49	30,12	3,00	90,36
4	ENLUCIDOS							
41	ENLUCIDO VERTICAL MORTERO 1:6 e=1.5 CM H=3.00 M	m2	1,24	4,72	0,99	6,95	612,00	4253,40
42	ENLUCIDO LISO EXTERIOR INCLUYE ANDAMIOS	m2	1,82	4,72	1,26	7,80	240,00	1872,00
43	ENLUCIDO HORIZONTAL LISO	m2	1,24	5,89	0,57	7,70	400,00	3080,00
44	MASILLADO EN LOSA + IMPERMEABILIZANTE, SIKA 1 , e=3cm, MORTERO 1:3	m2	2,18	3,95	0,20	6,33	380,00	2405,40
45	MEDIA CAÑA e=10-15mm	m	0,26	1,48	0,07	1,81	40,00	72,40
46	CERAMICA EN PARED	m2	13,93	4,72	0,24	18,89	120,00	2266,80
5	PISOS							
51	MASILLADO ALISADO DE PISOS	m2	0,07	2,62	2,14	4,83	400,00	1932,00
52	GRADAS INTERIORES DE TABLON-HIERRO	U	750,00	250,00	0,28	1000,28	1,00	1000,28
53	DUELA DE CHANUL EQUIPO- PULIDORA	m2	50,77	5,60	0,88	57,25	350,00	20037,50
54	CERAMICA PARA PISOS 30X30	m2	19,31	4,36	0,22	23,89	230,00	5494,70
55	BARREDERA DE LAUREL	m	3,00	1,68	0,08	4,76	180,00	856,80
6	CARPINTERIA METAL/ MADERA							
61	CERRADURA PRINCIPAL (CESA), TIPO NOVA CROMADA	u	31,64	5,60	0,28	37,52	1,00	37,52
62	CERRADURA PASILLO (CESA), TIPO NOVA CROMADA	u	28,45	5,60	0,28	34,33	15,00	514,95
63	PASAMANO DE ACERO INOXIDABLE	m	120,00	8,42	0,42	128,84	18,00	2319,12
64	PUERTA DE PLYWOOD TAMBOR 0.70 LACADA, INCLUYE MARCOS Y TAPAMARCOS	u	134,90	44,80	2,24	181,94	10,00	1819,40
65	PUERTA DE PLYWOOD TAMBOR 0.80 LACADA, INCLUYE MARCOS Y TAPAMARCOS	u	138,87	44,80	2,24	185,91	3,00	557,73
66	PUERTAS PRICIPALES LACADAS INCL. MARCO Y TAPAMARCO	u	223,13	23,18	1,16	247,47	2,00	494,94
67	PUERTAS DE VAIVEN LACADA INC. MARCO Y TAPAMARCO	m2	149,14	44,80	2,24	196,18	1,00	196,18
68	VENTANA DE ALUMINIO FIJA y vidrio	m2	52,93	8,40	0,42	61,75	2,00	123,50

	6mm							
69	VENTANA ANTEPECHO DE ALUMINIO Y VIDRIO 6MM	m2	60,24	11,20	0,56	72,00	10,00	720,00
7	RECUBRIMIENTOS							
71	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR 2 MANOS, LATEX VINYL ACRILICO, CEMENTO BLANCO. EQUIPO: ANDAMIOS	m2	2,07	1,68	0,14	3,89	520,00	2022,80
72	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR 2 MANOS, LATEX VINYL ACRILICO, CEMENTO BLANCO. EQUIPO: ANDAMIOS	m2	2,07	1,73	0,15	3,95	240,00	948,00
73	PINTURA CAUCHO TECHO. LATEX VINYL ACRILICO, CEMENTO BLANCO. EQUIPO: ANDAMIOS	m2	2,25	2,24	0,19	4,68	460,00	2152,80
8	AGUA POTABLE							
81	SALIDA DE AGUA FRIA HG. 1/2	pto.	28,15	11,20	0,56	39,91	18,00	718,38
82	SALIDA DE AGUA CALIENTE HG. 1/2	pto.	28,15	11,20	0,56	39,91	2,00	79,82
83	SALIDA MEDIDORES HG. LLAVE DE PASO Y ACCESORIOS H.G	pto.	45,04	11,20	0,56	56,80	1,00	56,80
84	TUBERIA DE AGUA FRIA PVC 1/2"	m	16,03	11,20	0,56	27,79	35,00	972,65
85	TUBERIA PVC 1/2" INC. ACCESORIOS	m	1,81	1,12	0,06	2,99	35,00	104,65
86	TUBERIA PVC 3/4" INC. ACCESORIOS	m	2,64	1,12	0,06	3,82	15,00	57,30
87	PUNTO DE VENTILACIÓN PVC 110MM	u	14,03	2,80	0,14	16,97	7,00	118,79
88	VALVULA CHECK 3/4" TIPO RW	u	14,53	1,68	0,08	16,29	1,00	16,29
89	LLAVE DE PASO 3/4"	u	36,26	11,20	0,56	48,02	1,00	48,02
810	LLAVE DE CONTROL 1/2"	u	21,79	11,20	0,56	33,55	7,00	234,85
811	TANQUE CALENTADOR 30 GL.	u	323,64	22,40	1,12	347,16	1,00	347,16
9	APARATOS SANITARIOS							
91	LAVAMANOS TIPO SIENA INC. GRIFERIA TIPO CENTERSET	u	121,06	16,96	0,85	138,87	8,00	1110,96
92	INODORO TIPO VICTORIA BLANCO	u	81,81	16,97	3,39	102,17	7,00	715,19
93	LAVAPLATOS 2 POZO GRIFERIA TIPO CUELLO DE GANSO TIPO TEKA	u	221,05	16,97	0,85	238,87	2,00	477,74
94	ACCESORIOS DE BAÑO TIPO ADHESIVO BLANCO EDESA	jgo.	12,12	2,82	0,14	15,08	5,00	75,40
95	PORTAPAPELES FV PAPELERA CROMADA	u	2,48	2,82	0,14	5,44	7,00	38,08
10	AGUAS SERVIDAS							
101	CANALIZACION PVC 110 MM	pto.	17,75	8,84	0,44	27,03	7,00	189,21
102	CANALIZACION PVC 75 MM INC. ACCESORIOS	pto.	21,56	7,72	0,39	29,67	2,00	59,34
103	CANALIZACION PVC 50 MM INC. ACCESORIOS	pto.	10,99	7,84	0,39	19,22	16,00	307,52
104	CANALIZACION TUBERIA PVC 110MM	m	5,71	2,24	0,11	8,06	20,00	161,20
105	CANALIZACION TUBERIA PVC 160MM	m	15,33	2,24	0,11	17,68	22,00	388,96
106	REJILLA INTERIOR DE PISO 50MM	u	4,84	1,87	0,09	6,80	5,00	34,00
107	REJILLA ALUMINIO 75 MM	u	4,48	1,87	0,09	6,44	2,00	12,88
11	INSTALACIONES ELECTRICAS							
111	TUBERIA CONDUIT 1/2" (INCLUYE ACCESORIOS)	m	1,27	2,80	0,14	4,21	60,00	252,60

