



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

“INCANTARE” COCINA DE AUTOR

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Licenciado en Gastronomía

Profesora Guía:
Lcda. Estefanía Monge Rameix

Autor:
Mateo Egas Santander

Año
2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

Estefanía Monge Rameix

Licenciada

C.I.: 171372233-6

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”.

Mateo Egas Santander

C.I.: 171791252-9

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mis padres y a mi familia por todo el apoyo que me han brindado durante toda mi carrera y mi vida, quiero agradecer a mi novia Carolina, quien siempre estuvo a mi lado en todo momento, y a mis profesores quienes fueron mis guías durante toda mi carrera universitaria.

DEDICATORIA

“La cocina de autor es poner tu personalidad en lo que haces y ese sentimiento la convierte en algo distinto”

Ferrán Adrià

RESUMEN

En esta tesis se plantea la creación de un restaurante innovador, en el que se sirviera solamente menús de degustación. Así llegamos a la idea de la creación de Incantare un restaurante, que con la experiencia del chef, le permita crear platillos innovadores, utilizando, de ser posible, productos ecuatorianos. El objetivo fue atraer a una clientela creciente, los jóvenes-adultos de clase económica media alta. Es decir, los jóvenes quienes trabajen en pequeñas empresas como altos mandos o personas quienes comiencen sus propios negocios.

Para poder medir la aceptación en el mercado de nuestro plan de negocios, realizamos encuestas a una muestra del universo de estudio. En estas encuestas obtuvimos resultados muy alentadores. Es decir, la gente aceptaría la creación de un restaurante como el mencionado anteriormente. Para atraer a nuestro mercado, nos enfocamos básicamente en una campaña de publicidad por medio de redes sociales y la creación de una página web. Conociendo un poco al mercado de Quito, sabemos que lo más importante es la reputación que mantenga el restaurante. Es por esto que la imagen corporativa, se creó con mucha atención, con el fin de atraer a nuestros clientes y no perder nuestra propia identidad. Finalmente, concluimos que la realización de este proyecto será completamente viable ya que la población de la ciudad de Quito lo aceptará y este tendrá un crecimiento esperado para un negocio gastronómico. Concluimos también, que se debe prestar mucha atención a todos los detalles para que el restaurante funcione legalmente y de la mejor manera.

ABSTRACT

This thesis proposes the creation of an innovative restaurant, in which only tasting menus would be served. Thus we arrive at the idea of creating Incantare a restaurant which chef's expertise will allow him to create innovative dishes, using, if possible, Ecuadorian products. The objective was to attract a growing clientele, young-adult of the upper-middle economic class. That is, young people who work in small businesses as senior officers or people who start their own businesses.

To measure the market acceptance of our business plan, we conducted surveys of a sample of the universe of study. With these surveys we obtained very encouraging results. That is, people would accept the creation of such a restaurant as the one mentioned before. To appeal to our market, we focus mainly on an advertising campaign through social networking and creating a website. Knowing a little about the market of Quito, we know that the restaurant's reputation is most important. That is why the corporate image was created with great attention, in order to attract customers and keep our own identity. Finally, we conclude that the realization of this project is entirely feasible since the population of the city of Quito will accept it and it will have the expected growth of a gastronomic business. We also concluded that in order to have the restaurant operating legally and in the best way possible, attention should be paid to every detail.

ÍNDICE

1	CAPÍTULO I. LA EMPRESA	1
1.1	ANTECEDENTES	1
1.2	JUSTIFICACIÓN DE CONCEPTO	1
1.3	JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO.....	1
1.3.1	PYMES	2
1.3.1.1	Construcción	2
1.4	OBJETIVO.....	3
1.4.1	Objetivo General	3
1.4.2	Objetivos Específicos.....	3
1.5	ZONIFICACIÓN.....	3
2	CAPÍTULO II. GESTIÓN EMPRESARIAL.....	5
2.1	GESTIÓN EMPRESARIAL.....	5
2.1.1	Gestión Empresarial de la Empresa	5
2.2	VISIÓN	5
2.3	MISIÓN.....	5
2.4	ANÁLISIS FODA	6
2.4.1	Fortalezas	6
2.4.2	Oportunidades	6
2.4.3	Debilidades	7
2.4.4	Amenazas.....	7
2.5	PROPÓSITOS EMPRESARIALES.....	7
2.6	VALORES	8
2.7	PLAN DE ORGANIZACIÓN	8
2.7.1	Tipo de Empresa.....	8
3	CAPÍTULO III. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	12
3.1	QUE ES LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	12
3.1.1	Estructura Formal	12
3.1.2	Estructura Informal.....	12
3.2	ESTRUCTURA FUNCIONAL DE LA EMPRESA	12
3.2.1	Ventajas.....	12
3.2.1.1	Desventajas	13
3.2.2	Organigrama Estructural	13
3.2.3	Puestos de Trabajo y Efectivos de Personal	13
3.3	DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE LOS EMPLEADOS.....	14
3.4	CONVOCATORIA, RECLUTAMIENTO, CAPACITACIÓN Y SELECCIÓN.....	15
3.4.1	Reclutamiento	15
3.4.2	Selección	16
3.4.3	Capacitación	16

3.5	POLÍTICAS.....	16
3.5.1	Políticas de la Empresa	16
3.6	CÓDIGO DE TRABAJO	18
3.6.1	Reglamento de la Empresa	18
3.7	CONTRATOS Y CONVENIOS	19
3.7.1	Contrato de Trabajo	19
3.7.2	Documentos Indispensables.....	20
3.8	HORARIOS	23
3.8.1	Horarios de Atención	23
3.8.2	Horarios de Trabajo	23
3.8.2.1	Cocina.....	23
3.8.2.2	Servicio	24
4	CAPÍTULO IV. LA COCINA Y OFERTA GASTRONÓMICA.....	25
4.1	LA COCINA.....	25
4.1.1	Instalación y Facilidades.....	25
4.1.2	Equipos y Utensilios.....	26
4.1.3	Distribución del Trabajo	27
4.1.4	Manejo Higiénico de los Alimentos	27
4.1.5	Salud y Seguridad del Personal.....	27
4.2	PLANO DEL NEGOCIO	27
4.3	OFERTA GASTRONÓMICA	28
4.4	CREACIÓN DEL MENÚ	28
4.4.1	Justificación del Menú.....	28
4.4.1.1	Creación y Justificación de la Carta	28
4.5	RECETA ESTÁNDAR	29
4.5.1	Recetas Estándar	29
5	CAPÍTULO V. PLAN DE MARKETING	36
5.1	ANÁLISIS DEL MERCADO	36
5.1.1	Investigación de Mercado	36
5.1.1.1	Definir el Objetivo de la Investigación	36
5.1.1.2	Desarrollar un Plan de Investigación.....	37
5.1.2	Investigación por Encuesta	37
5.1.2.1	Encuesta Aplicada	40
5.1.2.2	Tabulación Aplicada.....	42
5.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA OFERTA.....	45
5.2.1	Análisis de la Demanda	45
5.2.1.1	En Función del Precio	46
5.2.1.2	Hábitos de Consumo, Gustos y Preferencias.....	46
5.2.2	Análisis de la Oferta.....	46
5.2.2.1	Nuevos Competidores.....	46
5.2.2.2	Productos Sustitutos	46
5.3	MAPA DE UBICACIÓN	47
5.3.1	Croquis	47

5.4	ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO Y MICRO ENTORNO	47
5.4.1	Macro Entorno	47
5.4.1.1	Factores Culturales	47
5.4.1.2	Factores Sociales	48
5.4.1.3	Factores Políticos	48
5.4.2	Micro Entorno	48
5.4.2.1	Clientes	48
5.4.2.2	Proveedores	49
5.4.2.3	Competencia	49
5.5	CREACIÓN DE LA IMAGEN	49
5.5.1	Logotipo	49
5.5.2	Isotipo	49
5.5.3	Pantones	50
5.5.4	Letrero	50
5.6	DISEÑO DE LA CARTA	51
5.6.1	Diseño de la Carta	51
5.7	UNIFORMES	52
5.7.1	Uniforme en la Cocina	52
5.7.2	Uniforme en el Servicio	54
5.8	MARKETING MIX	55
5.8.1	Estrategia de Introducción	55
5.8.2	Precio	56
5.8.2.1	Formas de Pago	60
5.8.3	Producto	63
5.8.4	Plaza	63
5.8.4.1	Venta Directa	64
5.8.5	Promoción – Publicidad	64

6 CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO..... 66

6.1	INVERSIÓN	66
6.2	ACTIVOS FÍSICOS	67
6.2.1	Maquinarias y Equipos	67
6.2.2	Menaje	68
6.2.3	Equipos de Computación y Software	69
6.3	ACTIVOS DIFERIDOS	69
6.3.1	Gastos de Constitución	69
6.4	CAPITAL DE TRABAJO	69
6.4.1	Materia Prima	69
6.4.2	Sueldos y Salarios	71
6.4.3	Gastos de Publicidad	71
6.4.4	Suministros de Limpieza	72
6.4.5	Gastos de Uniforme del Personal	73
6.5	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	73
6.5.1	Capital Propio	73
6.6	COSTOS Y GASTOS	74
6.6.1	Gastos	74
6.6.2	Costos	74

6.6.2.1	Costos Variables	74
6.6.2.2	Costos Fijos	75
6.6.2.3	Costos Totales	77
6.7	CUADROS DE PROYECCIÓN DE VENTAS	78
6.7.1	Cuadros de Proyección Numéricos.....	78
6.7.2	Cuadro de Proyección por Valor Monetario	79
6.8	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	80
7	CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y	
	RECOMENDACIONES	82
7.1	CONCLUSIONES.....	82
7.2	RECOMENDACIONES	82
	REFERENCIAS.....	83
	ANEXOS	84

1 CAPÍTULO I. LA EMPRESA

1.1 ANTECEDENTES

Se planea este proyecto debido a algunos factores, entre ellos se encuentra la creciente demanda por este tipo de restaurantes; el factor más importante para optar por este proyecto es la pasión del emprendedor por el tema.

El restaurante deberá estar muy bien consolidado ya que existe competencia de otros restaurantes ya formados, por lo que el enfoque de Incantare será la calidad de la materia prima, el servicio y el producto final.

La creciente demanda por este tipo de negocios en Quito es uno de los factores más importante para la aceptación de este proyecto. La población de clase económica media-alta, está dispuesta a gastar su dinero en lugares en los que se sientan a gusto y satisfacción al momento de ser atendido. Por eso es que el restaurante Incantare deberá posicionarse en la mente de los consumidores como uno de los restaurantes más exclusivos de la ciudad. Al estar bien establecido, se logrará estar a la par de sus competidores, y podrá seguir funcionando el ciudad.

1.2 JUSTIFICACIÓN DE CONCEPTO

Un restaurante de cocina de autor es un establecimiento de alimentación que se rige bajo la dirección de un chef. Este es el encargado de la creación de la carta y demás aspectos. Se denomina de autor porque el chef es el creador de los platos y menú del restaurante.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

La creciente demanda por restaurantes de lujo en Quito crea un nicho de mercado amplio para enfocar la atención del restaurante. Los negocios

gastronómicos de este tipo existen, más la oferta de los mismos no es la suficiente. La creciente demanda, permite, al iniciar este tipo de negocio, tener grandes oportunidades de éxito.

La población de la ciudad de Quito está siempre buscando lugares donde degustar platos de calidad con un servicio de primera. Este mismo nicho de mercado está dispuesto a gastar grandes cantidades de dinero, a cambio de una comida de calidad y un servicio completamente complaciente

La creciente tendencia europea de los restaurantes de cocina molecular y cocina de autor, han influenciado a las sociedades latinoamericanas. Mucha gente en Quito, está en busca de comida que impresione sus paladares y sea toda una experiencia, más allá de solo comida.

1.3.1 PYMES

Las PYMES son el conjunto de las pequeñas y medianas empresas, delimitadas de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción. Por lo general, en nuestro país, las PYMES se dedican a negocios específicos como:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.

1.3.1.1 Construcción

- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

1.4 OBJETIVO

1.4.1 Objetivo General

Consolidar un restaurante en Quito con la capacidad de entregar a sus clientes el mejor servicio y los mejores platillos cumpliendo con los más altos estándares internacionales.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar los productos solicitados por el mercado.
- Tener personal capacitado para el servicio y cocina con el fin de dar la mejor atención al cliente.
- Tener la capacidad de atender a todos los clientes de la misma manera, entregando el mejor servicio y los mejores productos.
- Tener un manejo responsable de desperdicios y cuidado del agua.
- Generar ganancias con el fin de pagar a los empleados un sueldo acorde a su trabajo.
- Tener la capacidad de recuperar la inversión y generar ganancias para los inversionistas.

1.5 ZONIFICACIÓN

La localización de un restaurante es un aspecto crucial. Tomando en cuenta la localización de la gran mayoría de restaurantes de este tipo en la ciudad de Quito.

Se planea poner en marcha el restaurante en el sector bellavista. La calle Portugal ha sido elegida como un lugar central para el restaurante. Aquí, se pondrá poner en marcha todo lo deseado, un restaurante que cree un ambiente íntimo y con la mejor comida de la ciudad.

2 CAPÍTULO II. GESTIÓN EMPRESARIAL

2.1 GESTIÓN EMPRESARIAL

La gestión empresarial es la actividad que, mediante individuos especializados busca mejorar la productividad y competitividad de la empresa. Para ello se necesita de expertos que nos ayuden a analizar los aspectos en los que la empresa debe mejorar y nos permita acercarnos cada vez más al éxito.

2.1.1 Gestión Empresarial de la Empresa

Al ser Incantare una empresa pequeña, no podremos contar con expertos en todos los temas debido a los costos, pero nuestro personal permanecerá en constante capacitación y comunicación con la cabeza de la empresa, para así poder dar retroalimentación para que la empresa funcione de mejor manera.

2.2 VISIÓN

Incantare será reconocido como el mejor restaurante de cocina de autor en la ciudad de Quito en los próximos 5 años manteniendo siempre la calidad de sus productos y sus políticas de atención al cliente.

2.3 MISIÓN

Utilizando siempre productos de primera calidad y procurando que estos sean ecuatorianos además de un servicio personalizado, entregaremos al cliente la mejor experiencia de una comida.

2.4 ANÁLISIS FODA

2.4.1 Fortalezas

- Cocina de vanguardia
- Presentaciones novedosas
- Alto margen de utilidad
- Ingredientes 100% ecuatorianos
- Equipos de primera mano
- Equipo con experiencia en cocina de vanguardia
- Retorno seguro
- Cocina poco usual en el medio
- Acceso a parqueadero
- Productos de primera calidad
- Sistema de restaurantes de primera categoría
- Gerente Inversionista

2.4.2 Oportunidades

- Mercado de amplia demanda
- Competidores no muy especializados
- Mercado con tendencias internacionales
- Influencias internacionales gastronómicas positivas
- Eventos fáciles de conseguir
- Grandes oportunidades de negocios
- Poca competencia
- Producciones de alta calidad
- Clima regular y continuo permite salidas continuas

2.4.3 Debilidades

- Alto costo
- Capacidad máxima de 36 personas
- Cocineros difícil de encontrar
- Reputación muy sensible
- Inversión continua
- Trabajo de alta presión y generador de estrés
- Flujo de efectivo bajo
- Negocio nuevo y no probado
- Eventos difíciles de costear
- Plan de retorno de capital variable
- Sistemas de control difícil de aplicar

2.4.4 Amenazas

- Línea política inestable
- Gran cantidad de leyes a seguir
- Ciudad propensa a erupciones volcánicas y sismos
- Competencia bien posicionada
- Motivación de personal
- Primeros meses difíciles
- No existe local propio
- Alta probabilidad de rotación de personal
- No existe respaldo financiero
- Economía poco inestable

2.5 PROPÓSITOS EMPRESARIALES

El propósito de la empresa Incantare será brindar la mejor comida y el mejor servicio a nuestros clientes, permitiéndonos así, introducir cada vez un poco más de cocina de vanguardia, es decir, “educar” a nuestra clientela.

2.6 VALORES

Las grandes empresas siempre llegan a serlo debido a que se basan en valores básicos que permiten el éxito de la misma. Incantare mantendrá siempre los valores en alto para poder destacarse como una gran empresa. Los empleados recibirán siempre información sobre los valores más importantes de la empresa. Estos son:

- Honestidad
- Respeto
- Puntualidad

2.7 PLAN DE ORGANIZACIÓN

2.7.1 Tipo de Empresa

Se puede decir que empresa es todo ente económico que está formado por uno o varios propietarios, que fue creada para realizar actividades de comercialización o producción, siendo ésta de bienes y/o servicios, mediante la ayuda de recursos humanos, material, económico, financiero y tecnológico, para la obtención de dos objetivos básicos: la satisfacción de necesidades y/o la obtención de una ganancia.

Las empresas tienen cierta clasificación específica que se muestra a continuación:

Según la actividad que realizan

- Comercial: Son aquellas que se dedican a comprar bienes y a venderlos sin realizar cambios de fondo en dichos productos, y establecen un valor marginal conocido también como utilidad.

- Servicio: Son aquellas organizaciones que se crean con el fin de satisfacer necesidades netamente personales.
- Industriales: Estas empresas compran materia prima e insumos para procesarlos y transformarlos en productos elaborados.

Según el origen del capital

- Públicas: Son aquellas empresas cuyo capital proviene del Estado.
- Privadas: Son empresas constituidas con el capital de personas particulares.
- Mixtas: Son empresas cuyo capital está conformado por aportes que provienen tanto del Estado como de personas particulares.

Según la constitución de capital

- Unipersonales: Son empresas cuyo capital pertenece a un solo propietarios.
- Sociedades: Son aquellas organizaciones cuyo capital está constituido por el aporte de dos o más socios. Se rodean de formalidades jurídicas para su constitución y desarrollo. A continuación algunos tipos de sociedades:
 - Sociedad de hecho
 - Sociedad en comandita
 - En nombre colectivo
- Sociedades de capital: Son entes jurídicos formados por dos o más socios, cuyo factor determinante en la administración constituye el monto de los aportes del capital. Existen algunos tipos de sociedades de capital:

- Sociedad Anónima
- Compañía de Responsabilidad Limitada
- Compañía de economía mixta

Según su tamaño

- Multinacional
- Grande
- Mediana
- Pequeña
- Micro

Clasificación de las empresas de alimentos y bebidas

Son todos aquellos establecimientos que proporcionan alimentos y bebidas a un precio establecido, en un horario de atención y, que pueden o no tener servicios complementarios.

Clasificación:

Restaurantes: Son aquellos establecimientos que sirven alimentos y bebidas a un precio determinado, para que los clientes lo consuman en su propio local.

Cafeterías: Son aquellos establecimientos que generalmente sirven platos fríos o calientes, refrigerios rápidos, bebidas con o sin alcohol, infusiones, café en algunas presentaciones. Deben ser consumidas en su propio local.

Fuente de soda: Son establecimientos que sirven comida rápida como hamburguesas, sánduches, empanadas, pastas, bebidas alcohólicas o sin alcohol, gaseosas, infusiones.

Drives Inn: Son establecimientos que sirven alimentos y bebidas rápidas para que sean consumidas en el vehículo. Cuentan con estacionamientos, entrada y salida independiente de los mismos señalados adecuadamente.

Bares: son aquellos establecimientos que sirven bebidas alcohólicas mediante copas o botellas enteras; también pueden ofrecer pequeñas raciones de comida como, picaditas, tablas, tapas, etc., que serán consumidas en el propio local.

Take away: Son establecimientos que preparan alimentos y bebidas que son para llevar. El cliente puede llamar para ordenar y solo ir a retirar o, ir ordenar, esperar e irse con sus productos.

Servicio a Domicilio: Es un servicio que ofrecen algunos establecimientos, consiste en que el cliente llama al local, ordena la comida que desea con o sin especificaciones de la misma. La empresa se encarga de tomar los datos personales de los clientes, direcciones exactas, etc., se deberá informar al tiempo estimado de entrega y el valor que se deberá cancelar.

