



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

Museo - Restaurante "La Hueca Quiteña"

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Licenciada en Alimentos y Bebidas

Profesora Guía:
María Gracia Rosales

AUTORA:
MARÍA GABRIELA POLANCO SALGADO

Año
2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la 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.”

María Gracia Rosales

Chef

C.I.: 170957825-4

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”.

María Gabriela Polanco Salgado

C.I.: 171220777-6

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi familia y amigos, quienes han sido mi guía e inspiración en este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que me Apoyaron, mi familia y amigos que nunca me dejaron de apoyar.

RESUMEN

Este proyecto se trata sobre un restaurante- museo llamado “La Hueca Quiteña” en donde vamos a tener toda la variedad de platos con los que nos encontramos en las hermosas calles de Quito. Estos platos serán modernizados sin tocar sus sabores tradiciones sino dándoles una imagen nueva.

Al mismo tiempo este establecimiento dará el servicio de museo en donde se van a poder apreciar objetos tradicionales quiteños que darán a conocer nuestras raíces.

El restaurante- museo “La Hueca Quiteña” será un lugar nuevo y tradicional que rescatara la historia de la gastronomía quiteña y le dará pasa a esta al nuevo siglo.

ABSTRACT

This Project is about a museum-restaurant called “La Hueca Quiteña” where we are going to have all the types of dishes that we can find in the beautiful streets of Quito.

These dishes will be upgraded without touching their traditions flavors, but giving a new image.

At the same time “La Hueca Quiteña” museum-restaurant will give the service of museum where we could see some traditional objects that will show our roots.

The museum-restaurant “La Hueca Quiteña” where will be a new and traditional place that will rescue Quito’s gastronomic histories and will give it room to the new century.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1 ANTECEDENTES GENERALES	3
1.1 LA EMPRESA	3
1.1.1 Antecedentes del Proyecto	3
1.1.2 Justificación del Concepto	3
1.1.3 Concepto de la Empresa	4
1.1.4 Objetivos de la Empresa	5
1.1.4.1 Objetivo General	9
1.1.4.2 Objetivos Específicos	10
1.1.5 Zonificación	11
CAPITULO II	13
2 GESTIÓN EMPRESARIAL	13
2.1 Gestión Empresarial	13
2.1.1 Visión	13
2.1.2 Misión	13
2.1.3 Análisis FODA	14
2.1.4 Propósitos Empresariales	16
2.1.5 Valores	16
2.1.6 Análisis PEST	17
2.1.7 Ventaja Competitiva	20
2.1.8 Plan de Organización	21
2.1.8.1 Tipo de Empresa	21
2.1.8.2 Estructura Organizacional	22
2.1.9 Cocina Quiteña	23
2.1.10 Puesta en Marcha	44
2.1.11 Cadena de Valor	46
CAPITULO III	47
3 DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	47
3.1 EL RECURSO HUMANO	47
3.1.1 Puesto de Trabajo	47
3.1.2 Organigrama Estructural	49
3.1.3 Cuadro de Pagos	50

3.1.4	Perfil de cada Puesto de Trabajo.....	50
3.1.5	Convocatoria, Reclutamiento, Selección y Capacitación	51
3.1.5.1	Reclutamiento	51
3.1.5.2	Selección.....	51
3.1.5.3	Capacitación	52
3.1.6	Horarios	52
3.1.7	Políticas	53
3.1.8	Estándares de Servicio	58
3.1.9	Procesos.....	58
3.1.10	Contratos	59
3.1.10.1	Contrato de Trabajo	59
3.1.10.2	Documentos Indispensables	59
3.1.11	Distribución de Áreas.....	63
3.1.12	Creación y Justificación de la Carta.....	66
3.1.12.1	Orden Interno de la Carta	67
3.1.12.2	Tipos de Menús.....	67
3.1.12.3	Diseño de la Carta	68
3.1.12.4	Justificación del Menú.....	70
3.1.12.5	Lista de Productos con Costos y Proveedor	71
3.1.12.6	Recetas Estandarizadas	72
3.1.12.7	Precio de Venta al Público	96
3.1.12.8	Menú	98

CAPITULO IV 100

4 ASPECTO MERCADOLÓGICO 100

4.1	FORMULACIÓN DE PROGRAMAS.....	100
4.1.1	Plan de Mercadeo.....	100
4.1.2	Estrategias.....	100
4.1.3	Cronograma.....	102
4.2	SITUACIÓN MERCADOTECNIA.....	104
4.2.1	Investigación de Mercado	110
4.2.1.1	Segmentación	110
4.2.1.2	Estudio de Mercado	111
4.2.2	Creación de Imagen Corporativa	115
4.2.3	Manejo de Plan de Marketing y Publicidad	117
4.2.4	Uniformes	118
4.2.4.1	Uniforme de Cocina	118
4.2.4.2	Uniforme Servicio.....	119

CAPITULO V 121

5 ANÁLISIS FINANCIERO 121

5.1	ASPECTO FINANCIERO	121
5.1.1	Conformación de la Empresa	121

5.1.2 Presupuesto de Maquinaria y Equipos de Trabajo	145
5.1.3 Presupuesto de Mercadeo	149
5.1.4 Presupuesto de Rol de Pagos	150
5.1.5 Presupuesto de Venta Mensual y Anual	152
5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO	163
CAPITULO VI	166
6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	166
6.1 CONCLUSIONES.....	166
6.2 RECOMENDACIONES	168
Bibliografía	169
Anexos	171

INTRODUCCIÓN

“La Hueca Quiteña” museo-restaurante nos invita a retomar la historia de la gastronomía quiteña, recordando las tradiciones de los antiguos quiteños, los primeros habitantes de estas tierras, los productos que consumían en su diario vivir, sus platos típicos del diario y de fiesta, entre otras.

Vamos a encontrar el pasado que consideramos alguna vez perdido. Vamos a rendir tributo a nuestros antepasados quienes lograron crear los platos que nos han distinguido marcando una gran individualidad en nuestra región. Dado que Quito es una ciudad llena de historia y hechos especiales que han ido construyendo día a día un lugar imposible de igualar.

Cada plato de nuestra gastronomía quiteña tiene su forma de ser y esto es importante ya que nuestra gente ha ido olvidando por que comemos lo que comemos y por qué somos lo que somos, somos quiteños descendientes de muchas culturas milenarias que nos han dejado un legado muy grande que tal vez por muchas situaciones hemos dejado atrás.

Sin embargo es muy importante mantener lo que verdaderamente nos recuerda a nuestro hogar y tal vez darle una nueva versión sin atacar a su forma original, y brindándoles la bienvenida a esta nueva etapa de la historia de los quiteños.

“La Hueca Quiteña” es un restaurante-museo que va a destacar lo mejor de la gastronomía quiteña. Esta es la más consumida por los quiteños y es la más importante. Los platos que vemos a lo largo de nuestras calles son el producto de los ingredientes extraordinarios que crecen en nuestro país y del ingenio de nuestros antepasados que por distintas situaciones crearon los platos que hoy en día estamos comenzando a olvidar debido a la modernización de la gastronomía, aparte de darle la importancia a nuestra gastronomía.

“La Hueca Quiteña” restaurante-museo creara una recolección de historia, vestigios, artículos antiguos, etc.; que van a contar las varias historias de la gastronomía de los quiteños, que realmente merecen ser contadas y recordadas por siempre.

CAPITULO I

1 ANTECEDENTES GENERALES

1.1 LA EMPRESA

1.1.1 Antecedentes del Proyecto

Quito es una ciudad rica por su belleza natural, característica que lo ha convertido en un lugar tentador para el turista tanto nacional como extranjero. La actividad turística se caracteriza por realzar la actividad económica de nuestro país ya que esta estimula inversiones en otros sectores productivos y de servicios.

El sector gastronómico en el Ecuador está tratando de expandirse y fomentar su inmensa cultura gastronómica hacia el exterior con el afán de convertirlo en el producto estrella de exportación a nivel internacional, para lo cual se está buscando estrategias competitivas frente a otras gastronomías regionales que ya están posicionadas en la mente del consumidor extranjero.

1.1.2 Justificación del Concepto

“La Hueca Quiteña” será un restaurante-museo en una casa antigua de la época colonial quiteña, donde se dividirá esta en las siguientes áreas:

- Restaurante
- Cocina
- Panadería- Pastelería
- Almacén de recuerdos
- Museo

“La Hueca Quiteña” como restaurante dará el servicio de vender platos y bebidas quiteñas en el mejor ambiente y con el mejor servicio. Vamos a cocinar los platos más deliciosos de la gastronomía quiteña manteniendo sus características básicas intactas pero dándoles una presentación fresca y sorprendente. El servicio que vamos a ofrecer también será muy distinto ya que el objetivo de La Hueca Quiteña es que el comensal se sienta a gusto es nuestro establecimiento como si estuviese en su casa. Lo que queremos es brindar una sensación de bienestar y que el cliente confié en nosotros.

“La Hueca Quiteña” como panadería-pastelería, esta elaborara productos panificados típicos de quito al igual que los postres más típicos de claustro entre otros. Todo esto para que el cliente entre pida los productos de su gusto, estos posteriormente serán empacados, luego de esto el producto será cobrado.

“La Hueca Quiteña” como museo, se creara una recopilación de artículos, antiguos o réplicas de aspectos importantes de la gastronomía quiteña y por medio de estos construiremos un pintoresco museo con el fin de rescatar un poco de nuestra historia y de recordar de donde somos.

“La Hueca Quiteña” como almacén de recuerdos, aquí también se elaboraran distintos objetos con el fin de que el cliente si quiere llevarse un buen recuerdo aparte de la excelente comida y el servicio se lleve un recuerdo como una ajicera con una forma determinada, un delantal, el libro de recetas de *“La Hueca Quiteña”*, etc.

1.1.3 Concepto de la Empresa

Esta tesina explica el proyecto llamado *“La Hueca Quiteña”* restaurante/ museo el cual brindara los servicios de restaurante, museo, panadería/pastelería y tendrá un almacén de recuerdos. En el aspecto de restaurante este ofrecerá cocina quiteña es decir todos los platos que encontramos a nuestro paso en las

calles de Quito. Tendrá una imagen innovadora que da la bienvenida a nuestra gastronomía antigua a la nueva era.

Se hará uso de la química culinaria para que los platos tengan una nueva imagen y mantengan sus sabores ancestrales. También estará el museo el cual es una recolección de objetos antiguos y reliquias con la debida explicación del caso para que nuestra gente no olvide de dónde venimos y nuestros ancestros.

Para la atención de este tendremos guías turísticas especializadas en este tema para que las personas que visiten el museo estén bien atendidas. Por otra parte está la panadería y pastelería quiteña que brindara a los clientes los productos panificados, postres y confites de antaño, típicos y de monasterio. Aparte de todo esto *“La Hueca Quiteña”* tendrá un almacén de obsequios donde se venderán artesanías, vajillas de barro, postales, el libro de recetas de *“La Hueca Quiteña”* entre otros objetos.

1.1.4 Objetivos de la Empresa

Esta empresa será creada en un año a partir de una investigación en el mercado, vamos a realizar encuestas y a realizar estudios para crear una empresa en la cual exista un gran margen de ganancia y éxito.

- **Planificación**

- **Infraestructura:** ya que es la más moderna que brinda comodidad y llena las expectativas del cliente por las facilidades que brinda y por qué esta misma se encargara de dar a conocer nuestra historia gastronómica callejera.
- **Comida:** en este punto nuestros platos a pesar de ser tradicionales son tambien innovadores, pero guardan las características principales y sus sabores.

- **Museo:** este aspecto será uno de los más importantes servicios diferenciadores que *“La Hueca Quiteña”* ofrecerá.
 - **Panadería - Pastelería:** este también será un gran diferenciador de nuestro servicio ante el mercado ya que los productos que se elaboraran en esta área serán los típicos y los de claustro.
 - **Tienda de regalos:** esta ofrecerá objetos de optima calidad diseñados con características típicas y modernas.
- **Organización**
 - **Marca (Patentes):** **Nuestro objetivo es** lograr expandir nuestra marca en las diferentes ciudades del Ecuador que estén dirigidos al mismo target y haciendo conocer la importancia de querer a lo nuestro, creando una conciencia que ayude al rescate de nuestra historia.
 - **Servicio al cliente:** una atención personalizada y rápida para el cliente. Logrando llenar más que sus expectativas y siempre sorprendiéndolo.
 - **Infraestructura:** Gracias a los diseños más modernos y elegantes brindamos el mejor ambiente que podamos brindar manteniendo ciertos aires tradicionales con la mayor comodidad a nuestros clientes.
 - **Crédito:** damos la facilidad de pago a nuestros clientes ganando su lealtad mediante su satisfacción.
 - **Personal capacitado:** tenemos nuestros meseros, chefs y hosts. Capacitados y expertos en su área gracias a cursos, maestrías, charlas a nuestros meseros para la agilidad y eficacia en su servicio.

- **Museo:** este aspecto dará mucha importancia a “*La Hueca Quiteña*” ya que este revelara distintos aspectos de la historia de la gastronomía quiteña, mostrando una recolección de artefactos entre otros de característica espectacular.

- **Dirección**

En un establecimiento alimenticio tipo Museo/Restaurant se deben cuidar varios aspectos como:

- **Sanitización del local.**- la limpieza del local, cocinas, baños, buen cuidado de jardines y parqueaderos es un gran indicador de limpieza y buen cuidado del establecimiento, lo cual es un indicador de calidad.
- **Recepción de Alimentos.**- Esto se debe hacer en un día previsto con cada proveedor y en un lugar determinado del establecimiento. Para esto el Chef debe recibir todos los productos, verificar que estén en estados óptimos y a la temperatura prevista.
- **Elaboración del Mice en Place.**- Se debe elaborar una previa preparación del producto para evitar contratiempos y optimizar el tiempo de producción.
- **Recepción del Cliente.**- cuando el cliente ingresa en “*La Hueca Quiteña*” Museo-Restaurante” primero es atendido en el parqueadero para asegurar la seguridad de su auto. Luego ingresa al establecimiento en donde los Host le da la bienvenida y guardan en el ropero sus abrigos o pertenencias, luego es ubicado en la mesa. Ahí el mesero pasa a dejar los menús, mientras el cliente decide su pedido, se le obsequiaran unos aperitivos.

- **Elaboración de pedido.-** El mesero llega a la cocina donde la comanda es cantada por el chef, ahí la comanda es elaborada por los cocineros y el chef despacha el pedido.
- **Entrega del plato.-** Los meseros deben servir los platos por su derecha con la mejor actitud cuidando de mantener la calidad optima del producto.
- **Atención al cliente.-** la atención al cliente es personalizada, siempre se debe presentar una actitud positiva y amable.
- **Logística.-** Este es un museo/restaurant en donde se disfrutara de exposiciones fotográficas, murales, piezas de arte antiguos (relacionados con la gastronomía) y de una gran y única recopilación de información que vamos a aprender de una manera didáctica.
- **Recursos Humanos.-** todos los miembros del personal de “*La Hueca Quiteña*” Museo- Restaurante deben tener una capacitación en sanitización, manipulación de alimentos y bebidas, etc. Debe ser un personal calificado para brindar la mejor atención al cliente.

En la panadería-pastelería La Hueca Quiteña:

- **Sanitización.-** se sanitizara el área de panadería y pastelería.
- **Elaboración del Mice en place.-** se debe elaborar una previa preparación de algunos productos en función de acortar tiempos y brindar un servicio de calidad.
- **Exhibición de los productos.-** En el área de panadería pastelería debe existir unas vitrinas de vidrio para que estos no se contaminen físicamente y mantengan su temperatura y su calidad optima.

- **Compra.-** el cliente escogerá el producto que mas le agrade.
- **Envoltura del producto.-** el personal a cargo de la atención al cliente dará una envoltura al producto en función de que este llegue a su destino final en óptimo estado.
- **Cobrar.-** se factura y cobra en caja los productos escogidos por los clientes.

En el museo:

- **Recepción del cliente.-** el personal que previamente debe tener conocimiento de todos los aspectos que se tocaran deben dar la bienvenida a las personas que lo visitan y exponer la historia de la gastronomía quiteña.
- Después el cliente será despachado y se le sugerirá los servicios que brinda "*La Hueca Quiteña*".

En el almacén:

- **Recepción del cliente.-** el cliente siempre será atendido por el personal de atención al cliente el cual lo ayudara de ser necesario y se encargara de cobrar.

1.1.4.1 Objetivo General

- Posicionar el establecimiento como un lugar creativo, novedoso, divertido; que ofrece muy buena calidad en sus productos y un excelente servicio y atención al cliente.

- Alcanzar las expectativas del cliente en lo referente al servicio y la atención para así ganar más consumidores y aumentar nuestro posicionamiento.
- Ofrecer al cliente comida tradicional Quiteña con el sabor de antaño y la con presentación gourmet.
- Satisfacer la demanda de nuestros clientes, brindando un restaurante-museo creativo y novedoso que ofrece la mejor calidad en sus productos así como la mejor atención al cliente.

1.1.4.2 Objetivos Específicos

- Innovar constantemente la presentación y la variedad de los platillos.
- Lograr una diferenciación del establecimiento a través de la fachada, decoración interna y externa del local.
- Mejorar constantemente la atención y el servicio al cliente.
- Conseguir que el ambiente de trabajo sea agradable para todos los que conforman el negocio.
- Mejorar todos y cada una de las actividades que se desarrollen en el restaurante.
- Implementar métodos de producción que permitan disminuir costos fijos y variables.
- Administrativo.- llevar un control administrativo más cercano y un control de la contabilidad diaria. Ya que así sabemos cuánto ganamos, cuanto gastamos y si de verdad es rentable el proyecto.

- Financiero.-Es tener un control minucioso de todos los ingresos y egresos producidos mensualmente en el negocio, realizando un horario de pagos para proveedores de esta manera podemos controlar mejor el asunto pagos.
- Marketing.- vamos a tener las mejores publicidades, las más llamativas que atraigan a personas de todas edades y nacionalidades apoyándonos en la idea central de museo-restaurante.
- Medio ambiente.- nuestra empresa va a reciclar y será una empresa verde.
- Social.- con la campaña del museo se va a comenzar a salvar el pasado de nuestra gastronomía y esto hará que la gente de más valor a nuestra historia.
- Tecnológico.- usaremos la más alta tecnología para la elaboración de los productos.

1.1.5 Zonificación

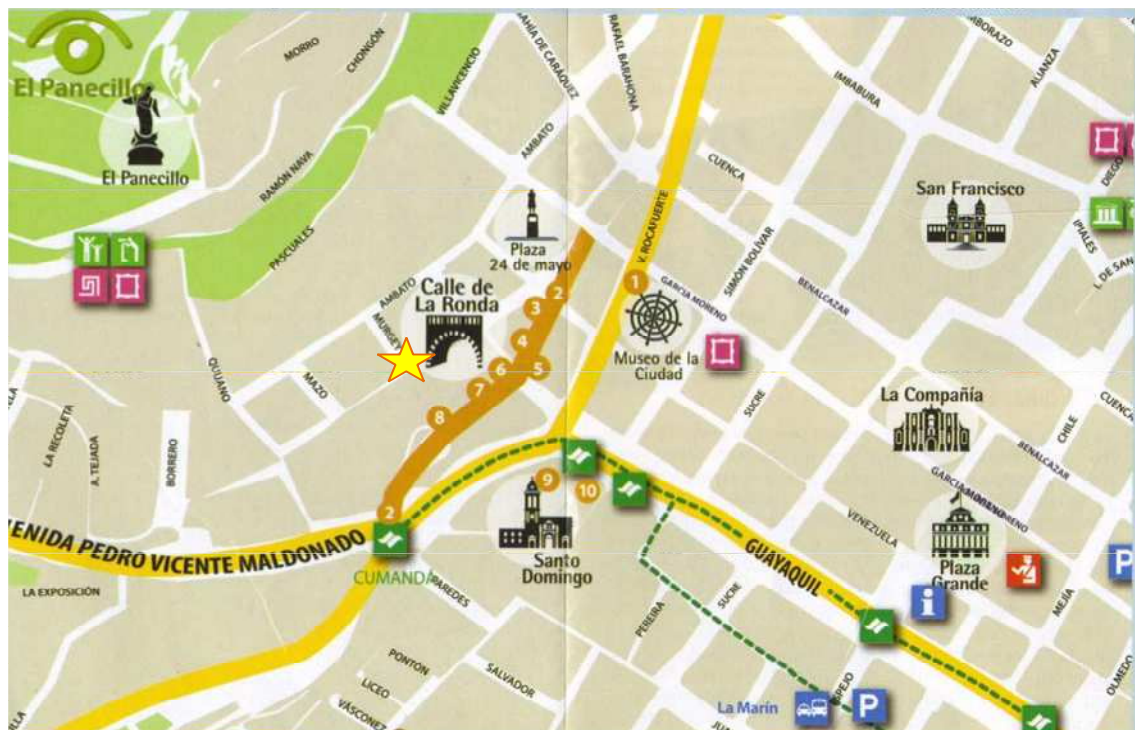
Mediante el estudio de mercado hemos seleccionado la Calle la Ronda para la mejor ubicación del restaurant –museo debido a las siguientes condiciones:

La Calle la Ronda se ha convertido en un lugar turístico lleno de cultura y gastronomía ecuatoriana se encuentra ubicada en el Centro Histórico que ha sido declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad.

La Administración del Municipio de Quito recupero esta calle y ha dado las facilidades tanto de seguridad como para estacionamiento haciendo posible que la visita a esta parte de la ciudad sea segura.

El tipo de comida que se vende en esta calle es netamente comida nacional.

Gráfico N° 1.1 Ubicación del Restaurante



★ Ubicación del restaurante-museo “La Hueca Quiteña”

Fuente: Guía Turística “La Ronda”

Elaborado por: Distrito Metropolitano de Quito.

CAPITULO II

2 GESTIÓN EMPRESARIAL

2.1 GESTIÓN EMPRESARIAL

Buscamos resaltar los sabores de nuestra gastronomía llegando a paladares de propios y extraños.

La gastronomía quiteña ha sido relegada pero nosotros nos enfocamos en lograr que nuestra gastronomía se convierta en un producto de exportación, que nuestros sabores sean apreciados internacionalmente; que la gente lo pida dentro y fuera de nuestro país.

2.1.1 Visión

Llegar a ser la cadena de restaurantes más exitoso en nuestra especialidad y constituirnos como franquicia, así como en una muy atractiva fuente de trabajo. Llegar a brindar un ambiente divertido donde todos los comensales se sientan a gusto y orgullosos de ser quiteños.

2.1.2 Misión

Alcanzar el primer lugar en el mercado como el mejor restaurante de cocina callejera quiteña, con un excelente servicio y calidad en nuestros productos, para lograr la consolidación en la preferencia de nuestros clientes.

También destacarnos como historiadores recolectando información de dicho tema y sacando el lado pintoresco, emotivo y positivo de los quiteños elaboradores de los más famosos platos.

Sobrepasar las expectativas de nuestros clientes. Ofrecer conceptos únicos e integrales de alimentos, bebidas y entretenimiento donde se sobrepasan las expectativas de los clientes y ser un espacio de trabajo que permita la realización personal y el desarrollo de quienes colaboran en el grupo.

2.1.3 Análisis FODA

El análisis FODA a continuación muestra una tabla en la cual vamos a tener las siguientes opciones:

- Fortalezas
- Debilidades
- Oportunidades
- Amenazas

Para leer y analizar la tabla se debe notar que al final de cada enunciado va a tener una letra con un número, esta quiere decir a que opción pertenece y el número va a indicar su orden. Como por ejemplo:

- Fortalezas se distinguirá por la letra F.
- Debilidades se distinguirá por la letra D.
- Oportunidades se distinguirá por la letra O.
- Amenazas se distinguirá por la letra A.

En el medio de la tabla vamos a juntar las opciones por ejemplo una debilidad con una oportunidad y así podremos ver una solución a un potente problema.

El objetivo de esta tabla es analizar los puntos donde nuestra empresa es fuerte y es débil para así evitar cualquier pérdida o cualquier tipo de mal manejo.

Tabla N° 2.1 Análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FODA	<ul style="list-style-type: none"> - Productos de buena calidad (F1) - Personal capacitado (F2) - Contratación de chef experto en cocina tradicional y con aptitudes innovadoras hacia el producto. (F3) - Ambiente nuevo y diferente (F4) - Buenas alianzas estratégicas con proveedores y distribuidores (F5) 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad del producto adecuada, pero con una escasa posibilidad de diferenciación.(D1) - Los consumidores poseen baja lealtad de marca.(D2) - Elevado precio debido a costos adicionales de servicios.(D3) - <i>Somos nuevos en el sector de museo restaurante y la falta de experiencia.(D4)</i>
OPORTUNIDADES	<p>F3, O4: desarrollo de nuevos productos acorde a los gustos de nuestros clientes.</p> <p>F4, O2: asociarnos con proveedores o inversionistas para aumentar la empresa y ganar más consumidores.</p>	<p>D2, O1: armar un plan de servicio mejorado para que los clientes sean leales al restaurante.</p> <p>D3, O3: Consiguiendo nuevos proveedores podemos conseguir mejores precios que nos ayuden a bajar costos.</p> <p>D4, O4: buen marketing para posicionarnos de mejor manera y elevar nuestro número de consumidores y aumentar las ganancias.</p>
AMENAZAS	<p>A3, F4: Crear un programa de servicio al cliente para mantener su lealtad y preferencia.</p> <p>A1, F5: con proveedores que estén abastecidos hay diferenciación con nuestra competencia.</p>	<p>A4, D3: llegar a acuerdos con proveedores “justo a tiempo” para evitar que la competencia se adelante</p> <p>A3, D2: mejorar el marketing para tener más consumidores y disminuir la competencia</p>

Fuente: La autora

2.1.4 Propósitos Empresariales

Buscamos resaltar los sabores de nuestra gastronomía quiteña llegando a paladares de propios y extraños.

Rescatar la gastronomía de nuestra ciudad y convertirla en producto de exportación, que nuestros sabores sean apreciados en otros países y que los nacionales nos convirtamos en los primeros en dar importancia a los productos nacionales.

2.1.5 Valores

Desarrollar una estructura integral en nuestro equipo de colaboradores, actitud de servicio, convivencia y armonía en un ambiente de profesionalismo, honestidad y entusiasmo, en el trabajo, que tenga:

- Respeto
- Eficiencia
- Profesionalismo
- Entusiasmo
- Compromiso
- Justicia
- Humildad
- Creatividad
- Honestidad
- Compañerismo
- Cooperación

2.1.6 Análisis PEST

Político

- **Remuneraciones:** el gobierno ha fijado la tabla sectorial de salarios básicos en la cual nos hemos basado para empezar con la operación del Restaurant cumpliendo con las obligaciones legales como son pago del IESS, Décimo Tercero, Décimo Cuarto, tendrán derecho a 15 días de vacaciones, permisos generales y lo que en el futuro la Ley disponga.
- **Leyes sanitarias:** para que el restaurante- museo funcione necesitamos tener los permisos sanitarios necesarios para que sea un negocio confiable y que la operación cumpla con la reglamentación sanitaria exigidos por las autoridades pertinentes.
- **Derechos humanos:** el trato con los trabajadores se basa en el respeto y el cumplimiento de las leyes dictadas por las autoridades designadas, sin embargo de ello nos caracterizaremos por tratar a los trabajadores de manera que creemos en ellos pertenencia, para así obtener la mayor eficiencia de su trabajo.

Social

- **Gustos y preferencias:** A la gente le gusta variar la comida sin embargo el objetivo del restaurant es la comida tradicional quiteña, para cumplir con las preferencias de los clientes variaremos la carta cada tres meses. Para crear de esta manera una clientela frecuente.
- **Moda y modelos a seguir:** la gente se guía por la moda del momento, debemos aprovechar que el segmento del mercado al que estamos incursionando tiene un interés en la cocina de nuestra región modernizada que es muy importante y que a su vez el ambiente hace que

el lugar se pueda volver de moda lo que hace que el negocio se haga bueno.

- **Patrones de compra:** ya que sabemos que la gente compra por sus gustos y preferencias y por la moda del momento. Debido a que a nivel nacional se ha emprendido una campaña de rescate de los valores nacionales tradicionales el restaurant-museo ofrece a los clientes una gran variedad de productos tradicionales en las diferentes secciones del mismo.
- **Imagen de la marca y la empresa:** La imagen que vendemos es la base principal para el negocio ya que de eso depende las primeras impresiones de los clientes y lo que hace pensar si somos buenos o no. La marca tiene que ser vendida a nuestro target de la mejor manera posible y que llame la atención en un 100%.
- **Publicidad:** ayudados con la publicidad alcanzaremos nuestro objetivo de posicionar el restaurant-museo como uno de los sitios de visita obligada como parte del turismo nacional e internacional. Utilizaremos la publicidad también como una forma de mantener la imagen continua a través del tiempo.
- **Como Museo:** como museo es un gran aporte a la sociedad ya que la investigación que hemos realizado es importante para mantener nuestra identidad y rescatar la Gastronomía Quiteña.

Económico

- **Situación económica local:** La situación económica del país es importante primero por los ingresos que la gente pueda tener para poder ir a consumir nuestros productos y a la vez para saber que el país tiene el suficiente dinero en circulación para que las empresas no pierdan. Bajo

este concepto hemos considerado que en el país existe lugar para mas restaurants y tanto el ecuatoriano como el turista esta en posibilidad de pagar por un plato típico gourmet.

- **Estacionalidad y asuntos climáticos:** El restaurant-museo ofrecerá servicios los 52 fines de semana que son feriados en el año, adicionalmente a ese se considera los feriados como Carnaval, Semana Santa, Día del Trabajo, Día de la Madre, Día del Padre, Día de los Difuntos, Fiestas de Quito, Navidad y Año Nuevo considerando que en cada uno de ellos se establecerá diferentes promociones correspondientes a la época del año.
- **Salario mínimo:** el gobierno ha fijado la tabla sectorial de salarios básicos en \$ 292 en el caso de los empleados operativos, el restaurant a dispuesto otros sueldos diferentes para el Chef y el Administrador. En esta tabla nos hemos basado para empezar con la operación del Restaurant cumpliendo con las obligaciones legales como son pago del IESS, Décimo Tercero, Décimo Cuarto, tendrán derecho a 15 días de vacaciones, permisos generales y lo que en el futuro la Ley disponga.

