



**FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD  
ESCUELA DE GASTRONOMIA**

**“RESTAURANTE TÍPICO DE GASTRONOMÍA NACIONAL DIVIDIDO POR  
REGIONES CON TRES AMBIENTES DISTINTIVOS QUE PLASMAN  
NUESTRAS COSTUMBRES E INFLUENCIAS CULINARIAS”**

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

**Profesora Guía:  
Chef. Estefanía Monge**

**Autor:  
Juan Carlos Viteri Palacios**

**2012**

**DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA:**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiantes, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente”.

.....

Chef. Estefanía Monge

C.I. 171372233-6

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE:**

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

.....

Juan Carlos Viteri Palacios

C.I. 171770220-1

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradezco a Dios, por concederme la vida plena de armonía en las facultades físicas, intelectuales y morales, que hacen posible mi constante desarrollo personal y profesional.

A mis padres porque con su guía, orientación y amor, permitieron que mi formación personal esté basada en la fe, perseverancia, esfuerzo y sólidos principios éticos y morales.

A mis hermanos porque me brindaron su apoyo incondicional para la consecución de mis metas y objetivos. A Isabel que en todo momento me ofreció su ayuda y motivación para el avance y culminación de la presente investigación.

Al catedrático universitario que en su calidad de guía de tesis, hizo posible el desarrollo del tema analizado, cumpliendo los requisitos y más exigencias académicas, para que el presente

trabajo sea de calidad y sirva como referente para otros alumnos universitarios.

A mis compañeros de estudios y más amigos que de una u otra forma contribuyeron con ideas o sugerencias para la ejecución de la tesis.

**DEDICATORIA**

Todo mi esfuerzo, dedicación y esmero para el desarrollo de la tesis, dedico a mis padres: Byron y Susana y a mis hermanos: María Belén y Daniel Alejandro.

## RESUMEN

El desarrollo de esta tesis busca el perfeccionamiento de las técnicas aprendidas en el transcurso de mis estudios, el proyecto tiene como fin principal el crear un restaurante que sea reconocido tanto a nivel nacional como internacional por su exquisita comida y por un diseño estructural que dará atención a la cultura ecuatoriana, obteniendo como resultado un restaurante que no solo se preocupará por la parte alimenticia sino que también por la vistosidad del mismo , ofreciendo un proyecto de calidad que será de gran utilidad para el lector.

Es importante mencionar que respecto a los alimentos ofrecidos, estos se preocuparán por destacar a algunos alimentos típicos de las regiones de nuestro país, con sus sabores únicos y tradicionales que brindan satisfacción a los visitantes nacionales e internacionales, con lo cual podrán disfrutar y conocer mucho más acerca de nuestra identidad y cultura como ecuatorianos, compartiendo costumbres y a la vez degustando de alimentos característicos, todo en un mismo ambiente cultural.

A continuación desarrollaremos algunos temas de importancia para la ejecución de este proyecto.

## **ABSTRACT**

The goal of this thesis is to improve the techniques learned in the university, this project is created a restaurant that will be recognized by nationally and internationally people for the exquisite food and also for the structural design that will focus to Ecuadorian culture, resulting in a restaurant that not only will worry about the food but also by the striking of the same, offering a quality project that will be useful to the reader.

It also important to make known that the food that we are going to offer care about highlight of the regional typical foods of our country, with unique and traditional flavors that provide satisfaction to the national and international visitors, which will enjoy and learn a lot more about our identity and culture as Ecuadorians, sharing customs while they enjoying the typical food, all in one cultural environment.

We will continue to develop some topics that are important for the execution of this project.



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. GENERALIDADES	3
1.1 Referencias históricas	3
1.1.1 Reseña histórica de la zona	9
1.2 ¿Qué es un Restaurante Temático	11
1.3 Concepto de Comida Costeña	11
1.4 Concepto de Comida Serrana	11
1.5 Concepto de Comida Amazónica	12
1.6 Materia Prima	12
1.7 Tipos de Preparación	13
CAPÍTULO II	14
2. ESTUDIO DE MERCADO	14
2.1 Objetivo General	14
2.2 Métodos y técnicas para la obtención de la información	14
2.2.1 Técnicas de investigación	15
2.3 Segmento de mercado	16
2.4 Delimitación y determinación del universo de estudio	17
2.5 Tamaño de la muestra	18
2.6 Modelo de la encuesta	19
2.7 Aplicación de la encuesta	22
2.7.1 Tabulación de las preguntas de la encuesta	23

2.8 Resultado de la encuesta	25
2.8.1. Análisis de la información tabulada	29
2.9 Conclusiones de la investigación de mercado	31
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>33</b>
<b>3. PLAN DE MERCADO</b>	<b>33</b>
3.1 Misión	33
3.2 Visión	33
3.3 Análisis FODA	33
3.3.1 Fortalezas	34
3.3.2 Oportunidades	34
3.3.3 Debilidades	35
3.3.4 Amenazas	35
3.4 Estrategias	35
3.4.1 Estrategias Internas	36
3.4.2 Estrategia de Productos	37
3.4.2.1 Lista de Productos a escoger	38
3.4.3 Estrategia de Precios	39
3.4.3.1 Formas de Pago	40
3.4.4 Estrategia de Promoción	40
3.4.4.1 Estrategias de marketing y publicidad	41
3.5 Estrategia de Plaza	42
3.6 Políticas Empresariales	43
3.7 Posicionamiento	44
3.7.1 Ventajas Competitivas	45
3.8 Definición de Servicio al cliente	46
3.8.1 Marca	46
3.8.2 Slogan	47

CAPÍTULO IV	48
4. ESTUDIO TÉCNICO	48
4.1 Localización del servicio al cliente	48
4.1.1 Macro Localización	48
4.1.2 Micro Localización	49
4.2 Inspección Final o calificación del producto acabado	50
4.3 Ingredientes	52
4.3.1 Evaluación del costo de los ingredientes	52
4.3.2 Perdida de ingredientes y productos	55
4.4 Menaje y Equipos	56
4.4.1 Listado de menaje y equipos	57
4.5 Técnicas de Producción	57
4.6 Recetas Estándares	59
4.7 Diseño de las instalaciones	82
4.8 Plano Arquitectónico	83
CAPITULO V	84
5. ESTUDIO LEGAL, ADMINISTRATIVO Y ECONOMICO	84
5.1 Estudio Legal	84
5.1.1 Requisitos para el funcionamiento	84
5.1.1.1 Permisos de funcionamiento Municipales	85
5.1.1.2 Permisos de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública	85
5.1.2 Contratos Laborales	86
5.1.3 Reglamento Interno del Restaurante	90
5.2 Estudio Administrativo	112
5.2.1 Organigrama funcional	112
5.2.2 Organigrama Estructural	113

5.2.3 Cargos y Funciones	114
5.2.4 Uniformes	116
5.2.5 Horario de Atención	118
5.3 Estudio Económico	118
5.3.1 Activos y Pasivos	118
5.3.2 Gastos y Costos	119
5.3.2.1 Sueldos y Salarios	121
5.3.2.2 Gastos de Publicidad	122
5.3.2.3 Gastos de uniforme para el personal	125
5.3.2.4. Gastos de Menaje y Equipo	127
5.3.2.5. Gastos de Equipos electrónicos	130
5.3.3 Ingresos	130
5.3.4 Proyección de Ventas	131
5.3.5 Reportes Económicos o Estados Financieros	141
5.3.6 Estado de Situación Financiera o Balance General	141
5.3.7 Estado de Operaciones, de Ingresos y Gastos o de Pérdidas y Ganancia	142
5.3.8 Flujo de Caja	144
5.3.9 Punto de Equilibrio	146
CAPITULO VI	149
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	149
6.1 Conclusiones	149
6.2 Recomendaciones	151
REFERENCIAS	154
ANEXOS	156

## Introducción

La actividad gastronómica es tan antigua como la existencia misma del hombre, de ahí que podemos referirnos a la variedad, complejidad y tendencias, dependiendo de la ubicación geográfica, cultura, economía y desarrollo de cada país o región en todo el mundo, obviamente en este concepto se incluye las bondades en producción de insumos característicos de cada lugar.

Una de las necesidades básicas del ser humano es alimentarse, es así como la historia nos ilustra que luego del descubrimiento del fuego y del trueque o intercambio de productos; en Medio Oriente por ejemplo, uno de los alimentos comunes en su preparación fue el pan, que su consumo servía para resistir largas jornadas de labores, acompañado por bebidas como el vino, la cerveza y el agua.

Similar condición se produjo en nuestro país, desde tiempo atrás de la época de la Colonia, cuando los incas consumían alimentos elaborados con productos cultivados en sus tierras, la población de aquella época dedicaba su esfuerzo a la agricultura y a la domesticación de animales, entre otros alimentos consumidos especialmente en las regiones andinas podemos citar algunos como el maíz, papas, cebada, quinua, yuca, trigo; entre otros.

En el colonialismo se produjo una importante llegada de plantas, otros insumos y animales que dieron lugar al cultivo de nuevos y variados productos, los españoles introdujeron también en los países de la región andina, sus costumbres culinarias, lo cual originó una diversidad de comidas que se conservan hasta la actualidad.

A partir del año de 1809 cuando surgió la independencia de América Latina, se produjeron cambios importantes en la gastronomía, debido especialmente al

comercio que se desarrolló con gran impulso entre los países andinos y otros de América y del mundo.

En la época actual el desarrollo económico y progresista de la economía, ha generado que todos los países del mundo dispongan de una gama de productos e insumos que sirven de materia prima para la elaboración de alimentos, esto es a través de las importaciones y exportaciones realizadas entre éstos.

En el Ecuador, además de las condiciones antes expuestas, la preparación y consumo de alimentos tiene una amplia variedad, por lo tanto la gastronomía está estrechamente relacionada con nuestra biodiversidad de culturas, productos, regiones y costumbres; existen pues alimentos y platos típicos en cada una de las regiones de nuestra patria, así; costa, sierra y oriente.

El constante crecimiento de la población ecuatoriana y la concentración de las actividades de servicio público y privado especialmente en las grandes ciudades, así como también las extensas jornadas de trabajo y las grandes distancias entre los hogares y los sitios laborales, constituyen entre otros, los factores determinantes para que las personas se vean en la necesidad de consumir alimentos preparados en restaurantes o sitios similares.

Esto implica, no sólo la elaboración de alimentos para el consumo humano, sino además la adecuada atención a los clientes, con productos de calidad y preparados observando técnicas exigidas por la profesión gastronómica que reúnan condiciones de calidad, competitividad y excelencia del servicio ofrecido.

## CAPÍTULO I

### 1. GENERALIDADES

#### 1.1 Referencia Histórica

La hermosa, legendaria y hospitalaria ciudad de Quito, actualmente Distrito Metropolitano, es una ciudad colonial conquistada por los españoles y su fundación data el 6 de diciembre de 1534, con 204 colonos; en aquella época esta ciudad estuvo habitada por los Quitus, una tribu de la civilización Quechua, que ocupaba una gran franja de terreno que se extendía desde lo que es ahora el Cerro del Panecillo en el sur, hasta la Plaza de San Blas ubicada en el centro, denominado y conocido como el Reino de Quito en el período Prehispánico, mencionaremos también que es la estructura arquitectónica, la antigua ciudad fue construida con edificios y casas que fueron hechos de ladrillo tallado en piedra y secado por el sol; con el pasar del tiempo y con la llegada de los españoles como se mencionó anteriormente en el año de 1534, los arquitectos españoles incorporaron los mismos materiales en sus grandiosas construcciones, las que son admiradas por los ecuatorianos y extranjeros, es así como por ejemplo entre las obras más destacadas , están las construcciones de las iglesias y de otras edificaciones situadas en el casco colonial de la ciudad de Quito.

La ciudad de Quito posee una privilegiada ubicación geográfica, está situada en las faldas del volcán Pichincha que domina el poniente (occidente), se halla rodeado, al norte por el antiguo Hanacauri, al levante(orientado) por la colina de Ichimbía Tola, y al sur por el Yavirac o Panecillo. Dentro de este cerco estrecho contempla levantarse y ponerse el sol que lo acaricia con el haz de sus luminosos rayos verticales. La altura de 2.800 metros determina la bondad del clima, que a decir de Caldas es el resultado de calor y frío de la presión atmosférica- de la cantidad de oxígeno, de los vientos y las lluvias, de las nieblas y humedad.

El panorama de la ciudad de Quito descubre al Pichincha que se yergue desde Nono hasta Lloa, con las cicatrices de sus erupciones volcánicas, domina la extensión urbana de Quito de tal manera que desde cualquier ángulo se puede divisar sus vertientes caracterizando todos los sectores de la ciudad. Desde las colinas que rodean al poniente, pueden los habitantes de Quito gozar de una visión panorámica de las calles irregulares con el enjambre de casas con ventanas para contemplar la salida del sol en la aurora. La ubicación de Quito en el contexto de este panorama natural ha producido la bondad del clima, su cielo azul, su aire transparente y puro; todos estos dones de la naturaleza han merecido la estimación del Comité Intergubernamental como uno de los factores para declararla Patrimonio Universal.

Quito además es una ciudad monumental y artística, es por ello que al Comité Intergubernamental del Patrimonio Cultural y Natural le ha interesado el aspecto monumental de Quito, por sus grandes edificios religiosos, por las riquezas de sus retablos barrocos, por la policromía de sus imágenes, por el valor técnico de sus pinturas, esculturas y artesanías de nuestros mejores artistas como Miguel de Santiago, Nicolás Javier Gorívar, Padre Bedón, Diego de Robles, Manuel Samaniego, Padre Carlos, Manuel Chili (Caspicara), Antonio Salas, José Olmos (Pampite) Bernardo Legarda y demás que han formado la famosa "Escuela Quiteña" de Pintura, Escultura y Artesanías "la misma que tuvo decidida influencia en el desarrollo de las artes españolas coloniales en Sudamérica.



Gráfico1. Arte Español

Fuente: Tomado de la Comisión Nacional Ecuatoriana de Cooperación con la Unesco





Gráfico 2. Influencia Española

Fuente: Tomado de la Comisión Nacional Ecuatoriana de Cooperación con la Unesco

El diseño y estructura de las iglesias denota el arte de estas monumentales obras, entre las principales está la Iglesia de San Agustín y su sala capitular. Los templos y conventos, monumentos arquitectónicos, imágenes vividas e intactas del arte de toda época histórica, recogen muchos de ellos paisajes trascendentales de la Historia Ecuatoriana en sus diversas fases. Tal es el caso de la Sala Capitular de San Agustín la Cruz que guarda la entrada de Santo Domingo, en donde el erudito patriota Eugenio de Santa Cruz y Espejo consignara su célebre proclama "Salve Cruce Líber esto" detonante del movimiento que condujo al Primer Grito de la Independencia en el Continente y convirtiera a Quito en Luz de América.



Gráfico 3. Centro de Quito

Fuente: Tomado de la Comisión Nacional Ecuatoriana de Cooperación con la Unesco

Quito Patrimonio Cultural de la Humanidad, esta ciudad por estas, y otras fundamentales consideraciones, ha sido declarada Patrimonio de la

Humanidad. En efecto Quito se proyecta como uno de los más característicos y finales testimonios de arte hispano en América y de aquel producto de la fusión de éste con el talento indígena, el arte criollo. Pocas ciudades en el mundo y entre ellas alguna otra capital Latinoamérica han conservado en su colonial fisonomía una manifestación multifacético del arte americano en los siglos XVIII

La distinción del Comité Intergubernamental al incorporar a Quito en el Patrimonio Cultural de la Humanidad exige de todos los ecuatorianos el esfuerzo por conservar intacto y enriquecer el legado cultural que hemos recibido de nuestros antepasados, y este compromiso reclama la acción conjunta de los Poderes Públicos, de la Iglesia y del Cabildo Quiteño para proteger y respetar los monumentos históricos que son el relicario donde se encierran los hechos gloriosos que han formado nuestra nacionalidad.

Visita del señor AMADOU MAHTAR M'BOW, Director General de la UNESCO.- Para atender la invitación que le formulara el Gobierno Nacional llegó a Quito el 26 de Junio de 1.979 el señor Amadou Mahtar M'Bow Director General de la UNESCO, acompañado de su señora esposa; el señor C. Bekri, Jefe de Gabinete; y el señor Alfonso de Silva, Jefe de la División para América Latina y el Caribe y su señora. La visita del alto funcionario internacional tuvo la finalidad de solemnizar con su presencia el "Lanzamiento de Quito y las Galápagos como Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad" y participar en los actos y ceremonias que para tal motivo preparó el Gobierno, en coordinación con el I. Municipio de Quito y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. De conformidad con lo previsto en el programa oficial, el señor Alcalde entregó las llaves de la ciudad al Ilustre visitante, en ceremonia especial llevada a cabo en el aeropuerto "Mariscal Sucre".

El señor Amadou Mahtar M'Bow mantuvo entrevistas con los señores Miembros del Consejo Supremo de Gobierno, con el señor Abogado Jaime Roídos Aguilera y doctor Oswaldo Hurtado, Presidente y Vicepresidente electos de la República, respectivamente, con el señor Alcalde de la ciudad con los

señores Ministros de Relaciones Exteriores y de Educación y Cultura, el Director del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y otras autoridades gubernamentales. Realizó visitas e intervino en sesiones de trabajo con funcionarios nacionales e internacionales responsables de proyectos de educación, ciencias y cultura de interés para el país. El acto de mayor significación cumplido por el señor Amadou Mahtar M'Bow, se efectuó en la histórica Plaza de la Independencia, lugar en el cual declaró a Quito en nombre del Comité Mundial como Patrimonio Cultural de la Humanidad, procediendo luego a descubrir la Placa Conmemorativa colocada en la Catedral Metropolitana, la misma que tiene grabada en la parte superior el símbolo o logotipo que identifica universalmente a todos los bienes inscritos en la lista y, más abajo la siguientes inscripción:

QUITO PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD.

DECLARACIÓN DEL COMITÉ INTERGUBERNAMENTAL DEL PATRIMONIO MUNDIAL EN SU SEGUNDA SESIÓN CELEBRADA EN WASHINGTON, EL 8 DE SEPTIEMBRE DE 1978.

Constan las firmas del señor General Fernando Dobronksy O. Ministro de Educación y Cultura y del señor Amadou Mahtar M'Bow, Director General de la UNESCO. En tal oportunidad, el señor Director General de la UNESCO dio una emotiva alocución, en la cual rindió homenaje a la República del Ecuador y a su capital por las páginas gloriosas de su historia por su arte y tradición cultural y manifestó "que el Comité Mundial al declarar a Quito y a las Islas Galápagos como Patrimonio de la Humanidad no ha hecho sino cumplir con su responsabilidad".

Mencionaremos también que en la ciudad de Quito nacieron y se desarrollaron muchas leyendas con personajes involucrados con la política, la ciencia, el arte, drama, entre otras. Se dice que muchos de los rasgos prehispánicos e históricos en la época de los incas, fueron desaparecidos con la llegada de los españoles en la época de la conquista; sin embargo, narra la historia que

cuando Rumiñahui se enteró de la llegada de los españoles, este guerrero indígena conjuntamente con las diosas del sol y los aborígenes, lucharon por defender sus dominios que luego al verse en desventaja y derrotados, Rumiñahui escondió el tesoro inca, asesinó a las diosas del sol y prendió fuego a la ciudad.

Otra leyenda cuenta sobre Atahualpa, emperador del antiguo Tahuantinsuyo, el reino inca, que fue ejecutado en 1533 por sus captores españoles, a pesar del hecho de que la gente inca pagó un cuarto entero de oro y plata por su rescate. El historiador más grande es Xavier Chusig, mestizo (mezcla de indios y españoles) que cambió su nombre a Eugenio de Santa Cruz y Espejo para evitar la discriminación, fue el fundador del primer periódico de la ciudad. Todavía hay otras historias como la de Manuela Sáenz, la primera mujer enrolada al ejército Bolivariano que se convirtió en la fiel compañera y amante del libertador Simón Bolívar. Para ellos, como para muchos otros, fue el eje de su resistencia y lucha. En 1649, más de dos mil personas cruzaron la ciudad del norte a sur varias veces durante el día y la noche, rezándole a Dios para que les sea revelada la identidad de los ladrones que habían robado el cáliz sagrado del convento de Santa Clara. El 28 de enero de 1912 fue el más memorable de todos los años de la historia de la ciudad. Una gran muchedumbre arrastró por las calles el cuerpo inerte del Presidente Eloy Alfaro. Alfaro había encabezado la Revolución Liberal, pero fue asesinado en la prisión de la ciudad y más tarde incinerado en el parque de El Ejido. Otro acontecimiento importante era la tentativa de golpe de estado del 1 de septiembre de 1975, cuando el ejército atacó la Casa Presidencial durante el gobierno de General Guillermo Rodríguez Lara. Tres años más tarde, Quito fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de Humanidad con el objetivo de conservar sus conventos coloniales, iglesias y el centro histórico en general. La extensión de la ciudad hacia el norte y el sur comenzó durante los años 1980, cuando el principal área turística en la parte central norte (Quito moderno) comenzó a crecer. Quito, capital de la República del Ecuador, es hoy una metrópoli emprendedora y el centro político del país. Esto ha sido un

enorme esfuerzo para compensar el daño causado por los catástrofes que la han afectado durante varios años. Quito ofrece muchas opciones para una visita agradable entre su historia, tradición y leyenda.

### **1.1.1 Reseña Histórica de la zona.-**

El barrio o sector de la González Suárez, es uno de los más antiguos y prestigiosos del Distrito Metropolitano de Quito, tiene una ubicación privilegiada, es un barrio que está situado al borde de un precipicio, con vistas panorámicas de 360 grados. Es considerado un sector residencial aunque en las últimas décadas se ha desarrollado también el comercio, cuenta esa zona con uno de los hoteles más antiguos y de categoría, como es el Hotel Quito; además existen varios restaurantes de lujo y algunos otros negocios como inmobiliarias, compañías de seguros y del sistema financiero.

La vista panorámica del sector es bellísima, ya que fueron construidos modernos edificios que parecen estar suspendidos a lo alto de la cima, al igual que la vista desde el aire donde se aprecia la quebrada, la iglesia de Guápulo y sus alrededores. Este sector por su diseño arquitectónico y su estructura es considerado como el origen de un Quito moderno, está situado en el centro norte de la ciudad y tuvo un marcado progreso en la década de los setenta, con el auge petrolero se puede establecer un importante crecimiento de la ciudad y mejoramiento de varios sectores residenciales como es el barrio de la Gonzales Suárez.

Como se cita anteriormente, al norte de la ciudad se ubica el Quito moderno, donde se erigen grandes estructuras urbanas y comerciales; el centro o Quito antiguo reúne el legado colonial y artístico y ofrece un ambiente cautivador cuando se desarrollan procesiones religiosas y eventos culturales, es por ello que este barrio posee una ubicación estratégica y excepcional, propicia para el desarrollo de actividades comerciales, turísticas y financieras.



Gráfico 4. Sector Gonzales Suarez

Fuente: Tomado de Juan Paulo

Los quiteños y ecuatorianos en general nos sentimos orgullosos de vivir, conocer y disfrutar de los hermosos sectores y barrios de la capital de la República del Ecuador, en el sector de la González Suárez, por todos los beneficios señalados, es decir la ubicación, sector residencial, turístico, financiero y comercial con vías de acceso adecuadas y seguras, fue seleccionado para implementar el proyecto de brindar servicios de comidas típicas de las regiones del país, con un restaurante de categoría.

## **1.2 ¿Qué es un Restaurante Temático?**

Se distinguen por el tipo de alimentos que se ofrecen, ya sea un restaurante de comida tradicional de algún país e inclusive hasta por tipo de espectáculos, es decir se basa principalmente en lo tradicional dependiendo de la zona de donde este proviene.

En el caso del proyecto, consideramos al restaurante como temático ya que juntamos tres ambientes propios de cada región del Ecuador, ofreciendo los platos más sobresalientes de la gastronomía ecuatoriana de tal forma que seamos nosotros mismos los indicados en mostrar al mundo entero las delicias gastronómicas que posee este pequeño pero variado país.

## **1.3 Concepto de Comida Costeña**

La comida costeña ecuatoriana es muy variada se caracteriza por ofrecer productos frescos y de calidad como lo son principalmente pescados y mariscos, así como también un sin número de frutas y vegetales, la frescura de los productos se deben especialmente al clima y al tiempo mínimo de preparación de los alimentos, esto ayuda a que haya una rotación continua de los insumos propios de la zona.

Debemos tomar en cuenta que los productos de la costa deben ser siempre frescos ya que pueden ser causantes de intoxicaciones, sobre todo con los pescados y mariscos, es por eso que se debe llevar a cabo un estricto control de calidad dentro del recibimiento del producto como en el empaclado y se debe manejar temperaturas óptimas hasta su proceso final.

## **1.4 Concepto de Comida Serrana**

En la región andina del Ecuador la gastronomía se identifica por presentar platos típicos que por lo general son productos que se cultivan en la tierra o

animales que tuvieron sus orígenes en las montañas aunque hoy en día se han construido criaderos para el desarrollo de los mismos.

La región andina posee un clima frío debido a la altura, de tal forma que nos brinda la facilidad de encontrar una gran variedad de productos a precios cómodos, los cuales nos serán de mucha utilidad al momento de preparar nuestros platos típicos.

### **1.5 Concepto de Comida Amazónica**

Dentro de la región amazónica, la gastronomía se vuelve similar a la gastronomía serrana, aunque se destaca la elaboración de los platos con productos propios de la zona tanto vegetal como animal, la región amazónica posee un clima de temperaturas cálidas-húmedas muy parecido al clima de ciertas ciudades de la región costeña.

La amazonia se caracteriza por la exuberante vegetación, siendo esta uno de los lugares con mayor variedad de productos, e incluso productos que siguen siendo investigados para buscar la forma de consumo, sea esta medicinal o gastronómica.

### **1.6 Materia Prima**

La materia prima que utilizaremos será de excelencia, así podremos ofrecer a los clientes comida de calidad, aunque debemos tomar en cuenta que los productos no siempre estarán a disposición del restaurante debido a las épocas del año que se presenten, e inclusive debemos estar sujetos a los cambios climáticos, que juegan un papel muy importante para la elaboración de platos que a medida que el restaurante avance pueden o no ser estrellas.

Los insumos a utilizarse serán debidamente revisados bajo los controles de calidad respectivos manejados por el restaurante, tomando en cuenta que los productos deberán ser propios de cada zona, los proveedores serán



certificados y aprobados por personal calificado como: Gerente General, Chef Ejecutivo y/o el representante de alimentos y bebidas, el proveedor deberá cumplir, comprometiéndose a entregar productos de calidad y peso señalado en el tiempo máximo establecido, caso contrario el proveedor será excluido por parte del restaurante.

Los productos que se implementarán en el negocio, están basados de acuerdo a cada región, así: en la costa, utilizaremos productos que provengan del mar, manglares e incluso de los cultivos, en la sierra, los insumos que se utilizarán son los que emanen de los campos fértiles andinos, como animales dentro de criaderos y vegetales localizados principalmente en los páramos de la región, la amazonía nos ofrece productos que son difíciles de conseguir ya que debido a la zona, los animales y vegetación allí existentes se pueden ver afectadas o alteradas por la extinción de las especies endémicas, es por esto que como restaurante buscamos proteger y no malgastar los recursos naturales que nuestro país nos puede brindar.

### **1.7 Tipos de preparación**

Si bien es cierto que los productos, casi en su totalidad son los mismos dependiendo de la región, la elaboración de estas difiere de acuerdo a la zona en la que nos encontramos, por ejemplo en la región costera es muy tradicional degustar de productos propios del mar pero si hablamos de ciudades de la costa, la elaboración de los mismos se diferencia totalmente una con otra, lo mismo sucede en la sierra y en la amazonía, los productos utilizados siempre son la base pero en la elaboración está la diferencia totalmente marcada, dando como resultado el descubrimiento de nuevos y mejorados sabores a pesar de que el fin sea el mismo.

## **CAPITULO II**

### **2. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1. Objetivo General**

Se obtendrá información sobre la instalación y funcionamiento de negocios similares, tanto en Ecuador como en otros países de América y del mundo, con el propósito de contar con referentes nacionales e internacionales que permitan iniciar una actividad comercial, donde se promocióne y se dé énfasis a la gastronomía ecuatoriana.

#### **2.2 Métodos y técnicas para la obtención de la información**

Sobre la obtención de la información para el desarrollo y funcionamiento del restaurante, desde sus inicios y a lo largo del proceso de mejoramiento podremos utilizar los siguientes métodos de investigación los cuales se clasifican en implícitos, explícitos, inductivos, deductivos, analíticos entre otros, dentro de los cuales para el desarrollo de nuestra tesis se ha tomado en cuenta los siguientes:

**Método Histórico.-** Por medio de la búsqueda crítica de lo sucedido en tiempos pasados con respecto a restaurantes de gastronomía nacional ecuatoriana, se obtendrá una noción clara del problema, con el fin de plantear una solución fundamentada, nítida y completa a los problemas que se han suscitado.

**Método Descriptivo.-** Este método al trabajar sobre realidades de hecho, permite obtener una interpretación correcta sobre la situación actual de la gastronomía en el Ecuador. En este sentido se podrá realizar una encuesta para determinar los gustos y preferencias del consumidor y así poder establecer el tipo de restaurante y los alimentos que se ofrecerá.

Método Experimental.- Este método nos permitirá establecer una verdadera relación de causa y efecto, para así lograr eliminar todos los factores que podrían ser el motivo de pérdidas económicas, brindando una solución y así proporcionar bienestar al consumidor y al restaurante.

Método Analítico.- Para la utilización de este método se debe descomponer el todo en partes y analizar cuidadosamente cada uno de los elementos pertenecientes al restaurante, el cual permitirá llegar a la meta esperada, es decir que, a partir de este análisis por separado, se podrá determinar la relación y complemento de cada uno de sus componentes.

Método Sociológico.- El tema a tratarse está dirigido a un determinado grupo, ya que la implementación del proyecto se enfoca principalmente hacia la gente que prefiere degustar la comida ecuatoriana, consecuentemente se podrá establecer las preferencias de nuestros clientes.

### **2.2.1 Técnicas de Investigación.**

Entrevistas.- Se podrá obtener mayor información acerca del tema con un criterio análogo a nuestra realidad siempre y cuando se realice la recopilación de información mediante la conversación con un profesional como es un Chef o un representante de alimentos y bebidas.

Observación Científica.- Después de realizar la observación y análisis posterior, se elabora una hipótesis a modo de explicación del fenómeno, luego de esto se realizará una predicción para así poder llegar a una conclusión y aportar por consiguiente al conocimiento, por intermedio del registro de los hechos observables y medibles.

## 2.3 Segmento de mercado

El proceso de segmentación trata sobre la fragmentación de un tipo de mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan ciertas características y necesidades similares, las personas dentro de un segmento son semejantes en la mayoría de actitudes ya que es probable que procedan de forma similar ante determinadas estrategias de mercado.

Tipos de segmentación:

1. Geográfica: Se divide por países, regiones, ciudades o barrios.
2. Demográfica: Divididos por edad y sexo.
3. Psicográfico: Se dividen según la clase social, el estilo de vida, la personalidad y los gustos.
4. Conductual: Divididos de acuerdo a los beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

Para poder establecer el segmento para el cual el restaurante va a ofrecer sus servicios, fue necesario dar a entender al lector los tipos de segmentaciones existentes.

Para nuestro análisis hemos escogido el punto número 3, ya que nuestro servicio va dirigido a un cierto grupo de la población, que poseen características similares en clase social, estilo de vida, personalidad y gustos. Nuestro restaurante se preocupa por la realización de platos exclusivamente ecuatorianos de tipo gourmet que engloba a las tres regiones del Ecuador, para la realización de estos platos se ha tomado en cuenta productos exclusivos y de buena calidad que permitan la aceptación de este tipo de segmento llamado psicográfico.

Principalmente este segmento se lo escogió ya que el producto será de tipo gourmet por lo tanto para la realización de este tipo de platos será necesario

una mayor minuciosidad en el detalle tanto para su preparación como también para su presentación, logrando de esta manera que el consumo por parte de los clientes sea de clase social específica, es decir clase media, media alta y alta.

Otro punto importante de este tipo de segmento que es necesario recalcar, es que el restaurante dentro de sus servicios prestados se enfoca a que los clientes lleguen a deleitarse con los sabores ecuatorianos que serán ofrecidos, ya que nuestro menú combina productos netamente ecuatorianos por lo tanto el segmento al cual va dirigido nuestro servicio es a personas que les interesa redescubrir los sabores de la comida nacional proveniente de nuestros antepasados.

#### **2.4 Delimitación y determinación del universo de estudio**

De acuerdo al perfil descrito de los potenciales clientes ya definidos, el universo será el número total de habitantes del sector de estudio.

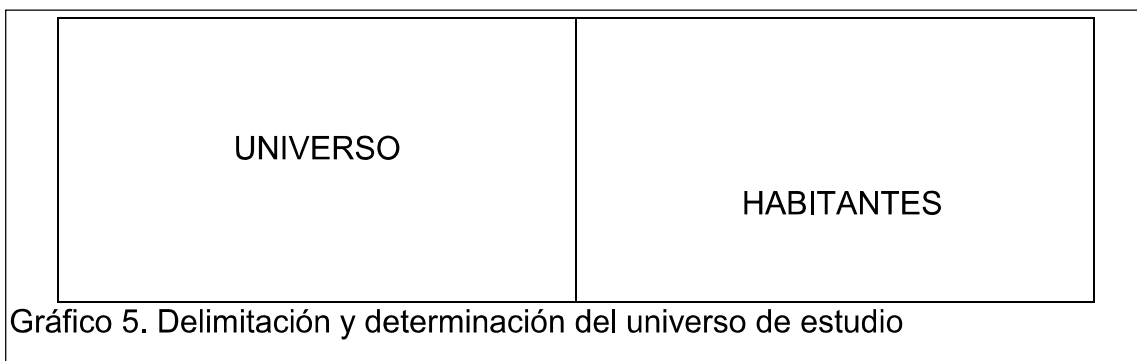


Gráfico 5. Delimitación y determinación del universo de estudio

Para poder llegar a un mejor entendimiento definiremos que es la delimitación y la determinación.

La delimitación es un subconjunto representativo de la población con la posibilidad de ser elegidos mediante una selección, dentro de los análisis previos, en algunos casos los resultados que presenten los análisis puede depender del investigador.

Mientras que la determinación nos muestra el total del conjunto de objetos o elementos de los que se requiere obtener algún tipo de información, se debe definir el tipo de análisis, es decir, lo que será medido, ya sean los sujetos u objetos del estudio mediante las características propias de la población.

De acuerdo al concepto de delimitación antes mencionado, en el caso de nuestro análisis es necesario establecer cuáles son las bases para crear esta, dentro de una población, delimitándola solo a aquellas personas a las cuales deseen obtener servicios prestados por nuestro restaurante, en este caso sería aquella población que se encuentra en una clase social media, media alta y alta siendo este el subconjunto de elementos, es decir el medio que posee ciertas características propias que permiten llegar al fin esperado.