Cabe recalcar que dentro de esta clasificación no entran los establecimientos de alimentos y bebidas que son parte de una escuela, colegio, universidad o entidad pública; tampoco lo establecimientos que son parte de un hotel.

3 CAPÍTULO III. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1 QUE ES LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Estructura organizacional es la manera en la que se organiza la empresa y todos sus aspectos.

3.1.1 Estructura Formal

Esta es la estructura que dan las cabezas del negocio. Es decir, se decide la división del trabajo y de los puestos y se la plasma de manera formal en papel. Esta se define por medio de organigramas, reglas y procedimientos.

3.1.2 Estructura Informal

Esta estructura no está formalizada ni estructurada, es más espontánea y surge de las diferentes posiciones de la empresa y se da de acuerdo a las diferentes características de las personas, lo que les permite realizar ciertos trabajos con más aptitud.

3.2 ESTRUCTURA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.2.1 Ventajas

Las ventajas que nos ofrece dividir formalmente, mediante organigramas, nuestra empresa, son principalmente las siguientes:

- Capacidad de medición de resultados del trabajo
- División racional del trabajo
- Responsables formales frente al trabajo

3.2.1.1 Desventajas

La principal desventaja de una división tan formal del trabajo es que los empleados quedan limitados a su trabajo, es decir, no se les permite experimentar dentro de las demás áreas de trabajo, y en gastronomía, esto es muy importante.

3.2.2 Organigrama Estructural

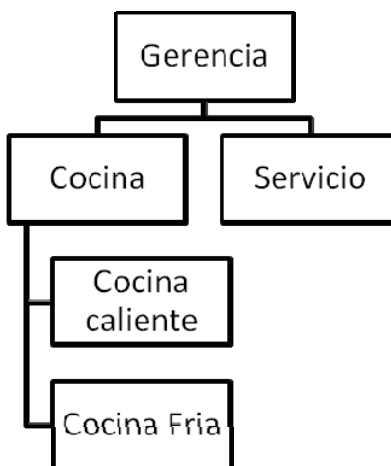


Figura 1. Organigrama Estructural

3.2.3 Puestos de Trabajo y Efectivos de Personal

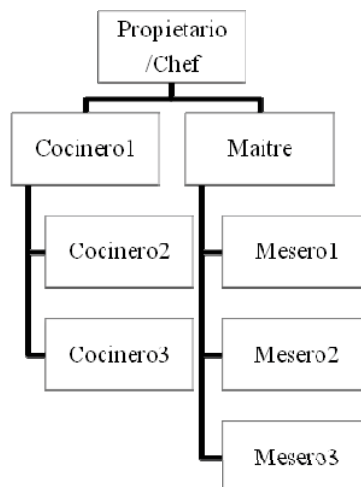


Figura 2. Organigrama por puestos de trabajo

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE LOS EMPLEADOS

Chef/Propietario:

Encargado del manejo del restaurante. Tiene a su cargo cocineros y al maître. Él es el encargado del diseño y selección de menús. Es el encargado de organizar al equipo de cocina y trabajara con ellos en el momento de servir montando los platos en conjunto con el sub chef. Es también el encargado de revisar el correcto funcionamiento de los demás departamentos. Debe realizar las recetas estándar de todo su menú.

Contador:

Encargado de la revisión de todas las facturas y elementos contables del restaurante. Reporta directamente con el chef/propietario y es el encargado de entregar los balances mensuales y estados de pérdidas y ganancias.

Maître:

Encargado de todo el personal de servicio. Él debe resisar su aspecto físico y comportamiento con el cliente. Sera el encargado de las funciones de sommelier. Debe al final del servicio, revisar que el salón quede impecable.

Cocinero1:

Encargado de la realización de los platos en el momento del servicio. Ayudará siempre en el mise en place del restaurante y deberá turnarse con los otros dos cocineros para lavar los platos

Cocinero2:

Encargado de elaborar los platos en conjunto con los otros dos cocineros. Siempre ayudara en el mise en place y la limpieza. Deberá turnarse para el lavado de los platos con los otros dos cocineros.

Cocinero3:

Encargado de la elaboración de los platos de la carta en el momento del servicio. Siempre será parte del mise en place de cocina y se turnara para lavar los platos del local con los otros dos cocineros.

Meseros 1, 2, 3:

Encargados de la limpieza del salón y de pulir toda la vajilla y cristalería. Son los encargados de tomar las órdenes e ingresarlas en el sistema para que se realicen los platillos en cocina.

3.4 CONVOCATORIA, RECLUTAMIENTO, CAPACITACIÓN Y SELECCIÓN.

La convocatoria, reclutamiento selección y capacitación de personal son procesos de recursos humanos extremadamente importantes para la empresa. Esto nos permite filtrar de manera eficiente la gente que se acercara para una decisión final de contratación de personal. La convocatoria, la cual se realizara en anuncios de periódicos incluirá todos los requisitos que deben cumplir las personas que se acercaran para la selección.

3.4.1 Reclutamiento

Para que pueda existir el proceso de reclutamiento en una empresa, debe primero existir una vacante. Cuando esto sucede el departamento de recursos humanos, o el responsable de estas funciones en una empresa decidirá si se contrata personal por temporadas o a tiempo completo. Después se da a conocer la vacante. El siguiente paso será dos entrevistas que nos permitirán conocer a fondo a la persona para saber si está capacitada para el trabajo.

3.4.2 Selección

La selección es el proceso específico en el que nosotros recibimos a los postulantes a la vacante y los filtramos mediante dos entrevistas. La primera entrevista, es en la cual se revisa que el postulante cumpla con los requisitos básicos para el trabajo. Después, se realiza la entrevista de profundidad, en la cual se necesita de personal calificado en el área que trabajará para saber si cumple con los requisitos específicos para el trabajo. En el caso de Incantare, el encargado de estas funciones será el chef, quien realizara las dos entrevistas y seleccionara el personal acorde a las necesidades que se presenten.

3.4.3 Capacitación

La capacitación es el proceso final de esta parte de recursos humanos. Aquí el personal nuevo recibirá capacitación sobre su trabajo y recibirá siempre retroalimentación. En el caso de Incantare, el personal nuevo recibirá la retroalimentación al momento en que comiencen a trabajar. Si existiera la posibilidad en un futuro, recibirán capacitación formal.

3.5 POLÍTICAS

3.5.1 Políticas de la Empresa

Políticas de INCANTARE:

- De recepción de mercadería.
 - La recepción de la materia prima estará a cargo del chef, quien en conjunto con sus cocineros, almacenaran en los debidos puestos previamente asignados.

- Sobre calidad de producto final.
 - La calidad del producto final será siempre la mejor. Todos los cocineros están encargados de seguir la receta estándar y el chef deberá aprobar todos los platos antes de que salgan al salón.

- De compras.
 - El chef será el encargado de realizar la lista de compras y de comprar los insumos. Esto lo hará con la ayuda del software de manejo que posee el restaurante.

- De almacenamiento de materia prima.
 - Los diferentes tipos de insumos se almacenaran a temperaturas adecuadas dependiendo del tipo utilizando instalaciones que permitan mantener este tipo de control.

- De sanidad y limpieza.
 - Se manejaran siempre los más altos estándares e limpieza y sanidad, tanto en cocina como en el salón, siendo el objetivo final la certificación HACCP.

- De atención al cliente.
 - El cliente debe ser tratado siempre con total cordialidad y siempre debe ser atendido en todas sus dudas y necesidades.

- De etiqueta telefónica.
 - Las personas que atiendan el teléfono, deben mantener la más alta etiqueta, siempre atender con cordialidad y estar dispuestos a ayudar al cliente en todo lo que necesite.

- De contratación.
 - El chef será el encargado de contratar nuevos empleados. El hará las entrevistas de trabajo y será el encargado de designar sus funciones.

- De horarios.
 - El chef será el encargado de realizar los horarios del personal. Si algún empleado llegase a tener un problema, deberá comunicarse directamente con el chef para arreglarlo.

3.6 CÓDIGO DE TRABAJO

3.6.1 Reglamento de la Empresa

1. Es prohibido tener cualquier relación íntima entre compañeros de la empresa.
2. Los horarios determinados deben ser cumplidos por todos los empleados de la empresa.
3. Los empleados deberán llevar siempre el uniforme completo y el uniforme debe estar siempre limpio.
4. Todo atraso, sin previo aviso ni aceptación de los jefes, tendrá una sanción en el salario.
5. En caso de enfermedad, el empleado deberá presentar el certificado médico, caso contrario, la ausencia será tomada como falta.
6. Los empleados deberán estar completamente y debidamente uniformados para poder registrar su ingreso.
7. Todos los empleados respetaran las normas de seguridad establecidas dentro del restaurante.
8. Para poder ausentarse, horas o un día completo, el empleado deberá solicitar permiso a su jefe y podrá ausentarse solo en caso de que él acepte.

3.7 CONTRATOS Y CONVENIOS

3.7.1 Contrato de Trabajo

A continuación un modelo del contrato de trabajo a utilizar:

En la ciudad de Quito, XXXX, comparecen por una parte la empresa INCANTARE representada por su Gerente General Sr. **XXXX con CC. XXXXXXXXXXXX** y por otra parte el Sr. **XXXX con CC. XXXX** por sus propios derechos, quienes acuerdan celebrar el siguiente contrato de trabajo, de conformidad con las estipulaciones que libre y voluntaria se indican a continuación:

PRIMERA: El señor **XXXX** se obliga a ejecutar su trabajo con el horario establecido por el empleador y aun en horas suplementarias o extraordinarias si fuera necesario.

SEGUNDA.- El señor **XXXX** se obliga a ejecutar su trabajo con el horario establecido por el empleador y aun en horas suplementarias o extraordinarias si fuera necesario.

TERCERA.- Por la prestación de servicios la empresa pagará al Sr. **XXXX** la remuneración mensual de **USD \$ depende del puesto**. De esta suma se harán los descuentos que correspondan a los aportes personales del trabajador al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, retenciones de impuesto de la renta, en caso de haberlas, los ordenados por el juez o autoridad competente y los demás terminados por la ley. El empleador pagará además las remuneraciones adicionales, vacaciones, utilidades y otros beneficios sociales que se llegare a acordar, en las condiciones y con las limitaciones establecidas legalmente.

CUARTA.- El tiempo de duración del presente contrato a prueba es de noventa días de conformidad con lo expuesto el Art. 15 del Código de Trabajo. Vencido

este plazo de prueba se entenderá que continua en vigencia por el tiempo que faltare hasta completar el año, periodo dentro del cual una de las dos partes podrá darlo por terminado de conformidad con las disposiciones contenidas en los Art. 169 y 84 del Código de Trabajo vigente.

QUINTA.- Independientemente a lo acordado en la cláusula cuarta se establece y se deja constancia en este instrumento que se considera faltas graves y por consiguiente causales suficientes para dar por terminado el contrato de trabajo previo trámite de visto bueno según Art. 172 del Código de Trabajo.

SEXTA.- Para los efectos de este contrato las partes se someten a las disposiciones del Código de Trabajo, a las autoridades administrativas y jueces competentes de esta jurisdicción y constituyen su domicilio en la ciudad de Quito, sujetándose al procedimiento oral en caso de controversia.

Por constancia y en fe de aceptación, firman las partes por duplicado de igual tenor y valor en Quito XXXX.

Sr. XXXX
Gerente General

SR. XXXX
C.C. XXXX

INCANTARE CIA.LTDA.

3.7.2 Documentos Indispensables

En el momento actual, para que un negocio de alimentos y bebidas pueda funcionar legalmente, debe cumplir algunos requisitos que son regulados por: el Municipio de Quito, el Ministerio de Salud Pública, entre algunas otras entidades. Deberemos tomar en cuenta y acatar todos y cada uno de los siguientes requisitos para que Incantare pueda funcionar de manera 100% legal.

Requisitos de funcionamiento del Municipio Metropolitano

Para poder funcionar de manera 100% legal deberemos obtener los siguientes documentos en el municipio.

- Patente Municipal: Tiene un costo de \$13.00 y tiene un plazo de trabajo de 24 horas. Como resultado tendremos la patente municipal.
- Informe de regulación metropolitana: Tiene un costo de \$2.00 más el formulario que tiene el mismo costo. Se deben presentar el formulario, el pago del impuesto predial del año en curso, copia de la cedula e identidad y copia de la papeleta de votación. Esto se tramita en la oficina del Municipio de cada zona y se demora 4 días en tramitar.
- Uso de suelo: Este es un trámite sin costo para el cual debemos presentar: solicitud de uso de suelo, copia de la carta del impuesto predial, copia de la cédula de identidad, copia de la papeleta de votación y copia del IRM.
- Licencia Metropolitana: Para obtener la licencia metropolitana deberemos pasar por algunos procesos. Llenaremos primero el formulario de solicitud y lo presentaremos adjunto a: copia del RUC actualizado, copia de la cedula de ciudadanía, copia de la papeleta de votación, informe de compatibilidad de uso de suelo, certificado ambiental, copia de la calificación artesanal y copia del carné artesanal vigente.

Registro de la razón social.

Para la obtención del RUC necesitaremos:

- Patente municipal
- Copia a color de la cedula de identidad

- Copia de la papeleta de votación
- Planilla de servicios

Este es un trámite sin costo y se atiende en ventanilla.

Ministerio de Salud Pública

Para que el ministerio de salud apruebe nuestro funcionamiento deberemos obtener lo siguiente:

- Carné de salud de cada empleado: Cada empleado debe someterse a pruebas de sangre heces y orina, posteriormente los resultados se ingresaran junto con copias de la cedula y la papeleta e votación. El trámite demora 8 días y tiene un costo de \$12 por carné.
- Certificado de manipulación de alimentos: Para obtener este certificado se debe tomar el curso de manipulación de alimentos que organiza la dirección provincial de salud.
- Permiso de funcionamiento de salud: Para obtener este permiso se debe ingresar la siguiente documentación: Planilla de inspección, copia del RUC, copia de las cédulas de identidad y de las papeletas de votación, copia de la licencia metropolitana, copias de carnés de salud, copias de certificados de manipulación de alimentos.

Ministerio de turismo y Medio Ambiente

A continuación la documentación y certificaciones necesarias de estos dos ministerios:

- Certificado del medio ambiente: Cumplir con las regulaciones necesarias, llenar el formulario de solicitud, carta del impuesto predial del dueño del

predio, copia del RUC, copia de la cedula de identidad. Se debe primero ingresar la documentación, después esperar entre 8 y 15 días para la inspección, luego dirigirse al municipio para un pago de \$53.80.

- Turismo: Llenar el formulario de registro, copia del informe de uso de suelo, dos copias de la patente, copia de RUC, copias de la cedula de identidad y de la papeleta de votación, inventario de los bienes muebles y activos del local. Debemos ingresar el trámite en Turismo Quito, llenar el formulario, pagar el 1/1000 de los activos y esperar respuesta, el trámite demora 15 días.

3.8 HORARIOS

3.8.1 Horarios de Atención

El restaurante “INCANTARE”, trabajara para los horarios de almuerzo y cena, es por eso que el restaurante estará abierto al público de 12:30 a 15:45 y de 18:15 a 21:45. El restaurante estará abierto de lunes a sábado. Los días sábado se trabajara media jornada.

3.8.2 Horarios de Trabajo

3.8.2.1 Cocina

Tabla 1 Horario de trabajo personal de cocina

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Chef (Dueño)	X	X	X	X	X	X	X
Cocinero1	X		X	X	X	X	
Cocinero2	X	X		X	X	X	
Cocinero3		X	X	X	X	X	

X días de trabajo

Se trabaja en turno partido. De 12:00 a 16:00 y de 18:00 a 22:00.

Los días domingos no se abrirá el restaurante. Todo el personal descansa.

3.8.2.2 Servicio

Tabla 2 Horario de trabajo personal de servicio

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mesero 1		X	X	X	X	X	
Mesero 2	X		X	X	X	X	
Mesero 3	X	X		X	X	X	
Maître	X	X	X	X	X	X	

X días de trabajo

Se trabaja en turno partido. De 12:00 a 16:00 y de 18:00 a 22:00.

Los días domingos no se abrirá el restaurante. Todo el personal descansa.

4 CAPÍTULO IV. LA COCINA Y OFERTA GASTRONÓMICA

4.1 LA COCINA

4.1.1 Instalación y Facilidades

Las instalaciones del restaurante han sido diseñadas por el chef con la asesoría de un arquitecto para poder tener la mayor comodidad. Así mejoraremos la eficiencia del trabajo en cocina. Podremos ver el plano en la parte del diseño de la cocina.

4.1.2 Equipos y Utensilios

Tabla 3 Lista de equipos y utensilios

1	Sartén de aluminio de 35.56 cm de diámetro con mago asilado
1	Colador malla fina de acero inoxidable 19.5 cm mando de madera
1	Colador malla fina de acero inoxidable 26 cm mando de madera
1	Set de cortadores circulares acero inoxidable 12 unidades
1	Flambeador con cámara de gas recargable
1	Espátula raspadora de tazón, plástico blanco
1	Abrelatas portátil acero inoxidable sistema de engranaje
1	Bolillo de madera de 38.1cm de largo
1	Espátula de codo 7 pulgadas
2	Espátula de alta temperatura de 10 pulgadas
1	Espátula de alta temperatura de 14 pulgadas
1	Manga pastelera de nylon. 22.9x38.1cms
1	Cortador de masa de una cuchilla
1	Set de cortadores cuadrados acero inoxidable 6 unidades
3	Tazón de acero inoxidable de capacidad 1.5 lts
5	Tazón de acero inoxidable de capacidad 3 lts
4	Tazón de acero inoxidable de capacidad 4 lts
5	Tabla de picar de plástico de 30.5x45.7xcm
15	Bandeja de servicio de plástico de 45.72x35.56cm
1	Rallador fino de acero inoxidable con mango de plástico
1	Rallador de cuatro lados de acero inoxidable
1	Brocha con cerdas de jabalí para altas temperaturas
2	Espátula de 7.5 pulgadas de acero inoxidable
15	Dispensador de salsa plástico de 12 oz.
1	Espolvoreador de condimentos
1	Dispensador de condimentos, acero inoxidable, seis compartimentos
1	Jarra de medida graduada de policarbonato de 1 lt.
5	Pinza aislada de 30.48 cm
2	Batidor de piano de 35.6cm
1	Batidor de piano de 25.4cm
1	Espumadera de una sola pieza de 10cm
1	Cucharón de acero inoxidable de 8oz.
1	Cucharón de acero inoxidable de 6oz.
1	Cucharón de acero inoxidable de 4oz.
1	Cuchareta solida de acero inoxidable de 27.9cm
1	Licuada Waring de 32 oz. Acero inoxidable, 2 velocidades
1	Batidora semi-industrial de 1,25 galones de capacidad Kitchen Aid
1	Colador chino fino, acero inoxidable de 25.4cm
4	Inserto pasta de 1 lt de capacidad, acero inoxidable
1	Cocedor de pasta, aluminio, 20lt de capacidad y 4 escurridores
3	Cacerola de aluminio de 1,5 lts de capacidad
3	Cacerola de aluminio de 2.75 lts de capacidad
3	Cacerola de aluminio de 3.75 lts de capacidad
1	Olla de acero inoxidable de 20 lts de capacidad
5	Sartén de aluminio de 20.32cm de diámetro
5	Sartén de aluminio de 25.4cm de diámetro
2	Tazón de acero inoxidable de 13lts de capacidad
2	Tazón de acero inoxidable de 8lts de capacidad
1	Parrilla niquelada de 33x45.2x2.5cm
4	Bandeja para hornear de aluminio 33x45.2x2.5cm
1	Termómetro digital
1	Decorador para limón Victorinox
1	Tijeras para pollo en acero cromado 24.1cm
1	Pelador de patatas metálico
1	Licuada de mano francesa para pequeñas cantidades
4	Cuchillo cocinero de 20.3cm, mago de plástico
1	Cuchillo fileteador de 20.5cm, mango de plástico
1	Balanza digital, plataforma de 18x18cms
1	Colgador magnético de cuchillos
1	Chaira de 30.48cms
1	Refrigerador industrial 21 pies cúbicos de capacidad
1	Cocina industrial IMPERIAL 6 homillas con horno
1	Mesa de recepción y lavado
1	Máquina de café expreso
1	Salamandra de acero inoxidable de 45x90x42cm
1	Grifo oscilante de 8 pulgadas
1	Limpia pisos

4.1.3 Distribución del Trabajo

La distribución del trabajo no se podrá dar de manera formal, dado que los diferentes trabajadores tendrán diferentes aptitudes y por ende deberemos aprovecharlas.