112	TUBERIA CONDUIT 3/4" (INCLUYE ACCESORIOS)	m	2,52	2,80	0,14	5,46	10,00	54,60
113	TABLERO CONTROL GE4-8 PTO.S BREAKER 1 POLO 15-50 A	u	30,44	10,28	0,51	41,23	1,00	41,23
114	BREAKERS DE 1 POLO DE 15 A 50 AMP	u	4,75	2,80	0,14	7,69	8,00	61,52
115	ACOMETIDA TELEFONICA CABLE MULTIPAR	m	1,68	0,39	0,02	2,09	20,00	41,80
116	ILUMINACION. CONDUCTOR N° 12	pto.	16,12	11,20	2,24	29,56	50,00	1478,00
117	SALIDA PARA TELEFONOS. ALAMBRE TELEFONICO, ALUG 2 x20	pto.	8,01	16,80	0,84	25,65	2,00	51,30
118	SALIDAS ESPECIALES. CONDUCTOR N°10 TOMACORRIENTE 220V Y CAJA RECTANGULAR	pto.	16,19	16,96	0,85	34,00	2,00	68,00
119	SENSOR DE MOVIMIENTO	pto.	36,12	5,60	0,28	42,00	5,00	210,00
1110	SALIDAS ANTENAS TV	u	11,65	11,20	0,56	23,41	5,00	117,05
1111	TOMACORRIENTE DOBLE 2#10 T.CONDUIT EMT. 1/2"	pto	16,81	11,20	2,24	30,25	20,00	605,00
1112	TOMACORRIENTE 220 V TUBO CONDUIT 1"	u	18,03	16,96	0,85	35,84	2,00	71,68
1113	TOMACORRIENTE DE PISO. TUBO CONDUIT 1/2"	u	16,59	16,96	0,85	34,40	3,00	103,20
1114	TIMBRE INCLUYE PVC LIVIANO 1/2, ALAMBRE Y CAJA RECTANGULAR	u	11,92	11,20	0,56	23,68	1,00	23,68
1115	LUMINARIAS 2x32W EMPERNADA EN CIELO RASO	u	38,10	8,40	0,42	46,92	4,00	187,68
1116	LUMINARIA 4x32W	u	47,04	2,80	0,14	49,98	4,00	199,92
12	OBRAS EXTERIORES							
121	LIMPIEZA FINAL DE LA OBRA	m2	0,00	1,39	0,07	1,46	400,00	584,00
13	DESALOJOS, DEROCAMIENTOS ,LIBERACIONES, ETC							
131	DESALOJO CON CARRETILLA DIST. 50M MATERIAL SECO	m3	0,00	5,56	0,28	5,84	8,00	46,72
						SUBTOTAL (US \$)	71195,00	
						10% COSTOS INDIRECTOS (US \$)	7119,50	
						12% IVA (US \$)	9397,74	
						TOTAL (US \$)	87712,24	

6. Anexo F. Proforma de Equipos de cocina



TECMY EQUIPOS

PAZMIÑO VITERI GERARDO RAUL

Matriz: Quito-Conocoto Paje, Club de Abogados No. 228 y J. R. Aguilera
(Entrada a INNFA) - Telf: 2340-665

Dir. del Establecimiento: América s/n y Caero y Calcedo
Teléfono Local: 2528-663 • Quito-Ecuador

RUC: 1601228639001
OBLIGADO A LLEVAR
CONTRIBUCION

PROFORMA N°

0001059

www.tecmyequiposec.com

e-mail:

ventas@tecmyequiposec.com

Asadero de Pollos a Gas, Carbón y Leña, Cocinas Industriales, Self Service, Baños de María, Planchas para Carnes y Hamburguesas, Freidoras de Papas, Hornos para Panadería y Amasadoras, Cortadoras de Hueso y todo Trabajo sobre medida en Acero Inoxidable para Hoteles y Restaurantes.