Tecnológico

- **Potencial de innovación:** el concepto de la creación del restaurant-museo es una innovación al típico concepto de comida tradicional, como procedimiento usual se cambiara el menú de forma estacionaria sin afectar al concepto del museo, entre otras cosas.
- **Energía, uso de energía y costos:** el restaurant tendrá un concepto de ahorro de energía para la producción de todos sus productos como por ejemplo la generación de agua caliente por energía solar. Los alimentos deben ser frescos para evitar al máximo el almacenamiento en refrigeración. La iluminación será con luces criólicas y frío de manera de

ahorrar energía en la misma. Automáticamente al ahorrar energía se reducen los costos.

2.1.7 Ventaja Competitiva

- **Calidad del producto:** vamos a trabajar con los vegetales y carnes más frescos y 100% naturales del mercado gracias a los convenios de abastecimiento sin intermediarios que desarrollamos con nuestros proveedores, mayoristas y nuestro recurso humano que lo hace posible. En la parte operacional se dotara de equipo con muy buena tecnología de manera de tener estandarizados los platos a servirse. Con respecto a la capacitación se capacitara continuamente al personal tanto al chef en su aspecto profesional y al personal de servicio. La decoración del restaurant-museo se apegara al concepto con elementos de decoración tradicional con la idea de incentivar el apetito de los clientes.
- **Primer lugar en Quito Ecuador que mezcla un museo con un restaurante e innovando la imagen de la Cocina Quiteña.**
- **Divergencia sobre la competencia:** En el restaurant-museo La Hueca Quiteña tratamos de crear nuestro propio segmento de mercado, de esta forma no vamos a tener competencia ya que nos vamos a consolidar en el mercado como el único restaurant que da el servicio de museo, panadería - pastelería y almacén. Marcaremos la diferencia con otros restaurants brindando a nuestros clientes el mejor ambiente y la mejor comida.
- **Conocimientos tecnológicos:** Haciendo uso de las herramientas tecnológicas actuales, como son el Internet, así como también las redes sociales Facebook, Twitter, etc. Se procederá a difundir y promocionar al restaurant-museo con sus conceptos de museo así como del excelente servicio y las hermosas instalaciones de las que cuenta.

- **Control sobre los proveedores y distribuidores:** El control a los proveedores, mayoristas y distribuidores está basado en un programa que establece tres elementos claves:
 - Convenio del servicio del proveedor al restaurant así como un convenio de estabilidad de precios.
 - Exclusividad sobre los productos y materia prima que adquirimos. -El aseguramiento de calidad que se debe dar a los productos que nos proveerán.

De este control tanto el administrador como el chef van a ser las personas directamente responsables cada uno en su área respectiva, el administrador trabajara con órdenes de pedido, requisiciones, presupuestos, planes y programas. Y el chef con órdenes de compra, estandarización de productos, aseguramiento de calidad y procedimientos de estándares de producción para todas sus actividades.

2.1.8 Plan de Organización

Analizando las características del restaurante se ha decidido que el tipo de Compañía a construirse será Compañía de responsabilidad limitada, dado que, las aportaciones no son solo en dinero sino también habrá un aporte de bienes muebles e intelectual.

2.1.8.1 Tipo de Empresa

El restaurante- museo “*La Hueca Quiteña*” funcionará legalmente como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Tabla N° 2.2 Tipo de Empresa

DESCRIPCIÓN	
RAZÓN SOCIAL	Restaurante de comida Cía. Ltda.
TIPO DE COMPAÑÍA	Compañía de Responsabilidad Limitada
NOMBRE COMERCIAL	La Hueca Quiteña
RUC	
CAPITAL INICIAL	60,000.00
SOCIOS	2 SOCIOS
ACTIVIDAD PRINCIPAL	Restaurante- museo
DIRECCIÓN	Centro Histórico
TELÉFONOS	593(2)078046
EMAIL	lahuecaquiteña@hotmail.com.ec
WEB SITE	www.lahuecaquiteña.com.ec

Fuente: La autora

2.1.8.2 Estructura Organizacional

El objetivo de presentar un organigrama es observar la cantidad total de personal que trabajará para la nueva empresa, ya sean éstos internos o servicio externo, y la cantidad de personal, que será la que se va a considerar en el análisis económico para incluirse en la nómina de pagos.

El hecho de que exista una estructura organizacional es que divide al negocio en actividades en cadena donde cada función pone en claro las actividades de cada miembro del personal. De esta manera será más simple controlar el negocio. Este método es bueno para pequeñas empresas ya que los empleados pueden comunicarse fácilmente y de esta manera se puede coordinar con los otros departamentos.

Por la estructura de trabajo del restaurante “*La Hueca Quiteña*” se va a trabajar con una estructura organizacional funcional.

La estructura organizacional funcional permite que el personal que labora en las diferentes áreas se mantenga en contacto, no solo por el espacio del local,

sino porque las actividades están divididas de manera que todos se encuentren en permanente comunicación, sepan sus necesidades y brinden apoyo a sus compañeros cuando sea necesario.

2.1.9 Cocina Quiteña

Los Primeros Habitantes de Quito:

Los Valles de los Chillos y Tumbaco y el volcán apagado Ilaló fue el hogar de los primeros pobladores de Quito hace 10.000 a 12.300 años, ellos eran nómadas, cuando escaseaban los frutos silvestres que recogían o los animales que cazaban, emigraban de una región a otra, eran hábiles para pulir la obsidiana y el basalto con los que fabricaban armas y utensilios, desconocían el arte de trabajar y modelar el barro y su tiempo lo dedicaban tan solo a actividades de supervivencia. Ellos vivían recolectando frutos y raíces, cazaban animales como venados, cuyes y conejos.

Luego en nuestro territorio se había formado una diversidad de tribus, independientes unas de otras, y hasta enemigas en ocasiones y establecen confederaciones con el fin de defenderse, una de estas organizaciones son los Imbayas que habitaron desde Imbabura hasta el río Guayllabamba agrupaban a las tribus pertenecientes a las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua. Religiosamente nuestros aborígenes fueron politeístas, adoraban al Sol, la Luna, las montañas, los ríos, las piedras preciosas por esta razón en el Yavirac (Panecillo, llamado Cerro Redondo por los españoles) los Shyris y más tarde Huayna - Capac construyeron un templo al Sol y en la Loma de San Juan otro a la Luna. Rendían culto a sus divinidades ofreciéndoles sacrificios de animales, plantas, a veces humanos, algunas tribus creían en la existencia de ultratumba por eso enterraban los cuerpos con armas, alimentos, utensilios domésticos, aun con una o varias esposas con el objeto de que estas les sirvan y hagan compañía en la otra vida.

Los Caras llegaron a las tierras quiteñas en pequeñas embarcaciones y cuando les fue imposible seguir navegando desembarcaron y a pie siguieron el curso del río Guayllabamba, cruzando por grandes precipicios, montañas, ríos, pajonales, hasta que al fin por los pueblos actuales de Gualea, Nanegal, Mindo, Nono, Carapungo (Puerta de los Caras) hasta llegar a las hermosas tierras de Kitua. Era el año 980 después de Cristo. Se inicia entonces en la Provincia de Pichincha el gobierno de los Shyris.

El maíz y las papas fueron la base de su alimentación, suplementados por otras plantas, además de la recolección y la cacería, merece destacarse la presencia del venado. Los animales domésticos, como en toda la sierra ecuatoriana, fueron el cuy, la llama y el perro. Sus conocimientos de fauna están revelados por las decoraciones pintadas o modeladas en sus cerámicas, ya sea de animales domésticos como mascotas y animales salvajes, obtenidos de las zonas de clima diferente, tanto hacia el oriente como al occidente. La intensidad de las faenas agrícolas quedó manifestada en la transformación de los campos cultivados para los cuales organizaron sistemas de riego artificial y los trabajaron en “camellones”, elevaciones del terreno que facilitaron tanto el riego como el drenaje y el cultivo de los tubérculos.

Uno de los poblados más importantes de Quito eran los “Cotocollaos” de los cuales se ha encontrado aproximadamente 70 sitios arqueológicos.

Nuestras tribus eran agricultoras sembraban coca, maíz que lo utilizaban como alimento y para hacer su bebida favorita la “Chicha” con un gran número de variedades y con la ventaja de que el grano es de fácil conservación de una cosecha a la otra, sembraban también la papa o patata, de la que existen innumerables variedades según la altura y las temperaturas en el Ecuador existen aun muchas papas silvestres, comúnmente conocidas por los indígenas como “sachapapas” (papa silvestre o de monte), camotes, chochos, quínoa, oca, zambo, zapallo, yuca, zanahoria blanca o arracacha, mellocos, el achira, habas, sus condimentos eran el ají y la sal. Sembraban el cabuya al que le

daban múltiples usos empleando su fibra para hacer alpargatas y costales, hilo para arreglar sus vestidos, cultivaban el chahuarquero que empleaban para la construcción de casas, canoas, escaleras, el “chahuarmishque” o miel del penco que utilizaban como bebida, las espinas las empleaban como agujas o prendedores.

Una gran ventaja obtuvieron del fréjol o “poroto” y un sinnúmero de árboles frutales indígenas de América. El principal instrumento agrario era una larga pala de madera que introducía en la tierra para depositar la semilla.

En Cotocollao se desarrolló una cerámica muy evolucionada con pinturas que tenían significados relacionados con la vida y la muerte. Podemos ver que los primeros habitantes quiteños eran habitantes pacíficos, trabajadores y religiosos.

Sus casas parecidas a las que conservan hasta ahora, tenían un solo cuarto, que les servía para todos los menesteres, para sus paredes se utilizaba el adobe (mezcla de barro y paja) que les daba cierta consistencia pero no soportaba los movimientos telúricos y tenían el techo era de paja de páramo, palos y sogas de cabuya en forma cónica o piramidal, pero también utilizaban viviendas colectivas por ejemplo entre los quillacingas. Uno de los objetos principales de la casa era la tushpa o tullpa o fogón compuesto por tres piedras redondas de río en donde descansaban las ollas a poca distancia y enterrada en el suelo hasta la mitad, se levanta una malta o pondo de enormes dimensiones que es el depósito de agua a utilizarse en los diferentes menesteres, sus utensilios domésticos fueron escasos y rudimentarios entre estos la piedra de moler (cutuna- rumi) en la que generalmente las hijas o las madres a fuerza de presión con las manos sobre la piedra pequeña (huahua- rumi) trituran los granos para los alimentos, objetos de barro como ollas, cantaros, tinajas y vasos, leña abundante, montones de paja que les servía para conciliar el sueño.

Conocieron las piedras preciosas, como la esmeralda a la que divinizaron en la costa, el oro y la plata con los que fabricaban objetos para la nobleza y el culto divino, muchos de estos eran hechos con adornos gravados, el platino y el cobre también fueron utilizados, el último para la confección de hachas y otras armas e instrumentos. Fueron magníficos alfareros y han dejado como prueba de ello, vasos, compoteras, utensilios de cocina, generalmente adornados con la figura humana y de animales coloreada con pinturas obtenidas de diversas clases de tierras. Fueron expertos tejedores, principalmente con el algodón que les servía para confeccionar vestidos a los que coloreaban con la cochinilla. Su indumentaria la completaban con las alpargatas y los sombreros.

El comercio que tuvieron era a base de intercambio de productos, en algunas parcialidades el oro, la plata, las bolas de arcilla, se emplearon como valores para la adquisición.

El indio para su comercio llevaba tejidos de lana y algodón, armas con puntas metálicas, cueros de venado, objetos de oro, plata, bronce, cobre, hueso, madera y piedra, recibiendo a manera de trueque achiote para sus adornos, sal, ají, conchas marinas, algodón, pescado y una gran variedad de frutas. Los pueblos de Imbabura conocían un especie de moneda para intercambiar productos que eran unas cuentecillas de arcilla denominadas “caratos” que eran utilizadas por los pueblos del Carchi, pero han sido encontradas en la parroquia de Cangagua, al Sur del río Guayllabamba y en la Libertad, en la península de Santa Elena.

Los Quitus, cultura milenaria que vivió en esta tierra. Se puede decir que fueron los primeros fundadores de Quito. Su organización política-económica-social se basaba en los ayllus, comunidades familiares que trabajan de forma colectiva dentro de un territorio de propiedad común, los principales eran los de Cotocollao y Cochasqui.

Su población era multiétnica ya que comprendía tanto a quitus, como a cotocollaos, cayambes, puruhaes, etc., dependiendo de cada ayllu. Además

los Quitus no poseían grandes edificaciones, es por esto que, hasta el momento, solo se han encontrado escasos vestigios de esta sociedad enterrados bajo algunos barrios quiteños y sus alrededores.

En el Museo de Sitio La Florida se encuentra las excavaciones arqueológicas del sitio que estuvo ocupado desde 2.000a C. hasta el 1.500 d.C en el cual se ha encontrado vestigios habitacionales, campos de cultivo y cementerio.

En este lugar junto con las tumbas se encontraron cerámica como trípodes que son ollas globulares de uso diario para exponer al fuego. Podos para almacenar chicha, agua o granos, platos con base anular así como también compoteras de uso ceremonial. Su alimentación era prácticamente vegetariana y esto lo prueban las muelas de los cuerpos encontrados ya que las mismas estaban muy desgastadas por masticar tanto el maíz.

Es importante destacar que los fermentos recuperados con los que estos antiguos quiteños realizaban la Azua (Chicha fue el nombre que le pusieron los españoles a esta bebida) se encuentran en el Departamento de Química de la Universidad Católica de tal forma que se puede degustar la misma Chicha que tomaron nuestros antepasados. También comían el cuy una de las carnes preferidas de nuestros ancestros, así como también llama y alpaca. Se alimentaban también de los peces Preñiadillas que vivían en la laguna de Añaquito que se ubicaba en donde actualmente está el Aeropuerto esta clase de pescado se puede encontrar hasta hoy en algunos ríos del Pichincha, la Laguna de Añaquito media 1390 m de ella también sacaban patos y garzas así como también totora con la que trabajaban las esteras, carrizo para las canastas y hematites que era el colorante rojo que servía para dar color a las vasijas decoradas con la técnica de lo negativo que consistía en pintar sobre el fondo rojo figuras geométricas negras. También decoraban las vasijas con culebras, lagartijas y pájaros que significaban al mundo de arriba, al mundo de aquí y al de abajo respectivamente.

Por las técnicas utilizadas sabemos que los antiguos quiteños fueron excelentes orfebres, manejaban el oro laminado, recortado y repujado.

Los pobladores de la Florida mantuvieron relaciones comerciales de intercambio con pueblos de la costa siendo los principales productos requeridos las cuentas de concha spondylus, plaquetas de madre perla y caracoles. También se utilizó como moneda, era símbolo de belleza, prestigio y riqueza y presagiaba las lluvias con su presencia.

En esas épocas solo los Caciques o personas importantes utilizaban los ponchos hechos con la concha spondylus, esta era considerada también el manjar de los Dioses y fue distribuida hasta México y Chile.

Para esos años las estaciones eran muy marcadas, solo existía Invierno y Verano por lo tanto durante el Invierno no podían ni viajar, ni sembrar entonces al haber muchísima mano de obra construían una casa con el chahuarquero (palo grande del penco) y el techo de paja y comenzaban a cavar sus tumbas con herramienta rudimentaria que eran hechas con piedra obsidiana o madera dura de 45 cm de largo. Estas tumbas tienen 16 m de profundidad en sus paredes se encuentran las escaleras que eran simples hendiduras.

Su pensamiento religioso –fúnebre se caracterizó por las creencias en la vida después de la muerte, el que se manifestaba no solo en las riquezas de la vestimenta funeraria sino también en los diseños plasmados en la cerámica, orfebrería y concha spondylus.

La llegada de los Incas:

La llegada de los Incas significa para las culturas autóctonas del Ecuador la interrupción drástica y el fin de todas ellas.

A mediados del siglo XV el llamado Reino de Quito fue conquistado por el Inca Túpac Yupanqui en el siglo XV, el Imperio Inca empezó su extensión hasta

territorio de los Quitus-Caras. Esta expansión no solo se debió a razones económicas y políticas, sino también religiosas.

Los incas lucharon contra cañarís y quitus-caras. Pese a esto, el emperador Inca logró llegar a Quito y empezar la construcción de lo que sería la nueva ciudad inca, pero ya para 1493, Túpac Yupanqui muere. La campaña de conquista fue retomada brevemente por el siguiente emperador Inca.

Huayna Cápac, hijo de Túpac Yupanqui, nacido en 1493 en la actual Cuenca, Tomebamba. El nuevo Inca reprimió con fuerza los levantamientos, reconquistó los territorios del norte actual de Ecuador y sur de Colombia, hasta pacificar toda la región en la batalla final contra las etnias caranqui y cayambe en 1524, en la actual provincia de Imbabura, alrededor de la laguna de Yaguarcocha.

El mito cuenta que esta fue la batalla más sangrienta de todas, que murieron entre 20.000 a 30.000 guerreros de ambos bandos; por este acontecimiento la laguna lleva aquel nombre: 'yaguar' significa sangre y 'cocha', lago, esto en el idioma ancestral quitu: el quichua, también denominado como kichwa o kitwa.

Huayna Cápac vivió en Quito hasta 1529, un año antes de su fallecimiento en Tomebamba. Será entonces cuando su hijo, Atahualpa, quien acompañó a su padre durante toda la segunda campaña de guerra, emprende su viaje a Quito como nuevo emperador del Tahuantinsuyo.

Debido a que nunca se llegó a saber con certeza si Huayna Cápac designó a Atahualpa como sucesor, se inició una serie de conflictos que desembocaron en la Guerra Civil Inca.

Huáscar, hermano menor de Atahualpa, oriundo del Cuzco, fue designado por los orejones (nobles incas cuzqueños) como Emperador sucesor, esto casi a la par de que Atahualpa fue declarado como nuevo Emperador.

Además de esta división de poder, el enfrentamiento entre ambos hermanos se desencadenó por la desconfianza e inseguridad que tenía Huáscar al estar en el trono, además de las intenciones de Atahualpa de convertir a Quito en la principal capital del imperio Inca.

La vida y la cocina del inca estaban reguladas por la naturaleza, por las estaciones climáticas y por los ritos a ellas vinculados. Normalmente era simple y dependía de la caza o de la temporada de los frutos, pero tenía fechas especiales que le brindaban la oportunidad de mostrar su esplendor.

La época más importante en todo el Incario era la fiesta del Inti-Raymi que se celebraba en el mes de junio en honor al Sol una vez recogida la cosecha, estas fiestas comenzaban con tres días de ayuno en la que ellos se abstenían de tener relaciones sexuales, chicha, ají, etc. Durante estas fiestas se escuchaban en toda la ciudad cantos religiosos y el pueblo depositaba ofrendas de flores, frutas, productos de la tierra, objetos de oro y plata, en los templos al Dios Inti se realizaban sacrificios de roedores y llamas. Junto al canto coral de la recolección de papas y mazorcas estaba el ají de cuy y los variados platos preparados con quinua, el chaguarmishque y la chicha.

En base a tres productos de la tierra -maíz, papas, porotos- los antiguos moradores de los Andes construyeron una mesa admirable. Con el maíz lograban platos múltiples: tostado, canguil, mote, chuchuca, mazamoras y tortillas. Los choclos, por su parte, se cocinaban tiernos, algo duros para el choclo mote o se molían para elaborar esa delicia culinaria que es el chumal o humita. Con la harina del germen disecado se elaboraba chicha y excelente vinagre, y de las cañas tiernas se obtenía una miel de buena calidad.

Las papas, por su parte, se comían cocidas, asadas, en puré o servían de base para platos sabrosos como los llapingachos o los locros. A su vez, los porotos se cocinaban tiernos o maduros y enriquecían ollas familiares junto a cuyes, nabos, achogchas y condimentos varios.

En realidad, las carnes de la cocina indígena serrana provenían mayoritariamente de la caza y más escasamente de la ganadería. Sin embargo, su variedad no era desdeñable: llamas, guanacos, venados, cuyes, conejos, dantas, pavas, tórtolas, perdices, codornices, garzas, patos y gallaretas.

El hombre prehispánico tenía diferentes formas de conservar la comida si alguna fallaba o se reducía la cantidad de alimentos podía producirse una hambruna y la escases podía poner en peligro en especial el Tahuantinsuyo ya que en el Incario vivían mas de 12 millones de indios que año a año aumentaban y todos los días comían, la tecnología de conservación de los alimentos era de gran preocupación de los Incas, los métodos se pueden clasificar en; deshidratación, cocción, tostado, reducción a harinas, obtención de líquidos estables vinagre y chicha.

A lo largo del territorio andino la carne de venado o llama se dejaba secar al sol cortada en tiras muy finas cuando estaba fresca la salaban por los dos lados la dejaban al sol por seis a ocho días hasta que está bien dura, la carne seca sin huesos se llama “charqui” y con huesos “ charlona”, antes de comerla era necesario remojarla en agua y cocinarla. También se deshidrataban carnes de aves, perdices y palomas y también ranas.

El ají se secaba al aire libre, se tostaban los cereales para reducir su volumen y peso para formar harinas, en la Sierra se preparaba el “chuño” o papa deshidratada en los lugares muy fríos en donde no había humedad.

Una vez cosechados los productos en todas las tierras del Incario, maíz, patatas, calabazas, ocas, mellocos, algodón, cacao, yuca, camote, etc., estos eran depositados en los graneros reales que existían en cada una de las ciudades del Tahuantinsuyo, para que luego el Inca, amo, dueño y señor de las tierras reparta las cosechas de esta manera.

Una porción para el Inca y sus colaboradores, una porción destinada a la alimentación de la clase sacerdotal, una porción a la alimentación del pueblo en el que se incluía a los ancianos, viudas, huérfanos e inválidos, una porción se guardaba en los graneros reales como reserva para la época de sequía o de malas cosechas.

Los Incas eran un pueblo ganadero, en los páramos pastaban manadas de vicuñas, alpacas y llamas.

Para facilitar las comunicaciones entre sus centros religiosos y administrativos se prolongo el sistema vial a lo largo de la región interandina. A ciertos intervalos se construyeron "Tambos", lugares de descanso y deposito de vituallas y otras necesidades, en estos lugares eran las estaciones de relevo de los "Chasquis", los mensajeros del servicio postal del Inca, según los españoles estos Chasquis superaban en rapidez y seguridad al servicio postal de nuestros días.

En combinación con los caminos, los cuales causaron gran admiración a los primeros españoles y que fueron comparados con los sistemas viales romanos, los incas construyeron puentes colgantes y establecieron como obligación que los moradores cercanos mantuvieran los puentes en buen estado.

Los caminos se desarrollaron en las alturas y en gradientes muy pronunciados fueron reemplazados con escalinatas y hasta túneles, pero el trafico carrozable nunca se desarrollo por falta de animales de tracción. Las cargas pesadas se transportaban en llamas, cuya capacidad es de 80 libras.

Las huellas que dejaron los incas en el Ecuador son abundantes en la Sierra en construcciones arquitectónicas y en cerámicas. Los indígenas del Perú y del Ecuador pueden entenderse perfectamente, conocieron un sistema de numeración decimal, sabían realizar operaciones con el cerebro, conocían la forma de combatir las caries dentales rellenándolas con oro que eran lagrimas

Inti, pronosticaban eclipses solares, determinaron la mitad del mundo, conocieron un calendario de 12 meses lunares a esta cultura una de las más grandes de América, nosotros los quiteños, mas tarde llamados ecuatorianos, la conquistamos al mando de Atahualpa quien gobernó a todo el Incario por el corto espacio de 14 meses.¹

Los cambios producidos por los españoles:

La guerra entre hermanos y las alianzas estratégicas de Pizarro con etnias en rebeldía ante el Imperio Inca, hizo que la conquista e invasión española no fueran difíciles de llevar a cabo.

El 16 de noviembre de 1532, Atahualpa es encarcelado por los españoles. A pesar que el Inca entregó el rescate más grande de la historia (el mito cuenta que fue un cuarto lleno en su totalidad de oro), es ejecutado ocho meses después por ahorcamiento, el 26 de julio de 1533. Este fue el fin del Tahuantinsuyo, aunque la dinastía Inca sobreviviría en pequeños grupos de resistencia que fueron exterminados poco a poco.

El 6 de diciembre de 1534, llegó Sebastián de Benalcázar (más conocido como Benalcázar) a Quito, asentamiento milenario Quito, ciudad inca en desarrollo, en ese momento desierto, sin sus techos de paja y sin riquezas importantes a la vista de los españoles. Es entonces cuando Benalcázar ordena a su teniente, Juan Ampudia, “no dejar piedra sobre piedra” de la ciudad inca de Quito. Comenzó entonces la destrucción de toda la arquitectura ancestral, no solo en aras de encontrar el supuesto tesoro de Atahualpa, sino con la intención de destruir la carga simbólica que representaba Quito para la resistencia indígena, para así evitar cualquier futuro levantamiento y lograr la pacificación de toda la zona norte.

¹ Navas, Mario. (1987): Historia, Geografía y Cívica

La ciudad inca de Quito solía estar en lo que actualmente es el centro histórico. Su centro era un gran Tianguetz, el mercado que articulaba todos los productos de las diferentes llactas y ayllus tanto de los andes como de la costa y Amazonia, desde mucho antes que llegaran los incas; ahora es la plaza de San Francisco. El actual convento de esta congregación se encuentra donde antes empezaba a extenderse un gran complejo inca formado por las casas de los capitanes, patios, estanques y jardines, depósitos y aposentos militares, posiblemente lo que se llamaba el Coricancha (recinto de oro).

La llegada de los españoles al nuevo continente llegó con muchas sorpresas en lo que a comida se refiere.

Los españoles impresionados con los nuevos alimentos apenas alcanzaron a dar nombres a los mismos basándose en los nombres que ya conocían. Tomando como ejemplo las cosas de su tierra que les recordaban algún lejano parecido: a la quinua, arroz pequeño; al mamey, melocotón; a la tuna, higo; a la flor de magüey, alcaparra; a la tortilla, pan; a la chicha, vino.

El aporte español a nuestra cocina fue de carácter doble: por una parte, trajo a nuestro suelo elementos y experiencias europeos y la influencia gastronómica que tenían por ser parte de Europa; por otra, permitió el intercambio de cosas y animales aborígenes hasta entonces de uso local y limitado.

Fue así que nos llegaron cerdos, reses y ovejas, pavos, gallinas, ajos y cebollas, trigo, cebada, centeno, avena, arroz, café, té, habas, coles, tomates, cítricos, plátanos y caña de azúcar. Igualmente con el descubrimiento de América llegan a España y a través de ella al resto del mundo más que una cocina primitiva y distante, los productos que la integraban. Los nuevos productos eran vistos como caprichos y excentricidades, muchas veces hasta peligrosos, el rojo agresivo del tomate, pimiento, el incomprensible amargor del cacao, el maíz y las papas que salvaron a Europa durante la hambruna, tabaco, tapioca, coca, quina, etc. Los platos españoles se vieron enriquecidos

por los nuevos productos americanos, se encontraron con la dulce vainilla y el estímulo del ají.

Los Españoles con sus amplios dominios entre México y Argentina facilitaron la introducción del cacao, el café, la caña de azúcar, y el tabaco, sucesivamente introdujeron cereales, leguminosas, hortalizas, flores, árboles frutales, pastos. En la fauna ecuatoriana incorporaron el caballo, el cerdo y el toro, los primeros pavos americanos o guajolotes fueron importados de Nicaragua. La cabra, la oveja, las aves de corral se introdujeron posteriormente.

La ocupación española en las ciudades indígenas estaba acompañada por la fundación de ciudades de tipo español. Querían asegurar la conquista, mejorar la vida de los colonos, imponían costumbres españolas, imponían la religión católica, el cruzamiento de razas, etc.

Los españoles se apropiaron de las extensas tierras de propiedad de los indios por medio del conocido sistema de las encomiendas. Estas consistían en la adjudicación gratuita de extensas áreas de terreno a españoles, juntamente con sus pobladores indios. Estas tierras se destinaron al cultivo, la ganadería, al establecimiento de obrajes. Los jesuitas fueron los más ricos latifundistas o encomenderos, poseyeron más de 77 haciendas entre la Costa y la Sierra como la de Pedregal y Valle vicioso de la provincia de Pichincha que empezaba en las cabeceras de Sangolquí y se extendía hacia el Oriente sin límites prefijados hasta las selvas trasandinas. En estas propiedades o latifundios trabajaban los indios y los negros, el cultivo se hacía durante toda la vida del indio, con un salario tan bajo que no alcanzaba para su alimentación y cultivaban también un pedazo pequeño de terreno para su propia utilidad.

La Real Audiencia de Quito alcanzó un notable desarrollo gracias a los climas diferentes climas, con tierras fértiles, incontables trabajadores callados y sufridos, y muy ingeniosos medios de explotación. Esta riqueza se acumuló en manos de los españoles y religiosos, implantaron las pulperías, tiendas de

empeño de prendas, las boticas, tiendas de comercio. Sus propiedades de tierras, ganados, obrajes, trapiches, ingenios, molinos, curtidurías, batanes, colegios fueron numerosos. Los priestazgos forzosos, los cobros de diezmos y primicias. La Corona Española recibía toda la riqueza de esta Colonia, recibía el tributo de los quintos por la explotación de minas, el impuesto de las alcabalas del 2 % sobre todo cuanto se vendía, el impuesto personal de 8 pesos para todo individuo comprendido entre 18 y 50 años, sin distinción de raza, sexo ni condición.²

La Colonia

Durante la colonia se comía en la costa y en la Real Audiencia de Quito a la usanza indígena según lo refieren Jorge Juan y Antonio de Ulloa en sus «Noticias Secretas de América», primero un plato de ají y luego otro de almíbar. Pongamos un menú de ejemplo: Cebiche con ají, luego almíbar de fruta, enseguida otro plato de ají como entrada, nuevamente almíbar de frutas, otro de ají como plato fuerte y finalizaba un almíbar de frutas.