4.1.4 Manejo Higiénico de los Alimentos

En un inicio, contaremos por control interno para el manejo higiénico de los alimentos, siguiendo siempre la normativa básica para este aspecto. Mediante el restaurante crezca buscaremos certificaciones como HACCP.

4.1.5 Salud y Seguridad del Personal

La seguridad del personal estará siempre ligada al seguimiento de lineamientos, sin embargo, deberemos mantener un plan de seguridad, el mismo que se detalla al momento de obtener permisos de funcionamiento. Este se lo obtiene con la ayuda de los bomberos.

4.2 PLANO DEL NEGOCIO

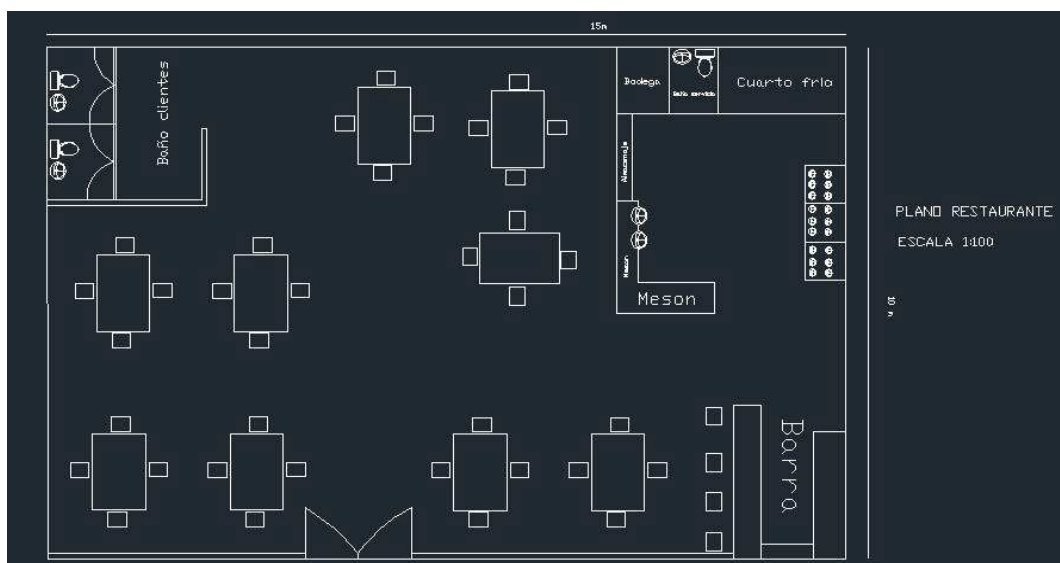


Figura 3 Plano del negocio
Fuente: María José Calero

La vajilla se guardará debajo del mesón de servicio, la cubertería y lencería se guardará en la estantería y la cristalería se guardará en la barra. La caja se encontrará localizada en el bar gracias a la existencia de un computador e impresora.

4.3 OFERTA GASTRONÓMICA

El restaurante Incantare tendrá una oferta gastronómica innovadora. Ofreceremos un restaurante donde los platillos sean predeterminados por la cocina, o donde el cliente pueda tener la opción de elegir pequeños detalles. Así nosotros podremos dar más detalle al sabor y presentación de la comida con el fin de brindar solo la mejor calidad a nuestros clientes.

4.4 CREACIÓN DEL MENÚ

4.4.1 Justificación del Menú

El menú que ha seleccionado es innovador. No existe restaurante que ofrezcan solamente menús de degustación. Hemos decidido utilizar este menú para poder brindar mayor detalle en la comida y presentación para el cliente.

4.4.1.1 Creación y Justificación de la Carta

La carta ha sido creada basada en la imaginación y conocimientos del chef. Se ha decidido utilizar la mayor cantidad de productos propios de mi país. Es por eso que trabajaremos con proveedores nacionales.

4.5 RECETA ESTÁNDAR

4.5.1 Recetas Estándar

Tabla 4 Receta estándar Crema de apio confitado en mantequilla

Insumo	Crema de apio confitado en mantequilla									
	Medida	Costo unitario	Cant receta	Costo receta	Desperdicio %	Peso útil %	Factor desecho	Cant + desecho	Costo + desperdicio	Costo + desechos + FR
Apio	Kg.	0.92	1.50	\$ 1.38	37%	63%	1.59	2.38	\$ 2.19	\$ 2.91
Mantequilla	Kg.	4.08	0.85	\$ 3.47	0%	100%	1.00	0.85	\$ 3.47	\$ 4.61
Crema de leche	L	2.50	0.08	\$ 0.20	0%	100%	1.00	0.08	\$ 0.20	\$ 0.27
Cebolla perla	Kg.	2.36	0.10	\$ 0.24	15%	85%	1.18	0.12	\$ 0.28	\$ 0.37
Fondo	uni.	0.10	0.10	\$ 0.01	0%	100%	1.00	0.10	\$ 0.01	\$ 0.01
harina	Kg.	1.63	0.10	\$ 0.16	0%	100%	1.00	0.10	\$ 0.16	\$ 0.22
Primero tomar el apio y confitarlo con 75g de mantequilla. Cuando este bien dorado, meterlo en una funda y sacar todo el aire que sea posible. Cocina en agua a 100°C durante 15 minutos. Sacar de la funda y licuar. Obtendremos un puré. Reservar. Hacer un refrito con la cebolla perla, adicionar el puré y después fondo de pollo. Hacer un roux con el restante de mantequilla y la harina y espesar.									Total+FR	\$ 8.39
									utilidad	3.10
									PVP	\$ 26.01
									PVP U	\$ 1.30
Rendimiento: 2 l		# de porciones: 20								
Nomenclatura										
% desperdicio: representa el porcentaje que se desperdicia del producto										
% peso útil: representa el porcentaje utilizable del producto										
Factor de desecho: número que permite el cálculo de producto a utilizar basado en el % de desperdicio										
FR= Factor de recargo: representa el 33% del producto, el cual se usa como cálculo de costos fijos										

Tabla 5 Receta estándar Camarones rebosados con salsa de coco picante

<i>Camarones rebosados con salsa de coco picante</i>										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant receta	Costo receta	Desperdicio %	Peso útil %	Factor desecho	Cant + desecho	Costo + desperdicio	Costo + desechos + FR
Camarón	kg	9.00	0.75	\$ 6.75	10%	90%	1.11	0.83	\$ 7.50	\$ 9.98
Coco	kg	1.00	0.3	\$ 0.30	30%	70%	1.43	0.43	\$ 0.43	\$ 0.57
Leche de coco	L	11.00	0.3	\$ 3.30	0%	100%	1.00	0.30	\$ 3.30	\$ 4.39
Aceite vegetal	L	2.48	1	\$ 2.48	0%	100%	1.00	1.00	\$ 2.48	\$ 3.30
Huevos	uni.	0.13	10	\$ 1.33	0%	100%	1.00	10.00	\$ 1.33	\$ 1.77
Harina	Kg.	1.63	0.3	\$ 0.49	0%	100%	1.00	0.30	\$ 0.49	\$ 0.65
Ají	kg	5.00	0.04	\$ 0.20	10%	90%	1.11	0.04	\$ 0.22	\$ 0.30
Para los camarones: Limpiar los camarones y reservar el caparazón. Lavarlos y secarlos, pasarlos por harina, huevo y finalmente coco. Reservar para freír en el momento. Para la salsa freír las cascaras con aceite, añadir la leche de coco y dejar que reduzca. Añadir el ají, licuar, cernir y reserva para el servicio.									Total+FR	\$ 20.95
									utilidad	2.50
									PVP	\$ 52.37
									PVP U	\$ 5.24
Rendimiento: 1000g camarones 600ml salsa						# de porciones: 10				
Nomenclatura										
% desperdicio: representa el porcentaje que se desperdicia del producto										
% peso útil: representa el porcentaje utilizable del producto										
Factor de desecho: número que permite el cálculo de producto a utilizar basado en el % de desperdicio										
FR= Factor de recargo: representa el 33% del producto, el cual se usa como cálculo de costos fijos										

Tabla 6 Receta estándar Carpaccio de pulpo

<u>Carpaccio de pulpo</u>										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant receta	Costo receta	Desperdicio %	Peso útil %	Factor desecho	Cant + desecho	Costo + desperdicio	Costo + desechos + FR
pulpo	Kg.	8.73	0.75	\$ 6.55	30%	70%	1.43	1.07	\$ 9.35	\$ 12.44
aceite de oliva	L	12.76	0.1	\$ 1.28	0%	100%	1.00	0.10	\$ 1.28	\$ 1.70
Sal en grano	kg	5.00	0.05	\$ 0.25	0%	100%	1.00	0.05	\$ 0.25	\$ 0.33
Limón	uni.	0.15	0.1	\$ 0.02	0%	100%	1.00	0.10	\$ 0.02	\$ 0.02
pimienta	Kg.	51.11	0.03	\$ 1.53	0%	100%	1.00	0.03	\$ 1.53	\$ 2.04
Cebolla perla	Kg.	2.36	0.5	\$ 1.18	15%	85%	1.18	0.59	\$ 1.39	\$ 1.85
Cocinar el pulpo en agua hirviendo con sal y la cebolla perla durante 45 minutos a 1 hora y media. Después cortar los tentáculos y congelarlos. Para el servicio tomar lo tentáculos congelados y cortar finas laminas, ponerlas sobre un plato. Adicional el aceite de oliva, el limón y la sal en grano.									Total+FR	\$ 18.38
									utilidad	2.00
									PVP	\$ 36.75
									PVP U	\$ 3.68
Rendimiento: 750 g carpacho			# de porciones: 10							
Nomenclatura										
% desperdicio: representa el porcentaje que se desperdicia del producto										
% peso útil: representa el porcentaje utilizable del producto										
Factor de desecho: número que permite el cálculo de producto a utilizar basado en el % de desperdicio										
FR= Factor de recargo: representa el 33% del producto, el cual se usa como cálculo de costos fijos										

Tabla 7 Receta estándar Raviolis de pato en salsa de frutos rojos

<i>Raviolis de pato con salsa de frutos rojos</i>										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant receta	Costo receta	Desperdicio %	Peso útil %	Factor desecho	Cant + desecho	Costo + desperdicio	Costo + desechos + FR
Pato	Kg.	18.00	1.00	\$ 18.00	0%	100%	1.00	1.00	\$ 18.00	\$ 23.94
Harina	Kg.	1.63	1.00	\$ 1.63	0%	100%	1.00	1.00	\$ 1.63	\$ 2.17
Huevos	uni.	0.13	10.00	\$ 1.33	0%	100%	1.00	10.00	\$ 1.33	\$ 1.77
Moras	kg	5.00	0.40	\$ 2.00	0%	100%	1.00	0.40	\$ 2.00	\$ 2.66
Frutillas	Kg.	2.90	0.40	\$ 1.16	4%	96%	1.04	0.42	\$ 1.21	\$ 1.61
crema de leche	L	2.50	0.35	\$ 0.88	0%	100%	1.00	0.35	\$ 0.88	\$ 1.16
mantequilla	Kg.	4.08	0.30	\$ 1.22	0%	100%	1.00	0.30	\$ 1.22	\$ 1.63
Saltear el pato con un poco de mantequilla. Desmenuzar y reservar. Aparte preparar la masa de pasta con la harina y el huevo. Formar los raviolis con la masa y la carne. Reservar. Aparte preparar la salsa licuando las frutas y cerniéndolas. Después se las cocina y se añade crema, reducir hasta que espese.									Total+FR	\$ 34.94
									utilidad	2.00
									PVP	\$ 69.87
									PVP U	\$ 3.88
Rendimiento: 2700g raviolis 1230ml salsa					# de porciones: 18					
Nomenclatura										
% desperdicio: representa el porcentaje que se desperdicia del producto										
% peso útil: representa el porcentaje utilizable del producto										
Factor de desecho: número que permite el cálculo de producto a utilizar basado en el % de desperdicio										
FR= Factor de recargo: representa el 33% del producto, el cual se usa como cálculo de costos fijos										

Tabla 8 Receta estándar Cordero confitado en hierbas

<u>Cordero confitado en hierbas</u>										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant receta	Costo receta	Desperdicio %	Peso útil %	Factor desecho	Cant + desecho	Costo + desperdicio	Costo + desechos + FR
Rack de cordero	kg	17.00	1.40	\$ 23.80	8%	92%	1.09	1.52	\$ 25.87	\$ 34.41
Menta	at	0.45	0.10	\$ 0.05	0%	100%	1.00	0.10	\$ 0.05	\$ 0.06
Orégano	kg	15.00	0.10	\$ 1.50	0%	100%	1.00	0.10	\$ 1.50	\$ 2.00
Tomillo	kg	18.00	0.10	\$ 1.80	0%	100%	1.00	0.10	\$ 1.80	\$ 2.39
Papa	Kg.	0.57	1.00	\$ 0.57	15%	85%	1.18	1.18	\$ 0.67	\$ 0.90
Crema de leche	L	2.50	0.20	\$ 0.50	0%	100%	1.00	0.20	\$ 0.50	\$ 0.67
Berenjenas	Kg.	1.76	0.40	\$ 0.70	0%	100%	1.00	0.40	\$ 0.70	\$ 0.94
Tomate riñón	Kg.	1.00	0.40	\$ 0.40	5%	95%	1.05	0.42	\$ 0.42	\$ 0.56
Cebolla perla	Kg.	2.36	0.40	\$ 0.94	15%	85%	1.18	0.47	\$ 1.11	\$ 1.48
mantequilla	Kg.	4.08	1.00	\$ 4.08	0%	100%	1.00	1.00	\$ 4.08	\$ 5.43
Sazonar el rack de cordero, adicionar las hierbas y confitarlo lentamente en mantequilla. Aparte cocinar las papas peladas, aplastarlas y adicionar crema y mantequilla. Los vegetales los cortamos en aros y los cocinamos en un grill. Reservamos para el servicio.									Total+FR	\$ 48.82
									utilidad	2.00
									PVP	\$ 97.63
									PVP U	\$ 9.76
Rendimiento: 1200g rack 600g puré 600g vegetales						#porciones: 10				
Nomenclatura										
% desperdicio: representa el porcentaje que se desperdicia del producto										
% peso útil: representa el porcentaje utilizable del producto										
Factor de desecho: número que permite el cálculo de producto a utilizar basado en el % de desperdicio										
FR= Factor de recargo: representa el 33% del producto, el cual se usa como cálculo de costos fijos										

Tabla 9 Receta estándar Dorado a la plancha con rissotto de cebada perlada

<i>Dorado a la plancha con rissotto de cebada</i>										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant receta	Costo receta	Desperdicio %	Peso útil %	Factor desecho	Cant + desecho	Costo + desperdicio	Costo + desechos + FR
Dorado	kg	18	1	\$ 18.00	0%	100%	1.00	1.00	\$ 18.00	\$ 23.94
Queso parmesano	Kg.	17.7	0.2	\$ 3.54	0%	100%	1.00	0.20	\$ 3.54	\$ 4.71
Cebada perlada	kg	6	0.8	\$ 4.80	0%	100%	1.00	0.80	\$ 4.80	\$ 6.38
Cebolla perla	Kg.	2.36	0.2	\$ 0.47	15%	85%	1.18	0.24	\$ 0.56	\$ 0.74
Aceite de oliva	L	12.76	0.2	\$ 2.55	0%	100%	1.00	0.20	\$ 2.55	\$ 3.39
Fondo	uni.	0.1038	10	\$ 1.04	0%	100%	1.00	10.00	\$ 1.04	\$ 1.38
Crema de leche	L	2.5	0.2	\$ 0.50	0%	100%	1.00	0.20	\$ 0.50	\$ 0.67
Mantequilla	Kg.	4.08	0.4	\$ 1.63	0%	100%	1.00	0.40	\$ 1.63	\$ 2.17
Refreír la cebolla con el aceite de oliva. Después adicionar la cebada perlada, previamente remojada, dorarla. Después adicionar fondo hasta que este cocinada. Finalmente adicionar mantequilla, crema y queso parmesano. Para el pescado, sazonar y dorar en una sartén con poco aceite, primero del lado de la piel y después del otro lado.									Total+FR	\$ 43.38
									utilidad	2.00
									PVP	\$ 86.76
									PVP U	\$ 8.68
Rendimiento: dorado 1000g rissotto 850g					#de porciones: 10					
Nomenclatura										
% desperdicio: representa el porcentaje que se desperdicia del producto										
% peso útil: representa el porcentaje utilizable del producto										
Factor de desecho: número que permite el cálculo de producto a utilizar basado en el % de desperdicio										
FR= Factor de recargo: representa el 33% del producto, el cual se usa como cálculo de costos fijos										

Tabla 10 Receta estándar Degustación de postres

Degustación de postres

Insumo	Medida	Costo unitario	Cant receta	Costo receta	Desperdicio %	Peso útil %	Factor desecho	Cant + desecho	Costo + desperdicio	Costo + desechos + FR
Mousse										
Maracuyá	kg	6	0.2	\$ 1.20	0%	100%	1.00	0.20	\$ 1.20	\$ 1.60
Crema de leche	L	2.5	0.2	\$ 0.50	0%	100%	1.00	0.20	\$ 0.50	\$ 0.67
Gelatina	uni.	0.135	0.01	\$ 0.00	0%	100%	1.00	0.01	\$ 0.00	\$ 0.00
Huevos	uni.	0.133	10	\$ 1.33	0%	100%	1.00	10.00	\$ 1.33	\$ 1.77
Azúcar	Kg.	0.84	0.1	\$ 0.08	0%	100%	1.00	0.10	\$ 0.08	\$ 0.11
Financier										
Harina	Kg.	1.63	0.5	\$ 0.82	0%	100%	1.00	0.50	\$ 0.82	\$ 1.08
Mantequilla	Kg.	4.08	0.3	\$ 1.22	0%	100%	1.00	0.30	\$ 1.22	\$ 1.63
Tocte	kg	19	0.3	\$ 5.70	0%	100%	1.00	0.30	\$ 5.70	\$ 7.58
Huevos	uni.	0.133	20	\$ 2.66	0%	100%	1.00	20.00	\$ 2.66	\$ 3.54
Fondant										
Chocolate	Kg.	9.9	0.5	\$ 4.95	0%	100%	1.00	0.50	\$ 4.95	\$ 6.58
Huevos	uni.	0.133	10	\$ 1.33	0%	100%	1.00	10.00	\$ 1.33	\$ 1.77
Harina	Kg.	1.63	0.5	\$ 0.82	0%	100%	1.00	0.50	\$ 0.82	\$ 1.08
Azúcar	Kg.	0.84	0.1	\$ 0.08	0%	100%	1.00	0.10	\$ 0.08	\$ 0.11
Para la mousse: Montamos las claras con el azúcar. Montamos la crema. Diluimos la gelatina en la pulpa y mezclamos todo de forma envolvente. Reservamos en frío. Para el financier: Mezclamos la mantequilla con el azúcar, incorporamos el tocte y por último la harina. Horneamos a 180°C durante 20 minutos. Para el fondant: Diluimos el chocolate, mezclamos con las yemas, aparte montamos las claras. Mezclamos estas dos preparaciones de forma envolvente. Finalmente añadimos la harina de forma envolvente. Reservamos para hornear a 250°C durante 7 minutos.									Total+FR	\$ 23.38
									utilidad	2.00
									PVP	\$ 46.76
									PVP U	\$ 4.68
Rendimiento: Mousse 400g, fondant 400g financiero 400g						# de porciones: 10				

5 CAPÍTULO V. PLAN DE MARKETING

5.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

El estudio de mercado o análisis de mercado, es una iniciativa que toman las empresas para conocer la viabilidad de la actividad económica a la que desean dedicarse. Para realizar este estudio, se hacen tres grandes análisis:

Análisis del consumidor

Análisis de la competencia

Estrategia

5.1.1 Investigación de Mercado

Sin la investigación de mercado, no podríamos realizar el ejercicio de marketing. Este análisis parte de la investigación de cambios en el entorno y de cómo reaccionan los consumidores. Esto nos permite llegar a tener conocimiento sobre las oportunidades, fortalezas, capacidad, debilidades y amenazas de una organización.