Fecha: Quito, 20-01-2014	Guía de Remisión:
Cliete: Sra. Thalia Coronel	RUC/J.C.I.:
Dirección:	Telf.: 0987951307

CANT.	CONCEPTO	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Plancha 1.00 m (990)		990
1	Cocina 8 quemadores todo acero		2100
1	Wauto frío 2 puertas		2800
1	Horno de conversión 5 bandejas		300
1	Freidora Americana		1790
SON:		SUBTOTAL	
		DESCUENTO	
		IVA %	
		IVA 0 %	
		VALOR TOTAL	

FIRMA CLIENTE

FIRMA AUTORIZADA

7. Anexo G. Tarifario Eventos

CÓDIGO	# DÍAS	CANTIDAD	DETALLE	VALOR COMERCIAL	VALOR PRESTIGE MKT GROUP
A			BTL		
			Supervisor	45.00 USD	35.00 USD
A.011	1	1	Promotoras y Modelos (Valor Referencial)	50.00 USD	50.00 USD
A.012	1	1	Depende del tipo y Tamaño del evento (Valor Referencial)	50.40 USD	50.40 USD
			DISEÑO INTEGRAL		
C			EVENTOS		
D			AUSPICIOS		
E			PRESATIGE MKT GROUP		
E.01			Promotoras, Actividades de Protocolo e Imagen		
E.011	1	1	Promotoras hasta 5 horas de Trabajo	50.00 USD	40.00 USD
E.012	1	1	Promotoras hasta 8 horas de Trabajo	70.00 USD	60.00 USD
E.02			Modelos A, Actividades de Protocolo e Imagen		
E.021	1	1	Modelos A hasta 5 horas de Trabajo	80.00 USD	60.00 USD
E.022	1	1	Modelos A hasta 8 horas de Trabajo	100.00 USD	90.00 USD
E.03			Modelos AA, Actividades de Protocolo e Imagen		
E.031	1	1	Modelos AA hasta 5 horas de Trabajo	120.00 USD	100.00 USD
E.032	1	1	Modelos AA hasta 8 horas de Trabajo	130.00 USD	110.00 USD
E.04			Modelos AAA, Actividades de Protocolo e Imagen		
E.041	1	1	Modelos AAA hasta 5 horas de Trabajo	155.00 USD	140.00 USD
E.042	1	1	Modelos AAA hasta 8 horas de Trabajo	200.00 USD	180.00 USD
E.05			Modelos AAA INTERNACIONALES		
			(depende lugar de procedencia)	300.00 USD	250.00 USD
			Horas adicionales de trabajo serán prenegociadas		
E.06			Modelos TOP		
			Cotización previo conocimiento de los requerimiento del cliente.		
E.07			Desfiles		

producciones & eventos				
E.08			Depende del número de salidas por modelo, tipo de prendas y lugar del evento Fotografía Depende lugares de pauta, números de fotos, tiempo de producción, y otros requerimientos	
E.09			Comerciales en TV Depende papel a ejecutar, tiempo de producción, y otros requerimientos	
F			GESTIÓN DE TALENTOS	
F.01	1	1	Personal Logístico hasta 6 horas de Trabajo	
F.02			Artistas, Djs, Bandas, Animadores, Presentadores, etc. Cotización previo conocimiento de los requerimientos del cliente	30.00 USD
G			BTL	
	1	1	Bailarines C/U	200.00 USD
G.01	1a 3	1a 3	Shows Pole Dance	350.00 USD
G.02	1	1	Grupos Musicales No reconocidos	500.0 USD
G.03	1	1	BodyPaint / Aerografía	500.0 USD
				170.00 USD
				280.00 USD
				400.0 USD
				400.0 USD

NOTA: El precios no incluye IVA.

Sin más por el me despido esperando tener el gusto de llegar a un mutuo acuerdo y asegurándole eventos y activaciones excelentes, pues nuestros más de 7 años de experiencia y el haber servido a más de 4800 acontecimientos de toda índole, garantizan nuestro trabajo.

PrestigeMktGroup garantiza a usted la profesionalidad y experiencia para el éxito de tan importante marca.

Sin más por el momento, me despido esperando tener el gusto de llegar a un mutuo acuerdo.



“Recuerde que la experiencia no se improvisa.”