Es necesario definir el tipo de población a la cual se dirige el restaurante para poder llegar a una determinación exacta, siendo esta población la que elija de entre sus gustos la comida gourmet ecuatoriana que en su mayoría será la clase media, media alta y alta ya que nuestros platos elaborados tendrán un toque exclusivo por el cual estas personas llegaran a deleitarse.

## 2.5 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra del proyecto en estudio se empleó la fórmula poblaciones finitas (menos de 100.000 habitantes).

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

Gráfico 6. Tamaño de la muestra  
Fuente: Tomado de Chef Andrés Gallegos

Para la aplicación de la formula se consideraron los siguientes elementos:

Número de elementos de la muestra	n= 270
Número de elementos del universo	N= 6.639
Valor crítico: Nivel de confiabilidad	Z =95% Factor= 1.6
Posibilidad de éxito	*P = 50%
Posibilidad de fracaso	*Q = 50%
Margen de error permitido	E = 5%

El valor “n” se obtuvo a base del sondeo de opinión de un grupo de moradores de clase media-alta que fluctúan entre los 25 y 50 años de edad y corresponde al número de población en el cual el restaurante se va a situar, es decir en la zona de la Gonzales Suarez.

Como el valor “P” y de “Q”, se conocen, y como la encuesta se realiza sobre diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser diferentes, se consideró conveniente tomar el caso más favorable, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra, por lo que se asignó para “P” = 50% y “Q” = 50%.

Despejando la formula antes detallada llegamos a determinar que será necesario realizar nuestra investigación en base a un número total de 83 personas perteneciente al sector.

## **2.6 Modelo de la encuesta**

El modelo de encuesta que utilizaremos para la investigación será el siguiente:

RESTAURANTE TÍPICO DE GASTRONOMÍA NACIONAL DIVIDIDO POR REGIONES CON TRES AMBIENTES DISTINTIVOS, QUE PLASMAN NUESTRAS COSTUMBRES E INFLUENCIAS CULINARIAS.

Encuesta para determinar la aceptación del público en comida ecuatoriana de tipo gourmet.

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: M\_\_\_F\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Con qué frecuencia visita un restaurante de gastronomía ecuatoriana?

- Una vez por semana\_\_\_
- Una vez cada 15 días\_\_\_
- Una vez al mes\_\_\_
- Una vez cada dos meses o mas\_\_\_

2. ¿En qué itinerario preferiría asistir al restaurante?

- Desayuno\_\_\_
- Almuerzo\_\_\_
- Cena\_\_\_

3. ¿Creé que la gastronomía ecuatoriana es variada?

- Si\_\_\_
- No\_\_\_

4. ¿Le gustaría asistir a un restaurante de gastronomía ecuatoriana el cual está dividido en 3 áreas distintivas propias de cada región?

- Si\_\_\_
- No\_\_\_

¿Por  
qué?\_\_\_\_\_



5. A nivel nacional, ¿Qué tipo de cocina prefiere?

- Costeña\_\_\_
- Serrana\_\_\_
- Amazónica\_\_\_

¿Por

qué?\_\_\_\_\_

6. ¿Estaría usted dispuesto a degustar de vegetales, carnes y/o  
carbohidratos que no sean comunes dentro de su dieta habitual?

- Si\_\_\_
- No\_\_\_

¿Por

qué?\_\_\_\_\_

7. ¿Le gustaría que la presentación de los platos sea de tipo gourmet?

- Si\_\_\_
- No\_\_\_

¿Por

qué?\_\_\_\_\_

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un plato típico gourmet?

- De 4 a 6 USD\_\_\_\_\_
- De 7 a 9 USD\_\_\_\_\_
- De 10 a 12 USD\_\_\_\_\_

9. ¿Qué espera usted dentro de las instalaciones del restaurante de gastronomía ecuatoriana? Siendo 1 el más alto y 5 el más bajo

- Servicio\_\_\_\_
- Comida y bebidas\_\_\_\_
- Ambiente\_\_\_\_
- Limpieza e higiene\_\_\_\_
- Seguridad\_\_\_\_

10. ¿Recomendaría usted al restaurante de Gastronomía ecuatoriana?

- Si\_\_\_\_
- No\_\_\_\_

¿Por  
qué?\_\_\_\_\_

## 2.7 Aplicación de la encuesta

La aplicación de la encuesta se ejecutó con el objetivo de determinar qué tan fuerte podría ser la aceptación del restaurante en la ciudad capital del Ecuador, además, se realizó la encuesta a personas que oscilan entre los 22 y 65 años de edad que en su mayoría son profesionales de diferentes especialidades, pero el grupo más representativo de los encuestados, fluctúa entre los 30 y 45 años de edad dando resultados positivos para la implementación del proyecto, debemos tomar en cuenta que este proceso se desarrolló a nivel sierra, en la ciudad de Quito en el sector de la Gonzales Suárez.

## 2.7.1 Tabulación de las preguntas de la encuesta

Tabla 1

Tabulación de las 80 encuestas realizadas a estratos sociales medio, medio alto y alto del sector de la Gonzales Suárez

Preguntas	Si	No	Alternativas	Observaciones
<p>1. ¿Con qué frecuencia visita un restaurante de gastronomía ecuatoriana?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una vez por semana___ 46</li> <li>• Una vez cada 15 días___ 18</li> <li>• Una vez al mes___ 12</li> <li>• Una vez cada dos meses o más___ 4</li> </ul>			Mayor aceptación una vez por semana	El 58% de los encuestados prefieren asistir una vez por semana.
<p>2. ¿En qué itinerario preferiría asistir al restaurante?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayuno___ 1</li> <li>• Almuerzo___ 55</li> <li>• Cena___ 24</li> </ul>			Mayor aceptación almuerzo	El 69% de los encuestados prefiere almuerzo, dejando a la cena como segunda alternativa con el 30%
<p>3. ¿Creé que la gastronomía ecuatoriana es variada?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si___ 77</li> <li>• No___ 3</li> </ul>	77	3		El 96% de los encuestados considera que es variada.
<p>4. ¿Le gustaría asistir a un restaurante de gastronomía ecuatoriana el cual está dividido en 3 áreas distintivas propias de cada región?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si___ 71</li> <li>• No___ 9</li> </ul> <p>¿Por qué?_____</p>	71	9	Tiene varias opciones para elegir en un mismo ambiente.	El 89% de los encuestados asistiría al restaurante
<p>5. A nivel nacional, ¿Qué tipo de cocina prefiere?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costeña___ 34</li> <li>• Serrana___ 41</li> <li>• Amazónica___ 5</li> </ul> <p>¿Por qué?_____</p>			Mayor aceptación serrana	El 51% de los encuestados prefiere la comida serrana, frente a un 43% de aceptación a la comida costeña.

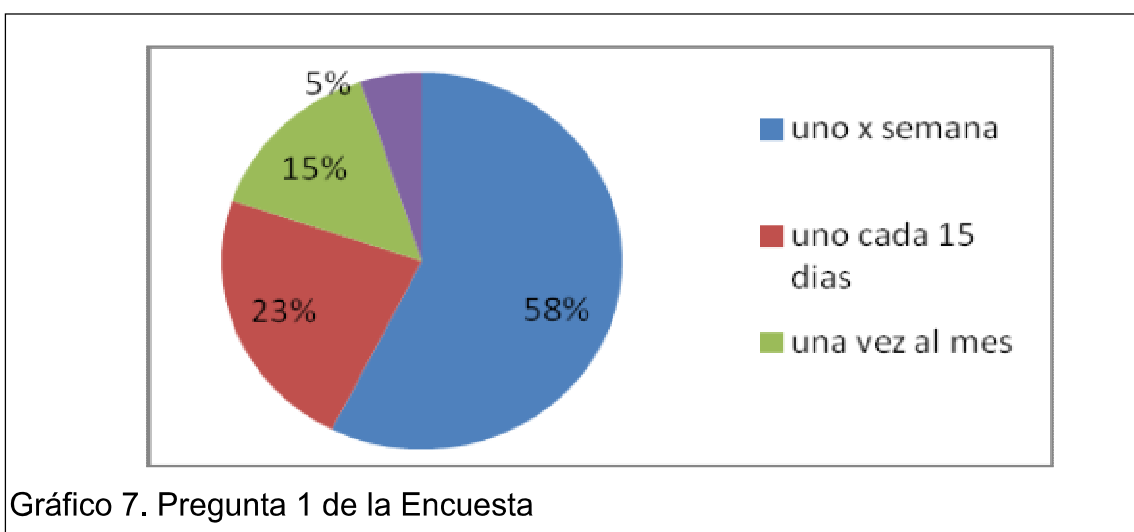
<p>6. ¿Estaría usted dispuesto a degustar de vegetales, carnes y/o carbohidratos que no sean comunes dentro de su dieta habitual?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si___ 55</li> <li>• No___ 25</li> </ul> <p>¿Por qué?_____</p>	55	25	Las personas están dispuestas a probar nuevos productos.	El 69% desea degustar de nuevos productos frente a un 31% que no se muestra interesado.
<p>7. ¿Le gustaría que la presentación de los platos sea de tipo gourmet?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si___ 46</li> <li>• No___ 34</li> </ul> <p>¿Por qué?_____</p>	46	34	Mayor aceptación por los platos gourmet.	El 58% aceptan el detalle en los platos, frente a un 42% que no le interesa.
<p>8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un plato típico gourmet?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 4 a 6 USD___ 14</li> <li>• De 7 a 9 USD___ 25</li> <li>• De 10 a 12 USD___ 41</li> </ul>			Mayor aceptación de 10 a 12usd.	El 51% de los encuestados le parece razonable el precio por un plato gourmet.
<p>9. ¿Qué espera usted dentro de las instalaciones del restaurante de gastronomía ecuatoriana? Siendo 1 el más alto y 5 el más bajo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio_3__ (29 entrevistados)</li> <li>• Comida y bebidas_1__ (59 entrevistados)</li> <li>• Ambiente_4__ (31 entrevistados)</li> <li>• Limpieza e higiene_3__ (27 entrevistados)</li> <li>• Seguridad_5__ (66 entrevistados)</li> </ul>			1y2: Satisfactorio/Importante 3: Moderado/Aceptable 4y5: Regular/Normal	
<p>10. ¿Recomendaría usted al restaurante de Gastronomía ecuatoriana?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si___ 77</li> <li>• No___ 3</li> </ul> <p>¿Por qué?_____</p>	77	3		El 96% de encuestados recomendaría al restaurante.

Fuente: Autor

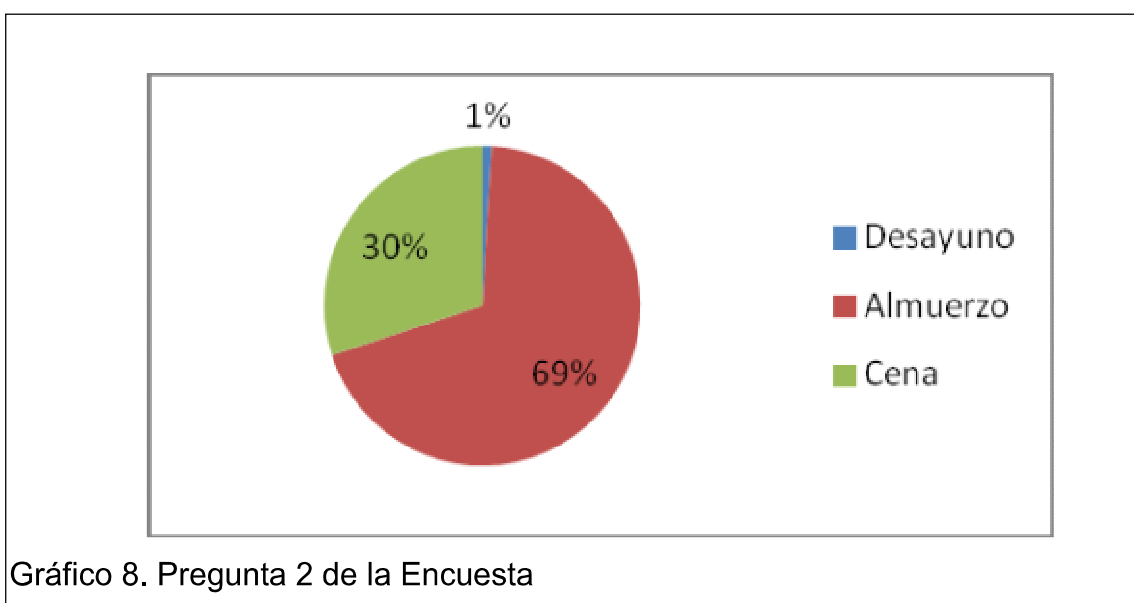
## 2.8 Resultado de la encuesta

El resultado de la encuesta, siguiendo el orden numérico de cada pregunta y las respuestas de las mismas, es el siguiente:

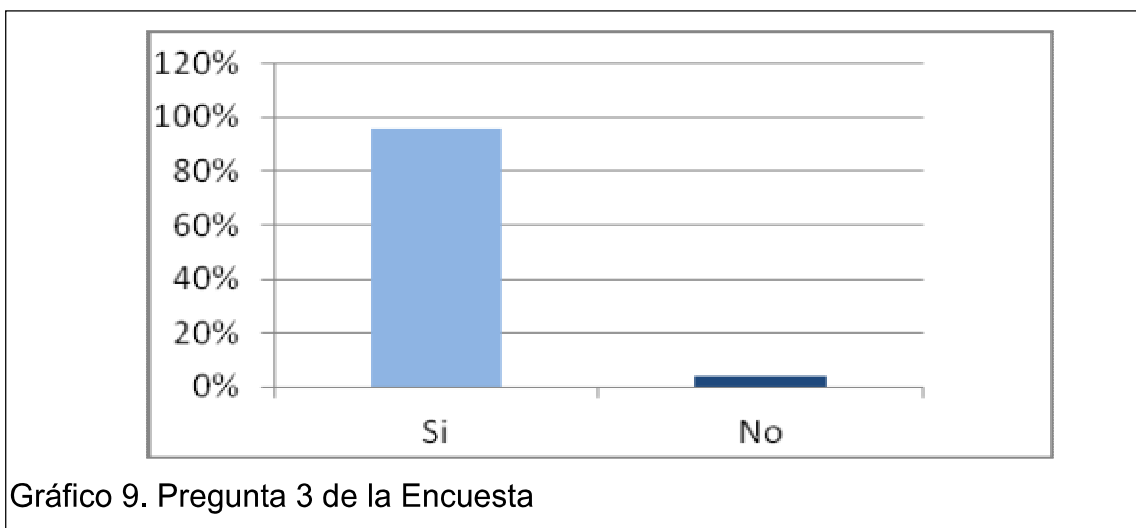
1. El 58% de los encuestados prefieren asistir una vez por semana a un restaurante de comida ecuatoriana.



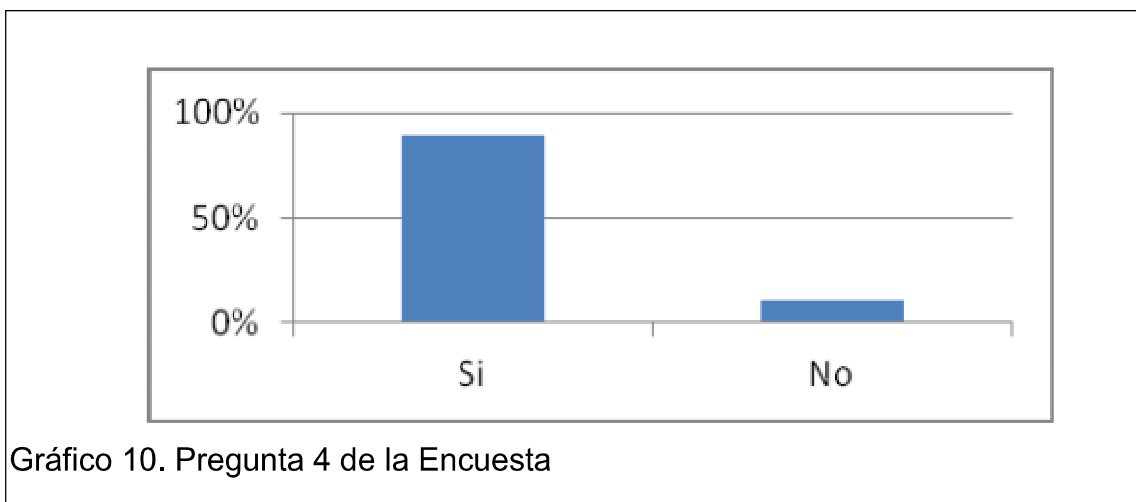
2. El 69% de los encuestados prefiere asistir al restaurante en la hora del almuerzo, dejando a la cena como segunda alternativa con el 30%.



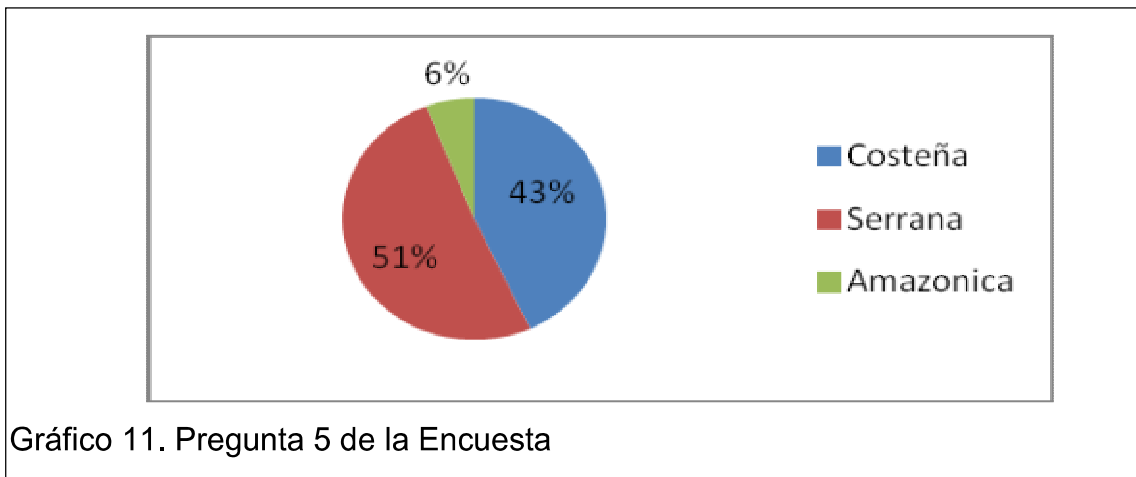
3. El 96% de los encuestados considera que la gastronomía ecuatoriana es variada.



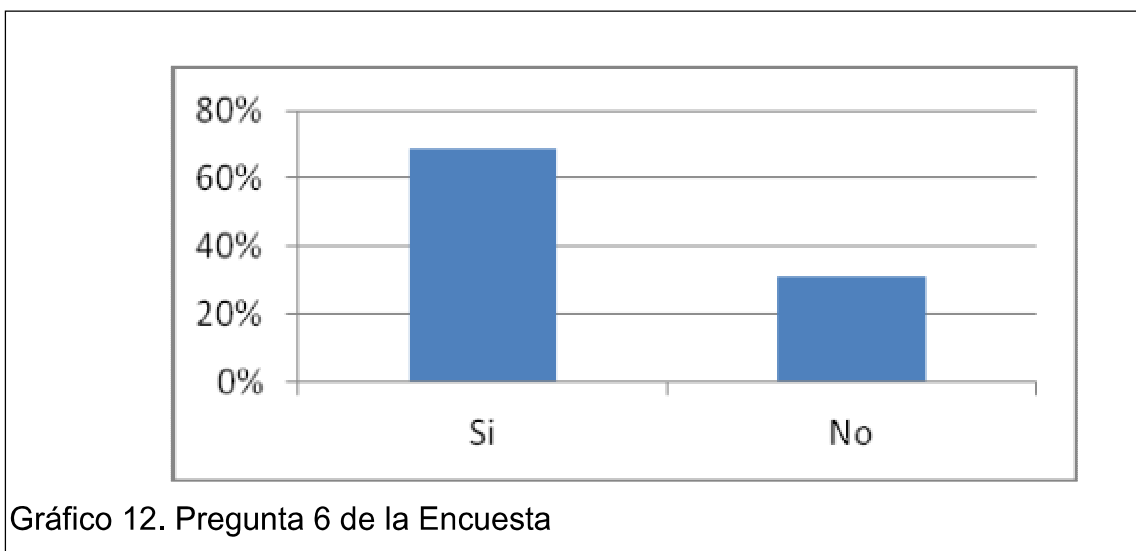
4. El 89% de los encuestados asistiría a un restaurante de gastronomía ecuatoriana el cual se divide en tres aéreas distintivas de cada región del Ecuador.



5. El 51% de los encuestados prefiere la comida serrana, frente a un 43% de aceptación a la comida costeña.



6. El 69% desean degustar de nuevos productos que no son comunes dentro de la dieta habitual de los encuestados mientras que el 31% no muestra interés en degustar platos fuera de su dieta habitual.



7. El 58% aceptan que los platos sean presentados con estilo gourmet mientras que un 42% que no le interesa.

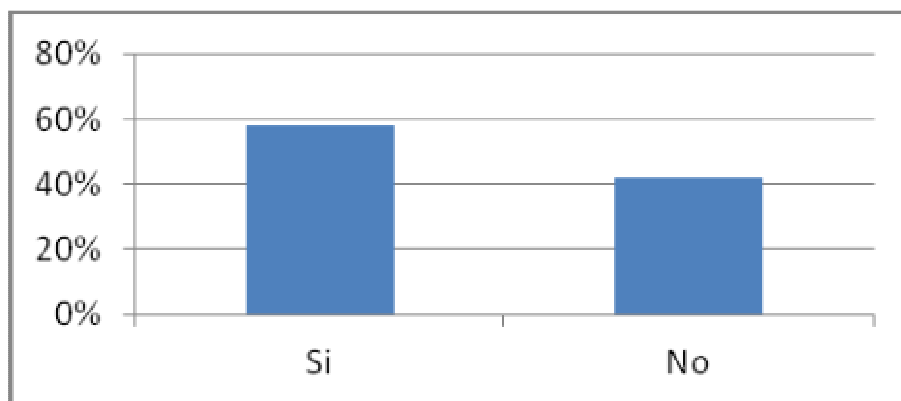


Gráfico 13. Pregunta 7 de la Encuesta

8. El 51% de los encuestados le parece razonable el precio por un plato gourmet de 10 a 12 dólares.

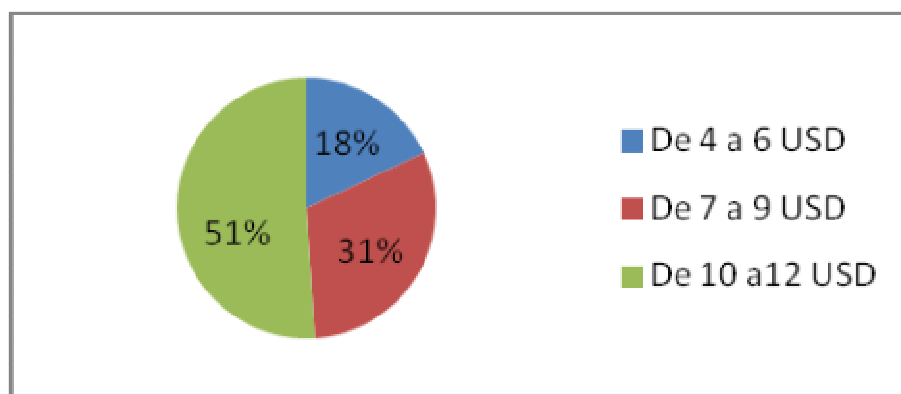


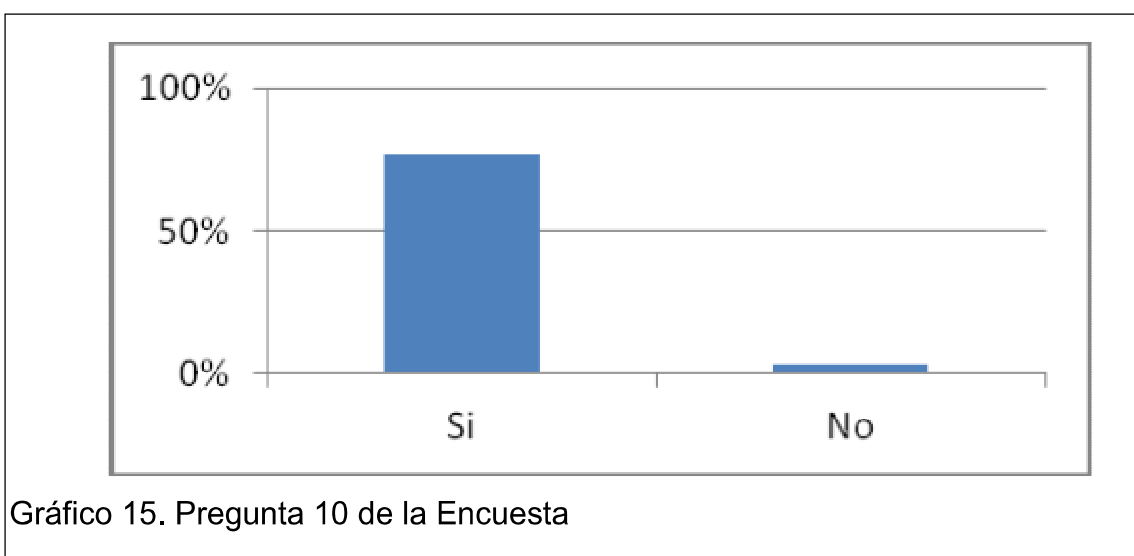
Gráfico 14. Pregunta 8 de la Encuesta



9. Se encuentra dividida en servicio, comida y bebidas, ambiente, limpieza e higiene y por ultimo seguridad.

- Dentro del servicio el 36% de personas encuestadas lo consideran como moderado/aceptable.
- La comida se establece como el 74% dentro de un rango de satisfacción/importancia.
- El ambiente tiene un 39% posicionándose como regular/normal.
- La limpieza e higiene se ubican con el 34% en la categoría de moderado/aceptable.
- La seguridad, con un 82% pasa hacer poco importante, es decir con categoría regular/normal.

10.El 96% de encuestados recomendaría al restaurante de gastronomía ecuatoriana.



### 2.8.1 Análisis de la información tabulada

Los resultados arrojados por la tabulación de la encuesta fueron positivos debido a que sobrepasa el 50% de aceptación en algunas de las preguntas y en otras supera el 70% y 80%.

Según la pregunta 1 la mayoría de las personas a las cuales se les realizó la encuesta coincidieron en que les gustaría asistir a un restaurante de comida ecuatoriana una vez por semana ratificando según la pregunta número 2 que el itinerario preferible de asistencia sería en la hora del almuerzo, existiendo una conectividad con el contenido de la pregunta 3 ya que la mayoría aceptó que la comida ecuatoriana es variada, por lo que les gustaría asistir con mayor frecuencia a establecimientos que ofrezcan este tipo de comida.

En la pregunta 4 la mayoría de personas a las que se les realizó la encuesta coinciden en que les gustaría que exista un restaurante típico ecuatoriano distinto a los que normalmente se encuentran en el país, ya que se ofrecerá al público un restaurante temático el cual está dividido por ambientes de acuerdo a cada región, demostrándonos que existe una aceptación por parte de la sociedad ecuatoriana para proporcionarse de este tipo de gastronomía y que además están de acuerdo de que este servicio se lo entregue en un establecimiento que impresione mediante su entorno real, permitiéndole al consumidor el estar a gusto con las prestaciones del mismo.

Según el contenido de la pregunta 5 muchas de las personas encuestadas prefieren la comida serrana, sin dejar de lado a la costeña, ya que les parece que es mucho más saludable o más sabrosa, pero también debemos tomar en cuenta que la encuesta se realizó en la serranía del Ecuador, en Quito ciudad capital, es por esto que los datos que presenta la tabulación sugieren un mayor favoritismo hacia la comida serrana, dejando como segunda opción a la comida costeña.

En la pregunta 6 por otro lado nos dice que el 60% de las personas encuestadas muestran mayor interés por la degustación de productos nuevos, siendo personas que quieren descubrir distintos sabores a los que están acostumbrados, tomando en cuenta que no nos saldremos del contexto establecido dentro de la gastronomía ecuatoriana.

En la pregunta 7 las personas en su mayoría escogieron como respuesta, que preferirían la comida gourmet a la comida tradicional y sencilla, esta elección permite que la presentación de los platos, se realice con mayor elegancia y minuciosidad en los detalles.

Muchas de las personas coincidieron con los resultados de los precios que oscilan entre 10 a 12 dólares de la pregunta 8, por lo que estarían dispuestos a pagar ese valor por los productos que se ofrecerán en el restaurante.

La pregunta 9 consiste en que las personas tienen que enumerar de acuerdo a la importancia que ellos crean conveniente entre el servicio, comidas y bebidas, ambiente, limpieza e higiene y seguridad, teniendo como resultados que en primer lugar con mayor importancia se encuentra el área de comida y bebidas con el número 1, seguido por el área de servicio asignándole el segundo puesto, el número 3 al ambiente, el número 4 limpieza e higiene y por último seguridad.

Por último en la pregunta número 10 las personas concuerdan que recomendarían un restaurante de gastronomía ecuatoriana con estas características, ya que la comida nacional es sabrosa, variada, rica en proteínas, carbohidratos y vitaminas en todos sus productos, por lo tanto, es necesario enseñar al mundo entero la cultura, costumbres alimenticias y tradiciones culinarias de nuestro país, con una presentación diferente.

## **2.9 Conclusiones de la investigación de mercado**

Las conclusiones a las que llegamos con la investigación realizada fueron las siguientes:

- En la ciudad de Quito la afluencia de gente a restaurantes de gastronomía nacional es alta ya que la mayoría acude a estos lugares una vez por semana.

- En el Ecuador la mayor parte de personas prefieren comer fuera de sus hogares a la hora del almuerzo.
- No existe en el Ecuador, especialmente en la ciudad de Quito un restaurante que brinde importancia a los ambientes temáticos.
- Se buscara poner más atención a los platos de la serranía, sin dejar de lado a la cocina costeña y amazónica, impulsando la aceptación de productos novedosos.
- Presentaremos los productos elaborados en platos con estilo gourmet, teniendo presente la importancia en cuanto a servicio, comida y bebidas, ambiente, limpieza e higiene y seguridad.

## CAPÍTULO III

### 3. PLAN DE MERCADO

#### 3.1 Misión

Brindar un servicio de atención con excelencia, basado en principios y valores de capacidad, honradez, equidad, disciplina, lealtad y compromiso de los involucrados para satisfacer al cliente.

#### 3.2 Visión

“Cielo” será un restaurante de comida típica ecuatoriana, que en los cinco primeros años espera situarse sobre los estándares de calidad establecidos en nuestro país y así lograr ubicarse en Quito capital del Ecuador.

#### 3.3 Análisis FODA

El análisis FODA fue creado como una herramienta que permite tener en claro la situación actual de una empresa, siendo en este caso el restaurante Cielo, mediante la implementación de este sistema que posee ciertas características que más adelante las explicaremos, mediante el cual se podrá obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones tanto a largo como a corto plazo, según los presentes objetivos o políticas que el restaurante llegue a determinar. Para poder analizar este sistema es necesario nombrar las características por las cuales el término FODA se encuentra conformado, las que corresponden a los cuatro elementos que a continuación mencionamos:

- Fortalezas
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

### **3.3.1 Fortalezas**

- Sector residencial, turístico, comercial y financiero, ubicado en el sector centro norte de la ciudad.
- Segmento de mercado para un estrato social de clase media alta.
- Se cuenta con la constitución de la empresa y los reglamentos internos legalmente registrados.
- Se cumplen con los requisitos exigidos y establecidos en las leyes y reglamentos vigentes para el funcionamiento de restaurantes.
- Las actividades del negocio están dirigidas y controladas por el gerente propietario que posee atributos de organización y creatividad.

### **3.3.2 Oportunidades**

- Mejoramiento continuo y crecimiento por el buen servicio ofrecido y la calidad de los productos.
- Involucrarse en el ámbito comercial con proveedores, exigiendo calidad y buen precio de los insumos.
- Ampliar el negocio considerando que la calidad y buen servicio dará mayor incremento de clientes.
- Mantener altos estándares de calidad en la elaboración de productos para el expendio.

### **3.3.3 Debilidades**

- Falta de experiencia en el manejo y administración de negocios.
- Falta de disponibilidad económica, lo que obliga a incursionar en el endeudamiento a mediano plazo.
- Desconocimiento del comportamiento del recurso humano contratado.
- No se cuenta con un sistema informático apropiado para la naturaleza del negocio.

### **3.3.4 Amenazas**

- Situación política del país debido a restricciones económicas y regularizaciones que afecten a los ingresos de los clientes.
- Competencia con restaurantes ubicados en el sector y que están posesionados en el mercado desde hace mucho tiempo.
- Incidencia de los cambios climáticos en el país y en la ciudad de Quito, situación que podría generar incumplimiento en la entrega de productos por parte de los proveedores o desabastecimiento.

## **3.4 Estrategias**

Según Francisco J. Manson Coronado en su libro “Diccionario Enciclopédico de Estrategia Empresarial” para la formulación de cualquier estrategia se debe llevar a su realización cuando en primer lugar se haya identificado, evaluado y seleccionado los diferentes cursos por los cuales se actuara dentro de una negociación.

Es decir es necesario definir en primer lugar las alternativas que existirán dentro del restaurante permitiendo o no llegar a cumplir los fines propuestos, luego de barajar las distintas clases de alternativas el restaurante toma las decisiones que será de diferente naturaleza mediante la información y los recursos disponibles.

Dentro del tipo de estrategias es necesario distinguir a las decisiones estratégicas, tácticas y operativas:

Las decisiones estratégicas implican que cierta cantidad de recursos sean destinados a la realización de actividades, de tal forma que estas actividades tengan un gran impacto a largo plazo, logrando una mayor adaptación al entorno con las mejores condiciones esperadas.

En el caso de decisiones tácticas, son aquellas que permiten la realización de las decisiones estratégicas, es decir son aquellas decisiones que se convierten en el medio por el cual se podrán realizar decisiones estratégicas a futuro.

Por último las decisiones operativas, nos indican que debido a su programación suelen ser decisiones rutinarias y repetitivas, en el supuesto caso de desviaciones o errores se pueden corregir rápida y oportunamente.

Las estrategias que se puedan utilizar dentro del restaurante tienen como factor fundamental el desarrollar los objetivos generales de acuerdo con las ventajas actuales y potenciales del restaurante con el fin de lograr una inserción óptima dentro del entorno del mismo.

### **3.4.1 Estrategias Internas**

Los factores que en muchos casos suelen determinar cambios trascendentales a través de tácticas y destrezas propias de la empresa de forma que ayude en el desarrollo del proyecto se denominan estrategias internas, dentro de las cuales se mencionan algunas de ellas:



### 3.4.2 Estrategia de Productos

Es un bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- La cartera de productos
- La diferenciación de productos
- La marca
- La presentación

El producto/servicio es una condición necesaria por la cual se originan las transacciones comerciales en la empresa. Los productos han de respetar una condición sin la cual no tenemos ninguna oportunidad en la comercialización, esta no es otra que respete las necesidades, gustos y formato que nuestro público objetivo exija. Para ello hemos estudiado el mercado, a nuestros clientes potenciales, alejarnos de sus deseos es fracasar en el lanzamiento o comercialización de ellos.