La primera descripción completa de Quito se hizo en 1573, y en ella daba la impresión de ser una población en pleno proceso de conformación.

Bajo una vegetación de robles, alisos y cedros, y atravesada por anchas quebradas que obligaban a construir puentes, se extendían las cincuenta y siete manzanas que agrupaban los solares de los fundadores y de los nuevos vecinos.

Se podían apreciar las calles rectas pero con frecuencia interrumpidas por la topografía o por el aprovechamiento de los vecinos, que bajo el pretexto de nivelarlas las aprovechaban como parte de su huerta.

² Pérez, Aquiles. (1940): Geografía del Ecuador.

Mientras, en la periferia inmediata se podían apreciar las viviendas indígenas como antes de la llegada de los españoles, dispersas, con igual formalidad y presencia.

Luego para 1650 Quito tiene hasta tres mil quinientos vecinos y moradores dentro de la ciudad y sus cinco leguas, sin los indios que asisten a ella, criollos y trajinantes, mujeres, niños y de todo sexo, veinticinco mil personas.

Al desarticularse el predominante sistema de producción indígena, apareció una nueva relación entre las áreas rurales y los centros urbanos, ya numerosos, surgidos bajo estricto condicionamiento español.

El campo quedó como sede de la producción y del enriquecimiento, mientras que la ciudad se conformó como centro del consumo, del poder económico, político y religioso. Centro donde, además, residían los empresarios o dueños de los medios de producción.

La presencia y hegemonía de la Iglesia iba dejando huellas en la ciudad. Una tercera parte de la extensión de la ciudad estaba ocupada por construcciones religiosas, mientras la vivienda de los españoles apenas llegaba a ser la cuarta parte.

A nivel urbano, la construcción de estas edificaciones religiosas fue durante toda la colonia la única industria importante que demandaba mano de obra, materiales y recursos económicos.

El célebre académico francés, Don Carlos María de la Condamine que además de científico era poeta al contemplar el verde paisaje de Quito escribió: “Vi por primera vez flores, botones y frutos sobre todos los árboles, vi sembrar, arar y cosechar el mismo día en el mismo lugar”.

Las cuatro principales calles que atraviesan los ángulos de la plaza principal son derechas, anchas y hermosas, pero apartadas de ellas tres o cuatro

cuadras, empieza la imperfección de subidas y bajadas. Esta desigualdad es causa de que no tengan uso los coches ni ningún otro carruaje; en su lugar llevan las personas de distinción algún criado que les acompaña con un gran quita sol y las señoras principales andan en sillas de manos.

Las casas principales son muy capaces, algunas son desahogadas y bien repartidas viviendas, pero sus puertas y ventanas son pequeñas y estrechas, costumbre que se conserva de la que tienen los indios, los materiales usados en su construcción son adobes y lodo, pero es la tierra de tan buena calidad que tienen la permanencia como si fueran hechas de otra cosa más consistente».

Asimismo, hacen una cumplida referencia de sus pobladores:

El vecindario de gente baja o común puede dividirse en cuatro clases que son: españoles o blancos, mestizos, indios o naturales y los negros con sus descendientes, los primeros serán una sexta parte, los indios una tercera y también los mestizos.

Los españoles son los de más jerarquía, los mestizos medio presuntuosos se dedican a las artes y oficios. Los indios son zapateros, albañiles, tejedores y otros.³

La presencia militar española finalizó en la Batalla de Pichincha, el 24 de mayo de 1822.

Después de lograda la independencia de la Corona española, se intentó formar una gran república llamada la Gran Colombia.

³ Jorge Juan y Antonio de Ulloa. (1738): Descripción de la ciudad de Quito.

Debido a diferentes pugnas de intereses y poderes, la Gran Colombia se disolvió para 1830 y se formaron las actuales Repúblicas de Venezuela, Colombia y Ecuador.

Quito acentúa de esta manera su destino de ciudad histórica de importancia. En realidad no cambiará su morfología urbana, sus plazas y calles, ni siquiera su formalidad arquitectónica. Entre los finales de los siglos XVIII y XIX la ciudad no crece; se limita a copar las manzanas periféricas que llegaban hasta la Alameda.

Hasta el siglo XIX, llegar a Quito desde otras partes del mundo era difícil. Los europeos tenían que dar la vuelta por el Cabo de Hornos o atravesar en mula Panamá para desembarcar en Guayaquil o Manta y desde ahí, emprender el ascenso hasta la ciudad, a tres mil metros de altitud. Para los norteamericanos que habían logrado iniciar su desarrollo por la costa occidental, el comercio con ella era prácticamente nulo. Quito nunca fue un centro de tránsito o de paso, sino un punto de partida o de llegada. La ubicación geográfica explica su aislamiento, que disminuirá con la apertura del Canal de Panamá.

Para 1571 los buenos caminos eran los que los indios hicieron y esto hizo que las comunicaciones en la región interandina fueran bastante eficaces, a lo largo de todo el callejón interandino se encontraban los tambos cada 5 o 7 leguas, en donde los indios que vivían en las respectivas localidades tenían la obligación de vender las provisiones necesarias el maíz a ducado o sea una moneda de oro la fanega que correspondía a la porción de granos, legumbres o semillas o cosas semejantes, un pollo a tomín que era una moneda de plata y un cuy a medio tomín.

El Comercio

La mercadería más común para la compra y venta con la Audiencia estaban divididas en dos grupos: “efectos de Castilla” que eran las jergas que son telas gruesas y rugosas, el lienzo, sayales que eran unas telas que parecían tapices

hechas en los obrajes, sobrecamas, paños de varios colores y texturas, bayetas que eran telas de lana floja y poco tupida, frazadas, sombreros de algodón y lana, cordobanes que eran pieles curtidas, cereales, semovientes esto quiere decir animales como mulas, vacas y ovejas, azúcar, imágenes en bulto, alpargatas, biscochos, cacao, harina, etc.

El segundo grupo eran los productos importados encontrábamos productos que llegaban de diferentes países. Como eran: seda negra de Italia, tafetán de Castilla, ruan que era una tela de algodón estampada en colores de Holanda, paño fino de Castilla y de Inglaterra hilo rico, damasco, seda, pasameria y terciopelo de diferentes colores y texturas y damasco, etc.

También llegaron una variedad de especias como pimienta, azafrán, canela y clavo, etc.

Herramientas como machetes, cuchillos, pailas de cobre y armas.

Otros productos que se introdujeron a la Audiencia fueron vinos, aguardiente de uva, pescado seco, perlas finas, plata, cuentas de oro, sortijas y diferentes tintes que se empleaban para la fabricación de textiles.

Como contrabando llegaban desde el Lejano Oriente ropa de China.⁴

El Pueblo de Quito

EL viajero Joseph Kolger estuvo en Quito en tiempos de García Moreno y describe que Quito por su ubicación era una ciudad que tenía mucha curiosidad de conocer que por las alturas de la Cordillera de los Andes debería ser una ciudad muy fría como él dice a los eternos hielos pero por circunstancia de un clima tropical Quito es un jardín de continuo verdor adornado con muchas

⁴ Enciclopedia Salvat. Historia del Ecuador.

plantas hermosas. Dice que en ninguna parte del mundo se ve una Capital de un país metida estrechamente entre montañas, Quito a pesar de estar en el Altiplano es una ciudad típica de montaña y sus casas parecen nidos de pájaros colgadas de las lomas que lo rodea dice que es imposible el uso de carruajes y admira la llanura de Quito y se imagina que en el futuro en esta van a estar las fabricas y la parte más bonita de la ciudad. Cuenta que la mayor parte de habitantes, los mestizos o cholos, son pobres, las calles están llenas de este tipo de gente, paseándose por las calles se acostumbra lentamente a ver a los que andan tras su negocio o están sentados en la entrada de sus tiendas, ofreciendo un cuadro pintoresco pero poco alagador, el sentido de trabajo no les falta pero las antiguas costumbres, la situación de pobreza abrumadora y la uniformidad del clima son las causas del auto abandono en su indumentaria y su eterna expresión tan triste. Sobre su viaje cuenta que pasaron muchos trabajos para llegar a Quito se enfermaron y hasta una religiosa falleció, cuenta que el cambio de temperatura de la Costa a la Sierra así como también el agua y los alimentos. El agua de Quito llega de los deshielos del Pichincha con propiedades volcánicas, la carne se daña en la carnicería, el pan en la panadería, la harina en el molino dice que lo que queda de bueno lo arruina la comida típica de los españoles todos estos cambios lo denominan "Cambio de aires" también el clima es fuerte, durante el día llega a muy altas temperaturas y durante la noche prácticamente hasta la congelación. Habla sobre las procesiones que se realizaban como inicio de las fiestas religiosas luego por las noches se lanzan los juegos artificiales con tremendas explosiones y cañonazos y siempre se presentan en alguna plaza frente a alguna Iglesia. Cuando un nuevo Alcalde, también conocido como Teniente Político se hace cargo de su nuevo trabajo los indios realizan una especie de fiesta en la cual desde los balcones del segundo piso de las casas los indios lanzan al nuevo Alcalde toda clase de frutas él se protege con un enorme sombrero estas frutas son para el Alcalde y detrás de él va una multitud de muchachos recogiendo estas frutas como un tributo. Estas frutas son naranjas, limones, papayas, calabazas y otras. En ese tiempo no existían propiamente, panaderos, carniceros, etc. Pues todo aquello que la clase pobre de los

mestizos puede hacer y ofrecer de modo provisional sin necesidad de aprendizaje lo hace para propio uso la clase pudiente, por eso hasta los alimentos más esenciales se echaban a perder por la falta de conocimientos, el descuido y el desaseo, y la gente se acostumbra a un desorden que llega hasta los estadios más altos de la vida. Sin embargo los indios trabajadores de las haciendas tienen mejor vida que los trabajadores de las fabricas Europeas, su amo no les abandona en tiempos difíciles, además de su salario diario de medio franco reciben comestibles y un pedazo de tierra para sustentar a su familia. Quito no se expandió durante el siglo XIX, no tenía necesidad. Mejoró su aspecto, su arquitectura y hasta sus calles. García Moreno se preocupó de empedrarlas y obligar a que se las tuviera limpias.

La plaza principal está conformada por la Catedral, el Palacio Arzobispal, la Casa Municipal y el Palacio de Gobierno, el cual es obra de los conocimientos de Lavezzari. Hay días que esta plaza presenta a la vista de los extranjeros la caprichosa unión de muchos hombres de costumbres y vestidos diferentes pues, se ven cruzando y confundidos aquí y allí al pisaverde vestido a la parisiense, al campesino o chagra con zamorros o chaquicaras, al indio de las cercanías con cuzma y capisayo, a las bolsiconas con zapatos de raso y en pernetas y con pie descalzo y a los indios del Oriente, medio cubiertos con una especie de escapularios que no pasan del ombligo, calzones que no llegan a los muslos y pintados el rostro y las piernas con achiote».

En el libro “Viaje pintoresco a las dos Américas, Asia y África” escrito por D’Orbigny en 1842 cuenta que los víveres eran bastante caros en Quito, el buey era muy raro y el carnero poco usado, pero en cambio el chocolate y los dulces eran excelentes y las patatas exquisitas. La bebida del pueblo era la raspadura, especie de chicha que hacen los molinos de azúcar de Ibarra y los frutos y legumbres son las peras, manzanas, melocotones de varias clases, fresas, tunas, aguapanes, guabas, papayas y melones.

En el libro “Quito a través de los siglos” se dice que por esos días interminables comitivas de indios se encaminaban a la ciudad, trayendo de las comarcas

vecinas comestibles para el consumo tales como plátanos, chirimoyas, naranjas, etc. Y habiendo desaparecido los bosques de los alrededores de Quito, traen la leña para combustible desde la cúspide de las montañas. En el mismo libro encontramos el siguiente pasaje: “Dime que comes y te diré quien eres”; este proverbio aplicable a la mayoría de los países, no puede serlo menos en Quito, en donde la alimentación de las clases trabajadoras.

Independientes y sin grandes vicios ni virtudes superiores, se resiente de estos mismos defectos. El pueblo se alimenta con maíz, harina de cebada (maichka), un poco de pan, y encuentra un postre muy barato mascando caña de azúcar. Los obreros más elevados en escala social, los artesanos y comerciantes, son sobrios; comen carne de buey que abunda mucho en este país de patos, ocas y legumbres variadas de tierra fría.

En el Libro Quito según los extranjeros, F. Hassaurek visito Quito en 1861 y describe la cocina de la siguiente manera: “El humo que sale del hogar de la cocina tiene que hacer su viaje a través de la puerta de la cocina y unos pocos agujeros que hay en la parte superior. Por lo mismo las cocinas son oscuras y negras y como no se usa sino carbón de madera para cocinar, el lugar es molesto e incomodo. No se conocen las estufas. No habiendo cañón de chimenea conectado con el fuego, cocinar es una tarea pesada y el cocinero necesita uno, dos o más subordinados para avivar el fuego. Pero los criados son baratos, aunque inútiles y perezosos. Las ollas que se usan para cocinar no tienen el fondo plano sino puntiagudas, de modo que no pueden tenerse de pie sino apoyadas de algún modo, o insertadas en agujeros hechos para ese fin en la cocina. Esa misma forma, poco practica, tienen los cantaros en que se acarrea el agua. Se colocan sobre soportes de madera o en agujeros practicados en un poyo de piedra junto al hogar o en el lado opuesto. El cocinero por lo general lleva a su familia consigo, dejando que sus sucios hijos jugueteen en la cocina. Las cocineras cumplen sus tareas con el niño atado a la espalda o colocado a su lado sobre la mesa de la cocina. En estas épocas los sueldos tanto del cocinero y de la cocinera eran miserables, que mucho peor era el sueldo del Huasicama que era a la vez el asistente de la cocinera,

este era encargado de avivar el fuego, lavar los platos, llevar agua. Los platos en realidad no se lavan sino que se refriegan con aserrín en una caja de vino vieja. El Huasicama era un indio que siempre está con su familia y su perro y algunos cuyes animales que son una especie entre conejillos de indias y conejo. Al Huasicama le daban una covacha alado de la puerta de la casa para que viva, de cama le servía una piel de oveja y de sabanas le servía la ropa y el poncho. Era costumbre que los cholos, negros y gente blanca de origen humilde coma en el piso.

El Autor Roberto Rumia en el Capitulo sobre La Cocina en Quito a fines del siglo XIX publicado en la Revista Cultura del Banco Central del Ecuador cuenta sobre el español Joaquín de Avendaño, visitante y viajero incansable, dice haber recibido en Quito en la segunda mitad del siglo XIX, un banquete con veinticinco platos cuya parte principal termino con el asado, antes de los quesos y las frutas, habiéndose sorprendido de la abundancia y la elegancia, así como de la calidad de la mayoría de ellos. Avendaño sostiene que este banquete era fundamentalmente de tipo español, con la excepción de los helados, “Comparables con los de Nápoles o Palermo” y, lógicamente esa debió ser la cocina refinada, que poco a poco se fue mezclando con la cocina indígena hasta lograr la maravillosa, incomparable cocina ecuatoriana de hoy. Basta mencionar de guiso por ejemplo el Arroz con Leche y los Pristiños.

2.1.10 Puesta en Marcha

Vamos a describir que pasos se van a dar, el orden fechas para poner a funcionar dicha empresa.

Para que el restaurante museo “*La Hueca Quiteña*” funcione se van a dar los siguientes pasos:

- La constitución legal de la empresa como Compañía de Responsabilidad Limitada.

- Realizar los trámites necesarios en el Servicio de Rentas Internas, Inscripción Patronal, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Ministerio de Salud, para obtener los permisos de funcionamiento.
- Apertura de cuenta bancaria y solicitud de convenio de ventas con las diferentes tarjetas de crédito como son Diners, Visa, Master Card, Bank Card, etc.
- Adecuación y decoración de la casa colonial.
- Compra de muebles, equipos e insumos.
- Preinstalación.
- Contratación de personal.
- Capacitación del personal.
- Adquisición de un seguro privado que cubra la operación del negocio.

Una vez concluidos los trámites legales, adecuación, compra de insumos, muebles y equipos y realizada la preinstalación, se puede poner fecha para la inauguración del restaurante museo "*La Hueca Quiteña*" en el centro Histórico del distrito Metropolitano de Quito.

2.1.11 Cadena de Valor

Tabla N° 2.3

LOGÍSTICA DE ENTRADA		PRODUCCIÓN	LOGÍSTICA DE SALIDA	SERVICIO AL CLIENTE
<p>Proveedores de materia prima</p> <p>Proveedores de la materia prima para elaborar productos en el interior del restaurante</p> <p>Proveedores de productos elaborados y semielaborados</p> <p>Proveedores de envases, insumos y artículos de limpieza.</p>	<p>Recepción de:</p> <p>Materia prima para elaborar productos en el interior del restaurante</p> <p>Productos elaborados y semielaborados</p> <p>Envases, insumos y artículos de limpieza.</p> <p>Verificar que los productos cumplan con los requerimientos del restaurante o que cumplan con la calidad deseada.</p> <p>Lavado, desinfección, clasificación y empaque de frutas y vegetales</p> <p>Almacenamiento de los diferentes productos en cuartos fríos.</p> <p>Hacer contacto con los distribuidores.</p>	<p>Preparación:</p> <p>Pedir la requisición.</p> <p>Pedir la orden de compra.</p> <p>Mice en place</p> <p>Producción de los platos requeridos</p> <p>Elaboración de productos a la minuta.</p>	<p>Logística de salida:</p> <p>Se le debe obsequiar unos aperitivos mientras espera.</p> <p>Su orden es tomada.</p> <p>Los alimentos preparados son servidos inmediatamente a los clientes.</p>	<p>Servicio al cliente:</p> <p>Servicio personalizado se atenderá al cliente con amabilidad y educación.</p> <p>El personal de servicio siempre estará atento para cumplir con los deseos y necesidades del cliente.</p> <p>Apertura al cliente.</p> <p>El personal siempre debe estar impecable y con buena presencia.</p> <p>Siempre que se le pregunte debe responder cualquier duda en su totalidad con el cliente.</p>
Recursos Humanos				
<p>Se requerirá de un chef ejecutivo con un Suis chef, un asistente de cocina y 2 ayudantes. 2 guardias de seguridad, 1 bachero, 2 hosts, 1 persona para el ropero, 1 cajero, 1 administrador y 1 publicista. El personal en lo posible debe ser joven, de 18 a 26 años. Pueden ser estudiantes que deseen realizar pasantías o simplemente que necesiten trabajar. Lo más importante es que estas personas deben ser honestas, trabajadoras, de buena presencia, amables, con espíritu emprendedor y que les guste lo que hacen. Estos factores son importantes en el desempeño de un trabajador.</p>				
Sistemas de información				
<p>Van a existir los siguientes sistemas de apoyo: contable, financiero, inventario y un sistema de información, este último permitirá por medio del personal de atención al cliente saber las inquietudes, recomendaciones y quejas de los mismos. Con esto se podrá tomar medidas y decisiones en pro de la mejora del restaurante.</p>				

Fuente: La autora

CAPITULO III

3 DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1 EL RECURSO HUMANO

El recurso humano es un aspecto muy importante dentro de una empresa, la gerencia se encargara del reclutamiento, convocatoria, capacitación, desarrollo del mismo de manera que este de un mayor enfoque a la empresa y trabaje de la mejor actitud posible. *“La Hueca Quiteña”* busca tener un equipo de trabajo que no solo responda a las jerarquías sino que también este sea capaz de resolver inconvenientes de una manera eficaz. Para esto se debe emplear la mentalidad de que este equipo de trabajo tiene en común el mismo objetivo y si trabajan juntos llegaran a un punto exitoso. El Recurso Humano, sin lugar a dudas, es el factor más importante de una organización, el concepto de liderazgo lo enfatiza.

3.1.1 Puesto de Trabajo

Administrativo:

- **Gerente.-** esta a cargo de controlar todas las áreas de esta empresa.
- **Contador.-** este estará a cargo de los asuntos financieros de esta empresa.

Tabla N° 3.1 Administrativo

Nombre de cargo	Numero
Gerente	1

Fuente: La autora

Producción:

- Chef.- se encargara del trabajo en cocina, de crear el menú, de crear nuevos platos.
- Ayudante de cocina.- debe asistir al chef o suplirlo.
- Cocinero.- este debe ayudar a preparar los platos, a elaborar el mise en place.

Tabla N° 3.2 Producción

Nombre de cargo	Numero
Chef	1
ayudante de cocina	2
Cocinero	1

Fuente: La autora

Servicio:

- Mesero.- este estará a cargo del servicio de los comensales.
- Personal de caja.- estos se encargaran de cobrar a los clientes.
- Hostest.- esta encargada de la recepción de clientes.
- Personal de limpieza.- este se encargada de la sanitización del local.
- Personal de seguridad.- este se encargara de la seguridad de este establecimiento.

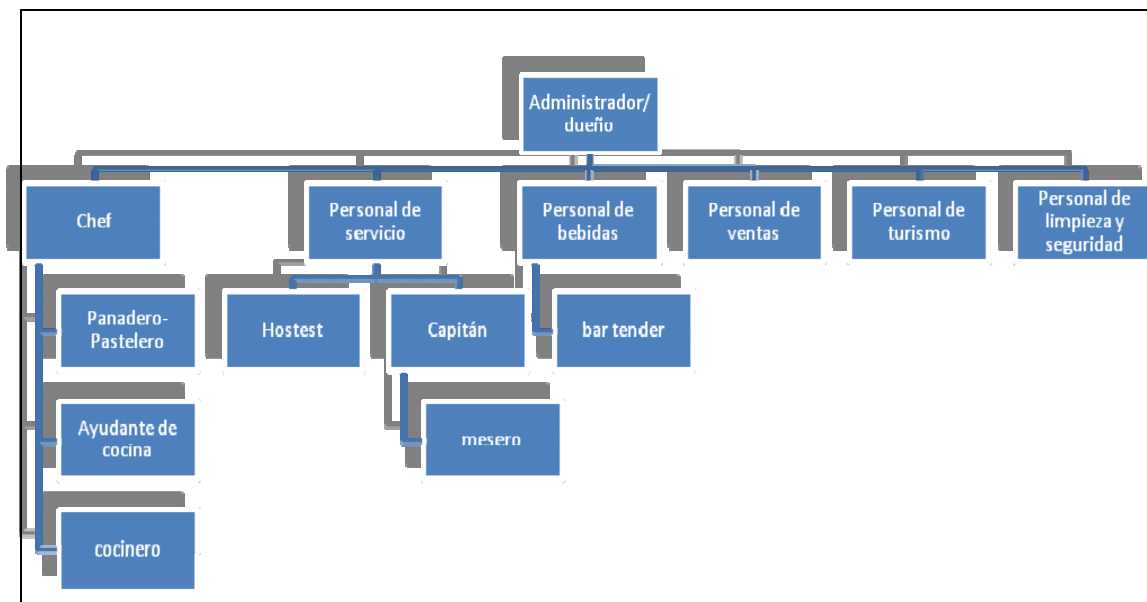
Tabla N° 3.3 Servicio

Nombre de cargo	Numero
Mesero	5
personal de caja	2
personad de limpieza	2
Hostest	1
bachero	2

Fuente: La autora

3.1.2 Organigrama Estructural

Gráfico N° 3.1 Organigrama Estructural



Fuente: La autora

3.1.3 Cuadro de Pagos

Tabla N° 3.4 Cuadro de Pagos

Descripción	No.	Costo mensual	costo anual
administrador/a	1	620	7.440
cajero/a	1	292	3.504
Chef	1	590	7.080
ayudante de cocina	4	292	3.504
mesero/a	10	292	3.504
Limpieza	1	262	3.504
seguridad	1	262	3.504
Hostes	1	292	3.504
Guía	1	292	3.504

Fuente: La autora

3.1.4 Perfil de cada Puesto de Trabajo

- Chef.-Debe ser una persona joven, rápida, creativa, de manera que siempre se pueda sorprender a los clientes. También tendrá que ser una persona con un carácter fuerte ya que de esta manera puede manejar a su personal de una manera disciplinada.
- Ayudante de cocina.-debe ser rápido, debe saber resolver cualquier problema con rapidez y creatividad.
- Mesero.- deben ser jóvenes de carácter positivo y de buena presencia.
- Personal de caja.- este debe ser de carácter positivo, atento y de buena presencia.
- Personal de limpieza.- este debe estar atento de que cada detalle del establecimiento este en buen estado.

- Personal de seguridad.- este se encargara de la seguridad de este establecimiento, deberá dar un trato respetuoso y amable al cliente en el primer encuentro.

3.1.5 Convocatoria, Reclutamiento, Selección y Capacitación

El reclutamiento y selección son procesos del área de Recursos Humanos que se llevan a cabo con el fin de encontrar y contratar buenos empleados.

3.1.5.1 Reclutamiento

Es el proceso que consiste en atraer personas en forma oportuna, en número suficiente y con las competencias adecuadas, así como alentarlos a solicitar empleos en una organización. Es una búsqueda de candidatos.

El reclutamiento será externo, es decir, se utilizará factores externos a la empresa para atraer a los candidatos. Éste se hará mediante un anuncio en los principales periódicos del país, como El Comercio y en El Hoy.

Una vez que los solicitantes hayan acudido a la convocatoria, deben llenar una solicitud de trabajo y realizar una entrevista preliminar con la persona encargada de la contratación de personal, se revisan solicitudes y Currículum Vitae, los candidatos aptos serán seleccionados y los que no, rechazados.

3.1.5.2 Selección

La selección es un proceso que consiste en elegir, entre un grupo de solicitantes, a la persona más adecuada para el puesto de trabajo.

Relacionar adecuadamente a las personas con los puestos es la meta del proceso de selección.

Una vez revisados los Currículo Vital y las solicitudes, se procede a una segunda entrevista, donde se habla de los horarios y salarios. Posterior a esto, se realiza una prueba de tres días a los candidatos seleccionados y al cabo de los tres días, se toma la decisión de contratarlo o rechazarlo. Finalmente se procede a realizar un examen médico y la firma el contrato de trabajo.

3.1.5.3 Capacitación

Se van a realizar dos tipos de capacitación dentro del restaurante. La primera capacitación se dará a todo el personal sin excepción. Puesto que es un local nuevo, el gerente, junto con el administrador y los jefes de cocina, barra y servicio tendrán que llegar a un acuerdo en cuanto a cumplir los estándares de servicio, tiempo de preparación de cócteles, platos, limpieza, cobro de cuentas y horarios.

Una vez llegado al acuerdo, las personas antes mencionadas deben elaborar un plan de capacitación para todo el personal del bar restaurante. Este proceso tomará una semana.

3.1.6 Horarios

La Ley Ecuatoriana dicta que toda persona perteneciente a la PEA cumplirá con 40 horas laborables a la semana, pasada esta cantidad de horas, se considerará horas extraordinarias, las cuales tendrán un pago adicional al salario mensual.

Horarios de atención:

- Martes a Jueves de 12 pm a 21 pm
- Viernes a Sábado de 12 pm a 1 am
- Domingos de 4 pm a 17 pm

Horarios de trabajo:

- Martes a Jueves 9 am a 22 pm
- Viernes a Sábado 9 am a 23 pm
- Domingos 9 am a 17pm

Los lunes no se brinda atención al público y son días de descanso para el personal. Además del lunes, el personal de trabajo tendrá un día libre adicional a la semana.

Los horarios se realizan de acuerdo a la necesidad del restaurante y de acuerdo a la disponibilidad de los empleados, no todos tendrán el mismo horario, pero todos sin excepción cumplirán con 40 horas semanales.

Los martes, el administrador y el jefe de cocina deben estar en el restaurante de 2:00 pm a 4:00 pm, ya que durante la tarde del martes se recibirán los pedidos realizados a proveedores.

3.1.7 Políticas

Estas políticas serán expuestas en un lugar visible en el restaurant- museo para que todas las personas que laboran en el mismo estén con perfecto conocimiento de las mismas.

- Políticas se basa en una norma, la norma me facilita que yo pueda hacer una política, una norma puede estar dentro de un reglamento interno y un reglamento interno puede estar adentro de un código de trabajo. Ejemplo: por tres ocasiones que una persona no acate esta norma el reglamento lo sanciona con la 4 parte del sueldo pero no funciona porque el código de trabajo no dice eso.

- *Política de Cortesía telefónica.*- Para esta política los empleados solo podrán utilizar el teléfono en casos de emergencia, de descubrir que no es así se les sancionara.
- *Política de Ingreso de personal.*- el personal deberá ingresar al establecimiento quince minutos antes de la hora establecida en caso de tener pertenencias para que estas las guarde en su casillero, deberá timbrar su tarjeta e ir directamente a su puesto de trabajo.
- *Política de Salida de personal.*- Después de terminar las horas previstas de trabajo cada miembro del personal deberá retirarse del local con solo sus pertenencias.
- *Política de rol de pagos.*- cada quince días el personal recibirá un cheque del Banco de Pichincha con su quincena. En caso de haber una pérdida, ruptura o algún inconveniente se le descontara de su sueldo.
- *Política de uniformes.*- cada miembro del personal debe llevar el uniforme impecable, camisa o blusa bien planchas, pantalón y falda nítida, delantal; para el personal de cocina, malla, toca, chaqueta, pantalón, zapatos antideslizantes, ninguno puede utilizar joyas como anillos, pulseras, aretes. Las meseras deben peinarse con un moño y utilizar los aretes con el logo del establecimiento, los meseros no pueden tener cabello largo, tatuajes ni aretes.
- *Política de crédito al cliente.*- el crédito a los clientes se da únicamente en caso de los eventos. A la firma del contrato el cliente cancela el 50%, un día antes del evento el 30% y al finalizar el evento el saldo tomando en cuenta que pueden ir mas invitados de lo esperado, por lo tanto puede consumirse más bebidas y mas comida. En caso de empresas con las que se establezca un convenio de atención continua o eventos especiales se dará crédito a 30 días.