SALUDOS CORDIALES

ING. BYRON PIEDRAHITA CARRASCO

8. Anexo H. Recetas estándar.

Receta de caricias de verde rellenas de camarones encocados con suaves terciopelos de taxo

		 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS		
Nombre de la receta	Caricias de verde rellenas de camarones encocados con suaves terciopelos de taxo			
Genero	ENTRADA			
Número de pociones	1			
Técnicas aplicadas	La cocción del verde es con cáscara			
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,3	Und	plátano verde		\$ 0,01
0,002	kg	Achiote	\$ 3,16	\$ 0,01
0,002	kg	sal	\$ 0,30	\$ 0,00
0,002	kg	pimienta	\$ 3,50	\$ 0,01
0,05	kg	aceite para freir	\$ 2,53	\$ 0,13
0,02	kg	camarones	\$ 10,24	\$ 0,20
0,01	kg	taxo	\$ 1,00	\$ 0,01
0,01	kg	coco rayado	\$ 11,44	\$ 0,11
0,01	kg	pimiento rojo	\$ 2,48	\$ 0,01
0,01	kg	pimiento verde	\$ 1,56	\$ 0,01
0,01	kg	cilantro	\$ 1,00	\$ 0,01
0,01	kg	leche de coco	\$ 5,50	\$ 0,06
0,01	kg	cebolla paitaña	\$ 0,51	\$ 0,01
0,01	kg	azúcar	\$ 0,88	\$ 0,00
			Costo total:	\$ 0,57
Fotografía	Procedimiento			
	<p>Primero se cocina el verde con sal, una vez cocinados, se hidrata con agua de la cocción y se maja para hacer una masa. Refrito con achiote aceite colocar cebolla paitena, camaron, coco rayado, leche de coco, cocinar hasta que esté uniforme dejar enfriar y colocar en la masa. Freir las empanadas y servir las.</p>			

**Receta de fantasía de ostiones enamorados
con aceite de lima, limón y mandarina**

				
Nombre de la receta	Fantasia de ostiones enamorados con aceite cítrico de lima, limón y mandarina			
Genero	ENTRADA			
Fecha de elaboracion	1			
Técnicas aplicadas	Cocinar al vapor las conchas abiertas			
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,5	Kg	ostiones con concha	\$ 4,50	\$ 2,25
0,01	kg	aceite de oliva	\$ 9,30	\$ 0,05
0,003	kg	jugo de lima	\$ 2,20	\$ 0,01
0,003	kg	jugo de limón	\$ 2,20	\$ 0,01
0,003	kg	jugo de mandarina	\$ 2,25	\$ 0,01
0,001	kg	sal	\$ 0,30	\$ 0,000
0,01	kg	pimienta	\$ 3,50	\$ 0,04
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
Fotografía	Procedimiento		Costo total:	\$ 2,35
		<p>Primero, en una vaporera cocinar los ostiones entre 7 a 9 minutos cuando estén listos sacarlos y sazonarlos con sal y pimienta, incorporar en shooters los tres tipos de zumos y servirlos junto a los ostiones sobre una cama de hielo frappé.</p>		

Receta de sorpresa de concha negra excitada con cerveza y fresca de primavera.

Nombre de la receta		Sorpresa de concha negra excitada con cerveza y fresca de primavera		
Genero		SOPA		
Número de porciones		1		
Técnicas aplicadas				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
10	Und	Conchas negras	\$ 0,14	\$ 1,40
0,03	kg	Cebolla perla	\$ 0,54	\$ 0,01
0,02	kg	Tomate Riñon	\$ 1,00	\$ 0,02
0,001	kg	Ajo	\$ 3,92	\$ 0,00
0,78	onz	Fondo de pescado	\$ 0,35	\$ 0,27
55	ml	Cerveza		\$ 1,00
0,02	kg	cilantro	\$ 1,00	\$ 0,02
0,01	kg	sal	\$ 0,30	\$ 0,00
0,01	kg	pimienta	\$ 3,50	\$ 0,02
0,02	kg	choclo	\$ 1,09	\$ 0,02
0,03	kg	zanahoria	\$ 0,34	\$ 0,01
				\$ -
			Costo total:	\$ 2,78
Fotografía	Procedimiento			
	<p>Primero se hace un aderezo con el ajo molido, las cebollas y los tomates a esta mezcla se agrega el caldo de pescado y la cerveza, luego se añade el choclo desgranado y la zanahoria picada. Esto debe hervir y cuando llegue a punto de ebullición se incorpora las conchas. Para servir se coloca cilantro picado sobre la sopa.</p>			



Receta de orgasmo de loco con tilapia aromatizado con paico y borojó.

				
Nombre de la receta	Orgasmo de loco con tilapia aromatizado con paico y borojó			
Genero	SOPA			
Número de porciones	1			
Técnicas aplicadas	Cebolla blanca picada en brunoise			
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,1	kg	Tilapia fresca	\$ 9,35	\$ 1,12
0,002	kg	Achiote	\$ 3,16	\$ 0,01
0,004	kg	Mantequilla	\$ 7,71	\$ 0,03
0,002	kg	Aceite	\$ 2,53	\$ 0,01
0,01	kg	Cebolla blanca	\$ 1,00	\$ 0,01
0,1	kg	papa chola	\$ 0,31	\$ 0,03
0,1	kg	sal	\$ 0,30	\$ 0,02
0,1	kg	borojó	\$ 2,50	\$ 0,37
0,02	kg	leche	\$ 1,25	\$ 0,03
0,02	kg	queso fresco rallado	\$ 5,40	\$ 0,11
0,002	kg	cilantro	\$ 1,00	\$ 0,00
0,002	kg	paico	\$ 1,65	\$ 0,00
0,001	kg	ají	\$ 0,65	\$ 0,00
0,01	kg	comino	\$ 6,70	\$ 0,03
			Costo total:	\$ 1,76
Fotografía	Procedimiento			
		<p>En una olla se pone al fuego y se coloca achiote, aceite, cebolla blanca picada muy fino con la leche. Se le adiciona mitad de las papas cortadas en dados pequeños y se mezcla adicionando sal, comino, mantequilla cilantro y ají y se lo cocina a fuego bajo. Luego se adiciona la otra mitad de las papas con agua que cubran las papas, tambien añadimos la tilapia cortada en cuadros, mientras esto se cocina se agrega el paico y el borojó para dar sabor (al final se quita estos dos último) y se lo sirve con queso rallado.</p>		