Es conveniente desarrollar un catálogo de productos o enlistar todos aquellos productos/servicios que se ofrecerán para la venta y por lo cual vamos a cobrar. En cada producto debemos tomar en cuenta las razones por las que interesan a los clientes. Insistir que aquellos productos que comercialicemos son de interés para los clientes, no para nosotros empresarios o directivos. Pensar que compramos productos por los servicios que prestan, no por los productos en sí, precio, comodidad, marca, prestigio, moda, etc.

### 3.4.2.1 Lista de Productos a escoger

Los principales productos que necesitaremos para la elaboración de los platos ofrecidos en nuestra carta son:

Región Costa:

- Plátano Verde
- Camarón
- Concha Entera
- Pescado (Picudo)
- Chilangua
- Habapalla
- Coco
- Maqueño
- Salpjeta

Región Sierra:

- Pierna de Cerdo
- Cuy
- Pata de res
- Gallina Criolla
- Mote
- Papa
- Higos
- Cebolla Paiteña
- Pimiento verde
- Zanahoria

Región Amazónica:

- Hojas de Yaki-Panga
- Chame
- Guanta
- Arazá
- Tilapia
- Yuca

Bebidas

- Naranja
- Mandarina
- Mango
- Sandia
- Batido de Coco
- Batido de Banano

### 3.4.3 Estrategia de Precios

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia. Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costos. Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costos de producción, distribución.
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de Marketing adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

El precio será el valor de cada producto que se va a comercializar. Debemos plantearnos qué esfuerzo le exigimos al cliente para la consecución de estos, esto forma parte del intangible del precio, a igualdad de condiciones ante productos de idéntico precio y características, nos decidiremos por aquellos que como cliente tenga que realizar menos esfuerzo para conseguirlo.

El precio es la única posibilidad de ingresos en el plan de marketing, tomando en cuenta que trabaja de manera conjunta con los tres componentes restantes del marketing mix.

Para determinar el precio de los productos que ofrecemos es conveniente efectuar un análisis de mercado que incluye investigar los precios de los productos que brinda la competencia, esto es a través de entrevistas a clientes o referencias obtenidas a través de internet de negocios de similares características que estén ubicados en la misma zona.

### **3.4.3.1 Formas de Pago**

Las formas de pago por las cuales el restaurante cobrara por sus servicios prestados serán:

- Efectivo
- Tarjetas de crédito asociadas, siendo las principales Diners, Discovery, Mastercard y Visa.
- Tarjetas de débito.

Estos tres medios son una gran alternativa para el cliente brindando facilidad para el pago del servicio prestado.

### **3.4.4 Estrategia de Promoción**

Consiste en difundir un mensaje mediante la comunicación y que éste a su vez tenga una respuesta positiva del público al que va destinado, dentro de la promoción está lo referente a la publicidad, que trata básicamente de mantener una apropiada imagen corporativa. Los objetivos principales de la promoción a través de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de promoción en la comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El Marketing directo.

Este componente es desarrollado principalmente por las personas que hacen una organización, el talento humano compuesto por directivos y personal operativo o de apoyo, hace posible el engrandecimiento de la misma. La empresa deberá contar con personal calificado que atienda a nuestro consumidor, porque un error cometido por éstos afectaría a la empresa desmejorando su imagen notablemente. Los procesos promocionales deben ser estructurados correctamente, ya sea en un servicio o en la creación de un producto, esto nos llevara a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

#### **3.4.4.1 Estrategias de marketing y publicidad**

El término marketing es un proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.; además, es considerado como el arte y la ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo. Marketing/ mercadotecnia o mercadeo se define también como la estrategias de mercado que involucra las ventas, el estudio de mercado y el posicionamiento de mercado, tiene como objetivo principal favorecer el intercambio entre dos partes, en las cuales ambas resulten beneficiadas.

Para que esto se produzca, es necesario cumplir las siguientes condiciones:

- Debe haber al menos dos partes.
- Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
- Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
- Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
- Cada parte debe creer que es apropiado.

El marketing es la orientación con la que se administra el mercadeo o la comercialización dentro de una organización. Así mismo, busca la confianza de los clientes, mediante herramientas y estrategias; posiciona en la mente del

consumidor un producto, marca, etc. buscando ser la opción principal y llegar al usuario final; parte de las necesidades del cliente o consumidor, para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora o mercadeo de la organización.

### **3.5 Estrategia de plaza**

Es un elemento utilizado en el marketing mix para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Los principales factores que conforman la política de distribución son:

- Canales de distribución. Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- Planificación de la distribución. La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- Distribución física. Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de negocio matriz o sucursales utilizados.
- Merchandising. Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

La plaza es considerado el lugar desde donde se origina o se prepara la materia prima e insumos a ser ofrecidos al consumidor, constituye el espacio físico o elemento de mayor importancia debido a que su ambiente muy bien decorado y observando las técnicas modernas necesarias, será del agrado del cliente.

### 3.6 Políticas Empresariales

Políticas relacionadas con los clientes internos y externos:

Por disposición de la gerencia general del Restaurante Cielo se emiten las siguientes políticas que serán de cumplimiento obligatorio.

#### 1. Control de asistencia y permanencia en el lugar de trabajo

El horario regular establecido de lunes a viernes será de 9:00 a.m. a 18:00 p.m. para la parte de área gerencial, administrativa y financiera, mientras que el personal tanto de cocina y de servicios desde las 11:00 a.m. a 15:30 p.m. retornado a las 18:30p.m. a 22:30 p.m.

Los empleados deberán ingresar quince minutos antes con la finalidad de que vistan el uniforme correctamente; de ser necesario se postergará el horario de salida previo aviso del jefe de área. Se recuerda a todo el personal que deberán registrar diariamente la hora y firma del ingreso y salida. Se establecerán turnos para que utilicen una hora diaria para el almuerzo; adicionalmente se realizarán controles periódicos y sorpresivos de la permanencia en su lugar de trabajo.

#### 2. Remuneraciones e incentivos al personal

En los contratos individuales respectivos constarán los beneficios económicos acordados así como las obligaciones del patrono sobre aportes al Instituto de Seguridad Social y más regulaciones establecidas por el Ministerio de lo Laboral; sin embargo, además se reconocerá un bono como incentivo para el mejor empleado del año, por la cantidad de cien dólares 100,00 USD.

### 3. Servicio a los usuarios y esmero en la atención

Todo el personal sin excepción alguna, brindarán la mejor atención a los clientes desde que ingresan al local, sugiriéndole los espacios físicos disponibles al momento, se entregará la carta y se mencionará cuáles son las especialidades de la casa, el servicio debe ser apropiado y en el menor tiempo posible, siempre en términos de amabilidad y cortesía, en todo momento observarán las normas establecidas para el buen trato, etiqueta y protocolo.

### 4. Marketing y cuidado de la imagen del restaurante

Con la periodicidad de tres meses, será revisado el marketing publicitario contratado, así como los sondeos de opinión de los clientes a través de un cuestionario de preguntas concretas y breves evitando incomodarlo. Del análisis y evaluación de los resultados se adoptarán acciones correctivas oportunas, en procura de conservar y optimizar la calidad de los alimentos elaborados, servicio y atención al cliente, a fin de alcanzar estándares positivos que favorezcan la imagen del restaurante.

## **3.7 Posicionamiento**

El posicionamiento consta en que el cliente llegue a estar consciente de la existencia del restaurante y los servicios que puede llegar a ofrecer, esto se logra cuando en la mente de cada uno de los clientes se encuentra como preferencia el gusto hacia los servicios prestados por el restaurante y que por lo tanto permite que el consumidor tenga el deseo de acudir al mismo. Al momento en que los clientes asisten, por este deseo que se genera en la mente de cada individuo, el restaurante a cumplido con una de las metas más importantes para este como lo es el reconocimiento por parte de la sociedad es decir a logrado un posicionamiento dentro del sector en cual está ofreciendo



sus productos. Esta necesidad de posesionarse por parte del restaurante es imprescindible para que el restaurante llegue a tener acogida por parte de los ciudadanos y que pueda tener existo en la prestación de servicios que este ofrece.

### **3.7.1 Ventajas Competitivas**

Es necesario determinar aquellas ventajas por las cuales nuestro servicio va a poder ser preferencial respecto a varias alternativas existentes en el mercado. Estas ventajas lograrán que el restaurante llegue a ser altamente competitivo en el mercado, las mismas que se tendrán que desempeñar con ciertas características únicas que permitan cumplir con los objetivos primordiales del restaurante. Estas características son las siguientes:

1. Única.
2. Posible de mantener.
3. Netamente superior a la competencia.
4. Aplicable a variadas situaciones del mercado

Para poder cumplir con los objetivos el restaurante tiene como ventajas principales las siguientes:

- Equipo profesional altamente calificado.
- Cómodas áreas de trabajo
- Ambientes distintivos.
- Productos de calidad
- Oportuna atención al cliente

Estas ventajas son distintivas de nuestro restaurante que permitirán llegar a tener un posicionamiento en el mercado relevante, ya que nuestro restaurante será recordado por cada uno de los consumidores debido a la prestación de un

buen servicio, como un restaurante de ambientes cálidos y cómodas áreas, y sobre todo como un restaurante que ofrece productos de excelencia.

### **3.8 Definición de Servicio al cliente**

Servicio al cliente, es aquella prestación que proporciona el restaurante para lograr la satisfacción del consumidor, con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado.

Las actividades que brinda un suministrador deben ser interrelacionadas conjuntamente con el cliente, para lograr asegurar la satisfacción del mismo así como también del uso correcto del producto.

Uno de los objetivos principales del restaurante es que el cliente llegue a sentirse satisfecho con los productos que se están ofreciendo, por lo tanto, creemos que el personal tiene que estar consciente de la existencia de la definición de servicio al cliente, para que cada uno al momento de ser contratados y durante su permanencia como empleados del restaurante pongan en práctica cada día de trabajo esta definición.

#### **3.8.1 Marca**

Nuestra marca está conformada por la palabra cielo en color negro, en esta, la letra i tiene como punto el mapa del Ecuador. Cielo se encuentra dentro de una nube con filos azules en la cual se encierra conjuntamente con media silueta del mundo.



### 3.8.2 Slogan

*“Vive Ecuador comete el Cielo”*

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO TECNICO**

#### **4.1 Localización de servicio al cliente**

El restaurante se encontrara localizado en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito entre las avenidas Rafael León Larrea y Gonzales Suárez.

El servicio proporcionado para la satisfacción del cliente, será representado por cada uno de los empleados, principalmente por los meseros, quienes tendrán una relación mucho más cercana con el cliente y sus exigencias, los cuales estarán preparados para una correcta atención al cliente logrando que la permanencia de este sea de lo más agradable.

Además los meseros estarán prestos para escuchar cualquier inconveniente que se suscite dentro del restaurante, para así poder solucionarlo en el menor tiempo posible, siendo un punto de gran interés para Cielo el que existan recomendaciones y sugerencias por parte de los clientes que permitirán mejorar día a día el servicio prestado.

##### **4.1.1 Macro localización**

El Restaurante Cielo se encuentra ubicado en la ciudad de Quito Provincia de Pichincha Ecuador.



#### 4.1.2 Micro localización

El restaurante “Cielo” consta de un área de cuatrocientos cincuenta metros cuadrados ubicado en la avenida Gonzales Suarez y Rafael León Larrea.

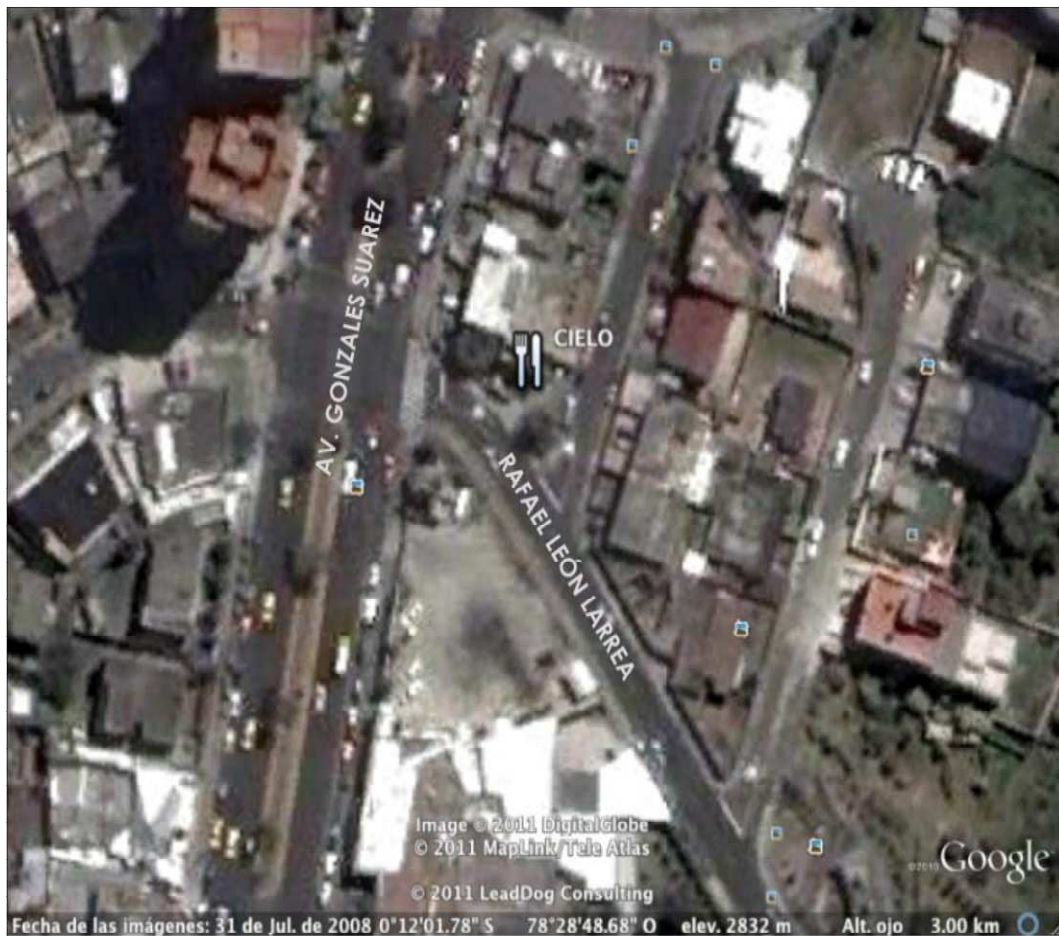


Gráfico 18: Micro Localización

Fuente: Tomado de Google Earth

#### 4.2 Inspección final o calificación del producto acabado

En el Restaurante Cielo dentro del área de cocina, se encontraran el personal que incluirá al Chef, subchef, dos cocineros y un posillero, los cuales desempeñaran y tendrán a su cargo las siguientes funciones:

El Chef será la persona con mayor rango dentro de la cocina quien estará a cargo del desempeño de cada uno de los empleados antes mencionados.

El chef será la persona que deberá de estar más atento en cada proceso de elaboración del producto que se desarrolle dentro de la cocina del restaurante

ya que dentro de sus funciones principales es importante mencionar que se encargara de inspeccionar de forma rigurosa el desarrollo y calidad del producto terminado.

El sub chef atenderá los requerimientos o necesidades del chef cuando este lo solicite, encargándose además de la producción que se desarrolle, como también de la calidad de los platos al momento de ser despachados de la cocina, actuando como la mano derecha del chef y por ende con capacidad de poder solucionar cualquier problema que se suscite en la cocina.

Existirán además dos cocineros que trabajarán conjuntamente con el sub chef los cuales permitirán que el restaurante se desarrolle de la mejor forma posible, cada uno de estos estarán designados a distintas áreas, para que de esta manera exista un orden dentro de la cocina, principalmente al momento en que las comandas entren, por ejemplo el cocinero número uno se encargará de la cocina fría, el cocinero número dos de la cocina caliente y así de esta manera podrán prestar el apoyo necesario para un adecuado funcionamiento del Restaurante.

Los cocineros deberán poner mayor atención en los platos que se encuentren a su cargo, ya que estos, deberán ser despachados de cocina, con un alto nivel de calidad, es decir que no debe existir ningún tipo de error dentro de la producción.

El posillero será el encargado de limpiar y sanitizar toda la vajilla, cristalería, cubertería y menaje en general, así como también mesas de trabajo y equipos de cocina para que de esta forma el producto preparado por los cocineros puedan ser servidos de la mejor manera posible y así evitar que se produzca algún tipo de contaminante en la comida.

El personal en general estará atento en el proceso de elaboración de los productos, tomando en cuenta varios aspectos como lo es el uso de vestimenta

adecuada, para evitar cualquier tipo de contaminantes en los alimentos, deberán de usar las herramientas apropiadas para el perfecto desenvolvimiento al momento de la cocción y producción, como también deberán aplicar las prácticas y normas de sanidad establecidas por el restaurante y sobre todo por el Ministerio de Salud.

### 4.3 Ingredientes

Los Ingredientes principales que se utilizarán para la elaboración de los platos típicos serán:

#### 4.3.1 Evaluación del costo de los ingredientes

Tabla 2

Evaluación de costo de los ingredientes

<b>CANTIDAD ESTIMADAS PARA PRODUCCION DIARIA (85 platos aprox)</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD g/ml</b>	<b>CANTIDAD kg/lt</b>	<b>USD por 1kg/lt</b>	<b>VALOR TOTAL USD</b>
Aceite	470	0,47	1,25	0,5875
Ajo	190	0,19	5,2	0,988
Arazá	225	0,225	4,25	0,95625
Arroz	650	0,65	1,35	0,8775
Arveja	45	0,045	2,25	0,10125
Azúcar	185	0,185	1,15	0,21275
Banano	300	0,3	1,5	0,45
Camarón	500	0,5	12,5	6,25
Camote	75	0,075	6,35	0,47625
Canela	12	0,012	40,5	0,486
Cebolla Blanca	185	0,185	1,5	0,2775
Cebolla Paiteña	660	0,66	1,45	0,957
Cerveza	125	0,125	1	0,125



Chame	300	0,3	5,5	1,65
Chicharrón	400	0,4	4,5	1,8
Chilangua	50	0,05	37,5	1,875
Cilantro	310	0,31	1,25	0,3875
Clavo de Olor	12	0,012	42,5	0,51
Coco	600	0,6	1,1	0,66
Concha	3000	3	8	24
Crema de Leche	280	0,28	3,3	0,924
Cuero de Cerdo	40	0,04	20	0,8
Cuy	1200	1,2	7	8,4
Gallina Criolla	280	0,28	5,5	1,54
Guanta	480	0,48	9,5	4,56
habapalla	100	0,1	2,5	0,25
Harina	150	0,15	1,2	0,18
Higos	320	0,32	2,25	0,72
Hoja de yaki- panga	80	0,08	3	0,24
Huevo	195	0,195	2,3	0,4485
Leche	675	0,675	0,75	0,50625
Leche de Coco	100	0,1	8,92	0,892
Limón	205	0,205	2,25	0,46125
Mandarina	1500	1,5	1	1,5
Mango	1500	1,5	1	1,5
Maní	180	0,18	3,2	0,576
Maqueño	300	0,3	0,65	0,195
Miel	45	0,045	5,93	0,26685
Mote	48	0,048	2,6	0,1248
Mostaza	680	0,68	5,6	3,808
Naranja	1420	1,42	1	1,42
Orégano	30	0,03	5,6	0,168
Panela	80	0,08	2,5	0,2

Papas	950	0,95	0,8	0,76
Pata de Res	480	0,48	4,2	2,016
Perejil	270	0,27	1,25	0,3375
Pescado Picudo	1100	1,1	9,5	10,45
Pierna de Cerdo	1320	1,32	4,35	5,742
Pimiento Amarillo	60	0,06	0,9	0,054
Pimiento Rojo	60	0,06	1,1	0,066
Pimiento verde	630	0,63	0,65	0,4095
Plátano Verde Barraganete	200	0,2	0,85	0,17
Queso Fresco	180	0,18	6,55	1,179
Ralladura de Coco	75	0,075	3,55	0,26625
Salprietá	75	0,075	3,5	0,2625
Sandía	48	0,048	1	0,048
Tomate Riñón	25	0,025	1,5	0,0375
Salsa de Tomate	2000	2	1	2
Salsa Inglesa	400	0,4	15	6
Tilapia	50	0,05	6,3	0,315
Vainita	50	0,05	1,55	0,0775
Yuca	290	0,29	3	0,87
Zanahoria	170	0,17	1,15	0,1955
<b>Total</b>		<b>26,615</b>		<b>104,5644</b>

### 4.3.2 Perdida de ingredientes y producto

Dentro de la producción de una cocina se deberá establecer normas para el desarrollo de los productos, siendo una de estas el buscar la optimización de los recursos para el desarrollo de alimentos de la mejor manera posible.

Al momento de la compra de los insumos en una cocina, siempre existirá al momento de su producción, un porcentaje de rendimiento, según el tipo de alimento y también según el tipo de preparación que se quiera realizar con este.

Es por lo tanto necesario optimizar de la mejor manera cada uno de los insumos comprados, ya que podrá suceder que se produzca merma de estos pero se intentara evitar a toda costa que exista algún tipo de perdida en la producción por parte de la cocina.

Es necesario definir la diferencia que existe en los términos “merma” y “desperdicio.”

Merma es todo residuo que se produce durante el proceso de elaboración, pero que al final estos pueden ser predecibles y controlables dentro del presupuesto del restaurante, siendo parte de la rutina en una cocina.

Mientras que por otro lado, el desperdicio son las pérdidas que se producen en la materia prima y en los recursos, siendo está impredecible pero que a la vez es necesaria su eliminación dentro de la cocina, ya que los costos que implican estos desperdicios son siempre absorbidos por el restaurante.

Una vez definido la diferencia que existe entre merma y desperdicio el restaurante tendrá que tomar siempre en cuenta que la merma es parte de la producción y que dependiendo de cada alimento comprado, el porcentaje de rendimiento podrá ser mayor o menor, pero por otro lado se intentara minimizar

al máximo las posibilidades de que se produzcan pérdidas en el restaurante, mediante la aplicación de procesos de control de los alimentos, como lo es por ejemplo, la observación de fechas de caducidad en los productos y revisión de la compra de los proveedores según las necesidades reales del restaurante, entre otros.

#### **4.4. Menaje y equipos**

El menaje o utensilios de cocina son herramientas que se utilizan en la gastronomía como una forma de ayuda en la preparación de los platos.

El menaje ha sido utilizado desde la época de la prehistoria, desde el momento en que se utilizaban las hogueras para la cocción de los productos, creándose utensilios que si bien es cierto eran rudimentarios permitían cocinar los productos y así los podían digerir de una mejor manera. Estos utensilios fueron evolucionando con el pasar de los años hasta llegar a lo que ahora son, siendo instrumentos esenciales dentro de la cocina en el mundo entero.

Los equipos de cocina son de igual forma instrumentos que ayudan en la elaboración de productos, pero que a diferencia del menaje estos utilizan sistemas mecánicos, como lo son las cocinas, cuartos fríos, cuartos de congelamiento, brazos mecánicos entre otros, siendo creados especialmente para facilitar el trabajo del personal dentro de una cocina y así poder aprovechar de mejor manera cada uno de los productos en la elaboración de los platos.

#### 4.4.1. Listado de menaje y equipos

##### Menaje

Sartenes	Pelador	Tenedores
Ollas con mango	Silpat	Cuchillos de mesa
Bowls	Bandejas plásticas	Vasos
Tablas de corte	Bandejas de lata	Copas
Cuchillo cebollero	Platos	Jarras
Fileteador	Cucharas	Rodillos
Deshuesador	Cucharones	Martillos
Puntilla Plana	Espumadera	Paletas plásticas.
Puntilla curva	Espátulas	

##### Equipos

Cocina Industrial	Horno Industrial	Refrigerador
Mesas de trabajo	Planchas	Freidora
Brazo mecánico	Parrillas	Rebanadora de
Licuada	Congelador	Embutidos
Salamandra	Máquina para Café	

#### 4.5. Técnicas de producción

Estableceremos a las técnicas de producción como métodos que se utilizarán para una correcta elaboración de los alimentos, clasificándolos en húmedos y secos:

Los húmedos son aquellos que conducen el calor a través de agua, vapor e incluso agua saborizada o fondos además de que también pueden ser salsas.

Los secos son aquellos que sin necesidad de humedad conducen el calor por aire, radiación, metal o grasa caliente.

Los métodos o técnicas que utilizaremos con frecuencia en el restaurante Cielo serán los siguientes:

**Hervir:** Se debe cocinar en un medio líquido que esté a punto de ebullición, a nivel del mar la temperatura de ebullición del agua será de 100°C mientras que en Quito la temperatura alcanza los 92°C.

**Simmer:** La temperatura de Simmer oscila entre los 85° C y los 96° C, normalmente llega al punto de ebullición y luego se obtiene la temperatura deseada.

**Vapor:** Se utiliza muy a menudo debido a que minimiza la pérdida de nutrientes de los alimentos y en condiciones normales puede llegar a temperatura de ebullición.

**Estofado:** Se cocina los alimentos en poca cantidad de líquido y previamente enharinados si son proteínas o salteados si son vegetales, en casi todos los casos el líquido restante se sirve con salsa.

**Rustido y Horneado:** Se cocinan los alimentos por medio del aire caliente que lo rodea, llamamos rustir o rostizar a la cocción de carnes y aves, mientras que el término hornear se aplica para panadería, pastas, vegetales y pescados.

**Sauté o Salteado:** Llamamos Sauté a la cocción rápida en poca cantidad de grasa, lanzando pequeñas cantidades de comida al aire.

**Fritura de profundidad:** Normalmente se utiliza esta técnica para la cocción de grandes piezas de alimentos, además tiene como característica de cocción el sumergir al género totalmente en grasa.

#### 4.6 Recetas estándares

En las recetas estándares calcularemos el precio de venta al público de cada plato mediante el siguiente modelo, el cual nos detallara con claridad la utilidad del producto y el costo del mismo.

FORMULA No. 5 CALCULO DE PRECIO DE VENTA	
<b>COSTO TOTAL RECETA</b>	5,95
<b>COSTO POR PORCION</b>	0,74
<b>COSTO LABORAL</b>	0,74
<b>COSTO TOTAL DE LA PORCION</b>	1,48
<b>COSTO TOTAL DE LA PORCION x 1,75</b>	2,60
<b>MARGEN UTILIDAD 60%</b>	1,56
<b>PRECIO DE VENTA</b>	4,15

Gráfico 19. Fórmula Cálculo de Precio de Venta

Fuente: Tomado de Chef Mauricio Armendáriz

A continuación detallamos las recetas que formaran parte del menú del Restaurante Cielo:

Tabla 3

Receta estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Ceviche de Pescado					
			Peso por porción :		
Código:	001	N. Porciones:		6	
				236	
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes		Costos	
600	g	Pescado Picudo		5,7	
60	g	Pimiento Verde		0,039	
420	ml	Naranja		0,84	
60	ml	Limón		0,135	
90	g	Cebolla Paiteña		0,1305	
30	g	Perejil		0,0375	
30	g	Cilantro		0,0375	
30	g	Aceite		0,0375	
48	ml	Salsa de Tomate		0,048	
48	g	Mostaza		0,2688	
c/n	g	Sal		0	
c/n	g	Pimienta		0	
				Costo Total por 6	7,2738
				Costo total por 1	1,2123
				P.V.P con utilidad del 60%	6,78888
				Precio sin impuestos por 6	40,73328



Tabla 4  
Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR			
Fecha:			
Nombre del Plato: Viche de Pescado			
			Peso por porción :
Código:	002	N. Porciones:	5
			255
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes	Costos
500	g	Pescado Picudo	0,95
75	g	Camote	0,47625
75	g	Salprieda	0,2625
50	g	Zanahoria	0,0575
100	g	Habapalla	0,25
75	g	Pimiento Verde	0,04875
50	g	Vainita	0,0775
25	ml	Limón	0,05625
75	g	Cebolla Paiteña	0,10875
25	g	Perejil	0,03125
25	g	Cilantro	0,03125
50	ml	Aceite	0,0625
150	ml	Leche	0,1125
c/n	g	Sal	
c/n	g	Pimienta	
			Costo Total por 6
			2,525
			Costo total por 1
			0,505
			P.V.P con utilidad del 180%
			5
			Precio sin impuestos por 6
			24,745

Tabla 5  
Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR			
Fecha:			
Nombre del Plato: Encocado de Camarón			
			Peso por porción :
Código:	003	N. Porciones:	5
			290
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes	Costos
250	g	Arroz	0,3375
200	g	Platano verde barraganete	0,17
500	g	Camarón	6,25
75	g	Ralladura de Coco	0,2625
50	g	Zanahoria	0,0575
50	g	Chilangua	1,875
75	g	Pimiento Verde	0,04875
25	ml	Limón	0,05625
75	g	Cebolla Paiteña	0,10875
25	g	Cilantro	0,03125
25	ml	Aceite	0,03125
100	ml	Leche de Coco	0,892
c/n	g	Sal	
c/n	g	Pimienta	
			Costo Total por 6
			10,12075
			Costo total por 1
			2,02415
			Ganancia 60%
			11,33524
			Precio sin impuestos por 6
			68,01144
			Precio incluido impuesto

Tabla 6  
Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR						
Fecha:						
Nombre del Plato: conchas asadas						
	004			Peso por porción :		
Código:	004	Unid. Medida	N. Porciones:	5	715	
Cantidad		g	Ingredientes		Costos	
	3000	ml	Concha Entera		24	
	125	g	Cerveza		0,125	
	50	ml	Tomate de Riñon		0,075	
	25	g	Salsa Inglesa		0,375	
	75	ml	Pimiento Verde		0,04875	
	50	g	Limón		0,1125	
	75	g	Cebolla Paiteña		10,875	
	50	g	Perejil		0,0625	
	50	ml	Cilantro		0,0625	
	25	g	Aceite		0,03125	
	50	g	Ajo		0,26	
	c/n	g	Sal			
	c/n		Pimienta			
					Costo Total por 6	12,0275
					Costo total por 1	2,4055
					P.V.P con utilidad del 60%	13,4708
					Precio sin impuestos por 6	80,8248

Tabla 7

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR				
Fecha:				
Nombre del Plato: Emborrajados de maqueño con miel				
	005			Peso por porción :
Código:	005	Unid. Medida	N. Porciones:	3
				270
Cantidad		g	Ingredientes	Costos
	300	g	Maqueño	0,195
	150	g	Huevo	0,345
	150	ml	Harina	0,18
	90	ml	Aceite	0,1125
	75	ml	Leche	0,05625
	45		Miel	0,26685
			Costo Total por 6	1,1556
			Costo total por 1	0,3852
			P.V.P con utilidad del 180%	3,77496
			Precio sin impuestos por 6	22,64976

Tabla 8  
Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Mote con Chicharrón					
	006			Peso por porción :	
Código:	006	Unid. Medida	N. Porciones:	5	
				185	
Cantidad		g	Ingredientes	Costos	
	500	g	Mote	1,3	
	400	ml	Chicharrón de Puerco	1,8	
	25	g	Aceite	0,03125	
	c/n	g	Sal		
	c/n		Pimienta		
				Costo Total por 6	3,13125
				Costo total por 1	0,62625
				P.V.P con utilidad del 100%	4,38375
				Precio sin impuestos por 6	26,3025

Tabla 9  
Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: caldo de patas					
	007			Peso por porción :	
Código:	007	N. Porciones: 6		180	
	Unid. Medida				
Cantidad		g	Ingredientes	Costos	
480		g	Pata de res	2,016	
30		g	Ajo	0,156	
60		g	Cebolla Blanca	0,09	
30		g	Pimiento Verde	0,0195	
120		g	Maní	0,384	
30		g	Orégano	0,168	
60		g	Cebolla Paiteña	0,087	
30		g	Perejil	0,0375	
30		ml	Cilantro	0,0375	
30		g	Aceite	0,0375	
180		g	Mote	0,468	
c/n		g	Sal		
c/n			Pimienta		
				Costo Total por 6	3,501
				Costo total por 1	0,5835
				P.V.P con utilidad del 100%	4,0845
				Precio sin impuestos por 6	24,507

Tabla 10

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Locro de Cuero					
	008			Peso por porción :	
Código:	008	Unid. Medida	N. Porciones: 4	260	
Cantidad		g	Ingredientes	Costos	
40	g		Cuero reventado de cerdo	0,8	
20	g		Ajo	0,104	
60	g		Queso	0,39	
20	g		Cebolla Blanca	0,03	
40	g		Cebolla Paiteña	0,058	
20	g		Perejil	0,025	
20	ml		Cilantro	0,025	
20	g		Aceite	0,025	
800	g		Papa	0,64	
c/n	g		Sal		
c/n			Pimienta		
				Costo Total por 6	2,097
				Costo total por 1	0,52425
				P.V.P con utilidad del 120%	4,036725
				Precio sin impuestos por 6	24,22035

Tabla 11

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Fritada					
	009			Peso por porción :	
Código:	009		N. Porciones: 6	310	
	Unid. Medida				
Cantidad		g	Ingredientes	Costos	
1320		g	Pierna de Cerdo	5,742	
60		g	Ajo	0,312	
60		g	Pimiento Verde	0,039	
60		g	Pimiento Rojo	0,066	
60		g	Pimiento Amarillo	0,054	
60		g	Cebolla Blanca	0,09	
90		g	Cebolla Paiteña	0,1305	
60		g	Cilantro	0,075	
60		ml	Perejil	0,075	
30		g	Aceite	0,0375	
c/n		g	Sal		
c/n			Pimienta		
				Costo Total por 6	6,621
				Costo total por 1	1,1035
				P.V.P con utilidad del 150%	9,655625
				Precio sin impuestos por 6	57,93375



Tabla 12

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Cuy Asado					
	010			Peso por porción :	
Código:	010	Unid. Medida	N. Porciones:	3	
				520	
Cantidad		g	Ingredientes	Costos	
1200		g	Cuy	8,4	
30		g	Ajo	0,156	
150		g	Papa	0,12	
60		g	Maní	0,192	
45		g	Cebolla Blanca	0,0675	
30		g	Cebolla Paiteña	0,0435	
15		ml	Cilantro	0,01875	
30		g	Aceite	0,0375	
c/n		g	Sal		
c/n			Pimienta		
				Costo Total por 6	9,03525
				Costo total por 1	3,01175
				P.V.P con utilidad del 60%	16,8658
				Precio sin impuestos por 6	101,1948

Tabla 13

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR			
Fecha:			
Nombre del Plato: Higos con Queso			
	011		Peso por porción :
Código:	011 Unid. Medida	N. Porciones: 4	136
Cantidad	g	Ingredientes	Costos
320	g	Higos	0,72
120	g	Queso	0,78
80	g	Panela	0,2
12	g	Clavo de olor	0,51
12		Canela	0,486
			Costo Total por 6
			2,696
			Costo total por 1
			0,674
			P.V.P con utilidad del 60%
			3,7744
			Precio sin impuestos por 6
			22,6464