- *Política de Uso de útiles de oficina.*- Los útiles de oficina son exclusivos para el uso de la misma y ya que se trabajara bajo presupuesto el mismo asignara una cantidad para los mismos mensualmente.
- *Política de Uso de útiles de limpieza.*- los útiles de limpieza deben cumplir las normas de Buenos Hábitos de Manufactura que están de acuerdo a las normas de la FDA, así como también los detergentes y químicos en general, deben ser constantemente desinfectados, se los guardaran en el cuarto de limpieza en orden y con cuidado.
- *Política de Uso de desechos.*- en vista de que se va a trabajar bajo estandarización las mermas se reducirán al mínimo y no serán utilizadas con la idea de cumplir el objetivo de servir alimentos frescos.
- *Política de Uso de menaje.*- la manipulación del menaje debe ser cautelosa dado que el menaje siempre es un elemento delicado, se los debe usar exclusivamente para el uso del restaurante y eventos. Al lavarse estos se lo debe hacer con cuidado, agua caliente y jabón desinfectante. En lo que respecta a manteles y uniformes se realizara en una empresa dedicada exclusivamente a esto. Se debe mantener una contabilización de dicho menaje y en caso de perdida o ruptura se debe reportar esto para resolver lo más pronto posible.
- *Política de Uso del teléfono e internet.*- para esto no todos los empleados tendrán acceso ya que sus responsabilidades no tienen nada que ver con el uso del mismo a no ser que sea un asunto de urgencia. Solo el personal que necesite internet para trabajar tendrá acceso a este y tendrá una clave.
- *Política de Uso de lockers.*- solo pueden guardar sus pertenencias en los lockers los miembros del personal, solo podrán guardar sus pertenencias mientras trabajan, está prohibido dejar cosas en el loker durante la noche, no se puede guardar comida, ni animales, etc.

- *Política de Higiene personal.*- Primero cada miembro del personal debe sacar su certificado actualizado en un Centro de Salud Pública, luego los trabajadores deben seguir las normas de los buenos hábitos de manufactura entre los cuales esta lo concerniente a higiene personal.
- *Política de Objetos perdidos.*- todo objeto que se encuentre debe ser entregado directamente a la oficina de administración donde será guardado hasta que alguien venga a reclamarlo.
- *Política de Desechos.*- La basura debe ser clasificada en tres tipos, basura orgánica que será envuelta en fundas plásticas y que es retirada por la municipalidad en el horario dispuesto, segundo, plásticos y cartones que serán entregados a una empresa de reciclaje que tenga certificación municipal, tercero basura metálica que será entregada a una empresa de recolección de chatarra.
- *Política de Inventarios.*- para los inventarios, un contador debe realizar esto semestralmente y se debe estar al día con cualquier norma impuesta por el SRI para evitar cualquier contravención.
- *Política de Uso de recetas estándar.*- Es requisito del restaurant que el Chef elabore las recetas estándar para todos y cada uno de los platos que se preparan en el restaurant, deben ser seguidas al pie de la letra ya que los platos deben tener siempre el mismo sabor y la misma cantidad.
- *Política de Compras.*- Para estas siempre debe existir una previa requisición y una orden de compras, las compras solo se pueden realizar en el día establecido y a la persona asignada.
- *Recepción de alimentos.*- Para esto siempre debe recibir los alimentos el chef y verificar las temperaturas optimas de cada ingrediente así como también que las características organolépticas sean las más adecuadas y

que los ingredientes si correspondan a las características y calidad necesitada. También estos deben ser almacenados en sus respectivos lugares los cuales deben ser previamente desinfectados.

- *Política de Manejo y limpieza de equipos.*- Todos los equipos deben ser manejados con cuidado, de no saber cómo funcionan los responsables deben consultar con el Chef, la limpieza es fundamental ya que todas las mañanas antes de empezar la jornada de trabajo todo los lugares de trabajo deben ser desinfectados y sanitizados, los equipos también deben ser sanitizados después de ser utilizados.
- *Político de Comida de personal.*- Para esto el chef es el responsable de que a diario exista un pequeño refrigerio para cada miembro del personal.
- *Políticas de Descuentos.*- siempre que exista una promoción o descuento se podrá ofrecer esta de lo contrario no hay por qué hacer descuentos.
- *Política de Atención al cliente.*-se debe atender al cliente siempre de una manera amable, rápida, servicial ya que nuestro objetivo es que el cliente se sienta a gusto. Mientras se atiende al cliente no puede el personal mantener conversaciones sobre otros temas o hacer bromas.
- *Política de Ahorro de energía.* – Las luces de los lugares que no estén en uso deben permanecer apagadas, cualquier instrumento que genere gasto de energía y no este e uso debe ser apagado.
- *Política de Vacaciones.*- todo miembro del personal tiene derecho a vacaciones una vez al año durante quince días, para esto primero debe hacer una solicitud con un mes de anticipación. También debe buscar un reemplazo o dejar todo su trabajo en orden.
- *Política de Obsequios.*- Si un comensal obsequia algún producto por su propia decisión deberá firmar la forma en la cual asegura que se le esta

obsequiando el producto para que en el momento de salida se verifique este tema y no exista ningún problema.

- *Política de Elaboración de cartas.*- para esto se las debe elaborar exclusivamente con el chef y solo el puede aprobarla o ver si ya es momento de arreglar esta.
- *Política de Manejo de químicos.*- para el manejo de estos se debe utilizar la seguridad industrial necesaria para evitar cualquier accidente.

3.1.8 Estándares de Servicio

El servicio que se brindara en “*La Hueca Quiteña*” debe ser de primera categoría.

Para empezar el personal debe ser capacitado en todas las aéreas y tener los conocimientos básicos para poder cubrir cualquier área en caso de cualquier inconveniente.

También se debe prestar atención a las políticas de dicho establecimiento como para poder determinar cual es un comportamiento adecuado en “*La Hueca Quiteña*”.

3.1.9 Procesos

- Recepción del cliente
- Asignación de parqueadero
- Bienvenida de la hostest
- Ubicación del cliente en su mesa por medio de la hostest, capitán o mesero
- Entrega de carta
- Entrega de aperitivo

- Entrega de plato
- Sugerencia por parte del mesero
- Cuenta
- Despedir al cliente por medio del personal de seguridad

3.1.10 Contratos

3.1.10.1 Contrato de Trabajo

Toda persona que quiera formar parte del restaurante-museo *“La Hueca Quiteña”* debe firmar un contrato en el que conste nombre de la persona, número de cédula de identidad, cargo, salario, responsabilidades y tiempo de validez del contrato, así como consecuencias en caso de dar por terminado el contrato por cualquiera de las partes.

La Ley ecuatoriana exige que toda persona que forme parte de la planilla de empleados de un establecimiento deba firmar un contrato, el cual le presta beneficios de ley y obligaciones con la empresa con la cual firma dicho contrato.

Una persona al ser empleada en el restaurante-museo *“La Hueca Quiteña”* firmara un contrato eventual, esto quiere decir que dicha persona estará a prueba tres meses y después de esto se decidirá si a este empleado se le renovara el contrato.

3.1.10.2 Documentos Indispensables

Los documentos necesarios para poder realizar el ingreso del nuevo personal, exigidos por el Ministerio de Relaciones Laborales, Ministerio de Educación y Cultura, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Salud Pública, Instituto Ecuatoriano de Seguro Social IESS y el establecimiento.

Para nacionales:

- Hoja de vida con datos actualizados.
- Original y copia a color de cédula de identidad.
- Original y copia a color de la papeleta de votación de la última elección.
- Original y copia de la cedula de votación.
- Record policial original.
- Copia de los certificados de trabajo de las empresas o naturales para las que trabajo durante los anteriores 3 años, en los cuales conste la clase de trabajo que desempeñó como trabajador, tiempo y conducta.
- Tres originales de certificados de honorabilidad de personas que puedan dar referencias, en los que conste nombre de la persona, número de cedula y teléfonos del emisor del certificado (no familiares).
- Original y copia del carnet de afiliación al IESS o el mecanizado que acredite no tener afiliación anterior.
- Original y copia del carnet de salud y el certificado otorgado por la Dirección de Higiene Municipal o por cualquiera de los centro de salud de Quito.
- Copia de los títulos académicos obtenidos o certificado de nivel de educación.
- Copia de los diplomas o certificados de cursos o seminarios que haya seguido.

- Original y copia de los certificados (partida) de matrimonio o en caso de unión libre, declaración juramentada del hecho.
- Original del certificado (partida) de nacimiento de los hijos.
- Copia a color de la cédula del cónyuge o conviviente.
- Original y copia del documento de tipo de sangre emitido por la Cruz Roja Ecuatoriana.
- Tres fotografías a color tamaño carnet actuales.
- Copia de la libreta de la cuenta bancaria del banco en el cual se solicitó apertura de cuenta para cancelación de salarios.
- Original de prueba de embarazo (examen de sangre).
- Croquis elaborado a computadora del domicilio actual.
- Copia del último pago de cualquiera de los servicios básicos.
- Para extranjeros.
- Hoja de vida con datos actualizados.
- Original y copia a color del pasaporte en el cual conste página principal, foto actual, vigencia del pasaporte y visa de residente o de trabajo.
- Original del carnet ocupacional para extranjeros otorgado por el Ministerio de Relaciones Laborales, Unidad de Migraciones Laborales.
- Record policial original.

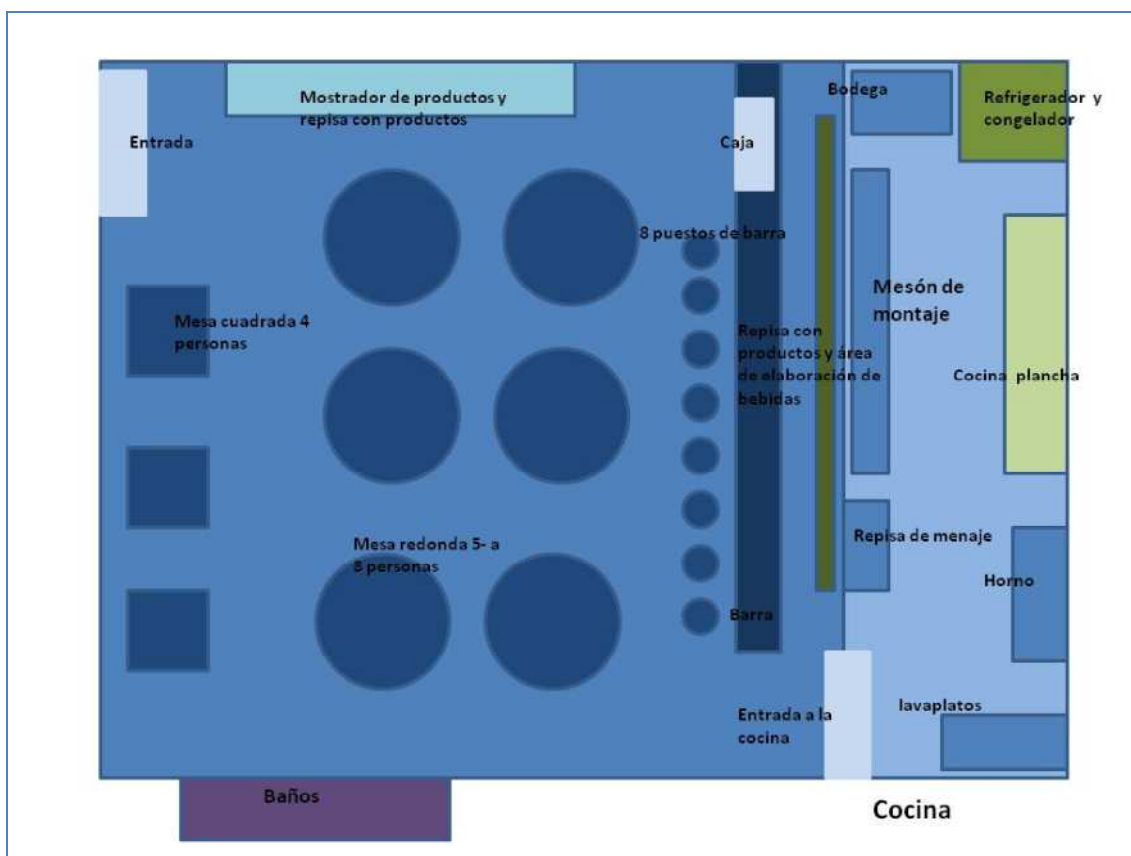
- Copia de los certificados de trabajo de las empresas o naturales para las que trabajo durante los anteriores 3 años, en los cuales conste la clase de trabajo que desempeñó como trabajador, tiempo y conducta.
- Tres originales de certificados de honorabilidad de personas que puedan dar referencias, en los que conste nombre de la persona, número de cedula y teléfonos del emisor del certificado (no familiares).
- Original y copia del carnet de afiliación al IESS o el mecanizado que acredite no tener afiliación anterior.
- Original y copia del carnet de salud y el certificado otorgado por la Dirección de Higiene Municipal o por cualquiera de los centro de salud de Quito.
- Copia de los títulos académicos obtenidos o certificado de nivel de educación debidamente apostillados o legalizados ante el Cónsul Ecuatoriano de su país de origen.
- Copia de los diplomas o certificados de cursos o seminarios que haya seguido.
- Original y copia de los certificados (partida) de matrimonio o en caso de unión libre, declaración juramentada del hecho.
- Original del certificado (partida) de nacimiento de los hijos.
- Copia a color del pasaporte o de la cédula del cónyuge o conviviente.
- Original y copia del documento de tipo de sangre emitido por la Cruz Roja Ecuatoriana.

- Tres fotografías a color tamaño carnet actuales.
- Copia de la libreta de la cuenta bancaria del banco en el cual se solicitó apertura de cuenta para cancelación de salarios.
- Original de prueba de embarazo (examen de sangre).
- Croquis elaborado a computadora del domicilio actual.
- Copia del último pago de cualquiera de los servicios básicos.

3.1.11 Distribución de Áreas

Cafetería:

Gráfico N° 3.2 Distribución de la Cafetería



Fuente: La autora

Descripción:

La cafetería tendrá:

Tabla N° 3.5

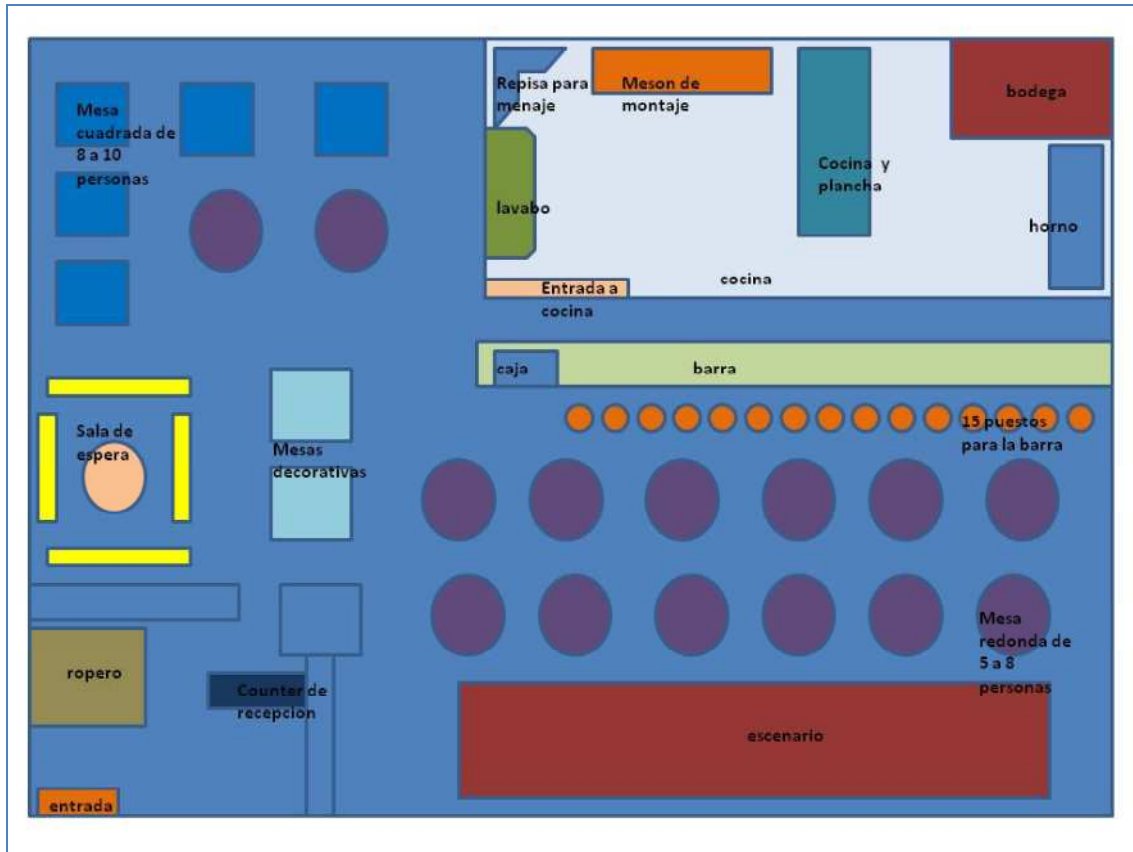
Mueble	descripción	numero
Mesa cuadrada	4 personas	3
Mesa redonda	5 a 8 personas	6
Barra		1
Puestos de barra		11
Cocina	de 8 quemadores	1
Refrigerador		1
Congelador		1
Lavaplatos		1
Mesón de montaje		1
Horno	de convección	1
Sillas		60
Exhibidores de pastelería		1
Repisas		2
Caja registradora		1
Repisa de menaje		1
Bodega		1

Capacidad de la cafetería: 60 – 70 pax

Fuente: La autora

Restaurante:

Gráfico N° 3.3



Fuente: La autora

El restaurante tendrá:

Tabla N° 3.6

Mueble	descripción	numero
Mesa cuadrada	de 8 a 10 personas	5
Mesa redonda	5 a 8 personas	14
Barra		1
Puestos de barra		15
Cocina	de 12 quemadores	1
Refrigerador		1
Congelador		1
Lavaplatos		1
Mesón de montaje		1
Horno	de convección	1
Sillas		152
Mesa decorativa		2
Repisas		2
Caja registradora		1
Repisa de menaje		1
Bodega		1
Mesa decorativa		2

Capacidad de la cafetería: 152 - 167 pax

Fuente: La autora

3.1.12 Creación y Justificación de la Carta

La creación de la carta del restaurante- museo *“La Hueca Quiteña”* es muy importante ya que este es el vínculo de comunicación entre el cliente y el restaurante y esta es el instrumento más importante de marketing de dicha empresa.

La carta debe ser ordenada, limpia, fácil de leer, debe estar acorde con la identidad del establecimiento, la redacción debe ser fácil de interpretar, las

imágenes deben captar el mejor Angulo del plato y aparte los colores de dicha imagen deben ser nítidos.

La realización de la carta no depende solamente del tipo de negocio sino también del monto de la inversión para la realización de las mismas y del mensaje que se quiera transmitir al cliente; por tal razón, el orden interno, la redacción, las imágenes, materiales y colores utilizados son muy importantes.

3.1.12.1 Orden Interno de la Carta

El orden de la carta, responde al orden del menú que se ofrece en el establecimiento o a la importancia de las propuestas por parte del negocio.

El orden normal de la carta corresponde a:

- Entradas o Picadas
- Sopas
- Platos principales
- Postres
- Bebidas

El diseño de una carta también responde a la importancia de las propuestas gastronómicas por parte del establecimiento.

3.1.12.2 Tipos de Menús

Gráfico N° 3.4



Fuente: La autora

Ya que el restaurante-museo “*La Hueca Quiteña*” espera tener clientela fija y variable, lo más recomendable sería tener una carta fija con algunas opciones que varíen cada un trimestre. El restaurante- museo “*La Hueca Quiteña*” aspira a tener un menú breve ya que de esta manera se requiere menor número de equipos en cocina, los procesos serán menores, se requerirá de menor tiempo, se requiere de menos personal, minimiza inventarios, minimiza costos operativos generales, etc.

3.1.12.3 Diseño de la Carta

Se deben tomar en cuenta ciertos elementos al crear la carta como:

- Tipografía
- Formato
- Material a utilizar
- Combinación equilibrada de imágenes
- Combinación equilibrada de texto

El tamaño.-la carta debe guardar una relación entre la mesa y esta. Las cartas con formato de una página y tríptico, son ideales para lugares con mesas pequeñas, y las cartas con formato díptico son ideales para las mesas más grandes.

La tipografía: debe ser legible en lo que es tipo de letra, tamaño y color. También la iluminación será importante para que esta sea legible.

El papel: El material que se va a utilizar debe ser resistente, lavable, que no sea poroso, fuerte; todo esto será importante ya que la carta debe lucir siempre de la mejor manera posible.

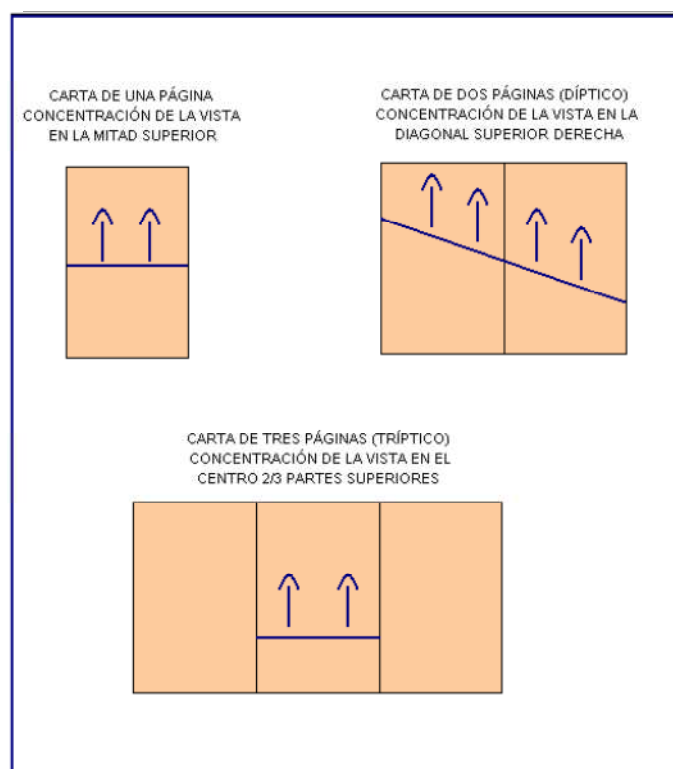
Otro de los temas que hay que considerar es si la carta estará compuesta por elementos separables o será un único cuerpo. Las primeras tienen la virtud

que permiten reemplazar internamente algunas de sus partes sin que haya que desecharla completamente ante una modificación en la oferta de productos o en los precios. Las separables implican una inversión inicial mayor a las juntas, pero en el largo plazo puede amortizarse mejor la inversión.

El menú va a reflejar la identidad del negocio gastronómico, se va a utilizar como herramienta las imágenes y la descripción del producto.

Es importante la ubicación de cada producto en el menú, ya que el cliente siempre va a ubicar su atención a la parte superior de la carta, todos los platos que aspiremos a vender más deben ubicarse ahí. Se debe hacer uso de una tipografía adecuada que sea legible, una materia resistente y vistosa y no olvidarnos de las mejores imágenes que vendan este producto.

Gráfico N° 3.5 Orientación del Menú



Fuente: Moussidebess

3.1.12.4 Justificación del Menú

En el menú de “*La Hueca Quiteña*” vamos a tener todos los platos que vamos a encontrar en las calles de Quito que son tradicionales de nuestra gastronomía, pero en una presentación gourmetizada y en un ambiente cómodo y cultural.

Estará ordenada de la siguiente manera:

Entradas:

- Empanada de viento
- Mote con chicharrón
- Cevichocho

Sopas:

- Locro Quiteño
- Sancocho
- Sopa de Quinoa

Platos Principales

- Fritada
- Papas con cuero
- Seco de pollo

Postres:

- Arroz con leche
- Dulce de babaco
- Fondue de frutas quiteñas

Bebidas:

- Rosero Quiteño
- Canelazo
- Chocolate espumoso

3.1.12.5 Lista de Productos con Costos y Proveedor

Tabla N° 3.7

Artículo	Peso Kg.	Valor Unitario	Proveedor
Aguacate	1	1,89	Megamaxi
Babaco	1	1,46	Megamaxi
Cebolla blanca	1	1,77	Megamaxi
Cebolla paiteña	1	1,77	Megamaxi
Naranja	1	1,37	Megamaxi
Pimiento	1	1,17	Megamaxi
Piña	1	0,62	Megamaxi
Plátano verde	1	0,55	Megamaxi
Limón sutil	1	2,16	Megamaxi
Ajo pelado	1	3,47	Megamaxi
Tomate	1	2,18	Megamaxi
Pollo	1	2,75	Megamaxi
Carne de cerdo	1	4,85	Megamaxi
Cuero de cerdo	1	4,82	Megamaxi
Costilla de res	1	2,69	Megamaxi
Tomate de árbol	1	2,13	Megamaxi
Cerveza pilsener	330 cc	0,65	Megamaxi
Queso fresco	500 gr	3,39	Megamaxi
Col	1 unidad	0,67	Megamaxi
Salsa de tomate	500 gr	1,57	Megamaxi
Chocolate ambateño	200 gr	1,95	Megamaxi
Achiote	40 gr	0,75	Megamaxi
Pimienta negra	32 gr	1,42	Megamaxi
Comino	85 gr	1,99	Megamaxi
Clavo de olor	12 gr	0,48	Megamaxi
Pimienta dulce	25 gr	0,65	Megamaxi
Polvo de hornear	120 gr	1,11	Megamaxi
Pasta de tomate	180 gr	0,8	Megamaxi
Huevos	20 unidades	1,86	Megamaxi
Arroz	2	2,4	Megamaxi
Harina ya	1	1,96	Megamaxi
Panela	1350 gr	1,65	Megamaxi
Mantequilla	250 gr	2,33	Megamaxi
Quinua	500 gr	1,32	Megamaxi
Maní	500 gr	2,27	Megamaxi
Zanahoria	800 gr	0,46	Megamaxi
Papa chola	3	2,28	Megamaxi
Naranja	3	2,6	Megamaxi
Mote	500 gr	1	Megamaxi
Chocho	500 gr	1,17	Megamaxi
Ají	200 gr	0,76	Megamaxi
Crema de leche	250 gr	0,82	Megamaxi
Canela molida	80 gr	1,71	Megamaxi
Cebolla perla	1	1,23	Megamaxi
Pulpa de naranja	500 gr	1,25	Megamaxi
Aceite girasol	1 litro	2,85	Megamaxi
Lechuga criolla	500 gr	0,59	Megamaxi
Azúcar Valdez	2	1,81	Megamaxi
Cris sal	1	0,64	Megamaxi
Lechuga crespita	funda	0,51	Megamaxi
Leche	1 lt	0,96	Megamaxi
Yuca al vacío	850 gr	1,97	Megamaxi
Culantro	atado	0,57	Megamaxi
Zhumir	750 ml	3,47	Megamaxi

Fuente: La autora

3.1.12.6 Recetas Estandarizadas

Entradas:

Nombre de receta: Empanada de viento

Numero de porciones: 12 porciones cada una de 45 gr.

Tabla 3.8

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr.	250	Harina de trigo	0,49
Gr.	3	Sal	0,01
Gr.	3	Polvo de hornear	0,02
Gr.	60	Mantequilla	0,55
unidades	3	Gotas de limón	0,21
MI	110	Agua fría	
relleno			
Gr	230	Queso fresco	1,55
Cc	500	Aceite para freír	1,42
		Costo materia prima	4,25
		Costo materia prima de cada porción	0,35 cada una
		LECHUGA de decoración	0,02
		Costo total	0,037

Fuente: La autora

Procedimiento:

- 1) Mezcle la harina de trigo, sal, polvo de hornear; cierna y forme un volcán.
- 2) Mezcle la mantequilla, jugo de limón y agua, póngalos en el centro del volcán hecho de harina.
- 3) Amase muy bien.

- 4) Cubra con plástico film y deje reposar por 40 minutos, hacer porciones.
- 5) Estire con rodillo hasta obtener discos delgados.
- 6) Ponga el relleno en el centro del disco, doble y cierre la empanada presionando los bordes para que no salga el relleno el momento de la cocción.
- 7) Fría en abundante aceite, bañando las empanadas constantemente hasta que estén doradas.
- 8) Poner en papel absorbente.



Nombre de receta: Cevichocho

Numero de porciones: 11 porciones cada una de 120 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
MI	125	jugo de limón	0,27
Gr	375	cebolla paiteña	0,22
Gr	5	sal	0,01
Gr	3	pimienta	0,13
MI	250	jugo de tomate riñón	0,54
MI	250	jugo de naranja	0,21
Gr	250	chochos pelados	0,58
Gr	125	cuero de cerdo cocinado	0,6
MI	45	salsa de tomate	1,57
Gr	30	cilantro picado	0,03
MI	15	aceite	0,04
		costo materia prima	4,2
		costo materia prima de cada porción	0,381818182
		costo total	0,38

Procedimiento:

- 1) Picar la cebolla paiteña en juliana.
- 2) Cortar en cuero en cuadrados pequeños.
- 3) Mezclar todos los ingredientes, rectificué los sabores y sirva.