Receta de espasmo de caldo de patas al hombro con maní y salprieta.

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	Espasmo de caldo de patas al hombro con maní y salprieta			
Genero	SOPA			
Número de porciones	1			
Técnicas aplicadas				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,7	kg	patas de chanco	\$ 2,90	\$ 2,03
0,04	kg	mote cocido	\$ 2,48	\$ 0,09
0,01	kg	ajo picado fino	\$ 3,92	\$ 0,02
0,001	kg	Cebolla blanca	\$ 1,00	\$ 0,00
0,001	kg	Orégano seco	\$ 15,00	\$ 0,02
0,001	kg	pimienta negra	\$ 13,60	\$ 0,01
0,003	kg	pasta de maní	\$ 2,50	\$ 0,01
0,1	lit	agua	\$ 0,70	\$ 0,07
0,002	kg	aceite con achiote	\$ 3,16	\$ 0,01
0,001	kg	sal	\$ 0,30	\$ 0,00
0,02	kg	maní tostado	\$ 6,00	\$ 0,12
0,01	kg	manteca de color	\$ 3,45	\$ 0,02
0,002	kg	comino molido	\$ 6,70	\$ 0,01
0,04	kg	harina de maíz	\$ 1,72	\$ 0,07
			Costo total:	\$ 2,41
Fotografía	Procedimiento			
	<p>En una olla de presión se cocina las patas con agua y sal, una vez cocinadas se las porciona y se guarda. Se licua l pasta de maní con un poco de agua con la que se cocino la pata y en otra cacerola se cofríe el aceite con el achiote, el ajo, la cebolla blanca se le añade las patas desmenuzadas, el mote y el orégano, se incorpora a toda esta mezcla la pasta de maní, sal y pimienta al gusto. Se cocina a fuego lento por 15 minutos revolviendo constantemente.</p> <p>Para la salprieta tostamos en una ola la harina de maiz por 20 minutos y la molemos junto con el maní tostado, en un tazón colocamos la manteca de cerdo con aceite, le agregamos lo molido con sal y comino. Lo colocamos en cima del del caldo de patas para servir.</p>			



Receta de fogosa langosta encocao con chillangua derramada en patacones exóticos

		 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS		
Nombre de la receta	Fogosa langosta encocao con chillangua derramada en patacones exóticos dorados.			
Genero	PLATO FUERTE			
Número de porciones	1			
Técnicas aplicadas	La langosta debe estar precocida y las cebollas picadas en brunoise			
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	Und	Langosta con carpacho	\$ 6,00	\$ 6,00
0,02	kg	mantequilla de ajo	\$ 8,00	\$ 0,16
0,001	kg	aceite achiote	\$ 3,16	\$ 0,003
0,02	kg	ajo	\$ 3,92	\$ 0,06
0,1	kg	cebolla perla	\$ 0,54	\$ 0,03
0,1	kg	cebolla paiteña	\$ 0,51	\$ 0,03
0,1	kg	pimiento rojo	\$ 2,48	\$ 0,12
0,1	kg	pimiento verde	\$ 1,56	\$ 0,08
0,1	kg	chillangua	\$ 1,50	\$ 0,08
0,3	Und	plátano verde	\$ 0,12	\$ 0,03
0,2	lt	leche de coco	\$ 5,50	\$ 0,83
0,1	lt	vino blanco de cocina	\$ 20,16	\$ 1,01
0,01	kg	sal	\$ 0,30	\$ 0,002
0,01	kg	pimienta	\$ 3,50	\$ 0,02
				\$ -
			Costo total:	\$ 8,43
Fotografía	Procedimiento			
	<p>Primero en un sartén con tapa sellar la carne de langosta dentro de su cola (solo lo que se ve) con mantequilla de ajo, hacemos un refrito con ajo, cebolla perla, paiteña, pimiento verde, pimiento rojo, achiote a esto se realiza un deglease con vino blanco a esto se le agrega la chillangua y la leche de coco y se le da un hervor. Para hacer los patacones pelamos los verdes, cortamos las puntas y se procede a cortar por rodajas de 2cm más o menos, en un recipiente con aceite a fuego moderado se lo deja calentar por un tiempo y se coloca los pedazos de verde, cuando estén medios dorados se los retira, se los lleva a una base plana y se los aplasta un poco, cuando tomen su forma hay que volverlos a poner en aceite hasta que queden crocantes al final se espolvorea sal y pimienta. Cuando esté todo listo se pone la langosta con los patacones y se los baña con el encocao.</p>			


Receta de clímax de lomo fino con chocolate y duraznos eróticos.