La utilización de la investigación de mercados, nos permite recolectar información con alto grado de confiabilidad y validez con respecto a los comportamientos y características de los diferentes mercados.

Principalmente se utiliza a la investigación como una herramienta para la toma de decisiones, a la vez que se la utiliza también para la creación de nuevos productos. En otras palabras la investigación de mercado es la voz del consumidor dentro de la empresa.

5.1.1.1 Definir el Objetivo de la Investigación

El objeto de estudio de esta investigación de mercados nos ayudara a tener un enfoque claro para el negocio. Esto nos ayudara a responder algunas

preguntas básicas para el funcionamiento de nuestro establecimiento. Conseguiremos con esto contestar dudas como: ¿A quién dirijo mis ventas? ¿Cuál es el precio ideal de mi producto? ¿Cuál es el nicho de mercado adecuado al que debo apuntar? Entre muchas otras. Los resultados del estudio de mercado nos indicaran claramente un camino a seguir para poder tener un negocio rentable y exitoso.

5.1.1.2 Desarrollar un Plan de Investigación

El desarrollo del plan de investigación ha sido dado por un análisis de los diferentes tipos investigación que existen. Se ha decidido utilizar una investigación por encuesta. De esta manera podremos obtener los datos de mayor confianza con el menor costo.

5.1.2 Investigación por Encuesta

Una encuesta enfocada a nuestro segmento de mercado nos permitirá obtener respuestas certeras, con un bajo margen de error y a un bajo costo. Para lograr estos resultados, se diseña una encuesta, y se la aplica a una pequeña porción de nuestro mercado, denominada muestra. Los resultados de las encuestas realizadas sobre la muestra nos permitirán tener resultados certeros para conocer los puntos claves de nuestro negocio. Las encuestas logran esta efectividad mediante una mezcla de preguntas abiertas, cerradas y mixtas. La utilización de estas, dependerá del encuestador y de la información que se quiera obtener.

Las ventajas de la utilización de una encuesta son las siguientes:

- Bajo costo
- Información más exacta, es decir de la mejor calidad.

- Posibilidad de introducción de métodos científicos objetivos para corregir errores.
- Gran rapidez para la obtención de resultados.
- Técnica más utilizada y que puede ser aplicada a cualquier tipo de población.
- Facilidad de estandarización.

Las desventajas son las siguientes:

- Se requiere de profesionales para su diseño.
- Es necesario hacer un cálculo para entregar un margen de confiabilidad de los datos.

La creación del restaurante Incantare busca llegar principalmente a un mercado socioeconómico medio-alto. Gente joven que esté dispuesta a intercambiar su dinero no solo por comida más por una experiencia. Se ha determinado que la edad adecuada del mercado se encuentra entre los 25 y 40 años. El segmento de mercado que se busca está compuesto principalmente por trabajadores y dueños de PYMES en Quito.

Delimitación y determinación del universo de estudio

El universo de mercado se ha delimitado con la ayuda del INEC: Hemos tomado en cuenta para esta división solamente un grupo de edad. Es decir, nuestro nicho de mercado será solo determinado por la edad del mismo. Se ha elegido como grupo la población de Quito entre 25 y 40 años. Esta edad fue seleccionada debido a la apertura de mente del consumidor y también debido a

sus ingresos económicos. A continuación una tabla sobre el grupo seleccionado.

Tabla 11 Grupos de edad

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 25 a 29 años	75385	79422	154807
De 30 a 34 años	64604	68968	133572
De 35 a 39 años	53931	60353	114284
			402663

Tomado de: <http://redatam.inec.gob.ec>

De esta manera, llegamos a determinar que nuestro universo de estudio será de 402663 personas, las que entran en el grupo de edad seleccionado.

Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra utilizamos una fórmula matemática que nos permita obtener un número de encuestas a realizar con exactitud.

La fórmula es la siguiente:

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

Dónde:

Z=Nivel de confianza

P= Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra

N= Universo

E= Error muestral

Entonces:

$$n = \frac{95\%^2 \times 50\% \times 50\% \times 402663}{5\%^2 \times (402663 - 1) + 95\%^2 \times 50\% \times 50\%}$$

$$n = \frac{90850.84}{1006.88}$$

$$n = 90.23$$

Mediante esta fórmula hemos determinado que se deberán realizar 90 encuestas para poder obtener información real y eficaz.

5.1.2.1 Encuesta Aplicada

Muestra del modelo de la encuesta:

ENCUESTA RESTAURANTE “ICANTARE”

1. ¿Alguna vez ha escuchado de un menú de degustación?

a) SI____, ¿Dónde?_____ b) NO_____

2. ¿Le gustaría ir a un restaurante donde se sirva solo menús predeterminados, elegidos por el chef?

a) SI_____ b) NO_____

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú predeterminado por el chef, compuesto por 5 platos diferentes como mínimo?

a) \$25-\$35_____

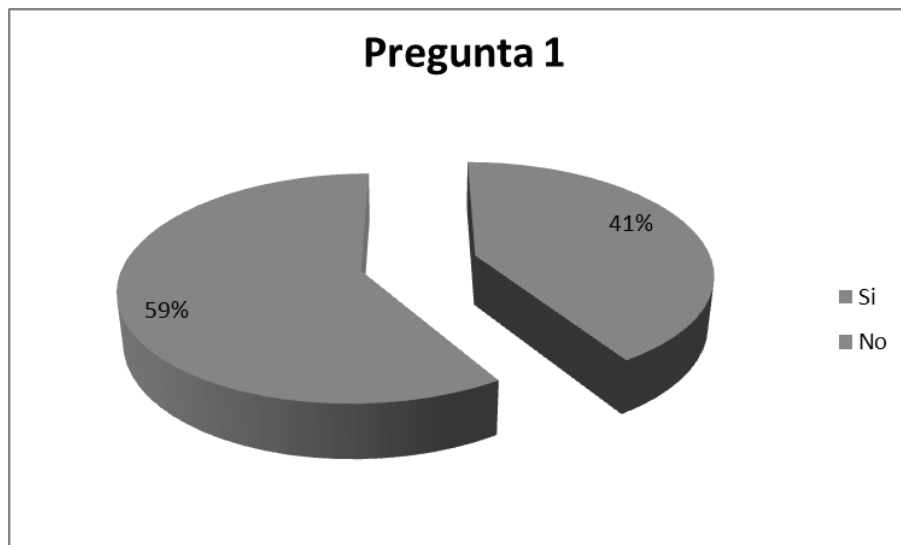
b) \$36-\$46_____

c) \$50 o más_____

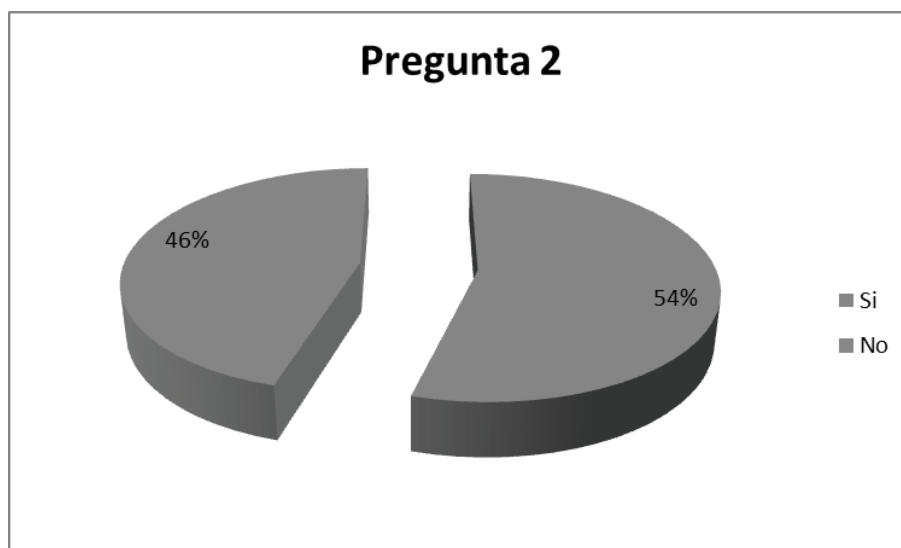
4. ¿Qué tipo de ambiente preferiría para un restaurante de cocina de autor donde se sirvan menús de degustación?
- a) Formal_____
 - b) Semi-Formal_____
 - c) Informal_____
5. En orden de preferencia, siendo 1 preferido y 4 no preferido, ¿qué prefiere que contenga un menú de un restaurante nuevo?
- a) Platos innovadores_____
 - b) Platos clásicos_____
 - c) Platos nuevos _____
 - d) Platos tradicionales_____
6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en el restaurante mientras se sirve un menú de degustación?
- a) 1 hora a 1 hora y media_____
 - b) 2 horas a 3 horas_____
 - c) 3 horas o más_____
7. ¿Cuántos días a la semana estaría dispuesto a comer en un restaurante del tipo antes descrito?
- a) 1 o 2_____
 - b) 3 o 4_____
 - c) Más de 4_____

5.1.2.2 Tabulación Aplicada

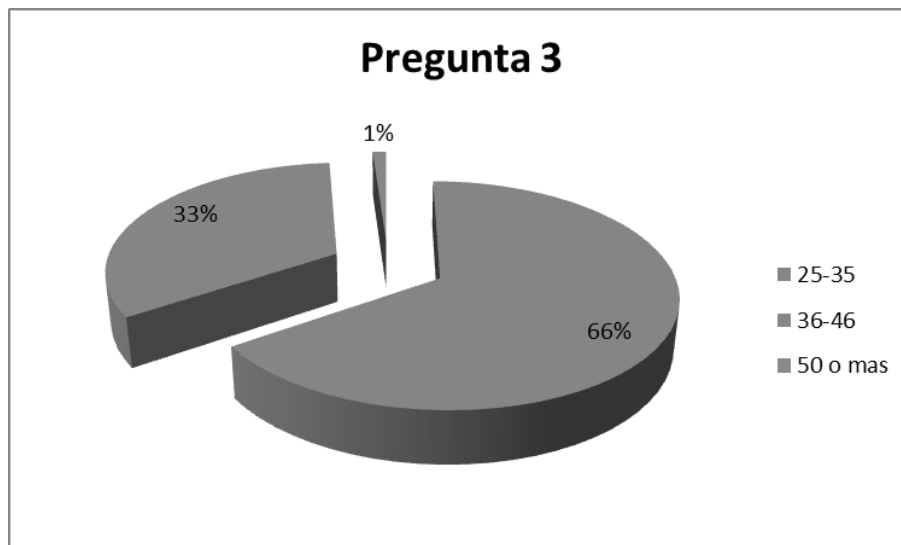
Tras la aplicación de la encuesta se pudo tabular los siguientes resultados:



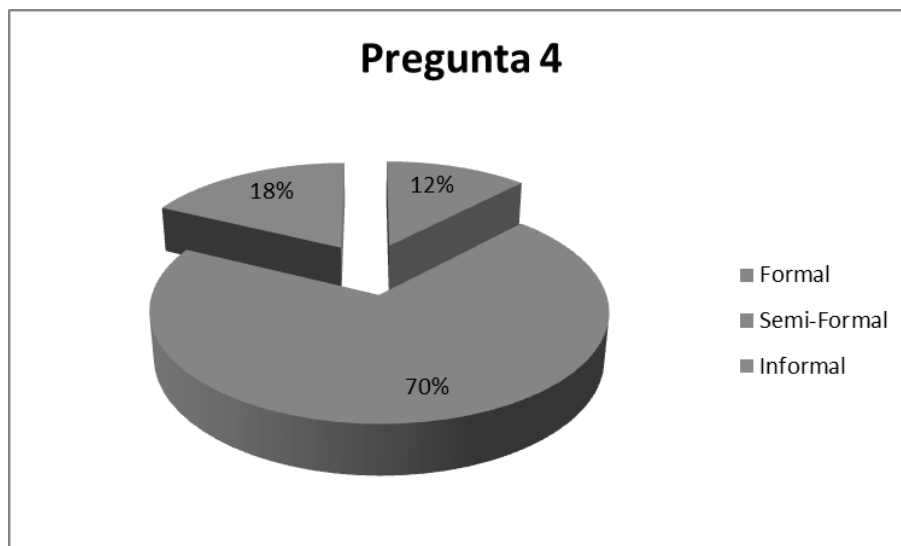
Gracias a esta pregunta, podemos llegar a conocer que la mayoría de la gente conoce o a escuchado de lo que se trata un menú de degustación.



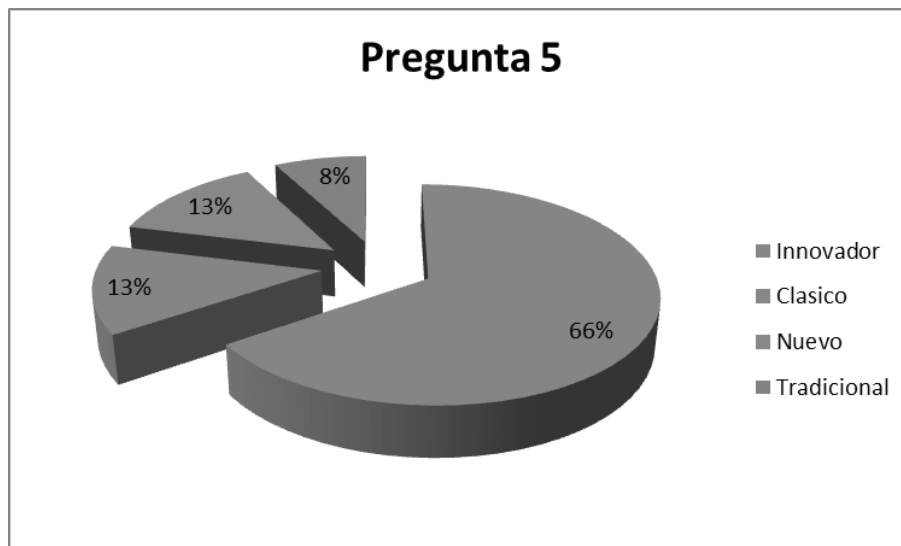
Gracias a esta pregunta podemos determinar que la gente quisiera tener el poder de elegir sobre los platillos que van a comer, en base a esto crearemos estrategias para dar a la gente el poder de elegir pero sin perder el concepto de menú de degustación.



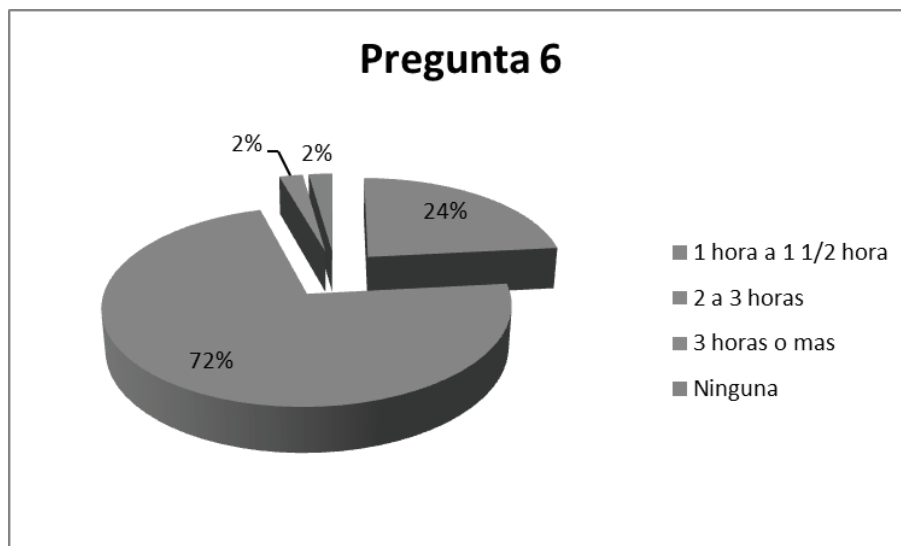
Esta pregunta nos permite conocer cuanto la gente estaría dispuesta a pagar. Con esto podemos saber que un menú de degustación de 5 platillos podría costar entre \$25 y \$35. Lo que nos da una aprobación para el precio de nuestro menú de degustación.



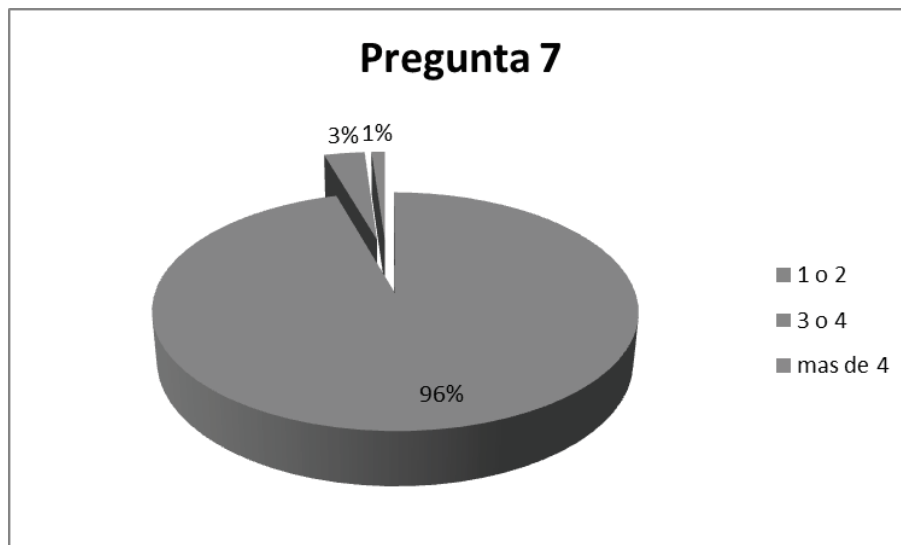
Esta pregunta nos permite conocer el ambiente en el que la gente preferiría estar al momento de un menú de degustación. La gente preferiría un ambiente semi-formal.



Esta pregunta nos da conocimiento sobre la preferencia de la gente al momento de elegir un platillo. Sabemos así, que nuestro concepto de platos innovadores será atractivo para el mercado.



La pregunta sobre el tiempo que pasarían en el restaurante mientras se sirven el menú de degustación nos permite saber que la gente estaría dispuesta a esperar entre 2 a 3 horas, lo que nos permitirá tener un servicio cómodo, pero no lento.



La última pregunta nos entrega conocimiento sobre la cantidad de veces que las personas regresarían a un restaurante de nuestro tipo. Sabemos así, que la mayoría de personas regresarían 1 ó 2 veces por semana.

5.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA OFERTA

5.2.1 Análisis de la Demanda

La demanda por restaurantes en Quito se encuentra en pleno crecimiento. Al mejorar el nivel de educación y el nivel económico, se incrementa también el deseo por conocer más del mundo. Al enfocarnos como un restaurante de cocina de autor, que utilizara en su mayoría productos ecuatorianos, logramos atraer a todo este mercado demandante que se encuentra en crecimiento.