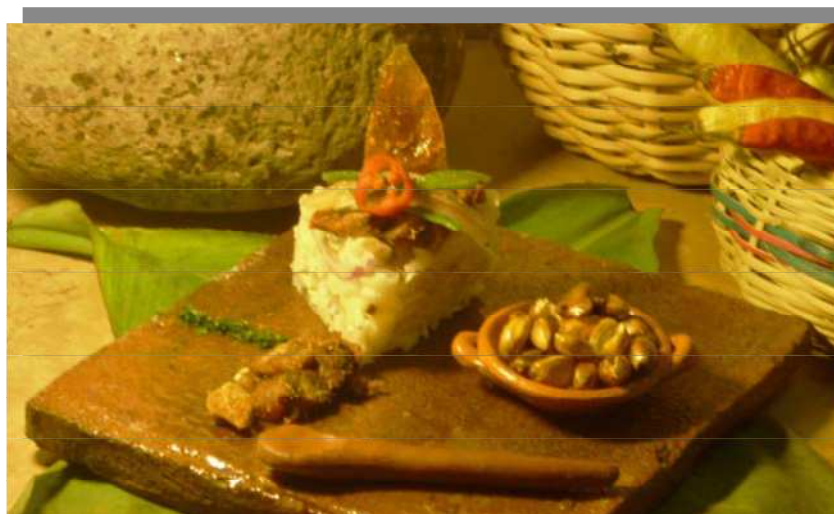
Nombre de receta: mote con chicharron

Numero de porciones: 10 porciones cada una de 45 gr

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	1000	Mote	2
Gr	250	carne de cerdo	1,21
Gr	100	cebolla paiteña	0,17
Gr	30	Cilantro	0,03
Gr	150	Tomate	0,32
Gr	5	Sal	0,01
MI	100	Aceite	0,28
		costo materia prima	4,02
		costo materia prima de cada porción	0,402
		costo total	0,4

Procedimiento:

- 1) Cocinar el mote con sal.
- 2) Picar la carne de cerdo, sazonar y cocinar.
- 3) Picar el cilantro finamente.
- 4) Cortar el tomate en concasse.
- 5) Picar las cebolla paiteña e encurtirla con agua y sal.
- 6) Servir el mote con el encurtido y encima el chicharrón.



Sopas:

Nombre de receta: Sopa de quinua

Numero de porciones: 10 porciones 168 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
remojo			
Gr	175	Quinua	0,46
MI	750	Agua	0
refrito			
Gr	5	Achiote	0,09
Gr	450	carne de cerdo en trozos	2,18
Gr	60	cebolla blanca	0,1
Gr	3	ajo	0,01
Gr	10	Sal	0,01
Gr	3	Comino	0,05
Gr	5	manteca de cerdo	0,03
caldo			
Lt	2	agua fria	0
Gr	450	papas en cubos	0,34
Gr	200	col cortada	0,13
Gr	30	cilantro picado	0,03
		costo materia prima	3,43
		costo materia prima de cada porcion	0,343
		costo total	0,34

Procedimiento:

- 1) Remoje la quinua por 1 hora, escurra y limpie.
- 2) Dore la manteca de cerdo, agregue la cebolla, ajo, sal y comino y haga un refrito.

- 3) Ponga la carne en la olla con el refrito, agregue el agua fría, la quinua y cocine de 25 a 30 minutos.
- 4) Agregue la papa y la col, deje cocinar por 10 minutos más, rectifique sabores, agregue el cilantro y sirva.



Nombre de receta: Sancocho serrano

Numero de porciones: 12 porciones 300 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
caldo			
Lt	2	agua fría	0
Gr	675	Costilla	1,81
Gr	15	Sal	0,01
refrito			
MI	15	Aceite	0,04
Gr	15	ajo molido	0,05
Gr	60	cebolla blanca	0,1
Gr	10	Sal	0,01
Gr	3	Comino	0,07
Gr	1,5	pimienta negra	0,06
preparación			
Gr	240	Yuca	0,55
Gr	120	plátano verde	0,06
unidades	2	choclo cortado en 2 rodajas	0,4
Gr	60	zanahoria en dados	0,03
Gr	60	cebolla blanca picada	0,14
Gr	60	cilantro picado	0,06
		costo materia prima	3,39
		costo materia prima de cada porción	0,2825
		costo total	0,28

Preparación:

- 1) Ponga a hervir el agua con la costilla, condimentos y sal por una hora.
- 2) Saltee la cebolla con el ajo y sazone con la sal, comino y pimienta.

- 3) Agregue yuca, plátano verde, choclo, zanahoria, cebolla y cocine hasta que todo esté suave.
- 4) Rectifique con sal y pimienta.
- 5) Sirva con cilantro picado.



Nombre de receta: Locro Quiteño

Numero de porciones: 10 porciones 220 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	15	mantequilla	0,13
MI	30	aceite de achiote	0,56
Gr	250	cebolla blanca	0,44
Gr	7	ajo picado	0,01
Gr	15	cilantro picado	0,01
Gr	5	Comino	0,11
Gr	3	Sal	0,01
unidades	4	papa chola	0,15
MI	500	Leche	0,48
MI	250	crema de leche	0,82
Gr	500	queso en cubos	3,39
		costo materia prima	6,11
		costo materia prima de cada porción	0,611
		costo total	0,61

Procedimiento:

- 1) Prepare un refrito con mantequilla, cebolla, ajo, cilantro, sal y comino.
- 2) Agregue al refrito una parte de la papa, mezcle y cocine por dos minutos, agregue condimentos.
- 3) Agregue la otra parte de la papa, leche, crema de leche, aceite, achiote, y cocine por 10 minutos más a fuego lento o hasta que este cocinada la papa.
- 4) Retire del fuego y ponga pedazos de queso.



Platos principales:

Nombre de receta: Papas con cuero

Numero de porciones: 12 porciones 170 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	450	cuero de cerdo en cuadrados pequeños	2,16
Lt	2	Agua	0
Gr	60	cebolla blanca en trozos	0,1
unidad	1	rama de cilantro	0,05
Gr	15	Sal	0,01
Ml	30	Aceite	0,08
Gr	10	Achiote	0,56
Gr	120	cebolla blanca picada	0,21
Gr	240	Leche	0,23
Gr	120	Maní	0,31
Gr	2	pimienta molida negra	0,08
Gr	3	Comino	0,07
Gr	7	Sal	0,01
Gr	1056	papas peladas, cocidas y cortadas en cubos	0,8
Gr	500	Arroz	0,6
Gr	100	aguacate	0,18
		costo materia prima	5,45
		costo materia prima de cada porción	0,454166667
		costo total	0,45

Preparación:

- 1) Cocine el cuero de cerdo, cebolla, cilantro y sal en olla de presión por 30 minutos.
- 2) Cierna y reserve.
- 3) En el aceite de achiote saltee las verduras, agregue leche, pasta de maní y licue esto.
- 4) Añada el cuero a la salsa con 500 cm³ de agua de su cocción y cocine de 5 a 10 minutos moviendo constantemente.



Nombre de receta: Seco de pollo

Numero de porciones: 4 porciones 150 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	450	pollo en presas	0,68
MI	45	Aceite	0,12
Gr	15	mantequilla	0,13
Gr	250	cebolla paiteña	0,44
Gr	250	pimiento verde	0,34
Gr	45	cilantro picado	0,05
Gr	15	Ajo	0,05
Gr	10	Comino	0,05
Gr	1	pimienta	0,04
Gr	15	Sal	0,01
Gr	250	tomate concasse	0,54
Gr	240	cerveza	0,46
MI	250	pasta de tomate	1,11
Gr	15	Ají	0,01
Gr	500	Arroz	0,6
Gr	100	aguacate	0,18
Gr	100	tomate concasse	0,21
unidad	1	lechuga crespita	0,1
		costo materia prima	5,12
		costo materia prima de cada porción	1,28
		costo total	1,28

Preparación:

- 1) Salpimiente las presas de pollo y séllelas en un poco de aceite a alta temperatura para formar una costra.
- 2) Retire el pollo y resérvelo.

- 3) En la misma olla en la que se selló el pollo haga un refrito con mantequilla, cebolla, pimiento, ajo, cilantro, tomate y sazón.
- 4) Una vez que el refrito está bien dorado agregue las presas previamente selladas, cerveza, pasta de tomate, ají, y cocine a baja temperatura, tapado hasta que la carne del pollo se desprenda fácilmente del hueso.
- 5) Rectifique sabores y decore con cilantro.



Nombre de receta: Fritada

Numero de porciones: 10 porciones 250 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	500	carne de cerdo	2,42
Gr	1000	Mote	2
Gr	200	Tomate	0,43
Gr	150	cebolla paiteña	0,26
Gr	15	Comino	0,25
Gr	30	pimiento	0,01
Gr	20	Sal	0,01
Gr	25	Cilantro	0,02
Gr	250	Papa	0,19
Gr	100	Aceite	0,28
Gr	10	Ajo	0,03
Gr	100	mantequilla	0,93
	80	manteca de cerdo	1
Cc	330	cerveza dos unidades	1,3
Gr	10	Comino	0,01
Gr	150	Canguil	0,52
Gr	50	pimiento	0,05
Gr	100	tostado	6,83
		costo materia prima	19,93
		costo materia prima de cada porción	1,973
		costo total	1,97

Procedimiento:

- 1) Sazonar la carne de cerdo y cocinar con el ajo y cerveza, cuando ya este cocido dorar en manteca de cerdo.
- 2) Cocinar el mote en sal y mantequilla.
- 3) Cocinar la papa en agua y sal.

4) Picar la cebolla, el tomate, cilantro, pimiento y agregar la sal.

5) Preparar el canguil.

6) Preparar el tostado en mantequilla, aceite, ajo y sal.



Postres:

Nombre de receta: Dulce de babaco

Numero de porciones: 12 porciones 100 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
MI	240	agua fría	0
Gr	720	babaco pelado y cortado	1,05
Gr	240	Azúcar	0,21
MI	240	jugo de naranja	0,2
MI	15	jugo de limón	0,02
unidad	1	ramas de canela	0,01
		costo materia prima	1,49
		costo materia prima de cada porción	0,124166667
		costo total	0,12

Procedimiento:

- 1) Cocine todo hasta punto almíbar, controle la temperatura para wue no pase del punto de hilo.
- 2) Retire la rama de canela.
- 3) Sirva frío.



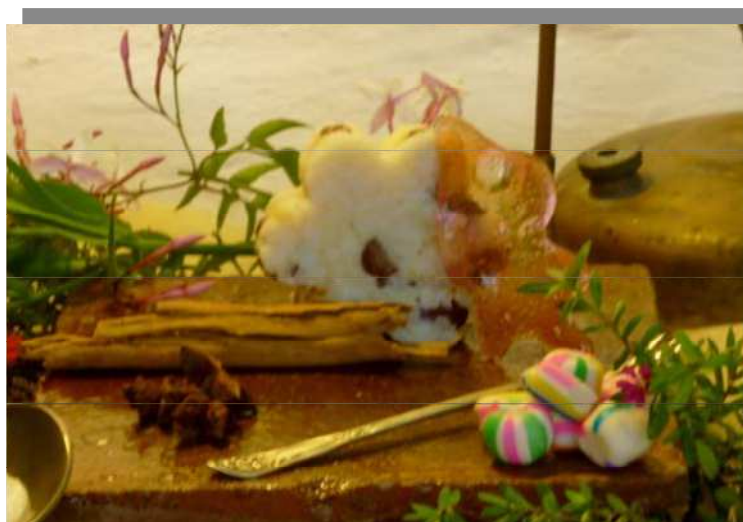
Nombre de receta: Arroz con leche

Numero de porciones: 16 porciones 80 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
cocción de arroz			
Gr	60	arroz	0,07
l	2000	Agua	0
Procedimiento			
l	1000	leche	0,11
Gr	120	azúcar	0,1
Unidades	2	rama de canela	0,21
Gr	120	Pasa	1,04
Gr	5	canela en polvo	0,07
		costo materia prima	1,6
		costo materia prima de cada porción	0,1
		costo total	0,1

Procedimiento:

- 1) Cocine el arroz hasta que este muy suave y escurra.
- 2) Ponga en una olla la leche, azúcar, ramas de canela, pasas y el arroz previamente cocido.
- 3) Cocine moviendo saque las ramas de canela.
- 4) Espolvoree la canela en polvo sobre cada porción que sirva.



Nombre de receta: Pristiños

Numero de porciones: 6 porciones 80 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	125	Harina	0,24
Gr	2	Sal	0,01
Gr	2,5	polvo de hornear	0,02
Gr	60	mantequilla	0,55
MI	10	gotas de limón	0,02
MI	60	Agua	0
MI	500	Aceite	1,42
miel			
Gr	450	Panela	2,25
MI	500	Agua	0
unidad	1	rama de canela	0,42
MI	5	jugo de limón	0,001
		costo materia prima	4,931
		costo materia prima de cada porción	0,4931
		costo total	0,5

Procedimiento:

- 1) Cierna la harina, sal, y polvo de hornear y mezcle con mantequilla hasta que la mezcla esté arenosa.
- 2) Agregue poco a poco el jugo de limón y agua.
- 3) Amasar durante 10 minutos hasta obtener una masa elástica.
- 4) Cubra la masa con plástico film y deje reposar de 30 minutos a 1 hora.

- 5) Extienda con rodillo hasta que la masa tenga 3 milímetros de espesor y forme los pristiños costando la masa en tiras de 2 cm de ancho con incisiones de $\frac{1}{2}$ cm por cada lado.
- 6) Cierre formando un aro.
- 7) Fría los pristiños en abundante aceite.
- 8) Hierva agua con la panela, canela y jugo de limón hasta que tome consistencia de miel.



Nombre de receta: Ají

Numero de porciones: 16 porciones de 32 gr.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	50	Ají	0,21
Gr	100	Tomate	0,21
Gr	80	cebolla paiteña	0,14
unidades	3	tomate de árbol	0,38
Cc	200	Agua	0
Gr	10	Sal	0,01
		costo materia prima	0,95
		costo materia prima de cada porción	0,059375
		costo total	0,05

Procedimiento:

- 1) Cocinar el tomate de árbol en agua, licuar y cernir.
- 2) Cocinar los ajíes en agua y sal.
- 3) Picar la cebolla en brunoise, picar el tomate concasse, picar finamente el cilantro.
- 4) Mezclar todo con el líquido de la cocción del tomate de árbol.
- 5) Rectificar los sabores.
- 6) Cocinar.



Bebidas:

Nombre de receta: Rosero

Numero de porciones: 12 porciones, 40 ml cada uno.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	450	mote cocido	0,9
Gr	450	Azúcar	0,4
Litro	3	agua fría	0
unidades	4	clavos de olor	0,05
unidades	2	ramas de canela	0,01
unidades	2	hojas de naranja	0,01
unidades	2	hojas de arrayan	0,01
Gr	450	Piña	0,27
Gr	450	Babaco	0,65
Gr	450	chamburo	0,01
Gr	240	Frutilla	1,92
Gr	240	pulpa de naranjilla	0,6
		costo materia prima	4,83
		costo materia prima de cada porción	0,4025
		costo total	0,4

Procedimiento:

- 1) Retire el tallito del mote, pique en láminas finas y calientes en el agua y azúcar por 10 minutos.
- 2) Ponga en el agua, clavo de olor, canela, arrayán y hojas de naranja.
- 3) Licue la pulpa de naranja con la mitad de cada fruta.
- 4) A este licuado agregue la mitad restante de frutas cortadas en cubos.
- 5) Hierva por 5 minutos y deje enfriar.
- 6) Sirva frío con hielo.



Nombre de receta: Canelazo

Numero de porciones: 4 porciones, 240 ml cada uno.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Lt	500	Agua	0
Gr	375	pulpa de naranjilla	0,93
unidades	2	ramas de canela	0,09
Gr	100	Panela	0,12
Cc	60	aguardiente zhumir	0,27
		costo materia prima	1,41
		costo materia prima de cada porción	0,3525
		costo total	0,35

Procedimiento:

- 1) Hierba todos los ingredientes menos el aguardiente y cierna.
- 2) Agregue el aguardiente al momento de servir.



Nombre de receta: Chocolate espumoso Quiteño

Numero de porciones: 7 porciones, 240 ml cada uno.

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo
Gr	120	Azúcar	0,1
Unidad	5	ramas de canela	0,01
Unidad	8	clavos de olor	0,01
Litros	1,5	Leche	1,44
Gr	120	chocolate	1,17
		costo materia prima	2,73
		costo materia prima de cada porción	0,39
		costo total	0,4

Procedimiento:

- 1) Hierva la leche con el azúcar, canela, y clavo de olor hasta extraer su sabor.
- 2) Agregue el chocolate rallado y cocine hasta que espese batiendo constantemente.



3.1.12.7 Precio de Venta al Público

Para determinar el precio de venta al público se debe:

- 1) Como primer paso se debe sacar el precio de materia prima de la receta y por unidad.
- 2) Después de eso se va a sumar esta cantidad con la misma, esto quiere decir que al duplicar la cantidad estamos sumando el costo del servicio que estamos dando.
- 3) Esta cantidad vamos a multiplicar por el factor de conversión que corresponde con el monto de inversión y el país en el que se encuentra.
- 4) Después vamos a multiplicar esta cantidad por el porcentaje de utilidad, en nuestro caso será del 60% y este va a corresponder a lo que llamamos precio de venta al público (P.V.P.)

Tabla N° 3.9

Plato	Precio unitario	Precio total	Precio servicio	Aji	Total	Factor de conversión	Producto del total por el factor de conversión	Utilidad 60%	PVP	PVP final
Entradas										
Mote con chicharron 135 gr.	1,2	1,2	1,2	0,05	2,45	1,25	3,0625	1,8375	4,9	5
Empanada de viento 3 de 45 gr.	0,37	1,11	1,11	0,05	2,27	1,25	2,8375	1,7025	4,54	4,55
Cevichocho de 240 gr.	0,76	0,76	0,76	0,05	1,57	1,25	1,9625	1,1775	3,14	3,15
Sopas										
Sopa de quinua 336 gr	0,68	0,68	0,68	0,05	1,41	1,25	1,7625	1,0575	2,82	2,9
Sancocho Quiteño 350 gr	0,6	0,6	0,6	0,05	1,25	1,25	1,5625	0,9375	2,5	2,5
Locro 220 gr	0,61	0,61	0,61	0,05	1,27	1,25	1,5875	0,9525	2,54	2,55
Platos principales										
Papas con cuero de 240 gr	0,9	0,9	0,9	0,05	1,85	1,25	2,3125	1,3875	3,7	3,7
Seco de pollo 300 gr	1,28	1,28	1,28	0,05	2,61	1,25	3,2625	1,9575	5,22	5,25
Fritada de 350 gr	1,97	1,97	1,97	0,05	3,99	1,25	4,9875	2,9925	7,98	7,98
Postres										
Dulce de babaco 200 gr	0,24	0,24	0,24	0	0,48	1,25	0,6	0,36	0,96	3,5
Arroz con leche 240 gr	0,3	0,3	0,3	0	0,6	1,25	0,75	0,45	1,2	1,5
Prstifños 2unidades 120 gr	0,5	1	1	0	2	1,25	2,5	1,5	4	4
Bebidas										
Rosero quiteño	0,4	0,4	0,4	0	0,8	1,25	1	0,6	1,6	2
Canelazo	0,35	0,35	0,35	0	0,7	1,25	0,875	0,525	1,4	1,5
Chocolate espumoso quiteño	0,4	0,4	0,4	0	0,8	1,25	1	0,6	1,6	2

Fuente: La autora

3.1.12.8 Menú

El menú va a indicar los productos que ofrece el restaurante – museo “La Hueca Quiteña” con su precio de venta al público y en el idioma de español e ingles ya que nuestros clientes serán turistas nacionales e internacionales.

Va a tener imágenes de los platos y de los personajes típicos quiteños.

Gráfico N° 3.6 Menú

Postres *desserts*

Pristiños: \$1.00
 Delicada masa frita de harina bañado con miel de raspadura
 Puffs served with brown syrup.

Babaco en almíbar: \$3.50
 Fruta Ecuatoriana preparada en base de almíbar de azúcar.
 Ecuadorian fruit in sugar syrup.

Arroz con leche: \$1.50
 Preparación de arroz, pasas, leche y canela.
 Sweet rice with cinnamon, milk and raisin.

Bebidas *beverages*

Rosero Quiteño: \$2.00
 Bebida típica ecuatoriana hecha de mote, piña, babaco y fresa.
 A fruit beverage prepared with kakao, white corn, pineapple and strawberries.

Canelazo: \$1.50
 Jugo de naranjilla y canela caliente con puntas de azúcar.
 Warm naranjilla juice and cinnamon with sugar cones.

Chocolate espumoso Quiteño: \$2.00
 Preparación espumosa caliente con chocolate, canela y leche.
 Sweet chocolate preparation with cinnamon and milk.

"La Hueca Quiteña"
 Museo- Restaurante



Entradas appetizers

Empanadas de viento: \$4.55

Son tres empanaditas de viento rellenas de queso. Three deep fried wheat flour turnover stuffed with cheese.

Covíchocho: \$3.15

Preparación quiteña a base de choclos, cebolla, tomate, acompañada de canguil, chifas, costado y chicharrón.

Choclo marinado en tomate, onion, orange and lemon juice, served with popular fried plantain and roasted corn.

Mote con chicharrón: \$5.00

Preparación de mote, chicharrón de cerdo y sechurrido de tomate, cebolla y cilantro.

White corn (hominy) served with deep fried pork and onion topping.



Sopas Soups

Sopas de quinua: \$3.00

Delicioso potaje de papa, cebolla, carne de cerdo, col y quinua.

Popular soup, prepared with quinoa, potatoes, pork meat and cabbage.

Sancocho quiteño: \$3.25

Preparación con pedazos de choclo tierno, costilla de res, yuca, plátano verde, zanahoria y arroz.

Typical soup prepared with corn pieces, cow rib, plantain, onion, carrot, yuca and rice.

Locho quiteño: \$2.55

Sopa típica hecha de papas, leche, queso, servida con aguacate (palta).

Popular soup prepared with potatoes, cheese and milk, served with avocado.



Platos Principales Entrées

Fritada: \$7.98

Delicioso carne de cerdo preparada en cerveza y manteca de cerdo, servida con mote, tostada, papas y deliciosa ensalada de tomate y cebolla.

Fried pork served with white corn, small potatoes with avocado, roasted corn and popular salad.

Seco de pollo: \$5.25

Estofado de pollo servido con papa, arroz, lechuga y aguacate.

Slow-cooked chicken stew served with rice, steamed potatoes, lettuce, tomato and avocado.

Papas con cuero: \$3.70

Cuero cocido en salsa de huevo, servido con papas, arroz, lechuga, tomate y aguacate (palta).

Slow-cooked pork stew served with rice, steamed potatoes, lettuce, tomato and avocado.



CAPITULO IV

4 ASPECTO MERCADOLÓGICO

4.1 FORMULACIÓN DE PROGRAMAS

4.1.1 Plan de Mercadeo

El plan de mercado nos ayuda a poner en práctica las estrategias del negocio y cubre los objetivos a corto plazo.

Tiene los siguientes puntos principales:

- Cobertura
- Alcance del plan
- Análisis de planes específicos
- Propósito y contenido

4.1.2 Estrategias

Vamos a implementar no solo el internet, pagina web como medio de publicidad, sino las redes sociales mas visitadas para dar a conocer los servicios que brindara La Hueca Quiteña museo- restaurante, hojas volantes, afiches, radio, televisión, etc.

Primero se va a abrir el restaurante- museo "*La Hueca Quiteña*", se organizara un evento de apertura donde no solo se inaugurara el lugar sino también se hará el lanzamiento del libro.

Cuando el restaurante llegue a posesionarse, comenzaremos a implementar más variedad en el menú y a expandirnos, como agrandar el establecimiento o de hecho a poner una segunda sucursal.

Debemos crear alianzas estratégicas con los distribuidores con el fin de tener precios fijos, descuentos y los mejores productos. Como estrategia para atraer clientes vamos a crear bases de datos virtuales para enviar publicad a nuestros clientes se les va a ofrecer promociones en fin de impulsar la venta.

Apenas cada sucursal empiece a desarrollarse sola, empezaremos a difundirnos por el país.

Constantemente estaremos invitando a nuestros clientes a visitarnos ofreciéndoles promociones, nuevas opciones en nuestro menú.

También en el aspecto compras se debe tomar en cuenta que los clientes pueden recaudar puntos si son clientes fieles o constantes se les creara una cuenta en el sistema por medio de la cual se les puede premiar con comidas gratis o con porcentaje de descuento o con uno de los productos que se venderán en la tienda de regalos de dicho lugar. Se adoptara la medida de preventas por internet abriéndonos un nuevo mercado ya que si al cliente se le ofrece el servicio que el necesita en un momento adecuado como el de planificación de eventos ahí estaríamos creando una preventa donde el cliente puede escoger en que zona del restaurante quiere tener su evento, decoración, el menú, lencería, etc.

Esto será gracias a nuestra página en internet que interactúa con nuestro cliente demostrándole los servicios que el museo- restaurante "*La Hueca Quiteña*" ofrece, un recorrido virtual por toda la propiedad, menú, menú de banquetes según el evento, lencerías de distintos colores, decoraciones, recuerdos, etc. Esto dará una ventaja competitiva no solo sobre los restaurantes sino sobre los negocios de eventos que representan competencia. De esta manera enfoco todo el gasto de un evento en un solo lugar. Tiene también Panadería y Pastelería tradicional quiteña, servicio de cafetería así como también el almacén de regalos que tendrá una recopilación de fotografía de lugares y aspectos quiteños hermosos, artesanías creadas por nuestra

compañía tratando de mantener las bases típicas de su carácter pero modernizándolas e innovándolas, productos elaborados con ingredientes naturales propios del Ecuador, chocolates, souvenirs y el libro del Museo de la “Hueca Quiteña” con la recopilación de la historia de la gastronomía quiteña, recetas, historias pintorescas y un resumen de los productos que hay en nuestro país.

4.1.3 Cronograma

Enero.-Vamos a ofrecer una promoción por año nuevo se va a dar el 10% de descuento en compras de \$ 50 en adelante.

Febrero.- Vamos a ofrecer una promoción especial por el día de los enamorados, se les obsequiará rosas a las mujeres al ingresar, tendremos música en vivo y de cortesía se les regalara chocolates.

Marzo.-Se atenderá normalmente con los precios fijos pero se realizara la entrega de la tarjeta de “*La Hueca Quiteña*”, con esta tarjeta el cliente va a acumular puntos y puede recibir en el futuro regalos gratis o excelentes promociones.

Abril.- Se preparara durante todo el mes el Menú Especial de Semana Santa, Fanesca, Molog y Arroz con leche,se atenderá normalmente con los precios fijos pero se realizara la entrega de la tarjeta de “*La Hueca Quiteña*”, con esta tarjeta el cliente va a acumular puntos y puede recibir en el futuro regalos gratis o excelentes promociones.

Mayo.-Se atenderá normalmente con los precios fijos pero se realizara la entrega de la tarjeta de “*La Hueca Quiteña*”, con esta tarjeta el cliente va a acumular puntos y puede recibir en el futuro regalos gratis o excelentes promociones. En el primer domingo de Mayo se celebra el Día de la Madre se

hará un Menú Especial y sorteos de obsequios elaborados por artesanos reconocidos.

Junio.-Por ser el mes del día del niño se hará un menú infantil, especial para que los niños disfruten, también vamos a ofrecer marionetas, un show especial para los niños y se centrara a las Zuquillo. Para el tercer domingo de Junio prepararemos un Menú especial por el Día del Padre.

Julio.- Se atenderá normalmente con los precios fijos pero se realizara la entrega de la tarjeta de *“La Hueca Quiteña”*, con esta tarjeta el cliente va a acumular puntos y puede recibir en el futuro regalos gratis o excelentes promociones.

Agosto.- Mes de las artes se crearan promociones especiales para que los clientes disfruten mas de los productos, platos y servicios que *“La Hueca Quiteña”* ofrece, también tendremos música en vivo y se harán festejos.

Septiembre.- Se atenderá normalmente con los precios fijos pero se realizara la entrega de la tarjeta de *“La Hueca Quiteña”*, con esta tarjeta el cliente va a acumular puntos y puede recibir en el futuro regalos gratis o excelentes promociones.

Octubre.- Se atenderá normalmente con los precios fijos pero se realizara la entrega de la tarjeta de *“La Hueca Quiteña”*, con esta tarjeta el cliente va a acumular puntos y puede recibir en el futuro regalos gratis o excelentes promociones.

Noviembre.-Mes del Día de los Difuntos, se hará una Guagua de pan gigante para atraer clientela y colada morada. Esto durara todo un mes.

También se dará inicio a los festejos por las fiestas de Quito, se dará una fiesta con fuegos pirotécnicos. Desde el 28 de Noviembre hasta el 6 de diciembre.

Diciembre.- Por la Navidad se realizara el pase del niño en forma de conmemoración y se armara un nacimiento gigante. En esta época se dará el 10 % de descuentos.

4.2 SITUACIÓN MERCADOTECNIA

Micro ambiente

Proveedores: Los proveedores ayudan a proporcionar los recursos que la compañía necesita para producir bienes y servicios. La escasez, huelgas, y otros sucesos políticos y económicos pueden interferir con el cumplimiento de las entregas a los clientes y pueden dar lugar a pérdida de ventas a corto plazo y quebrar la confianza del cliente a largo plazo.

En el caso del restaurante-museo *“La Hueca Quiteña”* se va a necesitar un proveedor de vegetales, carne de cerdo, carne de res, granos, frutas, harinas, entre otros...

Clientes: El restaurante- museo *“La Hueca Quiteña”* debe estudiar sus mercados con el objetivo de cumplir todas las necesidades de sus clientes.

En el caso del restaurante-museo *“La Hueca Quiteña”* su mercado sería un mercado de consumo ya que el producto es consumido ni bien se ha elaborado.

Competencia: Todas las empresas se van a enfrentar a la competencia pero en el caso de el restaurante- museo *“La Hueca Quiteña”* vamos a ver que esta ha creado su propio mercado ya que no hay restaurantes que al mismo tiempo sean museos, pero aun así *“La Hueca Quiteña”* es un establecimiento gastronómico que va a tener competencia directa de restaurantes, cafeterías entre otros de la zona en donde se encuentra. La competencia indirecta son

todos los locales de comida gourmet o restaurantes especializados ubicados en la misma zona.