		 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS		
Nombre de la receta	Climax de lomo fino con chocolate derretido y duraznos eróticos			
Genero	PLATO FUERTE			
Número de porciones	1			
Técnicas aplicadas				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,2	kg	medallones de lomo fino	\$ 9,70	\$ 1,94
0,01	k	sal guesa	\$ 3,00	\$ 0,02
0,001	k	pimienta negra	\$ 13,60	\$ 0,01
0,03	k	aceite de oliva	\$ 9,30	\$ 0,23
0,01	k	aceite de chimichurri	\$ 3,00	\$ 0,03
0,03	k	mantequilla	\$ 7,71	\$ 0,19
0,002	k	cilantro	\$ 1,00	\$ 0,00
0,01	k	cebolla paiteña	\$ 0,51	\$ 0,01
0,01	k	tomate riñón	\$ 1,00	\$ 0,01
0,01	k	chocolate negro	\$ 20,16	\$ 0,18
0,002	k	achiote	\$ 3,16	\$ 0,01
0,01	k	cerveza		\$ 1,00
0,001	k	comino	\$ 6,70	\$ 0,003
0,1	lata	duraznos enlatados	\$ 2,32	\$ 0,23
0,01	k	salsa inglesa	\$ 1,80	\$ 0,02
			Costo total:	\$ 3,63
Fotografía	Procedimiento			
	<p>Primero se cocina en la plancha o la parrilla el lomo según el término pedido por el cliente con la sal en grano y pimienta negra, mientras se cocina se debe sazonar con el chimichurri. Aparte en una olla colocamos 500 gr de agua y cuando esté en ebullición se mete el tomate y la cebolla paiteña cortada en cuadros, se retira la piel del tomate y se deja que se cocine un poco, luego se cocina todo esto y se cuele con un cernidor grueso para que esta mezcla tenga cuerpo, luego esta mezcla se la lleva a cocción lenta hasta que tenga una consistencia de salsa, en este momento se coloca el chocolate derretido y se agrega sal, pimienta y cilantro. Cuando esta salsa este lista se coloca los duraznos cortados en cuadritos bañados en cerveza y se sirve junto con el lomo fino.</p>			

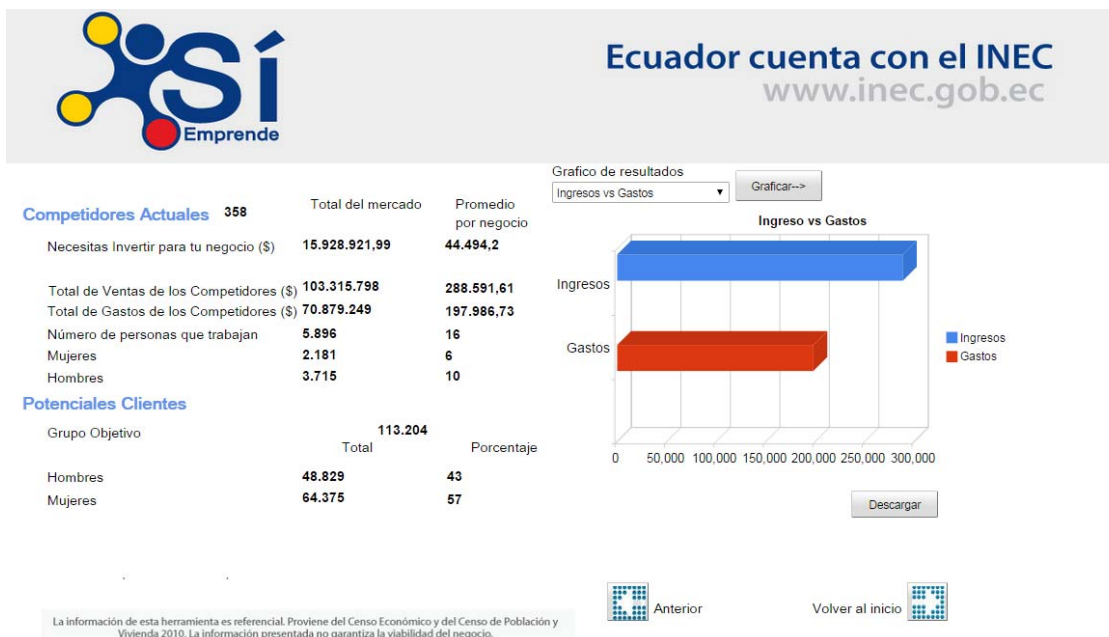
Receta de deseo de frutos rojos enlazados con caco y fuego de caramelo con tres texturas.