Tabla 14

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR				
Fecha:				
Nombre del Plato: Mini Maito				
	012			Peso por porción :
Código:	012		N. Porciones: 4	140
	Unid. Medida			
Cantidad		g	Ingredientes	Costos
400		g	Tilapia	2,52
80		g	Hoja de yaki-panga	0,24
60		ml	Yuca	0,18
20		g	Aceite	0,025
		g	Sal	
		c/n	Pimienta	
			Costo Total por 6	2,965
			Costo total por 1	0,74125
			P.V.P con utilidad del 90%	4,9293125
			Precio sin impuestos por 6	29,575875

Tabla 15

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: sancocho de chame					
	013			Peso por porción :	
Código:	013	Unid. Medida	N. Porciones: 3	185	
Cantidad		g	Ingredientes	Costos	
	300	g	Chame	1,65	
	45	g	Arveja	0,10125	
	90	g	Yuca	0,27	
	30	g	Zanahoria	0,0345	
	45	g	Cebolla Paiteña	0,06525	
	15	g	Perejil	0,01875	
	15	ml	Cilantro	0,01875	
	15	g	Aceite	0,01875	
	c/n	g	Sal		
	c/n		Pimienta		
				Costo Total por 6	2,17725
				Costo total por 1	0,72575
				P.V.P con utilidad del 90%	4,8262375
				Precio sin impuestos por 6	28,957425

Tabla 16

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR				
Fecha:				
Nombre del Plato: seco de gallina criolla				
	014			Peso por porción :
Código:	014	Unid. Medida	N. Porciones: 4	240
Cantidad		g	Ingredientes	Costos
520		g	Gallina criolla	2,86
200		g	Arroz	0,27
40		g	Pimiento Verde	0,026
60		g	Yuca	0,18
20		g	Zanahoria	0,023
40		g	Cebolla Paiteña	0,058
20		g	Perejil	0,025
20		ml	Cilantro	0,025
40		g	Aceite	0,05
	c/n	g	Sal	
	c/n		Pimienta	
Costo Total por 6				3,5
Costo total por 1				0,9
P.V.P con utilidad del 140%				7,4
Precio sin impuestos por 6				44,3

Tabla 17

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR			
Fecha:			
Nombre del Plato: Seco Guanta			
	015		Peso por porción :
Código:	015	N. Porciones:	4
	Unid. Medida		235
Cantidad	g	Ingredientes	Costos
480	g	Guanta	4,56
200	g	Arroz	0,27
40	g	Pimiento Verde	0,026
80	g	Yuca	0,24
20	g	Zanahoria	0,023
40	g	Cebolla Paiteña	0,058
20	g	Perejil	0,025
20	ml	Cilantro	0,025
40	g	Aceite	0,05
c/n	g	Sal	
c/n		Pimienta	
			Costo Total por 6
			5,277
			Costo total por 1
			1,31925
			P.V.P con utilidad del 140%
			11,0817
			Precio sin impuestos por 6
			66,4902

Tabla 18

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Mousse de Arazá					
	016			Peso por porción :	
Código:	016	N. Porciones: 3		122,5	
	Unid. Medida				
Cantidad	g	Ingredientes		Costos	
225	g	Arazá		0,95625	
60	ml	Azúcar		0,069	
7,5	ml	Limón		0,016875	
30	g	Crema de Leche		0,099	
45		Huevo		0,1035	
				Costo Total por 6	1,244625
				Costo total por 1	0,414875
				P.V.P con utilidad del 100%	2,904125
				Precio sin impuestos por 6	17,42475

Tabla 19

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Jugo de Naranja					
Código:	017	N. Porciones:	2	Peso Porción:	500
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes		Observación	Costos
1000	ml	Naranja			1
				Costo Total por 6	1
				Costo total por 1	0,5
				P.V.P con utilidad del 60%	2,8
				Precio sin impuestos por 6	16,8



Tabla 20

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR					
Fecha:					
Nombre del Plato: Jugo de Mandarina					
Código:	018	N. Porciones:	3	Peso Porción:	500
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes		Observación	Costos
1500	ml	Mandarina			1,5
				Costo Total por 6	1,5
				Costo total por 1	0,5
				P.V.P con utilidad del 60%	2,8
				Precio sin impuestos por 6	16,8

Tabla 21

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR				
Fecha:				
Nombre del Plato: Jugo de Sandia				
Código:	019	N. Porciones:	4	Peso Porción: 500
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes	Observación	Costos
2000	ml	Sandia		2
			Costo Total por 6	2
			Costo total por 1	0,5
			P.V.P con utilidad del 60%	2,8
			Precio sin impuestos por 6	16,8

Tabla 22

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR				
Fecha:				
Nombre del Plato: Jugo de Mango				
Código:	020	N. Porciones:	3	Peso Porción: 500
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes	Observación	Costos
1500	ml	Mango		1,5
			Costo Total por 6	1,5
			Costo total por 1	0,5
			P.V.P con utilidad del 60%	2,8
			Precio sin impuestos por 6	16,8

Tabla 23

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR				
Fecha:				
Nombre del Plato: Batido de Coco				
Código:	021	N. Porciones:	2	Peso Porción: 500
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes	Observación	Costos
600	ml	Coco		0,66
300	ml	Leche		0,225
100	g	Azúcar		0,115
			Costo Total por 6	1
			Costo total por 1	0,5
			P.V.P con utilidad del 120%	3,85
			Precio sin impuestos por 6	23,1

Tabla 24

## Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR				
Fecha:				
Nombre del Plato: Batido de Banano				
Código:	022	N. Porciones:	1	Peso Porción: 500
Cantidad	Unid. Medida	Ingredientes	Observación	Costos
300	ml	Banano		0,45
175	ml	Leche		0,13125
25	g	Azúcar		0,02875
			Costo Total por 6	0,61
			Costo total por 1	0,61
			P.V.P con utilidad del 100%	4,27
			Precio sin impuestos por 6	25,62

#### 4.7. Diseño de las instalaciones

El diseño está conformado por ambientes separándolos en tres, Sierra, Costa y Oriente, ubicado en un área total de 450 m incluyendo dentro de esta, el área de cocina y baños, como lo podemos apreciar en el siguiente plano.

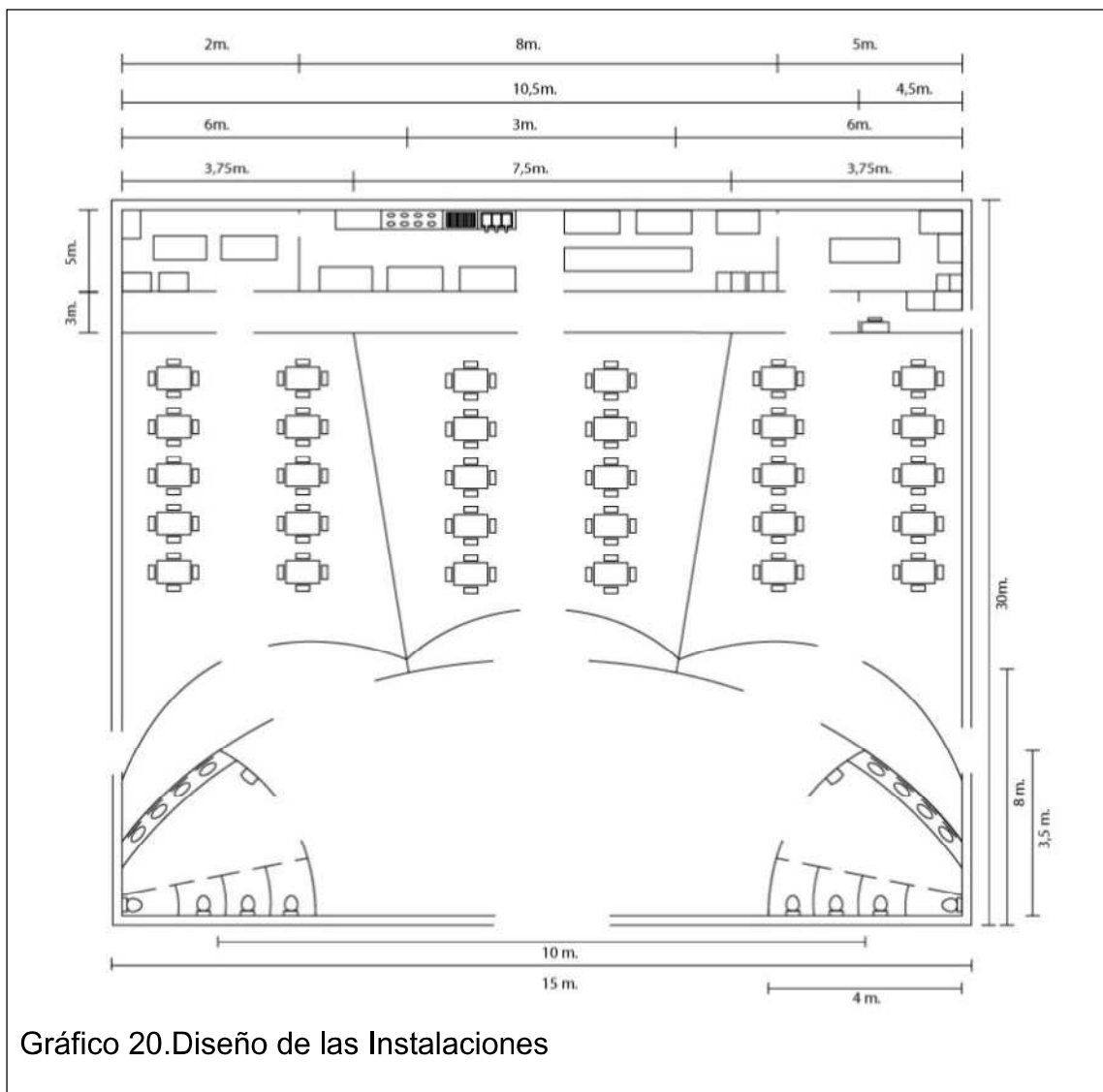


Gráfico 20. Diseño de las Instalaciones

#### 4.8 Plano arquitectónico

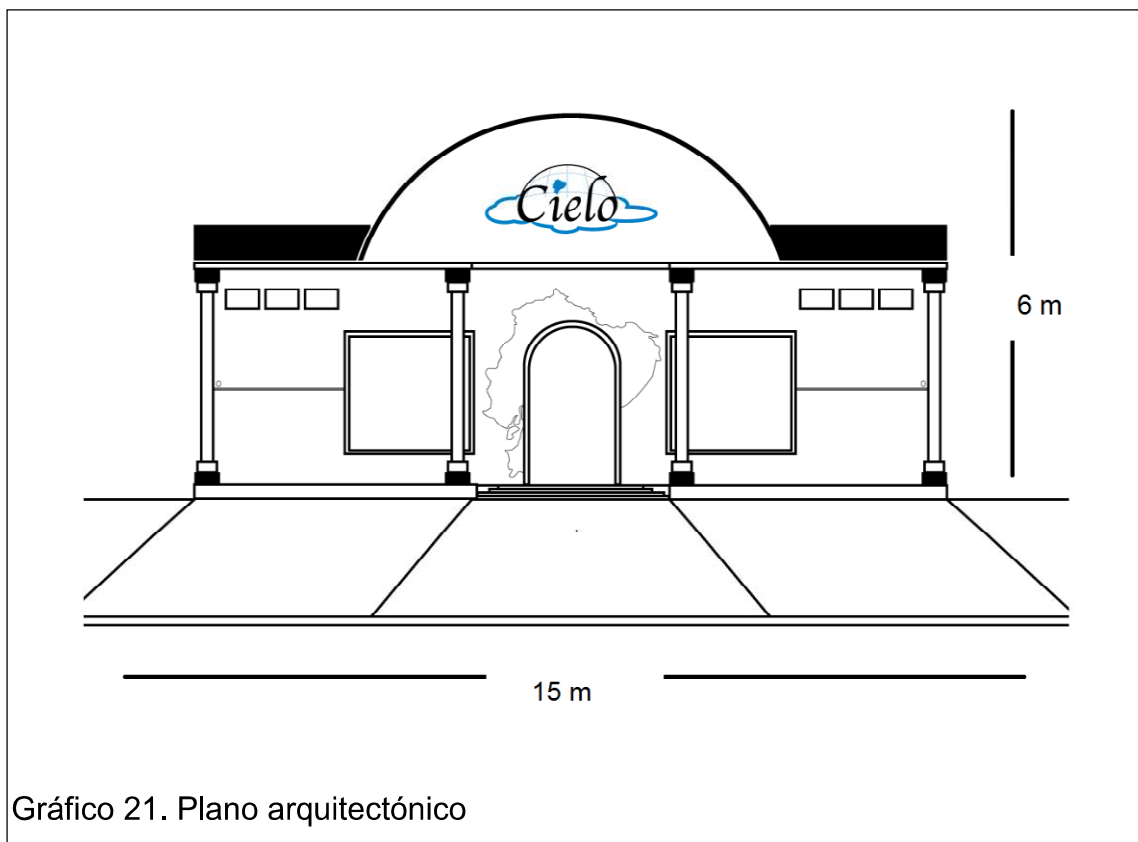


Gráfico 21. Plano arquitectónico

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, LEGAL Y ECONÓMICO

#### 5.1 Estudio Legal

Es necesario mencionar a continuación ciertos puntos de vital importancia en cuanto al aspecto legal se refiere, los cuales se deberán tomar en cuenta para lograr el adecuado funcionamiento del restaurante.

##### 5.1.1 Requisitos para el funcionamiento

Para que el restaurante pueda funcionar según las leyes ecuatorianas es necesario el cumplimiento de varios requisitos esenciales, de tal forma que este pueda actuar de manera legal dentro del territorio ecuatoriano, los requisitos más importantes son los que otorga el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el Ministerio de Salud Pública, pero además es necesario mencionar otros permisos que de igual forma son de gran importancia el obtenerlos y estos son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC), tramite realizado en el Servicio de Rentas Internas.
- Registro de Marca por parte del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Certificado otorgado por parte del Ministerio de Turismo.



### **5.1.1.1 Permisos de funcionamiento Municipales**

Los permisos que son necesarios obtener por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito son los siguientes:

- La Patente Municipal es el permiso que necesita un local para emprender cualquier actividad económica, dentro de la zona en el cual funcionara el restaurante, en este caso será la ciudad de Quito.
- Permiso de Uso de Suelo
- La Licencia Metropolitana es un documento habilitante para poder ejercer cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito.
- Rótulos y Publicidad Exterior
- Permiso de Bomberos
- Contribución 1.5 X Mil a los Activos Totales es un comprobante de pago emitido por la Administración Zonal por la cancelación de impuestos sobre los activos totales.
- Impuesto Predial

### **5.1.1.2 Permisos de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública**

Además de los permisos anteriormente mencionados, la ley nos obliga a solicitar los permisos provenientes del Ministerio de Salud Pública siendo estos los siguientes:

- Carnet de salud para cada empleado
- Certificado de manipulación de alimentos
- Permiso de funcionamiento de salud o permiso sanitario

### 5.1.2 Contratos laborales

Según el artículo 8 del Código del Trabajo del Ecuador el contrato individual es: “...Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.” Art. 8 Código del Trabajo 2005

Es necesario que el restaurante realice cada uno de los contratos con los empleados y que realice todos los pasos legales necesarios para que estos puedan estar afiliados al Seguro Social, para así cumplir con las normas legales y además brindar seguridad hacia el empleado.

Este contrato además deberá contar con lo establecido en el artículo 21 el cual nos dice:

1. “...1. La clase o clases de trabajo objeto del contrato;
2. La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.;
3. La cuantía y forma de pago de la remuneración;
4. Tiempo de duración del contrato;
5. Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo; y,
6. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.”

Art 21. Código del Trabajo 2005

Una vez firmado el contrato por parte del empleado y el empleador cumpliendo los requisitos mencionados en el código, es necesario informar al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social el momento en el que el trabajador a ingresado a la nómina del restaurante para que desde el momento en que éste ha iniciado sus funciones se contribuya de forma obligatoria para la obtención del seguro del empleado.

A continuación se expone un modelo de contrato laboral por tiempo de prueba:

### **CONTRATO DE TRABAJO A PRUEBA**

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal,..... **(en caso de personas jurídicas)**; en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a Prueba con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

#### **PRIMERA.- ANTECEDENTES.-**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de....., revisados los antecedentes del(de la) señor(a)(ita) ....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

#### **SEGUNDA.- OBJETO.**

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de ....., con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y

capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

#### **TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-**

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar de las..... hasta las.....de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR, y se pagará conforme lo establecido en los Arts. 52 y 55 del Código de Trabajo.

#### **CUARTA- REMUNERACIÓN.-**

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ ...,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

#### **QUINTA.- DURACIÓN.-**

El tiempo de duración del presente Contrato será por un período probatorio de noventa (90) días en el que, cualquiera de ellas lo puede dar por terminado libremente; vencido dicho período se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el año. Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo.

**SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-**El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas

en..... (Nota explicativa: Dirección), en la ciudad de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Quito, provincia de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

#### **SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

#### **OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE**

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

#### **NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

#### **DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... el día \_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

**EL EMPLEADOR**

**EL TRABAJADOR (a)**

**C.C.**

### **5.1.3 Reglamento Interno del Restaurante**

Para que exista una correcta administración por parte del restaurante, es necesario tener en claro la normativa regular a cada uno de los empleados que formaran parte de la nómina del restaurante, para que de esta manera no exista ningún tipo de confusión por problemas que se susciten a futuro.

El siguiente reglamento, permitirá que se regule los actos realizados por el restaurante y así normara de la mejor manera posible a los actos realizados por cada uno de los empleados.

## **REGLAMENTO INTERNO DEL RESTAURANTE CIELO**

Dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 64 del Código del Trabajo en vigencia, y para los efectos legales determinados en el artículo 42 numeral 12 y en el artículo 44 literal a) del mismo Cuerpo de Leyes, y, en general, para el mejor desenvolvimiento de las relaciones laborales entre la empresa y sus trabajadores, RESTAURANTE CIELO expide el siguiente Reglamento Interno de Trabajo que no podrá estar en contradicción con lo que establece el Código del Trabajo vigente.

### **CAPITULO I PRECEPTOS FUNDAMENTALES**

Art. 1. El Señor Juan Carlos Viteri Palacios es propietario del Restaurante CIELO, ubicado en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito entre las avenidas Rafael León Larrea y Gonzales Suárez.

Art. 2.- En el presente Reglamento Interno de Trabajo al RESTAURANTE CIELO se la denominará "RESTAURANTE" o "EMPLEADORA", y a todo el personal que labore bajo su dependencia prestando sus servicios por una remuneración, se denominará "TRABAJADOR", sea este trabajador u obrero.

Art. 3.- REPRESENTACION DE LA EMPLEADORA.- La representación legal del RESTAURANTE CIELO la tiene el señor JUAN CARLOS VITERI PALACIOS.

Art. 4.- Todos los trabajadores sean trabajadores u obreros, recibirán órdenes de los Propietarios, Administrador General, Administrador del Local y/o directamente de los Jefes Departamentales correspondientes, según las jerarquías y facultades que se establezcan en el organigrama oficial del Restaurante, o según lo indicado en el contrato.

## **CAPITULO II**

### **ADMISION DE LOS TRABAJADORES**

Art. 5.- ADMISION DE TRABAJADORES.- La contratación de trabajadores, en todo caso, es potestad exclusiva del Administrador General, y por lo tanto, ningún funcionario o empleado que tenga personal a su cargo admitirá ni permitirá admisión de trabajador alguno, sin la previa suscripción del contrato respectivo por parte del Administrador General del RESTAURANTE, luego de cumplirse con los requisitos exigidos por la Administración. La inobservancia de lo anterior será considerada como falta grave. Los jefes de cada Departamento deberán sugerir al Administrador General la celebración de nuevos contratos de trabajo.

Art. 6.- Toda persona que aspire a ser trabajador del RESTAURANTE deberá proporcionar en forma precisa y fidedigna todos los datos que se piden en los formularios que al efecto proporcionará la administración o el departamento de Recursos Humanos, y deberá cumplir los requisitos y entregar los documentos que se le solicitare. Toda falsedad o falsificación de documentos automáticamente declarará nulidad del contrato de trabajo de por vida sin derechos a indemnizaciones, sin perjuicio de las acciones legales que fuera menester.

Art. 7.- El trabajador, en el momento de su admisión, acepta que el RESTAURANTE deduzca de su remuneración los descuentos correspondientes al aporte personal para el Seguro Social, impuesto a la renta, multas que se le impusieren de conformidad con lo establecido en este Reglamento y que supere el 10% de sueldo o salario mensual del trabajador, y demás cargas determinadas por las leyes. En todo caso la ignorancia no será excusa del cumplimiento de tales deducciones.

Art. 8.- CLASIFICACION DEL TRABAJO Y DE LOS TRABAJADORES.- El RESTAURANTE, por la característica de su actividad, tiene dividido el trabajo en los siguientes departamentos: ADMINISTRACION, CAJA, INFORMATICA,



MARKETING, SERVICIO A DOMICILIO, COCINA, SALONES, BODEGAS, DESPACHO, CONTABILIDAD, MANTENIMIENTO Y RECURSOS HUMANOS. Dichos Departamentos pueden ser modificados o incrementados, a criterio de los Propietarios (del Propietario) o de la Administración General.

Art. 9.- En todos los casos en que un trabajador ingrese por primera vez a prestar sus servicios para el RESTAURANTE, suscribirá un contrato con cláusula de prueba que no excederá de noventa días.

Art. 10.- Aquellas personas que aspiren a prestar sus servicios para el RESTAURANTE, y que, a criterio de la administración no tuvieren los conocimientos y experiencia necesarios para desempeñar determinadas funciones, suscribirán con la empresa un contrato de aprendizaje, cuya duración se fijará en cada caso, dependiendo de las labores que aspira aprender y del resultado del aprendizaje. Si el aprendiz lograra desempeñar cabalmente tales funciones, el RESTAURANTE le extenderá un certificado que así lo acredite, y en ese caso suscribirá un contrato a plazo fijo de un año.

Art. 11.- Los trabajadores pueden trabajar indistintamente en cualquiera de los Departamentos y/o sucursales del RESTAURANTE que le asignen sus superiores y siempre que la nueva función no implique un descenso de su jerarquía anterior y no mengüe su remuneración y/o categoría.

### **CAPITULO III DE LAS REMUNERACIONES**

Art. 12.- Los sueldos y salarios se fijan de acuerdo a lo indicado por las Tablas Sectoriales conforme a la actividad de restaurantes. En dichas remuneraciones está incluido el valor que corresponde por el trabajo en días de descanso forzoso.

Art. 13.- Los sueldos y salarios se pagarán en forma directa a los trabajadores o a las personas que estuvieron autorizados, por escrito, por el trabajador para efectuar el cobro. Podrá también pagarse la remuneración a través de transferencia bancaria, cuyo comprobante o reporte será prueba suficiente del pago

### **CAPITULO IV DE LAS JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO, VACACIONES, PERMISOS Y LICENCIAS.**

#### **TITULO 1 DE LAS JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO**

Art. 14.- DE LA JORNADA DE TRABAJO. Por la naturaleza de la necesidades, y por las modalidades y actividad de trabajo propia de toda empresa de restaurante, RESTAURANTE CIELO considerando que la mayor parte de sus actividades laborales en forma ininterrumpida, tomará como jornadas de trabajo obligatorio todos los días de la semana, a cuyo efecto establecerá de común acuerdo con los trabajadores el tiempo de descanso forzoso que considerará 48 horas consecutivas, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo, y buscando una reingeniería que permita descansos los fines de semanas en turnos rotativos establecidos.

Art. 15.- La asistencia y puntualidad de los trabajadores del RESTAURANTE será controlada por un sistema de registro de personal ubicado en el área de

ingreso del personal. Es obligación de cada trabajador, registrar la hora de ingreso en el sistema, en el momento en que, ya uniformado, se presta a ingresar al respectivo departamento de labores. Será considerada como falta grave realizar un registro de marcación diferente al propio o producir cualquier alteración al registro de un compañero o a su propio registro de marcación. Será considerada una falta leve el descuido u omisión de registrar su propia marcación. El hecho de registrar la marcación en tiempo superior al establecido en su horario no implica una determinación de tiempo excedente de trabajo, pues éste será controlado, autorizado y liquidado de acuerdo con los informes que para el efecto elaboren los respectivos Jefes Departamentales.

Es obligación de cada trabajador, registrar la hora de salida en el sistema, estando uniformado, antes de cambiarse de ropay en el momento que se presta a salir de su departamento de labores.

Art. 16.- El RESTAURANTE establecerá los turnos o jornadas de trabajo en sus diferentes Departamentos, de acuerdo con las necesidades o circunstancias. Dichos horarios y turnos deberán ser observados forzosamente, en las publicaciones en cartelera realizadas por departamento, y sólo la Administración General, Administrador de Local y los respectivos Jefes Departamentales podrán autorizar las excepciones que en determinados casos pudieran permitirse. Ningún Administrador de Local y/o Departamental podrá cambiar los horarios que estableciera la Administración General, pero podrá sugerir a ésta, las modificaciones que considere conveniente. El horario y turno de trabajo deberá ser aprobado por el Director Regional del Trabajo y cumplir con los principios fundamentales plasmados en el Código del Trabajo.

Art. 17.- En consideración a las normas legales establecidas en el Código del Trabajo y este reglamento, y de acuerdo a las necesidades específicas de los servicios, los empleadores y trabajadores quedan obligados a cumplir estrictamente los turnos establecidos. El trabajador entrante debe iniciar su jornada diaria de labores a la hora señalada en el horario respectivo.

## **LAS HORAS SUPLEMENTARIAS Y EXTRAORDINARIAS**

Art. 18.- El RESTAURANTE podrá solicitar a sus trabajadores, de acuerdo con la ley, la realización de labores en horas suplementarias y/o extraordinarias. Los trabajadores no podrán laborar horas excedentes, sin autorización expresa de su correspondiente Jefe Departamental. Por tanto, no habrá derecho a cobrar o a liquidar trabajos por horas suplementarias o extraordinarias que no hayan sido autorizadas.

Art. 19.- Todas los feriados se consideran por ley, horas extraordinarias y se pagarán como tales, y no hay razón para compensarlas con otros días salvo disposición legal (No se consideran horas suplementarias o extraordinarias las que tuvieren que laborar los empleados para compensar feriados o por disposición de autoridad competente).

## **TITULO II VACACIONES**

Art. 20.- La empresa formulará anualmente las vacaciones del personal de empleados, en sus cuadros respectivos, y se hará conocer con un mes de anticipación el período en que se concederán las vacaciones.

Art. 21.- El trabajador que desee acumular sus vacaciones, dirigirá una comunicación al Administrador General. El trabajador podrá de común acuerdo con el Empleador no hacer uso de sus vacaciones hasta por tres años consecutivos, a fin de acumularlas en el cuarto año.

Art. 22.- Cuando se trate de labores técnicas o de confianza para la que sea difícil reemplazar al trabajador por corto tiempo, el empleador deberá coordinar sus trabajos a fin de que no se prive de las vacaciones anuales de dichos técnicos o personal de confianza.

### **TITULO III DE LOS PERMISOS Y LICENCIAS**

Art. 23.- No se concederá permisos en el RESTAURANTE, a menos que sean debidamente justificados y por las causas establecidas en el Art. 42 numeral 9 del Código del Trabajo. Salvo los casos de calamidades domésticas o fuerza mayor, todo permiso deberá ser solicitado con anterioridad y por escrito, indicando la hora, el motivo y el tiempo de duración del mismo, junto con la autorización del Administrador del Local o Jefe inmediato.

En todo caso la empresa se reserva el derecho de conceder o no el permiso, lo cual será comunicado al trabajador a través de su Jefe o el encargado de comunicarlo.

Los permisos se concederán, en los siguientes términos:

- a. Con derecho a la parte proporcional de la remuneración.
- b. Con la obligación de reponer el tiempo concedido; o
- c. Como anticipo a las vacaciones futuras.

Estas alternativas deberán constar por escrito al momento de concederse el permiso.

El empleado que no obtuviese la autorización para hacer uso del permiso y se ausente de sus labores será considerado en situación de falta injustificada al trabajo, en los términos de ley.

Art. 24.- En caso que el trabajador no pudiese concurrir al RESTAURANTE avisará al Administrador del Local de inmediato y por cualquier medio acerca de su imposibilidad de asistir a laborar, indicando las razones que tuviere para ello, si no se justificase la falta se presumirá que no existen justificaciones.

Para efectos del presente reglamento, serán aceptados como certificados médicos únicamente los expedidos por los facultativos del IESS.

El trabajador que se enferme durante las horas laborales, dará aviso al Administrador del Local o su Jefe inmediato, quien a su vez tomará las medidas procedentes. En caso de ser necesario éste podrá autorizar la salida del trabajador.

Art. 25.- Si el trabajador pide permiso para atender compromisos particulares, no establecidos en este Reglamento ni en la Ley, estará a juicio de los empleadores autorizarle o no. En el caso de que sea autorizado, el trabajador recuperará o se le descontará su remuneración por el tiempo que dure su ausencia, según se haya autorizado. Estos permisos no podrán exceder de una jornada de trabajo. Si el trabajador no es autorizado y, de todas maneras falta, esta falta se considerará como injustificada.

Art. 26.- El RESTAURANTE podrá conceder a los trabajadores hasta 3 días de licencia en caso de calamidad doméstica, entendiéndose como tal, el fallecimiento de parientes del trabajador, dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad o su cónyuge, lo señalado en el numeral 30 del Art. 42 del Código del Trabajo.

**CAPITULO V**  
**DE LOS DEBERES Y OBLIGACIONES**  
**DE LOS TRABAJADORES**

Art. 27.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES. Es obligatorio para todos los trabajadores del RESTAURANTE incluidos los administradores, gerentes y personal ejecutivo el acatamiento y cumplimiento de todas las instrucciones, órdenes, mandamientos o prohibiciones que impartiere el Propietario que no contradiga la Ley del Código del Trabajo. Y en orden jerárquico las órdenes suministradas por las autoridades que laboren en el Restaurante.

Art. 28.- El administrador del Local, los Jefes de Departamentos y demás trabajadores del RESTAURANTE que ejerzan funciones de confianza y dirección, son responsables de la conservación del orden, disciplina, ética, moralidad y cumplimiento en las labores de los trabajadores a su cargo. En casos de faltas leves amonestarán al culpable, pero cuando se trate de falta grave o de reincidencia, deberán comunicarlo al Administrador General, para que se impongan las sanciones a que hubiere lugar.

Art. 29.- Además de lo indicado en otras disposiciones de este Reglamento y del Código del Trabajo, son obligaciones de todos los trabajadores del RESTAURANTE, las siguientes:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos, y cumplir las disposiciones del presente Reglamento;
- b) Asistir cumplidamente a su trabajo y respetar el horario con puntualidad.
- c) Observar buena conducta dentro del RESTAURANTE y en sus lugares cercanos, debiendo respetar a sus superiores y cultivar la más completa armonía y consideración con los demás trabajadores, dentro y fuera de las horas de trabajo.

- d) Mantener en buen estado de higiene, uso y conservación de todos los bienes del RESTAURANTE, especialmente los utensilios de trabajo, instrumentos, maquinarias, vehículos, equipo y herramientas, materias prima, etc. y devolver a quien corresponda los materiales no usados.
- e) Brindar a los clientes del RESTAURANTE o a las personas que por cualquier razón concurran a él, fina atención y cortesía, demostrándoles respeto y consideración. Se considerará como falta grave cualquier infracción a la obligación establecida en este literal.
- f) Vestir en todo momento, mientras se esté prestando servicios, el uniforme que entregue el RESTAURANTE, manteniéndolo siempre en perfecto estado de limpieza y presentación;
- g) Demostrar un alto grado de aseo e higiene personal, debiendo por tanto mantener las uñas limpias, el cabello peinado y de un corte prudente, y tomar las medidas que además se requieran para tal efecto. La falta de cumplimiento a la obligación establecida en este literal será considerada como grave.
- h) Dar aviso al RESTAURANTE con anticipación cuando supiere que no va a poder concurrir al trabajo, para que en esa forma pueda ser reemplazado transitoriamente y así evitar mayores perjuicios.
- i) Evitar todo cuanto pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo, la de los clientes del RESTAURANTE, y, en general, la seguridad de otras personas, así como la de los establecimientos, vehículos, equipos o instrumentos, materias primas y lugares de trabajo;
- j) Comunicar a sus superiores los peligros de daños materiales que pudieran amenazar la integridad personal de funcionarios, trabajadores, clientes del RESTAURANTE, o cualquier persona.
- k) Trabajar en casos de peligro o siniestro inminente por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima, y aún en los días de descanso forzoso, cuando peligren los intereses del RESTAURANTE, en tales casos tendrán derecho a los recargos sobre la remuneración, de acuerdo con la Ley;



- l) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos o comerciales, parcial y/o totalmente fórmulas y/o ingredientes de preparación de la comida o bebidas o de cualquier otra naturaleza, acerca de los cuales tengan conocimiento en razón de su trabajo. La violación a ésta obligación será considerada como falta grave, sin perjuicio de las responsabilidades legales a que hubiere lugar.
- m) Sujetarse a las medidas de higiene y prevención de accidentes que determine el Reglamento de Seguridad, el RESTAURANTE o las Autoridades;
- n) Suministrar a sus jefes o superiores, en la forma y tiempo requerido informes completos de todo lo que le soliciten en relación con su trabajo.
- o) Cumplir estrictamente con los procesos y procedimientos determinados por el RESTAURANTE para las labores, tales como atención a clientes, servicio en el local o a domicilio, despacho, mantenimiento, elaboración, facturación, cobro y cualquier otro propio de las actividades de la empleadora. Se entenderá que la inobservancia a ésta obligación será considerada como falta grave.

Art. 30.- PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES, GERENTES Y EJECUTIVOS. A más de las prohibiciones establecidas para el trabajador en el Código del Trabajo y en otras disposiciones legales o en este Reglamento, está prohibido al trabajador:

- a) Ocuparse en horas de trabajo de asuntos extraños a su labor, considerándose en este caso la prohibición expresa de atender asuntos personales de los Gerentes, Administradores o Personal Ejecutivo, esto constituye falta leve;
- b) Incurrir en malos tratamientos, de palabra o de obra, o en amenazas de cualquier género para con sus superiores, o clientes del RESTAURANTE, compañeros, o para con sus familiares, así como para cualquier persona que estuviere en las dependencias del RESTAURANTE, como cliente o no.