Tabla N° 4.1 Competencia en el Sector

Restaurante	Tipo de Servicio	Tipo de Comida
La Casa de los Geranios	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
La Capitolina	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
Dos Barrios	Comida tradicional	Almuerzos, platos a la carta
Tampu	Variedad de comida	Platos fuertes
Leña Quiteña	Cafetería	Platos fuertes
Mirador Vista Hermosa	Cafetería- restaurante	Platos fuertes
Café del Fraile	Cafetería- restaurante	Café, sandwiches
Ceviches de la Rumiñahui	Comida costeña	Mariscos
Campero	Pollo Horneado	Almuerzos, hamburguesas
Pollos Gus	Pollo asado	Almuerzos, hamburguesas
Chifa Ciudad de China	Comida oriental	Almuerzos, platos a la carta
Cielo Quiteño	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
Frutería Monserrate	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
Hasta la vuelta señor	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
Kentuchy freíd chicken	Pollo brosterizado	Almuerzos, hamburguesas
Las Guatitas	Comida típica	Guatitas, caldos de gallina
Mea Culpa	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
Menestras del Negro	Comida rápida	Menestras
Lolo burger	Comida rápida	Almuerzos, hamburguesas
Los Sandwiches	Delicatessen	Sanduches
San Agustín	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
Rincón de la Loma	Variedad de comida	Almuerzos, platos a la carta
Texas Chicken	Pollo asado	Almuerzos, pollo

Fuente: La autora

Artículo:

“En los restaurantes se refleja una parte cosmopolita de la ciudad”

En Quito:

Establecimientos de alimentos y bebidas

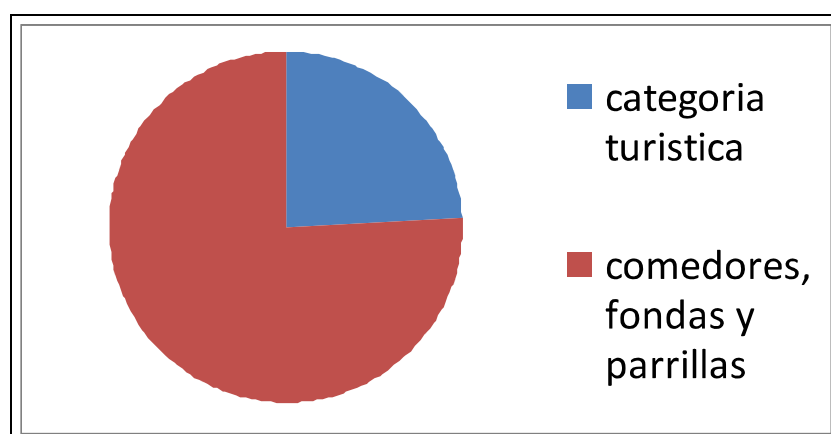
En el Distrito Metropolitano están registrados

Tabla N° 4.2

Categoría turística	2609
Comedores, fondas y parrillas	8127

Fuente: La autora

Gráfico N° 4.1



Fuente: La autora

Categorías:

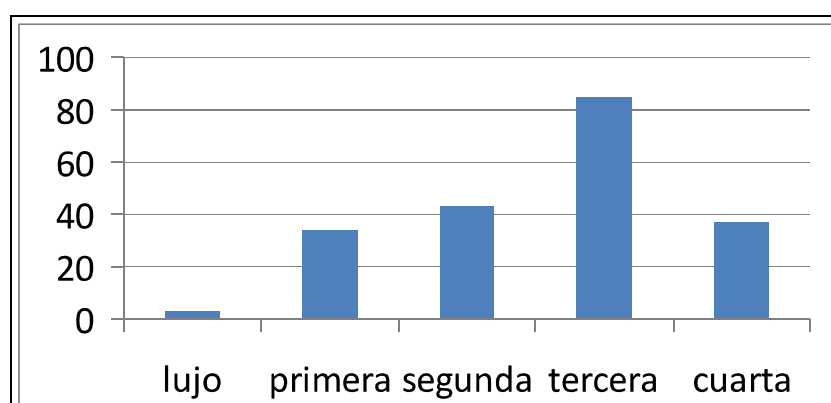
Los porcentajes según el servicio.

Tabla N° 4.3

Lujo	3
Primera	34
Segunda	43
Tercera	85
Cuarta	37

Fuente: La autora

Gráfico N° 4.2



Fuente: La autora

La concentración

En el resto de la ciudad, incluidas parroquias rurales, esta dividida en porcentajes menores al 10 %.⁵

Macro ambiente o ambiente externo

⁵ Diario EL COMERCIO, CUADERNO 2 PAGINA 15, Lunes 5 de septiembre del 2011

El factor Macro afecta a todas las organizaciones de manera externa. Cualquier cambio en un factor externo causara cambios en otros factores externos. Este tipo de factor no puede ser controlado por la empresa.

Como por ejemplo cualquier tipo de cambio ambiental es una variable muy importante a considerar a la hora de tomar cualquier decisión. Para tomar cualquier decisión se deben identificar las áreas que deben observar con el fin de hacer un planeamiento estratégico. Las variables ambientales que tienen importancia estratégica en cualquier empresa son:

- Factor demográfico
- Las condiciones económicas
- La competencia
- Los factores socioculturales
- Los factores políticos
- Legales
- Tecnológicos

Demografía: esto consiste en el estudio estadístico de la población humana y su distribución. Esto es muy importante para la mercadotecnia porque son personas quienes conforman el mercado. Además, es imprescindible el estudio del crecimiento de la población con respecto a la conformación geográfica del lugar donde se asienta ésta. Para poder definir el mercado en el cual estamos trabajando es necesario el estudio y análisis de diferentes aspectos de la población.

Condiciones económicas: Esta variable es de gran importancia para el planeamiento estratégico dado que inciden no sólo en el tamaño y atractivo de los mercados que la empresa atiende, sino en la capacidad de ésta para atenderlos rentablemente. En algunos casos limitan el nivel de recursos que las empresas pueden usar para intentar satisfacer la demanda. La escasez de materia prima, los costos de la energía u otros servicios básicos y los créditos

pueden imponer importantes limitaciones en la capacidad de crecimiento de una empresa.

Se debe tomar en cuenta que es importante vender lo que el cliente quiere ya que de esta manera se satisface la necesidad que el mercado nos impone.

Competencia: Se puede decir que la competencia es la capacidad que tiene una empresa en mantenerse o sobresalir del mercado. Hoy por hoy es importante reconocer que el factor de idealización y éxito de una empresa es satisfacer las necesidades de los clientes.

Factores socioculturales: Las personas, al crecer en una sociedad dada, la cual conforma sus valores y creencias fundamentales, absorben una visión del mundo que define sus relaciones con los demás y consigo mismas.

El restaurante- museo "*La Hueca Quiteña*" como museo ofrece un ambiente cultural en el cual el comensal mientras disfruta de lo mejor de la gastronomía quiteña se va envolviendo en la historia de la gastronomía quiteña.

Factores políticos y legales: El ambiente político esta compuesto por un conjunto interactuante de leyes, dependencias del gobierno, y grupos de presión que influyen y limitan tanto las actividades de las organizaciones como las de los individuos en la sociedad. La existencia de leyes y regulaciones cumple al menos tres propósitos:

- Fomentar la competencia protegiendo a las empresas unas de otras.
- Asegurar mercados justos para los bienes y servicios resguardando a los consumidores.
- Salvaguardar los intereses de la sociedad como un todo, y a otras empresas de negocios contra las prácticas poco éticas que perjudican a los consumidores individuales y a la sociedad.

Tecnología: El entorno de las organizaciones presenta día con día nuevas tecnologías que reemplazan las anteriores; a la vez que crean nuevos mercados y oportunidades de comercialización. Cuando los productos de una empresa se encuentran en su ciclo de vida en la etapa de madurez, las empresas sobreviven, en gran medida, diferenciando sus productos de los competidores, y esto lo logran sólo con innovaciones y tecnología de vanguardia. Al hablar de tecnología nos referimos al uso de técnicas que involucran la aplicación de nuevos avances de la ciencia pura, es decir, el conocimiento científico del medio ambiente del hombre y sus propiedades, lo cual requiere de la inversión de grandes cantidades de capital. Sin embargo, aún las empresas que ostentan un liderazgo tecnológico no pueden ignorar la posibilidad del cambio tecnológico ni suponer que no se pueda copiar una ventaja tecnológica.

4.2.1 Investigación de Mercado

4.2.1.1 Segmentación

El target de el restaurante- museo “*La Hueca Quiteña*” esta en personas de 20 a 50 años, los porcentajes de población y números de habitantes están descritos a continuación según el grupo de edad al que pertenecen.

Tabla N° 4.4 Censo de Población

	Porcentaje de Población en %	N° Personas
Años		en miles
20-24	10.73	149.973
25-29	8.98	125.513
30-34	7.97	111.396
35-39	7.15	99.935
40-44	6.24	87.216
Total	41.07	574.033

Fuente: La autora

La razón por la cual se tomó un target de todos los que corresponden al grupo de adultos jóvenes, porque a partir de esa edad los jóvenes de la sociedad actual empiezan a trabajar y tienen solvencia económica para pagar sus consumos y ya tienen una conciencia de donde deben hacer su consumo.

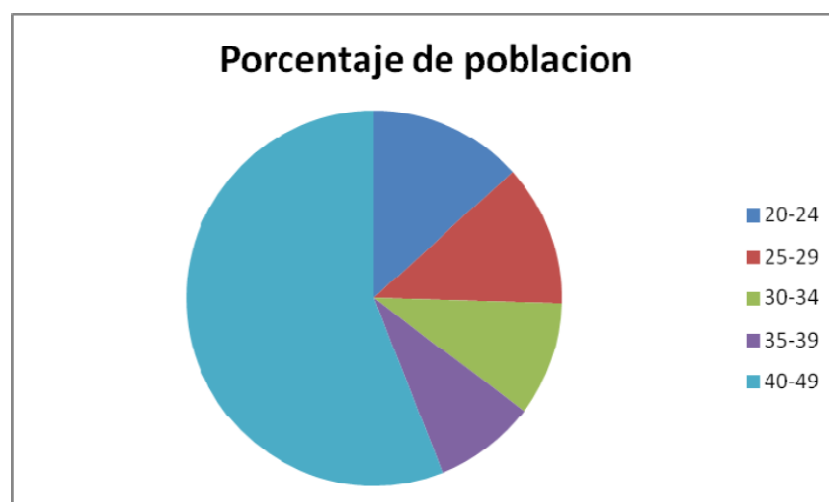
4.2.1.2 Estudio de Mercado

Tabla N° 4.5 El restaurante- museo “La Hueca Quiteña”

Años	Porcentaje de Población
20-24	10,73
25-29	9,98
30-34	7,97
35-39	7,15

Fuente: La autora

Gráfico N° 4.3



Fuente: La autora

Según el estudio de población que se ha realizado este es el target al cual nos vamos a dirigir, ya que este grupo tiene como característica importante el hecho de ser económicamente solvente, sus gustos gastronómicos son tradicionales pero a la vez les gusta la innovación de la gastronomía. Este establecimiento está especialmente dirigido a este grupo de personas, ya que cumple con todos los requisitos para satisfacer sus necesidades y demandas.

Encuestas:

Preguntas

1) ¿Cuántas veces a la semana sale a comer afuera?

- Todos los días
- Una vez a la semana
- Dos veces a la semana
- Tres veces a la semana

2) ¿Con quien sale generalmente?

- Familia
- Pareja
- Amigos
- Compañeros de trabajo

3) ¿Que días son los preferidos para disfrutar de un plato típico?

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo
- Todos los anteriores

4) ¿Cual es su comida favorita?

- Comida típica
- Comida Japonesa

- Comida Italiana
- Comida Asiatica
- Comida Rapida
- Todas las anteriores

5) Que le parece el nombre “La Hueca Quiteña”

- Bueno
- Malo
- Excelente

6) ¿Cual es su restaurante preferido de comida típica?

- La Ronda
- La Choza
- La Canoa
- Motes de la Rumiñahui
- Las papas de la María
- Los Tres Guabos
- Los Hornados Dieguito
- Todos los anteriores

7) De los siguientes platos, ¿Cual es su plato preferido?

- Yahuralocro
- Higos con queso
- Fritada
- Empanada de viento
- Todos los anteriores

8) ¿Cual es su presupuesto por persona en cada salida?

- Menos de 10 dólares
- De 10 a 20 dólares
- De 20 a 30 dólares
- Mas de 30 dólares
- U otros

9) ¿Que servicio prefiere?

- Platos a la carta
- Buffet
- Comida rápida
- Todos los anteriores

10) ¿En qué tipo de restaurante le gustaría realizar un evento especial como; matrimonio, bautizo, fiesta de 15 años, evento empresarial?

- Hotel
- Restaurante-museo
- Restaurante de comida internacional
- Salón de recepciones
- Hostales
- Club
- Todos los anteriores

11) ¿Qué tipo de cliente se espera atender en el restaurante-museo?

- Turismo internacional
- Turismo nacional

4.2.2 Creación de Imagen Corporativa

Gráfico N° 4.4 Imagen Corporativa



Fuente: La autora

La creación de imagen del restaurante- museo *“La Hueca Quiteña”* es la imagen de uno de los personajes pintorescos que se encontraba en el TIANGUEZ (mercado) de San Francisco, acuarela de Joaquín Pinto, es la vendedora de frutas que queremos reflejar como imagen corporativa como queremos rescatar nuestra historia por medio del uso de un personaje típico antiguo.

El slogan *“Sabor con tradición”* expresa como queremos llegar a nuestros clientes expresándoles que nuestros platos son un rescate de nuestra identidad quiteña.

Identidad Corporativa:

Costo de inversión

En esta proforma está incluido el costo de la creación y diseño del logo, menú, hojas volantes, facturas, hojas de retención, ordenes de compra, hojas membretadas, tarjetas de presentación, rotulo, etc.

Tabla N° 4.6 Proforma

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Logo y diseño	1	\$300	\$300
Menú	1	\$100	\$100
Papelería básica	1	\$200	\$200
Doc. contables	1	\$1200	\$1200
rotulo	2	\$1200	\$2400

Total: \$4.200

Fuente: La autora

Ambientación:

El restaurante – museo “La Hueca Quiteña” va a estar decorada con objetos antiguos, que sean de carácter culinario, como:

- Pailas de cobre
- Cucharas de palo
- Cubertería de plata o metal
- Platos, vajillas
- Delantales
- Restos arqueológicos
- Maíces secos
- Cuadros de Quito, personajes de Quito de sus diferentes épocas
- Murales de quito y aspectos pintorescos
- Teteras

- Chuspas
- Etc.

El objetivo de todo esto es dar una ambientación que resalte el aspecto histórico de Quito y que traiga una sensación hogareña para los comensales. En la parte inferior de cada objeto, muro o pintura se va a poner una inscripción para describir e identificar su origen y para que sirvió o de que es.

4.2.3 Manejo de Plan de Marketing y Publicidad

Antes de cualquier inversión en este campo hay que asegurarnos de solo invertir lo que es el 10% de la utilidad, para no caer en gastos fuera del presupuesto.

Al ser un restaurante- museo sobre la Gastronomía de Quito, y al tener un concepto fresco e innovador sobre la misma, se puede realizar una publicidad orientada a los turistas nacionales y extranjeros, vía páginas web como www.facebook.com, tour operators y hoteles.

Para los clientes locales, se puede crear una campaña publicitaria de hojas volantes y anuncios en la página dedicada a la difusión de nuevos establecimientos gastronómicos como www.restaurantes.com y www.facebook.com.

Se puede usar la empresa Get&Go, cuyo trabajo es imprimir mini brochures y distribuirlos en diversos hoteles de la capital, hoteles de todo el país y aeropuertos.

Presupuesto de Get&GO

El plan de marketing es muy importante ya que por medio de este se hará conocer nuestra empresa nacional e internacionalmente.

También se van a organizar eventos culturales que van a ayudar a la difusión de propaganda del restaurante-museo “La Hueca Quiteña” esta propaganda es llamada boca a boca. Es decir que según la buena impresión que haya dado el evento se va a distribuir esta reputación.

4.2.4 Uniformes

El uniforme es la indumentaria que el empleado debe utilizar, este siempre debe estar limpio, aplanchado y debe estar a la medida del empleado.

El restaurante- museo “La Hueca Quiteña” será responsable del lavado y planchado del uniforme. Los empleados serán responsables de sus zapatos y medias.

4.2.4.1 Uniforme de Cocina

El uniforme de cocina será, pantalón, chaqueta, gorro, delantal, malla y zapatos antideslizantes. La malla será entregada en el restaurante “La Hueca Quiteña”.

Tabla N° 4.7 Uniforme de Cocina

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Chef city	Pantalón	6	\$19.84	\$119.04
Chef city	Chaqueta	6	\$13.04	\$78.24
Chef city	Gorro	6	\$2.50	\$15.00
Chef city	Delantal	6	\$6.59	\$39.54

Total: \$251.82

Fuente: La autora

Gráfico N° 4.5 Uniformes



Fuente: La autora

4.2.4.2 Uniforme Servicio

El uniforme de servicio será pantalón para hombre y falda para mujer, será con camiseta, delantal, zapatos negros y medias negras. Este uniforme será para los meseros, personal en caja, hostest y de limpieza.

Tabla N° 4.8 Uniforme de Servicio

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Chef city	Pantalón	5	\$19.84	\$99.20
Chef city	Camiseta	10	\$7.50	\$75.00
Chef city	Delantal	10	\$6.59	\$65.90
Chef city	Falda	5	\$7.60	\$38.00

Total: \$278.10

Fuente: La autora

Gráfico N° 4.6 Imágenes de Uniformes



Fuente: www.google.com/imagenes

CAPITULO V

5 ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 ASPECTO FINANCIERO

5.1.1 Conformación de la Empresa

Para poder crear una empresa se necesita una serie de trámites como:

- Cuenta corriente
- Asesoría legal
- Protección de marca (IEPI)

Tabla N° 5.1 Costo de conformación de la empresa

Apertura de cuenta	\$100.00
Asesoría legal	\$600.00
Protección de marca	\$86.00
Total	\$786.00

Fuente: La autora

Es importante para comenzar una empresa tener un respaldo bancario aparte de que en dicha cuenta de ahorro se harán los depósitos de los ingresos del establecimiento.

Para conformar la empresa necesitamos asistencia legal para de esta forma realizar la escritura pública de conformación de la empresa:

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA
MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA:

Señor Notario en el Protocolo de escrituras Públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de la Compañía MUSEO -RESTAURANT “LA HUECA QUITAÑA” CIA Ltda. De conformidad con las siguientes Cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- A la celebración del presente instrumento publico de manera libre y voluntaria, por sus propios derechos, comparecen la señorita MARÍA GABRIELA POLANCO SALGADO, EL Señor JOSÉ RICARDO POLANCO LEÓN. Los comparecientes son mayores de edad de estado civil soltera y cas, de nacionalidad ecuatoriana y hábil para contratar y obligarse.-

SEGUNDA.- VOLUNTAD DE CONSTITUIR.- La compareciente manifiesta su voluntad de constituir como en efecto lo hace la compañía MUSEO-RESTAURANT “LA HUECA QUITAÑA” LA HUECA QUITAÑA” CIA. LTDA. Con capital social de cuatrocientos dólares americanos. TERCERA.- ESTATUTOS SOCIALES.- ARTICULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN.- La compañía tendrá como denominación MUSEO-RESTAURANT “LA HUECA QUITAÑA” CIA. LTDA. ARTICULO SEGUNDO.- PLAZO.- El plazo de duración de la compañía es de cincuenta años contados a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil de la escritura de constitución, pero este plazo podrá prorrogarse e incluso la compañía podrá disolverse anticipadamente por imposibilidad manifiesta de realizar el fin social, por la pérdida de las reservas y de la mitad o más del capital social por fusión por absorción en el caso de que fuera absorbida, por resolución de la Junta General de Socios, por traslado del domicilio principal al extranjero, por resolución de la Superintendencia de Compañías, por quiebra y por reducción del número de socios a menos de dos.- ARTICULO TERCERO.- NACIONALIDAD Y DOMICILIO.- La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal es la ciudad de Quito Distrito Metropolitano, pudiendo establecer sucursales, agencias u oficinas en uno o varios lugares dentro o fuera del país ARTICULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL.- la compañía tendrá por objeto brindar un servicio de alimentos y bebidas de la Gastronomía

Ecuatoriana, dentro y fuera del país, para el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá realizar toda clase de actos y contratos permitidos por la Ley y que guarden relación con su objeto social.-ARTICULO QUINTO.- CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de CINCUENTA MIL DÓLARES AMERICANOS. ARTÍCULO SEXTO.- PARTICIPACIONES.- La compañía entregara a cada socio un certificado de aportación en el que constara en forma expresa su carácter de no negociable y el número de participaciones que por aporte le corresponde. Las participaciones serán transferidas solamente con el consentimiento unánime del capital social y además deberán cumplirse los requisitos preceptuados en el artículo ciento quince de la Ley de Compañías.- ARTICULO SÉPTIMO.- AUMENTO DE CAPITAL.- Cuando se resolviere aumentar el capital social de la compañía, los socios tendrán derecho preferencial para suscribir una o más participaciones a prorrata de sus respectivas participaciones sociales pudiendo renunciar a su derecho preferente en forma expresa ARTICULO OCTAVO.- VOTACIÓN Y BENEFICIOS.- Todas las participaciones gozaran de iguales derechos, por cada participación el socio tendrá derecho a un voto. Los beneficios de la Compañía se repartirán a prorrata de las participaciones pagadas por cada socio ARTICULO NOVENO.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.- En cuanto concierne a los derechos y obligaciones de los socios, se estará a lo dispuesto en los artículos ciento dieciséis y ciento diecisiete de la Ley de Compañías ARTICULO DÉCIMO.- ADMINISTRACIÓN.- La compañía estará gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Presidente, Vicepresidente y Gerente. ARTICULO DÉCIMO PRIMERO.- REPRESENTACIÓN LEGAL.- La representación Legal de la compañía tanto judicial como extrajudicialmente la tendrá el Gerente y se extenderá a todos los asuntos relativos con su giro en operaciones comerciales civiles. ARTICULO DÉCIMO SEGUNDO.- JUNTA GENERAL.- La Junta General de socios legalmente convocada y reunida es la autoridad máxima de la compañía con amplios poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios.

Sociales y para tomar la decisiones que juzgaren convenientes en defensa de la misma. La Junta General puede ser Ordinaria Y Extraordinaria y se reunirá en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria en uno de los periódicos de mayor circulación en dicho domicilio, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión. La Junta Extraordinaria se reunirá en cualquier tiempo en que fuere legalmente convocada. La Junta Ordinaria se reunirá por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía. En las Juntas Generales solo podrán tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad, salvo lo dispuesto en el artículo doscientos ochenta de la Ley de Compañías para Juntas Universales. ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.- CONVOCATORIAS, QUÓRUM Y VOTACIÓN.- Las Juntas Generales serán convocadas por el Gerente de la compañía o por quien lo estuviere reemplazando. La convocatoria a junta general se realizara por la prensa, cumpliendo las disposiciones legales pertinentes de la Ley de compañías. El socio o socios que representen por lo menos la décima parte del capital, podrá o podrán ejercer el derecho previsto en el artículo ciento dieciséis literal i) de la Ley de compañías ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA.- Son atribuciones y deberes de la Junta General de Socios: a) Designar al Presidente, Vicepresidente y Gerente; b) Removerlos por mayoría de votos, que represente por lo menos las dos terceras partes del capital pagado concurrente a la sesión; c) Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales. d) conocer anualmente las cuentas, el balance de situación, el estado de pérdidas y ganancias y los informes que presente el Gerente, acerca de los negocios sociales. ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO.- DEL PRESIDENTE.- El presidente durara cinco años en el ejercicio de su cargo, pero podrá ser indefinidamente reelegido, podrá o no ser socio de la compañía y sus funciones se prorrogaran hasta ser legalmente reemplazado. ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE.- Son atribuciones y deberes del presidente: a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones y acuerdos de la junta general; b) Presidir las sesiones de la junta general de socios; c) suscribir

conjuntamente con el gerente los certificados de aportación; d) Legalizar conjuntamente con el secretario de la Junta de actas de juntas generales.; e) Reemplazar al gerente en caso de ausencia, falta o impedimento de este; f) intervenir conjuntamente con el gerente y por cualquier cuantía en la compra venta y en el establecimiento de gravámenes de bienes inmuebles. h) en general las demás atribuciones que le concede la ley y estos estatutos

ARTICULO DÉCIMO SÉPTIMO.

Luego se debe tramitar la patente municipal:

Tabla N° 5.2 Patentes Municipales

US\$*				
	Fracción Básica	Excedente	Sobre Fracc.	Sobre Exced.
Sobre valor del Patrimonio	Desde	Hasta	Básica	%
Neto o Capital	0	10,000.00		1.0
	10,000.00	20,000.00	100.00	1.2
	20,000.00	30,000.00	220.00	1.4
	30,000.00	40,000.00	360.00	1.6
	40,000.00	50,000.00	520.00	1.8
	50,000.00	En adelante	700.00	2.0

El municipio metropolitano de Quito se basa en esta tabla para calcular los valores correspondientes a la patente municipal.

El impuesto anual no será inferior a US\$ 10.00 ni superior a US\$ 5,000.00. A los valores resultantes se añade el 10% para el servicio de bomberos.

Fuente: Municipio Metropolitano de Quito.

PATENTE MUNICIPAL

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año. (Ventanilla Única)

Base Legal: Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386

Código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001.Art. III 33 al III.

46 (R.O. N° 226 del 31 de diciembre de 1997); R.O. 234 del 29 de Dic. del 2000

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Teléfonos: Administración Zonal correspondiente

REQUISITOS:

*** Municipio Administración Eloy Alfaro**

(Alonso de Angulo y César Chiriboga esq. (segundo piso; telf. 3110801/ 09)

Dirigirse a: las ventanillas de patente del primer piso.

Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de:

- Venta de especies valoradas N° 14: \$0.20;
- RUC (original y copia)
- Cédula de Identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones)
- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año).

En el caso de negocios que se dediquen a la venta de alimentos:

Categorización (otorga este documento el departamento de control sanitario)

Si el contribuyente es artesano calificado anexar original y copia de la calificación de artesano.

Carnet de artesano calificado (original y copia).

*** Municipio Administración Zona Norte**

(Av. Amazonas 45532 y Pereira (planta baja; telf. 2254666)

Dirigirse a: Ventanillas Patente y 1.5 x 1000 planta baja

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

PATENTE PERSONAS JURÍDICAS

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia de la Cédula de ciudadanía

También se deberá tramitar:

BOMBEROS

Obligación: Pagar este permiso anualmente los propietarios de establecimientos comerciales.

Plazo: hasta 31 de marzo de cada año, establecimientos turísticos
(Ventanilla Única)

Posteriormente se tramitara el RUC:

INSCRIPCIÓN & ACTUALIZACIÓN DEL R.U.C.

PARA PERSONAS NATURALES:

- Original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Para extranjeros original y copia del pasaporte con visa vigente (excepto visa de transeúnte)
- Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono (no servipagos), máximo de tres meses atrás, del domicilio actual y del lugar en que realice la actividad económica.
- También puede presentar a falta de los anteriores: contrato legalizado de arrendamiento o pago del impuesto predial del año actual o del inmediatamente anterior.
- Pago del servicio de tv por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente máximo de tres meses atrás.

DOCUMENTOS ADICIONALES (DE ACUERDO A LA CARACTERÍSTICA DEL CONTRIBUYENTE)

PROFESIONALES: Si no consta su profesión en la cédula, copia del título Universitario otorgado por una universidad, o copia del carnet otorgado por el Respectivo colegio profesional.

Para títulos extranjeros serán válidos los emitidos por la Comunidad Andina de Naciones, el resto de títulos deben ser refrendados por el CONESUP.

OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD: Número del RUC del contador.

TRÁMITES REALIZADOS POR TERCEROS

Carta de autorización con reconocimiento de firmas ante un notario o juez (Deben constar los nombres y apellidos completos del sujeto pasivo y de la Persona que realizará el trámite, los números de cédula de identidad o Ciudadanía, firmas y rúbricas. Se presentará el original y se entregará una copia de la cédula de identidad o ciudadanía y certificado del último proceso electoral, Cuando corresponda, del sujeto pasivo y de la persona que realiza el trámite.

Pago de multa por inscripción tardía en el formulario 106-A si se pasa los 30 días hábiles de inicio de su actividad económica.

Luego se tramita el número patronal:

Inscripción Patronal

Todos los empleadores, sin excepción, están obligados a realizar la afiliación de sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labor.

El empleador debe solicitar un número patronal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social; este número servirá de identificación de la empresa, empleador doméstico o artesano autónomo para realizar la afiliación de sus empleados y demás trámites en el IESS.

Requisitos para la obtención de un Número Patronal

Solicitar un formulario para la obtención del número patronal en el IESS.

Entregar la siguiente documentación:

- Formulario que entrega el IESS con la información solicitada

Compañías Limitadas y Sociedades Anónimas:

- Copia simple de la escritura de constitución.
- Copias de los nombramientos de Presidente y Gerente debidamente inscritos en el Registro Mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.
- Copia del último pago de agua, luz o teléfono.
- Copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañía.

Después el permiso de funcionamiento sanitario:

1. PERMISO SANITARIO

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

REQUISITOS

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud de Pichincha, ubicada en la calle Mejía y García Moreno 2do. piso, lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo.
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

TASAS:

Para la concesión de permisos sanitarios, se deben cancelar las tasas fijadas en el **REGLAMENTO DE TASA POR CONTROL SANITARIO Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO** publicado en el Registro Oficial No. 58 del miércoles 9 de abril del 2003; esa es la normativa que en la actualidad es usada por el Ministerio de Salud para la recaudación de tasas.

2. CERTIFICADOS DE SALUD EMPLEADOS

Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud. Los Centros de Salud que confieren los certificados de salud de los empleados, se encuentran ubicados en la *Cuenca y Olmedo*.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

Base Legal: Código de la Salud; Reglamento de Tasas

Seguido del trámite de la afiliación a la cámara de turismo:

AFILIACIÓN CÁMARAS DE TURISMO

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

Base Legal: Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo Art. 4.- Para efectos de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

Art. 5.- Las personas determinadas en el artículo anterior, estarán en la obligación de afiliarse a la Cámara de Turismo respectiva, y al así hacerlo, no tendrán la obligación de afiliarse a ninguna otra Cámara.