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	Deseo de frutos rojos enlazados con cacao y fuego de caramelo con tres texturas			
Genero	POSTRE			
Número de porciones	1			
Técnicas aplicadas	el pie de frambuesas va a tener azúcar en la parte superior y será sopleteada (caramelo)			
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,004	k	Leche en polvo	\$ 7,20	\$ 0,03
0,04	k	crema de leche	\$ 2,50	\$ 0,10
0,03	k	zumo de mora	\$ 1,85	\$ 0,06
0,01	k	gelatina sin sabor	\$ 1,28	\$ 0,01
25	ml	agua		\$ 0,02
0,04	L	helado de fresa	\$ 3,25	\$ 0,12
0,01	k	galletas trituradas	\$ 0,50	\$ 0,01
0,1	k	frambuesas	\$ 10,46	\$ 0,63
0,02	k	azúcar	\$ 0,88	\$ 0,01
0,00	k	zumo de limón	\$ 2,40	\$ 0,00
0,005	k	tapioca	\$ 3,41	\$ 0,02
0,001	k	canela en polvo	\$ 18,40	\$ 0,01
0,01	k	mantequilla	\$ 7,71	\$ 0,09
0,005	k	sal	\$ 0,30	\$ 0,00
0,02	k	cacao en polvo	\$ 19,50	\$ 0,39
50	ml	agua		\$ 0,04
0,03	k	nata líquida	\$ 9,60	\$ 0,29
0,060	k	azúcar morena	\$ 0,98	\$ 0,06
			Costo total:	\$ 1,68
Fotografía	Procedimiento			
	<p>Para hacer el mousse de mora primero, en una batidora eléctrica mezclamos la crema de leche hasta que se esponje y añadimos la leche en polvo, el zumo de mora y el azúcar. Se va a disolver la gelatina sin sabor en agua fría y se va a incorporar a la mezcla, se van a batir todos estos ingredientes y se va a poner a refrigerar una hora antes de servir. Para el pie de frambuesa mezclamos las galletas con la mantequilla hasta hacer una pasta la cual se va a colocar en un recipiente para hornear de manera que sea la corteza del pie, luego se trituran las frambuesas y se mezclan con azúcar, tapioca, jugo de limón, canela y una pizca de sal. Esta mezcla se vierte sobre la cubierta de galleta y se hornea 45 minutos a 175º centígrados. Una vez listo se deja enfriar y se refrigera antes de servir. La salsa de cacao se hierve el agua y el azúcar por 5 minutos, se retira del fuego y se añade el cacao en polvo, se lo mezcla bien y se lo pone al fuego por un minuto, se vuelve a retirar del fuego, se incorpora la nata y se lo mezcla. Para servir el deseo de frutos rojos se coloca el mousse de mora como base se coloca la salsa de cacao y encima el pie de frambuesa con azúcar en la parte superior para que al sopletear le caramelise a un lado de esto se coloca el helado de fresas y se pone encima la salsa de cacao.</p>			

Receta de éxtasis de pasión con helado de pistacho y gotas de perfume azul.

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	Éxtasis de pasión con helado de pistacho y gotas de perfume azul			
Genero	POSTRE			
Número de porciones	1			
Técnicas aplicadas				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,04	Lt	helado de pistacho	\$ 3,25	\$ 0,12
0,01	Lt	leche entera	\$ 1,25	\$ 0,01
1	Und	puré de maracuyá	\$ 0,25	\$ 0,25
0,3	k	harina	\$ 0,80	\$ 0,24
0,01	k	azúcar blanca	\$ 0,88	\$ 0,01
0,01	k	polvo para hornear	\$ 2,31	\$ 0,01
1	und	yemas de huevos	\$ 0,12	\$ 0,10
16	ml	aceite vegetal		\$ 0,15
0,003	k	esencia de vainilla	\$ 3,41	\$ 0,01
1	und	claras de huevo	\$ 0,12	\$ 0,10
0,03	k	azúcar	\$ 0,88	\$ 0,03
0,1	k	leche evaporada	\$ 4,07	\$ 0,28
0,1	k	leche condensada	\$ 3,37	\$ 0,27
24	ml	leche		\$ 0,03
1	Und	puré de maracuyá	\$ 0,25	\$ 0,13
0,3	onz	licor de pájaro azul		\$ 0,10
			Costo total:	\$ 1,60
Fotografía	Procedimiento			
	<p>En un bowl mezclar el puré de maracuyá y la leche caliente hasta unificar, cernir el harina, el azúcar y el polvo para hornear. En otro bowl colocamos las yemas, el aceite y la esencia de vainilla y esta mezcla unimos al harina, el azúcar y el polvo para hornear. Se realiza un merengue con las claras y el azúcar y la incorporamos a la mezcla que ya teníamos, se coloca esta mezcla en un molde y se hornea a 177° C por 40 minutos. Para la crema de las tres leches se mezcla el puré de maracuyá con la crema evaporada, la leche condensada y la crema de leche con un batidor hasta que la mezcla sea homogénea. Para servir el pastel debe absorber la crema que se realizó así que se la colóca en el centro, se la cubre con papel film y se la refrigera por al menos una hora, luego se la sirve con una bola de helado de pistacho y por encima se le coloca un chorrito de pájaro azul.</p>			

9. Anexo I. Análisis de la demanda.



Tomado de: página web del INEC

10. Anexo J. Proforma de Software de facturación para el Restaurante



Quito, 11 de Noviembre de 2014

Atención:
Srta. Carolina Cuvel
Restaurante
Presente.-

Objeto: Cotización Practisis Restaurant Manager

Practisis Manager llega a sus clientes por medio de una suscripción mensual, con la cual el cliente puede acceder a todos los recursos del sistema, pasa a ser parte de una comunidad de usuarios y se beneficia de una herramienta en constante evolución.