- Caso igual para los Gerentes, Administradores y Personal Ejecutivo quienes deben dar el ejemplo. Esto constituye falta grave;
- c) Paralizar o suspender sus labores, individual o colectivamente, sin motivo legal, o disminuir el ritmo de ejecución de trabajo. Esto constituye falta grave;
  - d) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez, o con manifestaciones de haber ingerido licor, o bajo el efecto o acción de estimulantes, estupefacientes, o drogas de cualquier género. Esto constituye falta grave;
  - e) Vender o ingerir licores o drogas dentro del RESTAURANTE. Esto constituye falta grave;
  - f) Formar grupos interrumpiendo su trabajo o interrumpiendo el de los demás trabajadores del RESTAURANTE sin ninguna justificación legal. Esto constituye falta leve;
  - g) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo, la de sus superiores o la de otras personas, así como la de los establecimientos de trabajo, utensilios, o en general, los bienes del RESTAURANTE o bienes que se encuentren en el mismo y que sean de propiedad de terceros. Esto constituye falta grave;
  - h) Los Trabajadores que en razón de sus funciones receiptaren dinero, deberán verificar la legitimidad de éste, y no podrán recibir en pago cheques ni documentos de ninguna clase sin previa autorización del Administrador General, Administrador del Local o Jefe de Caja. El incumplimiento a esta prohibición constituye falta grave;
  - i) Hacer escándalos o cometer cualquier acto reñido con la moral o las buenas costumbres en el RESTAURANTE. Esto será falta grave;
  - j) Portar armas de cualquier naturaleza. Esto será falta grave;
  - k) Hacer colectas, rifas o juegos de cualquier clase en el lugar de trabajo, salvo con el permiso de sus superiores, esto constituye falta leve;
  - l) Incitar, fomentar o participar en manifestaciones hostiles de cualquier clase, individuales o colectivas, contra el RESTAURANTE, sus personeros, sus clientes o visitantes, o contra los compañeros de trabajo. Esto será falta grave;

- m) Ocupar los bienes del RESTAURANTE en obras, trabajos o servicios extraños a los intereses de aquella. Esto será falta grave;
- n) Disponer arbitrariamente o causar daño a uno o más bienes del RESTAURANTE. Esto será falta grave.
- o) Ingresar en los sectores o dependencias del RESTAURANTE que no correspondan a su trabajo específico. Esto constituye falta leve;
- p) Hacer propaganda política, religiosa, o realizar actividades contra autoridad o contra el orden público, esto constituye falta leve;
- q) Tomar o usar cualquier objeto o prenda de los clientes del RESTAURANTE, o proponer a éstos negociaciones de cualquier tipo, o inquirir o averiguar sobre su vida y condiciones, o exigirles propinas, tanto en el local del RESTAURANTE o en servicio a domicilio. Esto será falta grave;
- r) Ingresar al RESTAURANTE paquetes, excepto la ropa del uniforme, previa la inspección del Guardia de Seguridad. Esto constituye falta leve. En el caso que los paquetes que quieran ingresar sustancias o elementos que sean de riesgo físico o legal para el RESTAURANTE y sus ocupantes, será falta grave;
- s) Atender o aceptar visitas dentro y fuera del RESTAURANTE en sus horas de trabajo sin autorización, así como recibir y hacer llamadas telefónicas personales sin autorización. Esto constituye falta leve;
- t) Omitir la elaboración de comanda, certificación de comanda u orden de despacho, o factura o nota de venta o cargo a cuenta a clientes por consumo de alimentos y bebidas o por prestación de servicios, servidos en el RESTAURANTE o pedidos para llevar. Alterar los precios de las planillas, facturas o cuentas formuladas por el RESTAURANTE, o solicitar de los clientes mayores sumas que las establecidas en tales documentos, o no entregar los documentos autorizados por el SRI como el ticket de la máquina registradora, la nota de venta o la factura correspondiente a los clientes. Esto constituye 3 veces falta grave.
- u) Poner avisos de cualquier índole en las paredes interiores o exteriores del RESTAURANTE, o en sus proximidades sin autorización. Esto constituye falta leve;

- v) Fumar o dedicarse a la lectura en horas de trabajo. Si esto se hiciera en áreas de atención al público, será falta grave.
- w) Participar o promover juegos de azar dentro del establecimiento del RESTAURANTE, esto constituye falta leve;
- x) Encargar a otro trabajador sus obligaciones laborales sin el consentimiento previo y expreso del Administrador del Local. Esto será falta grave;
- y) Dormirse dentro de las horas de trabajo. Esto constituye falta leve;
- z) Alterar o falsificar documentos, información o datos, o ejercer cualquier acto doloso. Esto será 3 veces falta grave;
  - aa) Sustraer, hurtar, ocultar o apropiarse de dinero del RESTAURANTE. Esto será 3 veces falta grave;
  - bb) Alterar, borrar, grabar o enviar por cualquier medio los archivos de propiedad de RESTAURANTE CIELO o sacar del RESTAURANTE o de sus oficinas programas, información electrónica o cualquier otra de uso de RESTAURANTE CIELO. Esto será 3 veces falta grave;
  - cc) En general, realizar acto de acción u omisión que directa o indirectamente influya desfavorablemente en la buena ejecución de sus propias labores y en la de sus compañeros; o que demuestre falta de disciplina o de respeto para con sus superiores o clientes del RESTAURANTE, o que vaya en desmedro del prestigio y buena presentación del RESTAURANTE. Esto será falta grave;

Art. 31.- Comenzadas las labores de cada día, los trabajadores no podrán retirarse de su trabajo antes de terminar la jornada, de acuerdo a los respectivos horarios, excepto en caso de enfermedad que lo amerite, accidente u otra causa suficiente, a criterio del Administrador del Local, quien dará la autorización cuando lo considere necesario.

Art. 32.- Todos los trabajadores serán personalmente responsables por las máquinas, equipos, vehículos, utensilios, herramientas, materiales, implementos de trabajo, uniformes, productos elaborados o alimenticios, que se les confiaren; y en caso de pérdida, daño o destrucción por su culpa, negligencia o descuido, o por desobediencia a este Reglamento o a las

instrucciones que se les imparta, deberán indemnizar al RESTAURANTE por su valor de reposición, y demás perjuicios, salvo el caso de deterioro por el tiempo de uso y la calidad del mismo.

Art. 33.- Toda persona que labore para el RESTAURANTE, está obligada a obrar con el cuidado y prudencia necesarios para evitar que ocurra un accidente, debiendo tomar las medidas de seguridad impartidas por los superiores o por criterio propio.

Art. 34.- Queda especialmente prohibido conducir vehículos, y operar o tratar de reparar máquinas, equipos o implementos de cualquier naturaleza, a personas no autorizadas expresamente por la Administración General y/o Administrador del Local para el efecto. Todo esto guarda relación con lo establecido del Reglamento de Seguridad del RESTAURANTE CIELO.

Art. 35.- El trabajador que se percate de algún defecto o falla en algún artefacto, equipo o vehículo, deberá dar aviso inmediato a su superior, y éste tomará las medidas que el caso requiera, bajo su responsabilidad.

Art. 36.- Igualmente queda prohibido abandonar vehículos, equipos o artefactos en funcionamiento mientras estos requieran de vigilancia por parte del encargado de los mismos.

Art. 37.- Todo el que tenga bajo su cuidado cualquier tipo de vehículo, equipo o máquina, deberá preocuparse de que reciba el cuidado técnico y mantenimiento necesario para su buen funcionamiento a costo del RESTAURANTE.

Art. 38.- Cuando una persona sufriera un accidente dentro del RESTAURANTE, sea trabajador o visitante, el o los trabajadores que se percaten del mismo y que estuvieren próximos, tienen la obligación ineludible de prestarle inmediatamente todo el auxilio que el caso requiera, debiendo solicitar ayuda si fuera necesario, y debiendo reportar el particular al Administrador del Local y/o a su Jefe inmediato o a las oficinas del RESTAURANTE, tan pronto como sea posible. Para el cumplimiento de este artículo deberá observarse lo previsto en el Reglamento de Seguridad.

## **CAPITULO VI DE LAS SANCIONES**

Art. 39.- El RESTAURANTE, a través de sus funcionarios debidamente autorizados, podrá imponer cualquiera de las siguientes sanciones al trabajador que infrinja cualquiera de las obligaciones o prohibiciones constantes en este Reglamento y sin que signifique, o requiera, de orden o prelación alguna.

Con el propósito exclusivo de conservar una buena disciplina, corrección y cumplimiento de las obligaciones legales y reglamentarias, se establecen las siguientes sanciones:

- a) Amonestación verbal o escrita;
- b) Multas; y
- c) Separación del RESTAURANTE, previo trámite establecido en la Ley.

Art. 40.- El incumplimiento de las obligaciones, así como la inobservancia de las prohibiciones de este Reglamento, se considerarán como faltas, las que serán sancionadas de acuerdo a su gravedad y/o al perjuicio que hubiere ocasionado al RESTAURANTE.

Art. 41.- Son faltas LEVES, todas las transgresiones a las obligaciones o prohibiciones que tienen los trabajadores según los contratos de trabajo que se suscribieren, según el presente Reglamento Interno de Trabajo, y según el Código del Trabajo, salvo las que dicho Código o este Reglamento sancionaren con la terminación de las relaciones de trabajo, previo Visto Bueno. Las faltas LEVES serán sancionadas con multas de hasta un cinco por ciento (5%) de la remuneración diaria, la primera vez que sea cometida, y hasta un diez por ciento (10%) de la remuneración diaria, en caso de reincidencia. El hecho de cometerse por cuarta vez una falta leve dará lugar a ser sancionado como falta grave, y el cometer 3 faltas graves en menos de 3 meses es separación definitiva del servicio, previo el trámite de Ley.

Art. 42.- Las sanciones de multas serán impuestas por el Administrador General, Administrador de Local y los Jefes de Departamentos a sus respectivos subalternos, de acuerdo a lo determinado en este Reglamento. Para efectos de registro y medios de pruebas, será suficiente la existencia de los respaldos escritos de las amonestaciones, falta, multas y notificaciones efectuadas al trabajador.

Art. 43.- La comisión de CUATRO FALTAS LEVES durante el período mensual de labores, será considerada como FALTA GRAVE, y el empleador quedará facultado para solicitar el VISTO BUENO ante uno de los inspectores provinciales del trabajo solo a la TERCER FALTA GRAVE.

Art. 44.- Serán faltas LEVES el incumplimiento de las obligaciones previstas en el artículo 30 literales a,f,k,o,p,r,s,u,w,y.

Se considerarán faltas GRAVES el hecho de incumplir el trabajador las obligaciones constantes en los literales b,c,d,e,g,h,i,j,l,m,n,q,t,v,x,z,aa,bb,cc del artículo 30 de este reglamento, además de las previstas en el artículo 172 del código de trabajo, y las demás que señale este reglamento.

Se considerarán 3 VECES FALTA GRAVES el hecho de incumplir el trabajador las obligaciones que constan en los literales z,aa,bb del artículo 30 de este reglamento.

Art. 45.- Para hacer efectiva la sanción a una falta 3 veces grave, será necesario que la empresa obtenga el correspondiente VISTO BUENO de un Inspector del Trabajo.

Art. 46.- Al trabajador que por más de tres veces haya sido notificado de haber efectuado una labor en forma deficiente, es decir que no preste a cabalidad el servicio para el que ha sido contratado, se lo considerará incurso en una falta grave, y, por tanto, el RESTAURANTE deberá preocuparse de darle el

adecuado entrenamiento. Si acumulara 3 veces faltas graves, el RESTAURANTE tendrá derecho a dar por terminado el contrato de trabajo, previo trámite de VISTO BUENO ante el Inspector Provincial del Trabajo.

Art. 47.- Para los trabajadores a quienes se les confíe la manipulación o manejo de dinero, se considerará falta grave el hecho de tener un faltante injustificado en sus cuentas.

Art. 48.- No obstante de lo anterior, el RESTAURANTE se reserva el derecho de seguir la acción correspondiente por daños y perjuicios causados por el trabajador por la inobservancia de sus obligaciones contenidas en este Reglamento Interno y en la Ley, así como cualquier otra acción de tipo civil o penal que resultare de cualquier acto cometido por los trabajadores.

Art. 49.- Los comprobantes y datos de Contabilidad, así como toda la documentación, programas, archivos o información electrónica o no que se maneje o sea de propiedad del RESTAURANTE, es confidencial y para uso exclusivo del mismo y en ningún caso podrán ser alterados, utilizados en beneficio personal o de terceros, dados a conocer a persona alguna, ni verbalmente ni por escrito, en cualquier tiempo por los trabajadores que los hubieren conocido. La infracción a esta disposición será considerada como **3 veces** falta grave, y, por tanto, sancionada con la terminación del contrato de trabajo, sin perjuicio de las acciones legales a que hubiere lugar.



**CAPITULO VII**  
**REGULACIONES ESPECIALES PARA LOS TRABAJADORES**  
**QUE MANEJAN FONDOS**

Art. 50.- Los trabajadores que tengan a cargo o trasladen temporalmente dinero como producto de la actividad del RESTAURANTE, como parte de la recaudación de ventas o de cualquier otra forma, no podrán llevarse dicho dinero por ningún concepto, sacándolo del RESTAURANTE o guardándolo. Son personal y pecuniariamente responsables de toda pérdida. El RESTAURANTE se reserva el derecho de entablar las acciones civiles y penales que la ley otorga.

Art. 51.- Es absolutamente prohibido cambiar cheques a los trabajadores del RESTAURANTE o de cualquier otra persona, sean clientes o particulares, que no lleven la correspondiente autorización de los Propietarios (del Propietario), Administrador General o Administrador del Local, caso contrario quien proceda contraviniendo lo que se estipula, a más de la sanción establecida, responderá económicamente por el hecho.

Art. 52.- Queda absolutamente prohibido a los cajeros y a los demás trabajadores recibir moneda nacional o extranjera, objetos, cheques, cartas, paquetes, alhajas, etc., de parte de terceras personas o a título personal por encargo especial independientemente de los dineros u objetos que normalmente se recaudan o se reciben a cuenta de los servicios del RESTAURANTE.

Art. 53.- Por ser especial las labores del personal que maneja fondos, las contravenciones a lo estipulado en este capítulo constituyen 3 VECES FALTA GRAVE, y darán derecho al empleador a solicitar el correspondiente VISTO BUENO.

Art. 54.- Está absolutamente prohibido sustraer, hurtar apropiarse u ocultar dinero de la compañía, la cual será sancionado con la terminación del contrato de trabajo de acuerdo a los dispuesto en el artículo 45 y 52 de este reglamento.

#### DISPOSICIONES FINALES

Art. 55.- VIGENCIA DEL REGLAMENTO.- El presente Reglamento Interno comenzará a regir desde su aprobación por parte del Director Regional de Trabajo. Para su conocimiento y acatamiento, se publicará copia del mismo en un lugar visible en las instalaciones del RESTAURANTE, así como, se hará entrega a cada TRABAJADOR copia del mismo.

Art. 56.- Los casos no previstos en este reglamento, se resolverán a lo dispuesto en el Código del Trabajo y demás leyes pertinentes.

Art. 57.- Todos los trabajadores del RESTAURANTE deberán observar los procedimientos y procesos que aun cuando no consten en este reglamento o cualquier disposición, existan en la empresa. Ningún trabajador podrá alegar ignorancia o inexistencia para el cumplimiento estricto de tales procesos y procedimientos.

Art. 58.- En el sueldo o salario percibido por los trabajadores no está incluida la alimentación, salvo los casos en que la Ley así lo determine. En aquellos casos en que por razones de servicio y por así disponerlo su horario, tuviere un trabajador que desayunar, almorzar, o cenar, se considerará que su jornada de trabajo tendrá una interrupción de 30 minutos para tales efectos durante los cuales no ejercerá ninguna actividad laboral, tiempo que se entenderá no está incluido en su jornada de trabajo.

Art. 59.- El RESTAURANTE se reserva el derecho de reglamentar las labores de sus distintos departamentos, dictando instrucciones o disposiciones específicas que no se opongan a las Leyes ni al presente Reglamento.

Art. 60.- Este reglamento será aplicado también en cualquier sucursal que en el futuro el RESTAURANTE pudiera establecer en el territorio nacional del Ecuador.

Art. 61.- Todos los Gerentes, Administradores y Trabajadores por igual del RESTAURANTE están sujetos a las disposiciones del presente Reglamento Interno. (No están sujetos a las disposiciones del presente Reglamento Interno del RESTAURANTE, los ejecutivos de la misma, entendiéndose por estos al Propietario, Administrador General y Administrador del Local.)

Art. 62.- Todos los trabajadores tendrán el derecho de estar presente ante la inspectoría del trabajo cuando se tramite un VISTO BUENO para su salida definitiva del RESTAURANTE, y sólo ante el inspector firmará su renuncia y su acta de finiquito. Ningún papel tendrá valor si el mencionado trabajador no está físicamente presente.

Art. 63.- Siendo consecuente con el prólogo publicado en este Reglamento Interno, todo trabajador que hubiese llegado a cometer 3 faltas graves, tendrá la oportunidad, si así lo deseara, de ser evaluado psicológicamente por parte del departamento de Recursos Humanos, quien luego de varias entrevistas y pruebas escritas, y al transcurso de 1 mes podrá decidir si el trabajador es separado definitivamente del RESTAURANTE. Muchas veces los problemas familiares y stress de las situaciones económicas pueden comprometer el comportamiento humano, por eso se incluye esta alternativa.

Art. 64.- Se prohíbe terminantemente el cobro de intereses por préstamo de dinero de los ejecutivos o administradores a los trabajadores, y entre los mismos trabajadores. Esto está estipulado en el Código del Trabajo y es 3 veces falta grave.

JUAN CARLOS VITERI  
RESTAURANTE CIELO.

## 5.2 Estudio Administrativo

A continuación mencionaremos algunos aspectos administrativos que serán necesarios para el adecuado desenvolvimiento del restaurante “Cielo”.

### 5.2.1 Organigrama funcional

Ponemos en su conocimiento el organigrama funcional del restaurante “Cielo” que detallara las actividades administrativas de cada uno de los empleados teniendo como representante al gerente general.

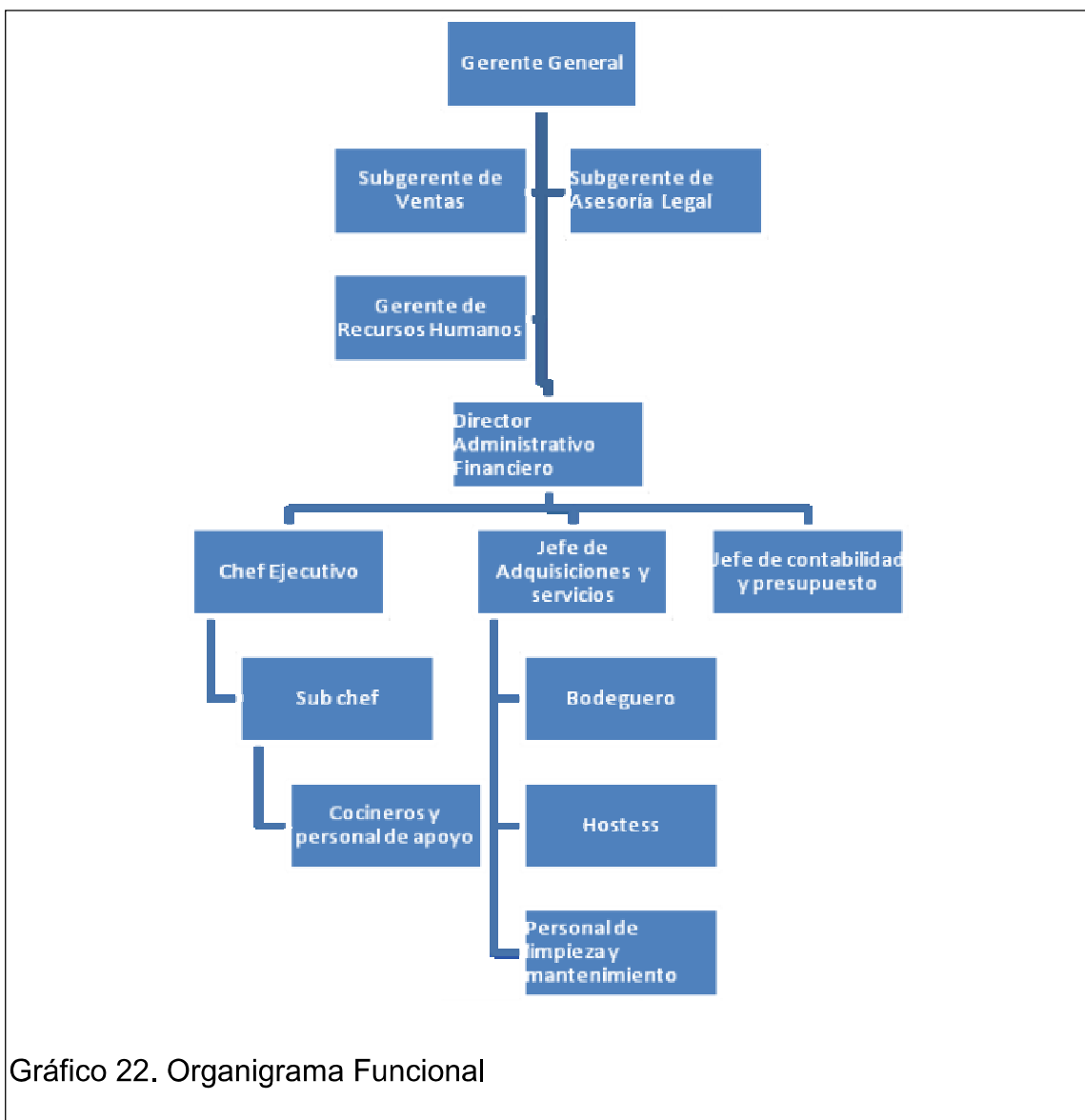


Gráfico 22. Organigrama Funcional

### 5.2.2 Organigrama estructural

El siguiente organigrama estructural establecerá los cargos a ocuparse por parte de los empleados del restaurante “Cielo”

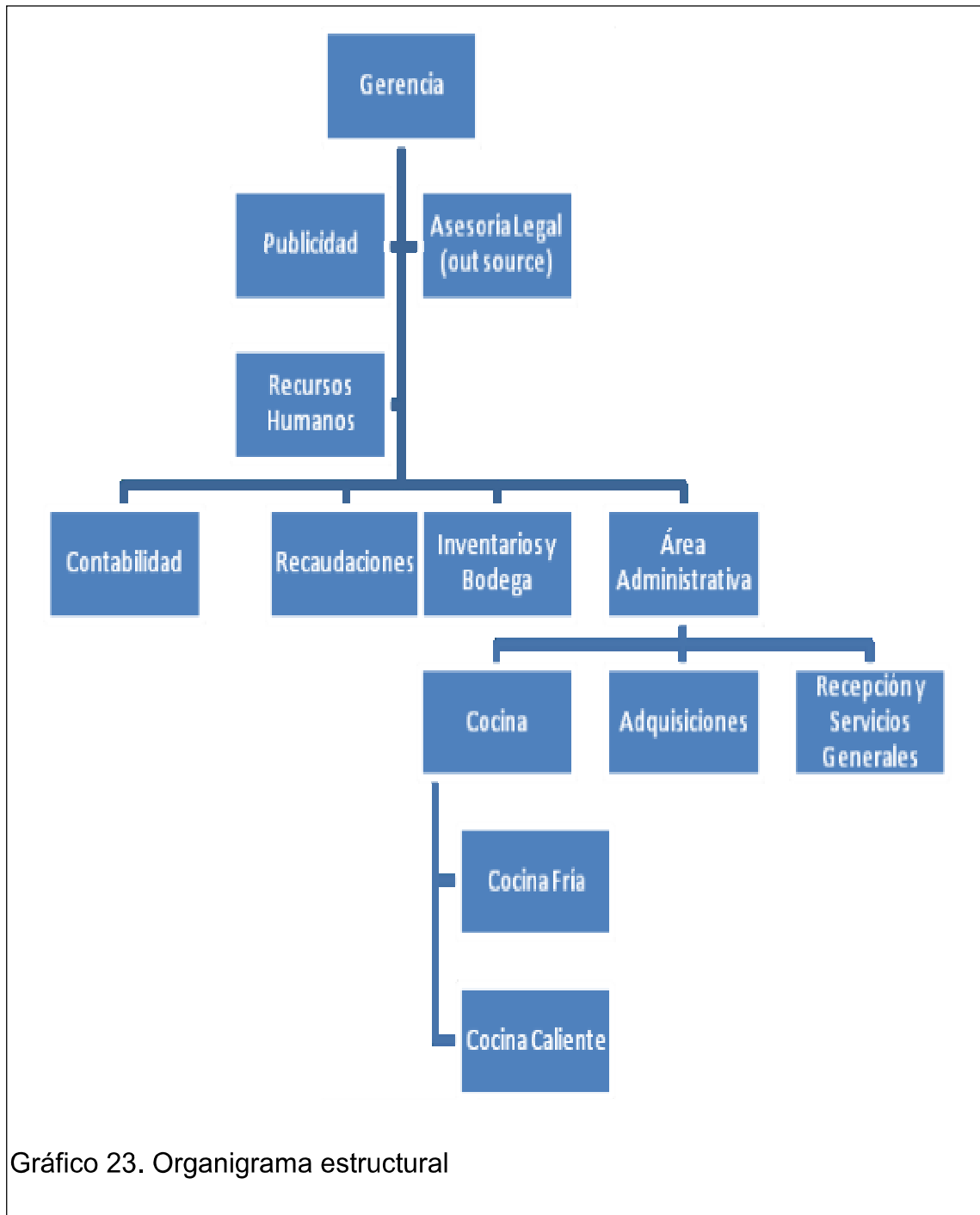


Gráfico 23. Organigrama estructural

### **5.2.3 Cargos y Funciones**

Los cargos a desempeñarse en el restaurante Cielo con cada una de sus funciones serán detallados a continuación:

#### **Gerente General.-**

Dirige, planifica, organiza y controla el desarrollo de las actividades operativas y financieras del restaurante, toma decisiones en forma oportuna y apropiada en procura de alcanzar excelencia en servicio y atención al cliente.

#### **Subgerente de Ventas.-**

Dirige y coordina tareas relacionadas con publicidad y marketing del restaurante para mejorar la imagen corporativa.

#### **Subgerente de Asesoría Legal.-**

Realiza los trámites legales de constitución empresarial y se encarga de solucionar temas jurídicos generados por la ejecución de las actividades del restaurante en lo laboral, contractual o judicial, servicios ocasionales de acuerdo a las necesidades del negocio.

#### **Director Administrativo Financiero.-**

Coordina, dirige y controla la ejecución de las actividades administrativas y financieras, revisa los informes económicos y balances elaborados por el contador, quién será el responsable de llevar la contabilidad de una forma profesional e idónea para el correcto manejo de los recursos materiales y económicos del restaurante, supervisa, maneja y controla la contratación de personal, además elabora reportes de novedades e informes periódicos

emitidos a la gerencia general, los mismos que contendrán sugerencias de mejoras.

#### **Jefe de Adquisiciones.-**

Será el encargado de relacionarse con proveedores realizando las compras necesarias de los insumos para el restaurante, en condiciones favorables para los intereses del negocio.

#### **Hostess.-**

Recibe a los clientes demostrando amabilidad y cortesía en todo momento y les ubica en los sitios de su preferencia.

#### **Personal de Limpieza y mantenimiento.-**

Se encargarán del orden y aseo permanente de las instalaciones y de su correcto funcionamiento para lograr que la infraestructura del restaurante sea la adecuada.

#### **Chef Ejecutivo.-**

Será el encargado de elaborar los diferentes tipos de menús y de las respectivas recetas estandarizadas, para impulsar el desarrollo del negocio, coordinará y supervisará en forma permanente al personal y evaluará su desempeño para lograr un adecuado ambiente laboral.

#### **Sub Chef.-**

Es el segundo al mando en la cocina, será quien tome las decisiones cuando el chef ejecutivo esté ausente, le reemplazará en todas las actividades y funciones.

**Cocineros.-**

Son aquellos subordinados en jerarquía dentro de la cocina después del chef ejecutivo y sub chef, quienes realizarán funciones específicas determinadas de acuerdo a la programación establecida.

**Meseros.-**

Encargados de servir los alimentos preparados por cocina atendiendo a los clientes de una manera óptima y eficaz, además efectuarán labores de limpieza en las áreas donde están siendo atendidos los clientes.

**Posillero.-**

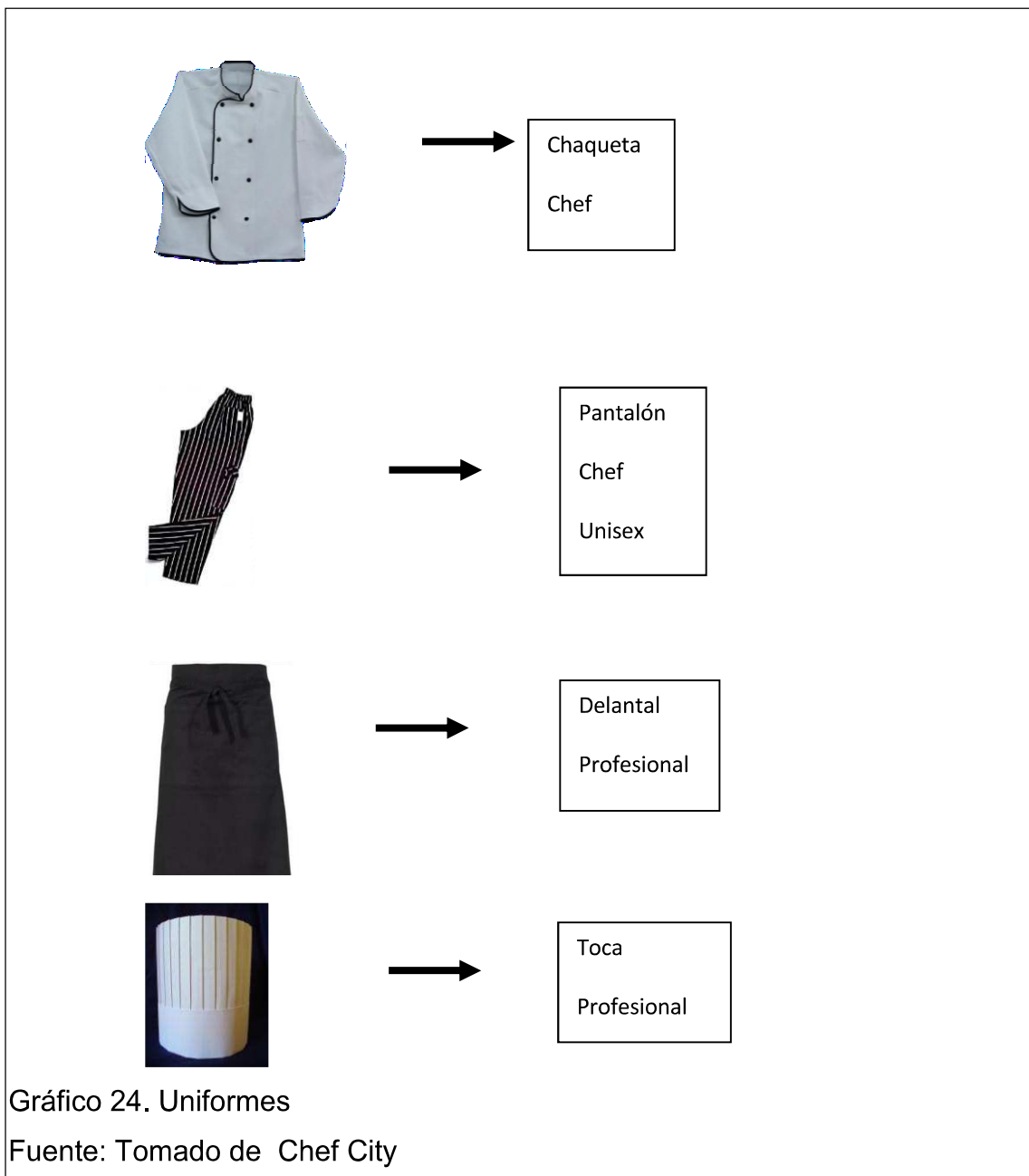
Encargado de la limpieza dentro de la cocina.

Nota.- En la suscripción de los contratos de trabajo especialmente con el personal operativo, se dejará constancia en una de las cláusulas, que de acuerdo a las necesidades y circunstancias, los empleados deberán colaborar en otras actividades relacionadas con el negocio.

**5.2.4 Uniformes**

El uniforme que se utilizará de manera obligatoria por parte de los empleados, será otorgado por el restaurante y estará compuesto por chaqueta color blanco, pantalón negro, toca blanca o gorro de tela, delantal negro y malla negra.





En el caso de los meseros el uniforme a vestir será camisa blanca, pantalón de negro de tela y delantal negro, posteriormente se los proveerá de uniformes típicos propios de cada zona como por ejemplo en la sierra el traje típico será de la población indígena, en la costa el traje típico de la población afro ecuatoriana y en la amazonia el traje típico será de las tribus que allí habitan.

### **5.2.5 Horario de atención**

El Horario de atención se regirá de acuerdo a las políticas del restaurante “Cielo”, sin embargo el horario establecido de trabajo será de 9:00a.m a 18:00p.m para la parte de área gerencial, administrativa y financiera, mientras que para el personal de cocina y servicio será de 11:30am a 15:30p.m retornando a las 18:30p.m a 22:30p.m, siendo el horario de atención al público desde las 11:30a.m en adelante.

En caso de requerirlo los empleados serán notificados para cumplir con horas extras, además los empleados deberán llegar 15 minutos antes con el fin de que puedan vestir el uniforme correctamente.

## **5.3 Estudio Económico**

A continuación realizaremos el estudio económico que permitirá tener en claro los activos, pasivos, ingresos y gastos finalizando con el balance general y el estado de pérdidas y ganancias.

### **5.3.1 Activos y Pasivos**

En una empresa es necesario llevar la contabilidad para así poder establecer el patrimonio y las utilidades que esta podrá recaudar, por lo tanto es necesario determinar los activos y los pasivos que conformarán al restaurante Cielo.

Los activos son todos aquellos recursos o bienes de propiedad de la organización, que permiten el cumplimiento de los objetivos en una empresa, los activos se dividen de acuerdo a varios parámetros como lo es la disponibilidad para lograr convertirse con rapidez en efectivo y se los clasifica de la siguiente manera:

- Activos Circulantes: Son aquellos que se utilizan en la inversión a corto plazo dentro de un negocio, es decir el dinero en general como también podría ser la capacidad de endeudamiento con un banco.
- Activos Fijos: son aquellas inversiones que se realizan en infraestructura, equipos, maquinaria, menaje, entre otros, los cuales no se pueden hacer efectivos de forma inmediata.
- Los pasivos representan todas las deudas u obligaciones que la empresa adquiere las cuales se compromete a pagar en su totalidad y en los plazos establecidos, estos se clasifican en:
  - Pasivos Circulantes: Son todas aquellas deudas que se deben en un corto plazo y sirven para financiar las operaciones del restaurante.
  - Pasivos de Largo Plazo: Son deudas que se contraen a un plazo mayor de 365 días.

La totalidad de activos menos la totalidad de pasivos da como resultado el patrimonio o capital que el restaurante posee.

### **5.3.2 Gastos y Costos**

Es necesario que el restaurante tome en cuenta algunos rubros, como lo son los gastos y costos que tendrá que incurrir “Cielo” para poder ofrecer el servicio que se espera y así poder cumplir con sus objetivos.

Los gastos son todos aquellos sacrificios económicos que se realizan para la obtención de un bien, valor que no se podrá recuperar a futuro, mientras que los costos son aquellos sacrificios económicos que a futuro permitirán obtener un ingreso como lo es en el caso de la compra de insumos que posteriormente se convertirán en producto terminado.