5.2.1.1 En Función del Precio

El mercado quiteño es muy sensible al precio. Es por eso que nos basaremos en un análisis de la competencia, de las encuestas realizadas y de la base de los costos para poder fijar precios que sean atractivos para nuestros clientes.

5.2.1.2 Hábitos de Consumo, Gustos y Preferencias

Los ciudadanos quiteños tienen gran costumbre de comer en restaurantes y esta es una costumbre que se encuentra también en crecimiento. Al nosotros poder ofertar buena comida a un precio razonable logramos atraparlos, pero también es muy importante conocer que la gente en Quito prefiere comer en restaurantes de cocina internacional. Es por eso que no nos hemos limitado a un tipo de cocina específica.

5.2.2 Análisis de la Oferta

5.2.2.1 Nuevos Competidores

Los principales competidores que tiene el restaurante Incantare son: Chez Jerome, Le Petite Pigalle, Coquus y Carmine, sin embargo ninguno de estos restaurantes tiene un enfoque hacia trabajar solamente con menús de degustación.

5.2.2.2 Productos Sustitutos

Los productos sustitutos son sin embargo una amenaza para nuestro restaurante. Al existir muchos restaurantes en Quito, debemos estar atentos a su evolución, ya que nuestro producto sustitutos son las diferentes cartas de los restaurantes que se encuentran en Quito.

5.3 MAPA DE UBICACIÓN

5.3.1 Croquis

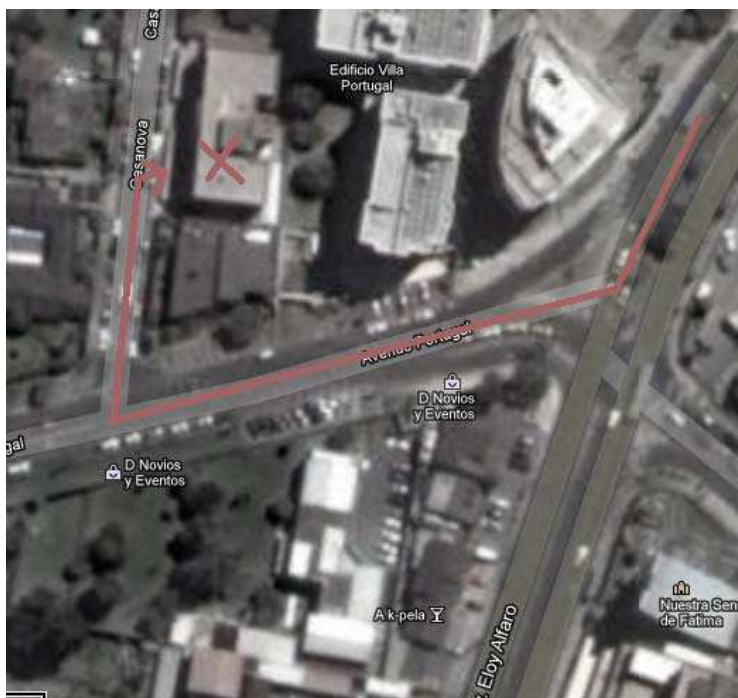


Figura 4 Croquis del local
Tomado de: <http://maps.google.es>

5.4 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO Y MICRO ENTORNO

5.4.1 Macro Entorno

5.4.1.1 Factores Culturales

Los factores culturales deben siempre tomarse muy en cuenta al momento de iniciar un negocio. Históricamente Quito ha sido una ciudad muy religiosa. Este es el aspecto más importante a tomar en cuenta. No debemos hacer alusión alguna a ninguno de estos aspectos culturales que puedan generar roce con nuestra clientela. Es por eso que en este aspecto nos mantendremos como un restaurante culturalmente neutro.

5.4.1.2 Factores Sociales

- Tendencias consumistas
- Demografía amplia
- Actitud del consumidor un poco pasiva
- Medios atentos
- Leyes en constante cambio
- Patrón de compra predecible
- Sociedad guiada por la moda
- Grandes eventos e influencias
- Población medianamente religiosa

5.4.1.3 Factores Políticos

- Alto costo de permisos legales
- Gran cantidad de permisos de funcionamiento
- Bastantes procesos regulatorios con diferentes entidades
- Políticas gubernamentales
- Período gubernamental o muy cortos o muy largos
- Comercio exterior limitado
- Grupos políticos notablemente arraigados

5.4.2 Micro Entorno

5.4.2.1 Clientes

Los clientes son la base de nuestra empresa. No solamente los externos más los internos también. Trataremos a nuestros clientes de la mejor manera y con la mayor amabilidad posible. Es muy importante recalcar que la clientela quiteña es muy celosa y mantiene mucha atención a la reputación de los restaurantes que existen en la ciudad. Es por eso que debemos mantener

nuestra reputación y siempre mantener nuestra imagen muy en alto con el fin de no alejar, si no mantener muy cerca a nuestra clientela.

5.4.2.2 Proveedores

Los proveedores con los que comenzara a trabajar el restaurante Incantare son: Megamaxi, Carma Gourmet y Terranova Food exports. Los tres son empresas bien constituidas, las que nos proveerán de los mejores productos a muy buenos precios, los que serán convenidos una vez empezados el negocio.

5.4.2.3 Competencia

La competencia en la ciudad de Quito es muy fuerte. Debemos posicionarnos en la mente de nuestros consumidores y mantener nuestra reputación como la de uno de los mejores restaurantes de Quito.

5.5 CREACIÓN DE LA IMAGEN

5.5.1 Logotipo



Figura 5 Logotipo del restaurante

5.5.2 Isotipo







Al momento de diseñar un isotipo, se debe tomar en cuenta que esta es la imagen que quedara grabada en la mente de los clientes y potenciales clientes. Dependiendo del tipo de establecimiento, debe ser el tipo de logotipo. Un

establecimiento que piensa atraer un público más joven, debe tener un logo mucho más llamativo. En el caso del restaurante que se planea comenzar, se necesita saber que el mercado meta busca algo más exclusivo, y es eso lo que se debe entregarle. Tomando en cuenta esos aspectos, se ha diseñado un logo un poco llamativo pero que refleje a la vez elegancia y toda la exclusividad que “Incantare” quiere transmitir.



Figura 6 Isotipo del negocio

5.5.3 Pantones

	2767C
	Cool Grey 11
	360 C
	627 C
	445 C
	444 C

5.5.4 Letrero

El letrero se ha diseñado con los mismos colores del logo para mantener la tónica de elegancia. El tamaño del letrero es de 3.00mX1.20m. El costo del letrero se lo puede ver en el capítulo financiero.



Figura 7 Letrero a escala del negocio

5.6 DISEÑO DE LA CARTA

5.6.1 Diseño de la Carta

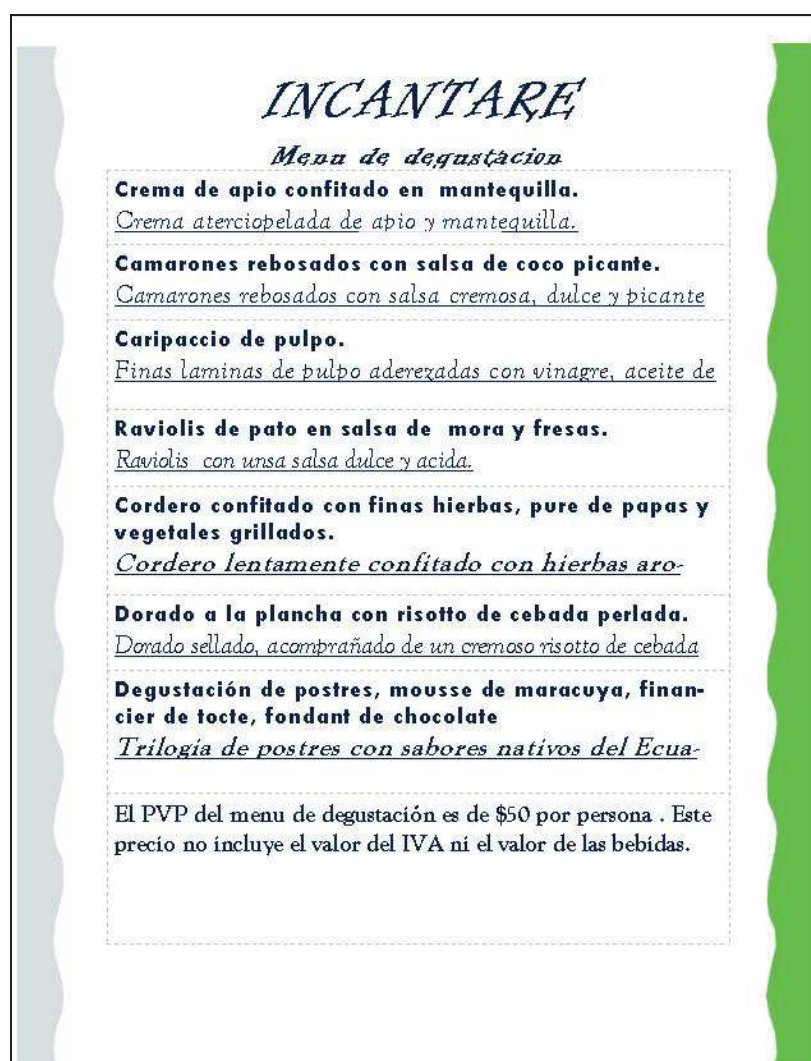


Figura 8 Modelo de la carta del restaurante

5.7 UNIFORMES

5.7.1 Uniforme en la Cocina

Diseño de uniformes:

Chaqueta:

El personal de chaqueta utilizará chaqueta francesa blanca con manga corta a fin de estar más cómodos y seguros con una buena chaqueta.



Figura 9 Modelo de diseño de chaqueta
Fuente: <http://www.thecultureconcept.com>

Pantalón:

El personal de cocina utilizará pantalón negro de gabardina. Este pantalón es resistente como y fresco y permite trabajar en cocina perfectamente.



Figura 10 diseño pantalón de cocina
Fuente: <http://ciudadmurcia.olx.es>

Pechera:

Con el fin de mantener la seguridad del personal y la limpieza del uniforme, se ha elegido una pechera negra que va hasta la rodilla de un material resistente.



Figura 11 diseño de pechera de cocina

Fuente: <http://igriega.blogspot.es>

El personal de cocina utilizara siempre su debido gorro para mantener la sanidad siempre en la cocina.



Figura 12 diseño gorro de cocina

Fuente: <http://www.epiformes.com>

Zapatos:

Los zapatos a utilizarse en cocina son los crocs bistró. Poseen suela antideslizante y material de gran durabilidad. Son conocidos también por su comodidad.



Figura 13 Zapatos cocina

Fuente: <http://www.action-station.co.uk>

5.7.2 Uniforme en el Servicio

Camisa, blusa para las mujeres:

Los meseros deberán siempre utilizar una camisa blanca bien planchada y bien limpia con el fin de mantener siempre elegancia y sencillez en el establecimiento.



Figura 14 Camisa personal de servicio

Fuente: <http://nottasdemoda.blogspot.com>

Pantalón:

Con el mismo fin de la camisa, mantener elegancia y sencillez, los meseros utilizaran pantalón negro clásico.



Figura 15 Pantalón personal de servicio

Fuente: <http://www.misscompras.com>

Zapatos

Los zapatos de los meseros deben ser completamente negros y siempre bien lustrados para mantener una imagen de limpieza frente al cliente.



Figura 16 Zapatos personal de servicio

Fuente: <http://modaellos.com>

5.8 MARKETING MIX

5.8.1 Estrategia de Introducción

Crear una campaña publicitaria que llene de expectativa al cliente:

Al revelar la fecha de inauguración del local y el motivo, crearemos expectativa en los clientes. Para lograr esto, debemos tener una campaña por diferentes medios como son: Facebook Twitter, prensa escrita, radio televisión. Así lograremos atraer a nuestro mercado de manera inicial al restaurante.

5.8.2 Precio

Se conoce como precio al monto asociado con una transacción, aunque este también incluye las formas de pago, crédito, descuentos, etc. Se debe tener en cuenta que el precio es el único elemento del marketing mix que genera ingresos. Definir el precio para un producto no es una tarea al azar. Debe realizarse una investigación bajo ciertos aspectos, que no permita tener en cuenta todos los factores que afectan al mismo.

Antes, se consideraba al precio como un elemento del departamento financiero solamente, manteniéndolo muy aparte del marketing. Se creía que era un elemento totalmente cuantitativo y que el efecto en la gente por el cambio de precios no era muy grande. Después de las grandes crisis económicas, y la creciente competencia en todos los negocios, se ha tomado al precio como un elemento neurálgico. No se debe tomar la decisión de una fijación de precio solo por capricho, se debe tomar en cuenta varios aspectos.

Aparte de los costos de producción, existen varios factores que afectan al precio, siendo los más importantes:

La naturaleza del mercado: Se debe tomar en cuenta como se encuentra el mercado de nuestro negocio. Si existen monopolios se ajustará a ellos, pero si el mercado funciona normalmente, se ajustará a las reglas de la oferta y la demanda.

Política económica del gobierno: Un negocio no es un ente separado del resto del funcionamiento del país. Siempre se debe estar atento a todos los cambios en la política, y mucho más a las políticas económicas de cada gobierno ya que estas pueden afectar directamente a la empresa.

Nivel de ingresos a nivel provincial o nacional: Es muy importante saber que no todas las provincias de un país, menos las ciudades y sus diferentes

barrios tienen el mismo ingreso. Se debe hacer un análisis de la situación económica de la zona y el comportamiento de los consumidores de la misma.

Análisis de la competencia: La competencia es uno de los factores que más puede afectar al momento de tomar la decisión de fijación de un precio. Siempre se debe prestar mucha atención al movimiento de la competencia en todo aspecto.

Artículos sustitutivos: La competencia no es la única amenaza que existe. Se debe saber que la gente puede preferir un producto similar. Por lo tanto se tomará en cuenta los que existan para no perder al mercado meta.

Existen diferentes maneras de fijar un precio, a continuación una breve descripción de las que existen:

Fijación de precios basada en el valor: Se establece un precio en base a las percepciones del valor del comprador, en vez de tomar en cuenta los costos del vendedor.

Fijación de precios basada en el buen valor: Se ofrece una combinación perfecta entre la calidad y el buen servicio a un precio aceptable.

Fijación de precios de valor agregado: Vincula características y servicio de valor agregado a las ofertas para diferenciarlas y apoyar así los precios más altos, en vez de recortar los precios para igualar a la competencia.

Fijación de precios de costo más margen: Se suma un margen de utilidad estándar al costo del producto.

Fijación de precio basada en el punto de equilibrio: Fijar el precio para cubrir los costos de fabricación y vender un producto, o fijar el precio para obtener cierta utilidad meta.

Fijación de precio por descremado: se fija un precio alto para un producto nuevo con el fin de obtener los máximos ingresos de los segmentos dispuestos a pagar el precio alto; la compañía vende menos pero con un margen mayor.

Fijación de precios para penetrar en el mercado: Se fija un precio bajo para un producto nuevo con el fin de atraer un gran número de compradores y conseguir una participación de mercado amplia.

Fijación de precios para una línea de productos: Se fija los niveles de precio entre los diversos artículos de una línea de productos con base en las diferencias en el costo entre los productos.

Fijación de precios para producto opcional: Se establece un precio para los productos opcionales o accesorios que van con un producto principal.

Fijación de precios para producto cautivo: Se determina el precio de un producto que se tiene que usar junto con un producto principal.

Fijación de precios para subproductos: Se establece un precio para los subproductos con el fin de hacer más competitivo el producto principal.

Fijación de precio para paquete de productos: Se combinan varios productos y se venden en conjunto, pero a un precio reducido.

Fijación de precio segmentada: Se vende un producto o servicio a dos o más precios, donde la diferencia de precios no se basa en la diferencia de costos.

Fijación de precios psicológica: Es una estrategia para la fijación de precios que considera la psicológica de los precios y no simplemente la economía; el precio se utiliza para decir algo acerca del producto.

Fijación de precios promocional: Fijar temporalmente los precios de productos por debajo de su precio de lista, y a veces por debajo de su costo, con el fin de incrementar las ventas en corto plazo.

Fijación de precios geográfica: Se fija los precios en base a la ubicación geográfica del comprador.

Para fijar nuestros precios, nosotros utilizaremos el método del valor agregado y del costo más margen. Así, nos basaremos en nuestros costos más un margen de utilidad, además de mantener un precio que demuestre que seremos una empresa siempre preocupada por el valor agregado.

A continuación, una tabla de nuestros productos y sus precios:

Tabla 12 Tabla de descripción de precio y menú

Menú de degustación	\$50+I.V.A.
Crema de apio	
Camarones rebosados con sala de ají picante	
Carpacho de pulpo	
Raviolis de pato.	
Cordero confitado.	
Dorado a la plancha.	
Degustación de postres.	

Hemos llegado a determinar el precio de \$50.00 más IVA sin incluir bebidas gracias a dos métodos de fijación de precios. Hemos analizado los precios de la competencia y hemos tomado en cuenta los costos al momento de realizar las recetas. Hemos trabajado la gran mayoría de recetas con un costo potencial del 32% y con un máximo del 40%. Así, hemos llegado también a conocer que nuestra competencia maneja precios similares que la clientela ya ha aceptado. A continuación un gráfico de los precios de la competencia.

Tabla 13 Tabla de comparación de precios de la competencia

Establecimiento	Chez Jerome	Coquus	Le petit pigalle
PVP menú de degustación	\$ 65.00	\$ 40.00	\$ 48.00

5.8.2.1 Formas de Pago

El restaurante trabajara con dos formas de pago. Efectivo y tarjeta de crédito. Para el manejo de tarjeta de crédito, se ha decidió utilizar DATAFAST. A continuación las tarjetas con las que se trabajara, los requisitos y tasas de interés.


- Banco de Guayaquil
 - American Express
 - MasterCard
 - Maestro
 - Visa

- Diners Club Internacional
 - Diners Club

- Banco del Pacifico (Pacifcard)
 - MasterCard
 - Maestro
 - Visa

- Banco Pichincha
 - MasterCard
 - Visa
 - Electron

Tasas de interés de acuerdo a DATAFAST y los establecimientos afiliados:



Establecimientos Afiliados A Créditos Diferidos Propios

Se informa a los establecimientos afiliados A CRÉDITO DIFERIDO CON INTERES, que a partir del 01 de JULIO del 2012, se modifica la tabla de factores de interés de la siguiente manera:

PLAZO	Diners Club, Mastercard y Visa (Bancos Pichincha, Comercial de Manabi, Loja, Rumifahui y Centromundo)	Mastercard y Visa Pacificard	Amex, Mastercard y Visa (Banco de Guayaquil)
	FACTOR	FACTOR	FACTOR
3 Meses	2,54 %	2,54 %	2,54 %
4 Meses	3,18 %	3,18 %	3,19 %
5 Meses	3,83 %	3,83 %	3,83 %
6 Meses	4,47 %	4,47 %	4,48 %
9 Meses	6,43 %	6,43 %	6,44 %
10 Meses	7,09 %	7,09 %	7,10 %
12 Meses	8,42 %	8,42 %	8,42 %
15 Meses	10,43 %	10,42 %	10,43 %
18 Meses	12,46 %	12,45 %	12,46 %
24 Meses	16,59 %	16,59 %	16,60 %
36 Meses	25,14 %	25,14 %	25,15 %

Recuerde que para realizar una venta segura, siempre deberá solicitar autorización al emisor de la tarjeta y exigir la presencia física del socio y de la tarjeta.