El sistema se arrienda en base a licencias automáticas, no se arrienda equipos ni hardware de ninguna clase.

El servidor es la primera maquina del local, siendo ahí donde se guardará la base de datos, esta maquina puede también ser parte de la operación sin ningún inconveniente.

Los clientes son una o varias maquinas de operación, que se agregan dependiendo del tamaño del negocio.

El Restaurant Manager puede conectarse al BackOffice, el sistema contable de Practisis; esta herramienta sirve para manejar la contabilidad del establecimiento y para la presentación de información financiera. Facilita también la declaración de impuestos, emisión de estados financieros y declaraciones electrónicas al SRI.

El costo mensual estimado de la operación en su establecimiento es de **\$100 INCLUIDO IMPUESTOS**.

Existen varios procesos relacionados con la operación del software:

Instalación del sistema.

Puesta a punto de datos básicos para empezar.

Entrenamiento al personal del establecimiento.

El costo único de estos procesos es de **\$150 + IVA**, mismo que deberá ser cancelado por adelantado. Este valor incluye 21 horas de instalación, entrenamiento y soporte presencial. Las horas de entrenamiento serán impartidas en la oficina de Practisis. Las horas de instalación y soporte presencial en el establecimiento.

El valor de instalación NO cubre el armado o configuración de equipos, cableado de red, configuración de puntos de red o instalación de impresoras. Si el personal de servicio técnico se ve en la obligación de realizar alguna de estas tareas, se facturará cada hora o fracción a \$25 USD + IVA.

Recomendamos el uso de Windows XP o Windows 7 (Ultimate o Business Edition), NO trabajamos con Windows Vista ni Windows 7 (Home o Starter).

Validez de Cotización: Un mes a partir de la fecha de emisión.

Av. Francisco de Orellana E11-14 y Coruña. Edif. María Gabriela, Piso 1. Quito, Ecuador.
+593-2-6039200. E-mail: info@practisis.com Web: www.practisis.net

Horas Contratadas para Soporte Inicial

Asunto	Contenido	Horas
Instalación	Hora Técnica de Instalación hasta 4 terminales	1
Meseros	Comandación, Funciones Meseros	1
Cajero	Ciclo Cajero: Caja, Cierre de Caja & Bodegas Cajero	2
Administrador 101	Conceptos, Compras, Requisiciones, Físico, Formulas, Reportes	2
Administrador 102	Control, Reportes, Precios, Control, Seguimiento	2
Base de Datos	Inicialización de Base de Datos	3
Visita Vivo	Pruebas, Soporte y Apertura	10
TOTAL HORAS		21

Podrán asistir a las capacitaciones hasta 5 personas, y serán dictadas en las oficinas de Practisis en horarios de oficina (09h00 a 17h00).

Las capacitaciones contratadas deberán ser tomadas en un tiempo máximo de 15 días a partir de la fecha de apertura del establecimiento.

El número de maquinas sugeridas para su operación es el siguiente:

Cantidad	Tipo	Ubicación
1	Servidor	Caja
1	Cliente – Pedidos	Barra
2	Impresoras TMU	1 en cada Caja, 1 para comandas

El valor de licencia mensual se detalla a continuación:

Cantidad	Descripción	Unitario	Total
1	Restaurant Manager Servidor	75,00	75,00
1	Restaurant Manager Cliente	25,00	25,00
0	BackOffice (Opcional)	150,00	0,00
	Total	USD	100,00

El pago de la licencia mensual se hará mediante débito automático de una cuenta bancaria (Pichincha o Produbanco) o cargo a una tarjeta de crédito.

A partir del fin de proceso de puesta en marcha, mismo que será notificado por escrito, Practisis brinda servicios de soporte vía e-mail sin costo; las visitas que se diere por razones de mal manejo del sistema, auditorias, instalación o re-instalación de puntos de red, etc., serán cobradas al cliente, siendo toda esta información detallada en el contrato de soporte.

Para iniciar operaciones de uso del Restaurant Manager, necesitamos un tiempo mínimo de cinco (5) días hábiles, dentro de los dos primeros días el cliente deberá aceptar la base de datos para aprobar la instalación del Software. Esos días empiezan a contar desde que han sido entregados todos los requisitos pedidos en la hoja de inicialización y se han firmado los contratos correspondientes.

Validez de Cotización: Un mes a partir de la fecha de emisión.

Av. Francisco de Orellana E11-14 y Coruña. Edif. María Gabriela, Piso 1. Quito, Ecuador.
+593-2-6039200. E-mail: info@practisis.com Web: www.practisis.net



Practisis

Apreciamos el tiempo y la inversión que para Usted significa utilizar una nueva tecnología y estamos convencidos que el uso de nuestro sistema le ahorrará dinero y acortará procesos en su negocio. Atentamente,

Pablo Carrión
Practisis S.A.

0998-663249

pablocarrion@practisis.com

Validez de Cotización: Un mes a partir de la fecha de emisión.

Av. Francisco de Orellana E11-14 y Coruña. Edif. María Gabriela, Piso 1. Quito, Ecuador.
+593-2-6039200. E-mail: info@practisis.com Web: www.practisis.net