Además es necesario aclarar que en la clasificación de los gastos, para su registro contable los podemos desagregar en gastos corrientes, operativos y financieros. Así los corrientes o fijos son generalmente los que se realizan

mensualmente como por ejemplo arrendamiento, servicios, movilización; los operativos los que se relacionan con la actividad propia del negocio como mantenimiento, sueldos, publicidad; los financieros generados por utilización de servicios bancarios como intereses, uso de tarjetas de crédito, entre otros.

Dentro de los costos y gastos que el restaurante realizara están los siguientes:

### **Costos:**

Compra de insumos, que constituyen los principales productos o materia prima, adquiridos para luego de un proceso ser transformados en productos terminados. Los costos para el correspondiente registro contable también se clasifican en directos e indirectos; los directos estrechamente relacionados con insumos utilizados para elaborar un producto final mientras que los indirectos son aquellos costos que proporcionan un valor agregado al producto final y a su distribución o consumo.

Se define también como el conjunto de gastos, consumos y más cargos atribuibles y aplicables en un período determinado de tiempo, relacionados con la actividad de producción, administración, distribución y financiamiento del negocio.

### **Gastos:**

Productos de Mantenimiento y Limpieza

Pago de servicios básicos

Compra de equipos electrónicos

Compra de menaje y equipos

Salario de empleados

Gastos de Publicidad

Compra de uniformes

A continuación se detallaran ciertos gastos que serán de vital importancia para el restaurante.

### 5.3.2.1 Sueldos y salarios

Según el registro oficial N° 618 aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales, los sueldos y salarios mínimos sectoriales deberán cumplir con lo dispuesto en las tablas salariales, por lo tanto los salarios de nuestros empleados se los determinara según lo establecido en la ley.

Tabla 25

Cuadro de sueldos y salarios

Cargos dentro del restaurante Cielo	Salario establecido por el restaurante Cielo
Gerente General	500.00
Subgerente de Asesoría Legal	500.00
Director Administrativo Financiero	350.00
Jefe de Adquisiciones	301.63
Hostess	292,29
Chef Ejecutivo	400
Sub Chef	301,63
Cocineros	292,38
Mesero	292,58
Posillero	292,29
Personal de Mantenimiento y limpieza	292,73

Además el Hostess, chef ejecutivo, sub chef, cocineros, meseros, posillero y el personal de mantenimiento y limpieza recibirán el 10% más, correspondiente a servicio.

### **5.3.2.2 Gastos de publicidad**

La publicidad es un gasto importante que es necesario tomar en cuenta dentro de los rubros a gastar para el restaurante.

Esta es una forma de comunicación impersonal que sirve para persuadir o recordar a un grupo de personas sobre el servicio ofrecido por el restaurante con la finalidad de atraer a posibles clientes.

Dentro de los medios por los cuales el restaurante se va a publicitar están:

Los **menús**, los cuales serán presentados de una manera llamativa para el cliente que permitirá crear una expectativa positiva sobre el servicio que se va a prestar.

COSTA		SIERRA		ORIENTE	
<b>Entradas</b>		<b>Entradas</b>		<b>Entradas</b>	
Ceviche de Pescado	6.78	Mote con chicharrón	4.38	Mini Maito	4.92
<b>Sopas</b>		<b>Sopas</b>		<b>Sopas</b>	
Viche de la casa	5	Caldo de patas	4.08	Sancocho de Chame	4.82
		Locro de cuero	4.05		
<b>Principales</b>		<b>Principales</b>		<b>Principales</b>	
Encocado de Camarón	11.33	Fritada	9.65	Seco de Gallina Criolla	7.40
Conchitas Asadas	13.47	Cuy Asado	16.86	Seco de Guanta	11.10
<b>Postres</b>		<b>Postres</b>		<b>Postres</b>	
Emborrajados de maqueño con miel	3.77	Higos con queso	3.77	Mousse de Arazá	2.90
Nuestros precios no incluyen impuestos					
BEBIDAS					
<b>Jugos</b>					
Naranja	2.80				
Mandarina	2.80				
Sandia	2.80				
Mango	2.80				
<b>Batidos</b>					
Coco	3.85				
Banana	3.85				
					
					
Rafael León Larrea y av.Gonzales Suarez Teléfono: 095801274 e-mail: cielo_ec@hotmail.com					

Gráfico 25. Menú Restaurante Cielo

Las **tarjetas de presentación** que contendrán los datos generales del restaurante para futuras reservaciones por parte del cliente.



El **material POP** que será todo aquel artículo promocional que el cliente obtendrá y que servirá para la publicidad del restaurante, por ejemplo las hojas volantes y señalética informativa





Los gastos que se realizarán en el área de publicidad serán los siguientes:

Tabla 26

Gastos Publicitarios

**Material Publicitario**

	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Flayers	200	0,2502	50,04
Tarjetas de Presentación	150	0,3639	54,585
Menú	40	9,904	396,16
Rotulación Iluminada	5	130	650
<b>TOTAL</b>			<b>1150,785</b>

**5.3.2.3. Gastos de uniforme del personal**

Los gastos respecto a uniformes los hemos dividido por áreas de trabajo estando conformados en las siguientes:

- Área de servicio.
- Área de cocina

En los siguientes cuadros especificaremos las cotizaciones de la empresa llamada Chef City, como también las cantidades necesarias para cada empleado y además el gasto total por cada prenda del uniforme de los mismos.

Tabla 27

## Gastos uniforme del personal

**Área de Servicio**

Mesero

Camisa

Delantal

Cantidad	Valor unitario	Valor total
3	16,5	49.5
3	9	27
<b>6</b>	<b>25,5</b>	<b>76.5</b>

**Área de Cocina**

Chaqueta

Chef

Cocinero

Posillero

Cantidad	Valor unitario	Valor total
2	29	58
2	29	58
1	29	29
<b>5</b>	<b>87</b>	<b>145</b>

Pantalón

Chef

Cocinero

Posillero

Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	17,5	17,5
1	17,5	17,5
1	17,5	17,5
<b>3</b>	<b>52.5</b>	<b>52.5</b>

## Delantal

	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Chef	1	5,5	5,5
Cocinero	1	5,5	5,5
Posillero	1	5,5	5,5
	<b>3</b>	<b>16,5</b>	<b>16,5</b>

## Mallas

	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Chef	2	1,5	3
Cocinero	2	1,5	3
Posillero	2	1,5	3
	<b>6</b>	<b>4,5</b>	<b>9</b>

## Gorro

	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Chef	1	5	5
Cocinero	1	5	5
Posillero	1	5	5
	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>15</b>

#### 5.3.2.4. Gastos de Menaje y Equipo

Es necesario considerar como un gasto de vital importancia el tipo de menaje y equipos que poseerá Cielo, ya que estos servirán para poder producir y presentar todos los alimentos referidos en el menú

A continuación detallaremos los valores cotizados tanto en Agroindustrias respecto a equipos y en Termalimex respecto a menaje:

Tabla 28

## Gastos Menaje y Equipos

**Listado de Menaje y Equipos**

<b>Menaje</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Balanza	1	482,76	482,76
Sartenes Grandes	3	43,21	129,63
Sartenes Medianos	5	18,57	92,85
Ollas con mango Grande	5	26,17	130,85
Ollas con mango Mediano	5	22,53	112,65
Bowls Grande	4	6,51	26,04
Bowls Mediano	4	4,57	18,28
Bowls Chico	4	3,13	12,52
Tablas de corte 18x24	6	36,2	217,2
Cuchillo cebollero	7	11,16	78,12
Fileteador	3	6,72	20,16
Deshuesador	3	6,92	20,76
Puntilla Plana	3	2,21	6,63
Puntilla curva	3	4,3	12,9
Pelador	3	2,97	8,91
Silpat	5	19,98	99,9
Chaira	2	12,38	24,76
Bandejas de lata	5	19,2	96
Plato Sopero	40	2,11	84,4
Plato Base	90	3,53	317,7
Plato Mediano	70	3,03	212,1
Plato Pequeño	80	1,99	159,2
Taza Café	40	1,64	65,6
Taza Espresso	40	1,07	42,8
Cucharas Café	100	1,12	112
Cucharas/ Tenedores Postre	100	1,34	134

Cucharas Soperas	100	2,43	243
Cucharones	8	3,67	29,36
Espumadera	4	11,62	46,48
Espátulas	4	6,22	24,88
Tenedores	100	2,43	243
Cuchillos de mesa	100	1,95	195
Vasos	100	1,41	141
Copas Vino Tinto	35	2,41	84,35
Copas Vino Blanco	35	2,96	103,6
Copas Agua	100	2,75	275
Jarras	7	7,37	51,59
Rodillos	2	42,24	84,48
Ablandador	2	12,66	25,32
Paletas plásticas.	6	3,36	20,16
<b>TOTAL</b>	<b>1234</b>	<b>848,8</b>	<b>4285,94</b>

	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Equipos</b>			
	1	4018,9	4018,9
Cocina/Horno/ Plancha Industrial	4	730	2920
Mesas de trabajo	1	1956,86	1956,86
Brazo mecánico	1	988,41	988,41
Freidora	1	1778,58	1778,58
Rebanadora de embutidos	2	383,85	767,7
Licuadaora	1	582,22	582,22
Salamandra	1	497,28	497,28
Plancha de Parrilla	1	1178,47	1178,47
Máquina de Café	1	4750,2	4750,2
Congelador	1	4603,74	4603,74
Refrigerador regulado por temperatura	1	3128,07	3128,07
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>24596,58</b>	<b>27170,43</b>

### 5.3.2.5. Gastos de Equipos Electrónicos

Dentro de los gastos destinados a equipos electrónicos se encuentra las computadoras que serán utilizadas principalmente por la parte administrativa como también el sistema de alarma de seguridad el cual brindara una mayor confianza al restaurante.

Tabla 29

Gastos de Equipos Electrónicos

	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Sistema de Seguridad	1	577,97	577,97
Computadoras	4	769	3076
	<b>5</b>	<b>1346,97</b>	<b>3653,97</b>

### 5.3.3 Ingresos

Los ingresos dentro del restaurante durante el ejercicio de su actividad en la prestación de servicios a los clientes será el percibir el dinero por derechos de cobro a favor de este, aumentando el patrimonio del restaurante por cada ingreso que este genere.

Las aportaciones de los propietarios en ningún momento corresponderán a un ingreso, aunque sí bien es cierto constituirá un incremento en el patrimonio.

### 5.3.4 Proyección de ventas

En los siguientes cuadros se indicara las proyecciones de ventas tanto en cantidad como en valor monetario estimadas durante los 5 primeros años de venta

Tabla 30

Proyecciones de ventas a 5 años

	Proyección de ventas numéricas año 1											
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	168	170	172	174	176	178	180	182	184	186	188	190
Viche de la casa	140	142	144	146	148	150	152	154	156	158	160	162
Encocado de camarón	140	142	144	146	148	150	152	154	156	158	160	162
Conchas asadas	140	142	144	146	148	150	152	154	156	158	160	162
Emborrajados de maqueño con miel	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106
Mote con chicharrón	140	142	144	146	148	150	152	154	156	158	160	162
Calco de patas	168	170	172	174	176	178	180	182	184	186	188	190
Locro de Cuero	112	114	116	118	120	122	124	126	128	130	132	134
Fritada	168	170	172	174	176	178	180	182	184	186	188	190
Cuy asado	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106
Higos con Queso	112	114	116	118	120	122	124	126	128	130	132	134
Mini maito	112	114	116	118	120	122	124	126	128	130	132	134
Sancocho de chame	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106
Seco de gallina Criolla	112	114	116	118	120	122	124	126	128	130	132	134
Seco guanta	112	114	116	118	120	122	124	126	128	130	132	134
Mousse de Arazá	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106
Jugo de Naranja	56	58	60	62	64	66	68	70	72	74	76	78
Jugo de Mandarina	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106
Jugo de Sandía	112	114	116	118	120	122	124	126	128	130	132	134
Jugo de Mango	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106
Batido de Coco	56	58	60	62	64	66	68	70	72	74	76	78
Batido de Banano	28	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48	50
<b>Total</b>	<b>2380</b>	<b>2424</b>	<b>2468</b>	<b>2512</b>	<b>2556</b>	<b>2600</b>	<b>2644</b>	<b>2688</b>	<b>2732</b>	<b>2776</b>	<b>2820</b>	<b>2864</b>

Proyección de ventas monetario año 1												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	1176	1190	1204	1218	1232	1246	1260	1274	1288	1302	1316	1330
Viche de la casa	700	710	720	730	740	750	760	770	780	790	800	810
Encocado de camarón	1540	1562	1584	1606	1628	1650	1672	1694	1716	1738	1760	1782
Conchas asadas	1820	1846	1872	1898	1924	1950	1976	2002	2028	2054	2080	2106
Emborrajados de maqueño con miel	336	344	352	360	368	376	384	392	400	408	416	424
Mote con chicharrón	560	568	576	584	592	600	608	616	624	632	640	648
Caldo de patas	672	680	688	696	704	712	720	728	736	744	752	760
Locro de Cuero	448	456	464	472	480	488	496	504	512	520	528	536
Fritada	1680	1700	1720	1740	1760	1780	1800	1820	1840	1860	1880	1900
Cuy Asado	1428	1462	1496	1530	1564	1598	1632	1666	1700	1734	1768	1802
Higos con Queso	448	456	464	472	480	488	496	504	512	520	528	536
Mini Maito	560	570	580	590	600	610	620	630	640	650	660	670
Sancocho de chame	420	430	440	450	460	470	480	490	500	510	520	530
Seco de gallina del monte	784	798	812	826	840	854	868	882	896	910	924	938
Seco Guanta	1232	1254	1276	1298	1320	1342	1364	1386	1408	1430	1452	1474
Mousse de Arazá	252	258	264	270	276	282	288	294	300	306	312	318
Jugo de Naranja	168	174	180	186	192	198	204	210	216	222	228	234
Jugo de Mandarina	252	258	264	270	276	282	288	294	300	306	312	318
Jugo de Sandia	336	342	348	354	360	366	372	378	384	390	396	402
Jugo de Mango	252	258	264	270	276	282	288	294	300	306	312	318
Batido de Coco	224	232	240	248	256	264	272	280	288	296	304	312
Batido de Banano	112	120	128	136	144	152	160	168	176	184	192	200
<b>Total</b>	<b>15400</b>	<b>15668</b>	<b>15936</b>	<b>16204</b>	<b>16472</b>	<b>16740</b>	<b>17008</b>	<b>17276</b>	<b>17544</b>	<b>17812</b>	<b>18080</b>	<b>18348</b>



Proyección de ventas numericas año 2												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	181,4	183,4	185,4	187,4	189,4	191,4	193,4	195,44	197,4	199,44	201,4	203
Viche de la casa	151,2	153,2	155,2	157,2	159,2	161,2	163,2	165,2	167,2	169,2	171,2	173
Encocado de camarón	151,2	153,2	155,2	157,2	159,2	161,2	163,2	165,2	167,2	169,2	171,2	173
Conchas asadas	151,2	153,2	155,2	157,2	159,2	161,2	163,2	165,2	167,2	169,2	171,2	173
Emborrajados de maqueño con miel	90,72	92,72	94,72	96,72	98,72	100,7	102,7	104,72	106,7	108,72	110,7	113
Mote con chicharrón	151,2	153,2	155,2	157,2	159,2	161,2	163,2	165,2	167,2	169,2	171,2	173
Caldo de patas	181,4	183,4	185,4	187,4	189,4	191,4	193,4	195,44	197,4	199,44	201,4	203
Locro de Cuero	121	123	125	127	129	131	133	134,96	137	138,96	141	143
Fritada	181,4	183,4	185,4	187,4	189,4	191,4	193,4	195,44	197,4	199,44	201,4	203
Cuy asado	90,72	92,72	94,72	96,72	98,72	100,7	102,7	104,72	106,7	108,72	110,7	113
Higos con Queso	121	123	125	127	129	131	133	134,96	137	138,96	141	143
Mini maito	121	123	125	127	129	131	133	134,96	137	138,96	141	143
Sancocho de chame	90,72	92,72	94,72	96,72	98,72	100,7	102,7	104,72	106,7	108,72	110,7	113
Seco de gallina del monte	121	123	125	127	129	131	133	134,96	137	138,96	141	143
Seco Guanta	121	123	125	127	129	131	133	134,96	137	138,96	141	143
Mousse de Arazá	90,72	92,72	94,72	96,72	98,72	100,7	102,7	104,72	106,7	108,72	110,7	113
Jugo de Naranja	60,48	62,48	64,48	66,48	68,48	70,48	72,48	74,48	76,48	78,48	80,48	82,5
Jugo de Mandarina	90,72	92,72	94,72	96,72	98,72	100,7	102,7	104,72	106,7	108,72	110,7	113
Jugo de Sandia	121	123	125	127	129	131	133	134,96	137	138,96	141	143
Jugo de Mango	90,72	92,72	94,72	96,72	98,72	100,7	102,7	104,72	106,7	108,72	110,7	113
Batido de Coco	60,48	62,48	64,48	66,48	68,48	70,48	72,48	74,48	76,48	78,48	80,48	82,5
Batido de Banano	30,24	32,24	34,24	36,24	38,24	40,24	42,24	44,24	46,24	48,24	50,24	52,2
<b>Total</b>	<b>2570</b>	<b>2614</b>	<b>2658</b>	<b>2702</b>	<b>2746</b>	<b>2790</b>	<b>2834</b>	<b>2878,4</b>	<b>2922</b>	<b>2966,4</b>	<b>3010</b>	<b>3054</b>

Proyección de ventas monetario año 2												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	1270	1284	1298	1312	1326	1340	1354	1368,1	1382	1396,1	1410	1424
Viche de la casa	756	766	776	786	796	806	816	826	836	846	856	866
Encocado de camarón	1663	1685	1707	1729	1751	1773	1795	1817,2	1839	1861,2	1883	1905
Conchas asadas	1966	1992	2018	2044	2070	2096	2122	2147,6	2174	2199,6	2226	2252
Emborrajados de maqueño con miel	362,9	370,9	378,9	386,9	394,9	402,9	410,9	418,88	426,9	434,88	442,9	451
Mote con chicharrón	604,8	612,8	620,8	628,8	636,8	644,8	652,8	660,8	668,8	676,8	684,8	693
Caldo de patas	725,8	733,8	741,8	749,8	757,8	765,8	773,8	781,76	789,8	797,76	805,8	814
Locro de Cuero	483,8	491,8	499,8	507,8	515,8	523,8	531,8	539,84	547,8	555,84	563,8	572
Fritada	1814	1834	1854	1874	1894	1914	1934	1954,4	1974	1994,4	2014	2034
Cuy asado	1542	1576	1610	1644	1678	1712	1746	1780,2	1814	1848,2	1882	1916
Higos con Queso	483,8	491,8	499,8	507,8	515,8	523,8	531,8	539,84	547,8	555,84	563,8	572
Mini maito	604,8	614,8	624,8	634,8	644,8	654,8	664,8	674,8	684,8	694,8	704,8	715
Sancocho de chame	453,6	463,6	473,6	483,6	493,6	503,6	513,6	523,6	533,6	543,6	553,6	564
Seco de gallina del monte	846,7	860,7	874,7	888,7	902,7	916,7	930,7	944,72	958,7	972,72	986,7	1001
Seco Guanta	1331	1353	1375	1397	1419	1441	1463	1484,6	1507	1528,6	1551	1573
Mousse de Arazá	272,2	278,2	284,2	290,2	296,2	302,2	308,2	314,16	320,2	326,16	332,2	338
Jugo de Naranja	181,4	187,4	193,4	199,4	205,4	211,4	217,4	223,44	229,4	235,44	241,4	247
Jugo de Mandarina	272,2	278,2	284,2	290,2	296,2	302,2	308,2	314,16	320,2	326,16	332,2	338
Jugo de Sandia	362,9	368,9	374,9	380,9	386,9	392,9	398,9	404,88	410,9	416,88	422,9	429
Jugo de Mango	272,2	278,2	284,2	290,2	296,2	302,2	308,2	314,16	320,2	326,16	332,2	338
Batido de Coco	241,9	249,9	257,9	265,9	273,9	281,9	289,9	297,92	305,9	313,92	321,9	330
Batido de Banano	121	129	137	145	153	161	169	176,96	185	192,96	201	209
<b>Total</b>	<b>16632</b>	<b>16900</b>	<b>17168</b>	<b>17436</b>	<b>17704</b>	<b>17972</b>	<b>18240</b>	<b>18508</b>	<b>18776</b>	<b>19044</b>	<b>19312</b>	<b>19581</b>

Proyección de ventas numericas año 3												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	196	198	200	202	204	206	208	209,96	212	213,96	216	218
Viche de la casa	163,3	165,3	167,3	169,3	171,3	173,3	175,3	177,3	179,3	181,3	183,3	185
Encocado de camarón	163,3	165,3	167,3	169,3	171,3	173,3	175,3	177,3	179,3	181,3	183,3	185
Conchas asadas	163,3	165,3	167,3	169,3	171,3	173,3	175,3	177,3	179,3	181,3	183,3	185
Emborrajados de maqueño con miel	97,98	99,98	102	104	106	108	110	111,98	114	115,98	118	120
Mote con chicharrón	163,3	165,3	167,3	169,3	171,3	173,3	175,3	177,3	179,3	181,3	183,3	185
Caldo de patas	196	198	200	202	204	206	208	209,96	212	213,96	216	218
Locro de Cuero	130,6	132,6	134,6	136,6	138,6	140,6	142,6	144,64	146,6	148,64	150,6	153
Fritada	196	198	200	202	204	206	208	209,96	212	213,96	216	218
Cuy asado	97,98	99,98	102	104	106	108	110	111,98	114	115,98	118	120
Higos con Queso	130,6	132,6	134,6	136,6	138,6	140,6	142,6	144,64	146,6	148,64	150,6	153
Mini maíto	130,6	132,6	134,6	136,6	138,6	140,6	142,6	144,64	146,6	148,64	150,6	153
Sancocho de chame	97,98	99,98	102	104	106	108	110	111,98	114	115,98	118	120
Seco de gallina del monte	130,6	132,6	134,6	136,6	138,6	140,6	142,6	144,64	146,6	148,64	150,6	153
Seco Guanta	130,6	132,6	134,6	136,6	138,6	140,6	142,6	144,64	146,6	148,64	150,6	153
Mousse de Arazá	97,98	99,98	102	104	106	108	110	111,98	114	115,98	118	120
Jugo de Naranja	65,32	67,32	69,32	71,32	73,32	75,32	77,32	79,318	81,32	83,318	85,32	87,3
Jugo de Mandarina	97,98	99,98	102	104	106	108	110	111,98	114	115,98	118	120
Jugo de Sandía	130,6	132,6	134,6	136,6	138,6	140,6	142,6	144,64	146,6	148,64	150,6	153
Jugo de Mango	97,98	99,98	102	104	106	108	110	111,98	114	115,98	118	120
Batido de Coco	65,32	67,32	69,32	71,32	73,32	75,32	77,32	79,318	81,32	83,318	85,32	87,3
Batido de Banano	32,66	34,66	36,66	38,66	40,66	42,66	44,66	46,659	48,66	50,659	52,66	54,7
<b>Total</b>	<b>2776</b>	<b>2820</b>	<b>2864</b>	<b>2908</b>	<b>2952</b>	<b>2996</b>	<b>3040</b>	<b>3084</b>	<b>3128</b>	<b>3172</b>	<b>3216</b>	<b>3260</b>

Proyección de ventas monetario año 3												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	1372	1386	1400	1414	1428	1442	1456	1469,7	1484	1497,7	1512	1526
Viche de la casa	816,5	826,5	836,5	846,5	856,5	866,5	876,5	886,48	896,5	906,48	916,5	926
Encocado de camarón	1796	1818	1840	1862	1884	1906	1928	1950,3	1972	1994,3	2016	2038
Conchas asadas	2123	2149	2175	2201	2227	2253	2279	2304,8	2331	2356,8	2383	2409
Emborrajados de maqueño con miel	391,9	399,9	407,9	415,9	423,9	431,9	439,9	447,91	455,9	463,91	471,9	480
Mote con chicharrón	653,2	661,2	669,2	677,2	685,2	693,2	701,2	709,18	717,2	725,18	733,2	741
Caldo de patas	783,8	791,8	799,8	807,8	815,8	823,8	831,8	839,82	847,8	855,82	863,8	872
Locro de Cuero	522,5	530,5	538,5	546,5	554,5	562,5	570,5	578,55	586,5	594,55	602,5	611
Fritada	1960	1980	2000	2020	2040	2060	2080	2099,6	2120	2139,6	2160	2180
Cuy asado	1666	1700	1734	1768	1802	1836	1870	1903,6	1938	1971,6	2006	2040
Higos con Queso	522,5	530,5	538,5	546,5	554,5	562,5	570,5	578,55	586,5	594,55	602,5	611
Mini maito	653,2	663,2	673,2	683,2	693,2	703,2	713,2	723,18	733,2	743,18	753,2	763
Sancocho de chame	489,9	499,9	509,9	519,9	529,9	539,9	549,9	559,89	569,9	579,89	589,9	600
Seco de gallina del monte	914,5	928,5	942,5	956,5	970,5	984,5	998,5	1012,5	1026	1040,5	1054	1068
Seco Guanta	1437	1459	1481	1503	1525	1547	1569	1591	1613	1635	1657	1679
Mousse de Arazá	293,9	299,9	305,9	311,9	317,9	323,9	329,9	335,93	341,9	347,93	353,9	360
Jugo de Naranja	196	202	208	214	220	226	232	237,96	244	249,96	256	262
Jugo de Mandarina	293,9	299,9	305,9	311,9	317,9	323,9	329,9	335,93	341,9	347,93	353,9	360
Jugo de Sandia	391,9	397,9	403,9	409,9	415,9	421,9	427,9	433,91	439,9	445,91	451,9	458
Jugo de Mango	293,9	299,9	305,9	311,9	317,9	323,9	329,9	335,93	341,9	347,93	353,9	360
Batido de Coco	261,3	269,3	277,3	285,3	293,3	301,3	309,3	317,27	325,3	333,27	341,3	349
Batido de Banano	130,6	138,6	146,6	154,6	162,6	170,6	178,6	186,64	194,6	202,64	210,6	219
<b>Total</b>	<b>17963</b>	<b>18231</b>	<b>18499</b>	<b>18767</b>	<b>19035</b>	<b>19303</b>	<b>19571</b>	<b>19839</b>	<b>20107</b>	<b>20375</b>	<b>20643</b>	<b>20912</b>

Proyección de ventas numericas año 4												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	211,6	213,6	215,6	217,6	219,6	221,6	223,6	225,63	227,6	229,63	231,6	234
Viche de la casa	176,4	178,4	180,4	182,4	184,4	186,4	188,4	190,36	192,4	194,36	196,4	198
Encocado de camarón	176,4	178,4	180,4	182,4	184,4	186,4	188,4	190,36	192,4	194,36	196,4	198
Conchas asadas	176,4	178,4	180,4	182,4	184,4	186,4	188,4	190,36	192,4	194,36	196,4	198
Emborrajados de maqueño con miel	105,8	107,8	109,8	111,8	113,8	115,8	117,8	119,82	121,8	123,82	125,8	128
Mote con chicharrón	176,4	178,4	180,4	182,4	184,4	186,4	188,4	190,36	192,4	194,36	196,4	198
Caldo de patas	211,6	213,6	215,6	217,6	219,6	221,6	223,6	225,63	227,6	229,63	231,6	234
Locro de Cuero	141,1	143,1	145,1	147,1	149,1	151,1	153,1	155,09	157,1	159,09	161,1	163
Fritada	211,6	213,6	215,6	217,6	219,6	221,6	223,6	225,63	227,6	229,63	231,6	234
Cuy asado	105,8	107,8	109,8	111,8	113,8	115,8	117,8	119,82	121,8	123,82	125,8	128
Higos con Queso	141,1	143,1	145,1	147,1	149,1	151,1	153,1	155,09	157,1	159,09	161,1	163
Mini maíto	141,1	143,1	145,1	147,1	149,1	151,1	153,1	155,09	157,1	159,09	161,1	163
Sancocho de chame	105,8	107,8	109,8	111,8	113,8	115,8	117,8	119,82	121,8	123,82	125,8	128
Seco de gallina del monte	141,1	143,1	145,1	147,1	149,1	151,1	153,1	155,09	157,1	159,09	161,1	163
Seco Guanta	141,1	143,1	145,1	147,1	149,1	151,1	153,1	155,09	157,1	159,09	161,1	163
Mousse de Arazá	105,8	107,8	109,8	111,8	113,8	115,8	117,8	119,82	121,8	123,82	125,8	128
Jugo de Naranja	70,54	72,54	74,54	76,54	78,54	80,54	82,54	84,544	86,54	88,544	90,54	92,5
Jugo de Mandarina	105,8	107,8	109,8	111,8	113,8	115,8	117,8	119,82	121,8	123,82	125,8	128
Jugo de Sandia	141,1	143,1	145,1	147,1	149,1	151,1	153,1	155,09	157,1	159,09	161,1	163
Jugo de Mango	105,8	107,8	109,8	111,8	113,8	115,8	117,8	119,82	121,8	123,82	125,8	128
Batido de Coco	70,54	72,54	74,54	76,54	78,54	80,54	82,54	84,544	86,54	88,544	90,54	92,5
Batido de Banano	35,27	37,27	39,27	41,27	43,27	45,27	47,27	49,272	51,27	53,272	55,27	57,3
<b>Total</b>	<b>2998</b>	<b>3042</b>	<b>3086</b>	<b>3130</b>	<b>3174</b>	<b>3218</b>	<b>3262</b>	<b>3306,1</b>	<b>3350</b>	<b>3394,1</b>	<b>3438</b>	<b>3482</b>

Proyección de ventas monetario año 4												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	1481	1495	1509	1523	1537	1551	1565	1579,4	1593	1607,4	1621	1635
Viche de la casa	881,8	891,8	901,8	911,8	921,8	931,8	941,8	951,8	961,8	971,8	981,8	992
Encocado de camarón	1940	1962	1984	2006	2028	2050	2072	2094	2116	2138	2160	2182
Conchas asadas	2293	2319	2345	2371	2397	2423	2449	2474,7	2501	2526,7	2553	2579
Emborrajados de maqueño con miel	423,3	431,3	439,3	447,3	455,3	463,3	471,3	479,26	487,3	495,26	503,3	511
Mote con chicharrón	705,4	713,4	721,4	729,4	737,4	745,4	753,4	761,44	769,4	777,44	785,4	793
Caldo de patas	846,5	854,5	862,5	870,5	878,5	886,5	894,5	902,53	910,5	918,53	926,5	935
Locro de Cuero	564,4	572,4	580,4	588,4	596,4	604,4	612,4	620,35	628,4	636,35	644,4	652
Fritada	2116	2136	2156	2176	2196	2216	2236	2256,3	2276	2296,3	2316	2336
Cuy asado	1799	1833	1867	1901	1935	1969	2003	2036,9	2071	2104,9	2139	2173
Higos con Queso	564,4	572,4	580,4	588,4	596,4	604,4	612,4	620,35	628,4	636,35	644,4	652
Mini maito	705,4	715,4	725,4	735,4	745,4	755,4	765,4	775,44	785,4	795,44	805,4	815
Sancocho de chame	529,1	539,1	549,1	559,1	569,1	579,1	589,1	599,08	609,1	619,08	629,1	639
Seco de gallina del monte	987,6	1002	1016	1030	1044	1058	1072	1085,6	1100	1113,6	1128	1142
Seco Guanta	1552	1574	1596	1618	1640	1662	1684	1706	1728	1750	1772	1794
Mousse de Arazá	317,4	323,4	329,4	335,4	341,4	347,4	353,4	359,45	365,4	371,45	377,4	383
Jugo de Naranja	211,6	217,6	223,6	229,6	235,6	241,6	247,6	253,63	259,6	265,63	271,6	278
Jugo de Mandarina	317,4	323,4	329,4	335,4	341,4	347,4	353,4	359,45	365,4	371,45	377,4	383
Jugo de Sandia	423,3	429,3	435,3	441,3	447,3	453,3	459,3	465,26	471,3	477,26	483,3	489
Jugo de Mango	317,4	323,4	329,4	335,4	341,4	347,4	353,4	359,45	365,4	371,45	377,4	383
Batido de Coco	282,2	290,2	298,2	306,2	314,2	322,2	330,2	338,18	346,2	354,18	362,2	370
Batido de Banano	141,1	149,1	157,1	165,1	173,1	181,1	189,1	197,09	205,1	213,09	221,1	229
<b>Total</b>	<b>19400</b>	<b>19668</b>	<b>19936</b>	<b>20204</b>	<b>20472</b>	<b>20740</b>	<b>21008</b>	<b>21276</b>	<b>21544</b>	<b>21812</b>	<b>22080</b>	<b>22348</b>

Proyección de ventas numericas año 5												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	228,6	230,6	232,6	234,6	236,6	238,6	240,6	242,56	244,6	246,56	248,6	251
Viche de la casa	190,5	192,5	194,5	196,5	198,5	200,5	202,5	204,47	206,5	208,47	210,5	212
Encocado de camarón	190,5	192,5	194,5	196,5	198,5	200,5	202,5	204,47	206,5	208,47	210,5	212
Conchas asadas	190,5	192,5	194,5	196,5	198,5	200,5	202,5	204,47	206,5	208,47	210,5	212
Emborrajados de maqueño con miel	114,3	116,3	118,3	120,3	122,3	124,3	126,3	128,28	130,3	132,28	134,3	136
Mote con chicharrón	190,5	192,5	194,5	196,5	198,5	200,5	202,5	204,47	206,5	208,47	210,5	212
Caldo de patas	228,6	230,6	232,6	234,6	236,6	238,6	240,6	242,56	244,6	246,56	248,6	251
Locro de Cuero	152,4	154,4	156,4	158,4	160,4	162,4	164,4	166,37	168,4	170,37	172,4	174
Fritada	228,6	230,6	232,6	234,6	236,6	238,6	240,6	242,56	244,6	246,56	248,6	251
Cuy asado	114,3	116,3	118,3	120,3	122,3	124,3	126,3	128,28	130,3	132,28	134,3	136
Higos con Queso	152,4	154,4	156,4	158,4	160,4	162,4	164,4	166,37	168,4	170,37	172,4	174
Mini maíto	152,4	154,4	156,4	158,4	160,4	162,4	164,4	166,37	168,4	170,37	172,4	174
Sancocho de chame	114,3	116,3	118,3	120,3	122,3	124,3	126,3	128,28	130,3	132,28	134,3	136
Seco de gallina del monte	152,4	154,4	156,4	158,4	160,4	162,4	164,4	166,37	168,4	170,37	172,4	174
Seco Guanta	152,4	154,4	156,4	158,4	160,4	162,4	164,4	166,37	168,4	170,37	172,4	174
Mousse de Arazá	114,3	116,3	118,3	120,3	122,3	124,3	126,3	128,28	130,3	132,28	134,3	136
Jugo de Naranja	76,19	78,19	80,19	82,19	84,19	86,19	88,19	90,187	92,19	94,187	96,19	98,2
Jugo de Mandarina	114,3	116,3	118,3	120,3	122,3	124,3	126,3	128,28	130,3	132,28	134,3	136
Jugo de Sandia	152,4	154,4	156,4	158,4	160,4	162,4	164,4	166,37	168,4	170,37	172,4	174
Jugo de Mango	114,3	116,3	118,3	120,3	122,3	124,3	126,3	128,28	130,3	132,28	134,3	136
Batido de Coco	76,19	78,19	80,19	82,19	84,19	86,19	88,19	90,187	92,19	94,187	96,19	98,2
Batido de Banano	38,09	40,09	42,09	44,09	46,09	48,09	50,09	52,094	54,09	56,094	58,09	60,1
<b>Total</b>	<b>3238</b>	<b>3282</b>	<b>3326</b>	<b>3370</b>	<b>3414</b>	<b>3458</b>	<b>3502</b>	<b>3546</b>	<b>3590</b>	<b>3634</b>	<b>3678</b>	<b>3722</b>

Proyección de ventas monetario año 5												
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Ceviche de Pescado	1600	1614	1628	1642	1656	1670	1684	1697,9	1712	1725,9	1740	1754
Viche de la casa	952,3	962,3	972,3	982,3	992,3	1002	1012	1022,3	1032	1042,3	1052	1062
Encocado de camarón	2095	2117	2139	2161	2183	2205	2227	2249,2	2271	2293,2	2315	2337
Conchas asadas	2476	2502	2528	2554	2580	2606	2632	2658,1	2684	2710,1	2736	2762
Emborrajados de maqueño con miel	457,1	465,1	473,1	481,1	489,1	497,1	505,1	513,12	521,1	529,12	537,1	545
Mote con chicharrón	761,9	769,9	777,9	785,9	793,9	801,9	809,9	817,87	825,9	833,87	841,9	850
Caldo de patas	914,2	922,2	930,2	938,2	946,2	954,2	962,2	970,25	978,2	986,25	994,2	1002
Locro de Cuero	609,5	617,5	625,5	633,5	641,5	649,5	657,5	665,5	673,5	681,5	689,5	697
Fritada	2286	2306	2326	2346	2366	2386	2406	2425,6	2446	2465,6	2486	2506
Cuy asado	1943	1977	2011	2045	2079	2113	2147	2180,8	2215	2248,8	2283	2317
Higos con Queso	609,5	617,5	625,5	633,5	641,5	649,5	657,5	665,5	673,5	681,5	689,5	697
Mini maíto	761,9	771,9	781,9	791,9	801,9	811,9	821,9	831,87	841,9	851,87	861,9	872
Sancocho de chame	571,4	581,4	591,4	601,4	611,4	621,4	631,4	641,41	651,4	661,41	671,4	681
Seco de gallina del monte	1067	1081	1095	1109	1123	1137	1151	1164,6	1179	1192,6	1207	1221
Seco Guanta	1676	1698	1720	1742	1764	1786	1808	1830,1	1852	1874,1	1896	1918
Mousse de Arazá	342,8	348,8	354,8	360,8	366,8	372,8	378,8	384,84	390,8	396,84	402,8	409
Jugo de Naranja	228,6	234,6	240,6	246,6	252,6	258,6	264,6	270,56	276,6	282,56	288,6	295
Jugo de Mandarina	342,8	348,8	354,8	360,8	366,8	372,8	378,8	384,84	390,8	396,84	402,8	409
Jugo de Sandia	457,1	463,1	469,1	475,1	481,1	487,1	493,1	499,12	505,1	511,12	517,1	523
Jugo de Mango	342,8	348,8	354,8	360,8	366,8	372,8	378,8	384,84	390,8	396,84	402,8	409
Batido de Coco	304,7	312,7	320,7	328,7	336,7	344,7	352,7	360,75	368,7	376,75	384,7	393
Batido de Banano	152,4	160,4	168,4	176,4	184,4	192,4	200,4	208,37	216,4	224,37	232,4	240
<b>Total</b>	<b>20952</b>	<b>21220</b>	<b>21488</b>	<b>21756</b>	<b>22024</b>	<b>22292</b>	<b>22560</b>	<b>22828</b>	<b>23096</b>	<b>23364</b>	<b>23632</b>	<b>23900</b>



Mediante la realización estimada de las proyecciones se puede determinar que el restaurante desde el primer mes posee ganancias las cuales serán destinadas a gastos propios del restaurante como lo es por ejemplo sueldo de empleados, reabastecimiento de insumos, pago de deudas entre otras.