Las Cámaras Provinciales procederán, de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística, notificándoles por escrito

para que, en el plazo de sesenta días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de la facultad que les concede la Ley y el presente Reglamento.

Seguido del trámite de:

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Servipagos, Administraciones Zonales) y cancelará:

- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte Anual a CAPTUR

Permiso de Bomberos.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

Un solo trámite: Con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico se acercará a las Ventanillas Únicas Turísticas que funcionan en tres sitios de Quito:

1. Corporación Metropolitana de Turismo (García Moreno 1201 y Mejía) de 09H00 a 13H30 y de 14H00 a 16H30.
2. Administración Zona Norte (Amazonas y Pereira) acercarse directamente a la ventanilla 21 de 08H00 a 14H00.
3. Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR (Patria y Amazonas, Edif. COFIEC, 3er. Piso) de 09H00 a 13H00 y de 14H00 a 18H00.

En estas Ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal.
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Permiso de Uso de Suelo,
- 4.- Copia del RUC (si hubieren cambios, el RUC actualizado)

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de aplicación a la Ley de Turismo.

También se deberá tramitar:

USO DE SUELO

Obligación: Obtener el permiso de Uso de Suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo: obtención cuando se va a instalar el establecimiento y el permiso tiene validez durante un año.

Base Legal: Ordenanza 0095, R.O. 187-S, 10-X-2003; Ordenanza 0018, RO. 311, 12-VII- 2006(para el sector la Mariscal), Ordenanza 0190, R.O. 403, 23-XI-2006.

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Teléfonos: Administración Zonal correspondiente

REQUISITOS:

Municipio Administración Eloy Alfaro

(Alonso de Angulo y César Chiriboga esq. (segundo piso; telf. 3110801/ 09)

Dirigirse a: Ing. Wilson Espinosa

- Informe de Regulación Metropolitana o Línea de Fábrica (para obtener el correspondiente informe se debe llenar el formulario correspondiente (gratuito) y adjuntar la carta del impuesto predial del año, Cédula de Identidad, Papeleta de votación. Este Informe tiene validez por dos años.
- RUC
- Copias de Cédula de Identidad del peticionario.

Solicitud dirigida al administrador (Dr. José Ignacio Bungacho).

Municipio Administración Zona Norte

(Av. Amazonas 45532 y Pereira (planta baja; telf. 2254666)

Dirigirse a: Ventanillas Uso de Suelo planta baja

- Informe de Regulación Metropolitana o Línea de Fábrica (para obtener el correspondiente informe se debe llenar el formulario correspondiente (gratuito) y adjuntar la carta del impuesto predial del año, Cédula de Identidad, Papeleta de votación. Este Informe tiene validez por dos años.
- Solicitud dirigida al Arq. Gustavo Fierro.

Municipio Administración La Mariscal

(Av. Amazonas Edificio Banco del Pacífico tercer piso)

Dirigirse a: Arq. Mario Peñafiel (previo a la obtención del Uso de Suelo los propietarios de bares deben hablar con el Arq. Peñafiel).

- Informe de Regulación Metropolitana o Línea de Fábrica (para obtener el correspondiente informe se debe comprar el formulario en ventanilla (\$2,00); y adjuntar la carta del impuesto predial del año, copias de la Cédula de Identidad, Papeleta de votación de la persona que presenta el trámite. Este Informe tiene validez por dos años.
- Copia de cédula de ciudadanía actualizada.
- Copia de papeleta de votación actualizada o exención del propietario.
- Carta de representación (para Empresas)
- Pago del Impuesto Predial (DEL AÑO EN CURSO)
- Solicitud dirigida al Arq. Gustavo Fierro.

Municipio Administración La Delicia

(Av. De la Prensa N66-101 y R. Chiriboga)

Dirigirse a: Ing. Luis Gallo (8am)

- Línea de Fábrica
- Formulario
- Impuesto Predial 2006
- Copia de la Cédula de Identidad del peticionario
- Copia de la Papeleta de Votación

Municipio Administración Zona Centro

(Mejía y Venezuela esq. Primer piso (temporalmente))

Dirigirse a: Santiago Ribadeneira, Ventanilla 1 de Uso de Suelo y Publicidad

Teléfono: 2584-661

- Formulario de solicitud.
- Patente del año en curso o RUC.
- Croquis de ubicación.
- Informe de Regulación Metropolitana (comprar el formulario en ventanilla 15 de recaudaciones, entregar el mismo, la copia de la carta de pago del impuesto predial del año y se emite el IRM en un lapso de 3 días laborables).

ORDENANZA DE USO DE SUELO

Se encuentra publicado en el Registro Oficial No. 403, del **23 de noviembre del 2006**, la **Ordenanza No. 0190 que modifica el contenido de Usos específicos en Suelo Comercial y de Servicios del Código Municipal sustituida por la Ordenanza Metropolitana No. 095, que contiene el NUEVO RÉGIMEN DEL SUELO**; a través de la cual se definen a los centros de diversión como los establecimientos correspondientes a usos destinados a actividades lúdicas y espectáculos que se desarrollan principalmente por la noche, generan concentraciones públicas y por su naturaleza generan medianos y altos impactos urbanos por la alta demanda de áreas para estacionamiento, accesibilidad y provisión de transporte, de instalaciones y servicios especiales, y en especial por la inseguridad generada en algunos sectores.

El cumplimiento de las disposiciones de esta ordenanza es de carácter **obligatorio** e inmediato para todos los centros de diversión CZ1 a partir de la fecha de su vigencia, con excepción de los CZ1-B que hayan iniciado el trámite o que ya hayan obtenido el informe de compatibilidad de uso de suelo hasta la fecha de vigencia de la presente ordenanza, para los que serán obligatorias a partir del 1 de enero del 2007.

Los centros de diversión correspondientes a la tipología de Comercio Zonal CZ1 se clasifican en:

*** Comercio Zonal CZ1-A a los siguientes:**

Bares, bar-restaurante, billares con venta de licor, cantinas, video bares, karaokes, pool-bares, discotecas, peñas.

NOTA: * Ningún establecimiento de centro de diversión que corresponda a esta clasificación, **CZ1-A** podrá ubicarse a menos de **200 METROS** de distancia de equipamientos de servicios sociales de educación y de salud de ciudad o metropolitano.

*** Comercio Zonal CZ1-B a los siguientes:**

Cafés-concierto, salones de banquetes y recepciones, salas de proyección para adultos, casinos, juegos electrónicos y mecánicos con apuestas o premios en dinero.

NOTA:

Los establecimientos de centros de diversión que correspondan a Comercio Zonal **CZ1-B** no podrán ubicarse a menos de **100 METROS** de distancia de esos equipamientos de servicios sociales de educación y de salud de ciudad o metropolitano, de conformidad a la clasificación de equipamientos del Cuadro

respectivo de la Ordenanza Metropolitana que contiene el Plan de Uso y Ocupación del Suelo (PUOS).

- Se exceptúan de esta disposición los establecimientos correspondientes a Comercio Zonal CZ1 que formen parte o funcionen integrados a *hoteles* calificados por la Corporación Metropolitana de Turismo, y que cuenten con la Licencia Única Anual de Funcionamiento (*LUAF*).

Por otro lado, los establecimientos de centros de diversión que corresponden a Comercio Zonal CZ1-A y CZ1-B existentes, que se encuentren funcionando actualmente en edificaciones que:

Cuenten con permiso o licencia de construcción para el uso propuesto; o, que hayan obtenido anualmente el informe favorable de compatibilidad de uso de suelo para el uso propuesto, desde la vigencia de la Ordenanza 095 hasta la presente fecha; o, que cuenten con la Licencia Única Anual de Funcionamiento (*LUAF*) otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.

DISTANCIA

La distancia establecida se medirá desde los linderos más próximos de los predios en los cuales se ubiquen el centro de diversión y alguno de los equipamientos detallados, respectivamente.

* Las normas enunciadas de distancias NO son aplicables a los centros de diversión Comercio Zonal CZ1 existentes o nuevos que se implanten en las áreas de uso de suelo principal R3 – Residencial, definidas por la Ordenanza Especial de Zonificación 018, que aprueba la regularización vial, los usos de suelo y la asignación de ocupación del suelo y edificabilidad para el sector *La Mariscal*.

* De conformidad a las compatibilidades de uso de suelo establecidas en el Plan de Uso y ocupación del Suelo (PUOS), la ubicación de establecimientos

de centros de diversión correspondientes a Comercio Zonal CZ1-A será prohibida en los usos de suelo principales residenciales R1 y R2 y, será condicionada en los usos de suelo principales Residencial R3 y Múltiple RM.

REQUISITOS:

INFORME DE COMPATIBILIDAD DE USO DE SUELO

Según esta Ordenanza, para la obtención del informe de compatibilidad de uso de suelo en la Administración Zonal respectiva se requerirán los siguientes documentos:

- Solicitud al Señor Administrador Zonal.
- Informe de Regulación Metropolitana (IRM) vigente.

* En el caso de los usos permitidos, el informe favorable de compatibilidad de uso de suelo tendrá validez durante el tiempo de vigencia del PUOS.

* En el caso de los usos condicionados, el informe de compatibilidad tendrá el carácter de preliminar, y para la emisión de informes favorables de compatibilidad de uso condicionado, se aplicará lo siguiente:

INFORMES FAVORABLES DE COMPATIBILIDAD DE USO CONDICIONADO

La obtención de informes favorables de compatibilidad de uso condicionado en la Administración Zonal respectiva, para establecimientos en edificación existente o en edificación nueva en un lote, área o sector de la ciudad y del Distrito Metropolitano de Quito, deberá realizarse anualmente y requerirá obligatoriamente para su informe los siguientes documentos:

- Levantamiento arquitectónico de la situación actual; y/o, acta de registro de planos arquitectónicos para el uso propuesto.

- Informe favorable del Cuerpo Metropolitano de Bomberos.
- Informe favorable de condiciones de salubridad del establecimiento;
- Certificado de calificación ambiental favorable.
- Para el caso de propuestas en predios declarados en el régimen de propiedad horizontal, la autorización del 100% de los copropietarios”.

* El informe favorable de compatibilidad de uso de suelo será el requisito previo a la obtención de la **licencia única de funcionamiento** otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.

* En el caso de centros de diversión CZ1-A con capacidad menor a 50 usuarios, que se ubiquen actualmente en edificaciones existentes, para el registro de planos arquitectónicos se exigirán los estacionamientos que sean técnicamente factibles.

Aparte también se debe tramitar:

RÓTULOS Y PUBLICIDAD EXTERIOR

Sirve para colocar mensajes publicitarios (rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada.

Obligación: Pagar el permiso por la instalación de rótulos o cualquier medio de publicidad al Municipio correspondiente, es una autorización para instalar medios de publicidad exterior en espacios privados, públicos y de servicios generales.

Plazo: obtención una vez instalado el rótulo y la licencia tiene validez durante **UN AÑO**.

Base Legal: Ordenanza 0186, R.O. 401 del 21 de noviembre del 2006.

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Teléfonos: Administración Zonal correspondiente

PUBLICIDAD EXTERIOR

Se encuentra publicado en el Registro Oficial No. 401 del 21 de noviembre del 2006, la Ordenanza Metropolitana No. 0186 que sustituye el Capítulo I “**De la publicidad exterior**”, del Título III “**De los rótulos y carteles**” del Libro Segundo del Código Municipal, que fue anteriormente sustituido por la Ordenanza Metropolitana No. 096.

En esta Ordenanza se conceptualiza a la publicidad exterior como la actividad de divulgar, difundir y/o promocionar: marcas, productos, bienes, y/o servicios: comerciales, mercantiles o industriales; actividades profesionales; derechos; obligaciones; expresiones religiosas; denominaciones de organizaciones sociales y culturales, instituciones públicas, privadas, gubernamentales nacionales e internacionales, instalados en espacios privado, público y/o de servicio general, así como en los medios de transporte que circulan en el Distrito Metropolitano de Quito, cuando se colocan en cualquier cuerpo externo o en las edificaciones para el aprovechamiento y/o explotación de su visibilidad, apreciación o lectura desde el espacio público, a través de los distintos medios.

Se incluyen en esta definición la publicidad de marcas que auspicien la instalación de medios de mobiliario urbano, señalización de tránsito, información turística e información ciudadana en general.

* La publicidad exterior puede realizarse a través de los siguientes medios:

PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA: La que se realiza mediante carteles o pancartas, letreros electrónicos, lonas, murales, paletas, pantallas, rótulos, traslúcidos, tótems, vallas y en general todo tipo de anuncios publicitarios que

se implanten de manera temporal o permanente en espacios privados, públicos o de servicio general.

PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL: La que se realiza mediante elementos publicitarios instalados en medios de transporte tales como vehículos terrestres, aviones, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente. En los medios de transporte terrestre, pueden realizarse a través de pintura, paneles y materiales o elementos adheridos a la carrocería.

* La señalización informativa turística, se sujetará a la ubicación, diseño, dimensiones y alturas aprobadas en el informe técnico emitido por la Empresa Metropolitana de Servicios y Administración del Transporte EMSAT, de acuerdo al Manual de Señalización vigente y los que posteriormente se aprueben por los organismos competentes. Esta deberá ser autorizada por el Comité Metropolitano de Publicidad y la licencia extendida por la Administración Zonal.

Se deberá pagar:

IMPUESTO PREDIAL

Obligación: Pagar este impuesto anualmente los propietarios de inmuebles.

Plazo: de enero a junio hay una rebaja del 10% vencido este plazo hay un recarga del 2% hasta diciembre.

Base Legal: Ley de Régimen Municipal

Dirección: Administración Zonal correspondiente

Teléfonos: Administración Zonal correspondiente

Junto al impuesto predial se paga:

- La tasa de seguridad ciudadana.
- El impuesto para el Cuerpo de Bomberos.
- Una contribución para el sistema de alcantarillado y agua potable y por mejoras que se hayan realizado en los barrios.

* Los contribuyentes NO podrán acercarse a la oficina que funcionaba en la planta baja del Palacio Municipal, pero se habilitaron 775 ventanillas en los bancos Pacífico, Pichincha, Produbanco, Bolivariano, Machala, Guayaquil, Internacional, las agencias de Servipagos y en las ventanillas de recaudaciones de las ocho Administraciones Zonales.

- **NORTE:** Amazonas 4235 y Pereira.
- **CENTRO:** Venezuela y Espejo esq.
- **ELOY ALFARO:** Alonso de Angulo y Cap. Chiriboga
- **LA DELICIA:** De la Prensa N66-101 y Ramón
- **TUMBACO:** Juan Montalvo e Interoceánica.
- **VALLE DE LOS CHILLOS:** Ilaló entre Pastaza y vía al Tingo.
- **QUITUMBE:** Quitumbe N-268 y Cóndor.
- **CALDERÓN:** Capitán Giovanni Calles y Luis Vaccari.

El horario de atención es de 08H00 a 18H00 ininterrumpidamente Para mayor información sobre el impuesto predial, consulte la página web del Municipio.⁶

⁶ INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL. www.quito.gov.ec.

5.1.2 Presupuesto de Maquinaria y Equipos de Trabajo

Tabla N° 5.3 Sistemas

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Todo hogar	Contestadora pana	3	\$146.99	\$440.97
Todo hogar	Impresora hp	2	\$97.99	\$195.98
Todo hogar	Computadora hp	2	\$869.99	\$1739.98
Todo hogar	Caja registradora	2	\$150.00	\$300.00
Todo hogar	Software Camila	1	\$750.00	\$750.00
Todo hogar	Sistema audio	3	\$120.00	\$360.00

Total: \$3786.93

Fuente: La autora

Tabla N° 5.4 Equipo de trabajo

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Termalimex	Freidora	1	\$304.56	\$304.56
Termalimex	Horno microondas	2	\$489.82	\$979.64
Termalimex	Batidora amasadora	1	\$1323.00	\$1323.00
Termalimex	Horno de convección	1	\$902.01	\$902.01
Termalimex	Refrigeradora industrial	1	\$2549.24	\$2549.24
Termalimex	Cocina industrial	2	\$2272.32	\$4544.64
Termalimex	Plancha freidora	2	\$995.13	\$1990.26
Termalimex	Mesón acero	3	\$323.19	\$969.57
Termalimex	Empacadora al vacío	1	\$3318.54	\$3318.54
Termalimex	Licuadora	3	\$144.72	\$434.16
Termalimex	Cafetera eléctrica	1	\$510.98	\$510.98
Termalimex	Dispensador refrigerado de agua	1	\$1255.00	\$1255.00
Termalimex		total		\$19081.60

Total: \$19081.60

Fuente: La autora

Tabla N° 5.5 Batería de Cocina

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Termalimex	Tazón 20 QT	10	\$14.21	\$142.10
Termalimex	Tazón 8QT	10	\$4.36	\$43.60
Termalimex	Tazón 5QT	10	\$3.36	\$33.60
Termalimex	Tazón 3 QT	10	\$2.99	\$29.90
Termalimex	Tazón 1.5 QT	10	\$1.81	\$18.10
Termalimex	Cacerola 24.5 Lts	5	\$106.69	\$533.45
Termalimex	Colador chino 30.5 cm	5	\$30.53	\$152.65
Termalimex	Cacerola 3.5 QT	10	\$35.00	\$350.00
Termalimex	Olla 24 Lts	5	\$127.00	\$635.00
termalimex	Espumadera	10	\$4.00	\$40.00
Termalimex	Batidor francés	10	\$12.70	\$127.00
	Pinza	10	\$2.00	\$20.00
Termalimex	Porcionador de helados	5	\$4.08	\$20.40
Termalimex	Cuchara 39.97 cm	10	\$13.49	\$134.90
PYCCA	Tamalera 24cm	5	\$16.99	\$84.95
PYCCA	Bandeja de metal 50cm	10	\$11.99	\$119.90
PYCCA	Espátula pastelera	10	\$4.00	\$40.00
PYCCA	Trinche	10	\$1.52	\$15.20
PYCCA	Molde para tortas pcs	10	\$10.03	\$100.30
PYCCA	Olla tamalera 32 lts	5	\$56.80	\$284.00
	Total			\$2925.05

Total: \$ 2925.05

Fuente: La autora

Tabla N° 5.6 Vajilla

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Todo hogar	Jarro liso	10	\$0.95	\$9.50
Todo hogar	Plato tendido blanco corning	100	\$7.12	\$71.20
Todo hogar	Plato de sopa corning	100	\$7.12	\$71.12
Todo hogar	Plato ensalada corning	100	\$6.48	\$64.80
Todo hogar	Plato taza corning	50	\$4.46	\$22.30
Todo hogar	Plato postre 19 cm	100	\$1.96	\$19.60
Todo hogar	Taza café corning	50	\$1.96	\$19.60
Todo hogar	Dispensador sal-pimienta	10	\$1.76	\$17.60
Todo hogar	Azucarera	100	\$2.29	\$22.90
Todo hogar	Taza	50	\$2.00	\$100.00
Todo hogar	Total			\$418.62

Total: \$ 418.62

Fuente: La autora

Tabla N° 5.7 Cubertería

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Todo hogar	Tenedor trincherero	100	\$0.32	\$32.00
Todo hogar	Tenedor de postre	100	\$0.32	\$32.00
Todo hogar	Cuchara sopera	100	\$0.32	\$32.00
Todo hogar	Cuchara de postre	100	\$0.60	\$60.00
Todo hogar	Cuchillo trincherero	100	\$0.65	\$65.00
Todo hogar	Cuchillo de pan	100	\$1.00	\$100.00
Todo hogar	Cuchara de helado	100	\$1.96	\$19.60
Todo hogar	Total			\$340.60

Total: \$340.60

Fuente: La autora

Tabla N° 5.8 Cristalería

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Todo hogar	Vaso high ball	100	\$1.02	\$102.00
Todo hogar	Copa de agua	100	\$3.50	\$350.00
Todo hogar	Copa de vino blanco	100	\$3.34	\$334.00
Todo hogar	Copa de vino tinto	100	\$3.50	\$350.00
Todo hogar	Copa martini	10	\$3.10	\$310.00
Todo hogar	Cenicero	100	\$0.47	\$47.00
Todo hogar	Copa flauta	100	\$1.00	\$10.00
Todo hogar	Copa vino tinto	100	\$2.10	\$21.10
Todo hogar	Porta vela	100	\$0.69	\$69.00
	Total			\$1572.00

Total: \$1572.00

Fuente: La autora

Tabla N° 5.9 Lencería

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Todo hogar	Mantel redondo	20	\$31.27	\$625.40
Todo hogar	Sobre mantel	20	\$7.03	\$170.60
Todo hogar	Servilletas	200	\$4.00	\$800.00

Total: \$1596.00

Fuente: La autora

Tabla N° 5.10 Muebles

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Todo hogar	Mesa redonda	20	\$250.00	\$5000.00
Diseña hogar	Bar	2	\$325.00	\$650.00
Todo hogar	Sala de recepción	3	\$450.00	\$1350.00
Antigüedades "Viejo Roble"	Muebles varios y decoraciones antiguas		\$10.000	\$10.000
Todo hogar	Sillas	80	\$45.03	\$3.600
Diseña hogar	Caunter	4	\$350.00	\$700.00

Total: \$21.300

Fuente: La autora

Tabla N° 5.11 Limpieza y Mantenimiento

Proveedor	Nombre	Cantidad	Precio	Precio total
Megamaxi	Escoba	10	\$2.96	\$29.60
Megamaxi	Atomizador	20	\$1.25	\$25.00
Megamaxi	Basurero	10	\$100.00	\$1000.00
Megamaxi	Limpiones	100	\$0.25	\$25.00
Megamaxi	Trapeador	10	\$2.50	\$25.00
Megamaxi	Esponjas	100	\$0.60	\$60.00
Megamaxi	Recogedor	10	\$1.50	\$15.00

Total: \$1179.60

Fuente: La autora

Tabla N° 5.12 Total de gasto de inversión

Sistemas	\$3786.93
Equipo de trabajo Total	\$19081.60
Batería de cocina	\$ 2925.05
Vajilla	\$ 418.62
Cubertería	\$340.60
Cristalería	\$1572.00
Lencería	\$1596.00
Limpieza	\$1179.60
Muebles	\$ 21.300.00
Total	\$52. 200.40

Fuente: La autora

5.1.3 Presupuesto de Mercadeo

La publicidad del restaurante-museo *“La Hueca Quiteña”* será por medio de las redes sociales como facebook y tweeter, también vamos a hacer uso de paginas web como restaurantes.com, en esta se recomienda establecimientos gastronómicos. También vamos a usar los servicios de Get&go, banners, hojas volantes, publicidad en revistas y por supuesto vamos a crear nuestra propia pagina web.

Tabla N° 5.13 Costos de marketing y publicidad

Facebook	\$000
Get&go	\$224.00
Banner	\$140.00
Pagina web	\$800.00
Total	\$1.164

Fuente: La autora

5.1.4 Presupuesto de Rol de Pagos

Se pagara el sueldo quincenalmente y semanalmente se pagara el 10% del total de la utilidad neta dividido para el número de empleados.

Las horas extras se pagarán de acuerdo al número que sean (\$1.70 por hora), adicionales al sueldo y 10% de servicio.

Se harán los pagos de los sueldos teniendo en cuenta que el sueldo básico es \$292.00.

Tabla N° 5.14 Rol de Pagos

Descripción	No.	SALARIO										
		SUELDO MENSUAL	HORAS EXTRAS	SALARIO	SALARIO ANUAL	APORTE AL IESS EMPLEADOR	APORTE AL IESS EMPLEADO	PAGO ANUAL	SUELDO 13	SUELDO 14	PAGO ANUAL SALARIOS	SUELDO PROMEDIO
Administradora	1	620	0	620	7440	56	68	670	620	292	9022	752
Cajero/a	1	292	0	292	3504	26	32	315	292	293	4404	367
Cajero/a	1	292	0	292	3504	26	32	315	292	294	4405	367
Chef	1	520	0	520	6240	47	57	562	520	295	7617	635
Ayudante de cocina	1	292	0	292	3504	26	32	315	292	296	4407	367
Mesero/a	10	292	0	292	3504	26	32	315	292	297	4408	367
Limpieza	1	292	0	292	3504	26	32	315	292	298	4409	367
Seguridad	1	292	0	292	3504	26	32	315	292	299	4410	368
Hostes	1	292	0	292	3504	26	32	315	292	300	4411	368
Guía	1	292	0	292	3504	26	32	315	292	301	4412	368
											51907	4326

Fuente: La autora

5.1.5 Presupuesto de Venta Mensual y Anual

Tabla N° 5.15 Presupuesto de venta mes de marzo del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	300	1365
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	265	795
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	200	740
Seco de pollo 300 gr	5,25	250	1312,5
Fritada de 350 gr	7,98	250	1995
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	200	700
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300
		total de ventas	12757,5

Fuente: La autora

Tabla N° 5.16 Presupuesto de venta del mes de abril del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	300	1365
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	265	795
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	200	740
Seco de pollo 300 gr	5,25	250	1312,5
Fritada de 350 gr	7,98	250	1995
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	200	700
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300
		total de ventas	12757,5

Fuente: La autora

Tabla N° 5.17 Presupuesto de venta del mes de mayo del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	250	1137,5
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	265	795
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	200	740
Seco de pollo 300 gr	5,25	250	1312,5
Fritada de 350 gr	7,98	250	1995
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	200	700
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300
		total de ventas	12530

Fuente: La autora

Tabla N° 5.18 Presupuesto de venta del mes de junio del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	250	1137,5
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	300	900
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	200	740
Seco de pollo 300 gr	5,25	300	1575
Fritada de 350 gr	7,98	300	2394
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300
		total de ventas	13471,5

Fuente: La autora

Tabla N° 5.19 Presupuesto de ventas del mes de julio del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	250	1137,5
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	300	900
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	200	740
Seco de pollo 300 gr	5,25	300	1575
Fritada de 350 gr	7,98	300	2394
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300

Fuente: La autora

Tabla N° 5.20 Presupuesto de ventas del mes de agosto del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharron 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	250	1137,5
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	300	900
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	200	740
Seco de pollo 300 gr	5,25	300	1575
Fritada de 350 gr	7,98	300	2394
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300
		total de ventas	13471,5

Fuente: La autora

Tabla N° 5.21 Presupuesto de ventas del mes de septiembre del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	150	750
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	250	1137,5
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	150	450
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	100	370
Seco de pollo 300 gr	5,25	300	1575
Fritada de 350 gr	7,98	300	2394
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300

Fuente: La autora

Tabla N° 5.22 Presupuesto de ventas para el mes de octubre del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	100	500
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	120	546
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	150	450
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	100	370
Seco de pollo 300 gr	5,25	300	1575
Fritada de 350 gr	7,98	300	2394
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300
		total de ventas	11560

Fuente: La autora

Tabla N° 5.23 Presupuesto de ventas para el mes de noviembre del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	100	500
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	120	546
Cevichocho de 240 gr.	3,15	250	787,5
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	150	450
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	200	500
Locro 220 gr	2,55	250	637,5
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	100	370
Seco de pollo 300 gr	5,25	300	1575
Fritada de 350 gr	7,98	300	2394
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	250	375
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	300	600
Canelazo	1,5	300	450
Chocolate espumoso quiteño	2	150	300
		total de ventas	11560

Fuente: La autora

Tabla N° 5.24 Presupuesto de ventas para el mes de diciembre del 2012

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	400	2000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	400	1820
Cevichocho de 240 gr.	3,15	300	945
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	450	1350
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	500	1250
Locro 220 gr	2,55	300	765
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	300	1110
Seco de pollo 300 gr	5,25	400	2100
Fritada de 350 gr	7,98	500	3990
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	500	1750
Arroz con leche 240 gr	1,5	400	600
Prístinos 2unidades 120 gr	4	300	1200
Bebidas			
Rosero quiteño	2	500	1000
Canelazo	1,5	500	750
Chocolate espumoso quiteño	2	500	1000
		total de ventas	21630

Fuente: La autora

Tabla N° 5.25 Presupuesto de ventas para el mes de enero del 2013

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	200	910
Cevichocho de 240 gr.	3,15	300	945
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	250	750
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	250	625
Locro 220 gr	2,55	300	765
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	150	555
Seco de pollo 300 gr	5,25	200	1050
Fritada de 350 gr	7,98	200	1596
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	200	300
Pristiños 2unidades 120 gr	4	150	600
Bebidas			
Rosero quiteño	2	250	500
Canelazo	1,5	250	375
Chocolate espumoso quiteño	2	250	500
		total de ventas	11346

Fuente: La autora

Tabla N° 5.26 Presupuesto de ventas para el mes de febrero del 2013

Nombre del plato	PVP	Cant. Vendida	Total
Entradas			
Mote con chicharrón 135 gr.	5	200	1000
Empanada de viento 3 de 45 gr.	4,55	200	910
Cevichocho de 240 gr.	3,15	300	945
Sopas			
Sopa de quinua 336 gr	3	250	750
Sancocho Quiteño 350 gr	2,5	250	625
Locro 220 gr	2,55	300	765
Platos principales			
Papas con cuero de 240 gr	3,7	150	555
Seco de pollo 300 gr	5,25	200	1050
Fritada de 350 gr	7,98	200	1596
Postres			
Dulce de babaco 200 gr	3,5	250	875
Arroz con leche 240 gr	1,5	200	300
Pristinos 2unidades 120 gr	4	150	600
Bebidas			
Rosero quiteño	2	250	500
Canelazo	1,5	250	375
Chocolate espumoso quiteño	2	250	500
		total de ventas	11346

Fuente: La autora

5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del Punto de Equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

La fórmula matemática aplicada en el estudio para determinar el punto de equilibrio es la siguiente:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left[\frac{CV}{P \times Q} \right]}$$

Donde:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

P = Precio

Q = Cantidad.⁷

Conclusión sobre el punto de equilibrio del museo-restaurante “*La Hueca Quiteña*”:

Para que exista un punto de equilibrio en el museo- restaurante “*La Hueca Quiteña*” se deben hacer ventas superiores a \$11.346 mensuales para que se genere un margen de utilidad y se cumplan con todos los gastos fijos. Todo esto se debe hacer prestando atención a los gastos de todo tipo y a los ingresos de manera que se pueda apreciar un punto de equilibrio.