Si requiere información no dude en comunicarse con nuestros centros de autorización:

	Diners Club	Pacificard	American Express
Guayaquil (04) :	2880400	2564774	3730124
Quito (02) :	2981444	2273000	3730124
Cuenca (07) :	2830400	2844974	3730124

Mesas de Ayuda Datafast: 04-2598400 ; 02-3828590 ; 07-2846566

Figura 17 Tabla de intereses de tarjetas de credito
Tomado de: Datafast

Requisitos para afiliarse a DATAFAST, personas naturales:

- Copia del RUC completo con dirección actual del establecimiento a afiliar.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación a color del propietario del establecimiento.
- Copia de cédula del conyugue.
- Copia del formulario de declaración del IVA 104 e impuestos a la renta en el caso de estar obligado a llevar contabilidad, junto con el comprobante de pago del propietario del establecimiento. Solo en caso de establecimientos nuevos se omitirá este requisito.
- Una copia del pago de la planilla telefónica donde conste la dirección del local.
- 2 copias de facturas de proveedores.
- Certificado bancario de la cuenta adonde se va a realizar los depósitos a nombre de DATAFAST.
- 1 fotografía de la parte exterior del establecimiento (incluido letrero) y 2 fotografías de la parte interior en la cual se pueda observar la mercadería.
- ARTESANOS: calificación artesanal vigente.

Costos de equipos:

Tabla 14 Costo de equipos datafast

Equipo	Alquiler	Comprar
Línea Telefónica	<ul style="list-style-type: none"> • \$165,00+IVA(equipo) • \$44,00 (seguro) • \$45,50 (Derecho de conexión) 	<ul style="list-style-type: none"> • \$450,00+IVA (equipo) • \$44,00 (seguro) • \$45,50 (Derecho de conexión)
Chip (inalámbrico)	<ul style="list-style-type: none"> • \$379,00+IVA (equipo) • \$88,00 (seguro) • \$148,50 (Derecho de conexión) 	<ul style="list-style-type: none"> • \$850,00+IVA (equipo) • \$88,00 (seguro) • \$148,50 (Derecho de conexión)

Nota: Los costos de seguro y derecho de conexión son valores que se cancelan anualmente. Para el alquiler de equipos también se paga anualmente.

Tomado de: Datafast

El establecimiento comprará el equipo de datafast inalámbrico.

5.8.3 Producto

Cuando se habla de producto, se debe tener en cuenta que este término engloba todas las combinaciones posibles entre los bienes y servicios que se ofrece al cliente. Así, se tiene que tener en cuenta, en el caso de un restaurante, que producto no son solo los platillos que se ofrezca, más también el servicio y el ambiente de exclusividad que se ofrecerá.

5.8.4 Plaza

Reseña histórica de la zona

El barrio El Batán en Quito, ubicado en una de las zonas más centrales de la ciudad, es un barrio principalmente residencial pero con sus debidas excepciones. Un barrio en el que históricamente ha vivido gente de clase social media-alta. Está ubicado entre la calle 6 de diciembre y el parque

metropolitano. Específicamente en la calle Portugal, siempre han existido varios restaurantes de todo tipo. Actualmente existen muchos restaurantes, desde restaurantes de comida argentina hasta comida japonesa. No existen restaurantes de cocina de autor en la calle. Una calle pintoresca y central donde los restaurantes se encuentran cerca de oficinas ubicadas en la república del salvador. La localización central de esta calle y el fácil acceso por las diferentes calles ha hecho que este barrio sea toda la vida un lugar propicio para locales de alimentos y bebidas

5.8.4.1 Venta Directa

Los productos de Incantare se venderán solamente en el restaurante, esto es conocido como venta directa.

5.8.5 Promoción – Publicidad

Al hablar de promoción, se refiere a todas aquellas actividades que ayudan a comunicar a los potenciales consumidores y al mercado meta, todas las ventajas de los productos y de la marca. Al tener un plan de promoción bien establecido, se logrará llegar a los potenciales clientes de la mejor manera y así atrayendo a la mayor cantidad de ellos. Dentro de la promoción, se encuentran actividades como: Publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, etc.

Actividades

Crear una campaña publicitaria que llene de expectativa al cliente:

Al revelar la fecha de inauguración del local y el motivo, crearemos expectativa en los clientes. Para lograr esto, debemos tener una campaña por diferentes medios como son: Facebook Twitter, prensa escrita, radio televisión. Así lograremos atraer a nuestro mercado de manera inicial al restaurante.

Inauguración:

Para el día de la inauguración, se enviarán invitaciones a diferentes personajes del mundo gastronómico y por supuesto a la prensa. Así lograremos captar la atención de nuestros clientes con la imagen de los personajes de renombre que han sido invitados.

Alianzas estratégicas:

Trabajar en alianzas estratégicas con hoteles y agencias de viajes que nos permitan atraer también público extranjero. Así lograremos también ampliar un poco a nuestro mercado meta.

6 CAPÍTULO VI. PLAN FINANCIERO

6.1 INVERSIÓN

La inversión del restaurante estará dividida entre todas las cosas que sean necesarias comprar. Dividiremos de manera que sea fácil de visualizar y entender, a la vez de entregar información veraz.

Equipos: La mayoría de los equipos fueron cotizados en Termalimex, a excepción del mesón refrigerado y el mesón con lámpara de calor que fueron cotizados en Termo-Equipos. La inversión total será de: \$ 17958.24

Menaje: El menaje fue cotizado en Irvix. Todos los platos fueron seleccionados acorde con el menú creado. La inversión será de: \$ 12,677.45

Software: El software gastronómico fue cotizado por Luis Quenguan, creador de Camila Gourmet. La inversión será de: \$ 4,260.00

Uniformes: Todos los uniformes fueron cotizados en el uniforme y seleccionados por el chef. La inversión será de: \$ 1037.03

Página Web y publicidad: La página web fue cotizada por Crifa y así mismo la publicidad. La inversión será de: \$ 2,050.00

Trampa de grasa: La trampa de grasa fue cotizada por MetalMachine. La inversión será de: \$300.00

Los gastos de construcción y amueblamiento fueron cotizados por ERGO. La inversión será de: \$30 000.00

El total de la inversión será de: \$67 982.99

6.2 ACTIVOS FÍSICOS

6.2.1 Maquinarias y Equipos

Tabla 15 Tabla de equipos y costos

Cant.	Ítem	Precio U	Total
1	Sartén de aluminio de 35.56 cm de diámetro con mango asilado	\$ 66.39	\$ 66.39
1	Colador malla fina de acero inoxidable 19.5 cm mando de madera	\$ 5.05	\$ 5.05
1	Colador malla fina de acero inoxidable 26 cm mando de madera	\$ 10.98	\$ 10.98
1	Set de cortadores circulares acero inoxidable 12 unidades	\$ 30.99	\$ 30.99
1	Flambeador con cámara de gas recargable	\$ 29.62	\$ 29.62
1	Espátula raspadora de tazón, plástico blanco	\$ 0.97	\$ 0.97
1	Abrelatas portátil acero inoxidable sistema de engranaje	\$ 13.53	\$ 13.53
1	Bolillo de madera de 38.1cm de largo	\$ 13.63	\$ 13.63
1	Espátula de codo 7 pulgadas	\$ 4.21	\$ 4.21
2	Espátula de alta temperatura de 10 pulgadas	\$ 4.20	\$ 8.40
1	Espátula de alta temperatura de 14 pulgadas	\$ 6.80	\$ 6.80
1	Manga pastelera de nylon. 22.9x38.1cms	\$ 6.65	\$ 6.65
1	Cortador de masa de una cuchilla	\$ 4.74	\$ 4.74
1	Set de cortadores cuadrados acero inoxidable 6 unidades	\$ 16.04	\$ 16.04
3	Tazón de acero inoxidable de capacidad 1.5 lts	\$ 2.35	\$ 7.05
5	Tazón de acero inoxidable de capacidad 3 lts	\$ 3.13	\$ 15.65
4	Tazón de acero inoxidable de capacidad 4 lts	\$ 18.15	\$ 72.60
5	Tabla de picar de plástico de 30.5x45.7xcm	\$ 12.73	\$ 63.65
15	Bandeja de servicio de plástico de 45.72x35.56cm	\$ 6.39	\$ 95.85
1	Rallador fino de acero inoxidable con mango de plástico	\$ 14.05	\$ 14.05
1	Rallador de cuatro lados de acero inoxidable	\$ 8.75	\$ 8.75
1	Brocha con cerdas de jabalí para altas temperaturas	\$ 10.31	\$ 10.31
2	Espátula de 7.5 pulgadas de acero inoxidable	\$ 3.57	\$ 7.14
15	Dispensador de salsa plástico de 12 oz.	\$ 0.80	\$ 12.00
1	Espolvoreador de condimentos	\$ 5.51	\$ 5.51
1	Dispensador de condimentos, acero inoxidable	\$ 23.60	\$ 23.60
1	Jarra de medida graduada de policarbonato de 1 lt.	\$ 17.71	\$ 17.71
5	Pinza aislada de 30.48 cm	\$ 5.29	\$ 26.45
2	Batidor de piano de 35.6cm	\$ 3.65	\$ 7.30
1	Batidor de piano de 25.4cm	\$ 2.99	\$ 2.99
1	Espumadera de una sola pieza de 10cm	\$ 5.01	\$ 5.01
1	Cucharon de acero inoxidable de 8oz.	\$ 29.62	\$ 29.62
1	Cucharon de acero inoxidable de 6oz.	\$ 26.71	\$ 26.71
1	Cucharon de acero inoxidable de 4oz.	\$ 25.15	\$ 25.15
1	Cuchareta solida de acero inoxidable de 27.9cm	\$ 4.70	\$ 4.70
1	Licuada Waring de 32 oz. Acero inoxidable, 2 velocidades	\$ 135.43	\$ 135.43
1	Batidora semi-industrial de 1.25 galones de capacidad	\$ 383.29	\$ 383.29
1	Colador chino fino, acero inoxidable de 25.4cm	\$ 26.49	\$ 26.49
4	Inserto pasta de 1 lt de capacidad, acero inoxidable	\$ 18.66	\$ 74.64
1	Cocedor de pasta, aluminio, 20lt de capacidad y 4 escurridores	\$ 115.86	\$ 115.86
3	Cacerola de aluminio de 1,5 lts de capacidad	\$ 12.05	\$ 36.15
3	Cacerola de aluminio de 2.75 lts de capacidad	\$ 15.28	\$ 45.84
3	Cacerola de aluminio de 3.75 lts de capacidad	\$ 16.97	\$ 50.91
1	Olla de acero inoxidable de 20 lts de capacidad	\$ 146.06	\$ 146.06
5	Sartén de aluminio de 20.32cm de diámetro	\$ 18.57	\$ 92.85
5	Sartén de aluminio de 25.4cm de diámetro	\$ 25.56	\$ 127.80
2	Tazón de acero inoxidable de 13lts de capacidad	\$ 38.85	\$ 77.70
2	Tazón de acero inoxidable de 8lts de capacidad	\$ 6.51	\$ 13.02
1	Parrilla niquelada de 33x45.2x2.5cm	\$ 7.15	\$ 7.15
4	Bandeja para hornear de aluminio 33x45.2x2.5cm	\$ 13.53	\$ 54.12
1	Termómetro digital	\$ 32.46	\$ 32.46
1	Decorador para limón Victorinox	\$ 9.66	\$ 9.66
1	Tijeras para pollo en acero cromado 24.1cm	\$ 22.09	\$ 22.09
1	Pelador de patatas metálico	\$ 2.97	\$ 2.97
1	Licuada de mano francesa para pequeñas cantidades	\$ 362.43	\$ 362.43
4	Cuchillo cocinero de 20.3cm, mango de plástico	\$ 8.72	\$ 34.88
1	Cuchillo fileteador de 20.5cm, mango de plástico	\$ 6.72	\$ 6.72
1	Balanza digital, plataforma de 18x18cms	\$ 260.17	\$ 260.17
1	Colgador magnético de cuchillos	\$ 8.92	\$ 8.92
1	Chaira de 30.48cms	\$ 12.38	\$ 12.38
1	Refrigerador industrial 21 pies cúbicos de capacidad	\$ 2,170.29	\$ 2,170.29
1	Cocina industrial IMPERIAL 6 hornillas con horno	\$ 2,484.00	\$ 2,484.00
1	Mesa de recepción y lavado	\$ 819.26	\$ 819.26
1	Maquina de café expreso	\$ 2,818.94	\$ 2,818.94
1	Salamandra de acero inoxidable de 45x90x42cm	\$ 1,110.01	\$ 1,110.01
1	Grifo oscilante de 8 pulgadas	\$ 91.85	\$ 91.85
1	Mesón refrigerado	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00
1	Mesón de servicio (caliente)	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
1	Campana de cocina 2.00x0.9x0.5 m	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00
1	Cuarto frio de 13.25m3	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
	Subtotal		23284.14
	IVA		2794.10
	Total		26078.24

Cotización anexo 1

6.2.2 Menaje

Tabla 16 Tabla de menaje y costos

Cantidad	Ítem	Precio U	Total
45	Plato redondo 6 pulgadas	\$ 2.42	\$ 108.90
45	Bowl 5 pulgadas ribbed	\$ 2.28	\$ 102.60
45	plato cuadrado de 7.25 pulgadas modelo óscar	\$ 4.03	\$ 181.35
45	plato hondo cuadrado 8 pulgadas	\$ 4.88	\$ 219.60
45	Fuente 31x12 básico	\$ 11.95	\$ 537.75
45	Plato aro 26.6 cm	\$ 15.28	\$ 687.60
45	Plato cuadrado 12 pulgadas	\$ 12.80	\$ 576.00
45	Fuente 28x24cm porvasal	\$ 26.66	\$ 1,199.70
45	Plato cóncavo rectangular 15.5x5 pulgadas	\$ 10.89	\$ 490.05
48	Cuchillo de pescado acero inoxidable	\$ 6.14	\$ 294.72
48	Tenedor pasa pescado acero inoxidable	\$ 3.07	\$ 147.36
48	Cuchara para te acero inoxidable	\$ 3.47	\$ 166.56
48	Tenedor de torta acero inoxidable	\$ 3.56	\$ 170.88
48	Tenedor trincherero acero inoxidable	\$ 6.14	\$ 294.72
48	Cuchillo de mesa acero inoxidable	\$ 6.01	\$ 288.48
144	Tenedor de mesa acero inoxidable	\$ 6.50	\$ 936.00
144	Cuchillo de entrada acero inoxidable	\$ 5.48	\$ 789.12
48	Cuchara de degustación pequeña	\$ 6.22	\$ 298.56
48	Cuchara de mesa acero inoxidable	\$ 6.50	\$ 312.00
90	Copa de vino 13.8 oz	\$ 9.77	\$ 879.30
90	Copa de vino 18.2 oz	\$ 9.77	\$ 879.30
90	Copa de vino 23 oz	\$ 9.77	\$ 879.30
90	Copa flauta 7.1 oz	\$ 9.77	\$ 879.30
	Subtotal		\$ 11,319.15
	IVA		\$ 1,358.30
	Total		\$ 12,677.45

Cotización Anexo 2

6.2.3 Equipos de Computación y Software

Tabla 17 Tabla de equipos de computación y software con costos.

Ítem	Costo	Cantidad	Total
Punto de software	\$ 700.00	2	\$ 1,400.00
Punto de red	\$ 55.00	4	\$ 220.00
Instalación	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Actualización	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Impresora cocina	\$ 250.00	1	\$ 250.00
Impresora facturas	\$ 250.00	1	\$ 250.00
Pantalla	\$ 550.00	2	\$ 1,100.00
CPU	\$ 320.00	2	\$ 640.00
		Total	\$ 4,260.00

6.3 ACTIVOS DIFERIDOS

6.3.1 Gastos de Constitución

Tabla 18 Tabla de gastos de constitución

Proceso	Valor
Patente Municipal	\$13.00
Certificado de medio ambiente	\$53.80
Informe de regulación	\$2.00
Carnets de salud	\$72.00
Permiso de funcionamiento	\$126.00

6.4 CAPITAL DE TRABAJO

6.4.1 Materia Prima

A continuación una lista de la materia prima que se utilizara para el lanzamiento del restaurante, con sus respectivos costos.

Tabla 19 Tabla de materia prima a utilizar y costos.

Insumo	PVP	Cant. total	Costo	Cant. receta	Unidad
Apio	\$ 0.92	12.80	\$ 11.78	0.32	Kg.
aceite de oliva	\$ 12.76	4.00	\$ 51.04	0.01	Lt.
Aceite vegetal	\$ 2.48	4.00	\$ 9.92	0.50	Lt.
Ají	\$ 5.00	0.50	\$ 2.50	0.01	kg
Azúcar	\$ 0.84	2.00	\$ 1.68	0.01	Kg.
Berenjenas	\$ 1.76	2.00	\$ 3.52	0.04	Kg.
Camarón	\$ 9.00	3.00	\$ 27.00	0.06	kg
Cebada perlada	\$ 6.00	3.00	\$ 18.00	0.08	kg
Cebolla perla	\$ 2.36	6.00	\$ 14.16	0.01	Kg.
Chocolate	\$ 9.90	2.00	\$ 19.80	0.05	Kg.
Coco	\$ 1.00	5.60	\$ 5.60	0.14	kg
Crema de leche	\$ 2.50	5.00	\$ 12.50	0.01	Lt.
Dorado	\$ 20.00	4.00	\$ 80.00	0.10	kg
Fondo maggie	\$ 0.10	10.00	\$ 1.04	1.00	Uni.
Frutillas	\$ 2.90	1.60	\$ 4.64	0.04	Kg.
Gelatina	\$ 0.14	0.04	\$ 0.01	0.00	Uni.
Harina	\$ 1.63	10.00	\$ 16.30	0.01	Kg.
Huevos	\$ 0.13	70.00	\$ 9.31	1.00	Uni.
Leche de coco	\$ 11.00	2.00	\$ 22.00	0.05	Lt.
Limón	\$ 0.15	0.40	\$ 0.06	0.01	Uni.
Mantequilla	\$ 4.08	8.00	\$ 32.64	0.09	Kg.
Maracuyá	\$ 6.00	0.80	\$ 4.80	0.02	kg
Menta	\$ 0.45	0.40	\$ 0.18	0.01	at
Moras	\$ 5.00	1.60	\$ 8.00	0.04	kg
Orégano	\$ 15.00	0.40	\$ 6.00	0.01	kg
Papa	\$ 0.57	5.00	\$ 2.87	0.12	Kg.
Pato	\$ 18.00	4.00	\$ 72.00	0.10	Kg.
pimienta	\$ 51.11	0.12	\$ 6.13	0.00	Kg.
Pulpo	\$ 8.73	2.80	\$ 24.44	0.07	Kg.
Queso parmesano	\$ 17.70	0.80	\$ 14.16	0.02	Kg.
Rack de cordero	\$ 12.00	6.40	\$ 76.80	0.16	kg
Sal en grano	\$ 5.00	0.40	\$ 2.00	0.01	kg
Tocte	\$ 19.00	1.20	\$ 22.80	0.03	kg
Tomate riñón	\$ 1.00	1.60	\$ 1.60	0.04	Kg.
Tomillo	\$ 18.00	0.40	\$ 7.20	0.01	kg
		Inversión	\$ 592.47		

6.4.2 Sueldos y Salarios

Tabla 20 Tabla de sueldos y salarios

Cargo	Sueldo	Valor horas extras	Total horas ex. Al mes	Aportación al IESS empresa	Sueldo + Horas extras	Aportación al IESS empleado	Sueldo a recibir empleado
Cocinero1	\$ 350.00	\$ 3.28	0	\$ 41.13	\$ 350.00	\$ 32.73	\$ 317.28
Cocinero2	\$ 350.00	\$ 3.28	0	\$ 41.13	\$ 350.00	\$ 32.73	\$ 317.28
Cocinero3	\$ 350.00	\$ 3.28	0	\$ 41.13	\$ 350.00	\$ 32.73	\$ 317.28
Maître	\$ 500.00	\$ 4.69	32	\$ 58.75	\$ 532.00	\$ 49.74	\$ 482.26
Mesero1	\$ 293.00	\$ 2.75	0	\$ 34.43	\$ 293.00	\$ 27.40	\$ 265.60
Mesero2	\$ 293.00	\$ 2.75	0	\$ 34.43	\$ 293.00	\$ 27.40	\$ 265.60
Mesero3	\$ 293.00	\$ 2.75	0	\$ 34.43	\$ 293.00	\$ 27.40	\$ 265.60
Sub total	\$ 2,429.00			\$ 285.41	\$ 2,461.00		\$ 2,714.41

Total a pagar	\$ 2,746.41
---------------	-------------

6.4.3 Gastos de Publicidad

Tabla 21 Tabla de gastos de publicidad

Ítem	Costo	Cantidad	Total
Diseño de página web	\$ 800.00	1	\$ 800.00
Diseño logotipos y publicidad	\$ 1,250.00	1	\$ 1,250.00
		Total	\$ 2,050.00

6.4.4 Suministros de Limpieza

Tabla 22 Tabla de suministros de limpieza

Cantidad	Ítem	Precio U	Total
1	Limpia pisos	\$ 15.25	\$ 15.25
2	Trapeador	\$ 2.00	\$ 4.00
3	Papel higiénico	\$ 3.20	\$ 9.60
3	toallas de mano	\$ 3.48	\$ 10.44
1	papel de cocina	\$ 15.00	\$ 15.00
3	jabón de manos	\$ 3.55	\$ 10.65
1	detergente	\$ 4.00	\$ 4.00
1	Cloro	\$ 4.50	\$ 4.50
1	Lavavajillas	\$ 2.50	\$ 2.50
1	Recogedor	\$ 6.00	\$ 6.00
1	Papel film	\$ 6.85	\$ 6.85
2	Escobas	\$ 1.25	\$ 2.50
5	Limpión	\$ 1.00	\$ 5.00
2	Estropajo	\$ 0.50	\$ 1.00
		Total	\$ 97.29

6.4.5 Gastos de Uniforme del Personal

Tabla 23 Tabla de costos de uniformes de personal

Ítem	Cantidad	Precio	Total
Chaqueta clásica	6	\$ 9.96	\$ 59.76
Pantalón tipo calentador	6	\$ 16.38	\$ 98.28
Pechera cocina	6	\$ 7.95	\$ 47.70
Zapatos antideslizantes	3	\$ 68.69	\$ 206.07
Gorro de cocina	6	\$ 2.95	\$ 17.70
Camisa	6	\$ 11.47	\$ 68.82
Pantalón	6	\$ 19.64	\$ 117.84
Delantal servicio	6	\$ 10.27	\$ 61.62
Zapatos antideslizantes servicio	3	\$ 82.71	\$ 248.13

subtotal	\$ 925.92
IVA	\$ 111.11
Total	\$ 1,037.03

Cotización anexo 3

6.5 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

6.5.1 Capital Propio

El negocio será construido en un terreno que será dado por el Ing. Diego Egas, asimismo, el será la persona que aporte con el 50% del capital para iniciar el negocio. El otro 50% será aportado por Mateo Egas. Dentro de las cotizaciones que se realizaron, consta una de construcción para el local. Se ha planeado pagar como plazo máximo a los inversionistas en 4 años.