### **5.3.5 Reportes Económicos o Estados Financieros**

El movimiento económico del restaurante, deberá estar reflejado en los respectivos reportes o estados financieros, para lo cual es necesario que el profesional encargado del registro contable de las operaciones mantenga un control permanente implementando un sistema contable automatizado, esta información es útil para que exista una administración adecuada por parte del restaurante siendo los principales reportes los siguientes:

Estados financieros obligatorios dependen de cada país, siendo los componentes más habituales los siguientes:

- Estado de Situación Financiera o Balance General
- Estado de Operaciones, de Ingresos y Gastos o de Pérdidas y Ganancias

### **5.3.6 Estado de Situación Financiera o Balance General**

Es aquel que refleja la situación financiera del restaurante y la conformación de sus activos, pasivos y patrimonio a una fecha determinada, gracias a este estado financiero el dueño del restaurante puede acceder a la información de su negocio y tener en claro la disponibilidad del dinero como el estado actual de las deudas. Un ejemplo de esto lo podemos observar en el siguiente gráfico:

Tabla 31  
Balance General

<b>Balance General</b>			
<b>Quito 31 de enero de 2013</b>			
<b>Activos Circulantes</b>		<b>Pasivos Circulantes</b>	
Caja	20.000,00	Obligaciones bancarias	30.000,00
Bancos	30.000,00		
	<b>50.000,00</b>		
		<b>Total Pasivo</b>	<b>30.000,00</b>
<b>Activo Fijo</b>		<b>Patrimonio</b>	<b>355.110,34</b>
Local Comercial	300.000,00		
Menaje y Equipos	35.110,34		
	<b>335.110,34</b>		
<b>Total Activos</b>	<b>385.110,34</b>	<b>Total de Pasivos + Patrimonio</b>	<b>385.110,34</b>

### 5.3.7 Estado de Operaciones, de Ingresos y Gastos o de Pérdidas y Ganancias

Es el resultado obtenido del registro de las cuentas de los ingresos percibidos o ganados y de los gastos efectuados o incurridos, como resultado final de las operaciones financieras del negocio en un período determinado, que establecerá la utilidad o pérdida respectiva.

Un ejemplo de este estado financiero lo podemos observar a continuación:

Tabla 32

Estado de Pérdidas y Ganancias

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>	
<b>31 de enero de 2013</b>	
<b>Ingreso</b>	
Venta de Productos	15.400,00
<b>Total</b>	<b>15.400,00</b>
<b>Gastos</b>	
Gastos de Insumos	2.928,80
Equipos electrónicos	3.653,97
Pago de servicios básicos	400,00
Compra de menaje y equipos	31.456,37
Salario de empleados	3.041,44
Gastos de Publicidad	1.150,78
Compra de uniformes	314,50
<b>Total</b>	<b>42.945,86</b>
<b>Perdida/Utilidad</b>	<b>(27.545,86)</b>



<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	15.400	15.668	15.936	16.204	16.472	16.740	17.008	17.276	17.544	17.812	18.080	18.348
<b>TOTAL INGRESOS POR VENTAS MAS INVERSIONES</b>	(22.349)	15.668	15.936	16.204	16.472	16.740	17.008	17.276	17.544	17.812	18.080	18.348
<b>EGRESOS</b>												
Gastos de Insumos	2.928	2.982	3.036	3.090	3.144	3.198	3.253	3.307	3.361	3.415	3.469	3.523
Equipos electrónicos	3.654	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de servicios básicos	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Compra de menaje y equipos	31.456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salario de empleados	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041	3.041
Gastos de Publicidad	1.151	0	0	0	105	0	0	0	105	0	0	0
Compra de uniformes	315	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL EGRESOS</b>	42.945	6.423	6.477	6.532	6.690	6.640	6.694	6.748	6.907	6.856	6.910	6.965
<b>UTILIDADES/ PERDIDA ANTES DE PARTICIPACION LABORAL</b>	(27.545)	9.245	9.459	9.672	9.782	10.100	10.314	10.528	10.637	10.956	11.170	11.383
15% Participación de utilidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.708
<b>UTILIDAD/ PERDIDA ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	(27.545)	9.245	9.459	9.672	9.782	10.100	10.314	10.528	10.637	10.956	11.170	13.091
25% Impuesto a la Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.273
<b>PERDIDA/ UTILIDAD NETA</b>	(27.545)	9.245	9.459	9.672	9.782	10.100	10.314	10.528	10.637	10.956	11.170	16.364
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	(27.545)	9.245	9.459	9.672	9.782	10.100	10.314	10.528	10.637	10.956	11.170	16.364

### 5.3.9 Punto de Equilibrio

Según Dávalos Arcentales en su libro Enciclopedia Básica de administración contabilidad y auditoría (p.p 636) “Nivel de operaciones financieras o productivas de una entidad o empresa en el que no existen ni pérdidas ni ganancias, o sea el punto donde los ingresos igualan a los costos o egresos”

La deducción de la fórmula para el punto de equilibrio en unidades y en cifra de ventas (USD\$) se obtiene de la siguiente manera, sin antes conocer la terminología que se aplicara para el cálculo del punto de equilibrio:

Tabla 34

Terminología para el punto de equilibrio

TERMINOLOGIA PARA APLICAR LA TECNICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
CONCEPTO	NOMENGLATURA
Número de unidades producidas y vendidas	N
Precio de venta unitario \$	Pv
Margen de contribución	MC
Costo variable unitario \$	Cvu
Costo variable total	CVT
Costo fijo total	CFT
Ventas totales en \$ o en unidades	$V=Pv.n$

Fuente: Enciclopedia Básica de administración contabilidad y auditoría

Tabla 35

Datos punto de equilibrio

DATOS	AÑO 2013
VENTAS	31464
COSTO FIJO	41297,28
COSTO VARIABLE	38915,52
PRECIO DE VENTA PROMEDIO	6.00
COSTO DE VENTA UNITARIO	1.23
INGRESOS EN PUNTO DE EQUILIBRIO (PE \$)	?
UNIDADES DE PRODUCCION EN EQUILIBRIO (PE n)	?

Tabla 36

Formulas Punto de equilibrio

PE(n) =	$\frac{\text{CFT}}{\text{Pv}-\text{CVu}}$	=	$\frac{41297,28}{6,00-1,23}$	=	$\frac{41297,28}{4,77}$
PE(n) =	8657,71				

Fuente: Tomado de Enciclopedia Básica de administración contabilidad y auditoría

Es decir que la empresa deberá vender más de 8657.71, siendo este el punto de equilibrio

Tabla 37

Formula Punto de Equilibrio 2

	$\frac{\text{CFT}}{\text{CVu}}$	=	$\frac{41297,28}{1,23}$	=	$\frac{41297,28}{1-0,205}$
PE (Ventas \$) =	$\frac{41297,28}{0,795}$	=	$\frac{41297,28}{1-0,205}$	=	$\frac{41297,28}{1-0,205}$
	$\frac{1}{\text{Pv}}$		$\frac{1}{6,00}$		
PE (Ventas \$) =	51946,26				

Fuente: Tomado de Enciclopedia Básica de administración contabilidad y auditoría

Esto significa que los ingresos debe ser por lo menos de USD\$ 51946,26 para cubrir los costos en que incurre la empresa; con este valor no se obtiene ni ganancias ni pérdidas.

Para que el proyecto alcance su punto de equilibrio el restaurante CIELO debe ofrecer 8657,71 platos en un año, obteniendo como ingresos un total de USD\$ 51946,26 dólares para que se pueda cubrir todos los costos de operación y a partir de ese momento en adelante se empezará a obtener utilidades.

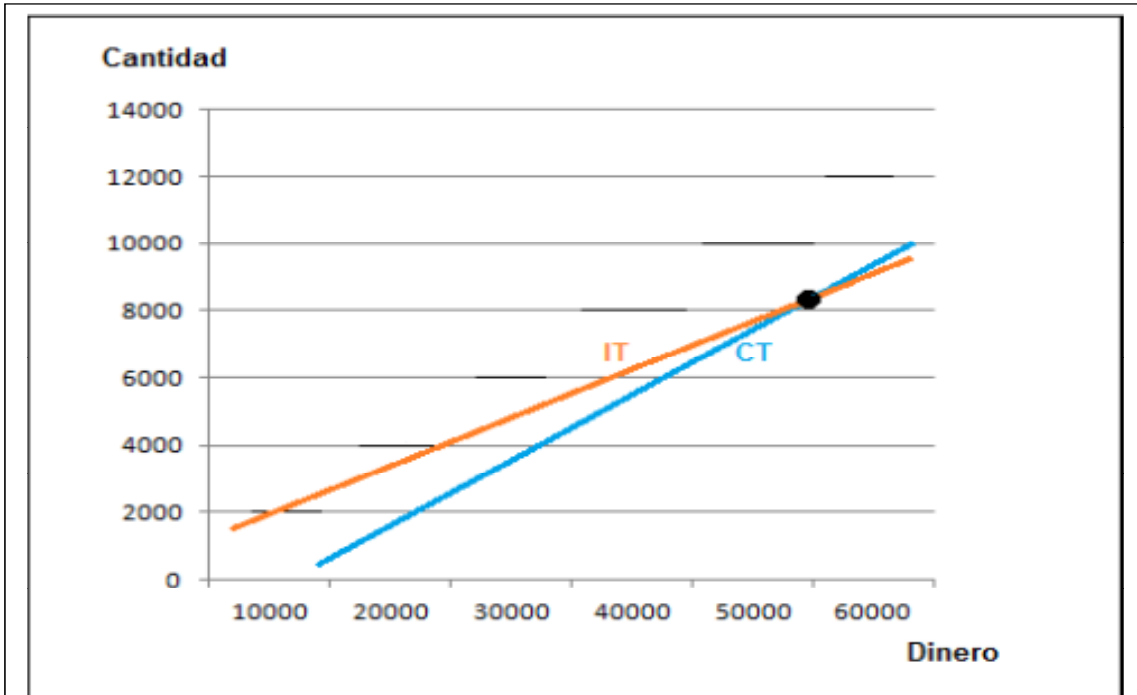


Gráfico 28. Gráfico Punto de Equilibrio



## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

- Se emitieron políticas relacionadas con los clientes internos y externos sobre: Control de asistencia y permanencia en el lugar de trabajo, Remuneraciones e incentivos al personal, Servicio a los usuarios y esmero en la atención, Marketing y cuidado de la imagen del restaurante; las mismas que, por disposición del gerente general, serán de cumplimiento obligatorio.
- Para el desarrollo de sus actividades el restaurante dispone de un organigrama estructural y funcional que permite definir los niveles jerárquicos y las funciones específicas de cada cargo.
- Las remuneraciones de los ejecutivos, directivos y personal del restaurante han sido establecidas bajo parámetros técnicos y legales a base de las funciones, competencias y responsabilidades asignadas a cada uno de ellos, y en concordancia con las disposiciones emitidas por los organismos del estado ecuatoriano, que regulan las actividades laborales.
- El restaurante contará con todos los elementos necesarios para su apropiado funcionamiento, el tamaño del local, la ubicación y decoración constituyen factores de importancia de su diseño e infraestructura, igualmente el cuidado y esmero en la selección del menaje, utensilios e insumos que serán utilizados.
- El horario de atención establecido es de martes a domingo, pero se considera que los días de mayor frecuencia o concurrencia son de jueves a domingo, con una rotación de trescientos sesenta puestos.
- Se han analizado los costos de materia prima y se prevé variaciones importantes de acuerdo a las características de los productos, calidad, tipo de proveedor y precios de mercado.

- En el presupuesto anual y plan operativo están previstos gastos operacionales, financieros y generales, estos últimos constituyen aquellos valores pagados con regularidad cada mes, por lo tanto son egresos fijos y rutinarios.
- La Reseña histórica del Distrito Metropolitano de Quito, así como del Barrio González Suárez, es muy interesante a eso se añade la topografía del sector y lo hermoso de sus paisajes que hace del lugar y su entorno un sitio maravilloso, acogedor, cargado de leyendas y tradiciones.
- La organización dispone del análisis FODA, esto significa que luego del estudio correspondiente, se han identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, situación que facilitará el conocimiento objetivo del entorno del negocio y la toma de decisiones oportunas por parte de los mandos altos y directivos.
- La legislación ecuatoriana, a través de las diferentes entidades gubernamentales como son: Ministerio de Salud Pública, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Ministerio de Turismo, Servicio de Rentas Internas e Instituto Ecuatoriano Propiedad Intelectual, establecen los requisitos y permisos que deberán cumplirse previo el inicio de las operaciones del negocio.
- A través de la implementación de sistemas contables automatizados, la administración del restaurante, contará con los mecanismos apropiados para el registro y control del movimiento económico.

## 6.2. Recomendaciones

1.- El Gerente General conjuntamente con los Subgerentes de Ventas y de Asesoría Legal cumplirán y harán cumplir las funciones descritas en el reglamento organizacional del restaurante, tanto en lo estructural como en lo funcional, anualmente dispondrán la actualización del mismo.

2.- El Gerente General dispondrá al Director Administrativo -Financiero, exija el cumplimiento de las políticas emitidas relacionadas con los clientes internos y externos sobre el control de asistencia, permanencia en el lugar de trabajo, remuneraciones, incentivos, servicio al usuario, esmero en la atención, marketing y cuidado de la imagen del restaurante.

3.- El Director Administrativo-Financiera, elaborará quincenalmente o cuando el caso lo requiera, los reportes dirigidos a la gerencia, de las novedades del personal en cuanto a la asistencia, salarios, atención al cliente con el propósito de cuidar y mantener la buena imagen del negocio

4.- El Gerente General dispondrá al Subgerente de Asesoría Legal y Director Administrativo - Financiero, que todo lo referente a temas salariales y de contratos de trabajo, se realicen cumpliendo las disposiciones emitidas por el Ministerio de Relaciones Laborales, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Servicio de Rentas Internas y otros organismos relacionados.

5.- El Gerente de Ventas en coordinación con el Director Administrativo – Financiero, se asegurarán de que el restaurante cuente con la infraestructura y logística necesarias para su apropiado funcionamiento, así como el cuidado y esmero demostrado en la selección de insumos y calidad del servicio brindado.

6.- El Subgerente de Ventas dispondrá al Director Administrativo – Financiero que conjuntamente con el Chef y el Jefe de Adquisiciones presenten un informe

del análisis y verificación realizado en relación a la rotación de puestos en los días de mayor concurrencia al restaurante.

7.- Sobre la base de los informes presentados, las personas antes señaladas, elaborarán un presupuesto semanal de gastos para compras de insumos y otros productos que constituyen materia prima, que será de calidad y buen precio; efectuarán la selección de los proveedores luego de un adecuado análisis de la mejor conveniencia para los intereses del restaurante.

8.- El Gerente General dispondrá al Director Administrativo – Financiero, presentar en forma mensual un reporte de los gastos generales con el fin de establecer si se producen variaciones significativas y adoptar las acciones correctivas oportunas.

9.- El Subgerente de Ventas será el encargado de promocionar al restaurante, para ello utilizará técnicas y estrategias aprovechará el entorno donde está ubicado el negocio y los demás elementos que permitan al cliente sentirse en un ambiente agradable, que ofrece buen servicio, excelente atención y precio.

10.- El Gerente General convocará mensualmente a los Subgerentes de Ventas y de Asesoría Legal, Director Administrativo - Financiero, Chef, y Jefe de Adquisiciones, a reuniones de trabajo con el fin de realizar evaluaciones de los aspectos más relevantes que han sido identificados en el FODA, lo cual le permitirá la adopción de correctivos y toma de decisiones en forma oportuna.

11.- El Gerente General y sus colaboradores cumplirán los requisitos y más exigencias previstas en la legislación ecuatoriana, para disponer de las condiciones legales y técnicas necesarias que permitan un apropiado funcionamiento del negocio.

12.- El Sub gerente Administrativo Financiero, dispondrá la implementación de un sistema contable automatizado, con el fin de que el movimiento económico

del restaurante se registre y controle adecuadamente, los reportes o estados financieros presentados periódicamente, servirán a la gerencia para la toma de decisiones.

## REFERENCIA

1. Albert Marquéz Martha, Derecho y valor: una filosofía jurídica fenomenológica, Ediciones Encuentro, Madrid, 2004.
2. Barfield Jesse, Raiborn Cecily, Kinney Michael, Contabilidad de Costos, Tradiciones e Innovaciones, Quinta Edición, Edamsa Impresiones, México, 2004.
3. Bethell Leslie, Historia de América Latina: América Latina Colonial, Europa y América En Los Siglos XVI, XVII, XVIII, 1.a Edición en Rústica, Editorial Critica, España, 2003.
4. Brock H.R, Palmer CH.E, Contabilidad Principios y Aplicaciones, Editorial Reverté, 4.a Edición, España, 1987.
5. Campo Seoane Miguel Ángel, Mi Visión de la Gestión Hotelera, Primera Edición, España, 2011.
6. Carvalho-Neto Paulo, Antología del folklore ecuatoriano, 2da edición, Quito, 1994.
7. Código del Trabajo 2005
8. Constitución de la República del Ecuador, en Registro Oficial No. 449 de lunes, 20 de octubre, 2008.
9. Cuevas Francisco José, Control de Costos y Gastos en los Restaurantes, Editorial Limusa, México, 2002.
10. De La Torre Tur Elena, Gestión Laboral, Derechos y Obligaciones de los Trabajadores y de los Empresarios, Ideas Propias Editorial, España, 2005.
11. Dimasuay Nazarea Virginia, Camacho Juana, Parra Natalia, Fueres Magdalena, Recetas Para La Vida: Consejos, Costumbres y Cocina De Los Fogones Andinos, Editorial Ebya Yala, Quito, 2004.
12. Greco Orlando, Modelo De Contratos, 2.a Edición, Ediciones Valleta, Florida, 2006.
13. Hansen R., Mowen Maryanne, Administración de Costos: Contabilidad y Control, 5.a Edición, Cengage Learning Editores, México, 2007.

14. Lambert Ortiz Elisabeth, Cocina Latinoamericana, Editorial EDAF, S.A, Madrid, 1998.
15. Manuera Alemán Jose Luis, Rodriguez Escudero Ana Isabel, Estrategias de Marketing: De La Teoría a La Practica, ESIC Editorial, 1.a Edición, Madrid, 2006.
16. Omeñaca Gacía Jesus, Contabilidad General, 11.a Edición Actualizada, Ediciones Deusto, España, 2008.
17. Ortega Figueiral Eduardo, Todo Contratación Laboral, Editorial CISS, 12.a Edición, España, 2008.
18. Schnaars Stevens, Estrategias de Marketing, Ediciones Díaz de Santos, Madrid, 1994.
19. Stoner James, Freeman Edward, Gilbert Daniel, Administración, Sexta Edición, Mexico, 1996.
20. Troth Wells, Una Ruta Diferente Por La Cocina Vegetariana: Recetas Fáciles y Rápidas, 2.a Edición, Editorial Intermón Oxfam, Barcelona, 2006.
21. Wheelen Tomas, Hunger J. David, Administración Estratégica y Política de Negocios, Décima Edición, México, 2007.

# Anexos



# Cotización Agroindustria



Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villarroel 1179 y 6 de Diciembre  
Telfs.: 2464275 - 2464276 - 2464277 - 2464278 Fax: 2464279 E-mail: agroindquito@agroindustrias.com.ec  
Principal: V.M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno agroindustriaswarsa@hotmail.com  
Telfs.: 042306256 - 042306257 - 042560287 Fax: 042565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec  
Sucursal: Av. Plaza Dañin y Miguel H. Alcivar A.P. N° 3218  
Telfs.: 042399612 - 042293553 Fax: 042293553 Guayaquil - Ecuador

N° 2049

Att: JUAN CARLOS VITERI

Cliente: VARIOS  
Dirección:  
Teléfono:

Fecha: 03/07/12  
TELEF.: 095801274

Ruc:

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR
1.00	34WHT93 ESPATULA PARA REMOVER CUERPO DE ACERO INOXIDABLE MANGO DE MADERA 9 1/2" X 2 7/8" MARCA: CRESTWARE	5.14	5.14
1.00	34WHHD45 ESPATULA RASPADORA CUADRADA CUERPO EN ACERO INOXIDABLE MANGO DE MADERA 4" X 5" MARCA: CRESTWARE	8.77	8.77
1.00	34PCB1520R TABLA DE PICAR DE POLIETILENO 15X20 ROJO MARCA: CRESTWARE	25.79	25.79
1.00	34PCB1824R TABLA DE PICAR DE POLIETILENO 18X24 ROJA MARCA: CRESTWARE	36.20	36.20
1.00	72KWT-210B MESA DE TRABAJO EN ACERO INOXIDABLE 210X80X80 CON CEJA PARA PARED MARCA: HARDMAN	730.53	730.53
		<b>TOTAL</b>	<b>0.00</b>

FORMA DE PAGO

Contado

FECHA DE ENTREGA

INMEDIATO

OFERTA VALIDA

15 DIAS

806.43

OBSERVACIONES

PRECIOS INCLUYEN I.V.A

ATENTAMENTE

ILEANA

AGROINDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANONIMA





Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villarroel 1179 y 6 de Diciembre  
Telfs.: 2464275 - 2464276 - 2464277 - 2464278 Fax: 2464279 E-mail: agroindquito@agroindustrias.com.ec  
Principal: V.M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno agroindustriaswarsa@hotmail.com  
Telfs.: 042306256 - 042306257 - 042560287 Fax: 042565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec  
Sucursal: Av. Plaza Dañín y Miguel H. Alcivar A.P. N° 3218  
Telfs.: 042399612 - 042293553 Fax: 042293553 Guayaquil - Ecuador

N° 2050

Att: JUAN CARLOS VITERI

Cliente: VARIOS

Dirección:

Teléfono:

Fecha: 03/07/12

TELEF.: 095801274

Ruc:

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR	
1.00	17BM20	BA TIDORA CON CAPACIDAD DE 20 LTS. EN EL TAZON, 3 VELOCIDADES, CON 3 ACCESORIOS (GLOBO, GANCHO Y PALETA) , MOTOR 1/2 HP 110 VOLTS. MARCA HAVESTER (TAIWAN)	1,956.86	1,956.86
1.00	01LQ4	LICUADORA DE 4 LTS. MOTOR 1/2 HP. 110V MARCA METVISA (BRASIL)	344.96	344.96
1.00	01LQ2	LICUADORA DE 2 LTS. MOTOR 1/3 HP. 110V MARCA METVISA (BRASIL)	383.85	383.85
1.00	72GF-172	FREIDORA DE PAPA 2 POZOS PARA MESA A GAS CON TAPA EN ACERO INOXIDABLE. CONTROL DE TEMPERATURA CAPACIDAD DE ACEITE DE 17 LITROS. MARCA: HARDMAN (CHINA)	988.41	988.41
1.00	72MHL-630	SALAMANDRA EN ACERO INOXIDABLE 220V/60HZ, CON TERMOSTATO, PARA 4 NIVELES PARA BADEJA DE 800X450X470. MARCA: HARDMAN (CHINA)	582.22	582.22
<b>TOTAL</b>				<b>0.00</b>

FORMA DE PAGO

FECHA DE ENTREGA

OFERTA VALIDA

4256.80

Contado

INMEDIATO

15 DIAS

OBSERVACIONES

PRECIOS INCLUYEN I.V.A

ATENTAMENTE

ILEANA

AGROINDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANONIMA





# AGROindustrias

Equipos industriales de cocina  
RUC 0990145547001

## PROFORMA

N° 2051

Att: JUAN CARLOS VITERI

Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villarreal 1179 y 6 de Diciembre  
 Telfs.: 2464275 - 2464276 - 2464277 - 2464278 Fax: 2464279 E-mail: agroindquito@agroindustrias.com.ec  
 Principal: V.M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno agroindustriaswarsa@hotmail.com  
 Telfs.: 042306256 - 042306257 - 042560287 Fax: 042565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec  
 Sucursal: Av. Plaza Dañín y Miguel H. Alcivar A.P. N° 3218  
 Telfs.: 042399612 - 042293553 Fax: 042293553 Guayaquil - Ecuador

Cliente: **VARIOS**  
 Dirección:  
 Teléfono:

Fecha: 03/07/12  
 TELEF.: 095801274  
 Ruc:

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR
1.00	08CH45 PLANCHA DE PARILLA A GAS 45 CM CUERPO DE ACERO INOX MARCA: TEDESCO (BRASIL)	497.28	497.28
1.00	72RB-8W COCINA DE 8 QUEMADORES 30X30 A GAS (W) CON PATAS CUERPO EN ACERO INOXIDABLE. MARCA HARDMAN	1,473.46	1,473.46
1.00	02F8CZD-10LLA COCINA DE 8 QUEMADORES DOBLES DE 40X40 CMS. ISLA. CON PLANCHA Y CON 2 HORNOS. A GAS. CON PATAS. MARCA CROYDON (BRASIL)	4,018.90	4,018.90
1.00	07P330A REBANADORA DE EMBUTIDOS, DISCO DE 33 CM. DE DIAMETRO, EN ACERO INOX., CUERPO EN ALUMINIO ANODIZADO, REGULADOR DE CORTE DE 1 A 15 MM. INCLUYE PIEDRAS AFILADORAS, MOTOR DE 1/3 HP 110V	1,778.58	1,778.58
		<b>TOTAL</b>	<b>7,768.22</b>

FORMA DE PAGO	FECHA DE ENTREGA	OFERTA VALIDA
<b>Contado</b>	<b>INMEDIATO</b>	<b>15 DIAS</b>

OBSERVACIONES	ATENTAMENTE
PRECIOS INCLUYEN I.V.A	<b>ILEANA</b>
	AGROINDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANONIMA





# AGROindustrias

Equipos industriales de cocina  
RUC 0990145547001

## PROFORMA

Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villarroel 1179 y 6 de Diciembre  
 Telfs.: 2464275 - 2464276 - 2464277 - 2464278 Fax: 2464279 E-mail: agroindquito@agroindustrias.com.ec  
 Principal: V.M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno agroindustriaswarsa@hotmail.com  
 Telfs.: 042306256 - 042306257 - 042560287 Fax: 042565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec  
 Sucursal: Av. Plaza Dañin y Miguel H. Alcivar A.P. N° 3218  
 Telfs.: 042399612 - 042293553 Fax: 042293553 Guayaquil - Ecuador

N° 2104

Att: JUAN CARLOS VITERI

Cliente: **VARIOS**  
 Dirección:  
 Teléfono:

Fecha: 13/07/12  
 TELEF.: 095801274  
 Ruc:

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR
1.00	53EXPRESS3G MAQUINA DE CREMA DE CAFE 3 GRUPOS, MODELO ESPRESS, CON SURTIDOR INDEPENDIENTE DE AGUA CALIENTE, PICO DE VAPOR, ENTRADA DE AGUA AUTOMATICA, EQUIPO INCORPORADO MONOFASICO DE 1/4HP	4,750.20	4,750.20
1.00	72H670FB-C CONGELADOR VERTICAL AIRE FORZADO 1 PUERTA MEDIAS CON CIERRE AUTOMATICO DE PUERTAS 220V-60HZ CAPACIDAD 670LTS. MARCA: HARDMAN	3,128.07	3,128.07
1.00	72H1460FB-C CONGELADOR VERTICAL AIRE FORZADO 2 PUERTAS COMPLETAS CON CIERRE AUTOMATICO DE PUERTAS 220V-60HZ CAPACIDAD 1460L MARCA: HARDMAN	4,603.74	4,603.74
		<b>TOTAL</b>	<b>12,482.01</b>

FORMA DE PAGO	FECHA DE ENTREGA	OFERTA VALIDA
<b>Contado</b>	<b>INMEDIATO</b>	<b>15 DIAS</b>

OBSERVACIONES	ATENTAMENTE
PRECIOS INCLUYEN I.V.A	<b>ILEANA</b>
	AGROINDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANONIMA



# Cotización Termalimex

# TERMALIMEX CIA. LTDA.

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

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0009916

Cliente : JUAN CARLOS VITERI

Quito, 05 de Julio del 2012

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : 095801274

Cod. Vendedor : MA

Pag. 1 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Cacerola UPDATE U-ASP-2 fabricada de aluminio de 2-3/4 Qt. de capacidad.	15.28	0.00	15.28
2	1	Cacerola UPDATE U-ASP-1 fabricada en aluminio de 1.5 Qt de capacidad.	12.05	0.00	12.05
3	1	Cacerola UPDATE U-ASP-4 fabricada de aluminio de 4-1/2 Qt. de capacidad.	19.66	0.00	19.66
4	1	Cacerola UPDATE U-ASP-5 fabricada en aluminio de 5-1/2Qt de capacidad.	22.53	0.00	22.53
5	1	Cacerola UPDATE U-ASP-7 fabricada en aluminio de 7 Qt de capacidad.	26.17	0.00	26.17
6	1	Cacerola UPDATE U-ASP-7 fabricada en aluminio de 7 Qt de capacidad.	26.17	0.00	26.17
7	1	Cacerola UPDATE U-ASP-10 fabricada en aluminio de 10 Qt. de capacidad.	32.91	0.00	32.91
8	1	Sartén VOLLRATH 67108 fabricado de aluminio en acabado natural de 20.32 cmde diámetro.	18.57	0.00	18.57
9	1	Sartén VOLLRATH 67110 fabricado de aluminio en acabado natural de 25.4 cm de diámetro.	25.56	0.00	25.56
10	1	Sartén VOLLRATH 67112 fabricado de aluminio en acabado natural de 30.5 cmde diámetro.	43.21	0.00	43.21
11	1	Sartén VOLLRATH 67914 fabricado de aluminio en acabado natural de 35.56 cmde diámetro, mango aislado.	66.39	0.00	66.39
12	1	Sartén VOLLRATH 67812 fabricado de aluminio con recubimiento antiadherente de 30.5 cm de diámetro, mango aislado.	49.65	0.00	49.65
13	1	Sartén VOLLRATH 67007 fabricado de aluminio con recubimiento antiadherente de 17.8 cm de diámetro.	21.31	0.00	21.31
14	1	Tazón UPDATE U-MB-150 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 1.5 Qt.	1.90	0.00	1.90
15	1	Tazón UPDATE U-MB-300 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3 Qt.	3.13	0.00	3.13
16	1	Tazón UPDATE U-MB-800 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 8 Qt.	6.51	0.00	6.51
17	1	Tazón UPDATE U-MB-400 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 4 Qt.	3.81	0.00	3.81
18	1	Tazón UPDATE U-MB-500 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 5 Qt.	4.57	0.00	4.57
19	1	Esterilla antiadherente MATFER 321000. Dimensiones 40 x 30 cm.	19.98	0.00	19.98
20	1	Bandeja para hornear VOLLRATH/LINCOLN 68370 fabricada de aluminio (calibre 18) de 65 x 45 x 2.5 cms.	19.20	0.00	19.20
21	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-10 fabricado de acero inoxidable de 1 onza de capacidad.	1.38	0.00	1.38
22	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-20 fabricado de acero inoxidable de 2 onzas de capacidad.	1.83	0.00	1.83
23	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-40 fabricado de acero inoxidable de 4 onzas de capacidad.	2.72	0.00	2.72