⁷ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Pág. 180.

Tabla N° 5.27 Presupuesto de Ventas Mensuales de marzo del 2012 a febrero del 2013

Columna1	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Ventas	12757,5	12757,5	12530	13471,5	13471,5	13471,5	12401,5	11560	11560	21630	11346	11346

Fuente: La autora

Tabla N° 5.28 Proyección de Gastos Mensuales de de marzo del 2012 a febrero del 2013

Columna1	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Gastos de inversión	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3
Marketing y publicidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldos	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325	4,325
Materia prima	2	2	2,2	2,525	2,525	2,654	3,123	3,123	3,564	4,562	2	2
Agua, luz, teléfono e internet	452	452	452	452	452	452	452	452	452	452	452	452
TOTAL	463,625	463,625	463,825	464,15	464,15	464,279	464,748	464,748	465,189	466,187	463,625	463,625

Fuente: La autora

Tabla N° 5.29 Proyección de Utilidad de marzo del 2012 a febrero del 2013

Columna1	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Presupuesto de venta	12757,5	12757,5	12530	13471,5	13471,5	13471,5	12401,5	11560	11560	21630	11346	11346
Presupuesto de gastos	462,62	463,62	463,82	464,15	464,15	464,27	464,74	464,74	465,189	466,187	463,62	463,62
Utilidad	12294,88	12293,88	12067	13007,4	13007,4	13007,23	11936,76	11560	11094,81	21163,81	10882,38	10882,38

Fuente: La autora

CAPITULO VI

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Hemos desarrollado un Museo-Restaurant con una idea completamente diferente creando un lugar de interés histórico, con recuerdos de antaño, con novedades de nuestra ciudad que no conocíamos y a la vez divertido ya que contaremos historias pintorescas y supersticiones de nuestra ciudad en un ambiente cómodo y alegre, ofreciendo lo mejor de la comida típica quiteña con una presentación gourmet impecable con la mejor calidad y una atención al cliente esmerada. De esta manera se ha satisfecho las expectativas de nuestros clientes, hemos aumentado la clientela y el Restaurant- Museo *“La Hueca Quiteña”* se ha convertido un sitio de visita obligada del turista tanto nacional como extranjero.
- Siguiendo el lineamiento de la Comida Típica Quiteña cada seis meses haremos una nueva carta con la idea de dar a nuestros clientes frecuentes variedad y también creando nuevas presentaciones en nuestros platos habituales.
- Siempre estamos pendientes de dar la mejor atención al cliente, manteniendo un equipo de trabajo especializado en las diferentes ramas del Restaurant-Museo como son guías del museo, personal de panadería-pastelería, personal de cocina, personal de atención al cliente, personal de servicio, manteniendo un buen ambiente de trabajo.
- Hemos rescatado la hermosa historia de la gastronomía quiteña para ratificar con hechos sucedidos en el pasado que la Comida Típica Quiteña es un Patrimonio Intangible de nuestra ciudad. La misma que es el

deleite tanto de nacionales como de extranjeros con las recetas que han pasado de generación en generación.

- Ayudados con los mejores equipos de cocina moderna, producimos los mejores platos de la cocina quiteña, tratando de conservar el sabor de los platos de antaño utilizando los ingredientes de nuestra tierra, tratando de implementar siempre los mejores métodos de producción, no se utiliza perseverantes ni colorantes artificiales en los alimentos, también se utiliza alimentos orgánicos esto quiere decir sin pesticidas. Para disminuir gastos así como también mejorar la productividad. Llevamos un inventario diario de esta manera mantenemos bajo control los consumos diarios del Museo-Restaurant, así como también controlamos minuciosamente todos los ingresos y los egresos mensuales del Restaurant, se hacen pagos a proveedores todos los días viernes previa confirmación telefónica.
- El Museo-Restaurant cuenta con una página web www.lahuecaquiteña.com.ec, es una página que cuenta con información interactiva sobre el Museo-Restaurant "*La Hueca Quiteña*" cuenta con algunas opciones que son Historia, Las Fiestas Quiteñas, Recetas, Historias Pintorescas que está basado en el Libro de la Hueca Quiteña así como también Servicios en el que contamos con Museo, Restaurant con opción para reservaciones, Panadería y Pastelería Quiteña y Almacén de Regalos. Hemos hecho convenios con algunas agencias de Viajes para que se entregue nuestro tríptico tanto a turistas nacionales como extranjeros convirtiendo al Museo-Restaurant en uno de los sitio de visita imprescindible al conocer la ciudad de Quito.
- Hemos hecho los esfuerzos necesarios para que el Museo-Restaurant "*La Hueca Quiteña*" siempre cumpla con los requerimientos con el medio ambiente.

En producción no se consume combustibles fósiles, usamos solamente energía eléctrica bajo el concepto de que nuestro país a futuro tendrá una matriz energética basada en la producción hidroeléctrica. Producimos agua caliente con energía solar, todos los residuos orgánicos se procesan para producir abonos, todos los residuos como envases plásticos, cajones, cajas de cartón, etc. Se enviarán a una compañía de reciclaje. El lavado de toda la lencería se realizará con agua caliente resultante de la energía solar y los detergentes utilizados serán Bio-degradables.

6.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda siempre realizar un estudio de mercado antes de poner en marcha la empresa, ya que de esta manera se evitara que la empresa quiebre o tenga algún problema en el mercado.

Siempre se debe estar a la vanguardia de las nuevas capacitaciones para que nuestro personal sea siempre el mejor y esto sea un distintivo de nuestra competencia y esto será una variable de fidealización que marcara una gran diferencia en dicha empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- ARMENDÁRIZ, Mauricio, La Cocina del Ecuador, Recetas Tradicionales de mi país, La Imprenta, Quito, 2011.
- PAZOS. BARRERA, Julio, El sabor de la memoria historia de la cocina quiteña, Quito: FONSAL 2008.
- PÉREZ PIMENTEL, Rodolfo, Ecuador Profundo, Tomos I, II, III, IV
- SÁNCHEZ CUVI, María, Quito Casa Adentro narrado por Mujeres, Fosal, Ecuador, 2009.
- SANZ, Juan Pablo, Manual de la Cocinera, Método Compendioso para Trinchar y servir bien una mesa, Imprenta Valencia, Quito, 1882.
- SEBESS. S, Maussi, El restaurante, Marco Julio Pallares Editor, Callao, Buenos Aires.
- SUÁREZ. S, Melina, Enseñanza de Cocina Ecuatoriana Internacional y Medicina Natural Casera, Jorge Estévez Vaca Editor, Socio del Circulo de Prensa del Ecuador, Quito-Ecuador.

Páginas Web:

- [www. historia de la gastronomía.com](http://www.historia.de.la.gastronomia.com)
- www.alimentacion-sana.org
- www.bancocentral.gob.ec
- www.ElComercio.com
- www.iess.gov.ec
- www.inec.gob.ec
- www.investigaciondemercados.com
- www.ministeriodeturismo.gob.ec
- www.monografias.com

- www.objetivosdeprecios.com
- www.plandemarketing.com
- www.quito.gov.ec

ANEXOS



INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI
FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

1	Nº. de Solicitud	2	Fecha de Presentación
3	Denominación del Signo		
4	Naturaleza del signo	5	Tipo de signo
Denominativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Producto	<input type="checkbox"/>
Figurativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Servicios	<input type="checkbox"/>
Mixto	<input type="checkbox"/>	Nombre Comercial	<input type="checkbox"/>
Tridimensional	<input type="checkbox"/>	Lema Comercial	<input type="checkbox"/>
Sonoro	<input type="checkbox"/>	Índica Geog/denominación origen	<input type="checkbox"/>
Olfativo	<input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva	<input type="checkbox"/>
Táctil	<input type="checkbox"/>	Marca Colectiva	<input type="checkbox"/>
		Marca de Certificación	<input type="checkbox"/>
		Rótulo Enseña	<input type="checkbox"/>
6	Identificación del(os) solicitante(s)		
Nombre(s):			
Dirección:			
Ciudad:		E-mail:	
Teléfonos:		Fax:	
Nacionalidad del Signo:			
Nacionalidad del Solicitante:			
7	Quien(es) actúa(n) a través de		
Representante	<input type="checkbox"/>	O	Apoderado <input type="checkbox"/>
Nombre:			
Dirección:			
Teléfono:		E-mail:	
Registro de poder Nº:		Fax:	
8	Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)		
Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente Nº.			
9	E espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)		10
		Descripción clara y completa del signo	
*Clasificación del elemento figurativo			

11 Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades				
12 Clasificación Internacional N°.				
13 Signo que acompaña al lema comercial				
Denominación				
Registro N°	Año	h	Vigente hasta	
Solicitud N°	Fecha y Año			
Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comercial				
14 Prioridad				
Solicitud N°:	Fecha:	/ /	País:	
15 Abogado patrocinador				
Nombre:				
Casillero IEPI:	Quito	Guayaquil	Cuenca	Casillero Judicial en Quito:
16 Anexos				
<input type="checkbox"/> Comprobante pago tasa N° _____ <input type="checkbox"/> 6 etiquetas en papel adhesivo 5x5 c. m. <input type="checkbox"/> Copia cédula ciudadanía para personas naturales <input type="checkbox"/> Copia de la primera solicitud si se reivindica prioridad <input type="checkbox"/> Poder <input type="checkbox"/> Nombramiento de representante legal <input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas) <input type="checkbox"/> Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Reseña de calidades, reputación y características de los productos (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Documento en el que se demuestre el legítimo interés, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Copia de estatutos de solicitante, (marcas colectivas, certificación, indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Lista de integrantes, (marcas colectivas o de certificación)				
17 _____ Firma Solicitante (s)		18 _____ Abogado patrocinador Matrícula: _____ E-mail: _____		

Los campos en los que se usen fechas, deberán especificarse en dd/mm/aaaa

Formato único, PROHIBIDA SU ALTERACIÓN O MODIFICACIÓN

En caso de alterarse o modificarse este FORMATO, no se aceptará a trámite la solicitud



IE. 6265391 \$ B 20

DEPOSITO EN EFECTIVO

SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 <p>República del Ecuador Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual -IEPI- Dirección de Documentación y Estadística</p>  <p>INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</p>	<p>* Fe de presentación</p> <p>Solicitud N°:</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

Yo, Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:

Solicitante: _____	
Abogado patrocinador: _____	Matrícula N°: _____

Tipo de signo			
Marca de fábrica	[]	Marca de servicios	<input checked="" type="checkbox"/>
Nombre Comercial	[]	Lema Comercial	[]

Registrada <input checked="" type="checkbox"/>	En trámite de registro <input checked="" type="checkbox"/>
Clase Internacional N°: _____ y sus clases relacionadas según el caso	

Denominación: _____

<p>Documentos anexos:</p> <p>[] Comprobantes pago N°:</p> <p>Otro sí:</p>	<p>_____</p> <p>Firma solicitante</p> <p>_____</p> <p>Firma abogado patrocinador</p> <p>Casillero IEPI : _____</p> <p>Casillero judicial : _____</p> <p>Estudio jurídico : _____</p> <p>Teléfonos : _____</p> <p>Correo electrónico: _____</p>
----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Por favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

Para uso IEPI

Formato N° 05-2005-DNPI-IEPI

Propuesta Restaurantes.com



¿Por qué es mejor estar en Restaurantes.com.ec a tener una página web personal?

Beneficios Exclusivos Restaurantes.com.ec:

1. **www.restaurantes.com.ec es una dirección obvia y fácil de recordar** al momento de buscar información de un establecimiento gastronómico o encontrar un lugar donde comer. Además, las direcciones **www.bares.com.ec** y **www.cafeterias.com.ec** también están dirigidas al dominio principal.
2. **Presencia en el medio especializado** - Las personas que entran al portal, ya sean habitantes de la ciudad o turistas, están buscando un establecimiento donde ir a comer, tomar un café o un trago. ¡Si su establecimiento no está... no podrá ser encontrado!
3. **Posicionamiento en buscadores de Internet** - Gracias al flujo de visitas alcanzado por la publicidad que se le realiza al portal, se tiene un excelente ranking en los principales buscadores de Internet, lo cual garantiza las visitas a su página web. Por consiguiente, nuestro portal tiene mejor ranking que las páginas personales de los establecimientos.
4. **Nuestro buscador gastronómico** permite que el usuario encuentre su establecimiento sin saber el nombre de este, por ejemplo: por tipo de comida, precio promedio o ubicación.

5. **Actualizaciones ilimitadas y sin costo adicional** para mantener una comunicación fácil, rápida y eficiente con los clientes. Gracias a nuestro avanzado sistema de edición, con el usuario y clave proporcionados al momento de la inscripción, usted mismo podrá ser el editor del contenido publicado en el portal.

6. **Nuestra base de datos** de usuarios registrados, que ya sobrepasa las 60.000 personas, está a disposición de los establecimientos miembros para hacer envíos de promociones, eventos o cualquier publicidad en general. También enviamos un **boletín gastronómico** mensual, conteniendo la información de nuestros miembros.

7. **El tiempo de elaboración** de su página web es solamente de dos días laborales.

8. **Ningún otro servicio** de construcción de páginas web ofrece precios tan económicos y con tantos beneficios como *Restaurantes.com.ec*.

9. **Las alianzas estratégicas** con *Diners Club*, *Interactive* y la *Corporación Metropolitana de Turismo (CMT)*, nos permiten llegar a los habitantes de la ciudad y a los turistas que nos visitan.

Productos y Servicios

- **Inscripción:** \$69.00 + IVA
 - El costo de inscripción se la paga una sola vez, el cual cubre el proceso de construcción de las páginas de su establecimiento.

- ***Página Web del establecimiento:***
 - Al inscribirse en ***www.restaurantes.com.ec*** su establecimiento formará parte del primer portal de restaurantes, bares y cafeterías del Ecuador. Su establecimiento aparecerá en la lista de resultados con la información básica de contacto, logotipo y tendrá una página propia conteniendo toda la siguiente información.

- ***Información básica del establecimiento:***
 - Nombre del establecimiento, dirección, sector, ciudad, teléfonos, e-mail, página web, días y horarios de atención, ambiente, precio promedio, tipo de comida y forma de pago.

- ***Información Adicional:***
 - Aquí puede poner todos los servicios que presta su restaurante. Ej: entrega a domicilio, servicio para llevar, música/show en vivo, barra, vista panorámica, juegos para niños, desayunos, catering, wi-fi zone, terraza, jardín, salones privados, menú ejecutivo, televisión, cava de vinos, parqueadero privado o vigilado, happy hour, entre otros.

- ***Logotipo:***
 - El logo aparecerá junto al nombre del restaurante en el resultado de la búsqueda y en todas las páginas de su restaurante.

- **Fotos:**

- Usted tendrá la opción de publicar una foto en la página principal y tres fotos adicionales que el usuario las podrá ir rotando. (Cuatro en total)

- **Descripción del restaurante:**

- En este espacio tendrá la posibilidad de promocionar el concepto e imagen del restaurante.

- **Foto y comentarios del Chef:**

- El Chef del restaurante podrá hablar de su historial y explicar de donde vienen sus ideas para las recetas.

- **Especialidad del Chef:**

- Se menciona la especialidad del Chef.

- **La carta:**

- Para brindar una mayor información y llamar la atención a los visitantes está la opción de publicar la carta completa del restaurante.

- **Carta de vinos:**

- Para brindar una mayor información y llamar la atención a los visitantes está la opción de publicar la carta completa del restaurante.

- **Reservas online:**

- Los visitantes podrán hacer sus reservas o cotizaciones online llenando un formulario que llegará al e-mail proporcionado por usted.

- ***Cotización recepciones/catering:***

- Si su establecimiento ofrece estos servicios, puede detallar los tipos de eventos que realizan y publicar fotos a modo de ejemplo. Tendrá a su disposición un formulario muy completo para recibir cotizaciones online.

- ***Descuentos o promociones:***

- Aquí puede publicar las promociones y descuentos del restaurante, con la opción de que estos sean impresos por los visitantes y tengan una fecha de vencimiento.

- ***Especialidades con foto:***

- En esta sección se promocionan los cuatro platos principales de la carta.
- Cada especialidad va acompañada de una foto y descripción

- ***Eventos y noticias:***

- Se puede publicar cualquier tipo de noticias o eventos que se lleven a cabo en su establecimiento.

- ***Mapa:***

- Si cree necesario presentar mayor información para llegar al restaurante tiene la opción de publicar un mapa mostrando la localización exacta del mismo.

- **Receta:**

- Podrá publicar la receta de uno de sus platos junto con una foto.

- **Historia:**

- En este espacio se tiene la opción de contar la historia, trayectoria, vivencias y anécdotas del restaurante, así como algún reconocimiento que su restaurante haya obtenido.

- **Ofertas Laborales:**

- Si alguna vez necesita encontrar un empleado para su establecimiento, puede publicar el anuncio aquí.

- **Envío de comentarios y sugerencias:**

- Dentro de su página tendrá un link donde sus clientes podrán hacer comentarios y sugerencias de su restaurante, los que serán enviados a su e-mail.

- **Dirección Web propia:**

- Al ser miembro de restaurantes.com.ec, usted obtiene un dominio: www.restaurantes.com.ec/nombrerestaurante.

- **Tipos de cocina o categorías:**

- Se puede categorizar su restaurante en tres tipos de cocina.

- ***Ventaja en lista de resultados:***

- Al ser miembro de Restaurantes.com.ec, saldrá en la lista de resultados antes que aquellos restaurantes que no se han inscrito al portal.

- ***Portal edición y actualizaciones:***

- Con el objetivo de mantener su página actualizada y con la información correcta, podrá disponer de su propio portal para hacer las actualizaciones que desee, cuando las necesite y a tiempo real.

- ***Acceso a lista de proveedores:***

- Dentro de su portal, usted tendrá acceso a una lista completa y detallada de proveedores de restaurantes segmentados por categorías.

- ***Posibilidad de aparecer en los top 5, restaurante y oferta de la semana:***

- Los cinco restaurantes más visitados dentro del portal aparecerán bajo los top 5. El restaurante y oferta de la semana se rotarán para dar la posibilidad a todos los restaurantes de aparecer en el home y que se mantengan con visitas.

- ***Boletín Gastronómico Mensual:***

- Mensualmente se enviará a toda nuestra base de datos un boletín con las promociones, eventos y noticias que los establecimientos miembros tendrán durante el mes.

- ***Acceso a publicidad en el portal y mailing list:***

- Se podrá contratar espacios del home page y banners para hacer publicidad extra dentro de Restaurantes.com.ec. Adicionalmente ofrecemos nuestra base de datos de personas que se han inscrito para recibir descuentos y noticias de los restaurantes, para que usted pueda enviar sus boletines personales.

LISTA DE PRECIOS

	Valor mensual referencial	Semestral	Annual (10% de descuento)
Página Web	\$ 59.00	\$ 354.00	\$ 637.20
PAQUETES PUBLICITARIOS			
		Pago mensual	Pago semestral (10 %de descuento)
Página web + banner		\$ 154.00	\$ 831.60
Página web + mailing		\$ 208.00	\$ 1,123.20
Página web + banner + mai		\$ 299.00	\$ 1,614.60
Precios no incluyen iva y pueden cambiar sin previo aviso.			

Los contratos se los hace a seis meses o un año.

Formas de pago:

- **Cheque al contado o posfechados** (dependiendo del combo contratado).
- **Tarjeta de crédito:** Corriente.
3 meses sin intereses.
6, 9 o 12 meses con intereses.

PRESUPUESTO GET&GO



Señorita

GABRIELA POLANCO

Presente.

De nuestra consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos **GET & GO PUBLICIDAD**, el motivo de la presente, es poner a su consideración, nuestra propuesta de servicios publicitarios, basados en el posicionamiento de la marca con el fin de promocionar los servicios que presta su empresa.

MISIÓN

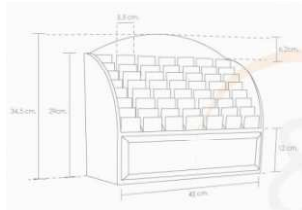
Promocionar en los sitios más exclusivos del país los productos y servicios que demanden turistas, jóvenes y ejecutivos de empresa con un alto nivel educativo, buena posibilidad de ingresos y poder en su decisión de compra.

MINI BROCHURE:

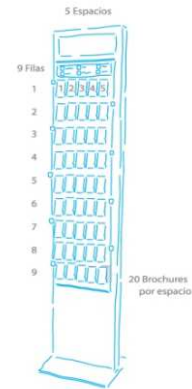
Nuestra empresa le brinda una publicidad alternativa por medio de mini brochure que es la herramienta clave para transmitir información e imagen corporativa de su empresa, producto o servicio.

El mini brochure puede comunicar imágenes, lemas comerciales, oportunidades de compra, mapas de ubicación y textos publicitarios, que le den al consumidor la posibilidad de entenderlo, conservarlo y usarlo en el momento de la compra.

SHOW CASE:



DISPENSADOR:



VENTAJAS DE GET & GO.

- Su empresa estará publicitada dentro de los lugares más exclusivos de Quito, Guayaquil Cuenca y Manta junto a otras que en diferentes ámbitos, poseen similar categoría.
- Usted podrá llegar con su producto o servicio a un segmento de consumidores nacionales y extranjeros de manera rápida, cómoda, eficaz y a bajo costo.
- Le ofrecemos un servicio integral que incluye el diseño gráfico, la impresión, y la permanente distribución de los mini brochures.
- Le garantizamos el posicionamiento de su marca en un mercado exclusivo y de gran potencial.
- El diseño de los mini brochures facilita que sus posibles clientes se apropien, manejen y conserven su información.
- Pueden incorporarse mapas a los mini brochures para que el consumidor final ubique con facilidad su establecimiento.

¿QUE INCLUYE NUESTRA PROPUESTA COMERCIAL?

1. Impresión de Mini Brochures.

- Impresión offset, full color, papel couché 250 gramos y brillo **UV** en portada.

2. Distribución.

- El personal de la empresa realiza rondas diarias geográficamente establecidas por los establecimientos asociados a nuestro servicio, garantizando que su publicidad siempre permanezca en las perchas.

3. Monitoreo Permanente

- **Get & Go** realiza un monitoreo permanente de los dispensadores garantizando que se encuentren con una excelente presentación, estratégicamente ubicados y con la publicidad correspondiente.
- Hacemos un control diario de inventario asegurando a nuestros clientes el flujo de su publicidad.

4. Servicio al cliente

- Mantenemos permanente contacto con nuestros clientes, para asistirlos en todos sus requerimientos.
- Constantemente incrementamos nuestros selectos puntos de distribución, para así ofrecer las mejores alternativas de un mejor impacto y resultado en nuestros servicios.

TABLA COMERCIAL GET & GO:

PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	VALOR MENSUAL DIPTICO	VALOR MENSUAL TRÍPTICO
15*	120.00 + IVA	135.00 + IVA
30	200.00 + IVA	215.00 + IVA
50	275.00 + IVA	290.00 + IVA
75	350.00 + IVA	365.00 + IVA
100	425.00 + IVA	440.00 + IVA
130	500.00 + IVA	515.00 + IVA

Duración del Contrato

El contrato tiene una duración de mínimo tres meses, contados a partir de la fecha en que la publicidad de su empresa se encuentre en los show cases de los establecimientos contratados.

Seguros de contar con su respuesta afirmativa, agradecemos su atención,

Cordialmente,

Tanya De La Rosa

SOLICITUD DE REGISTRO

ALIMENTOS y BEBIDAS / ALOJAMIENTO / RECREACIÓN, DIVERSIÓN y ESPARCIMIENTO

No.- _____

Fecha: _____

Yo, _____, en calidad de representante legal, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de destino Turístico se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyas características son las siguientes:

Razón social:	
Nombre del establecimiento:	
Registro Único de Contribuyentes (RUC):	Nº patente Municipal:

UBICACIÓN:

Ciudad:	Parroquia:	Sector:
Adm. Zonal:	Calle:	
No.	Transversal:	
Referencias ubicación:	Teléfono:	Fax:
Celular:	Pág. Web:	E-mail:

REFERENCIA:

Horarios de Atención:

Contacto:

Teléfono:

ACTIVIDAD TURÍSTICA

Alojamiento

Alimentos y bebidas

Parques de atracciones estables (discotecas, peñas, salas de baile, salas de recepciones y banquetes, pistas de patinaje, boleras, termas y balnearios, centros de recreación turística)

Intermediación

(Centros de convenciones, organizadores de eventos, congresos y convenciones)

CROQUIS



DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, por mis propios derechos (o en representación de la persona jurídica, identificada líneas arriba) solicito que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de destino Turístico y la Administración Municipal competente, procedan con las inspecciones respectivas a la normativa turística vigente. declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo a acatar fielmente las disposiciones correspondientes a las leyes y ordenanzas aplicables.

DECLARANTE

Céd./ Pasaporte No.

Este campo debe ser llenado por la Empresa pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Tiempo de funcionamiento:	Nuevo	<input type="checkbox"/>
	Cambio de propietario	<input type="checkbox"/>
	En funcionamiento años anteriores	<input type="checkbox"/>

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL REGISTRO

(Alimentos y Bebidas / Alojamiento / Recreación, diversión y esparcimiento)

1. Formulario de solicitud de inscripción, (Anverso)
2. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere
(SOLO Personas JURÍDICAS),
3. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil **(SOLO pERSONAS JURÍDICAS),**
4. Copia de la Cédula de Ciudadanía,
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Copia del Registro único de Contribuyentes R.U.C.,
7. Certificado de búsqueda fonética (nombre comercial), emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI),
8. Inventario valorado de los Activos Fijos Tangibles (Maquinaria, Muebles y Enseres, Equipos de Computación, etc.) que posea el establecimiento.
9. Formulario de declaración de la Contribución del Uno por Mil sobre Activos Fijos Tangibles, debidamente firmado por el propietario o representante legal. (Solicitar formulario en la Ventanilla única Turística), y dos copias originales.

10. Original y dos copias adicionales del comprobante de pago por Registro y Contribución del Uno por Mil sobre los Activos Fijos Tangibles.

11. Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo actualizado

12. Dos copias de la Patente Municipal del año correspondiente.

- Para el trámite en el IEPI, se recomienda primero acudir a la Ventanilla de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de destino Turístico Administración Zonal Norte, para la verificación previa del nombre en el Sistema de Catastros y Sistema Integrado de Información Turística (SIIT), y evitar la repetición con nombres de establecimientos ya registrados.
- **Dirección IEPI:** Av. República y diego de Almagro – Edificio FoRUM 1er. piso.
- El pago por Registro se lo realiza una sola vez durante el ejercicio de la actividad económica.
- Los establecimientos ubicados en centros comerciales, no requieren del informe de Compatibilidad de uso del suelo.

COMANDA

0000059

Fritadas Amazonas le da la Bienvenida

Cant.	Detalle / Comida	V. Unit.	V. Total
	BANDEJA AMAZONAS	19.00	
1	BANDEJA MEDIANA	9.75	9.75
	PLATO INDIVIDUAL	4.90	
	LIBRA DE FRITADA	15.00	
	½ LIBRA DE FRITADA	7.75	
	1/4 DE FRITADA	4.00	
	PORCIONES DE (PAPAS, TOSTADO O MOTE)	1.50	
	TORTILLAS	1.00	
	CHOCLO	1.00	
	QUESO	1.00	
1	MADURO	1.00	1
	HABAS	1.00	
1	AGUACATE	1.00	1
	EMPANADAS	1.00	
	CALDO DE GALLINA	3.00	
	CUY	15.00	
	BEBIDAS		
2	GASEOSA DESECHABLE	1.00	2
	AGUA CON GAS <input type="checkbox"/> SIN GAS <input type="checkbox"/>	0.75	
	NESTEA	1.00	
	CERVEZA GRANDE	1.50	
	CERVEZA DESECHABLE	1.25	
	PONY MALTA	1.00	
	GATORADE	1.25	
	RED BULL	2.50	

TOTAL \$ 13.75

NOTA: Por favor solicite su factura en caja

Tabulación de encuestas:

1) ¿Cuántas veces a la semana sale a comer afuera?

OPCIONES	NUMERO DE PERSONAS
todos los días	10
una vez a la semana	20
dos veces a la semana	25
tres veces a la semana	45



2) ¿Con quién sale generalmente?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
familia	30
pareja	10
amigos	40
compañero	20



3) ¿Que días son los preferidos para disfrutar de un plato típico?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
lunes	10
martes	5
miércoles	15
jueves	20
viernes	10
sábado	15
domingo	10
todos los anteriores	15



4) ¿Cual es su comida favorita?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
comida típica	30
comida japonés	15
comida italiana	5
comida asiática	5
comida rapida	15
todas las anteriores	20



5) Que le parece el nombre "La Hueca Quiteña"?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
malo	10
bueno	20
excelente	60



6) ¿Cual es su restaurante preferido de comida típica?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
la ronda	10
la choza	5
la canoa	5
Motes de la Rumiñahui	10
Las papas de la María	15
Los tres guabos	20
Los hornados Dieguito	20
Todos los anteriores	15



7) De los siguientes platos, ¿Cual es su plato preferido?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
yahuarlocro	30
higos con queso	10
fritada	20
Empanada de viento	20
todos los anteriores	10



8) ¿Cual es su presupuesto por persona en cada salida?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
menos de 10 dólares	20
de 10 a 20 dólares	5
de 20 a 30 dólares	15
mas de 30 dólares	25
otros	35



9) ¿Que servicio prefiere?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
platos a la carta	10
buffet	5
comida rapida	45
todas las anteriores	40



10) ¿En qué tipo de restaurante le gustaría realizar un evento especial como; matrimonio, bautizo, fiesta de 15 años, evento empresarial?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
hotel	10
restaurante-museo	20
restaurante de comida internacional	10
salón de recepciones	15
club	5
todos los anteriores	30



11) ¿Qué tipo de cliente se espera atender en el restaurante-museo?

OPCIONES	NÚMERO DE PERSONAS
Turismo internacional	5
turismo nacional	15
ejecutivos	40
familias	5
grupos corporativos	15
todos los anteriores	20