6.6 COSTOS Y GASTOS

6.6.1 Gastos

Un gasto es todo egreso de una empresa o persona que no será recuperado en el futuro. En contabilidad, un gasto es la anotación que disminuye el beneficio a una persona.

6.6.2 Costos

En economía, costo es el valor monetario de consumo de factores que tiene un ejercicio de una actividad económica dedicada a la producción de un bien o servicio. Es decir, es todo egreso que será recuperado en el futuro.

6.6.2.1 Costos Variables

Tabla 24 Tabla de costos variables

Costos variables	
Materia Prima	4714.6

6.6.2.2 Costos Fijos

Tabla 25 Tabla de costos fijos año 1

Año 1		
Costos fijos		
Luz	\$ 50.00	
Agua	\$ 50.00	
Teléfono	\$ 30.00	
Sueldos	\$ 2,557.96	
Afiliación IESS	\$ 268.96	
Transporte	\$ 200.00	
Limpieza	\$ 97.29	
Gas	\$ 100.00	
Data fast	\$ 19.71	
Alimentación	\$ 250.00	
Contabilidad	\$ 292.00	
Pago a inversionistas	\$ 1,605.31	Prorrateado a 4 años
Total	\$ 5,521.22	

Tabla 26 Tabla de costos fijos año 2

Año 2		
Costos fijos		
Luz	\$ 55.00	
Agua	\$ 55.00	
Teléfono	\$ 33.00	
Sueldos	\$ 2,813.75	
Afiliación IESS	\$ 330.62	
Transporte	\$ 220.00	
Limpieza	\$ 107.02	
Gas	\$ 110.00	
	\$ 21.68	
Alimentación	\$ 275.00	
Contabilidad	\$ 321.20	
Pago a inversionistas	\$ 1,605.31	Prorrateado a 4 años
Total	\$ 5,947.57	

Tabla 27 Tabla de costos fijos año 3

Año 3		
Costos fijos		
Luz	\$ 60.50	
Agua	\$ 60.50	
Teléfono	\$ 36.30	
Sueldos	\$ 3,095.13	
Afiliación IESS	\$ 363.68	
Transporte	\$ 242.00	
Limpieza	\$ 117.72	
Gas	\$ 121.00	
	\$ 23.85	
Alimentación	\$ 302.50	
Contabilidad	\$ 353.32	
Pago a inversionistas	\$ 1,605.31	Prorrateado a 4 años
Total	\$ 6,381.80	

Tabla 28 Tabla de costos fijos año 4

Año 4		
Costos fijos		
Luz	\$ 66.55	
Agua	\$ 66.55	
Teléfono	\$ 39.93	
Sueldos	\$ 3,404.64	
Afiliación IESS	\$ 400.05	
Transporte	\$ 266.20	
Limpieza	\$ 129.49	
Gas	\$ 133.10	
	\$ 26.23	
Alimentación	\$ 332.75	
Contabilidad	\$ 388.65	
Pago a inversionistas	\$ 1,605.31	Prorrateado a 4 años
Total	\$ 6,859.45	

Tabla 29 Tabla de costos fijos año 5

Año 5		
Costos fijos		
Luz	\$ 73.21	
Agua	\$ 73.21	
Teléfono	\$ 43.92	
Sueldos	\$ 3,745.11	
Afiliación IESS	\$ 440.05	
Transporte	\$ 292.82	
Limpieza	\$ 142.44	
Gas	\$ 146.41	
	\$ 28.85	
Alimentación	\$ 366.03	
Contabilidad	\$ 427.52	
Pago a inversionistas	\$ 1,605.31	Prorrateado a 4 años
Total	\$ 7,384.86	

6.6.2.3 Costos Totales**Tabla 30** Tabla de costos totales

Costos Totales	
Costos fijos +Costos Variables	\$ 10,102.72

6.7 CUADROS DE PROYECCIÓN DE VENTAS

6.7.1 Cuadros de Proyección Numéricos

Tabla 31 Tabla de proyección de ventas numérico

Proyección de ventas numérico												
Menú	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 1	220	250	275	250	325	275	350	250	300	315	325	400
Año 2	238	270	297	270	351	297	378	270	324	340	351	432
Año 3	257	292	321	292	379	321	408	292	350	367	379	467
Año 4	277	315	346	315	409	346	441	315	378	397	409	504
Año 5	299	340	374	340	442	374	476	340	408	429	442	544

6.7.2 Cuadro de Proyección por Valor Monetario

Tabla 32 Tabla de proyección de ventas por valor monetario

Proyección de ventas monetario														
Menú de degustación														
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Año 1	Cantidad	220	250	275	250	325	275	350	250	300	315	325	400	\$ 3,535
	Precio	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	
	Total	\$11,000	\$ 12,500	\$13,750	\$12,500	\$16,250	\$13,750	\$17,500	\$12,500	\$ 15,000	\$15,750	\$ 16,250	\$ 20,000	\$176,750
Año 2	Cantidad	238	270	297	270	351	297	378	270	324	340	351	432	
	Precio	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	\$ 54	
	Total	\$12,830	\$ 14,580	\$16,038	\$14,580	\$18,954	\$16,038	\$20,412	\$14,580	\$ 17,496	\$18,371	\$ 18,954	\$ 23,328	\$206,161
Año 3	Cantidad	257	292	321	292	379	321	408	292	350	367	379	467	
	Precio	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	\$ 58	
	Total	\$14,965	\$ 17,006	\$18,707	\$17,006	\$22,108	\$18,707	\$23,809	\$17,006	\$ 20,407	\$21,428	\$ 22,108	\$ 27,210	\$240,466
Año 4	Cantidad	277	315	346	315	409	346	441	315	378	397	409	504	
	Precio	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	\$ 63	
	Total	\$17,456	\$ 19,836	\$21,820	\$19,836	\$25,787	\$21,820	\$27,770	\$19,836	\$ 23,803	\$24,993	\$ 25,787	\$ 31,737	\$280,480
Año 5	Cantidad	299	340	374	340	442	374	476	340	408	429	442	544	
	Precio	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	\$ 68	
	Total	\$20,360	\$ 23,137	\$25,450	\$23,137	\$30,078	\$25,450	\$32,391	\$23,137	\$ 27,764	\$29,152	\$ 30,078	\$ 37,019	\$327,152

6.8 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Para determinar el punto de equilibrio utilizamos los costos fijos y costos variables, además de un supuesto volumen de ventas en un año. El punto de equilibrio está calculado dentro del periodo un año.

A continuación los datos y el figura.

Tabla 33 Tabla de datos para determinación de punto de equilibrio 1

DATOS		
Precio Unitario	\$ 50.00	P
Unidades vendidas	3,535.00	UV
Ingreso total	\$ 176,750.00	IT
Costos Fijo total	\$ 66,018.14	CFT
Costos variables total	\$ 57,620.50	CVT
Costo variable unitario	\$ 16.30	CVU

Tabla 34 Tabla de datos para determinación de punto de equilibrio 2

Punto de equilibrio= $CFT/(P-CVU)$	1,959.00
Valor monetario de equilibrio	\$ 97,949.76

Tabla 35 Tabla de datos para determinación de punto de equilibrio 3

PVP unitario	Cantidad	Ingreso total	Costos fijos	Cost Vari Uni	Cost var tot	Costo total
50.00	0	0.00	64657.46	16.30	0.00	64657.46
50.00	1500	75000.00	64657.46	16.30	24450.00	89107.46
50.00	2263.12	113156.21	64657.46	16.30	36888.92	101546.38
50.00	3000	150000.00	64657.46	16.30	48900.00	113557.46
50.00	4500	225000.00	64657.46	16.30	73350.00	138007.46

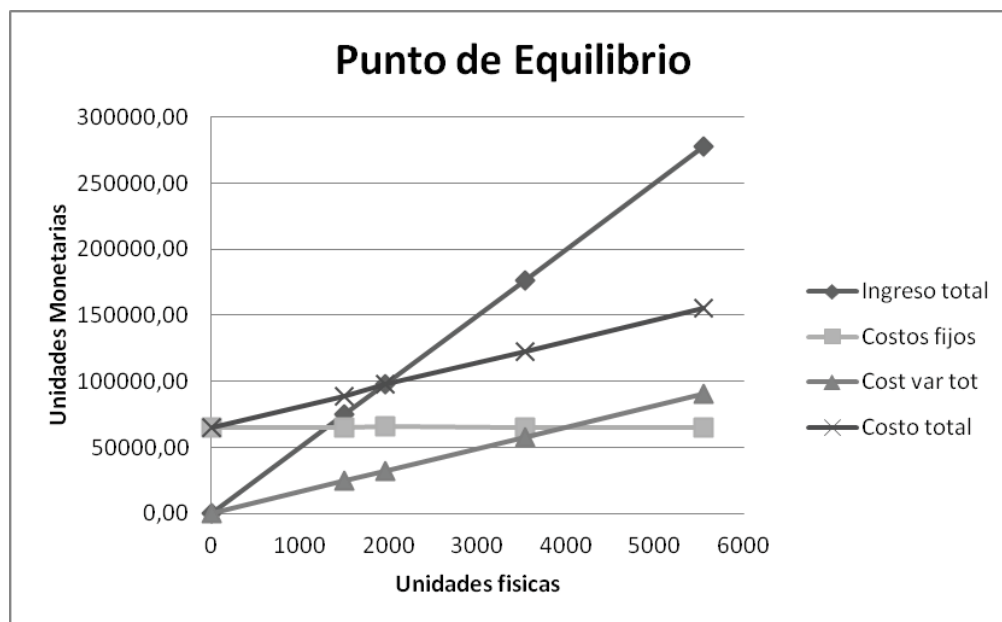


Figura 18 Figura de punto de equilibrio

La figura del punto de equilibrio nos indica cuantas unidades debemos vender mensualmente para no tener ni pérdidas ni ganancias. Es decir, el punto de equilibrio es la cantidad que necesita vender el restaurante para poder sobrevivir sin tener ganancia, pero poder pagar todos sus costos fijos y variables. En el caso de Incantare, con un supuesto volumen de ventas, se llegó a determinar que el restaurante necesita vender 163 menús de degustación mensuales, lo que quiere decir en promedio 8 menús de degustación diarios. Al asumir un incremento anual de todos los factores en un 10%, este punto de equilibrio no variara, y se ha organizado los presupuestos para pagar todas las deudas en un plazo máximo de 4 años.

7 CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

La creación de un restaurante de cocina de autor, es un proyecto que conlleva mucho trabajo no solo de cocina. El hecho de tener que diseñar, calcular costos y demás aspectos de la planeación de un restaurante, hacen que este proyecto sea integral y que abarque todos los aspectos aprendidos en la carrera.

Se debe tomar en cuenta, que el proyecto de un restaurante es muy costoso, por lo que, en un futuro, deben tomarse en cuenta aspectos de financiamiento para este tipo de proyectos. Se debe hacer análisis sobre los diferentes créditos que se otorgan en diferentes entidades.

7.2 RECOMENDACIONES

Al hablar de un restaurante de cocina de autor, debemos tener en cuenta muchas recomendaciones. Nunca debemos olvidar que lo más importante al manejar este tipo de negocios es que lo más importante es la reputación. Por eso es muy importante que conozcamos muy de cerca a nuestro mercado al momento de la creación de nuestra imagen. Una vez creada esta imagen, debemos mantenerla en alto todo el tiempo. En cuanto al estudio de mercado, el aspecto más importante es conocer los gustos y costumbres de nuestros clientes. Al conocer estos dos aspectos, podremos adelantarnos a ofrecerles servicios y productos innovadores antes de que ellos nos lo soliciten. De esta manera, podremos mantener nuestra reputación como un restaurante de vanguardia.

REFERENCIAS

Documentos de Internet:

- <http://ciudadmurcia.olx.es>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente
- <http://igriega.blogspot.es>
- <http://maps.google.com/maps?hl=es-419&client=firefox-a&hs=7yk&rls=org.mozilla:es-ES:official&q=quito&um=1&ie=UTF->
- <http://maps.google.es>
- <http://modaellos.com>
- <http://nottasdemoda.blogspot.com>
- <http://www.epiformes.com>
- <http://www.google.com/search?hl=es&q=cumbaya&um=1&ie=UTF-8&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&biw=1280&bih=677>
- http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Marketing/mercadeo.htm#_Toc55676886
- <http://www.misscompras.com>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/worgfor/worgfor.shtml#ORGAN>
- http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public_¿
- <http://www.thecultureconcept.com>

ANEXOS

ANEXO 1

Cotización maquinaria y equipo de cocina

TERMALIMEX CIA. LTDA.					
Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO					
R.U.C.: 1790162524001			PROFORMA: 0010154		
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES					
RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004					
Cliente :	MATEO EGAS		Quito, 18 de Julio del 2012		
Contacto :					
Dirección :					
Ciudad :	QUITO	Email :			
R.U.C. :	9999999999	TELEFONO :	228378	Cod. Vendedor :	AC Pag. 1 de 4
No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Sartén VOLLRATH 67914 fabricado de aluminio en acabado natural de 35.56 cm de diámetro, mango aislado.	66.39	0.00	66.39
2	1	Colador UPDATE U-SSF-8/SS, malla fina de acero inoxidable, diámetro 19.5 cms., mango de madera.	5.05	0.00	5.05
3	1	Colador UPDATE U-SSF-10/SS, malla fina de acero inoxidable, diámetro 26 cms., mango de madera.	10.98	0.00	10.98
4	1	Set de cortadores circulares, filo plano ATECO 5457 fabricados de acero inoxidable, 12 unidades con tamaños entre 7/8" a 4-7/16".	30.99	0.00	30.99
5	1	Flambeador WESTMARK 12392260, operación manual, cámara de gas recargable.	29.62	0.00	29.62
6	1	Espátula raspadora de tazón ATECO1303, fabricada en plástico color blanco de 5 1/4" x 3 1/2"	0.97	0.00	0.97
7	1	Abrelatas portatil HALCO 407 fabricado en acero cromado de 17.8 cm. de longitud. Sistema de engranaje	13.53	0.00	13.53
8	1	Bolillo UPDATE U-RPW-3215 fabricado en madera de 38.1 cm de longitud.	13.63	0.00	13.63
9	1	Espátula de codo TRAMONTINA 21162/197 fabricada en acero inoxidable y mango de madera, longitud 7"	4.21	0.00	4.21
10	2	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-10HR, hoja de silicona tipo cuchara resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 10".	4.20	0.00	8.40
11	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-14HR, hoja de silicona tipo cuchara resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 14".	6.80	0.00	6.80
12	1	Manga pastelera HALCO NPB4 fabricada de nylon de 22.9 x 38.1 cms.	6.65	0.00	6.65
13	1	Cortador de masa ATECO 1397 de una cuchilla, diametro de la cuchilla de 1-3/8".	4.74	0.00	4.74
14	1	Set de cortadores cuadrados de masa, filo plano ATECO 5253 fabricados de acero inoxidable, 6 cortadores con tamaños de 1-3/8" a 2-5/8".	16.04	0.00	16.04
15	3	Tazón HALCO S772 fabricado de acero inoxidable de 1.5 Qt. de capacidad.	2.35	0.00	7.05
16	5	Tazón UPDATE U-MB-300 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3 Qt.	3.13	0.00	15.65
17	4	Tazón HALCO S874 fabricado de acero inoxidable de 4 Qt. de capacidad	18.15	0.00	72.60
18	5	Tabla de picar UPDATE U-CB-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color blanco.	12.73	0.00	63.65
19	15	Bandeja para servicio CARLISLE CT1418-08 fabricada de polipropileno de 45.72 x 35.56 cms., color verde.	6.39	0.00	95.85
20	1	Rallador fino WESTMARK 14202270, fabricado en acero inoxidable con mango plástico.	14.05	0.00	14.05
21	1	Rallador de cuatro lados UPDATE U-GR-449 fabricado de acero inoxidable. Dimensiones: 10x10x23 cm.	8.75	0.00	8.75
22	1	Brocha CARLISLE 40373 con cerdas de jabalí, resistente a temperaturas de hasta 500°F. Unidad de 3.80 cms. de ancho.	10.31	0.00	10.31

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA:****0010154****Cliente :** MATEO EGAS

Quito, 18 de Julio del 2012

Contacto :**Dirección :****Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 9999999999**TELEFONO :** 228378**Cod. Vendedor :** AC