# TERMALIMEX CIA. LTDA.

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

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0009916

Cliente : JUAN CARLOS VITERI

Quito, 05 de Julio del 2012

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : 095801274

Cod. Vendedor : MA

Pag. 2 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
24	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-60 fabricado de acero inoxidable de 6 onza de capacidad.	3.16	0.00	3.16
25	1	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-80 fabricado de acero inoxidable de 8 onzas de capacidad.	3.67	0.00	3.67
26	1	Espumadera SUNNEX 46316SM fabricada en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, diámetro 16 cms.	11.62	0.00	11.62
27	1	Espumadera SUNNEX 46310SM fabricada en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, diámetro 10 cms.	5.01	0.00	5.01
28	1	Batidor frances UPDATE U-FW-10 fabricado en acero inoxidable de 25 cm. longitud.	3.36	0.00	3.36
29	1	Batidor piano UPDATE PW-12, fabricado en acero inoxidable, longitud 30.5 cm.	3.36	0.00	3.36
30	1	Batidor piano UPDATE PW-14, fabricado en acero inoxidable, longitud 35.6 cm.	3.65	0.00	3.65
31	1	Batidor piano UPDATE PW-16, fabricado en acero inoxidable, longitud 40.6 cm.	3.96	0.00	3.96
32	1	Batidor piano UPDATE PW-18, fabricado en acero inoxidable. longitud 45.7 cm.	4.33	0.00	4.33
33	1	Ablandador manual de carne JACCARD 200345NS, Cuchillas y Columnas de Acero Inoxidable	39.69	0.00	39.69
34	1	Ablandador de carne manual UPDATE U-MT-AL, cabeza fabricada en acero inoxidable pulido con mango de madera.	12.66	0.00	12.66
35	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-16HR, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 16".	6.59	0.00	6.59
36	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-14HR, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 14".	6.22	0.00	6.22
37	1	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-10HR, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 10".	3.36	0.00	3.36
38	1	Pelador de patatas metálico VICTORINOX 7.6070 de fabricación suiza.	2.97	0.00	2.97
39	1	Puntilla curva VICTORINOX 5.3103 de fabricación suiza, hoja de 6 cms.	4.30	0.00	4.30
40	1	Puntilla TRAMONTINA 24625/084 4" (10.1 cms.), mango plástico.	2.21	0.00	2.21
41	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/080 10" (25.4 cms.), mango plástico.	11.16	0.00	11.16
42	1	Cuchillo deshuesador rígido TRAMONTINA 24605/087, 7" (17.7 cms.), mango plástico.	6.92	0.00	6.92
43	1	Cuchillo fileteador de TRAMONTINA 24622/088 8" (20.5) mango plástico.	6.72	0.00	6.72
44	1	Chaira TRAMONTINA 24642/082 de 12" (30.48 cms.)	12.38	0.00	12.38
45	1	Bandeja HALCO 88166 fabricada de acero inoxidable, calibre 24 1/6 GN de 17.5 x 16.2 x 15 cms.	13.76	0.00	13.76
46	1	Bandeja HALCO 88162 fabricada de acero inoxidable, calibre 24 1/6 GN de 17.5 x 16.2 x 6.4 cms.	7.05	0.00	7.05



# TERMALIMEX CIA. LTDA.

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

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0009916

Cliente : JUAN CARLOS VITERI

Quito, 05 de Julio del 2012

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : 095801274

Cod. Vendedor : MA

Pag. 3 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
47	1	Balanza digital YAMATO PPC-300-10, capacidad 0 a 10 lbs. x 0.005 lb., plataforma de acero inoxidable de 23 x 19.4 cms. Incluye adaptador.	482.76	0.00	482.76
48	1	Bolillo de aluminio UPDATE U-RPA-3518, longitud total 45.7 cm.	42.24	0.00	42.24
49	1	Jarra UPDATE U-WP-60PC fabricada en policarbonato provista de 3 picos de 60 oz de capacidad.	7.37	0.00	7.37
50	1	Tenedor cocktail U-RE-107 UPDATE fabricado en acero inoxidable.	1.34	0.00	1.34
51	1	Tenedor ensalada UPDATE U-RE-106 fabricado en acero inoxidable.	1.61	0.00	1.61
52	1	Tenedor de mesa tipo europeo UPDATE U-RE-111 fabricado en acero inoxidable.	2.43	0.00	2.43
53	1	Cuchillo de mesa UPDATE U-RE-108 fabricado en acero inoxidable.	1.95	0.00	1.95
54	1	Cuchillo de mesa tipo europeo UPDATE U-RE-112 fabricado en acero inoxidable.	2.41	0.00	2.41
55	1	Cuchara de sopa UPDATE U-RE-110 fabricada en acero inoxidable.	2.43	0.00	2.43
56	1	Cuchara té UPDATE U-RE-101 fabricada en acero inoxidable.	1.32	0.00	1.32
57	1	Cucharita café expreso UPDATE U-RE-100 fabricada en acero inoxidable.	1.12	0.00	1.12
58	1	Bowl multiuso BORMIOLI 4.05883 de 17 cms. de diámetro, color blanco.	2.11	0.00	2.11
59	1	Plato tendido BORMIOLI 4.05809 de 26 cms. de diámetro, color blanco.	3.03	0.00	3.03
60	1	Plato para postre BORMIOLI 4.05812 de 19.5 cms. de diámetro, color blanco.	1.99	0.00	1.99
61	1	Plato ovalado BORMIOLI 4.05855 de 30 cms., color blanco.	3.53	0.00	3.53
62	1	Taza BORMIOLI 4.05832, color blanco de 7 1/2 onz de capacidad y 8.5 cm de diámetro.	1.64	0.00	1.64
63	1	Plato BORMIOLI 4.05841 de 15.5 cms. de diámetro, color blanco.	1.64	0.00	1.64
64	1	Taza BORMIOLI 4.05824, color blanco de 2 3/4 onz de capacidad.	1.07	0.00	1.07
65	1	Plato para taza BORMIOLI 4.05840 de 11.0 cms. de diámetro, color blanco.	0.94	0.00	0.94
66	1	Copa Globet marca BORMIOLLI 1.36140 de 11.75oz. de capacidad.	3.63	0.00	3.63
67	1	Copa agua marca BORMIOLLI 1.36130 de 9.5 oz. de capacidad.	2.75	0.00	2.75
68	1	Copa para vino marca BORMIOLI 5.15540, fabricada en vidrio templado de 7.5 Onz, 21.8 cl de capacidad.	2.41	0.00	2.41
69	1	Copa cervecera BORMIOLI 1.6270, de 13 onz de capcidad, 38.5Cl	2.96	0.00	2.96
70	1	Vaso BORMIOLI 4.11910, de 10 1/2 onzas de capacidad	1.41	0.00	1.41

# TERMALIMEX CIA. LTDA.

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

**R.U.C.: 1790162524001**  
**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES**  
**RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004**

**PROFORMA: 0009916**

**Cliente :** JUAN CARLOS VITERI

Quito, 05 de Julio del 2012

**Contacto :**

**Dirección :** QUITO

**Ciudad :** QUITO

**Email :**

**R.U.C. :** 9999999999

**TELEFONO :** 095801274

**Cod. Vendedor :** MA

Pag. 4 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
71	1	Broiler tipo counter ANVIL CBL9048, operación a gas a 112.000 BTU, sistema con radiantes, parillas de hierro fundido. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 122.0 x 41.0 x 69.0 cms. de alto.	1,178.47	0.00	1,178.47
			<b>SUBTOTAL:</b>		2,377.16
			<b>DSCTO. :</b>		0.00
			<b>SUBTOTAL :</b>		2,377.16
			<b>TRANSPORTE:</b>		0.00
			<b>I.V.A. 12 %:</b>		285.26
			<b>TOTAL :</b>		<b>2,662.42</b>

CONDICIONES DE COMPRA Y VENTA:

FORMA DE PAGO: 8% DE DESCUENTO PAGO EFECTIVO.

TARJETA HASTA TRES MESES SIN INTERESES

PLAZO DE ENTREGA: PRODUCTOS EN STOCK, ENTREGA INMEDIATA.

LUGAR DE ENTREGA: BODEGAS DE TERMALIMEX QUITO.

VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE.

GARANTIA: EN EL LUGAR DE COMPRA TERMALIMEX.

NOTA. NO INCLUYE COSTO DE INSTALCION MATERIALES Y MANO DE OBRA.

María Augusta Amores  
Dpto. Comercial Termalimex  
Telf:2275912 ext:116

Cotización Axxel Corp.



**PROFORMA**

CLIENTE:  
DIRECCION:  
TELEFONO:  
MAIL:

**JUAN CARLOS VITERI**  
PONCEANO ALTO  
95801274

VENDEDORA: ALISON GARCIA  
CELULAR: 098697019  
FECHA: 12 JULIO 2012  
TELEFONO: 2263205 EXT 104

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.TOTAL
1	CORE I5 -2,9 GHZ	
CARACTERISITICAS:	INTEL PROCESADOR CORE I5 3.2 GHZ <b>MOTHERBOARD INTEL</b> MEMORIA: 8 GB DE RAM DDR3 DISCO: 1000 GB SATA CARACTERISTICA: LECTOR DE MEMORIA LG DVD RW TECLADO ILUMINADO SAMSUNG / LG MONITOR 18,5" LCD PARLANTES DE 3 PIEZAS UPS LICENCIA WINDOWS 7 ORIGINAL ANTIVIRUS DE POR VIDA	  <b>\$935.00</b>
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.TOTAL
1	CORE I3 2100	
CARACTERISITICAS:	INTEL PROCESADOR <b>MOTHERBOARD INTEL</b> MEMORIA: 8 GB DE RAM DDR3 DISCO: 1000 GB SATA CARACTERISTICA: LECTOR DE MEMORIA LG DVD RW REGULADOR DE VOLTAJE LICENCIA WINDOWS 7 ORIGINAL ANTIVIRUS DE POR VIDA MESA DE MADERA IMPORTADA	<b>\$ 769.00</b>
<b>TOTAL POR 3 MAQUINAS:</b>		<b>\$ 2307.00</b>

**NOTA:** SE HARA EL CAMBIO DE 4 IMPRESORAS SENCILLAS POR 2 IMPRESORA DE SISTEMA DE TINTAS TAMBIEN SE ENTREGRA MESA PARA CADA MAQUINA, CON SILLA , CAMARA WEB, AUDIFONOS.



**PROFORMA**

CLIENTE:  
DIRECCION:  
TELEFONO:  
MAIL:

**JUAN CARLOS VITERI**  
PONCEANO ALTO  
95801274

VENDEDORA: ALISON GARCIA  
CELULAR: 098697019  
FECHA: 12 JULIO 2012  
TELEFONO: 2263205 EXT 104

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.TOTAL
<b>IMPRESORA DE PUNTO DE VENTA</b>		
1	IMPRESORA EPSON TX-220 PARALELA NEGRA A PUNTO DE VENTA 	\$222.72

**TOTAL POR 2 PIEZAS:**

**\$445.45**



TAMBIEN SE ENTREGRA MESA PARA CADA MAQUINA, CON SILLA , CAMARA WEB, AUDIFONOS.

# Cotización Chef City



CONFECCIONAMOS UNIFORMES PARA INSTITUCIONES  
HOTELERAS Y GASTRONOMICAS  
CENTRO COMERCIAL UNICORNIO- LOCAL 309  
Almacén: 593 2464-567  
Fabrica: 593 2401-144  
www.mychefcity.com  
chefcity@gmail.com  
chefcity2000@yahoo.com

### COTIZACIÓN

FECHA: 03 de Junio 2012  
DE: Chef City Clothing  
PARA: Juan Carlos Viteri Palacios  
ATENCIÓN: Juan Carlos Viteri Palacios  
FAX: '095801274  
e-mail

CANT.	ARTICULO	UNIDAD	TOTAL
1	Chaqueta clasica ejecutiva hasta talla 42	29,00	29,00
1	Pantalon calentador ng. Hasta talla 42	17,50	17,50
1	Gorras hongo bl.	5,00	5,00
1	Delantal ng. T M o S	5,50	5,50
1	Camisa o blusa cuello militar blanca hasta talla 42	16,50	16,50
1	Delantal 100*85 ng o color	9,00	9,00
1	Malla americana	1,50	1,50
			0,00
		<b>TOTAL</b>	<b>84,00</b>

### Condiciones Comerciales

Validez: 30 DIAS CALENDARIO  
IVA: TARIFA 0 (CERO) Empresa Artesanal  
Entrega: A convenir  
Pago: 50% entrada 50% contra entrega  
DEPOSITOS: Bco. Pichincha Cta. Cte. # 3367319804 Gladys Iza  
confirmar depositos o transferencias a chefcity2000@yahoo.com

  
Martha Chanatasig  
Almacen Quito  
02 2464-567  
chef city clothing  
Telf: 02-2401144

# Cotización Ediecuatorial





OFERTA No: 24442

Fecha:	Quito	
Cliente:	Daniel Palacios	
Atención:	Daniel Palacios	
Teléfonos:	2 592 933	FAX:
Dirección:	Av. Occidental Y Melchor De Valdez	

Referencia: **Flyers**

Nos permitimos presentar nuestra oferta de acuerdo al siguiente detalle:

TAMAÑO:	Cerrado	x	cm.	Abierto	x	cm.	Final	10,0 x 14,0 cm.	
Características :							<b>Ejemplares</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Hoja en : Papel Couche Mate 200g Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso							200	0.2502	50.04
Encuadernación: Refile									

**Condiciones de la Oferta:**

- \* Validez de la Oferta: 30 días.
- \* Los precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- \* Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- \* Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- \* Condición de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- \* Plazo de Entrega: **A convenirse**
- \* Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.

\*Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las características descritas.

Cordialmente,

Mario Valverde R.  
Asesor Comercial  
Cel: 099 010 630  
c.c. Carmen de Garzón

Nombre de quien aprueba: \_\_\_\_\_

Firma de quien aprueba: \_\_\_\_\_

Fecha de aprobación: \_\_\_\_\_



OFERTA No: 24443

Fecha:	Quito	6 de Julio de 2012
Cliente:	Daniel Palacios	
Atención:	Daniel Palacios	
Teléfonos:	2 592 933	FAX:
Dirección:	Av. Occidental Y Melchor De Valdez	

Referencia: **Tarjetas De Presentación**

Nos permitimos presentar nuestra oferta de acuerdo al siguiente detalle:

TAMAÑO:	Cerrado	x	cm.	Abierto	x	cm.	Final	5,0 x 8,0 cm.
Características :				Ejemplares	P. Unitario	P. Total		
Tarjeta en : Papel Couche Mate 300g				150	0.3639	54.59		
Impreso 4x4 color(es) anverso y reverso+Plastificado Mate								
Anverso y Reverso								
Encuadernación: Refile								

**Condiciones de la Oferta:**

- \* Validez de la Oferta: 30 días.
- \* Los precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- \* Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- \* Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- \* Condición de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- \* Plazo de Entrega: **A convenirse**
- \* Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.

\*Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las características descritas.

Cordialmente,

Mario Valverde R.  
Asesor Comercial  
Cel: 099 010 630  
c.c. Carmen de Garzón

Nombre de quien aprueba: \_\_\_\_\_

Firma de quien aprueba: \_\_\_\_\_

Fecha de aprobación: \_\_\_\_\_

OFERTA No: **24444**

Fecha:	Quito	6 de Julio de 2012
Cliente:	Daniel Palacios	
Atención:	Daniel Palacios	
Teléfonos:	2 592 933	FAX:
Dirección:	Av. Occidental Y Melchor De Valdez	

Referencia: **Menú**

Nos permitimos presentar nuestra oferta de acuerdo al siguiente detalle:

TAMAÑO:	Cerrado	14,0 x 22,0 cm.	Abierto	28,0 x 22,0 cm.	Final	x	cm.
Características :				<b>Ejemplares</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>	
Libro en Pasta Dura 12 pags Incluye:				40	9.9040	396.16	
Portada en : Papel Couche Mate 150g							
Impreso 4 color(es) anverso sin impresión reverso +Plastificado Mate Anverso							
Interiores en : Papel Couche Mate 250g Impreso 4x4 color (es) anverso y reverso							
+ Guardas en Cartulina Oxford(duplex) negra 216g sin impresión							
Encuadernación: Pasta Dura							
Adicionales: CINTA PARA INTERIOR AMARRAR LAS PÁGINAS INTERIORES.							

**Condiciones de la Oferta:**

- \* Validez de la Oferta: 30 días.
- \* Los precios no incluyen el Impuesto al Valor Agregado IVA.
- \* Se facturará con el precio unitario aprobado hasta un 5% en exceso o defecto de la cantidad solicitada.
- \* Esta oferta de servicios no incluye Diseño Gráfico, siendo esta responsabilidad exclusiva de "EL CLIENTE".
- \* Condición de pago: **50% Anticipado y 50% contra entrega del trabajo terminado**
- \* Plazo de Entrega: **A convenirse**
- \* Es responsabilidad de "EL CLIENTE", el uso de marcas registradas, textos, imágenes, propiedad intelectual y derechos de autor.

\*Las partes renuncian fuero y domicilio y se someten a los jueces de la ciudad de Quito y al trámite verbal sumario. Al suscribir el presente documento, "EL CLIENTE" aprueba la oferta de EDIECUATORIAL C.A. conforme las características descritas.

Cordialmente,

Mario Valverde R.  
Asesor Comercial  
Cel: 099 010 630  
c.c. Carmen de Garzón

Nombre de quien aprueba: \_\_\_\_\_

Firma de quien aprueba: \_\_\_\_\_

Fecha de aprobación: \_\_\_\_\_

# Cotización Print Service



PROFORMA

Dirección: Av Diego de Vásquez N64-95 y Sarí Carlos (frente a la parada de la Delicia)  
Teléfono: 2592284

N

Razón Social: ..... RUC: .....  
Cliente: ..... Teléfono: .....  
Dirección: ..... Celular: .....  
Fecha: ..... Forma de Pago: .....  
Ciudad: .....

DESCRIPCIÓN		
S	letvas de 50 x 36 S/L	\$/60 \$/300
S	letvas de 50 x 36 C/L	\$/130 \$/780

# Cotización Evigisa

**\* PROFORMA: 00000415\***

!F.de Emisión : 2012.07.12	Fecha de Vencimiento: 2012.07.12
!Razón Social : JUAN CARLOS VITERI	Código Cliente: E2197
! A Nombre de : JUAN CARLOS VITERI	RUC :1717702201
! Dirección : PONCIANO ALTO	FORMA:CONTADO PLAZO: 0
! Vendedor : MACARENA LARREA	Código Vendedor: V0001
! Bodega :	Ped/Guia: 00000415

!CODIGO	!CANTIDAD	!NOMBRE DEL ARTICULO	!PRECIO NORMAL	!% DESC	!PREC. CON DESC	!TOTAL REGION !
SP4000	1.00	UNID CENTRAL SPECTRA 4 X 2 HASTA 32	149.0000	0.00	149.0000	149.00 *
CMCENTRAL	1.00	KIT CMCENTRAL CAJA METALICA CENTRAL	0.0000	0.00	0.0000	0.00 *
K10H	1.00	PIEZ K10H TECLADO PARADOX LED 10 ZON	0.0000	0.00	0.0000	0.00 *
GP4-12	1.00	UNID GP4-12 BATERIA 12VDC 4 AMPH	0.0000	0.00	0.0000	0.00 *
01640	1.00	UNID TRANSFORMADOR 16.5Vac 40VA	0.0000	0.00	0.0000	0.00 *
ESP15	1.00	P ESP15 SIRENA EXTERNA CORNETA 15	0.0000	0.00	0.0000	0.00 *
PRO	1.00	UNID INFRARROJO INTERIOR 110 PARADO	0.0000	0.00	0.0000	0.00 *
MC-21S-B	1.00	UNID MC-21S-B MAGNETICO ADHESIVO MIN	0.0000	0.00	0.0000	0.00 *
PRO	6.00	UNID INFRARROJO INTERIOR 110 PARADO	18.9000	0.00	18.9000	113.40 *
MC-21S-B	8.00	UNID MC-21S-B MAGNETICO ADHESIVO MIN	2.3500	0.00	2.3500	18.80 *
RX1	1.00	UNID RECEPTOR MAGELLAN 433MHZ	49.7800	0.00	49.7800	49.78 *
REM1	1.00	P TRANSM.INALAMBRICO PARADOX MAGE	32.6600	0.00	32.6600	32.66 *
CM15	1.00	UNID CAJA METALICA SIRENA DE 15	13.8400	0.00	13.8400	13.84 *
SS-072	1.00	P TAMPER SECC LARM	2.5600	0.00	2.5600	2.56 *
INST	17.00	UNID INSTALACION EQUIPOS	8.0000	0.00	8.0000	136.00 *

Subtotal ->: 516.04:

Observaciones:

Descuentos	=	0.00
Base Impo. IVA 0%	=	0.00
Base impo. IVA 12%	=	516.04
Valor por IVA	=	61.93

**TOTAL A CANCELAR : 577.97**

Son : QUINIENTOS SETENTA Y SIETE 97/100 USD\*

NOTA: Los valores marcados con asterisco están gravados con el IVA

ENTREGUE CONFORME  
CRISTIAN RON

# Declaración del Impuesto de Patente





Dirección  
Metropolitana  
Tributaria

Administración  
General

# DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

Quito, [ ] de [ ] de 20 [ ]

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre de 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero de 2012, que regula el sentido de aplicación del cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:

Cédula de Identidad

Nombre Comercial

Número de RUC

Dirección Principal

Número de  
Predio

Teléfono

Actividad Económica Principal

Fecha de inicio de actividad

Si

No

Fecha de apertura

¿Posee establecimiento, local u oficina en la cual realiza su actividad económica?

Fecha de Nacimiento

Porcentaje de Discapacidad

No. Carnet

## ARTESANOS CALIFICADOS

Acuerdo Ministerial No.:

Fecha de Resolución:

J.N.D Artesano No.:

Fecha de Calificación:

## SUCURSALES (en el caso de poseer)

Dirección 1:

Actividad Económica:

Dirección 2:

Actividad Económica:

Dirección 3:

Actividad Económica:

Contribuyente

Nombre:

Cédula:

Firma:

Funcionario Receptor de la Declaración

Nombre:

Cédula:

Firma:

Fecha de Inscripción

././.

NÚMERO DE REGISTRO DE  
COMERCIANTE

\_\_\_\_\_

**Solicitud de Licencia  
Metropolitana de Funcionamiento**



## MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Nombre o Razón Social: \_\_\_\_\_ No. RUC: \_\_\_\_\_  
Denominación o Nombre Comercial \_\_\_\_\_ No. De Patente actual: \_\_\_\_\_  
No. Licencia Metropolitana de Funcionamiento (renovación) \_\_\_\_\_ No. Predio: \_\_\_\_\_

### PERSONA NATURAL

Nombre completo: \_\_\_\_\_  
No. C.I.: \_\_\_\_\_  
**PARA ARTESANOS**  
Acuerdo Ministerial No.: \_\_\_\_\_  
Calificación Artesanal No.: \_\_\_\_\_  
Fecha de Resolución: \_\_\_\_\_  
(Dd/mm/aa)

### PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD

Nombre completo del Representante Legal: \_\_\_\_\_  
No. C.I. Representante Legal: \_\_\_\_\_  
No. Resolución: \_\_\_\_\_  
Fecha de Resolución: \_\_\_\_\_  
(Dd/mm/aa)  
Capital Suscrito

### DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Actividad Económica: \_\_\_\_\_

Marque con una X en el material que utiliza:

- |                                                                                                       | Pequeña | Mediana | Grande |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|--------|
| <input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares                                               |         |         |        |
| <input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables                                                 |         |         |        |
| <input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado              |         |         |        |
| <input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado |         |         |        |
| <input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:     |         |         |        |
- Dimensiones del local (m2): \_\_\_\_\_

### DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Calle Principal: \_\_\_\_\_ Calle Secundaria: \_\_\_\_\_ Letra - Número: \_\_\_\_\_  
Edificio: \_\_\_\_\_ Piso: \_\_\_\_\_ Oficina / Departamento No.: \_\_\_\_\_  
Parroquia: \_\_\_\_\_ Sector o Referencia para ubicación: \_\_\_\_\_  
Teléfono 1: \_\_\_\_\_ Teléfono 2: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

### INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información: Local propio  Local arrendado

Leyenda \_\_\_\_\_ Largo \_\_\_\_\_ Ancho \_\_\_\_\_ Altura sobre el nivel de la acera \_\_\_\_\_ Tipo de Material \_\_\_\_\_

UBICACIÓN DEL RÓTULO		
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral

TIPO RÓTULO						
Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)

### CROQUIS DE UBICACIÓN

N

O

E

S

Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:

Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.

FIRMA: \_\_\_\_\_ FUNCIONARIO RESPONSABLE: \_\_\_\_\_  
NOMBRE: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_  
C.I.: \_\_\_\_\_ No. TRÁMITE: \_\_\_\_\_

## INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Por favor completar a máquina, o con letra imprenta cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

### INFORMACIÓN GENERAL

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso de emisión o renovación de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento: Patentes, Inspecciones de Bomberos, Inspecciones de Publicidad exterior (cuando el establecimiento mantenga publicidad).

**Nombre o Razón Social:** Nombre del establecimiento o persona natural, o la razón social tal como consta en el RUC.

**Denominación o Nombre Comercial:** Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro.

**Número de RUC:** El número de registro de contribuyente y para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el código del establecimiento.

**Emisión o Renovación de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento:** Para aquellos establecimientos que se acojan por primera vez al esquema de "Licencia Metropolitana de Funcionamiento" escribir emisión, independientemente de que ya tengan una patente municipal u otros permisos previos. En el caso de aquellos establecimientos que ya realizaron este proceso y ya tienen asignado un número de "Licencia Metropolitana de Funcionamiento", favor escribir **renovación**.

**Número de patente actual:** En caso de que el establecimiento para el que se solicita la Licencia Metropolitana de Funcionamiento ya cuente con un Registro de Patente, favor completar este campo.

**Número de predio:** Estos campos deben ser completados con información del predio en el cual se ubica el establecimiento, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado. Esta información permitirá ubicar el local para el cual se está solicitando la Licencia Metropolitana de Funcionamiento.

### TIPO DE CONTRIBUYENTE

En esta sección se diferenciará a las personas naturales, artesanos y jurídicas u obligadas a llevar contabilidad.

#### Personas naturales:

**Nombre completo:** Este campo deberá ser completado por las personas naturales, indicando los nombres y apellidos completos del propietario del negocio.

**Número de Cédula de Identidad o ciudadanía:** colocar el número de cédula del propietario del negocio.

#### Los artesanos calificados deberán completar la información:

**Acuerdo Ministerial No:** Colocar el número de acuerdo ministerial que consta en su calificación de artesano.

**Calificación Artesanal No:** Colocar el número del carné de la Calificación Artesanal.

**Fecha de Resolución:** Indicar el día, mes y año que recibió su resolución de la Junta Nacional de Artesanos.

#### Las personas jurídica u obligada a llevar contabilidad:

**Nombre completo del Representante Legal:** Indicar los nombres y apellidos completos del representante Legal.

**Número de Cédula de Identidad o ciudadanía del Representante Legal:** colocar el número de cédula del representante Legal.

**Número de Resolución:** Colocar el número de resolución de la Superintendencia de Compañías.

**Fecha de Resolución:** Indicar el día, mes y año de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

**Capital Suscrito:** Es el capital que consta en las escrituras de constitución.

### INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Esta sección será utilizada por el cuerpo de bomberos para analizar el Riesgo de Incendios del establecimiento y definir un esquema de inspecciones. La falsedad en entrega de información será sancionada con la revocatoria de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento y la clausura del establecimiento.

**Actividad Económica:** Coloque la descripción de la actividad principal que realiza en ese local, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.

En estos campos deberá completar información sobre tipo de material que utiliza o almacena para poder cumplir con su actividad económica, marcando con una X en la casilla que corresponda.

Estimar la cantidad de material que utiliza o almacena

En caso de no almacenar o utilizar ningún tipo de material que pueda incidir en el riesgo de incendios, no marque ninguno de los casilleros.

**Dimensiones del local:** En este campo, coloque en números claros las dimensiones del establecimiento (en metros cuadrados).

### DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico.

### INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

Esta sección será completada únicamente si desea colocar publicidad en su negocio.

**Número de rótulos:** indicar el número de rótulos que se colocará en el establecimiento.

**Local Propio o Local Arrendado:** Marcar con una X en el casillero que corresponda

Para cada rótulo detallar la información solicitada

### CROQUIS DE UBICACIÓN

Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización a los diferentes inspectores.

# Permisos para el funcionamiento del Restaurante

Visita Mundo Gourmet - información, check List, networking, TODO GRATIS [www.mundogourmet.ec](http://www.mundogourmet.ec)

<b>GUÍA PARA LA OBTENCIÓN DE LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO PARA UN RESTAURANTE - QUITO</b>					
	<b>Título</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Trámite/Resultado</b>	<b>Costo</b>	<b>Resultado</b>
1	Obtener la PATENTE MUNICIPAL en el Municipio de Quito	Formulario de solicitud de patente (USD 0.20) Copia de la cédula de identidad. Papeleta de Votación. Planilla de servicios (Luz, agua o teléfono)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ingresar la documentación.</li> <li>▪ Atienden en un plazo de 24 horas</li> </ul>	Se paga de base USD 13 Si es una empresa en marcha y se trata de una renovación hay que pagar el 1/1000 de los activos	Patente Municipal
2	Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) En el Servicio de Rentas Internas	Patente Municipal Copia a color de la Cédula de Identidad. Copia de Papeleta de Votación Planilla de servicios (Luz, agua o teléfono)	Le atienden en la ventanilla	Trámite sin costo	Número del RUC y Certificados.
3	Certificado del Medio Ambiente (Río Coca e Isla Genovesa)	Cumplir con las regulaciones ambientales exigidas por la Secretaría del Medio Ambiente. (campana de gases, trampa de grasa, etc) Llenar formulario solicitud. Carta del Impuesto Predial del dueño del predio. Copia del RUC Copia de la cédula de identidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ingresar la documentación.</li> <li>▪ Esperar la inspección (entre 8 y 15 días)</li> <li>▪ Luego de la inspección ir al Municipio para un pago de USD 53.80</li> </ul>	Pago de USD 53.80 en el Municipio de Quito Luego de ingresado en la Tesorería de la zona a que corresponda el local	Certificado de Medio Ambiente

Visita Mundo Gourmet - información, check List, networking, TODO GRATIS [www.mundogourmet.ec](http://www.mundogourmet.ec)

4	Informe de Regulación Metropolitana (IRM)	Llenar formulario Informe de Regulación Metropolitana (IRM) Formulario USD 2 Copia de la carta del Impuestos Predial (del año en curso) Copia de la Cédula de identidad. Copia de la papeleta de votación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tramitar en la oficina del Municipio de cada zona, para obtener el IRM.</li> <li>▪ Dura aproximadamente cuatro (4) días.</li> </ul>	USD 2	Informe de Regulación Metropolitana (IRM)
5	Uso de Suelo	Llenar formulario: Solicitud de Uso de suelo. Copia de la carta del Impuestos Predial (del año en curso) Copia de la Cédula de identidad. Copia de la papeleta de votación. Copia del IRM	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tramitar en la oficina del Municipio de cada zona, para obtener el IRM.</li> <li>▪ Dura aproximadamente ocho (8) días.</li> </ul>	Sin costo	Certificado de Uso de Suelo
6	Licencia Metropolitana. Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que integra las diferentes autorizaciones administrativas	Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se ingresa el trámite y le entregan dos (2) documentos con el Número de Trámite (FUN)</li> <li>▪ Luego de ingresado hay que esperar la inspección</li> </ul>	Costo del estudio "Plan de Autoprotección"	Licencia Metropolitana

Visita Mundo Gourmet - información, check List, networking, TODO GRATIS [www.mundogourmet.ec](http://www.mundogourmet.ec)

<p>tales como: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios, Publicidad Exterior, Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio de Gobierno (Intendencia de Policía).</p>	<p>o representante legal Copia de RUC actualizado Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal) Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera) Certificado Ambiental (cuando se requiera) Artesanos: » Copia de la Calificación Artesanal (MIPRO o Junta Nacional de Defensa del Artesano) vigente. Copia Carné Artesanal vigente.</p>	<p>del Cuerpo de Bomberos (en aproximadamente 15 días o un mes) ▪ Si el local tiene más de 150 m<sup>2</sup>; los bomberos exigen un “estudio” denominado Plan de Autoprotección que contenga los mapas de Recursos, Extintores y Evacuación. ▪ Luego de la Inspección, los bomberos le entregan un “informe – ticket” con el resultado de la inspección. ▪ Con ese documento hay que acercarse al Municipio y retirar el original de la Licencia.</p>	
	<p>Personas Jurídicas: Copia de escritura de constitución de la empresa (con resolución de la Superintendencia de Compañías o la sentencia del Juez según sea el caso). Copia del nombramiento del actual representante legal. Copia de Cédula de</p>		<p>Licencia Metropolitana</p>



Visita Mundo Gourmet - información, check List, networking, TODO GRATIS [www.mundogourmet.ec](http://www.mundogourmet.ec)

		<p>Ciudadanía y Papeleta de Votación del representante legal.                  Copia de estatutos y acuerdo ministerial (entidades sin fines de lucro)                  Copia de la Resolución emitida por la Dirección Metropolitana Financiera Tributaria, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro                  Original de la declaración del 1.5 X mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.</p>			
7	Turismo	<p>Llenar formulario de registro                  Copia del Informe de Uso de suelo.                  Dos copias de la Patente.                  Copia del RUC                  Copias de la cédula de identidad y papeleta de votación.                  Inventario de los bienes muebles y activos del local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ingresar el trámite en Turismo Quito</li> <li>▪ Llenar el formulario.</li> <li>▪ Hay que pagar el 1/1000 de los activos.</li> <li>▪ Trámite demora aproximadamente 15 días.</li> </ul>	1/1000 de los Activos.	Hoja de Registro.
8	Ministerio de Salud: Carné de salud de cada empleado.	<p>Exámenes y resultados (sangre, heces, orina)                  Copias de Cédula de</p>	Ingresar el trámite Dura aproximadamente ocho (8) días.	Pago de USD 12 por cada carné.	Carné de Salud.

Visita Mundo Gourmet - información, check List, networking, TODO GRATIS [www.mundogourmet.ec](http://www.mundogourmet.ec)

9	Ministerio de Salud: Certificados de Manipulación de Alimentos.	Identidad y papeleta de votación. Tomar la capacitación en Manipulación de alimentos	Cursos organizados por el Dirección Provincial de Salud		Certificado de participación en el Curso de Manipulación de Alimentos.
10	Ministerio de Salud: Permiso de Funcionamiento de Salud	Obtener la Planilla de Inspección. Copia del RUC Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación. Copia de la Licencia Metropolitana. Copia de carnés Copia de Certificados de Manipulación de Alimentos.	Tramitar en el Centro de Salud y luego del ingreso de la documentación le entregan un documento para proceder al pago del permiso ( USD 126 o USD 65)	USD 126 o USD 65	Permiso de Funcionamiento de Salud.
<b>Las personas que requieran ayuda pueden contactarse con la Sra. Jersey Jurado al 087131181</b>					