Pag. 2 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
23	2	Espátula UPDATE U-WT-7, de 7.5" de longitud fabricada en acero inoxidable.	3.57	0.00	7.14
24	15	Dispensador para salsas UPDATE U-SBC-12 fabricado en plástico de 12 onzas, color transparente.	0.80	0.00	12.00
25	1	Espolvoreador de condimentos	5.51	0.00	5.51
26	1	Dispensador de condimentos para bar UPDATE U-CD-6 fabricado en acero inoxidable, seis compartimentos con tapa transparente.	23.60	0.00	23.60
27	1	Jarra de medida graduada ADCRAFT R-3216 fabricada de policarbonato de 1 Qt. de capacidad.	17.71	0.00	17.71
28	5	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5512BK fabricada de acero inoxidable con mango aislado negro de 30.48 cms. de longitud.	5.29	0.00	26.45
29	2	Batidor piano UPDATE PW-14, fabricado en acero inoxidable, longitud 35.6 cm.	3.65	0.00	7.30
30	1	Batidor piano UPDATE U-PW-10, fabricado en acero inoxidable, longitud 25.4 cm.	2.99	0.00	2.99
31	1	Espumadera SUNNEX 46310SM fabricada en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, diámetro 10 cms.	5.01	0.00	5.01
32	1	Cucharón VOLLRATH 4980865, fabricado en acero inoxidable, capacidad de 8 onzas	29.62	0.00	29.62
33	1	Cucharón VOLLRATH 4980655, fabricado en acero inoxidable, capacidad de 6 onzas	26.71	0.00	26.71
34	1	Cucharón VOLLRATH 4980445, fabricado en acero inoxidable, capacidad de 4 onzas	25.15	0.00	25.15
35	1	Cuchareta sólida renaissance de servicio HALCO 4750 fabricada de acero inoxidable de 27.9 cms. de longitud.	4.70	0.00	4.70
36	1	Licuada WARING Mod. BB150S, de 32 onz. de capacidad, contenedor de acero inoxidable, 2 velocidades, espec. elec. 115/60/1.	135.43	0.00	135.43
37	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KSM150 artesanal, de 5 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 325w.	383.29	0.00	383.29
38	1	Colador chino fino UPDATE U-CC-10F fabricado en acero inoxidable de 25.4 cms. de diámetro	26.49	0.00	26.49
39	4	Inserto pasta UPDATE U-APSA-INS, capacidad 1 Qt., fabricado en acero inoxidable con mango	18.66	0.00	74.64
40	1	Cocedor de pasta UPDATE U-APSA-4 fabricado en aluminio con 20 qt de capacidad y cuatro escurridores de acero inoxidable.	115.86	0.00	115.86
41	3	Cacerola UPDATE U-ASP-1 fabricada en aluminio de 1.5 Qt de capacidad.	12.05	0.00	36.15
42	3	Cacerola UPDATE U-ASP-2 fabricada de aluminio de 2-3/4 Qt. de capacidad.	15.28	0.00	45.84
43	3	Cacerola UPDATE U-ASP-3 fabricada de aluminio de 3-3/4 Qt. de capacidad.	16.97	0.00	50.91
44	1	Olla HALCO 5723920, fabricada en acero inoxidable, con capacidad de 20qt.	146.06	0.00	146.06

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA:****0010154****Cliente :** MATEO EGAS

Quito, 18 de Julio del 2012

Contacto :**Dirección :****Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 9999999999**TELEFONO :** 228378**Cod. Vendedor :** AC

Pag. 3 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
45	5	Sartén VOLLRATH 67108 fabricado de aluminio en acabado natural de 20.32 cm de diámetro.	18.57	0.00	92.85
46	5	Sartén VOLLRATH 67110 fabricado de aluminio en acabado natural de 25.4 cm de diámetro.	25.56	0.00	127.80
47	2	Tazón HALCO S879 fabricado de acero inoxidable de 13 Qt. de capacidad.	38.85	0.00	77.70
48	2	Tazón UPDATE U-MB-800 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 8 Qt.	6.51	0.00	13.02
49	1	Parrilla HALCO PG12165 niquelada de 30.5 x 41.9 x 3.2 cm	7.15	0.00	7.15
50	4	Bandeja para hornear VOLLRATH 68371 fabricada de aluminio (calibre 18) de 33 x 45.2 x 2.5 cms.	13.53	0.00	54.12
51	1	Termómetro digital COOPER DFP450W, rango de temperatura de -40 a 232°C.	32.46	0.00	32.46
52	1	Decorador para limón VICTORINOX 5.3403 de fabricación suiza.	9.66	0.00	9.66
53	1	Tijeras para pollo HALCO 1219 fabricadas en acero cromado de 24.1 cm de largo.	22.09	0.00	22.09
54	1	Pelador de patatas metálico VICTORINOX 7.6070 de fabricación suiza.	2.97	0.00	2.97
55	1	Licadora manual ROBOT COUPE MP160VV de fabricación francesa para procesar pequeñas cantidades, operación eléctrica de 220 watts, velocidad variable de operación de 2000 a 12500 rpm, brazo de 16 cms. de longitud. Especific. eléctrica 115/60/1.	362.43	0.00	362.43
56	4	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/088 8" (20.3 cms.), mango plástico.	8.72	0.00	34.88
57	1	Cuchillo fileteador de TRAMONTINA 24622/088 8" (20.5) mango plástico.	6.72	0.00	6.72
58	1	Balanza digital YAMATO SPC-5005, capacidad 0 - 2.5Kg x 2g / 2.5-5Kg x 5g (0-5.5lbs. x 0.005lbs / 5.5lbs.-11lbs. x 0.010lbs.), fabricada de acero inoxidable, plataforma de 18 x 18 cms. Incluye adaptador.	260.17	0.00	260.17
59	1	Colgador magnético de cuchillos UPDATE U-MTH-18P, fabricado en plástico resistente, de 45.72 cm de longitud.	8.92	0.00	8.92
60	1	Chaira TRAMONTINA 24642/082 de 12" (30.48 cms.)	12.38	0.00	12.38
61	1	Refrigerador industrial KOLDPIA SGRR-23FD, 21 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenido con motor de 1/4 HP, unidad de un compartimento provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 74.0x80.0x202.0 cms. Especific. eléctrica 115/60/1	2,170.29	0.00	2,170.29
62	1	Cocina industrial IMPERIAL IR-6 de fabricación americana, operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y piloto independiente, parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cms., unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 91 x 72 x 91 cms. de alto.	2,484.00	0.00	2,484.00

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA: 0010154****Cliente :** MATEO EGAS

Quito, 18 de Julio del 2012

Contacto :**Dirección :****Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 9999999999**TELEFONO :** 228378**Cod. Vendedor :** AC

Pag. 4 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
63	1	Mesa para recepcion, clasificacion y pre-lavado de vajilla sucia, de fabricacion nacional, TERMAL MLS-3067, fabricada de acuerdo al diseño del plano de distribucion de equipos. Tope fabricado de acero inoxidable 304 tipo 18-8 calibre 16 con espaldar sanitario para proteccion de la pared y borde en el contorno de la mesa. Base tubular abierta en el frente fabricado de tubo de acero inoxidable con regatones de altura regulable para nivelacion de la mesa	819.26	0.00	819.26
64	1	Máquina de café expreso y/o capuchino semi automática NUOVA SIMONELLI APPIA de fabricación italiana. Unidad de un grupo, tanque de caldero de 11.5 lts., unidad provista de tubo de vapor y porta tazas superior. Especific. eléctrica 115/60/1	2,818.94	0.00	2,818.94
65	1	Salamandra ANVIL SAG0001, operación gas lp a 16000 BTU, fabricada de acero inoxidable, con brackets de seguridad para pared, quemadores radiantes cerámicos, control de flama, dimensiones 45x90x42 cm	1,110.01	0.00	1,110.01
66	1	Grifo oscilante de 8" de mesa para instalación en fregaderos FISHER 26131.	91.85	0.00	91.85
67	1	Limpia pisos CARLISLE 366824, de 22"	15.25	0.00	15.25
			SUBTOTAL:		12,349.39
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		12,349.39
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		1,481.93
			TOTAL :		13,831.32

CONDICIONES DE COMPRA VENTA

FORMA DE PAGO

-A CONVENIR

-TIEMPO DE ENTREGA

INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA

VALIDEZ DE LA OFERTA

-15 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE

LUGAR DE ENTREGA:

BODEGAS DE TERMALIMEX EN LA CIUDAD DE QUITO.

NOTA: ESTOS VALORES NO INCLUYEN COSTOS MANO DE OBRA NI MATERIALES DE INSTALACION

GARANTIA

Un año contra defectos de fabricación, se excluye de la Garantía daños por fluctuaciones de voltaje, deficiente suministro de gas, negligencia o mala operación de los equipos.
La Garantía es válida dentro de las ciudades de Quito y Guayaquil, en caso de requerir asistencia en otras ciudades del país, el cliente asumirá los costos de traslado y estadía del Técnico.

ATENTAMENTE,

ANA COLOMA A.

PBX: 2275912 EXT. 120

TERMO-EQUIPOS

INGENIERIA EN REFRIGERACION

CONSULTORIA-DISEÑO-PROYECTO-FABRICACION-MONTAJES
SERVICIO TECNICO-IMPORTACION-REPUESTOS

- DOTACION INDUSTRIAL PARA: SUPERMERCADOS-COMISARIATOS-AUTOSERVICIOS
- DESPICADORA-PULPASA DE FRUTAS-PROCESADORA DE ALIMENTOS
- FRIGORIFICOS-CAMPAMENTOS-PANADERIAS-PASTELERIAS
- PRODUCTOS LACTEOS-GRANJAS INTEGRALES-HOTELES-ETC

AV. AMÉRICA N26-176 Y
DIEGO MENDEZ
TELEFOS: 3201230 - 087882534
093094151
QUITO - ECUADOR

PROFORMA
R.U.C. 1707081145001
Nº 0000363

Cliente: HINTEO EGAS Telf: 2442012

R:U:C/I: VICENTE ROSALES S.L. Fecha: 6- Agosto 2012

Dirección: VICENTE ROSALES S.L.

CANTIDAD	DESCRIPCION	V.UNITARIO	VALOR TOTAL
1	ESTAND. EN ACERO. INOXIDABLE. Dimension: 2.00 x 0.90 x 0.50		409,00
4	PLUMAS. EN ACERO.	10876	409,00
1	MOTON. 2821002011. DSY con JORNALER.		459,00
1	CUBIERTA FALC. 2.40 x 2.40 x 2.30 13.25 PCS		6.000,00
SUBTOTAL			
I.V.A. 0%			
I.V.A. 12%			
TOTAL USD			

NOTA: Proforma válida por 15 días a partir de su emisión
Todo trabajo se realizará con el 50% de anticipo.

Firma Autorizada

Firma Cliente



INGENIERIA EN REFRIGERACION

AV. AMÉRICA N26-176 Y

DIEGO MENDEZ

TELEFOS: 3201230 - 087882534

093094151

QUITO - ECUADOR

CONSULTORIA-DISEÑO-PROYECTO-FABRICACIÓN-MONTAJES

SERVICIO TECNICO-IMPORTACION-REPUESTOS

-DOTACION INDUSTRIAL PARA: SUPERMERCADOS-COMISARIATOS-AUTOSERVICIOS

-DESPILPADORA-PULPASA DE FRUTAS-PROCESADORA DE ALIMENTOS

-FRIGORIFICOS-CAMPAMENTOS-PANADERIAS-PASTELERIAS

-PRODUCTOS LACTEOS-GRANJAS INTEGRALES-HOTELES-ETC

MATEO EGAS

Cliete:

R:U/C/I: VICENTE PABLO BIL Telf: 244 2012

Dirección: QUITO - ECUADOR Fecha: 3 - Agosto 2012

PROFORMA

R.U.C. 1707081145001

Nº 0000362

CANTIDAD	DESCRIPCION	V.UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MESON REFRIGERADO TOTO EN ACERO.		2.700,00
	200. X 0.70 X 0.90. Motor. INTEGRADO		
	B (2 PERNOS)		
1	MESON DE TRIBRZO. EN ACERO. CON SABLEMOTOS.		1.000,00
	2.00 X 0.60 X 0.90 (1.00 X 0.70 X 0.40)		
NOTA: Proforma válida por 15 días a partir de su emisión Todo trabajo se realizara con el 50% de anticipo.			
Firma Autorizada		SUBTOTAL	3.700,00
		I.V.A. 0%	—
		I.V.A. 12%	444,00
Firma Cliente		TOTAL USD	4.144,00

ANEXO 2



Oferta No. V-001001-0010665

Martes, Julio 31, 2012

Señor(a)
MATEO EGAS
Ciudad.-

Att. 0

Estimados Señores:

A continuación detallamos nuestra oferta para VENTA LOCAL de los productos requeridos por ustedes:

Cant.	DESCRIPCION	Valor Unitario	Descto.	Valor Total
45	A4471 PLATO COIN REDONDO 6" WNK	2.42	0.00%	108.90
45	F0270-5 BOWL 5" RIBBED WNK	2.28	0.00%	102.60
45	A3013 PLATO CUADRADO DE 7.25" MODELO OSCAR WNK	4.03	0.00%	181.35
45	A1007 PLATO HONDO CUADRADO 8" WNK	4.88	0.00%	219.60
45	1220531 FUENTE 31X12 BASICO PORVASAL	11.95	0.00%	537.75
45	1300012 PLATO ARO 26.6CM ORBE	15.28	0.00%	687.60
45	A1673 PLATO CUADRADO 12" WNK	12.80	0.00%	576.00
45	260521 FUENTE 28 X 24CM PORVASAL SERIE GONDOLA	26.66	0.00%	1,199.70
45	A4307 PLATO CONCAVO RECTANGULAR 15.5 X 5"	10.89	0.00%	490.05
48	HAR1/10 CUCHILLO DE PESCADO ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	6.14	0.00%	294.72
48	TLP1/9 TENEDOR PARA PESCADO ACERO INOXIDABLE 18/10 TULIP / WNK	3.07	0.00%	147.36
48	HAR1/7 CUCHARA PARA TÉ ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	3.47	0.00%	166.56
48	HAR1/15 TENEDOR DE TORTA ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	3.56	0.00%	170.88
48	HAR1/11 TENEDOR DE PESCADO ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	6.14	0.00%	294.72



Oferta No. V-001001-0010665

Martes, Julio 31, 2012

Señor(a)
MATEO EGAS
Ciudad.-

Att. 0

Estimados Señores:

A continuación detallamos nuestra oferta para VENTA LOCAL de los productos requeridos por ustedes:

Cant.	DESCRIPCION	Valor Unitario	Desccto.	Valor Total
48	HAR1/1 CUCHILLO DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	6.01	0.00%	288.48
144	HAR1/2 TENEDOR DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	6.50	0.00%	936.00
144	HAR1/4 CUCHILLO DE ENTRADA ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	5.48	0.00%	789.12
48	HAR1/3 CUCHARA DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/10 HARLAN / WNK	6.50	0.00%	312.00
90	112412 COPA VINO DE 13.8 OZ SERIE PURE /SCHOTT ZWIESEL	9.77	0.00%	879.30
90	112413 COPA VINO DE 18.2 OZ SERIE PURE /SCHOTT ZWIESE	9.77	0.00%	879.30
90	112420 COPA VINO DE 23 OZ SERIE PURE /SCHOTT ZWIESE	9.77	0.00%	879.30
90	112415 COPA FLAUTA DE 7.1 OZ SERIE PURE /SCHOTT ZWIESEL	9.77	0.00%	879.30



Oferta No. V-001001-0010666

Martes, Julio 31, 2012

Señor(a)
MATEO EGAS
Ciudad.-

Att. 0

Estimados Señores:

A continuación detallamos nuestra oferta para VENTA LOCAL de los productos requeridos por ustedes:

Cant.	DESCRIPCION	Valor Unitario	Desccto.	Valor Total
48	125034 CUCHARA DE DEGUSTACION PEQUENA	6.22	0.00%	298.56
Afecto I.V.A.				298.56
I.V.A.				35.83
Total				334.39

NOTA.-

FORMA DE PAGO: Contado

PLAZO DE ENTREGA: INMEDIATO (SVP) a partir de la entrega del anticipo.

PLAZO DE VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 días.

Quedamos a la espera de sus gratas noticias.

Saludos cordiales,

IRVIX S.A.
VMG

El Uniforme

Quicentro

004-001-0001586

Linea completa para todo trabajo

CODIGO CLIENTE : 63877
EMPRESA : EGAS MATEO
DIRECCION :
ATENCIÓN :
E-MAIL : N/D

FECHA : Martes, Julio31 de 2012
R.U.C. / CEDULA : 0
TELEFONO : P593A02T2442012
FAX : PAT

CODIGO	DETALLE	CANT	V. UNIT	V. TOTAL
03.2.01.3	CAMISA M/L DACRÓN T/40	2	11.47 \$	22.96
14.2.05.3	PANTALÓN HOMBRE CASIMIR TROPICAL-	2	19.64 \$	39.29
08.2.01.3	CHAQUETA MED-ENF M/C DACRÓN T/L	2	9.98 \$	19.91
14.5.05.3	PANTALÓN MUJER ELEGANTE	2	19.64 \$	39.29
08.2.05.2	DELANTAL PANADERO CAS.TROPICAL	4	10.27 \$	41.07
14.1.05.2	PANTALÓN CHEF UNISEX ELÁSTICO	4	16.38 \$	65.54
08.13.03.2	CHAQUETA CHEF GABARD T/M	4	16.70 \$	66.78
08.2.03.2	DELANTAL PANADERO GABARDINA	4	7.95 \$	31.78
10.5.02.2	GORRO CON COLA	4	2.95 \$	11.78

SUBTOTAL ANTES DEL IVA	\$	338.39
DESCUENTO	\$	0.00
SUBTOTAL CON IVA	\$	338.39
SUBTOTAL SIN IVA	\$	0.00
I. V. A	\$	40.61
TOTAL A PAGAR	\$	379.00

PLAZO DE ENTREGA : STOCK ENTREGA INMEDIATA / o 15 DIAS LABORABLES
FORMA DE PAGO : DE CONTADO / 80% AL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA
VALIDEZ DE LA PROFORMA : 8 DIAS
CHEQUE A NOMBRE DE : EL UNIFORME
PARA DEPOSITOS O TRANSFERENCIAS: PRODUBANCO CUENTA CORRIENTE No. 02050014178
A PARTIR DE LA TALLA XL(42) SE INCREMENTARA 1 DOLAR POR TALLA
Observaciones:


LUPE GONZALEZ

*MATRIZ Juan Severino E8-58(135) y Av. 6 de Diciembre Plaza Argentina Telefs: 223-9616 / 254-6500
*QUICENTRO SHOPPING Telefs: 246-1917 *C.C.VILLA CUMBAYA telefs: 289-2922
*C.C. EL BOSQUE Telefs: 226-0451 *SAN LUIS SHOPPING Telefs: 209-0116
www.eluniforme.com.ec e-mail: eluniforme@punto.net.ec

**CROCS™****SEMPER DE ECUADOR S.A.**

RUC. 1791894499001

Matriz: Av. Amazonas S/N y Av. República Mall El Jardín Local 210
 Sucursal: Av. De Los Shyris S/N y Av. Naciones Unidas
 Sucursal: Vía Quito Tumbaco Km Catorce y Medio
 Av. Interoceánica S/N

PROFORMANo. **0000126**

Sucursal: Av. Mariscal Sucre S/N y John F. Kennedy
 Quito - Ecuador
 Sucursal: Kennedy Norte Av. Francisco de Orellana S/N y Carlos Luis
 Plaza Dañin San Marino Shopping Local 47 Guayaquil - Ecuador

LUGAR Y FECHA: 31/07/2012 HORA: 10:34CLIENTE: Mateo EgaVENDEDOR: NathalyRUC./C.I.: 1717912129TELEFONO: 2442012DIRECCION: Vicente Peñuelo 311

CODIGO	COLOR	Talla	DESCRIPCION	CANT.	V. UNIT.	TOTAL
	negro		Bisito	4	68,69	274,76 274,76
			fideline sport	2	104,72	209,46
			Alice work	2	60,69	121,38

FORMA DE PAGO:

DEVOLUCION : _____
 EFECTIVO : _____
 CHEQUE : _____
 TARJETA : _____
 CXC : _____

TOTAL : 605,60
 DESCUENTO : _____
 SUBTOTAL : _____
 I.V.A. : 72,61
 V/A PAGAR \$: 678,21

FIRMA CLIENTE _____

DESDE 001 AL 500. ORIGINAL - AMARILLO
 LOS PRECIOS Y DESCUENTOS PODRAN VARIAR SIN PREVIO AVISO.
 ENTREGA SEGUN DISPONIBILIDAD DE STOCK.